

Hacettepe Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Hacettepe University
Journal of Economics and Administrative Sciences

Derginin Sahibi/Publisher: Prof. Dr. Orhan MORGİL, Dekan/Dean
H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi adına
on behalf of H.U. Faculty of Economics and Administrative Sciences

Yayın Kurulu Başkanı/Editor: Orhan MORGİL

**Yayın Kurulu Bşk. Yardımcısı/
Editorial Assistant:** Ali ÇAĞLAR

Yayın Kurulu/Editorial Board: Nurettin BİLİCİ Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN
Bahtuşen KAVAK İbrahim TANYERİ
Emel OKTAY ÇAVUŞOĞLU

**Yayın Kurulu Sekreteri/
Editorial Secretary:** Şerife GÜRAN

Danışma Kurulu/Advisory Board:

Abdurrahman AKDOĞAN	Gazi Üniversitesi	Ahmet Haşim KÖSE	Ankara Üniversitesi, SBF
Doğan Yaşar AYHAN	Başkent Üniversitesi	Hüseyin PAZARCI	Ankara Üniversitesi, SBF
Muzaffer BODUR	Boğaziçi Üniversitesi	Cem SOMEL	ODTÜ
Ömer Faruk ÇOLAK	Gazi Üniversitesi	Simon WIGLEY	Bilkent Üniversitesi
Turgay ERGUN	TODAİE	Erinç YELDAN	Bilkent Üniversitesi

H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi senede iki defa yayımlanır ve hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, abone işleri ve diğer konularla ilgili yazışmalar aşağıdaki adrese yapılmalıdır:

Sn: Şerife GÜRAN
H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Yayın Kurulu Sekreteri
06800 Beytepe, Ankara
e-mail: iibf_dergisi@hacettepe.edu.tr

Dergiye gönderilen yazılar ve disketler, yazı yayımlansın veya yayımlanmasın geri gönderilmez. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilecek yazılar Dergi'nin son sayfasında ve Dergi web-sitesinde (www.iibfdergi.hacettepe.edu.tr) yer alan "Yazarlara Duyuru" daki kurallara uygun olmalıdır .

H.U. Journal of Economics and Administrative Sciences is a refereed journal, published biannually. Manuscripts must conform to the requirements indicated on the last page of the Journal and in the web-site (www.iibfdergi.hacettepe.edu.tr). Manuscripts and diskettes submitted will not be returned whether they are accepted or not for publication. All correspondence should be addressed to:

Editorial Secretary,
H.U. Journal of Economics and Administrative Sciences
Faculty of Economics and Administrative Sciences
06800 Beytepe, Ankara, Turkey e-mail: iibf_dergisi@hacettepe.edu.tr

Kapak tasarımı / Cover design: Erdoğan Ergün H.Ü. Grafik Bölümü / H.U. Department of Graphic Arts
Basım Tarihi: Haziran/2005

İÇİNDEKİLER

Prof. Dr. Ali İhsan BAĞIŞ	i
Ali ÇAĞLAR	Hocam.....	vii
Mitat ÇELİKPALA	Hocam Ali İhsan Bağış.....	ix
Tanel DEMİREL	Ali İhsan Bağış: Bir Portre.....	xi
Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN	Ali İhsan Hoca'nın Ardından.....	xvii
İktisat		
Derya GÜLER AYDIN	A. Smith ve J. A. Schumpeter'in Dinamik Rekabet Teorileri.....	1-15
Lütfi ERDEN	Public and Private Investment in a Vector Error Correction Model: Empirical Evidence from Turkey.....	17-27
İbrahim TANYERİ	Keynes ve Bölüşüm Analizi.....	29-57
Nisfet UZAY	Tekstil ve Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Rekabet Gücü : Kayseri Tekstil ve Giyim Sanayiinde Uygulama.....	59-82
İşletme		
Sanem ALKİBAY	Profesyonel Spor Kulüplerinin Taraftar İlişkileri Yoluyla Marka Değeri Yaratmaları Üzerine Bir Araştırma.....	83-108
Hakan AYGÖREN	An Empirical Investigation of Price Changes in Istanbul Stock Exchange (ISE).....	109-134
Deniz BÖRÜ Begüm GÜNEŞER	Liderlik Tarzının Çalışanın İş Tatmini ile İlişkisi ve Lidere Olan Güvenin Bu İlişkideki Rolü.....	135-156
A. Celil ÇAKICI Duygu EREN	Otel İşletmeciliğinde Pazar Yönlülük ve Pazar Yönlülük- Performans İlişkisi Üzerine Bir Araştırma ve Sonuçları.....	157-178
Akın KOÇAK Alper ÖZER Eymen GÜREL	Kaynak Temelli Yaklaşımında Pazarlama Kabiliyetinin Boyutları.....	179-201

Leyla ÖZER
Pınar ANTEPLİOĞLU Satın Alma Sürecinde Kulaktan
Kulağa İletişim 203-224

Ömer TORLAK
Şuayip ÖZDEMİR Markanın Algılanan Sembolik Boyutları:
Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir
Araştırma 225-239

Ahmet Kamil TUNÇEL Tek İndeks Modeli'nin İMKB'de
Uygulanması 241-259

Maliye

Mehmet Cahit GÜRAN Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim
Vergilerinin Uyumlaştırılması ve
Türkiye Açısından Değerlendirilmesi 261-286

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Mehmet Devrim AYDIN eAVRUPA+ ve Türkiye: Bilgi Teknolojileri
Alanında Avrupa Birliği Kriterlerine Uyum 287-311

Asım BALCI Bürokrasi-Demokrasi İlişkisi ve
Hesap Verebilirlik Yaklaşımı 313-338

Mete Kaan KAYNAR Sivil Toplumun Kavramsal Tarihi ve
Sivil Toplumla İlgili Güncel Tartışmalar 339-369

Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN Staff Cutback as a Strategy of the
Policy of the Withdrawal of Government:
A General Assessment of the Motherland
Party Governments' Strategy of Staff Cutback
in the Turkish Civil Service (1984-1990)..... 371-417

Hakan SAMUR The Roman Catholic Church in the
Post-1989 Period of Poland 419-437

Uluslararası İlişkiler

Mitat ÇELİKPALA Geçmişten Günümüze Vazgeçilmeyen
Kavram: Ulusal Çıkar 439-461

Yazarlara Duyuru 462-465
(Notes for Contributors)

Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us evaluate the articles sent for the current issue of our journal.

HAKEMLER / REFEREES

Mustafa AKKAYA	Ankara Üniversitesi, Hukuk Fakültesi
Okan AKTAN	Hacettepe Üniversitesi
Hüseyin AKTAŞ	Celal Bayar Üniversitesi
Sanem ALKIBAY	Gazi Üniversitesi
Remzi ALTUNIŞIK	Sakarya Üniversitesi
Mahmut ARSLAN	Hacettepe Üniversitesi
Öznur AŞAN	Hacettepe Üniversitesi
Doğan Yaşar AYHAN	Başkent Üniversitesi
Muazzez BABACAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Asım BALCI	Muğla Üniversitesi
Türksel Kaya BENGSHUR	TODAİE
Naci CANPOLAT	Hacettepe Üniversitesi
Simten COŞAR	Başkent Üniversitesi
Ali ÇAĞLAR	Hacettepe Üniversitesi
Tarkan ÇAVUŞOĞLU	Hacettepe Üniversitesi
Özlen ÇELEBİ	Hacettepe Üniversitesi
Hasan Hüseyin ÇEVİK	Polis Akademisi
Menderes ÇINAR	Başkent Üniversitesi
Azize ERGENELİ	Hacettepe Üniversitesi
Halit GÖNENÇ	Hacettepe Üniversitesi
Burak GÜNALP	Hacettepe Üniversitesi
Semra GÜNEY	Hacettepe Üniversitesi
Arzu İLSEV	Hacettepe Üniversitesi
Mustafa Ömer İPÇİ	Hacettepe Üniversitesi
Semra KARACAER	Hacettepe Üniversitesi
M. Baha KARAN	Hacettepe Üniversitesi
Koray KARASU	Ankara Üniversitesi, SBF
Bahtişen KAVAK	Hacettepe Üniversitesi
Mustafa KILIÇ	Hacettepe Üniversitesi
Aykut KİBRİTÇİOĞLU	Ankara Üniversitesi, SBF
Akın KOÇAK	Ankara Üniversitesi, SBF
Sezer KORKMAZ	Gazi Üniversitesi
Doğan Nadi LEBLEBİCİ	Hacettepe Üniversitesi
Berrin LORASDAĞI	Hacettepe Üniversitesi
Yaşar METHİBAY	Gazi Üniversitesi
Hakan MIHÇI	Hacettepe Üniversitesi
Sevinç MIHÇI	Hacettepe Üniversitesi
Orhan MORGİL	Hacettepe Üniversitesi
Hilal ONUR	Hacettepe Üniversitesi
Kemal ÖKTEM	Hacettepe Üniversitesi
Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN	Hacettepe Üniversitesi
Hüseyin ÖZEL	Hacettepe Üniversitesi
Ahmet ŞAHİNÖZ	Hacettepe Üniversitesi
Leyla ÖZER	Hacettepe Üniversitesi
Ülkü ŞİŞİK	Hacettepe Üniversitesi
İbrahim TANYERİ	Hacettepe Üniversitesi
Erdoğan TELATAR	Hacettepe Üniversitesi
Ömer TORLAK	Osmangazi Üniversitesi
Aydın ULUCAN	Hacettepe Üniversitesi
Işaya ÜŞÜR	Gazi Üniversitesi

A. SMITH ve J. A. SCHUMPETER’İN DİNAMİK REKABET TEORİLERİ

Derya GÜLER AYDIN*

Öz

Bu çalışma, A. Smith ve J.A. Schumpeter’in dinamik rekabet teorilerini incelemektedir. Çalışmanın birinci bölümünde, önce statik rekabet teorilerinden Neoklasik rekabet anlayışı kısaca özetlenmekte, daha sonra da Adam Smith’in rekabet anlayışı denge ve dengesizlik yaratan iki farklı yönüyle birlikte ele alınmaktadır. Rekabet, kapitalizmin değişen yapısı içinde incelendiğinde dinamik özellikler göstermekte ve dengesizliklere neden olmaktadır. İkinci bölümün konusu rekabetin bu yönünü inceleyen Joseph A.Schumpeter’in “yaratıcı yıkım” etkisi ile ortaya koyduğu rekabet anlayışıdır. Amaç, rekabetin ekonomide dengesizlikler yaratan niteliğinin gözardı edilemez olduğunu ortaya koymaktır.

Anahtar Sözcükler: Dinamik rekabet, yaratıcı yıkım, denge, dengesizlik.

Abstract

Dynamic Competition Theories of A. Smith and J.A. Schumpeter

This study aims to analyze dynamic competition theories of A. Smith and J.A. Schumpeter. In the first section, a brief summary of neoclassical competition theory, which is one of the static competition concept is given. Then, in the same section, Adam Smith’s competition theory that includes both equilibrating and disequilibrating roles of competition at the same time is examined. When the role of competition in economic theory is analyzed in the changing capitalist system, it has been observed that competition has a dynamic character and a disequilibrating role. The focus of the second section is Schumpeter’s competition concept emphasizing the disequilibrating role of competition by advancing the “creative destruction” process. The aim of this study is to point out that the disequilibrating role of competition cannot be disregarded.

Keywords: Dynamic competition, creative destruction, equilibrium, disequilibrium.

*Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İktisat Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, dgaydin@hacettepe.edu.tr.

Çalışmadaki değerli katkılarından dolayı Prof. Dr. İbrahim Tanyeri’ye, Doç.Dr. Hüseyin Özel’e ve Arş.Gör. İtir Özer’e teşekkür ederim.

GİRİŞ

İktisadi teorilerde sıkça kullanılan rekabet kavramını, statik ve dinamik olmak üzere iki başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Statik teorilerde geçmişte ne olduğu ve gelecekte ne olacağı ile ilgilenilmeden zamanın belli bir anı dikkate alınır; bu nedenle de gerçeğin kendisinden ziyade bir anlık görüntüsü incelenir.

Statik terimi hareketsizliği, mutlak durgunluğu ifade eder. Durgun durum iktisadi güçlerin birbirini dengelediği hipotetik bir durumdur ve böyle bir durgunluğun tanımlanması statik teorilerin temel amacıdır. Statik analizde durgun duruma nasıl ulaşılabileceğinden söz edilemediği için, bu analizin zamansız olduğunu söylemek mümkündür (Tanyeri, 1985: 351-352). Bu çerçevede, statik rekabet teorilerinde fiyatların oluşumu ve bölüşüm gibi iktisadi olgular veri rekabetçi yapıdan doğrudan etkilenir ve zaman içindeki değişmelerin etkisine yer verilmez. Tam rekabet, eksik rekabet ve piyasa yapısı gibi kavramlar statik rekabet teorilerinde yer alır ve bu teorilerde rekabetin rolü, veri iktisadi yapının tanımlanarak ekonominin nasıl dengeye geldiğini açıklamaktır (Schumpeter, 1989b: 125).

Dinamik rekabet teorilerinde ise, rekabetin kendisi iktisadi yapının ve kuralların değişmesinde etkili olmaktadır (Fortman, 1966: 40). Dinamik rekabet teorilerinde zaman içindeki değişmelere, örneğin teknolojik gelişmeye, yeni firmaların kurulması, bazı firmaların büyümesi ve yeni ürünlerin piyasaya sunulması gibi değişmelere yer verilir. Bu unsurlar statik rekabet teorilerinin aksine, dinamik rekabet teorilerinde rekabetin dengesizlik yaratan rolünün ön plana çıkmasına neden olur. Bunun yanında, statik rekabet teorilerinde öncelikli iktisadi mesele kıt kaynakların etkin kullanımı iken, dinamik rekabet teorilerinde sermaye birikimini ve teknolojik gelişme meseleleri ele alınmaktadır. Bir başka deyişle, ilk yaklaşımda değişim (mübadele), ikincisinde ise üretim ilişkileri ön plana çıkmaktadır. Üretimin zaman alan bir faaliyet olması, rekabetin sadece *piyasa yapısını* tanımlamakta kullanılan bir araç olmadığını, *piyasadaki bu faaliyet sürecinin* bir parçası olduğunu göstermektedir.

İktisadi analizlerde kolaylık sağlaması bakımından genel olarak rekabetin dengeyi dikkate alan statik yönü ön plana çıkartılmaktadır (Schumpeter, 1989b: 125). Ancak, iktisadi meseleyi yalnızca etkin kaynak kullanımı olarak tanımlayan bu teorilerde, sermaye birikimi meselesi gözardı edilmektedir. Önemli bir sorun olan sermaye birikiminin kaynağı kardan ve karı artırma çabası teknolojik değişmelere neden olur. Teknolojik değişmeler söz konusu olduğu zaman, statik bir ortamdan çıkılır ve dinamik bir ortama girilir. Dolayısıyla,

rekabetin iktisadi teorilerdeki rolünü kapitalizmin değişen yapısı içinde incelemek gerekir. Bu çalışmada rekabet ve teknolojik değişme ilişkisini ele alan rekabet teorilerinden, Smith ve Schumpeter'in rekabet teorileri incelenmekte ve rekabetin kapitalizmin değişen ve karı artırmaya dönük olan doğası gereği teknolojik yenilikleri gerektirdiği ve bu nedenle de dengesizlikler içeren süreçlerin gözardı edilemez olduğu ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

I. REKABETİN DENGELİK VE DENGESİZLİK YARATAN İKİ YÖNÜ

Statik rekabet teorilerinin başında Neoklasik rekabeti karakterize eden *tam rekabet* teorisi gelir. Neoklasik iktisatçıların analizleri, zevk ve tercihlerin, üretim faktörlerinin miktarı ve fiyatlarının, üretim teknolojisinin ve başlangıç donanımının veri olduğu koşullarda, zamanın belli bir anını dikkate almaktadır. Bu analizlerin en önemli varsayımı olan tam rekabet, dengenin nasıl otomatik olarak olduğunu gösteren bir piyasa yapısı tanımıdır ve tam rekabetin olduğu bir piyasada, etkin kaynak dağılımı ile toplumsal uyumun sağlanacağı düşünülmektedir (Hunt, 1992: 304-306).

Tam rekabet piyasasının temel varsayımları şunlardır: Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır ve bu alıcı ve satıcılar tek başlarına fiyatları etkileyemezler yani, piyasa fiyatı veridir. Piyasa koşullarına dair tam bilgi mevcuttur. Piyasada üretilen mal homojendir ve piyasaya giriş ve piyasadan çıkış serbesttir. Tam rekabet piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcının olması ve bu alıcı ve satıcıların piyasa fiyatlarını etkileyemedikleri varsayımı, firmaların tek amacını veri piyasa fiyatında karı maksimum yapacak üretim düzeyini belirlemekle sınırlamaktadır (McNulty, 1967: 397). Bunun dışında herhangi bir rekabetçi davranış gösteremeyen firmalar, zamanın belli bir anında dengeyi sağlamakla görevli birer araç gibidirler.

Neoklasik iktisatçılarda incelenen sistem, amacı kar elde etmek olan firmaların faaliyette buldukları kapitalist bir sistem olmasına rağmen, tam rekabetin olduğu bir piyasada, dengede, normal kar elde edilir (Akyüz, 1977: 149). Neoklasik iktisatta denge, piyasadaki güçlerin birbiri üzerindeki etkilerinin yok edildiği bir "dinlenme durumu" (*state of rest*) dur (Ertürk, 1996: 373-374). Çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu ve bunların fiyatları veri aldığı bir piyasada, girişimcinin, denge fiyatından homojen mal üretmek dışında herhangi bir işlevi yoktur (Eatwell, 1982: 217) Bunun sonucunda Neoklasik iktisatta teknolojik yenilikler ve değişmeler tamamen analiz dışında bırakılmış ve tam rekabetin toplumsal uyumu sağlayacağı görüşü, statik bir çerçevede sunulmuştur. Böylece, Neoklasik iktisatçılar için rekabet, yüksek kar hedefine

yönelik bir çabadan ziyade, değişimin olmadığı bir yapıyı ortaya çıkaran önemli bir varsayım olarak kabul edilmiştir (Chipman, 1971: 341-344).

Rekabetin sermaye sahibinin yüksek kar hedefine yönelik bir çaba olduğunu ortaya koyan teorilerin başında klasik iktisatçıların ve özellikle Adam Smith'in rekabet analizi gelmektedir.

Adam Smith, *Ulusların Zenginliği* adlı kitabında rekabetin iki rolüne işaret etmiştir. Bunlardan ilki, rekabetin dengeleyici rolü, diğeri ise dengesizlik yaratan rolüdür. Smith'e göre, serbest rekabet üretim faktörlerinin bir alandan diğere serbestçe hareket etmesini sağlamakta ve piyasalarda arz ve talebi eşitlemektedir. Bu yönüyle rekabet, ekonomiyi dengeye götüren bir etkin kaynak tahsisi sürecini tanımlamaktadır. Dengesizlik yaratan rolü ile rekabet, amacı daha çok kar elde etmek olan sermaye sahiplerinin sermaye birikimi ve iktisadi gelişmeyi sürekli kılmalarını sağlamaktadır. Rekabet sermaye miktarını artırmakta ayrıca yeni pazarların, yeni üretim tekniklerinin bulunmasını sağlamakta ve böylece işbölümünü iyileştirerek teknolojik gelişmelere ve yapısal değişmelere neden olmaktadır. Kısaca, Smith'in analizinde rekabet, iktisadi düzende bir yandan denge, diğere yandan da dengesizlik yaratan bir süreç olarak karşımıza çıkar (Richardson, 1976: 350-351; Tanyeri, 2000: 308).

Smith, rekabetin dengeleyici rolünü, kitabının, "*Malların Doğal ve Piyasa Fiyatları Üzerine*" başlıklı bölümünde incelemiştir (Smith, 1993: 53-62). Burada üretimin teknik katsayılarının, reel ücret düzeyinin ve toplam çıktının miktarının veri olduğu koşullarda, piyasa fiyatlarının doğal fiyatlara yöneldiği ve doğal fiyatların piyasa fiyatları için bir çekim merkezi olduğu ortaya konulmaktadır (Eatwell, 1982: 250; Cesaratto, 1996: 416-417).

"...doğal fiyat, tüm malların fiyatlarının sürekli çekimine kapıldıkları bir merkezi fiyattır. Bazı aksaklıklar bazen malın fiyatını bu merkezin oldukça yukarısında tutabilir, bazen de aşağısına düşmeye zorlayabilir. Ancak bu fiyatları bu süreklilik ve denge merkezinde bulunmaktan alıkoyan engeller ne olursa olsun fiyatlar sürekli olarak oraya doğru yönelirler" (Smith, 1993: 56).

Smith'de doğal fiyatlar ücretin, rantın ve karın alışılmış geleneksel değerinden hareketle bulunur. Piyasa fiyatları ise, arz ve talebe göre belirlenir. Doğal fiyatlar piyasa fiyatları için bir "çekim merkezi" oluşturur. Eğer piyasa fiyatı doğal fiyatın üzerinde veya altında ise, yani bir mal doğal fiyatından satılmıyorsa bir dengesizlik durumu söz konusudur. Bu durumda kar, ortalamanın üzerinde ya da altında olacaktır. Piyasa fiyatlarının değişmesi ile karlarda gözlemlenen değişme sermaye sahipleri arasındaki rekabeti artırarak sermaye sahiplerinin düşük karlı alandan yüksek karlı alanlara yönelmesini

sağlayacaktır (Smith,1993: 56-57). Bazı malların üretim miktarının değişmesi, üretim fiyatlarını değiştirerek arz ve talep dengesinin doğal fiyatlarda oluşmasını sağlayacaktır. Ekonomi dengeye ulaştığında, kar oranları da alışılmış geleneksel seviyesine gelecek ve endüstriler arasında kar oranları eşitlenecektir. Kar oranlarının eşitlendiği durumda sermayenin bir faaliyet alanından diğerine hareket etmesi için bir neden kalmayacaktır (Rashid, 1992: 135).

Görüldüğü gibi, piyasa fiyatlarını doğal fiyatlarına ya da çekim merkezlerine yönelten en önemli araç "serbest rekabet"tir. Serbest rekabet ile piyasa fiyatlarının doğal fiyatlara eşitlenebilmesi, yani dengenin sağlanabilmesi ise üretim faktörlerinin, özellikle sermayenin tam hareketli olmasına bağlıdır. Smith'in analizinde piyasa fiyatlarının doğal fiyatlara eşitlendiği ve böylece her üretim alanında eşitlenmiş kar oranlarının olduğu durum, uzun dönem denge durumudur ve serbest rekabet, faktörlerin serbest hareketi ile bu dengenin oluşup korunmasını sağlamaktadır (Dutt, 1987: 57-60).

Smith analizinde dengeye ulaşılacağını açıkça ortaya koymak yerine, piyasa fiyatlarının doğal fiyatlara yönelme eğilimi içinde olduğunu söyler. Bu eğilimin yani, uyum sürecinin oluşması için iki koşul gerekmektedir. Bu koşullardan ilki, firmaların fiyat yapıcı olmasıdır. Bu durumda firmalar, fiyat politikalarından ve yatırımlardan sorumludur. Diğeri ise, piyasaya giriş ve piyasadan çıkış serbestliğidir. Bu durumda firmalar, üretimlerini organize ederken birbirleri ile ilişki içindedir ve bu ilişki firmaların sermayelerini bir alandan başka bir alana serbestçe kaydırabilmelerini sağlar (Harris, 1988: 144-145). Yukarıda da belirtildiği gibi, üretim faktörlerinin ve özellikle sermayenin hareketli olması karın ortalama bir değerinin oluşmasını, bu da ekonomide dengeyi sağlar. Smith'de ve diğer klasik iktisatçılarda denge, kar oranlarının eşitlendiği uzun dönem dengesini gösterir ve uzun dönem, sermaye stokunun değiştiği dönemdir. Kar oranları uzun dönemde eşitlenir ya da eşitlenme eğilimi gösterir.

Smith'in analizinde serbest rekabet, dengeyi sağlayan işlevi yanında dengesizlik yaratan bir işlevle de karşımıza çıkar (Richardson, 1976: 351). Sermaye sahibinin amacı yüksek kar elde etmektir ve piyasa fiyatların düşük ya da yüksek olması karın düşük ya da yüksek olmasına neden olur. Teknolojik gelişmeler ve işbölümünde iyileşmeler sonucu malların daha ucuza üretilmesi maliyetleri azaltarak karın artmasını sağlar. Smith'e göre, işbölümünün gelişmesi emeğin verimliliğini artırır (Smith, 1993: 15-17). Smith bu durumu şöyle açıklar:

“İşbölümü sayesinde aynı sayıda insanın yapabileceği iş miktarındaki artış üç şarta bağlıdır. Bir kere her işçinin becerisi

artar, ikincisi, bir işten diğerine geçerken kaybolan zamandan tasarruf edilir, nihayet, çalışmayı kolaylaştıran ve birbirine bağlayan çok sayıda makinenin yapılması, bir işçinin, çok sayıda işçinin yapacağı işi yapmasını sağlar” (Smith, 1993: 15).

Üretim süreci içinde biriken sermaye, her işçiye daha fazla makine verilmesine ve böylece işbölümünün iyileşmesine neden olur. İşbölümünde yapılan bu iyileşmeler, sermaye birikimini artırırken, sermaye birikiminin artması, yeni makinelerin bulunmasını sağlayarak emeğin verimliliğini artıracaktır. Emeğin verimliliğindeki artış ve işbölümündeki gelişmeler sınav yapının değişmesi anlamına gelir (Richardson, 1976: 351; Tanyeri, 2000: 314-315).

Rekabet yeni tekniklerin bulunmasını ve üretim artışını sağlar. Üretim tekniğinin değişmesi, işbölümünün yeniden düzenlenmesine, yani en fazla çıktının, en düşük maliyetle üretilmesine yol açar. Kısaca, Smith’e göre, üreticiler arasında bir yarış olarak görülen rekabet, yeni pazarların bulunmasını, üretim tekniklerinin iyileştirilip, işbölümünün gelişmesini sağlayan bir araçtır.

Rekabetin üretimin teknik koşullarını teknolojik yenilikler yoluyla iyileştirmesi, piyasa fiyatları için bir çekim merkezi olan doğal fiyatları değiştirebilir. Çekim merkezinin değişmesi, uzun dönem doğal fiyatlarının, yani, doğal ücret, doğal rant ve doğal karın değişmesi anlamına gelir (Duménil ve Lévy, 1993: 82). Çekim merkezinin değişmesi ile piyasa fiyatları doğal fiyatlardan sapar ve dengesizlik sözkonusu olur (Eatwell, 1982: 208; Çapoğlu, 1991: 35-36).

Görüldüğü gibi, Smith’de rekabet, hem denge hem de dengesizlik yaratan bir süreç olmaktadır. Smith’in analizinde denge ve dengesizlik birbiri ile çelişen durumlar değil, aksine iktisadi faaliyetin dinamik yapısını anlamak açısından birbirini tamamlayan iki işlev olarak görülebilir (Tanyeri, 2000: 317). Daha önce de belirtildiği gibi, Smith’in analizinde rekabetin dengeyi sağlaması için reel ücret düzeyinin, toplam çıktının miktarının ve üretimin teknik koşullarının veri alınması gerekir. Ancak, daha çok kar amacı güden sermaye sahipleri arasındaki rekabet, üretimin teknik koşullarının değişmesine, üretimin teknik koşullarının değişmesi ise, başlangıç parametrelerinin değişmesine neden olmaktadır. Bu durum ekonomiyi sürekli ve içsel olarak dengesizliklere götürmektedir.

Özetle, Smith’in analizinde reel ücret düzeyinin, üretimin teknik koşullarının ve toplam çıktının miktarının veri alınmasının amacı, bu parametrelerin nasıl değiştiğini incelemek değil, bu parametreler altında dengeye nasıl ulaşıldığını göstermektir. Buradan yola çıkıldığında, rekabetin bir görevinin ekonomiyi dengeyi tanımlayan çekim merkezine götürmek olması

kaçınılmazdır. Ayrıca, Smith'in analizinde iktisadi faaliyetin sadece etkin kaynak tahsisi süreci olarak değil, daha çok kar elde etmek amacına yönelik bir sermaye birikimi süreci olduğu düşünülürse, rekabetin dengeleyici ve dengesizlik yaratan yönlerinin birbirini tamamladığı söylenebilir (Tanyeri, 2000: 307-308). Buna karşın Smith'in analizinde rekabetin dengesizliklere sebep olan yönünü değil, dengeleyici yönünü ön plana çıkartılmıştır. Rekabetin dengesizlik yaratan yönüne vurgu yapan en önemli iktisatçı Schumpeter olmuştur.

II. SCHUMPETER VE YARATICI YIKIM ETKİSİ

Schumpeter'e göre, kapitalizm doğal yapısı gereği değişim içindedir ve değişim varsa sistemde durağanlığa yer yoktur. Bu nedenle Schumpeter rekabetin iktisadi teorilerdeki rolünün, kapitalizmin değişen yapısı içinde incelenmesi gerektiğini ortaya koymuş ve kapitalizmle ilgili temel gerçeği "yaratıcı yıkım" (*creative destruction*) olarak tanımlamıştır (Schumpeter, 1943: 83; O'Dennel 1973: 210-211). Yaratıcı yıkım, eski yapının yok olup yeni yapının oluşması ya da iktisadi yapının değişmesidir.

Schumpeter'e göre, iktisadi yapıda değişmeye neden olan unsurlar, yenilikler (*innovations*) yani, yeni tüketim mallarının üretimi, üretimde yeni yöntemlerin kullanılması ve yeni endüstriyel organizasyonlardır (Schumpeter, 1943: 83; Nakamura, 2000:18). Tüm bu unsurların yaratıcısı ise, girişimci (*entrepreneur*) ve girişimcilik faaliyetidir. Girişimcilik faaliyeti, yeni ürünlerin üretilmesi veya yeni yolla üretilmesi olarak görüldüğünde, iktisadi değişme bu faaliyetlerin sonucu olarak karşımıza çıkar (Schumpeter, 1989e: 259). Schumpeter yaratıcı tepkinin (*creative response*) girişimcilik faaliyetlerinin ürünü olduğunu söyler.

Yaratıcı tepkinin en önemli özelliği, olayların uzun dönemli sonuçlarını şekillendirmesi ve iktisadi ve sosyal değişmelere yol açmasıdır. Bu durumda yaratıcı tepkinin tarihsel bir sürecin ürünü olduğu da söylenebilir (Schumpeter, 1989d: 222).

Schumpeter'e göre kapitalist sistemin en önemli özelliği değişen bir yapı göstermesidir. Sistemin bu özelliği iktisadi hayatın rekabet yolu ile değişen sosyal bir ortam olmasından kaynaklanır. Bu nedenle kapitalizm hiçbir zaman durgun bir durum göstermez (Schumpeter, 1989a: 48). Schumpeter, kapitalist sistemin sürekli bir "ihtilal havası"nda olduğunu ve bu yapının eski faktörleri yok ederek yenilerini yarattığını belirtmektedir (Schumpeter, 1943: 82-83). Bu açıklama yaratıcı yıkımın Schumpeter'e göre neden kapitalizmin esas temeli olduğunu göstermektedir.

Schumpeter, gerçek karakterini değişim ve gelişim olarak gösteren kapitalist sistemde gelişimin kısa bir zaman içinde değil, uzun bir zaman içinde gerçekleşeceğine inanmakta ve gelişimin organik bir nitelik taşıdığına işaret etmektedir. Bir organizmanın belli bir unsurunun analizi, organizmanın bütün niteliklerini değil, *bazı* niteliklerini ortaya koyabilmekte ve bu nedenle Schumpeter, böyle bir analiz yöntemi ile genel sonuçlara ulaşamayacağını savunmaktadır. Bir başka ifade ile, Schumpeter'e göre, kapitalist süreç tek bir endüstri ile sınırlandırılarak açıklanamamalı, analizler ekonominin tümünü içermelidir. Bu çerçevede ele alınacak rekabet anlayışının aynı malı satan firmalar arasındaki bir fiyat rekabeti değil, yeni malların, yeni teknolojinin ve yeni kaynakların, yeni organizasyonlar içinde üretimini ele alan bir rekabet anlayışı olması gerekir (Howells, 2000:1-2; O'Dennel, 1975: 211).

Schumpeter'e göre, statik bir analiz yöntemi pek çok iktisatçı tarafından kabul görmektedir. Örneğin bu iktisatçılar oligopolistik bir endüstriyi sadece satış fiyatı yönünden değerlendirmektedirler. Schumpeter'e göre, bu şekilde yapılan değerlendirmeler, ne geçmişi ne de geleceği göz önünde bulunduran, kar maksimizasyonu prensibine dayanan değerlendirmelerdir. Bu analizlerin amacı kapitalizmin, mevcut yapıyı nasıl koruduğunu göstermektir (Howells, 2000:3-4). Ancak Schumpeter, asıl sorunun, kapitalizmin yapıyı nasıl kurup nasıl bozduğunu anlamak olduğunu söyler. Schumpeter'e göre, mevcut yapının nasıl korunduğunu gösteren analizler değişmeyi gözardı ettiğinden, anlamsız hatta toplumsal etkileri dışladığı için de gerçek dışıdır (Schumpeter, 1989d: 222).

Schumpeter'in bu açıklamaları ile geleneksel teoriyi hedef aldığı söylenebilir. Sistemin gerçekliğini yansıtmadığı düşünülen analizlerin reddi, bu analizlerin en önemli varsayımı olan tam rekabetin de reddi anlamına gelmektedir. Schumpeter'in tam rekabet piyasasına ilişkin görüş ve eleştirileri kendi rekabet anlayışını anlamak açısından önemlidir.

Geleneksel teori statik analiz yöntemini benimsemiş ve bu yönteme göre rekabetin görevi veri piyasa yapısında dengeyi açıklamak olmuştur. Schumpeter rekabetin, yeni bir ürünün, tekniğin, kaynağın ve organizasyon şeklinin doğmasındaki etkilerinin önemli olduğunu söyler. Bu tarz bir rekabet sadece fiyat rekabeti değil, işadamları arasında daima varolan bir baskı ve mücadelenin rekabetidir ve dolayısıyla süreçleri ve dengesizlikleri içerir (North, 1996:12-13).

Schumpeter'e göre, dinamik analiz zamana bağlı bir analizdir. Dinamik analiz, statik analizde olduğu gibi iktisadi büyüklüklerin belli bir zamandaki durumunu değil, inceleme anından önceki ve sonraki durumlarını da göz önüne alır. İktisadi süreç bir denge süreci olduğu kadar dengesizlik sürecidir (Foster, 2000: 322). Böyle bakıldığı zaman, tam rekabette iddia edildiği gibi, dengenin

bozulması halinde, yeniden dengeye gelmek mümkün olmamakta aksine, dengesizlikler, yeni dengesizliklere neden olmaktadır. Schumpeter dengeden sapmanın yeni dengesizliklere neden olacağını şu örnekle açıklar:

“Tam anlamıyla rekabetin hüküm sürdüğü bir buğday piyasasında talep ile tahmin edilen arzın dengeli olduğunu kabul edelim, aynı zamanda da kötü hava şartlarının çiftçilerin elde etmeyi umdukları hasatı miktar bakımından azalttığını düşünelim. Bu sebeple eğer buğdayın fiyatı yükselirse ve eğer çiftçiler takip eden yılda daha çok ürün elde ederlerse buğday fiyatlarında bir düşme görülecektir. Bu yüzden çiftçiler üretimlerini azaltırsa bu sefer fiyatlarda yeniden bir yükselme görülecek, üretim yeniden artacaktır. Bu durum sonsuza kadar bu şekilde sürebilir” (Schumpeter, 1943: 103-104).

Bilindiği gibi tam rekabet piyasasının piyasada dengeyi sağlayan işlevi bazı temel varsayımlarına bağlıdır. Bunlardan birisi piyasaya giriş ve piyasadan çıkış engelini olmamasıdır. Piyasaya giriş serbestliği, firmaların karın yüksek olduğu alanda üretim yapabilmelerini sağlamak ve etkin kaynak dağılımını garantilemektedir (Kaldor, 1972: 1239). Schumpeter'e göre, piyasanın birkaç endüstri ile sınırlandırılması ve bu endüstrilerin geleneksel yöntemlerle üretim yaptığının kabul edilmesi mümkün değildir (North, 1996:19-20). Bununla birlikte tam rekabetin ön gördüğü yapı içinde, yeni üretim yöntemleri ve yeni malların ortaya çıkması beklenemez. Yeni üretim yöntemlerinin ve yeni mal üretimin dışlanması iktisadi gelişme için uygun koşulların yaratılmaması anlamına gelmektedir (Schumpeter, 1989a: 71). Bir başka ifade ile, Schumpeter yeni buluşların olduğu durumlarda işlerliğini tamamen kaybeden tam rekabeti, iktisadi gelişmeyi dışlayan bir analiz aracı olarak görmekte ve bu nedenle eleştirmektedir (Fagerberg, 2003: 129).

Tam rekabet piyasası ile ilgili olarak ele alınması gereken bir başka nokta ise, firmaların piyasa fiyatını veri almaları ve dengede normal kar elde etmeleridir. Fiyatların veri olması ve normal kar, tam rekabet olduğu düşünülen ya da ifade edilen bir rekabet ile örtüşmemektedir. Çünkü böyle bir durumda firmaları rekabet etmeye yöneltecek yüksek kar elde etme güdüsü ortadan kaldırılmış olmaktadır.

Geleneksel teori kaynak dağılımında etkinliği hedeflediğinden, fiyat artışlarının sebep olduğu kazançların toplumsal kayıplara yol açtığını kabul etmekte ve bu kazançlar tam rekabetin işleyişi ile engellenmektedir (Schumpeter, 1989c: 199). Schumpeter, bu koşullarda üretim yapan firmaların etkinliğinin zayıf olduğunu ve bu zayıflık sebebiyle üretim yöntemlerinde yeniliğe gidemediğini düşünür. Bunun yanında, çok sayıda firmanın bulunduğu

tam rekabet piyasasında küçük firmaların gelişme ve ilerleme girişimi büyük firmalar göre daha maliyetli olmaktadır. Çünkü küçük firmaların gerçekleştireceği yenilikler, sermaye israfına neden olabilmektedir (Schumpeter, 1943: 105-106; Fagerberg, 2003: 134). Bu nedenle Schumpeter, yeniklerin ve iktisadi gelişmenin motoru olarak dev işletmelerin önemine işaret etmiştir. Bu tip işletmeler uzun vadeli toplam üretim artışını teknolojik yeniliklerle sağlamaktadır. Ancak, büyük işletmelerin Schumpeter'in ortaya koyduğu biçimiyle yenilikte öncü olması belli şartlara bağlıdır. Schumpeter bu şartları beş başlık altında incelemektedir.

Bu şartlardan ilki, devletin rolüdür (Schumpeter, 1943: 107-108). Bilindiği gibi işletme faaliyetleri, endüstri ve ticaret alanındaki kanunlardan doğrudan etkilenir. Ayrıca siyasal ortam toplumsal gelişme açısından önemlidir. Devlet, gerek siyasal ortamın gerekse de kanunların yaratıcısı olarak büyük firmaların yenilik faaliyetlerini etkileyebilmektedir.

İkinci unsur altındır. Kıt bir kaynak olan altın, 1890'lı yıllarda değişimde kullanılan bir araç olmuştur (Schumpeter, 1943: 108). İşletme sermayesi ya da söz konusu yüzyıl için altın miktarı yeterince büyük olan işletmeler, araştırma ve geliştirmeye kaynak aktarabilmekte ve bu yolla yenilik yapabilmektedir.

Üçüncü unsur nüfus artışıdır. Çok sayıda işgücü az sayıda işgücünden daha fazla üretir. Ancak işçi sayısı arttıkça işçi başına düşen üretim aracının miktarı azaldığı için, işçi sayısının artması her zaman üretimin artması anlamına gelmemektedir (Schumpeter, 1943: 108). İşgücü başına üretim miktarındaki artış işgücünün verimliliğine, işgücü verimliliğindeki artış da teknik yeniliklerin gelişmesine bağlıdır.

Dördüncü unsur coğrafi keşiflerdir. Coğrafi keşifler, yeni hammaddeleri, yiyecekleri, tarımsal ve endüstriyel malları ortaya çıkaran ve yeni kentler ve merkezlerin kurulmasını sağlayan bir gelişmedir. Schumpeter'e göre coğrafi keşifler yoluyla yeni ülkelerin ve başka zenginliklerin bulunması, girişimcinin faaliyet alanını geliştirmiştir. Girişimcinin coğrafi keşifler sonucu ortaya çıkan yenilikleri değerlendirip, faaliyet alanını geliştirmesindeki temel etken, kazanç güdüsüdür. Tamamen kazanç güdüsüne bağlı olan bir başka ve son unsur ise, teknik ilerlemedir. Teknik yeniliklerin bulunması ve uygulanması büyük ölçüde işadamlarının yüksek kar hedefine bağlıdır. Kısaca, yeni icatların yapılmasında ve yaratıcılığa ve buluşa yönelik çalışmaların yaratılmasında, kapitalist sistemin karı artırmaya yönelik bir faaliyet olması etkilidir (Schumpeter, 1943: 107-109).

Büyük işletmelerin yenilikçi faaliyeti ile yasalar ve işletme sermayesi arasında dolaylı bir ilişki söz konusu iken, nüfus artışı, yeni mekanların keşfi ve teknik ilerlemeler, işletmelerin yenilikçi faaliyeti ile doğrudan ilişkilidir.

Schumpeter yenilik içeren faaliyetlerin kapitalist sistemin doğasına uygun olduğunu, çünkü kapitalizmin, değişen yani ekonomik ve toplumsal anlamda dinamik özellikler gösteren bir yapı olduğunu ortaya koymuştur. Bu çerçevedeki rekabet anlayışının dengesizliklere yol açan dinamik bir süreç olması kaçınılmazdır.

Rekabetin teknolojik yenilikler yoluyla dengesizliklere neden olması noktasında Schumpeter'in rekabet anlayışının Smith'in serbest rekabet anlayışı ile benzerlikler gösterdiğini söylemek mümkündür. Her iki görüşte de, iktisadi faaliyet bir sermaye birikimi süreci olarak görülmektedir. Sermaye birikiminin kaynağı olan karı artırma çabası teknolojik yeniliklerin gerçekleştirilmesine neden olur. Teknolojik yenilikler ise, statik değil dinamik bir ortamda gerçekleşir. Her ne kadar Smith, analizinde rekabetin dengesizlik yaratan yönüne işaret etmişse de, daha önce de belirtildiği gibi dengeleyici yönünü ön plana çıkarmıştır.

Bununla birlikte sermaye birikimi ve teknolojik gelişme hedefi uzun dönemli bir analizi gerektirir ve bu uzun zaman içinde incelenen organik yapı değişir. Schumpeter bu organik yapının analizinin genel, uzun dönemli ve toplumsal ilişkileri içeren nitelikte olması gerektiğini ortaya koyarak kapitalist sistemin sürekli bir dönüşüm içinde olduğunu ifade etmiştir. Böyle bir yapı içindeki rekabet hem bu yapıyı etkileyen hem de bu yapıdan etkilenen dinamik bir rekabet anlayışıdır.

SONUÇ

İktisadi teorilerde önemli bir kavram olan rekabetin iktisadi düzende denge ve dengesizlik yol açan iki farklı işlevi vardır. Rekabetin bu işlevlerinin iktisadi meseleden ne anlaşıldığı ile ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. İktisadi meseleyi değişim ilişkisi olarak tanımlayan teorilerde rekabet, denge sağlayan bir araç iken, üretim ilişkisi olarak tanımlayan teorilerde dengesizlik yaratan bir araçtır. Bununla birlikte dengeyi ön plan çıkaran rekabet teorileri genel olarak statik, dengesizliği ön plana çıkaranlar ise, dinamik rekabet teorileri olarak sınıflandırılabilir.

Statik rekabet teorilerinin başında tam rekabet teorisi gelir. Neoklasik iktisatçılarda iktisadi mesele kıt kaynakların etkin dağılımı olarak görüldüğünden, bu iktisatçılar, değişim (mübadele) ilişkilerine önem vermiştir. Neoklasik iktisatçılarda incelenen sistem, amacı kar elde etmek olan kapitalist piyasa sistemi iken, tam rekabetin olduğu bir piyasada denge durumunda kar sıfır kabul edilmiştir. Çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu ve bunların fiyatları veri aldığı bir piyasada, girişimcinin görevi sadece denge fiyatından

homojen mal üretmektir. Bunun sonucunda, teknolojik yenilikler ve değişmelerin tamamen analiz dışında bırakıldığı Neoklasik iktisatta, tam rekabetin toplumsal uyumu sağlayacağı görüşü, statik bir çerçevede sunulmuştur. Böylece, Neoklasik iktisatçılar için rekabet, yüksek kar hedefine yönelik bir çabadan ziyade, değişmenin olmadığı bir yapının en önemli varsayımı olarak kalmıştır.

Etkin kaynak dağılımı yanında sermaye birikimini ele alan Smith'in analizinde rekabet, iki farklı yönüyle, yani denge ve dengesizlik yaratan yönüyle karşımıza çıkmaktadır. Smith'in analizinde toplam çıktının miktarı, üretimin teknik katsayıları ve reel ücret düzeyi veri alınmıştır. Bu koşullarda oluşan doğal fiyatlar piyasa fiyatları için bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Doğal fiyatların piyasa fiyatlarına eşit olduğu ve ekonomide tekdüze kar oranının gerçekleştiği durum uzun dönem denge durumudur. Ekonomide uzun dönem denge, fiyatların ve dolayısıyla da karın yüksek olduğu alanlara sermayenin (ve diğer üretim faktörlerinin) serbest hareketi ile açıklanmıştır. Sermayenin bir üretim alanından diğerine hareketinin sebebi, sermaye sahiplerinin yüksek kar hedefidir. Bununla birlikte, yüksek kar hedefi sermaye sahipleri arasındaki rekabet sonucu teknolojik değişmelere neden olmaktadır. Böylece, doğal fiyatları belirlemek üzere ele alınan statik yapı, rekabet sonucu dinamik bir yapıya dönüşmektedir. Bir başka ifade ile, sermaye birikiminin kaynağı olan karın artışı ücretlere bağlı olduğundan birikim ve bölüşüm sorunu birbiri ile ilişkilidir. Bu koşullar altında doğal fiyatların ortaya konulması için statik bir çerçevenin belirlenmesi gerekir. Ancak birikim ile ilişkili olan bölüşüm sorunu uzun dönem dinamik analizde dengesizliklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Özel, 2002: 149-150). Kısacası, Smith'in analizinde iktisadi meselenin sermaye birikimi meselesi olarak görülmesi saf teori açısından statik, sonuçlar açısından dinamik bir yapının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Dinamik bir yapı (kapitalizm) içinde dengesizliklerin, değişmenin ve çatışmaların olması kaçınılmazdır. Kapitalist sistemi bu yönüyle ele alan Schumpeter bununla uyumlu olarak yaratıcı yıkım etkisini ele almış ve rekabet anlayışını bu çerçevede sunmuştur. Yenilik ve değişmelerde girişimcinin payı, bir taraftan piyasa fiyatlarının değişmesine neden olmakta, diğer taraftan da mevcut yapıyı yıkıp yeniden yaratmaktadır.

Schumpeter'in yaratıcı yıkım etkisi yoluyla ortaya koyduğu rekabet anlayışı ile Smith'in serbest rekabet anlayışı, rekabetin teknolojik yenilikler yoluyla dengesizlik yaratması yönünden benzerdir ve her iki iktisatçı iktisadi faaliyeti sermaye birikimi süreci olarak görmüştür.

İktisadi meselenin tek başına bir mübadele ilişkisi olmadığı düşünülürken, sermaye birikimi ve onun kaynağı olan kar, ücretten ve dolayısıyla toplumsal sınıfların birbiriyle ilişkisinden bağımsız ele alınamaz. Böyle bir yapıda rekabetin, süreçleri ve dengesizlikleri içeren işlevi ön plana çıkmaktadır. İktisadi gelişmenin kaynağı olan kar, üretim teknolojisini değiştirdiği sürece rekabet dengesizlikler ve yenilikler içerecektir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, Y. (1977) **Sermaye Bölüşüm Büyüme**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Cesaratto, S. (1996) "Long-period Positions and Economic Change A Rejoinder", **Review of Political Economy**, 8(4), 409-425.
- Chipman, S.J. (1971) "The Nature and the Meaning of Equilibrium in Economic Theory" in H. Townsend (der.), **Price Theory**, England: Penguin Books, 241-271.
- Çapoğlu, G. (1991) **Prices, Profits and Financial Structures**, Aldershot: Edward Elgar.
- Duménil, G and D. Lévy (1993) **The Economics of the Profit Rate: Competition, Crisis and Historical Tendencies in Capitalism**, Aldershot: Edward Elgar.
- Dutt, A. K. (1987) "Competition, Monopoly Power and the Uniform Rate of Profits", **Review of Radical Political Economics**, 11(4), 55-72.
- Eatwell, J. (1982) "Competition" in I. Bradley ve M. Howard (eds.), **Classical and Marxian Political Economy**, London: Macmillan, 203-228.
- Ertürk, K. (1996) "On the Keynesian Notion Of Equilibrium", **Cambridge Journal of Economics**, 20, 371-386.
- Fagerberg, J. (2003) "Schumpeter and Revival of Evolutionary Economics: An Appraisal of the Literature", **Journal of Evolutionary Economics**, 13, 125-159.
- Fortman, B.G. (1966) **The Theory of Competition Policy**, Amsterdam: North Holland.
- Foster, J. (2000) "Competitive Selection, Self Organization and Joseph A. Schumpeter", **Journal of Evolutionary Economics**, 10(3), 311-328.
- Howells, J. (2000) "Technological Competition, Creative Destruction and the Competitive Process", **Working Papers from Aarhus School of Business**, 4, 1-23.

- Hunt, E.K. (1992) **History of Economic Thought: A Critical Perspective**, Harper Collins.
- Kaldor, N. (1972) "The Irrelevance of Equilibrium Economics", **The Economic Journal**, 82, 1237-1255.
- McNulty, P.J. (1967) "A Note on the History of Perfect Competition", **The Journal of Political Economy**, 65 (4), 395-399.
- McNulty, P.J. (1968) "Economic Theory and the Meaning of Competition", **Quarterly Journal of Economics**, 82, 639-656.
- Nakamura, L. (2000) "Economics and the New Economy: The Invisible Hand Meets Creative Destruction", **Business Review**, 15-30.
- North, C.D. (1996) "Institutions, Organizations and Market Competition", **Economics Working Paper Archive**, WUSTL, 12-27.
- O'Dennel, L.A. (1975) "Rationalism, Capitalism and the Entrepreneur: The Views of Veblen and Schumpeter", **History of Political Economy**, 5, 199-214.
- Özel, H. (2002) "Bir Zenginlik Teorisi Olarak Klasik İktisadi Analizin Yöntemi", **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 4, 146-171.
- Rashid S. (1992) "Adam Smith and The Market Mechanism", **History of Political Economy**, 24(1), 129-152.
- Richardson, G.B.(1976) "Adam Smith on Competition and Increasing Returns" in A.S. Skinner ve T. Wilson (der.), **Essay on Smith**, Oxford.
- Schumpeter, J.A. (1943) **Capitalism, Socialism and Democracy**, London: George Allen and Unwin.
- Schumpeter, J.A. (1989a) "The Instability of Capitalism" in R.V. Clemence (der), **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**, New Brunswick, N.J.: Transaction, 47-72.
- Schumpeter, J.A. (1989b) "Review of Joan Robinson: The Economics of Imperfect Competition" in R.V. Clemence (der.), **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**, New Brunswick, N.J.: Transaction, 125-133.
- Schumpeter, J.A. (1989c) "Capitalism" in R.V. Clemence (der.), **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**, New Brunswick, N.J.: Transaction, 189-210.

- Schumpeter, J.A. (1989d) "The Creative Response in Economic History" in R.V. Clemence (der.), **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**, New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 221-231.
- Schumpeter, J.A. (1989e) "Economic Theory and Entrepreneurial History" in R.V. Clemence (der.), **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**, New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 253-271.
- Smith, A. (1993) "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations", K. Sutherland (ed.), Oxford University Press.
- Tanyeri, İ. (1985), "Marshall'da İkame Kavramı", **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 3 (1-2), 349-360.
- Tanyeri, İ. (2000) "Adam Smith'in Rekabet Analizi Üzerine", **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 18(1), 307-320.

PUBLIC AND PRIVATE INVESTMENT IN A VECTOR ERROR CORRECTION MODEL: EMPIRICAL EVIDENCE FROM TURKEY

Lütfi ERDEN*

Abstract

This study investigates the dynamic interaction between public and private investment in Turkey. To this end, because the variables in question are cointegrated, a vector error correction representation of private investment is employed. Variance decomposition and impulse responses are derived from the VECM to analyze the relationship between public and private investment. The empirical findings indicate that while real GDP has an accelerator impact, real public investment has a detrimental effect on the investment activities of private sector in Turkey.

Keywords: Public investment, private investment, vector error correction model.

Öz

Vektör Hata Düzeltme Modeli ile Kamu ve Özel Sektör Yatırımları: Türkiye Örneği

Bu çalışma, Türkiye’de, kamu ve özel sektör yatırımları arasındaki dinamik ilişkiyi incelemektedir. Bu amaçla, söz konusu değişkenler arası eşbütünleşme olduğundan, özel sektör yatırımları için bir vektör hata düzeltme modeli (VECM) uygulanmıştır. Kamu ve özel sektör yatırımları arasındaki ilişkiyi analiz etmek için, varyans ayrıştırması ve etki-tepki fonksiyonları VECM’den elde edilmiştir. Ampirik bulgular, Türkiye’de, reel gayri safi milli hasılanın özel sektör yatırımları üzerindeki hızlandırıcı etkisini ortaya çıkarırken, reel kamu yatırımlarının ise dışlayıcı etkisi olduğunu göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Kamu yatırımları, özel yatırımlar, vektör hata düzeltme modeli.

* Dr., Hacettepe University, Department of Economics, 06800, Beytepe-ANKARA,
lerden@hacettepe.edu.tr.

I. INTRODUCTION

Until late 1980s, the macroeconomic literature on fiscal policy had given little attention to the impact of government investment decisions. The demand side effect of government expenditures has been the focus of the researchers who have examined whether an expected or an unexpected fiscal policy measure has a permanent effect on real output by analyzing the relationships among real output, government spending and/or debt, consumption and other aggregate demand variables (e.g., Barro, 1981; Kormendi, 1983; and Aschauer, 1985). However, the importance of separating out different types of government expenditure has now been incorporated into the literature because of the argument that government spending that represents public investment expenditure can have a different impact on the productivity of private capital than government consumption expenditures (see for examples, Deno, 1988; Aschauer, 1988, 1989a and 1989b; Munnell, 1990, Barro 1990, Easterly and Rebelo, 1993; Holtz-Eakin, 1994). More specifically, the argument is that government investment spending may also exert supply-side effects. This point differs from the new-classical position, which asserts that a rise in public expenditure is expected to increase aggregate demand, giving rise to the expected prices and wages. As a result, aggregate supply shifts to the left, offsetting the expansionary effect of public expenditure on output. However, if agents anticipate a rise in aggregate supply due to an increase in public expenditure that is correlated with the productivity of private inputs, public capital has also a supply-side impact (Erenburg, 1993: 831-832). This argument emanates from the notion that the provision of public goods and services, in particular public infrastructure, complements private investment, increasing the productivity of private inputs and thus stimulating economic growth. Starting with Ram (1986) and followed by the analysis of Aschauer (1989a and 1989b), there have been numerous empirical and theoretical studies during the last decade that focus on the effects of public investment on output and productivity, and hence on the relationship between public and private investment (e.g., Khan and Reinhart, 1990; Ramirez, 1994; Cashin, 1995; Erenburg and Wohar, 1995; Odedokoun, 1997; Khan and Kumar; 1997; Ghali, 1998; Ramirez, 2000). Nonetheless, the empirical studies using panel and single country data yielded rather inconsistent results. This may mean that public capital may have different effects depending on the institutional and structural characteristics of the nations under consideration. Therefore, applying recently developed time series techniques to the data from a developing country, Turkey, this study attempts to investigate the question of whether there is a complementary impact of public investment on private investment. To this end, this paper employs a vector error correction representation (VECM) of private investment, a multivariate cointegration method developed by Johansen (1988, 1992) and Johansen and Juselius (1990). The advantage of this time series approach is that the empirical

model of private investment is not constrained to a specific structural interaction between the variables of interest. Instead, this methodology lets the data determine whether there are any long run interactions that the variables may have.

Applying this methodology to the data from Turkey over the period 1968-1998, the results indicate that public investment has a detrimental effect on private investment behavior. In addition to Introduction and Conclusion, this paper is organized as follows. Section II, from the theoretical perspectives, discusses several opposing effects that public investment may have on private investment and so on the overall economic performance. Section III presents the model and method. Empirical results are documented in section IV.

II. COMPLEMENTARITY AND SUBSTITUTABILITY EFFECTS OF PUBLIC INVESTMENT

There are several channels through which public capital might have an impact on the productivity of private capital (see, for examples, Barth and Cordes, 1980, Aschauer (1989a, b; Ramirez, 1994). For instance, public capital investment in economic and social infrastructure is likely to be complementary to private investment. Through investment in roads and highways, power plants, communications, and schools, public infrastructure expenditures can have strong effects on the productivity of private capital and economic growth. Such infrastructure investments are likely to increase the rate of return to private sector investments, which leads private agents to seek new investment avenues and thus to make more capital investment.

On the other side of the coin, however, public capital investment may crowd out private investment if they compete for the same financial and physical resources, increasing their costs while reducing their availability to private sector. Especially in developing countries, public investments made by heavily subsidized and inefficient state economic enterprises are likely to displace private investment because governments in developing countries are inclined to finance these investments through printing press, external and internal indebtedness. Also, if public investment raises the level of aggregate capital formation beyond the level anticipated by private agents, it could lead to an ex ante reduction in private investment while, ex post, private agents reallocate their resources accordingly.

It is also possible to use a neo-classical production function modified to incorporate public capital to formally analyze the hypotheses about the potential impact of public investment on private investment (Barth and Cordes, 1980; Ramirez, 1994; Ghali, 1998):

$$Y = f [N, K_p, K_g] \quad (1)$$

$$f_1, f_2 > 0; f_{11}, f_{22} < 0; f_{12} > 0; f_3 > \text{ or } < 0; f_{23} > \text{ or } < 0; f_{13} > \text{ or } < 0$$

where Y is the level of real output; N is employment; K_p is the stock of private capital; K_g is the stock of public capital.

By including the public capital stock as a separate input to the production function, holding everything else constant, an increase in public investment brings about three distinct effects. First, in the case where the public capital stock is productive and complements the private capital stock, a *ceteris paribus* increase in the public capital stock raises output in the same way as private inputs ($f_3 > 0$). In addition, it indirectly increases private investment and output by raising the marginal productivity of the private capital stock ($f_{23} > 0$) relative to the user cost of capital. Moreover, it stimulates output through its positive impact on the marginal productivity of labor. Second, if public and private capital are direct substitutes then an increase in public investment (primarily owing to the operations of state-owned enterprises) generates a positive direct effect on output, but a negative indirect effect on productivity of private inputs that could offset any positive effect, under the condition that $[(f_3 + f_{13}) + f_{23} - f_{12}] < 0$. Finally, if public capital is independent of private capital formation, a *ceteris paribus* increase in public investment creates a direct positive effect on output. This is the case where one treats public capital as additive into the production function.

At this juncture, the overall effect of public capital on private investment is ambiguous and complex because as mentioned above there are competing roles that public investment plays. The issue at hand appears to be an empirical rather than a theoretical one.

III. THE MODEL AND METHODOLOGY

III.1. Vector Error Correction Representation of an Investment Model

According to the flexible accelerator model, capital stock is proportional to the changes in the level of output. The cost of capital does not enter into the model because of the underlying assumption of the fixed-proportions production function in which capital-output ratio remains constant. Modifying the flexible accelerator model by incorporating public capital, demand for private capital can be expressed as the following,

$$K_p = F(Y, K_g) \quad (2)$$

Since there is no officially published data on depreciation rate or capital stocks for Turkey over the periods under study, the data on public (RGI) and private investment (RPI) are to be used for empirical purposes. Output, Y, is proxied by real GDP (RGDP). Thus, the following vector autoregressive model (VAR) is employed to examine the dynamic interaction between public and private investment;

$$X_t = A(L)X_t + U_t \quad (3)$$

where X_t is a vector of three variables, (RGI, RGDP, RPI)', A(L) is an (3×3) polynomial matrix and L is the lag operator. U_t is a vector of random disturbances with mean zero and variance Σ .

III.2. Testing for Cointegration

Before testing for cointegration, unit root tests are carried out to determine the order of integration of the variables in question. To this end, the augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips and Perron (PP) tests are performed both on the levels and the first differences of the variables. Both the ADF and PP unit root tests use the various specifications of the following regression,

$$\Delta x_t = \alpha + \beta x_{t-1} + \lambda t + \sum_{s=1}^n \gamma_s \Delta x_{t-s} + \varepsilon_t \quad (4)$$

where x_t is the variables of interest, ε_t is the disturbance term and t is a time trend. Assuming that each of the variables contains a unit root in levels, but not in the first differences, one can proceed to determine the number of cointegrating vectors among the variables in question. Johansen (1988, 1991) suggested a method to test for cointegration by considering the following p variable VAR model,

$$X_t = \mu + \sum_{i=1}^k \theta_i X_{t-i} + \eta_t \quad (5)$$

where X_t is ($p \times 1$) vector of the variables in question, which is a (3×1) vector in our case. η_t is the disturbance term assumed to be an i.i.d Gaussian process with mean zero and variance Ω . Although these variables are individually nonstationary, if there are linear combinations of these variables that are stationary, then they form a meaningful and stable long run relationship. Thus exploiting the notion that they are cointegrated, one may re-parameterize equation (5) to obtain the following vector error correction representation (VECM),

$$\Delta X_t = \mu + \sum_{i=1}^{k-1} \Gamma_i \Delta X_{t-i} + \Pi X_{t-k} + \eta_t \quad (6)$$

where Γ s are estimable parameters. Π is the long run parameter matrix whose rank determines the long run relationship between the variables. When the variables are integrated of order one and are cointegrated, Π is not a full rank, meaning $0 < \text{rank}(\Pi) < p$. The rank of $\Pi = r$, indicating the number of cointegrating vectors. Based on the maximum likelihood estimation method, Johansen (1991, 1992) developed two test statistics to determine the r : the trace test and maximum eigenvalue test. The first entertains the hypothesis that the number of cointegrating vector is at most equal to r while the second tests the hypothesis that the number of cointegrating relationship is equal to r . Moreover, if the series are cointegrated, it is shown that Π matrix can be decomposed as $\alpha\beta'$, with α and β both $(p \times r)$ matrices. β is the matrix of r cointegrating vector and α is the matrix of adjustment coefficients that show the speed at which the disequilibrium closes up in each short run period and so the variables move together toward the long run equilibrium.

IV. EMPIRICAL RESULTS

Using equation (4), the ADF and PP unit root tests are carried out sequentially; namely, with and without intercept and/or deterministic trend¹. Akaike and Schwarz information criteria are used to determine the lag length of the augmenting term. Table 1 presents the results. Each variable is nonstationary in levels and stationary in first differences, suggesting that the variables of interest are each integrated of order one, $I(1)$. Accordingly, the Johansen test for cointegration is performed to see if there exist any linear combinations of the variables that have a common stochastic trend. Since the Johansen test is quite sensitive to the lag length selected, Akaike's Final Prediction Error (AFPE) criterion is used to determine the proper lag length.

Table-1: Testing for Unit Root

Variables	ADF stat.	PP stat.
RPI	-0.89	-0.98
RGDP	-1.73	-1.49
RGI	-3.23	-2.61
Δ RPI	-5.02	-6.28
Δ RGDP	-6.33	-5.95
Δ RGI	-3.99	-4.60

Note: MacKinnon critical value at 5% is -3.57

The AFPE criterion suggests two lags be chosen. The results of the Johansen test are reported in Table 2.

Table-2: Testing for Cointegration

H ₀	H ₁	Trace stat.	95% CV	H ₀	H ₁	λ Max	95% CV
r=0	r≥0	32.54*	29.68	r=0	r>0	21.53*	20.97
r≤1	r≥1	11.01	15.41	r≤1	r=1	10.29	14.07
r≤2	r≥2	0.71	3.76	r≤2	r=2	0.71	3.76
Coefficients of Cointegrating Vector and Coefficients of Adjustment							
	RPI	RGDP	RGI				
β'	1.00	-0.42 (0.038)	2.73 (0.451)				
α	-0.29 (0.128)	-1.08 (0.304)	-0.28 (0.071)				

Note: * shows significant cases at 5% level. Figures in parentheses are standard errors.

According to both the trace and maximum eigen value statistics, the results indicate the presence of one cointegrating vector among the variables at 5 % significance level. The lower panel of Table 2 shows the normalized coefficients of cointegrating vector and of the coefficients of adjustment. As seen, all error correction coefficients are statistically significant, indicating that all variables respond to the disequilibrium. Thus, none of the variables can be regarded as weakly exogenous. Also, since there is no strong theoretical rationale suggesting the direction of causality among the variables in question, imposing long-run zero identifying restrictions is not reasonable. Given that there is no statistical and theoretical weak or strong exogeneity, the study takes another approach to drawing a casual interpretation from the VECM estimates. Following the studies by Orden and Fisher (1993) and Monadjemi and Huh, (1998) that use a Choleski type of contemporaneous identifying restriction, impulse response functions (IRF) and variance decompositions (VD) are derived to examine the long run dynamic relationships among the variables. Since the choice of a specific order of the variables determines the recursive structure of the model, and so may affect the results, it is important to place the variable that may be viewed as exogenous in the first order. This enables the exogenous variable to simultaneously affect endogenous variables, but not to be affected by them.

Accordingly, the study uses the ordering of RGI, RGDP, and RPI to generate the IRF and VD. Using the variables in this order assumes that the variables RGDP and RGI have simultaneous impact on RPI. However, different orderings of the variables such as RPI, RGDP, RGI and RGI, RPI, RGDP are also used to check the robustness of our results to different ordering of the variables, which yields quite similar results. Table 3 reports the VD results. The

VD coefficients show the relative importance of the variables in explaining the forecast error variance of private investment. An examination of the first two columns of Table 3 indicates that, compared to the RGI, the RGDP plays a more substantial role in determining the forecast error variance of private investment dynamics. This can be taken as evidence that there is a strong accelerator effect of the real GDP on private investment.

Table-3: Variance Decomposition of Real Private Investment

Years Ahead	RGI	RGDP	RPI
1	0.521	67.735	31.743
2	0.625	70.240	29.134
3	9.751	55.738	34.509
4	15.598	51.843	32.557
5	17.478	54.601	27.919
6	23.921	50.101	25.977
7	27.391	46.787	25.821
8	27.490	46.666	25.842
9	28.073	45.590	26.336
10	28.906	44.346	26.746

Furthermore, to see the direction of the impacts of RGDP and RGI, the impulse responses are derived and presented in Figure 1. The IRF reveals the dynamic responses of private investment to a one standard deviation innovation of RGDP and RGI. The response of private investment to a shock is considered negative (positive) if it lies below (above) the zero line. As seen from the figures, while the responses of RPI to RGDP are positive, those to RGI are negative, a result that is in line with the theoretical predictions discussed earlier. These findings suggest that real GDP has an accelerator effect on private investment, whereas public investment substitutes for private investment in Turkey.

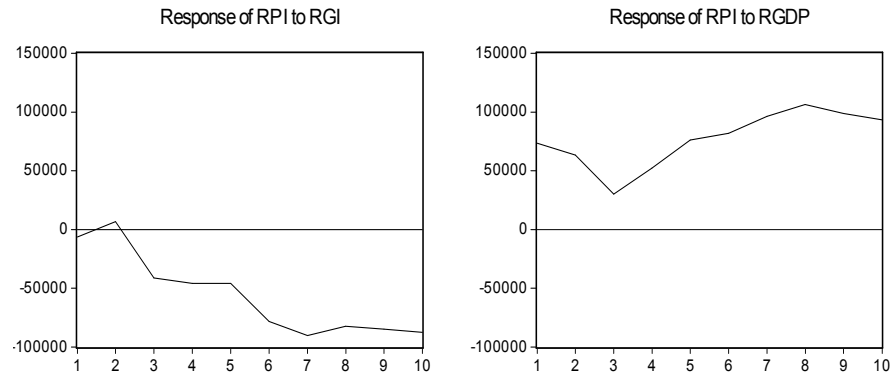


Figure-1: Response of RPI to One Standard Deviation Shock

CONCLUSION

In an attempt to examine the role of public investment in determining private investment in Turkey, this study employs multivariate time series techniques. Finding that the variables of interest are nonstationary in the levels, but are stationary in the first differences enables us to specify a vector error correction model that is helpful to investigate the dynamic interactions between public and private investment. Application of this method to data from Turkey over the 1968-1998 periods shows that public investment inhibits the investment activities of private sector. This provides some support for the IMF-sponsored reforms adopted by Turkey in early 1980s in which the primary objective was to reduce the role of public sector, but to promote private sector by establishing a more market-oriented environment. Further, the results reveal that there is a substantial accelerator impact of the real GDP on private investment, a result that is consistent with virtually all empirical studies.

NOTES

¹ The data on public and private investment and GDP spanning from 1968 to 1998 are taken from Economic and Social Indicators: 1950-2003, State Planning Organization (Jan-2004 issue). All variables are converted into the real ones in 1995 prices by the GDP deflator.

REFERENCES

- Aschauer, D.A. (1985) "Fiscal Policy and Aggregate Demand", **American Economic Review**, 75, 117-128
- Aschauer, D.A. (1988) "The Equilibrium Approach to Fiscal Policy", **Journal of Money, Credit, and Banking**, 20, 41-62.
- Aschauer, D.A. (1989a) "Is Public Expenditure Productive?", **Journal of Monetary Economics**, 23, 177-200.
- Aschauer, D.A. (1989b) "Public Investment and Productivity Growth in the Group of Seven", **Economic Perspectives**, 13, 17-25.
- Barro, R.J. (1981) "Output Effects of Government Purchases", **Journal of Political Economy**, 89, 1086-1111.
- Barro, R.J. (1990) "Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth", **Journal of Political Economy**, 98, 103-125.
- Barth, J.R. and J. Cordes (1980) "Substitutability, Complementarity, and the Impact of Government Spending on Economic Activity", **Journal of Economics and Business**, 32, 235-242.
- Cashin, P. (1995) "Government Spending, Taxes, Economic Growth", **IMF Staff Papers**, 42, 237-269.
- Easterly, W. and S. Rebelo (1993) "Fiscal Policy and Economic Growth: An Empirical Investigation", **Journal of Macroeconomics**, 32, 417-458.
- Erenburg, S.J. (1993) "The Real Effects of Public Investment on Private Investment", **Applied Economics**, 25, 831-837.0
- Erenburg, S.J. and M. Wohar (1995) "Public and Private Investment: Are There Casual Linkages", **Journal of Macroeconomics**, 17, 1-30.
- Deno, K.T. (1988) "The Effect of Public Capital on US Manufacturing Activity: 1970 to 1978", **Southern Economic Journal**, 55, 400-411.
- Ghali, K.H. (1998) "Public Investment and Private Capital Formation in a Vector Error Correction Model of Growth", **Applied Economics**, 30, 837-844.
- Holtz-Eakin, D. (1994) "Public-Sector Capital and Productivity Puzzle", **Review of Economics and Statistics**, 76, 12-21.
- Johansen, S. (1988) "Statistical Analysis of Cointegration Vectors", **Journal of Economic Dynamics and Control**, 12, 231-254.

- Johansen, S. (1991) "Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models", **Econometrica**, 59, 1551-1580.
- Johansen, S. (1992) "Determination of the Cointegrating Rank in the Presence of a Linear Trend", **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 54, 383-397.
- Johansen, S. and K. Juselius (1990) "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Applications to the Demand for Money", **Bulletin of Economics and Statistics**, 52, 169-210.
- Khan, M. and C.M. Reinhart (1990) "Private Investment and Economic Growth in Developing Countries", **World Development**, 18, 19-27.
- Khan, M. and M.S. Kumar (1997) "Public and Private Investment and the Growth Process in Developing Countries", **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 59, 69-88.
- Kormendi, R.C. (1983) "Government Debt, Government Spending and Private Sector Behavior", **American Economic Review**, 73, 994-1010.
- Monadjemi, M.S. and H. Huh (1998) "Private and Government Investment: A Study of Three OECD Countries", **International Economic Journal**, 12 (2), 93-104.
- Munnell, A. H. (1990) "Why has Productivity Growth Declined? Productivity and Public Investment", **New England Economic Review**, 3-22.
- Odekokun, M.O. (1997) "Relative Effects of Public versus Private Investment Spending on Economic Efficiency and Growth in Developing Countries", **Applied Economics**, 29, 1325-1336.
- Orden, D. and L. Fisher (1993) "Financial Deregulation and the Dynamics of Money, Prices and Output in New Zealand and Australia", **Journal of Money, Credit, and Banking**, 25, 273-292.
- Ram, R. (1986) "Government Size and Economic Growth: A New Framework and Some Evidence from Cross-section and Time Series Data", **The American Economic Review**, 76, 191-203.
- Ramirez, M. D. (1994) "Public and Private Investment in Mexico, 1950-90: An Empirical Analysis", **Southern Economic Journal**, 61, 1-17.
- Ramirez, M.D. (2000) "The Impact of Public Investment on Private Investment Spending in Latin America: 1980-95", **Atlantic Economic Journal**, 28, 210-225.
- State Planning Organization (2004) **Economic and Social Indicators: 1950-2003**, Ankara: Turkey.

KEYNES VE BÖLÜŞÜM ANALİZİ*

İbrahim TANYERİ†

Öz

Bu makalenin temel amacı Keynes'in bölüşüm analizini inceleyip değerlendirmektir. Keynes'in bölüşüm analizini daha iyi anlayabilmek için birinci bölümde klasik-Marksist ve neoklasik bölüşüm teorilerini kısaca inceleyip tartışmanın uygun olacağı düşünülmüştür. İkinci bölümde Keynes'i önemli ölçüde etkileyen bir iktisatçı olan Marshall'ın bölüşüm analizi incelenip değerlendirilecektir. Üçüncü bölüm ise Keynes'in bölüşüm analizini ayrıntılı bir biçimde incelenip tartışmaya ve değerlendirmeye ayrılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Bölüşüm, klasik-marksist, neoklasik, Marshall ve Keynes.

Abstract

Keynes and Analysis of Distribution

The main purpose of this article is to discuss and evaluate Keynes's analysis of distribution. In order to understand Keynes's analysis of distribution thoroughly, it is necessary to discuss classical-Marxist and neoclassical theories of distribution. The first section of this article discusses classical-Marxist and neoclassical theories of distribution. In the second section of the article, analysis of distribution of Marshall who influenced Keynes to a great extent is discussed and evaluated. The third section of the article is devoted to a detailed discussion and evaluation of Keynes's distribution analysis.

Keywords: Distribution, classical-marxist, neoclassical, Marshall and Keynes.

* Prof. Dr. Ali İhsan Bağış'ın aziz anısına.

† Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisat Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, ibrhahim@hacettepe.edu.tr.

“Kapitalizm ... doğası gereği bir iktisadi değişme biçimi veya yöntemidir. Hiç bir zaman durağan değildir ve asla durağan olamaz.”

J.A.Schumpeter

GİRİŞ

J. M. Keynes'in gelir ve istihdam teorisi, kapitalist iktisadi faaliyetin temel süreci olarak yatırım ve sermaye birikimi sürecini kabul eder. Keynes'e göre kapitalist iktisadi faaliyetin nihai amacının tüketim olmaktan çok, yatırımların ve sermaye birikiminin sürdürülmesi olduğunu söylemek mümkündür. Yatırım ve sermaye birikimi süreçlerinin incelenmesi için öncelikle bölüşüm sorununun ele alınması ve klasik-Marksist analizde olduğu gibi, artık kavramı ile artığın toplumsal sınıflar arasında nasıl bölüşüldüğünün incelenmesi önem kazanır (Roncaglia, 1977: 374; Garegnani, 1984: 291-294; Pasinetti, 1999: 9-11). Keynes'in yatırım ve sermaye birikimi süreçlerini incelerken klasik iktisatçıların vizyonunu benimsediğini ve bir yandan kar bekleyişlerinin sermaye birikimi süreci üzerindeki, öte yandan sermaye birikiminin kar oranı üzerindeki etkilerini irdelediğini söylemek mümkündür. Ancak parasal bir üretim ekonomisinde belirsizlikler nedeni ile hem sermaye birikimi sürecinin sonuçlarının önceden kestirilmesinin mümkün olmadığına ve hem de bölüşüme ilişkin genellemeler yapmanın zor olduğuna işaret eden Keynes, sermaye birikimi sürecinin önemli ölçüde spekülatif bir süreç olduğunu belirtmiştir (Shapiro, 1978: 211-213; Ertürk, 1996: 383).

Keynes öncesinde üretimin ücret ve kar arasındaki bölüşümünü açıklayan bölüşüm teorilerini esas olarak iki büyük grupta toplamak mümkündür. Bunlar klasik-Marksist iktisadi düşünce okulunun bölüşüm teorileri ile temel olarak marjinal verim analizine dayalı olan neoklasik iktisadi düşünce okulunun bölüşüm teorileridir (Özel, 2001: 27-33). Ancak önemli bir iktisatçı olan Robinson bölüşüm teorilerini üç gruba ayırmaktadır. Robinson'a göre birinci grupta reel ücreti teknik bir veri olarak kabul eden Smith ve Ricardo gibi klasik iktisatçılar yer alır. İkinci grupta sınıf mücadelesindeki güç dengesinin sonucuna göre belirlenen sömürü oranı veya net kar-ücret oranına dayalı bir bölüşüm teorisini savunan Marx bulunur. Üçüncü grupta uzun dönemde normal karı veri alıp reel ücretin marjinal verime göre ve bir kalıntı olarak belirleneceğini savunan Marshall'ın bölüşüm teorisi yer alır (Robinson, 1970: 152). Robinson'un marjinal verim analizine dayalı olan bir ortodoks neoklasik bölüşüm teorisine yaptığı sınıflamada yer vermiyor olması dikkat çekici bir durumdur. Robinson bölüşüm teorileri ile ilgili yaptığı guruplandırmada Keynes'in bölüşüm teorisine açıkça değinmemektedir.

Bu makalenin amacı Keynes'in bölüşüm analizinin Marshall'a ve bu nedenle bir anlamda klasik iktisadi analize daha yakın bir bölüşüm analizi olup olmadığını inceleyip irdelemektir. Bu bağlamda makale Keynes'in bölüşüm analizini, klasik-Marksist bölüşüm analizi ile marjinal verim analizine dayalı olan neoklasik bölüşüm analizi temelinde inceleyip değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Birinci bölümde klasik-Marksist düşünce okulunun bölüşüm analizi ile neoklasik iktisadi düşünce okulunu temsil eden önemli bazı iktisatçıların bölüşüm analizleri ele alınıp incelenecektir. İkinci bölümde temel olarak neoklasik iktisadi düşünce okulu içinde yer almakla birlikte, bölüşüm teorisi diğer neoklasik iktisatçıların bölüşüm teorilerinden önemli ölçüde farklı olan Marshall'ın bölüşüm analizi incelenip değerlendirilecektir. Üçüncü ve son bölümde Keynes'in bölüşüm analizi incelenecektir. Bu bölümde; geleceğe ilişkin kar beklentilerini yansıtan sermayenin marjinal etkinliği, müteşebbislerin yatırım yapma güduları ve bankacılık sistemi ile finansal kurumlar tarafından belirlenen faiz oranının belirlediği efektif talebin, gerçekleşen kar ve ücret oranını belirlemekteki önemli rolü irdelenecek ve Keynes'in bölüşüm analizinin bir yandan klasik-Marksist bölüşüm teorilerine öte yandan Marshall'ın bölüşüm analizine ne ölçüde yakın bir konumda (Robinson, 1964: 145-146; Robinson, 1970: 152; Bhaduri&Robinson, 1980: 107) olduğu gösterilmeye çalışılacaktır. Sonuçta Keynes'in bölüşüm analizinin hangi iktisadi düşünce okulu içinde yer aldığı tartışılıp değerlendirilecektir.

I. KLASİK-MARKSİST ve NEOKLASİK BÖLÜŞÜM TEORİLERİ

I.1 Klasik-Marksist Bölüşüm Teorileri

Klasik-Marksist iktisadi düşünce okulu iktisatçılarının önde gelen iki üyesi olan A.Smith ve D.Ricardo'nun bölüşüm teorileri reel ücretin, değer analizinden önce ve değer analizinin dışında belirlendiğini kabul eder. Gerek Smith ve gerek Ricardo'nun bölüşüm analizinde, reel ücret değer analizinden önce ve değer analizinin dışında asgari (minimum) geçim düzeyinde belirlenen teknik bir veri olarak alınır. Reel ücret, fiili (effectual) talebin belirlediği üretim miktarları ve üretim bileşimi ile üretimin teknik katsayıları veri parametreler olarak kabul edildiğinde, fiyatlar (değerler) ile kar oranı serbest rekabete ve veri parametrelere bağlı olarak belirlenir (Eatwell, 1977: 62; Tanyeri, 1984: 22-23; Garegnani, 1984: 292-294; Mongiovi, 1991: 25). Böyle bir yaklaşım sonucu kar oranı veri alınan ücret düzeyine göre belirlenen ve bir kalıntı (residual) olarak bulunur.

Smith *Ulusların Zenginliği* isimli kitabının ücretler üzerine açıklamalar yaptığı bölümünde, ücretlerin işçiler ile işverenler arasındaki pazarlık sonucunda belirlendiğini yazar. Belirlenen ücret oranının işçiyi ailesi ile birlikte

geçindirmeye yeten bir ücret olması gerekir (Smith, 1776: 64-65). Bu ücret oranının en azından geçinmeye imkan veren bir biyolojik asgari düzeyde olduğu genel olarak kabul edilir.

Ricardo *Ekonomi Politikin İlkeleri* isimli kitabının ücretleri incelediği bölümünde, emeğin doğal fiyatı olan ücretin işçilerin 'geçinebilmeleri ve nesillerini herhangi bir artma veya azalma olmaksızın sürdürebilmeleri için gerekli olan' (Ricardo, 1817: 85) bir ücret olacağını belirtir. Ancak ücretin asgari düzeyinin 'sabit ve kalıcı' olmadığı ve 'aynı ülkede farklı zamanlarda değişik olabileceği gibi, değişik ülkeler arasında da ... çok büyük farklılıklar' gösterebileceğini ve bu anlamda ücretin zaman içinde ve işçilerin içinde yaşadıkları toplumlara göre ve insanların alışkanlıkları ile geleneklerine, kültürel ve iktisadi gelişmişlik düzeyine göre değişebileceğini belirtir (Ricardo, 1817:88; Mongiovi, 1991: 33). Ancak belirli bir ülkede ve belirli bir zamanda ücret oranının, kültürel ve iktisadi unsurları da içeren, belirli bir asgari geçimlik düzeyde veri olarak alınabileceği kabul edilir.

Toplam üretimden ücretlere ayrılan pay, ücret oranına göre hesaplanıp çıkarıldığında geriye rant ve kardan oluşan artık kalır. Artık veya net ürün rant ve kar arasında bölüşülecektir. Ricardo'ya göre rant tarımsal üretimde kullanılan toprakların kıt ve farklı verimlilikte olmasından kaynaklanır. Tarımsal üretim arttırılmak istendiğinde ya daha önce üretimde kullanılmayan topraklar tarımsal üretim için kullanılmaya başlanacak veya halen kullanılan topraklar daha yoğun bir sermaye ve emek kullanımı ile işlenmeye başlanacaktır. Her iki durumda da toprakta azalan verim ortaya çıkacak ve azalan verim dolayısı ile toprak rantı oluşacaktır. Ricardo'ya göre rant toprakta gözlenen azalan verimin bir sonucudur ve en kötü kalitedeki toprak veya yoğun kullanım marjında üretilen marjinal ürün rant getirmez. Rant bu şekilde ürün değeri ve toplam üretim dışında tutulur ve rant ödenmeyen üretim ücret ile kar arasında bölüşülür. Ücret oranına göre belirlenen toplam ücretler rant ödenmeyen üründen çıkarıldığında geri kalan kar payı olacaktır (Tanyeri, 2000: 4-6).

Klasik-Marksist iktisadi düşünce okulunun bir diğer önemli üyesi olan Marx ise, bölüşümün sınıf mücadelesinin bir sonucu olarak belirlendiğini benimsemiş ve temel olarak asgari geçim düzeyinde oluşan bir ücret teorisi ile bir artık değer teorisi geliştirmiştir. Marx'ın bölüşüm teorisi de, değer analizinden önce ve değer analizinin dışında belirlenen bir ücret teorisine dayalıdır. Marx da Smith ve Ricardo gibi, temel olarak ücretin asgari geçim düzeyinde belirleneceğini kabul eder. Bu asgari geçim düzeyinin alt sınırı işçilerin fiziksel olarak geçimlerini sağlamaya imkan veren bir düzeydir. Ücret oranı bu fiziksel asgarinin altına inemez. Fiziksel asgari geçim düzeyi, ücret oranının düşebileceği en az ücret düzeyini gösterir. Ücret oranı fiziksel asgari

geçimlik düzey dışında, işçilerin içinde yaşadıkları ülkenin tarihsel ve iktisadi gelişme düzeyi ile mücadele güçlerine bağlı olarak oluşan bir geleneksel yaşam standardına göre belirlenir. Bu anlamda ücret oranının mutlak anlamda sabit olmadığı ve ülkeden ülkeye değişebileceği gibi aynı ülkede zaman içinde de değişebilen bir oran olduğu kabul edilir (Baumol, 1983:303-305). Ancak Marx'ın analizinde de belirli bir ülkede ve belirli bir zamanda ücret oranının veri alınmasına imkan veren belirli bir düzeyde belirlendiği ve ücret oranının değer analizi için bir parametre olarak kabul edildiği söylenebilir.

I.2. Neoklasik Bölüşüm Teorileri

Temel iktisadi sorunu veri iktisadi kaynakların etkin kullanımı sorunu olarak kabul eden neoklasik iktisadi düşünce okulunun teorik modeli bir 'saf mübadele' modelidir (Pasinetti, 1977: 24; Tanyeri, 1984: 9) Bu bağlamda neoklasik iktisatçılar üretim ve sermaye birikimi konusunu analizlerinde arka plana iterek tüketicilerin rasyonel davranışları ve denge durumu ile ilgilenmişlerdir (Robinson, 1971: 4-5; Pasinetti, 1977: 24-25). Bu modelin temel analiz aletleri, sınırdaki ve çok küçük değişimler ile etkin kullanıma imkan veren denge durumunun nasıl oluştuğunu incelemek için oluşturulan marjinal kavramlara dayalı aletlerdir. Saf mübadele modeli daha sonra üretim sürecini de içerecek biçimde genişletilmiştir. Mübadele modeli üretim sürecini de içerecek biçimde genişletilirken, klasik iktisadi analizin temel kavramı olan nesnel reel üretim maliyeti kavramını yeniden tanımlamak gerekmiştir. Neoklasik öznel fiyat teorisi, reel üretim maliyeti yerine bir malın maliyetini aynı kaynaklarla üretebileceğimiz başka malları üretmediğimiz için ortaya çıkacak fayda kaybı olarak tanımlamış ve maliyeti fırsat maliyeti veya alternatif maliyet olarak nitelendirmiştir (Stigler, 1941: 159; Tanyeri, 1984: 17). Mübadele modeli üretimi de içerecek biçimde genişletilirken, 'faktörler arası ikame' ve 'marjinal verim' gibi kavramların kullanılması da gerekli olmuştur. Ayrıca ücret oranı ile kar oranı, diğer fiyatlar gibi birer fiyat olarak kabul edilmiş ve bu fiyatlar 'işgücü' ile 'sermaye'nin etkin kullanımını sağlayan kıtlık endeksleri olarak görülmüştür (Pasinetti, 1977: 25-26) Böyle bir yaklaşımı benimseyen neoklasik iktisadi düşünce okulunun önde gelen iktisatçılarının bölüşüm teorileri, faktörlerin marjinal verimlerine dayanan bölüşüm teorileri olmuştur.

Buna karşılık bir başka önemli neoklasik iktisatçı olan A. Marshall'ın bölüşüm teorisinin, bölüşüm teorilerini bu alt bölümde irdedeceğimiz diğer bazı neoklasik iktisatçıların bölüşüm teorilerinden önemli ölçüde farklı olduğu söylenebilir. Zira Marshall'ın bölüşüm teorisi, marjinal verim analizine dayalı bir bölüşüm teorisi gibi görülse bile, reel üretim maliyeti kavramından vazgeçmeyen ve fiyat analizi yapabilmek için veri olarak alınması gereken ve uzun dönemde 'normal kar'a eşitlenecek bir kar oranına ihtiyaç duyan bir bölüşüm teorisi gibi görülmektedir. Bu anlamda Marshall'ın bölüşüm teorisinin

marjinal verim analizini dışlamayan, ancak bölüşüm paylarından biri olan kar oranını klasik-Marksist iktisatçıların bölüşüm teorilerine benzer bir biçimde dışsal bir veri olarak kabul eden bir teori olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle Marshall'ın bölüşüm teorisinin irdelenmesini ikinci bölüme bırakıp Marshall dışında kalan diğer bazı önemli neoklasik iktisatçıların bölüşüm teorilerini kısaca inceleyip değerlendireceğiz.

Marshall dışında kalan neoklasik iktisatçılardan Jevons'un üretim ve bölüşüm analizinde, temel olarak klasik iktisatçılardan ayıramadığı ileri sürülmekle beraber, klasik iktisatçıların ücret teorisine karşı çıktığını ve ayrıca alternatif maliyet kavramını da benimsediğini görüyoruz. Bu bağlamda Jevons'un tamamlanmamış bir marjinal verim analizine dayalı olan bir bölüşüm teorisine yakın durduğu söylenebilir (Stigler, 1941: 13-29; Schumpeter, 1954: 826; Hutchison, 1973: 179-180 ve 189-190). Bu çerçevede Wicksteed'in marjinal analizi rasyonel davranışın her türünü kapsayacak biçimde genişlettiği ve maliyet kavramını fayda teorisine dayanan neoklasik öznel fiyat teorisi ile tutarlı olacak bir biçimde geliştirdiği ileri sürülmektedir (Stigler, 1941: 39).

Avusturya okulunun kurucusu sayılan Menger'in marjinal fayda analizine dayalı öznel fiyat teorisinin, bölüşüm teorisini içerecek biçimde geliştirilmiş bir teori olduğu söylenebilir (Stigler, 1941: 135-141). Bu bağlamda Menger, daha yüksek dereceli mallar olarak kabul ettiği üretim faktörlerinin fiyatlarının, üretimine katkıda buldukları nihai tüketim mallarının tüketicilere sağladığı faydaya bağlı olarak belirlendiğini savunarak 'marjinal fayda ilkesi'ni maliyetleri kapsayacak biçimde genişletmiş ve saf iktisatın temel ilkesi durumuna getirmiştir. Bu nedenle Menger ve Menger'i takip eden Wieser ve Böhm-Bawerk gibi Avusturyalı iktisatçıların marjinal fayda analizine dayanan öznel fiyat teorisinin geliştirilmesinde önemli bir yere sahip oldukları kabul edilmektedir (Stigler, 1941: 135-141, 158-159 ve 179; Schumpeter 1954: 909-917; Dobb, 1973: 189-191). Öznel fiyat teorisinin geliştirilmesi ile birlikte bölüşüm paylarından birinin fiyat analizinden önce ve fiyat analizinin dışında belirlenmesi gereği de ortadan kaldırılmış olmaktadır.

Üretim faktörlerinin ve bu faktörlerin üretim sürecine sundukları hizmetlerin fiyatlarının piyasalarda arz ve talebe göre belirlendiğini kabul eden Walras'ın analizinde, her hangi bir üretim faktörünün üretim sürecine arz ettiği hizmet bu hizmete olan talepten fazla ise bu hizmetin fiyatının, faktörler arasında ikame edilebilirlik yok ise, sıfır olması gerekir. Üretim faktörünün üretime sunduğu hizmetinin fiyatının sıfıra düşmeden azalabilmesi için üretim faktörleri arasında ikame edilebilirlik mevcut olması gerekir. Faktör ikamesi diğer faktörler sabit iken bir faktörün üretimde kullanılan miktarının artması anlamına gelir. Üretimde kullanılan faktörlerden sadece birinin miktarı artıyor iken, kullanımı artan faktörün getirisi, yani üretim miktarında yaratacağı artış,

giderek azalacaktır. Bu durum faktörün marjinal veriminin azalması anlamına gelir (Robinson, 1971: 7). Ancak Walras'ın kitabında marjinal verim teorisine açıkça değinmediği görülmektedir (Stigler, 1941: 259). Buna rağmen faktörler arası ikamenin varlığı kabul edildiğinde marjinal verim analizine doğru gidiliyor demektir.

Faktörler arası ikame, denge durumunda ortaya çıkacak üretim faktörleri oranı civarında, her bir faktörün (faktör hizmetinin) fiyatının, o faktörün marjinal ürününün değerine eşit olmasını sağlayacaktır. Marjinal ürünün değerlerinin belirlenmesinde kullanılacak fiyatlar, öznel fiyat teorisine göre marjinal fayda analizine dayandığı için ve dayandığı ölçüde, faktör maliyetlerinin de fırsat maliyetleri olarak kavramsallaştırılmış olmalarını gerektirecektir. Walras'ın analizinde faktör donanımı, faktörlerin bölüşümü, zevk ve tercihler ile teknoloji düzeyi veri alındığı için, faktörlerin üretime sundukları hizmetlerin fiyatları; marjinal fiziki verimlerine, göreceli kıtlıklarına ve taleplerine göre belirlenecektir. Bu çerçevede malların marjinal faydalarının fiyat analizinde egemen duruma gelmesi kaçınılmaz hale gelir. Böyle bir durumda, bir faktörün fiyatının o faktörün marjinal ürün değerine eşit olması, marjinal verim analizinin temel sonucu olarak ortaya çıkacaktır. Walras'ın kitabında sunduğu analizde, faktör donanımına göre veri alınan sermaye mallarının toplulaştırılması (aggregation) gerekmediği için, sermaye değerinin belirlenmesi ve sermaye değeri üzerinden hesaplanan bir genel kar oranının hesaplanması söz konusu olmaz (Robinson, 1971: 8). Genel bir kar oranı yerine, bir firma tarafından kullanılan her bir sermaye malının üretken hizmetine göre belirlenen farklı bir getiri oranı söz konusu olur.

Marjinal verim analizine dayalı bölüşüm teorisinin geliştirilmesinde K. Wicksell'in de önemli katkıları olmuştur (Robbins, 1934: xiii; Stigler, 1941: 261-265). Wicksell önce 1893 de yazdığı *Value, Capital and Rent* isimli kitabında (Wicksell, 1893) ve daha sonra 1900 yılında yazdığı bir makalesinde (Wicksell, 1900) marjinal verime dayalı bölüşüm teorisinin geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Wicksell bu çalışmalarında, rant ve ücretin her bir işletmede ve toplam ekonomi düzeyinde toprak ve işgücünün marjinal verimliliğine göre belirleneceğini savunmuştur. Ancak bir üretim faktörü olarak sermaye hizmetinin fiyatı olan faizin, sermaye hizmetinin marjinal verimine göre belirlenmesi sadece tek tek işletmeler için ve ücretler ile rant veri iken geçerli olacağını belirtmiştir. Ekonominin tamamı için toplulaştırılmış sermaye kavramına gerek duyulur. Toplulaştırılmış sermayenin marjinal verimini bulabilmek için sermaye değerinin hesaplanması ve bu hesaplamayı yapabilmek için de faiz oranının bilinmesine ihtiyaç duyulur. Böyle olunca dögüngsel bir akıl yürütme (circular reasoning) içine düşülmektedir. Bu nedenle Wicksell ekonomide geçerli olan genel bir getiri oranına veya genel bir faiz oranına,

marjinal verim analizi ile ulaşılamayacağını belirtir (Wicksell, 1900: 106-108; Wicksell, 1901: 147-150).

Bir firma bütün üretim faktörlerini marjinal verimlerine göre ödüllendirirse, toplam hasıla tam olarak tükenir mi? soruna matematiksel olarak verilen yanıt marjinal verim analizine dayalı bölüşüm teorisinin tamamlanmasında önemli bir yere sahiptir. Bu sorunun çözülmesinde Wicksell ve Edgeworth'un önemli çabaları olmakla birlikte, sorunu 1894 yılında yazdığı bir kitapta açık olarak ortaya koyan Wicksteed olmuştur (Stigler, 1941: 320-321). Üretim faktörlerine (faktör hizmetlerine) marjinal verimlerine göre ödeme yapıldığında, faktörlere yapılan ödemeler toplamının üretilen ürüne eşit olması için üretim fonksiyonunun doğrusal homojen bir fonksiyon olması gereği, doğrusal homojen fonksiyonlara ilişkin Euler teoreminin yardımıyla, Flux'ın katkıları ile ortaya konmuştur (Robinson, 1934: 398-405; Stigler, 1941: 321-336). Böyle bir sonuca ulaşmak için firma açısından optimum ölçeğe ve minimum ortalama maliyetlere ulaşılmış olması gerekir.

Girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edildiğinde, girişimcinin üretime sunduğu hizmetin ödülü ne olacaktır? Bu soruyu yanıtlarken ilk olarak Walras ve Wicksell'i takip ederek girişimcinin stratejik karar alma gibi özel bir işlevi olmadığı sadece üretimi örgütleyip gerçekleştiren bir kişi olduğu varsayılabilir. Statik koşullarda böyle bir varsayıma itiraz edilmesi söz konusu olamaz. İkinci olarak her firmanın bölünemez bir girişimci faktörüne sahip olduğu ve girişimcinin arz fiyatının üretim miktarından bağımsız olarak belirlendiği varsayılabilir. Üçüncü olarak ise girişimcilik hizmeti miktarı sabit kabul edilmez ve stratejik karar alma hizmeti olarak görülen girişimci hizmetinin bu hizmet fiyatının değişmesine göre değişebildiği varsayılabilir. İlk iki durumda firma açısından girişimcinin marjinal verimi fikri anlamsız bir fikir olacaktır. Üçüncü durumda girişimci hizmetinin marjinal verimine göre değişen miktarlarda arz edileceği düşünülebilir. Ancak bu üç varsayımın da önemli ölçüde gerçek dışı varsayımlar olduğu söylenebilir. Bu üç varsayımdan hangisi kabul edilirse edilsin Euler teoreminin marjinal verim analizi için öngördüğü ölçeğe göre fiziksel sabit getiri koşulu, Walras ve Wicksell'in varsaydıkları gibi, denge durumunda, 'normal kar'ın sıfır olması düşüncesini tartışmanın temel taşı durumuna getirir (Robinson, 1934: 404-406).

Marshall'ın kapalı olarak da olsa kabul ettiği gibi (Marshall, 1969: 299-301 ve 352 n.1), minimum ortalama maliyetler içinde sıfırdan büyük bir 'normal kar' var ise, rekabetçi dengenin sağlanması ortalama maliyetin minimum olmasını gerektirdiği için, ortalama maliyetler minimum duruma ulaştığında, firmanın ölçeğe göre fiziksel sabit getiri durumunda olması genel olarak mümkün değildir. Zira sıfırdan büyük bir normal karın varlığı durumunda ölçeğe göre sabit getiriden ancak parasal terimler ile söz edilebilir

(Robinson, 1934: 406). Değer terimleri ile ölçeye göre sabit getiriden söz edilebilmesi için ise, malın fiyatının bilinmesi gereklidir. Böyle bir durumda bölüşüm teorisi reel analizin sınırları dışına çıkacak ve parasal bir analiz gerekli kılacaktır.

II. MARSHALL'IN BÖLÜŞÜM ANALİZİ

Marshall'ın bölüşüm analizi uzun dönem maliyetleri içinde sıfırdan büyük bir 'normal kar'ın yer aldığını kabul eder. Nasıl belirlendiği açık bir biçimde ortaya konmayan 'normal kar', işadamlarının içinde çalıştıkları sanayi kolunda üretim kapasitesini, normal oranda kullanmalarına ve üretimi devam ettirmelerine imkan veren bir kar oranıdır. Marshall'ın örtük bir biçimde de olsa karı faiz dışında elde edilen bir kazanç olarak kabul ettiğini söyleyebiliriz. Marshall'a göre normal karın fiyat analizine dışardan verildiğini de ileri sürmek mümkündür (Marshall, 1969: 511-516; Robinson, 1971: 13-14).

Marshall'ın analizinde sıfırdan büyük bir normal karın varlığı ekonominin mutlak bir durgunluk içinde olmasını engeller. Marshall'a göre çağdaş kapitalizm sürekli gelişme ve değişme içindedir (Robinson, 1971: 13). Zira durağan durumu (stationary state) üretimin, tüketimin, bölüşümün ve mübadelenin genel koşullarının hareketsiz kaldığı bir durum olarak tanımladıktan hemen sonra durağan durumun hareket dolu olduğunu belirtir. İçinde yaşadığımız dünyada iktisadi değişkenler sürekli değişme ve karşılıklı etkileşim içindedirler. Bu değişkenler değişen talep hacmine göre sürekli olarak değiştikleri gibi talep hacmini de sürekli olarak değiştirirler.(Marshall, 1969: 305-306). Bütün bu değişmeler ve karşılıklı etkileşimler sermaye birikimi süreci içinde gerçekleşir. Bunun içindir ki Stigler, Marshall'ın analizinin iki önemli özelliğinden birinin tarihsel iktisadi gelişmelere en az durağan duruma ilişkin teorik analizler kadar önem vermesi olduğuna işaret etmiştir (Stigler, 1941: 62).

Marshall'ın durağan duruma ve normal kara ilişkin görüşlerini belirttikten sonra faizi nasıl açıkladığını irdelemek gerekir. Marshall sermaye arzının kaynağı olarak görülen tasarrufların gelenekler, belirsizlikler karşısında güven sağlama ve aile sevgisi gibi nedenlerle yapıldığını ileri sürer. Marshall'a göre tasarrufları yapan kişilerin faize, yani tüketimden vazgeçmenin veya beklemenin (waiting) ödülüne hak kazandıkları söylenebilir. (Marshall, 1969: 193; Robinson, 1971: 13). Faiz, aynı zamanda, genel satın alma gücü olan parasal veya 'serbest' sermayenin yeni yatırımlara dönüşmesinden beklenen net kazanç için kullanılan bir deyimdir. Öte yandan Marshall'ın, sermayenin kullanım fiyatı olarak faiz oranını, toplulaştırılmış sermaye talebini toplulaştırılmış sermaye arzına eşitleme eğiliminde olan bir fiyat olarak gördüğü de

söylenbilir (Marshall, 1969: 443). Böyle ise Marshall'ın faiz konusunda marjinal verim analizine benzer bir yaklaşım içinde girdiği ileri sürülebilir

Marshall faizi bir sermaye malının reel getirisi olarak gördüğünde marjinal verim analizine yaklaşan bir tutum içindeymiş gibi görülebilir. Ancak faiz oranı, sermaye para olarak veya genel satın alma gücü olarak 'serbest' durumda iken, sermayeden elde edilmesi umulan net parasal gelirin satın alma gücünü temsil eden parasal sermayeye oranı olarak tanımlandığı zaman (Marshall, 1969: 341), Marshall'ın görüşünün farklı bir biçim aldığı ileri sürülebilir. Parasal veya 'serbest' sermaye yatırımlar yolu ile reel sermayeye dönüştürüldüğünde, reel sermayenin parasal değeri, bu sermayenin ömrü boyunca getirmesi beklenen net gelirin kapitalize edilmesi durumu hariç bilinemez. Beklenen net gelirin kapitalize edilebilmesi için ise faiz oranını bilmek gerekir. Böyle olunca Marshall'a göre reel sermayenin marjinal verimi ile faiz oranı arasında bir ilişki kurulması döngüsel akıl yürütmeyi gerektirdiği için mümkün olmaktan çıkar (Marshall, 1969: 430; Stigler, 1941: 104-107). Bunun içindir ki Marshall, parasal veya 'serbest' sermaye yatırımlar yolu ile sabit sermayeye dönüştüğünde, reel sermayeye yapılan ilaveler olan yeni yatırımların kazancı olarak görülebilen faiz yerine, rant-benzeri deyimini tercih eder. Zira kısa dönemde fiyatı sadece değişken maliyetler belirleyecek ve sabit sermayenin kazancı ranta benzer bir kazanç olacaktır (Marshall, 1969: 341; Stigler, 1941: 95).

Faiz dışında kalan bir kazanç olarak görülen ve girişimci kazancı olarak tanımlanan karı, Marshall 'yönetim kazancı' olarak tanımlar. Yönetim kazancı içinde ise örgütlenme ve yönetici ücreti ile bir geri kalan (residual) olan saf kar veya 'net yönetim kazancı' bulunur (Marshall, 1969: 62 ve 261; Stigler, 1941: 100). Bazen kar oranı ile faiz oranının aynı olduğu düşüncesi de ileri süren Marshall (Marshall, 1969: 349; Robinson, 1971: 27-28), sermaye birikimini yöneten itici gücün mali sermaye sahiplerinin tasarrufları olmadığını, tersine işadamlarının enerjilerinin ve stratejik kararları alma güçlerinin veya girişimcilik güçlerinin olduğunu savunur (Marshall, 1969: 232-234, 248, 295, 341 ve 495; Robinson, 1971: 14; Tanyeri, 1985: 356-357).

Marshall'ın kitabında benimsediği analiz, mutlak durgunluktan çok göreceli durgunluğu öngören ve mutlak bir denge analizi yerine, zaman içinde sürekli bozulup yeniden kurulan bir 'eğreti denge' kavramını ön plana çıkaran bir analizdir. Marshall'ın, bir yandan mutlak durgunluk durumunda geçerli olabilecek olan ve marjinal verim analizine dayanan bir bölüşüm teorisine, öte yandan iktisadi değişmeye imkan sağlayan ve fiyat analizi dışında belirlenip fiyat analizine bir parametre olarak verilen kar oranı kavramını içeren bir bölüşüm teorisine yakın gibi görünmesi, mutlak bir durgunluk yerine göreceli durgunluğa işaret eden ve muğlak bir biçimde tanımlanan 'durağan durum'

kavramına dayalı olan bir analizi benimsemesi dolayısı ile yadırganmamalıdır. Bu bağlamda fiyat analizi dışında belirlenen ve fiyat analizinde veri alınan bir kar oranının nasıl belirlendiğini Marshall'ın açık olarak ortaya koymadığını (Robinson, 1971: 14) tekrar belirtmek gerekir. Marshall'ın analizi bir yandan saf teoriyi dışlamayan, öte yandan tedrici bir değişmeyi anlamaya ve anlatmaya çalışan bir analizdir. Marshall'ın özellikle talep analizi yaparken marjinal analize yakın görülmesi, buna karşılık belki de klasik iktisatçılara duyduğu saygı dolayısı ile klasik iktisatçıların kullandığı reel üretim maliyeti analizinden de vazgeçmemesi (Stigler, 1941: 63-64), içinde yaşadığı iktisadi hayatı anlamaya çalışma çabasının sonucu olan eklektik bir tutum olarak görülebilir. Bu tutumun, fiyat belirlenmesi sürecinde reel üretim maliyetlerine verilen önemden kaynaklandığına işaret etmek gerekir. Bu bağlamda Marshall, bütün iktisadi güçlerin sonuçlarının alındığı uzun dönem (Marshall, 1969: 514) durağan durumunda, üretim maliyetinin normal fiyatı yönettiği görüşünü (Marshall, 1969: 305) ileri sürmekten bile çekinmemiştir. Üretim sürecinde işçilerin sarf ettikleri gayret ve çabalar ile parasal sermaye oluşturma fedakarlığı olan 'bekleme', malın reel üretim maliyeti içinde yer alan iki temel unsurdur (Marshall, 1969: 282; Dobb, 1973: 113 ve 170).

Marshall işgücünün bedeli olan ücretin belirlenmesini işgücü arzı ve işgücü talebini inceleyerek açıklamaya çalışır. Ücret belirlenmesi analizinde marjinal analize önemli ölçüde yer veriyor olsa bile, bu analiz ile bir ücret teorisine ulaşamayacağını da savunur. İşgücü arzının incelenmesinde Jevons'un yaklaşımına benzer bir yolu izleyen Marshall'a göre, işgücünün marjinal zahmeti (disutility) bir günde çalışılan zaman süresi arttıkça artacaktır. Kısa dönemde ekonomideki mevcut işçi sayısı veri iken, işçilerin çalışma süreleri veya işgücü arzı, ücret arttıkça genel olarak artma eğilimi içinde olacaktır. O halde belirli bir süre çalışma için gereken işgücü fiyatı olan ücret, birim işgücünün arz fiyatını oluşturur. Marshall çalışma süresi veya işgücü talebinin, işçinin çalışma süresi arttıkça ürettiği mal miktarında ortaya çıkacak artışa yani marjinal ürüne göre belirlendiğini belirtir. Her farklı işgücünün ücreti marjinal ürüne veya marjinal işçinin net ürününe eşit olma eğiliminde olacaktır (Marshall, 1969: 116-119 ve 427-429; Stigler, 1941: 97-99). Marshall bu analizin bazen ücret teorisi olarak kabul edildiğini, ancak böyle bir kabul için gerekli bir temelin olmadığını da belirtir. Zira bir işçinin ücretinin, çalışma süresi içinde ürettiği net ürüne eşitlenme eğiliminde olduğunu söyleyebilmek için, malın üretilmesi amacıyla ücret dışında yapılan bütün üretim harcamalarının veri kabul edilmesi gerekir. Bu kabul ücretin belirlenebilmesi, üretimde kullanılan diğer bütün üretim faktörlerinin fiyatlarının bilinmesini gerektirdiği için bizi döngüsel akıl yürütmeye götürür. Bu nedenle yukarıda yapılan analizin bir ücret teorisi olarak kabul edilmesi uygun görülmez (Marshall, 1969: 430; Garegnani, 1978: 35). Bu bağlamda Robinson'un ünlü iktisatçı Samuelson'a işgücünün marjinal verimini tanımlarken neyi sabit

tuttuğunu sorduğunda ‘...işgücü dışındaki fizik girdilerin veya kar oranının’ sabit tutulduğunun belirtilmesi (Robinson, 1970: 145), Marshall’ın bu konudaki düşüncelerini doğrulayan bir cevap olarak görülebilir. Ayrıca önemli bir neoklasik iktisatçı sayılan Hahn’ın ‘...işgücünün marjinal ürünü reel ücreti belirler...’ gibi bir cümlemin anlamsızlığına ve sermayenin marjinal ürününün kar oranına eşitleme eğiliminde olduğu gibi bir önermeye neoklasik iktisatçıların itibar etmedikleri görüşünü belirtmekte de fayda vardır (Hahn, 1982: 361-362).

Demek oluyor ki Marshall işgücü ücretinin marjinal verim analizine dayalı olarak belirlenebilmesi için, iki faktörlü bir üretim sürecinde diğer üretim faktörü olan sermayenin sahipliğini, profesyonel işletme yöneticiliğini ve girişimciliği temsil eden, işadaminin kazancı veya kar oranının önceden belli olması ve veri alınması gerektiğini ileri sürmektedir. Bu bakımdan Marshall’ın klasik iktisatçıların değer teorilerinde veri aldıkları reel ücret yerine, kar oranının veri alınmasını öngördüğü kabul edilebilir.

III. KEYNES’İN BÖLÜŞÜM ANALİZİ

Keynes’in iktisadi analizi temel olarak parasal bir kısa dönem analizi olduğu için, bölüşüm analizi de kısa dönemde efektif talebe göre belirlenen parasal bir analizdir. Buna karşılık neoklasik iktisatçıların bölüşüm teorileri uzun dönem durağan duruma ilişkin ‘reel’ bölüşüm teorileridir. Durağan durum, Marshall dışında kalan neoklasik iktisatçıların çoğu için olduğu gibi Walras için de, mutlak durgunluğu anlatan durgun (statik) bir durum olarak kabul edilmiştir. Marshall kendi benimsediği analizin gereği olarak durağan durumu hem mutlak durgunluk gibi, hem de hareket dolu görel bir durgunluk olarak görebilmiştir. Ancak durağan durum görel bir durgunluk olarak görüldüğü zamanlar bile, uzun dönem normal değer analizinin gerekleri açısından, mutlak durgunluğu andıran bir biçimde kullanılabilmiştir.

Bütün neoklasik iktisatçılar gibi Marshall da geleneksel ‘uzun dönem durumları’ni temel alan bir yöntemi benimser. Bu yöntem yaptığı güçlü soyutlama ile; görel fiyatları, bölüşümü, istihdam ve gelir düzeyini belirleyen iktisadi güçlerin kalıcı, düzenli ve sürekli olan güçler olduğunu kabul eder. Uzun dönemde başat (dominant) tekniğe göre kullanımda olan sermayenin arz fiyatı üzerinden belirlenen genel ve tekdüze (uniform) bir kar oranı bulunur. Geçici, düzensiz ve keyfi iktisadi güçlerin uzun dönem denge durumunu etkilemedikleri ve ihmal edilerek analiz dışında tutulabilecekleri varsayılır. Uzun döneme ilişkin saf teori böyle bir analiz yöntemine dayalı olarak oluşturulur. Kısa dönemde başat tekniğe göre kullanımda olan veri sermaye yapısı efektif talebe uygun olmadığı sürece ekonomide genel ve tekdüze bir kar

oranının oluşması mümkün olmaz (Garegnani, 1976: 130-133; Milgate, 1982: 11-12 ve 19-26).

Geleneksel uzun dönem denge yöntemini benimseyen klasik ve neoklasik iktisatçılar, paranın geçici, düzensiz ve keyfi güçler içinde yer aldığını ve parasal faiz oranının uzun dönem denge durumunu etkilemediğini varsayarlar. Buna karşılık Keynes'in faiz teorisi, parasal faiz oranının geleceğe ilişkin iktisadi beklentiler ve likidite tercihi ile bankalar ve finansal kurumların davranışlarına göre belirlendiği düşüncesini benimser (Keynes 1937b: 217-221). Bir maliyet unsuru olan ve üretim sisteminin dışında belirlenen faiz oranının, hem görelî fiyatları ve hem de işadamlarının elde etmeyi umdukları kar oranını etkilediği için; kalıcı, düzenli ve sürekli güçler arasında yer alması gerektiği söylenebilir (Pasinetti 1974: 47; Milgate 1982: 91; Minsky 1985: 29-30; Panico, 1988: 124-126). Ancak görelî olarak daha yavaş değişebilen reel değişkenlerin tersine, geleceğe ilişkin beklentiler ile para ve finans piyasalarındaki arz ve talep koşulları görelî olarak daha hızlı bir biçimde değişebilmektedir. Bu görelî hızlı değişimler karşısında parasal faiz oranı da daha çabuk değişebilen bir değişken konumuna gelir. Para, parasal faiz oranını etkileyerek sermaye malları talebini etkilediği için sermaye birikimi sürecini de önemli ölçüde etkiler (Arestis, 1996: xii). Böyle olunca parasal iktisadi analizin, iktisadi değişmeyi irdeleyen alan bir analiz olması kaçınılmaz duruma gelir. İktisadi değişimin ön plana çıktığı bir analizde ise saf teoriler oluşturmak mümkün olmaktan çıkar. Zira iktisadi değişimin olduğu bir ortamda aksiyomatik akıl yürütme yapmak ve saf teoriler üretmek zorlaşır. Bunun içindir ki Keynes'de uzun döneme ilişkin bir kar teorisi bulmak mümkün değildir (Robinson, 1971: 30).

Keynes içinde yaşadığımız toplumda iktisadi değişimin sürekli olduğunu göz önüne alarak gerçek ekonomilerin nasıl çalıştığını anlamaya çalışmıştır (Robinson 1971: ix). Bu nedenle iktisadi analizinde aksiyomatik akıl yürütmenin yerine, Knight'ın işaret ettiği gibi 'sağ duyu'ya, 'yargı'ya ve 'sezgi'ye dayalı kısmi akıl yürütmelere yer vermiştir (Knight 1921: 209-211). Bunun içindir ki Keynes'in iktisadi analizinde kullandığı temel yöntem, kısmi teorik yöntemler içinde yer alan, sezgiye ve sağ duyuya dayalı bir mantık ve akıl yürütme biçimini kabul eden bir yöntem olan 'kayan denge yöntemi'dir (Tanyeri, 2003: 39-41). Bu bağlamda Keynes'in analizi mantıksal sonuçlarına götürülürse değer ve bölüşüme ilişkin saf teoriler oluşturmanın imkansız hale geleceği bile ileri sürülmüştür (Townshend, 1937: 168-169; Rotheim, 1993: 199-207; Tanyeri, 1998: 42). Ancak saf teori oluşturmanın imkansız hale gelmesi, iş hayatına ilişkin geleneklere sadık kalınması ve ücret biriminin hızlı bir biçimde değişmemesi gibi durumlar mevcut ise, sağ duyuya dayalı bir mantık ve akıl yürütme ile kısmi genellemeler yapılmasına engel teşkil etmez. Böyle bir görüşü benimseyen Keynes'in iktisadi analizinde kullandığı yöntem

de, sağ duyuya dayalı akıl yürütmeler yapılmasına imkan veren ‘kayan denge yöntemi’ olmuştur.

Keynes’in kayan denge yöntemi, fiyat analizi yaparken iktisadi sistemi kapatmak için gerek klasik ve gerek neoklasik iktisatçıların analizlerinde kullandıkları parametrelerden biri olan efektif talebin, parasal faiz oranı ve sermayenin marjinal etkinliğinin değişmesine bağlı olarak, sürekli bir değişme içinde olduğunu kabul eden bir yöntemdir. Bu nedenle Keynes’in iktisadi sistemi kapalı bir sistem değildir. Sürekli olarak değişebilen efektif talep, kayan denge yönteminin benimsenmesini gerekli kılmıştır. Bu bağlamda Keynes’in bölüşüm analizini ve bu analizin sonuçlarını daha iyi anlayabilmek için klasik değer teorisi ile neoklasik fiyat teorisinin parametrelerinin neler olduğunu hatırlamakta fayda vardır.

Klasik değer teorisinde veri kabul edilen parametreler: i) üretim miktarları ve bileşimi, ii) üretimin teknik katsayıları ve iii) bir mal sepetinden oluşan reel ücrettir. Üretim miktarları ve bileşiminin veri alınan fiili (effectual) talep tarafından belirlendiği varsayılır. Öte yandan ‘serbest rekabet’in uzun dönemde bütün sektörlerde kar oranını eşitleyeceği de varsayılır. Değer teorisinin parametreleri ve varsayımları, uzun dönem ‘doğal fiyatlar’ı ile uzun dönemde bütün sektörlerde eşitlenecek genel ve tekdüze bir kar oranını belirler. Klasik iktisadi analizde üretim miktarları ve bileşimi ile reel ücret, değer teorisinden ayrı ve bağımsız olarak belirlenirler (Eatwell, 1977: 62-64; Tanyeri, 1984: 22-23; Eatwell&Milgate, 1983: 1-5; Garegnani, 1984: 292-294; Özel, 2002: 147-150). Demek oluyor ki klasik değer teorisinde uzun dönem çekim merkezleri olan doğal fiyatlar, üretim miktarları ile birlikte belirlenmezler. Ayrıca doğal fiyatların belirlenebilmesi için fiyat analizi dışında belirlenen bir reel ücret oranının veri alınması gerekir. O halde klasik iktisatçıların değer teorisi, bir yandan üretim teorisinden ve öte yandan bölüşüm teorisinden bağımsız ve ayrı olarak oluşturulan bir teoridir.

Neoklasik fiyat teorisinin parametrelerini ise; i) zevk ve tercihler, ii) teknoloji düzeyi, iii) faktör donanımı ve iv) faktörlerin bölüşümü, olarak belirtebiliriz. Bu parametreler yanında tam rekabet ile uzun dönemde bütün sektörlerde arz ve talep eşitliğinin sağlanacağı varsayımları da yapılır. Bu parametreler ve varsayımlar altında oluşturulan neoklasik fiyat teorisi, ekonomide üretilen bütün mal ve hizmet fiyatlarının ve bu fiyatlarla birlikte mal ve hizmetlerin miktarları ile istihdam hacminin de belirleneceğini ileri sürer. Böyle olunca neoklasik fiyat teorisine göre, bölüşüm sorunu fiyatlarla birlikte çözülmektedir. Bu teori mal ve hizmet miktarları ile fiyatlarının birlikte belirlendiğini savunmaktadır (Eatwell, 1977: 65-66; Tanyeri, 1984: 23-25; Eatwell&Milgate, 1983: 1-5). Bu nedenle neoklasik fiyat teorisi aynı zamanda bir bölüşüm teorisi, bir üretim teorisi ve bir istihdam teorisidir.

Bölüşüm teorisini irdelerken ortaya koymaya çalıştığımız gibi Marshall'ın fiyat teorisi, kar oranının fiyat teorisinin dışında ve fiyat teorisinden önce belirlenmesi ve fiyat teorisine bir dışsal değişken olarak veri alınması gerektiğini, örtük bir biçimde olsa da, kabul etmektedir. Marshall kar oranının nasıl belirlendiğini açık bir biçimde ortaya koymasa bile, böyle bir tutum bölüşüm teorisini fiyat teorisi dışında tutmaya çalışan bir yaklaşım gibi görülmektedir. Öte yandan uzun dönemde, en azından sınai mallar için, normal fiyatı üretim maliyetinin yönettiği yönündeki görüşü de (Marshall, 1969: 305), Marshall'ın fiyat teorisinin klasik iktisatçıların değer teorisinden esinlendiği izlenimi yaratabilmektedir. Uzun dönemde normal fiyatı üretim maliyetinin belirleme eğilimi güçlü bir eğilim ise talebin uzun dönemde fiyat belirlenmesindeki önemi azalacak ve talep esas olarak üretim miktarını ve istihdam hacmini belirleyen bir etken durumuna gelebilecektir.

Genel Teori'nin ve bu teorinin özünü oluşturan efektif talebin, Marshall'ın iktisadi analizine çok şey borçlu olduğunu söylemek mümkündür (Asimokopulos, 1982: 18; Arestis&Kitromilides, 1990: 2). Keynes efektif talebi toplam talep fonksiyonunun toplam arz fonksiyonunu kestiği noktada, toplam talep fonksiyonunun aldığı değer olarak tanımlar. Toplam arz fonksiyonu farklı istihdam düzeyleri ile bu istihdam düzeylerinde üretimin gerçekleşmesi için, sermaye ve araç gereç kullanım maliyeti ile kar dahil, gereken üretim maliyetleri arasındaki fonksiyonel ilişkiyi; toplam talep fonksiyonu ise farklı istihdam düzeyleri ile bu istihdam düzeylerinde üretilen malların satışından beklenen hasılat arasındaki ilişkiyi gösterir (Keynes, 1936: 23-25). Bu bakımdan efektif talebin girişimcilerin kar maksimizasyonu yapmayı umdukları talep düzeyi olduğu söylenebilir. Klasik iktisatçıların ve Marshall'ın aksine, uzun dönem denge durumları ile ilgilenmeyen Keynes, esas olarak Marshall'ın kısa dönem analizini ekonominin toplam üretim ve istihdam hacmini bir bütün olarak çözümlenmek üzere genişleterek kullanmayı tercih etmiştir (Keynes, 1936: 293; Arestis&Kitromilides, 1990: 3). Keynes'in uzun dönem analizi yapmaktan kaçınmasının altında yatan temel nedenin, sürekli bir değişme içinde olan iktisadi hayatı daha iyi anlayabilmek olduğu söylenebilir (Asimokopulos, 1990: 14). Böyle olunca Keynes'in, klasik ve neoklasik iktisatçıların yaptığı gibi, veri alacağı bazı parametrelerle durgun bir kapalı sistem oluşturmak ve bu sistem içinde aksiyomatik akıl yürütmeler yolu ile saf teoriler üretmek yolunu seçmediğini söyleyebiliriz.

Genel Teori'de kısa dönem analizi yapan Keynes, efektif talebin değişmesine bağlı olarak toplam üretim ve istihdam hacminin değişeceğini ortaya koyar. Efektif talep ve dolayısı ile üretim ve istihdam hacminin nasıl belirlendiği sorunu Keynes'in kitabında irdelediği temel sorundur. Bu sorunu çözümlenmeye çalışan Keynes, çözümlenmesini yaparken teknoloji düzeyini, faktör donanımını, tüketicilerin zevk ve alışkanlıkları ile rekabetin derecesini

veri alır (Keynes, 1936: 245). Ancak klasik iktisatçıların verileri arasında yer alan üretim miktarları ve bileşimi Keynes'in analizinde veri bir parametre olmaktan çıkar. Zira Keynes'in efektif talep adını verdiği fiili talep, gelir ve istihdam analizinde nispeten kolayca değişen bir değişken durumuna gelir. Bu nedenle efektif talep, Keynes'in gelir ve istihdam analizinde analizin temel belirleyici değişkenidir. Efektif talebin belirlenmesini sağlayan bağımsız değişkenler ise; tüketim eğilimi ile nispeten kolayca değişebilen parasal faiz oranı ve sermayenin marjinal etkinliğidir (Keynes, 1936: 245; Pasinetti, 1974: 36-38 ve 41-47). Keynes parasal faiz oranının psikolojik ve kurumsal koşullara bağlı olarak belirlendiğini belirttiği gibi (Keynes 1936: 217) psikolojik olmaktan çok geleneksel (conventional) bir oran olduğunu da belirtir. Bu bağlamda faiz oranının hangi düzeyde oluşacağını beklentilere göre belirlendiğine işaret eden Keynes, dayanıklı (durable) ve kararlı olduğuna dair yeterli inancın olduğu *herhangi* bir faiz oranının dayanıklı ve istikrarlı olacağını da söyler (Keynes, 1936: 202-203).

Efektif talep, para piyasasında geleceğe ilişkin iktisadi beklentiler ve likidite tercihi ile bankacılık sistemi ve finansal kurumların davranışından etkilenen parasal faiz oranı ile geleceğe ilişkin kar beklentilerini temsil eden sermayenin marjinal etkinliğine ve tüketim eğilimine bağlı olarak belirlenen yatırım ve tüketim harcamalarının bir sonucu olarak belirlenir. Parasal faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliği ve tüketim eğilimi tarafından belirlenen efektif talep; üretim ve istihdam düzeyini belirlerken aynı zamanda reel ücreti ve fiilen gerçekleşen kar oranını da belirler. Böyle olunca klasik değer analizinin bölüşüme ilişkin önemli bir verisi olan reel ücret, üretim ve istihdam hacminin belirlenmesini etkileyen bağımsız değişkenlerden biri olan parasal faiz oranından önemli oranda etkilenir. Geleceğe ilişkin beklentiler ile bankacılık sistemi ve finansal kurumların davranış ve kararları tarafından etkilenen parasal faiz oranı, Keynes'in analizinde kolayca değişebilen ve analizde temel öneme sahip olan bir değişken durumundadır (Keynes, 1936: 242-243). Keynes'in analizinde parasal faiz oranı, üretim ve istihdam hacmini belirleyen temel bağımsız değişkenlerden biri haline gelirken, toplam üretim düzeyi de bir parametre olmaktan çıkar ve analiz içinde belirlenen temel bir değişken durumuna gelir.

Keynes *a priori* aksiyomatik mantık yolu ile *uzun döneme* ilişkin saf teoriler üretmek yerine, iktisadi değişimleri anlamak üzere *kısa dönemde* nedensel mantıksal zincirler kullanımı ile (Pasinetti, 1974: 44) *kısmi teorik* analizler yapmayı tercih ettiği için (Tanyeri, 2003: 39-41) efektif talebe analizinde önemli bir yer verir. Kısa dönemde iktisadi değişimin temel kaynaklarından biri olan efektif talep, Keynes'in analizinin temel değişkeni konumundadır. Keynes efektif talebin belirlenmesinde yatırım harcamalarının tüketim harcamalarına göre daha hızlı değişebildiğini savunur. Daha hızlı bir

biçimde değişebilen yatırım harcamalarını açıklayan bir fonksiyon yardımı ile iktisadi sistemi kapatmak istemeyen Keynes, analizinde sadece yatırım harcamalarını etkileyen önemli bazı etkenlere işaret etmekle yetinmiştir. Yatırım harcamaları, bir yandan karlılık beklentilerini temsil eden sermayenin marjinal etkinliği ile müteşebbislerin yatırım yapma güdülerinden ve uzun dönem beklentilere ilişkin güven durumundan, öte yandan parasal faiz oranından etkilenen bir değişkendir. Uzun döneme ilişkin güven durumu hakkında önceden bir şey söylemek ise pek kolay değildir. Böyle bir durumda yapılacak çözümlerler esas olarak piyasalar hakkındaki güncel gözlemlere ve işadamlarının psikolojik durumuna bağlı olacaktır (Keynes, 1936: 48-49, 147-149 ve 315). Keynes uzun dönemde teknolojik gelişmenin ortaya çıkarması muhtemel gelişmeleri öngörmenin mümkün olmadığı düşüncesi ile teknoloji düzeyini analizinde bir parametre olarak kabul eder. Ancak teknoloji düzeyinin de sürekli değiştiği ve iktisadi değişimin esas belirleyicilerinden biri olduğu da unutulmamalıdır.

Keynes'in analizinde efektif talebe bağlı olan gelir ve istihdam düzeyleri, genel olarak tam istihdam gelir ve istihdam düzeyleri değildir. Ekonomi her hangi bir eksik istihdam düzeyinde dengede olabilir. Bu durum parasal bir ekonomide, iktisadi karar birimlerinin geleceğe ilişkin beklentilerine göre kolayca değişebilen parasal faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliğinin efektif talebi etkilemesinin bir sonucudur (Tanyeri, 1994: 34-48). Bu bağlamda para ve parasal faiz oranı, parasal bir girişimci ekonomisinde, efektif talep değişmelerinin temelinde yer alan önemli değişkenler durumuna gelirler (Keynes, 1979: 86). Parasal bir girişimci ekonomisinde, değişken duruma gelen efektif talep düzeyine göre gelir ve istihdam düzeyleri ile gerçekleşen ve reel ücretler ile kar oranları belirlenir. Bu nedenle Keynes'in gelir ve istihdam teorisinde bölüşüm analizinin temellerini de ortaya koyduğu söylenebilir. Geleceğe ilişkin beklentiler bir yandan parasal faiz oranını, öte yandan sermayenin marjinal etkinliğini analizin temel değişkenleri durumuna getirir. Bu temel değişkenler tüketim eğilimi ile birlikte efektif talebin esas belirleyicileridir. Efektif talep ise fiilen gerçekleşen reel ücretler ile kar oranlarını belirler (Robinson, 1964: 146; Robinson, 1967: 133; Robinson, 1969: 64). Keynes'in bölüşüm analizini daha ayrıntılı bir biçimde incelemek için parasal faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliği gibi efektif talebi etkileyen temel etkenler üzerinde biraz daha fazla durulması gerekir.

III.1. Keynes'in Faiz Analizi

Sanayileşmiş parasal üretim ekonomilerinde kullanılan para, mübadele sürecinin kolayca ve kesintisiz bir biçimde sürmesini sağlamak için geliştirilmiş olan yasal ve kaydi paradır. Bu tür ekonomilerde genel olarak harcamaların ve özel olarak yatırım harcamalarının yapılması, bankacılık sisteminin önemli

oranda kaydı para yaratmasını gerekli kılar (Sawyer, 1996: 50). Keynes'e göre parasal bir ekonomide faktör hizmetlerinin kazançlarını ödeme aracı olarak kullanılan para, efektif talebin ve böylece üretim ve istihdam hacminin dalgalanmasına yol açan temel değişkendir (Keynes, 1979: 86). Para piyasasında, para (likidite) arzını para (likidite) talebine eşitleyen bir fiyat olan parasal faiz oranı, yatırım malları talebini ve sermaye birikimi hızını kontrol ederek gelir ve istihdam düzeyi gibi reel değişkenleri etkiler. Bu anlamda parasal bir ekonomide reel ve parasal sektörleri bir birinden ayırmak mümkün değildir (Keynes, 1936: 292-293; Galbraith, 1996: 19) Keynes'e göre sermayenin marjinal etkinliği ile parasal faiz oranı, yatırım harcamalarının düzeyini etkileyen iki önemli değişkendir. Tüketim eğilimi tarafından belirlenen tüketim harcamaları, yatırım harcamaları ile birlikte efektif talep hacmini etkileyerek gelir düzeyini değiştirir. Bu nedenle Keynes, yatırım harcamalarının efektif talep hacmini etkileyip gelir düzeyini değiştireceğini ve değişen gelir düzeyinin yatırımlara eşit bir tasarruf hacmi oluşturacağını savunmaktadır. Böylece Keynes'e göre yatırım-tasarruf eşitliğinin sağlanmasında nedensellik ilişkisinin yönü yatırımlardan tasarruflara doğru çevrilmiş olur (Keynes, 1936: 245-247; Pasinetti, 1974: 144).

Keynes neoklasik iktisatçıların verimlilik ve tutumluluk gibi reel değişkenleri göz önüne alarak sermayenin marjinal verimine göre belirlenen yatırım talebini, zaman tercihine göre belirlenen tasarruf arzına eşitleyen faiz teorisinin (Pivetti, 1991: 87) hatalı bir teori olduğunu ileri sürer. Zira bu teori sistemin bağımsız değişkenlerinin neler olduğunu belirlemede hata yapmaktadır. Tasarruflar ve yatırımlar sistemin belirleyicileri değil belirlenenleridir. Keynes'e göre yatırımlar parasal faiz oranı ve sermayenin marjinal etkinliği tarafından, tasarruflar ise tüketim eğilimi tarafından belirlenir (Keynes, 1936: 183) Böyle olunca Keynes'in analizinde parasal faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliği, tüketim eğilimi ile birlikte sistemin bağımsız değişkenleridir.

Keynes'in sisteminde temel bağımsız değişkenlerden biri olan parasal faiz oranının; üretim sisteminin dışında, üretim düzeyi ile görece fiyatlardan bağımsız olarak ve fiyat analizinden önce belirlendiğini söylemek mümkündür (Townshend, 1937: 157; Pasinetti, 1974: 43-47; Milgate 1982: 91; Panico, 1988: 102; Pivetti, 1991: 22; Ciccarone, 1998: 401-403). Zira Keynes paranın iktisadi karar birimlerinin davranışlarını değiştireceğini ve böylece ekonominin işleyişini hem kısa ve hem de uzun dönemde etkileyebileceğini savunur (Keynes, 1973: 408-409). Para iktisadi karar birimlerinin davranışlarını doğrudan doğruya etkileyeceği gibi, faiz oranı yolu ile de etkileyebilir. Üretim maliyetleri içinde; ücretler, normal kar, faiz, düzenli tekel kazançları ve rant bulunur. Keynes'e göre bir maliyet unsuru olan faiz (Keynes, 1930: 111), arz fiyatının önemli bir unsurudur. Bunun içindir ki faiz oranında ortaya çıkan

kalıcı değişmelerin, üretim maliyetlerini, fiyatları ve efektif talebi etkilemesi kaçınılmaz olacaktır (Pivetti, 1991: 22 ve 45).

Ortodoks neoklasik analizin kabul ettiği gibi görelî fiyatların esas olarak öznel marjinal faydaya dayalı olarak belirlendiği kabul edilirse, bölüşüm sorununun fiyat analizi içinde çözülebilen bir sorun olduğunu savunmak mümkün hale gelebilir. Ancak bu çalışmada ortaya koymaya çalışıldığı üzere ortodoks neoklasik yaklaşım, reel değişkenlerin parasal terimlerle ifade edilmesi gerektiğinde döngüsel bir akıl yürütme ile karşı karşıya kalmakta ve bölüşüm sorununun fiyat analizi içinde çözümlenmesi imkansız hale gelmektedir.

Görelî fiyatların arz ve talep tarafından birlikte belirlendiğini savunan Marshall, neoklasik bir iktisatçı olarak kabul edilmekle birlikte, marjinal faydaya dayalı talep analizinin fırsat maliyeti kavramına analizinde yer vermez. Zira fırsat maliyeti kavramı, reel üretim maliyeti yaklaşımını etkisiz duruma getirecek bir kavram olarak görülür. Marshall'a göre arz fiyatını belirleyen reel üretim maliyeti, esas olarak işçilerin üretim için sarf ettikleri gayret ve çabalar ile parasal sermaye oluşturma fedakarlığı olarak kabul edilen 'bekleme'den oluşur. Görelî fiyatları üretim maliyetinin belirlediği arz ile marjinal faydanın belirlediği talebin birlikte belirlendiğini kabul eden Marshall'ın yaklaşımında, bölüşümün fiyat analizinden önce ve fiyat analizinin dışında belirlenmesi ve fiyat analizine dışsal bir değişken veya parametre olarak verilmesi gerekli bir duruma gelir. Başka bir biçimde ifade edersek, arzın gerisinde reel üretim maliyetinin bulunduğu kabul edilmesi, kar veya ücret oranının fiyat analizi dışında belirlenen ve fiyat analizine dışardan verilen bir parametre olarak benimsenmesi gerektiğini ortaya çıkarır.

Esas olarak Marshall'ın iktisadi analiz yaklaşımını benimseyen Keynes'in iktisadi analizinde, kar oranı yerine parasal faiz oranının fiyat analizi dışında ve reel değişkenlerden bağımsız bir biçimde belirlendiği düşüncesinin kabul edildiği ileri sürülebilir. İçinde yaşadığımız dünyada borç sözleşmeleri ve para ile ifade edilen fiyat listeleri parasal üretim ekonomilerinin temel özellikleri arasında yer alır. Bu nedenle Keynes'in faiz teorisinin, para piyasasında, parasal faiz oranının para arzı ve talebine göre ve esas olarak devletin gözetimi altında çalışan bir bankacılık sistemi ile finansal kurumlar tarafından, geleceğe ilişkin beklentiler de göz önüne alınarak belirlenen bir teori olduğu (Davidson, 1972: 119-121) kabul edilebilir. Faiz oranının önemli ölçüde psikolojik bir değişken olduğunu kabul eden Keynes, bu oranın psikolojik olmaktan çok adetlere ve geleneklere (conventional) bağlı olduğunu söylemenin daha doğru olacağını belirterek, geleceğe ilişkin beklentiler ile bankacılık sistemi ve finansal kurumların faiz oranının belirlenmesindeki önemine işaret eder. Parasal faiz oranının, bu oranın ne olacağına ilişkin mevcut beklentiler ve görüşler tarafından yönetildiğini belirten Keynes'in, sürekli bir değişme içinde olan bir

toplumda, beklenen ‘normal’ bir faiz oranı ile beklenen ‘normal’ bir kar oranı kavramına ihtiyacı yoktur. Bu bağlamda Keynes sürekli ve dayanıklı olduğuna yeterli ölçüde inanılan her hangi bir faiz oranının sürekli ve dayanıklı olacağına işaret eder (Keynes, 1936: 203). Böyle olunca Keynes’e göre para piyasasında reel değişkenlerden bağımsız bir biçimde, fiyat analizi dışında ve fiyat analizinden önce belirlenen parasal faiz oranı için ‘normal’ denilebilecek belirli bir oranın olmadığı söylenebilir. Zira sürekli bir değişme içinde olan iktisadi ve sosyal hayatta *belirsizlik* hakimdir ve statik teori açısından kaçınılmaz olan bir ‘normal’ faiz oranı ile nihai bir ‘denge’ durumuna ihtiyaç duyulmaz (Keynes 1979: 222; Crotty 1994: 111; Nell 1994: 311 ve 318)

Fiyatları temel olarak marjinal fayda ile tüketici tercihlerinin belirlediği ve firmalar açısından sermaye mallarının fiziksel terimlerle ifade edilebildiği kabul edilirse, bölüşüm sorunu neoklasik teoride olduğu gibi fiyat analizi içinde belirlenir duruma gelir. Ancak böyle bir analizin, daha önce ortaya koymaya çalıştığımız gibi, rekabet süreci içinde uzun dönemde ekonominin tümünde eşitlenme eğiliminde olan genel ve tekdüze bir kar oranına veya ‘normal’ bir kar oranına ihtiyacı vardır. Tekdüze ve genel bir kar oranının varlığı için, sermaye mallarının fizik terimler yerine parasal terimler ile ifade edilmesi gerekir. Zira uzun dönem dengesinde normal fiyatlara ulaşılabilmesi, bütün sektörlerde geçerli olan genel ve tekdüze kar oranının hesaplanmasını gerektirmektedir. Sermaye mallarının parasal olarak hesaplanabilmesi ise sermayenin getirisinin bilinmesini gerektirdiği için döngüsel akıl yürütme zorunlu duruma gelir ve marjinal verim analizine dayalı olan bir bölüşüm analizi mantıksal tutarsızlık içine düşer.

Fiyatları temel olarak üretim maliyetinin belirlediği kabul edilirse, bölüşüm paylarından birinin fiyat analizinden önce belirlenmesi ve fiyat analizine dışarıdan verilmesi kaçınılmaz bir duruma gelmektedir. Keynes, Marshall gibi, fiyatların belirlenmesinde arzı belirleyen üretim maliyetlerinin önemini kabul eder. *Para Üzerine Deneme*’nin ‘Bazı Tanımlar’ isimli bölümünde üretim maliyetlerinin fiyatların belirlenmesindeki önemli rolüne işaret edildiği gibi (Keynes, 1930: 111-112), *Genel Teori*’nin ‘Fiyat Teorisi’ ile ilgili bölümünde de üretim maliyetlerin fiyatların belirlenmesindeki önemine tekrar değinilir (Keynes, 1936: 298-301). Birim emeğin parasal ücreti olan ücret-biriminin, Keynes’in analizinde tam istihdam düzeyine yaklaşıncaya kadar sabit kabul edilebileceği anlaşılmaktadır (Keynes, 1936: 295). Öte yandan tam istihdam düzeyine yaklaşıldığında efektif talep artışlarının parasal ücretleri arttıracaklarını ancak bu artışların fiyat artışlarının altında kalacağı belirtilmektedir (Keynes, 1936: 301; ve Keynes, 1939: 44-45). Böyle bir durumda reel ücretlerin azalması ve kar oranının artması beklenir. Ancak özellikle eksik rekabet koşullarının hakim olduğu ortamlarda firmaların üretim miktarları arttıkça marjinal reel maliyetin çok yavaş bir biçimde artması ve hatta bir süre sabit

kalması söz konusu olabilir (Keynes, 1939: 46). Bu gibi durumlarda mal fiyatları da çok yavaş artacağı ve hatta sabit kalacağı için parasal ücret birimi artıyorken reel ücretin artması muhtemeldir. Bu bağlamda reel ücretin efektif talebe göre belirlendiğini söyleyebiliriz (Keynes 1979: 99). Keynes'in analizine göre parasal ücret birimini, marjinal reel maliyeti ve malın fiyatını, dolayısıyla reel ücret ile kar oranını belirleyen temel değişken efektif talep düzeyi olmaktadır (Keynes,1936: 27-28; Pasinetti, 1974: 36-45).

Keynes'in *Genel Teori*'nin ikinci bölümünde ücretin işgücünün marjinal verimine eşit olduğunu kabul etmesi, marjinal verim analizine dayalı bir bölüşüm analizini kabul ettiği anlamına gelmez. Zira Keynes *Genel Teori*'de işgücü talebinin efektif talep; efektif talebin ise belirsizlik ortamında faiz oranı, sermayenin marjinal etkinliği ve tüketim eğilimi tarafından belirlendiğini ortaya koymaktadır. Keynes'in bölüşüm analizine ilişkin bu değerlendirmeyi, sermaye ve işgücü piyasaları hakkında yaptığı analizleri biraz daha ayrıntılı olarak irdelemektedir fayda vardır.

III.2. Yatırım Talebi, İşgücü Talebi ve Marjinal Verim Analizi

Neoklasik iktisatçılar yatırım talebinin, uzun dönemde reel faiz oranına eşitleneceğini kabul ettikleri sermayenin marjinal verimine bağlı olduğunu kabul ederler. Sermayenin marjinal verimi, ekonominin bütünü için toplulaştırılmış bir sermaye büyüklüğüne ihtiyaç duyulduğu ve sermaye birikimi sürecinin devam ettiği bir ortamda, sürekli olarak değişebilen parasal faiz oranına bağlı olarak değişecek bir sermaye değeri söz konusu olacağı için hesaplanamaz duruma gelir (Keynes, 1936: 138; Rotheim, 1998: 373-375). Bunun içindir ki Keynes yatırım talebi analizinde sermayenin marjinal verimi yerine değer terimleri ile tanımlanan sermayenin marjinal etkinliği kavramını kullanmıştır. Bir sermaye malının talep edilmesi için, sermaye malının ömrü boyunca getirmesi beklenen gelir akımının bugünkü değerinin sermayenin arz fiyatından fazla olması gerekir. Başka bir ifade ile söylersek beklentilere bağlı olarak belirlenen sermayenin marjinal etkinliği parasal faiz oranından fazla ise sermaye malı talep edilecektir.

Keynes'in yatırım analizinde parasal faiz oranı ve beklentiler veri iken yatırım talebini sermayenin marjinal etkinliği belirler. Parasal faiz oranı ve beklentiler veri iken her farklı tür sermaye malı için sermayenin marjinal etkinliği şedülleri oluşturulabilir. Bu şedülleri toplulaştırarak ekonominin tümü için sermayenin marjinal etkinliği şedülü elde edilir (Tanyeri, 1994: 44-45; Rotheim, 1998: 373-376). Keynes her hangi bir sermaye malının üretim sürecinde kullanılan miktarı arttıkça o sermaye malının marjinal etkinliğinin azalmasını bir yandan sermaye malının beklenen getirisinin azalmasını, öte

yandan o sermaye malının arz fiyatının artma eğilimi içine girmesinin bir sonucu olduğunu ileri sürer. Sermaye malının arz fiyatının artması eğilimi, kısa dönemde sermaye malı üretiminde azalan verim ve marjinal analiz yaklaşımına ağırlık verildiğine, sermaye malının beklenen getirisinin azalmasının ise uzun dönemde artan sermaye malı miktarının satılabilmesi için fiyatının azalması gereğine işaret eder. Sermaye malının miktarının artışı ile sermayenin getirisinin azalması, sermaye kazancının sermayenin veriminin değil kılığının bir sonucu olduğunu gösterir. Sermayenin kıt olması ise para üzerindeki faiz rekabetinin varlığına bağlıdır. Sermayenin getirisini temsil eden sermayenin marjinal etkinliği faiz oranı düştüğü için azalıyorsa sermaye varlığının verimi hakkında bir şey söylemek mümkün olmaktan çıkar (Keynes, 1936: 213; Tanyeri, 1994: 41, Rotheim, 1998: 376-377). Bu durumda Keynes'in *Genel Teori*'de yaptığı analizin marjinal verim analizi dışına çıkan bir yaklaşım içinde olduğu söylenebilir.

Keynes'e göre işgücü talebi; beklentiler, parasal faiz oranı, sermayenin marjinal etkinliği ve tüketim eğilimine göre belirlenen efektif talep düzeyine bağlıdır. Ücret birimi ile ölçülen her efektif talep düzeyi ile bu efektif talep düzeyine karşı gelen bir istihdam hacmini gösteren bir istihdam fonksiyonu bulunabilir. Ancak böyle bir istihdam fonksiyonu, işgücü talebinin marjinal verime değil efektif talebe bağlı olduğunu gösterir. Keynes ücretin işgücünün marjinal verimine eşit olma eğilimi içinde olduğunu kabul etmekle birlikte bu kabul marjinal verim analizine dayalı bir işgücü talep fonksiyonunu kabul ettiği anlamına gelmez. Öte yandan ücretin işgücünün marjinal verimine eşit olduğunu öne süren neoklasik postülanın gönülsüz işsizliğin mevcut olduğu eksik istihdam durumlarında geçerli olduğunu kabul etmeyen Keynes, işsizliğin anlaşılması açısından arz-talep yaklaşımının dışına çıkmaktadır (Tanyeri, 1998: 39-40; Rotheim, 1998: 362).

Keynes'in gelir ve istihdam teorisi ile bölüşüm analizinin, bir birinden farklı iki temel iktisadi düşünce okulunun veya iktisadi sorunun ne olduğuna ilişkin iki farklı vizyonun etkisi altında kaldığını söylemek mümkündür (Garegnani, 1978: 58). Bu düşünce okullarından birincisi kapitalist toplumun temel iktisadi sürecinin sermaye birikimi süreci olduğunu kabul eden klasik-Marksist düşünce okulu, ikincisi ise temel iktisadi sorunun veri kıt kaynakların etkin kullanımı veya etkin kaynak tahsisi olduğunu kabul eden neoklasik düşünce okuludur. Neoklasik okul marjinal kavramlara dayalı arz-talep analizini esas alan bir düşünce okulu iken klasik-Marksist düşünce okulu esas olarak ekonomide üretilen toplam ürünün sınıflar arasındaki bölüşümünden hareketle gelir düzeyinin nasıl belirlendiğini ve sermaye birikimi süreci ile iktisadi büyüme ve kalkınma sorunlarını analiz etmeyi amaçlayan bir düşünce okuludur (Tanyeri, 1998: 41; Özel, 2001: 27-33).

Keynes'in analizinin temel bağımsız değişkenleri efektif talep düzeyini belirleyen parasal faiz oranı, sermayenin marjinal etkinliği ve tüketim eğilimidir. Efektif talep ve efektif talebin önemli bileşeni olan yatırım hacmi, geleceğe ilişkin beklentilerin değişmesi sonucu nispeten kolayca değişen sermayenin marjinal etkinliği ve parasal faiz oranı ile tüketim eğilimine bağlı olarak değişirler. Yatırımlar yapan işadamları, yatırımları sadece iktisadi hesaplara dayalı olarak değil aynı zamanda varlıklarının olmazsa olmaz koşulu olan olumlu bir şeyler yapma içgüdülerine göre yaparlar. Bu anlamda Keynes'in bir yatırım fonksiyonu oluşturarak analizini kapatmak yerine açık bir analizi benimsediği kabul edilebilir. Zira iktisadi faaliyet kesinliğe imkan vermeyen belirsizlikler içinde gerçekleşmektedir (Keynes, 1937a: 113-115).

Yatırım hacmi ve dolayısı ile efektif talep değiştiğinde gelir ve istihdam düzeyi ile sermaye birikimi hızı ve gelir düzeyinin değişmesine bağlı olarak ekonomide fiilen gerçekleşen kar ve ücret oranları değişecektir. Böyle olunca durağan bir durumda ve tam istihdam düzeyi civarında geçerli olması beklenen marjinal analizin bölüşüme ilişkin sonuçlarını Keynes'in analizinde bulmak pek kolay değildir. Keynes gelir ve istihdam teorisini, klasik-Marksist düşünce okulunun vizyonu üzerine kurmakla beraber, neoklasik düşünce okulunun kullandığı marjinal kavramlara da analizinde yer vermektedir. Bu nedenle Keynes'in analizinin iki farklı düşünce okulunun etkisi altında kaldığını söylemek mümkün olmaktadır.

SONUÇ

Keynes'in sermaye birikiminin sürdüğü parasal bir girişimci ekonomisini incelemek üzere geliştirdiği gelir ve istihdam analizi bir açık sistem analizidir. Keynes'in analizinde yatırım hacmi ve dolayısı ile efektif talep parasal faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliği tarafından belirlenir. Faiz oranı ile sermayenin marjinal etkinliği ise, bankacılık sistemi ve geleceğe ilişkin beklentiler tarafından ve önceden kestirilemeyecek bir biçimde belirlendiği için Keynes'in sistemini kapatacak bir yatırım fonksiyonu oluşturmak mümkün olmaktan uzaktır. Bu nedenle Keynes'in yaklaşımını mantıksal sonuçlarına götürürsek bir bölüşüm teorisi ve bir fiyat teorisi kurmak imkansız duruma gelebilir. Parasal bir ekonomide geleceğe ilişkin beklentilerin değişmesi; likidite tercihini, parasal faiz oranını, sermayenin marjinal etkinliğini ve tüketim eğilimini değiştirecek ve işadamlarının yatırım yapma içgüdülerine de bağlı olarak, yatırım hacmi ve efektif talep değişerek ekonomide fiilen gerçekleşen kar oranının, ücret oranının ve mal fiyatlarının değişmesine yol açacaktır. Yatırım hacminin ve dolayısı ile efektif talep düzeyinin ne olacağını kesin olarak bilemeyeceğimiz için ve bilemediğimiz sürece, gelir ve istihdam düzeyinin, kar ve ücret oranının ve mal fiyatlarının ne olacağını da kesin olarak bilemeyiz

(Townshend, 1937: 168-169; Rotheim, 1993: 199-207, Tanyeri, 1998: 42). Bunun içindir ki Keynes iktisadi analize ilişkin yanılmaz çözümler olmadığını, iktisadi sistemi sembolik düzmece-matematiksel yöntemlerle resmetmenin büyük bir hata olacağını belirtir (Keynes, 1936: 297). İktisadi sistemi analiz ederken kayan denge yöntemini benimsemesinin nedeni de incelediği sistemin açık bir sistem olduğunun farkında olmasıdır.

“Doğası gereği bir iktisadi değişme biçimi veya yöntemi” olan kapitalizm “asla durağan olamaz” (Schumpeter, 1957: 82). Zira kapitalist bir ekonomide iktisadi faaliyeti yönlendiren sermaye sahipleri varlıklarını sürdürebilmek için üretimde kullandıkları sermaye miktarını sürekli olarak arttırmak, yenilikler yapmak ve teknolojik gelişmeyi sağlamak zorundadırlar. İktisadi faaliyet parasal bir kapitalist ekonomi içinde yürütüldüğü için ve yürütüldüğü sürece sermaye birikiminin devamı için kaçınılmaz olan yatırımların ve dolayısı ile efektif talebin hangi düzeyde oluşacağını önceden tahmin edebilecek bir teori oluşturmak mümkün değildir. Bunun için Keynes’in analizi bir kısa dönem analizidir ve uzun dönem ‘denge’ durumları ile ilgilenmez (Arestis& Kitromilides, 1990: 3). Bu nedenle Keynes’in uzun döneme ilişkin bir ‘normal’ kar kavramına sahip olmadığı söylenebilir (Robinson, 1971: 30). Kısa dönemde ‘rant-benzeri’ olarak kabul edilen ve sermayenin marjinal etkinliği olarak tanımlanan kar, ve dolayısı ile ücret, efektif talep düzeyine göre belirlenen bir değişken durumuna gelir.

Keynes’in analizinde, para piyasasında beklentilere bağlı olarak değişen likidite tercihi ve para talebi ile bankacılık sistemi ve finansal kurumların etkilediği para arzı ve talebine göre belirlenen faiz oranı analizin önemli bağımsız değişkenlerden biridir. Faiz oranı, sermayenin marjinal etkinliği ve tüketim eğilimi ile birlikte yatırım hacmini, efektif talebi, gelir ve istihdam düzeyi ile kar ve ücret oranlarını ve böylece fiyatlar genel düzeyini belirler. Keynes’in, sermayenin marjinal etkinliğinin faiz oranını belirlediğini söylemek yerine faiz oranının sermayenin marjinal etkinliğini belirlediğini söylemek daha doğru olduğunu belirtmesi (Keynes, 1937a: 123) bu bağlamda her halde daha iyi anlaşılır. Yine bu bağlamda Keynes’de faiz oranının, fiyat analizinden önce ve fiyat analizinin dışında, kurumsal ve tarihsel koşullar ile geleceğe ilişkin beklentilere göre belirlendiğini ileri sürmek mümkündür.

KAYNAKÇA

Asimokopulos A. (1982) “Keynes’s Theory of Effective Demand Revisited”, *Australian Economic Papers*, 21, 18-36.

- Asimokopulos A, (1990) "The Theoretical Significance of Keynes's General Theory", in P. Arestis & Y. Kitromilides (eds), **Theory and Policy in Political Economy**, Aldershot: Edward Elgar, 14-42.
- Arestis P. (1996) "Introduction" in P. Arestis (ed.), **Keynes, Money and the Open Economy**, Cheltenham, Edward Elgar, xi-xxii.
- Arestis P.& Y. Kitromilides (1990) "Introduction" in P. Arestis & Y. Kitromilides (eds.), **Theory and Policy in Political Economy**, Aldershot: Edward Elgar, 1-13.
- Baumol W.J. (1983) "Marx and the Iron Law of Wages", **American Economic Review Papers and Proceedings**, 73(2), 303-308.
- Bhaduri A. & J. Robinson (1980) "Accumulation and Exploitation: An Analysis in the Tradition of Marx, Sraffa and Kalecki", **Cambridge Journal of Economics**, 4, 103-115.
- Ciccarone G. (1998) "Prices and Distribution in a Sraffian Credit Economy", **Review of Political Economy**, 10(4), 399-413.
- Crotty J. (1994) "Are Keynesian Uncertainty and Macrotheory Compatible? Conventional Decision Making, Institutional Structures and Conditional Stability in Keynesian Macromodels" in Dymski G. & R. Pollin (eds.), **New Perspectives in Monetary Macroeconomics**, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 105-139.
- Davidson P. (1972) "Money and the Real World" in L. Davidson (ed.), **Money and Employment, The Collected Writings of Paul Davidson**, Vol.1, London: Macmillan, 1990, 116-131.
- Dobb M. (1973) **Theories of Value and Distribution Since Adam Smith**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Eatwell J. (1977) "Irrelevance of Returns to Scale in Sraffa's Analysis", **Journal of Economic Literature**, 15(1), 61-68.
- Eatwell J.& M. Milgate (1983) "Introduction" in J. Eatwell & M. Milgate (eds.), **Keynes's Economics and the Theory of Value and Distribution**, New York: Oxford University Press, 1-17.
- Eatwell J.& M. Milgate (1983) "Theories of Value, Output and Employment" in J. Eatwell & M. Milgate (eds.), **Keynes's Economics and the Theory of Value and Distribution**, New York: Oxford University Press, 93-128.
- Ertürk K. (1996) "On the Keynesian Notion of Equilibrium Dynamics", **Cambridge Journal of Economics**, 20(3), 371-386.

- Galbraith J.K. (1996) "Keynes, Einstein and Scientific Revolution" in P. Arestis (ed.), **Keynes, Money and the Open Economy**, Cheltenham: Edward Elgar, 14-21.
- Garegnani P. (1976) "On a Change in the Notion of Equilibrium in Recent Work on Value and Distribution" in Eatwell J. & M. Milgate (eds.), **Keynes's Economics and the Theory of Value and Distribution**, New York: Oxford University Press, 1983, 129-145.
- Garegnani P. (1978) "Notes on Consumption, Investment and Effective Demand" in J. Eatwell & M. Milgate (eds.), 21-69.
- Garegnani P. (1984) "Value and Distribution in the Classical Economists and Marx" **Oxford Economic Papers**, 36(2), 291-325.
- Hahn F. (1982) "The Neo-Ricardians", **Cambridge Journal of Economics**, 6(4), 353-374.
- Hutchison T.W. (1973) "The 'Marginal Revolution' and the Fall of English Classical Political Economy" in R.D.C. Black *et.al.*(eds.), **The Marginal Revolution in Economics**, Durham: Duke University Press, 176-202.
- Keynes J.M. (1930) **Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol. V, A Treatise on Money**, in two volumes, **I. The Pure Theory of Money**, London: Macmillan, 1971.
- Keynes J.M. (1936) **The General Theory of Employment, Interest and Money**, London: Macmillan, 1961.
- Keynes J.M. (1937a) "The General Theory of Employment" in **The Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol. XIV, The General Theory and After, Part II. Defence and Development**, D. Moggridge (ed.) London: Macmillan, 109-123.
- Keynes J.M. (1937b) "The 'Ex Ante' Theory of the Rate of Interest" in D. Moggridge (ed.), **The Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol. XIV**, London: Macmillan, 215-223.
- Keynes J.M. (1939) "Relative Movements of Real Wages", **Economic Journal**, 49, 34-51.
- Keynes J.M. (1973) **Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol XIII, The General Theory and After Part I Preparation**, D. Moggridge (ed.), London: Macmillan, 1973.
- Keynes J.M. (1979) **Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol XXIX, The General Theory and After, A Supplement**, D. Moggridge (ed.), London: Macmillan, 1979.

- Knight F. (1921) **Risk, Uncertainty and Profit**, Chicago: University of Chicago Press, 1971.
- Marshall A. (1969) **Principles of Economics**, London: Macmillan, Student Edition.
- Milgate M. (1982) **Capital and Employment A Study of Keynes's Economics**, London: Academic Press.
- Minsky H.P. (1985) "The Financial Instability Hypothesis: A Restatement" in P. Arestis & T. Skouras (eds.), **Post Keynesian Economic Theory**, New York: M. E. Sharpe.
- Mongioli G. (1991) "Keynes, Sraffa and the Labour Market", **Review of Political Economy**, 3(1), 25-42.
- Nell E. (1994) "Minsky, Keynes and Sraffa. Investment and the Long Period" in Dymski G.&R. Pollin (eds.) **New Perspectives in Monetary Macroeconomics**, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 311-335.
- Özel H. (2001) "İktisadi Analiz Tarihine Nasıl Yaklaşmak Gerekir?" **H.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi**, 19(2), 19-38.
- Özel H. (2002) "Bir Zenginlik Teorisi Olarak Klasik İktisadi Analizin Yöntemi" **Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 2(4), 146-171.
- Panico C. (1988) **Interest and Profit in the Theories of Value and Distribution**, London: Macmillan.
- Pasinetti L.L. (1974) "The Economics of Effective Demand" in L.L. Pasinetti (ed.), **Growth and Income Distribution**, Cambridge: Cambridge University Press, 29-53.
- Pasinetti L.L. (1977) **Lectures on the Theory of Production**, London: Macmillan.
- Pasinetti L.L. (1999) "J.M. Keynes's 'Revolution'- The Major Event of Twentieth Century Economics" in L.L. Pasinetti & B. Schefold (eds.), **The Impact of Keynes on Economics in the 20th Century**, Cheltenham: Edward Elgar, 3-15.
- Pivetti M. (1991) **An Essay on Money and Distribution**, London: Macmillan.
- Ricardo D. (1817) **Ekonomi Politîğin ve Vergilendirme İlkeleri**, (çev. T. Ertan), İstanbul: Belge Yayınları, 1997.
- Robbins L. (1934) "Introduction" in K. Wicksell, (ed.), **Lectures on Political Economy, Vol.I General Theory**, London: Routledge, Kegan and Paul, VII-XIX.

- Robinson J. (1934) "Euler's Theorem and the Problem of Distribution", **Economic Journal**, 44, 398-414.
- Robinson J. (1964) "The Theory of Distribution" in J. Robinson (ed.), **Collected Economic Papers**, Vol II, Oxford: Basil Blackwell, 145-158.
- Robinson J. (1967) "Marginal Productivity" in J. Robinson (ed.), **Collected Economic Papers**, Vol. IV, New York: Humanities Press, 1973, 129-138.
- Robinson J. (1970) "Capital Theory Up-To-Date" in J. Robinson (ed.), **Collected Economic Papers**, Vol.IV, New York: Humanities Press, 1973, 144-154.
- Robinson J. (1971) **Economic Heresies**, New York: Basic Books.
- Roncaglia A. (1977) "Sraffa and Price Theory: An Interpretation" in Schwartz J. (ed.), **The Subtle Anatomy of Capitalism**, Santa Monica: Good Year Publishing Co., 371-380.
- Rotheim R.J. (1993) "On the Indeterminacy of Keynes's Monetary Theory of Value", **Review of Political Economy**, 5(2), 197-216.
- Rotheim R.J. (1998) "Keynes and the Marginalist Theory of Distribution", **Journal of Post Keynesian Economics**, 20(3), 355-388.
- Sawyer M. (1996) "Money, Finance and Interest Rates: Some Post Keynesian Reflections" in P. Arestis (ed.) **Keynes, Money and the Open Economy**, Cheltenham: Edward Elgar, 50-67.
- Schumpeter J.A. (1954) **History of Economic Analysis**, (7th printing), New York: Oxford University Press, 1968.
- Schumpeter J.A. (1957) **Capitalism, Socialism and Democracy**, (7th impression), London: Allen & Unwin.
- Shapiro N. (1978) "Keynes and Equilibrium Economics", **Australian Economic Papers**, 17, 207-223.
- Smith A. (1776) **Ulusların Zenginliği**, (Çev. A.Yunus ve M. Bakırcı), (2nci baskı), İstanbul: Alan Yayıncılık, 1997.
- Stigler G.J. (1941) **Production and Distribution Theories**, New York: Agathon Pres, 1968.
- Tanyeri İ. (1984) **Fiyat Teorisi Ölçek Ekonomileri ve Teknolojik Gelişme**, Ankara: H.Ü. İ.İ.B.F. Yayını.

- Tanyeri İ. (1985) “Marshall’da İkame Kavramı”, **H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 3(1-2), 349-360.
- Tanyeri İ. (1994) “Keynes’de Faiz Oranı, Sermayenin Marjinal Etkinliği ve Yatırım Analizi”, **H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 12, 33-50.
- Tanyeri İ. (1998) “Keynes’in İstihdam ve Ücret Analizi”, **H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 16(1-2), 29-46.
- Tanyeri İ. (2000) “David Ricardo’nun İktisadi Analizi Üzerine”, **H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 18(2), 1-15.
- Tanyeri İ. (2003) “İktisat ve Yöntemleri Üzerine”, **H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, 21(1), 25-50.
- Townshend H. (1937) “Liquidity Premium and the Theory of Value”, **Economic Journal**, 47, 157-169.
- Wicksell K. (1893) **Value, Capital and Rent**, New York: Augustus M. Kelley, 1970.
- Wicksell K. (1900) “Marginal Productivity as the Basis of Distribution” in K.Wicksell (ed.), **Selected Papers on Economic Theory**, New York: Augustus M. Kelley, 1969, 93-120.
- Wicksell K. (1901) **Lectures on Political Economy**, Vol.I, General Theory, London: Routledge & Kegan Paul, 1934.

TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET GÜCÜ : Kayseri Tekstil ve Giyim Sanayiinde Uygulama

Nısfet UZAY*

Öz

Dünya Ticaret Örgütü Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre, 2005 yılında kotaların kaldırılacak olması, bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de tekstil ve giyim sektörünün rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceği konusunu gündeme getirmiştir. Rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceğinin ortaya konulabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekir. Günümüzde tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve tekstil ve giyim sanayiinde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için alınması gereken önlemlerin tespit edilmesi çalışmanın amacıdır. Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sağlanması ve sürdürülebilmesi açısından önemli olan faktörler; teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, üretim maliyeti, verimlilik, mesleki eğitim, devlet teşvikleri, ürün çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlıktır. Bu faktörlerin önem derecesini belirlemek üzere, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelere anket uygulanmıştır. Anket kapsamındaki işletmelere göre, sektörün rekabet gücü açısından en önemli görülen faktörler, enerji maliyetleri, pazarlama ve hammadde maliyetleridir.

Anahtar Sözcükler: Tekstil ve giyim sanayii, sürdürülebilir rekabet gücü, Kayseri tekstil ve giyim sanayii.

Abstract

Sustainable Competitiveness of Textile and Apparel Sector: Evidence from Kayseri Textile and Apparel Industries

Under the WTO Agreement on Textiles and Clothing (ATC), all textile and clothing quotas will be eliminated on January 1, 2005. To what extent the Turkish textile and clothing industries can sustain competitiveness under these new conditions become an important issue. It is necessary to determine the factors that affect the competitiveness of these industries in order to state how they can sustain their competitiveness. The purpose of

* Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İktisat Bölümü, KAYSERİ, uzay@erciyes.edu.tr.

our study is to determine the factors that affect competitiveness of textile and apparel industries, and to determine the necessary precautions to achieve sustainable competitiveness in textile and apparel industries. The factors that affect sustainable competitiveness in textile and apparel industries are technology level, research and development efforts, cost of production, productivity, vocational education, government incentives, providing production diversity, infrastructure and proximity to markets. To determine the importance of these factors, a questionnaire has been sent to textile and apparel firms in Kayseri. According to results of the questionnaire, the most important factors that affect competitiveness in textile and apparel industries are cost of energy, marketing and cost of raw materials.

Keywords: Textile and apparel industries, sustainable competitiveness, textile and apparel industries in Kayseri.

GİRİŞ

Küreselleşme, işletmeler üzerindeki rekabet baskısının artmasına ve rekabet gücü kavramının daha da önem kazanmasına yol açmıştır. OECD rekabet gücünü “uluslararası rekabete açıkken, işletmelerin, endüstrilerin, bölgelerin ve ülkenin, sürdürülebilir temelde, nisbeten yüksek faktör geliri ve faktör istihdamı oluşturabilme yeteneği” olarak tanımlamıştır (Fawzy, 2002: 17). Rekabet gücü, serbest piyasa koşulları altında, bir ülkenin bir yandan reel gelirini artırırken, diğer yandan uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmet üretebilme yeteneği olarak da tanımlanabilir (Aktan, 2003: 2). Her iki tanım da, bir ülkenin refahının artırılması açısından rekabet gücünün önemini ortaya koymaktadır.

Özellikle dışa dönük endüstrilerde rekabet gücünün artırılması ve devam ettirilebilmesi *sürdürülebilir büyüme* açısından önemlidir. Türkiye'nin sanayileşmesinde ve dışa açılmasında tekstil ve giyim sanayii önemli görevler üstlenmiştir. Günümüzde Türkiye'de tekstil ve giyim sanayii önemli ölçüde dışa dönük bir endüstridir. Dolayısıyla ülkenin refahının artırılabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sürdürülmesi ve zamanla artırılabilmesi gerekmektedir.

Tekstil ve Ticaret Anlaşması'na göre, Dünya Ticaret Örgütü üyeleri arasındaki tekstil ve giyim sanayilerindeki bütün kotaların 1 Ocak 2005'te kalkacak olması, bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün nasıl sürdürebileceği konusunu gündeme getirmiştir. Kotaların kaldırılmasıyla sadece dış pazarlarda değil, iç pazarlarda

da rekabetin artacak olması, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sürdürülebilirliğini daha da önemli hale getirmektedir.

Rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceğinin ortaya konulabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Zira yapılan çalışmalar, rekabet gücünü etkileyen faktörlerin etkisinin sektörler arasında farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur (İTO, 2002: 35). Çalışmamızın amacı, tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünü etkileyen faktörleri belirlemek ve tekstil ve giyim sanayiinde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için alınması gereken önlemleri de tespit etmektir. Tekstil ve giyim sektöründe sürdürülebilir rekabet gücünü belirleyen faktörlerin işletmeler tarafından ne ölçüde algılandığını belirleyebilmek ve bu faktörler açısından işletmelerin durumunu ortaya koyabilmek amacıyla Kayseri’de bir alan araştırması yapılmıştır.

Bugüne kadar yapılan çalışmalarda konuya daha çok talep yönünden yaklaşmış ve Türkiye’nin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünün ne olabileceği araştırılmıştır. Bu çalışmada, konunun arz yanına ilişkin bilgilere de yer verilmiştir. Böylece tekstil ve giyim sektöründe rekabeti etkileyen faktörler için genel olarak yapılan değerlendirmeler, Kayseri’deki üreticiler açısından test edilmiş olacaktır.

Çalışmada öncelikle tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü belirleyen faktörler belirlenecek, daha sonra da yaptığımız anket sonucu elde ettiğimiz bulgulara dayanarak Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin durumu rekabet gücünü belirleyen faktörler açısından değerlendirilmeye çalışılacaktır.

I. TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜNDE REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün *artırılması* ve *sürdürebilmesi* açısından önemli olan başlıca faktörler şunlardır (Commission of the European Communities, 2003:13-21; U.S. International Trade Commission, 2004: 3; Koşar, 2002: 2-6)¹. Üretim maliyeti, teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, verimlilik, ürün kalitesi ve çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlık, mesleki eğitim, uluslararası standartlara uygunluk, devlet teşvikleri ve diğer faktörler olarak özetlenebilir.

I.1. Üretim Maliyeti

Üretim maliyetleri içinde en fazla yer tutanlar; hammadde ve işgücü maliyetleridir. Tekstil ve giyim sektöründe, kalite ve maliyet açısından rekabetçi *hammaddenin* sağlanması ve hammadde ithalatı üzerindeki gümrük

vergileri rekabet gücü üzerinde etkili olacaktır (U.S. International Trade Commission, 2004: 3).

Türkiye’de tekstil sanayiinin öncelikle kurulan sanayilerden biri olmasının temel nedeni, hammaddenin yani pamuğun Türkiye’de üretiliyor olmasıdır. Ancak günümüzde ülkemizde üretilen pamuğun kalitesindeki düşüşler ve maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle, pamuk ithalatı artmıştır. Kullanılan teknolojiye bağlı olarak değişmekle birlikte, pamuğun üretim maliyeti içerisinde %46-50’lik bir paya sahip olması, maliyetleri düşürmek için pamuk ithalatını zorunlu hale getirmektedir. Türkiye’nin Dünya pamuk ticaretinde, pamuk fiyatını etkileyebilecek önemli ithalatçı ülkelerden biri haline geldiği belirtilmektedir (Koşar, 2002: 2).

Pamuğun hammadde olarak en düşük maliyeti 1.26\$/kg ile Brezilya ve Hindistan’da iken, en yüksek maliyeti 1.45\$/kg ile Türkiye’dedir. Türkiye’de pamuk fiyatlarının yüksek olmasının nedenlerinden biri, pamuk üretimine verilen desteklerle ilgili kamu politikalarıdır (Tan, 2001: 38). Türkiye için hammadde açısından kendi kendine yeterlik önemli avantajlardan biri olduğundan, Türk tekstil sanayiini dışa bağımlılıktan kurtarmak ve rekabet gücünü artırabilmek için pamuk üretimini ve kalitesini artırmaya yönelik önlemlerin alınması gerekmektedir.

Sektörde rekabet gücünü belirleyen üretim maliyeti unsurlarından bir diğeri de, *işgücü maliyetleridir*. Türkiye uluslararası piyasalarda nispi olarak, düşük ücretler temelinde güçlü bir rekabet avantajına sahiptir. İşgücü maliyetleri açısından Türkiye Avrupa ülkelerinden daha avantajlı olmasına karşın, AB pazarındaki rakipleri olan Çin, Hindistan, Pakistan ve Endonezya’dan daha yüksek maliyetlere katlanmaktadır. İşgücü ücretleri Türkiye’de saat başına 2,14 dolar iken, Hindistan’da 0,60 dolar, Çin’de 0,61 dolar, İtalya’da ise 16,65 dolardır (Aras, 2002: 7). Türkiye’de işgücü maliyetlerini yükselten faktörlerden biri, sigorta primlerinin yüksekliğidir (TÜSİAD, 2002: 56). İşgücü maliyetlerinin yüksek olması, fiyatın öne geçtiği pazarlarda, Türkiye’nin rakip ülkeler karşısındaki rekabet gücünü azaltmaktadır.

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen bir diğeri maliyet unsuru da, *enerji fiyatlarıdır*. Türkiye’de elektrik fiyatı kilovatt başına 8,8 sent iken, Hindistan’da 6,6 sent, Çin’de 5 senttir. Türkiye’de elektrik enerjisinin 4-5 sentlere indirildiği takdirde ürünün maliyetinin %5 oranında azalacağı belirtilmektedir (TÜSİAD, 2002: 56). Mevcut durumda Türkiye’de elektrik fiyatlarının rakip ülkelerden daha yüksek olması, maliyetleri artırarak sektörün rekabet gücünü azaltmaktadır.

I.2. Teknoloji Düzeyi ve AR-GE Çabaları

Rekabet gücünü belirleyen önemli kriterlerden birisi, o sektörde sahip olunan *teknoloji düzeyi*dir. Tekstil ve hazır giyim sanayii geleneksel olarak teknolojiyi yaratan bir sektör olmamakla birlikte, bu durum son yıllarda değişmiştir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı önemli hale gelmiştir. Tekstil ve giyim sektöründe, “etkin bilgi yönetimi” rekabet gücünü yitirmemek için anahtar kavram haline gelmiştir. Türkiye’nin son yıllarda modern makina ithalatında önemli bir artış görülmekle ve toplam üretimin $\frac{3}{4}$ ’ünün on yaşından küçük makina parkıyla gerçekleştiriliyor olması bir avantaj olmakla birlikte (TÜBİTAK, 2003: 13), ülkemiz teknolojiyi yakalamakta orta sıralarda yer almakta ve Avrupa pazarındaki muhtemel rakiplerinin gerisinde kalmaktadır (Koşar, 2002: 2).

Teknolojik gelişme yanında, *araştırmaya ve yeni metotlara* yatırım yapan girişimciler başarılı olmakta ve uluslararası rekabete karşı ayakta kalmayı başarmaktadırlar. Tekstil ve giyim sektörünün rekabetçi kalabilmesi için, sektörün bütün alanlarında yenilik önemlidir. Tekstil ve giyim sektöründe daha çok KOBİ türü girişimler ve yerel gelişmeler ortaya çıktığından, global piyasalarda rekabet gücü sağlamak için araştırma çabalarının daha entegre bir şekilde yapılması gerekmektedir. Yani endüstrinin kendinin olduğu kadar, kamu otoritelerinin AR-GE çabaları da önem kazanmaktadır. Bu amaçla 30 Nisan 2003’te AB tarafından benimsenen “Araştırmaya Yatırım: Avrupa İçin Bir Hareket Planı”na göre 2010 yılına kadar Avrupa’da AR-GE yatırımlarının, GSYİH’nın %3’üne çıkarılması planlanmaktadır (Commission of the European Communities, 2003:13).

Tekstil ve hazır giyim sanayileri, süregelen ürün ve işletme teknolojilerini kullanan geleneksel sektörler olarak kabul edilseler bile, ürünlerde yapılacak yenilikler açısından *AR-GE çalışmaları* rekabet gücü açısından önemli bir etken haline gelmiştir. Özellikle teknik tekstil ürünleri gibi yüksek büyüme oranlarına ve katma değere sahip olan ürünlerin üretilebilmeleri için AR-GE’ye yatırım yapılması şarttır (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 20). Türkiye’deki KOBİ’lerin yapısı ve finansal yetersizlikleri, tekstil ve hazır giyim sanayilerindeki AR-GE çabalarının sınırlı kalmasına yol açmaktadır (SPO, 2004: 22).

Tekstil ve giyim sektöründe AR-GE harcamalarının katma değer içindeki payı 1997 yılı için Türkiye’de %0.12’dir (Saygılı, 2003: 81). Aynı pay ABD (1996) de %0.9, Japonya (1996)’da %1.8, Fransa (1996)’da %1.0 ve Almanya (1995)’da %1.5’dir. Yıllar itibariyle bakıldığında, üretim ve ihracatımızda önemli bir ağırlığı olan, ancak AR-GE faaliyetlerinin yok denecek kadar az olduğu düşük teknoloji grubuna dahil tekstil sektörünün AR-GE yoğunluğunda

kayda değer bir gelişme olmamıştır. 1990-97 döneminde tekstil sanayiinde AR-GE harcamalarının katma değer içindeki payı ortalama olarak %0.09 olarak gerçekleşmiştir (Saygılı, 2003: 83).

Türk tekstil ve giyim sanayinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün sürdürülebilmesi için, teknoloji düzeyinin yükseltilmesi, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanımı, hem sektörel hem de ülke düzeyinde AR-GE çalışmalarının artırılması önem kazanmaktadır.

I.3. Verimlilik

Rekabet analizinin temel unsurlarından biri, kaynak kullanımının derece etkin olduğudur. Yüksek verimlilik, uluslararası rekabete açık pazarlarda rekabet edebilmek açısından önemlidir. Çünkü yüksek verimlilik iyileşen rekabet gücü ile aynı anlama gelmektedir (Wysokinska, 2003: 11). İşgücünün ve diğer üretim faktörlerinin verimliliğini artıran işletmeler, rekabet güçlerini de artırmaktadırlar.

Çalışan kişi başına düşen katma değer esas alınarak ölçülen işgücü üretkenliği gelişmekte olan ülkelere kıyasla gelişmiş ülkelerde çok daha yüksektir. Türk tekstil ve hazır giyim sanayinin üretkenliği AB ülkelerinin yarısı, ABD sanayii üretkenliğinin yaklaşık %30'u kadardır (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 17). Türkiye'nin uluslararası pazarlarda rakipleri olan ülkelere ise, üretkenlik her geçen gün azalmaktadır. Türk tekstil ve giyim sanayileri, rakip ülkelere göre üstün durumda olmakla birlikte, lider konumdaki ülkelere göre oldukça geridedir. 1990'lı yılların ortalarında tekstil makineleri ve ekipmanlarına yapılan yoğun yatırımlarla birlikte üretkenlikte kısmen bir artış ortaya çıkmış olsa da, ABD ve AB düzeyleri yakalanamamıştır.

Türkiye'de üretkenlik düzeyi AB ülkelerinden ve ABD'den düşük olmasına karşın, ücretlerdeki farklılık düşük üretkenlik düzeyini kısmen telafi etmekte ve Türkiye'deki üreticileri rekabet edebilir konuma getirmektedir (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 16). Üretkenlik farkı kapanmadığı müddetçe, Türkiye rekabet gücünü ancak düşük ücretlere dayanarak sürdürebilir. Ancak uzun dönemde düşük ücretlere dayalı rekabet sürdürülemez olduğundan, ülkemizde verimliliği artırmak üzere önlemlerin alınması gerekmektedir.

I.4. Ürün Kalitesinin ve Çeşitliliğinin Artırılması

Ürünlerde farklılaşmanın sağlanması ve yüksek kalitede ürünlerin üretilmesi, daha az gelişmiş ülkelerin ürünleri ile rekabetten kaçınmak için etkin bir yoldur. Değişen talep şartlarına cevap verebilmek açısından esnek üretim

sistemlerine geçiş de önem kazanmıştır. Türkiye'nin rakip ülkeler karşısında rekabet gücünü sürdürülebilmesi için, Doğu Asya Ülkelerine rakip standart ürünler dışında, yüksek kaliteli ürünlere kayması (IFM ve Ortakları, 2004: 229) ve talebe hızla cevap verebilmek için esnek üretim sistemlerine geçmesi gerekmektedir.

Özellikle *ev tekstili* açısından ürün geliştirilmesi ve marka yaratılması son derece önemli hale gelmektedir. Çünkü 2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, Türkiye'de ev tekstili ve giyim sektörünün önemli ölçüde pazar payını kaybetmesi beklenmektedir (IFM Partners, 2004: 229). Dünya ev tekstili sektörünün %8'ini elinde tutan Türkiye için bu durum son derece önemlidir (Milliyet, 22.06.2004: 12).

I.5. Alt Yapı ve Pazara Yakınlık

Satınalma sürecini destekleyen *altyapı* (örneğin, iyi haberleşme, ihracat ve ithalat süreçlerinin kolaylaşması, kalite kontrolleri,... vb.) da rekabet gücünün artırılabilmesi açısından önemli bir faktördür (U.S. International Trade Commission, 2004: 7). Üretilen malların ülke içine ve dışına *ulaşımı*, rekabette öne geçen faktörlerden biri olmuştur. Ulaşım sistemlerinin yeterli olması ve ulaşımın kısa zamanda, düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Türkiye'de en pahalı ulaşım sistemi olan karayolu taşımacılığının yaygın olarak kullanılması, rekabet gücü açısından bir dezavantaj olacaktır. Ülkemizde mutlaka demiryolu taşımacılığının da geliştirilmesi yönünde önlemlerin alınması ve gereken altyapının oluşturulması gerekmektedir.

Ulaşım maliyetlerini etkileyen ve günümüzde rekabet gücünün etkileyen faktörlerden bir diğeri de, *pazara yakınlık*tır. Pazara yakınlık, talepteki değişikliklere (özellikle moda olan ürünlerde) hızla cevap verebilmek açısından da önemlidir. Yapılan bir çalışma, iki ülke arasındaki okyanus geçişi için artan her günün, ticaret imkanını yaklaşık %1.5 azaltabileceğini ortaya koymuştur (U.S. International Trade Commission, 2004: 7). 20 günlük okyanus yolculuğunun %16'lık gümrük vergisine eşit olduğu belirtilmektedir. Bu bakımdan, Türkiye'nin AB Ülkelerine yakınlığı rakip ülkelere göre önemli bir avantajdır.

I.6. Mesleki Eğitim

Kotaların 2005'te sona ermesiyle birlikte ticaret serbestleşecek, sermayenin pahalı olduğu ve işgücü maliyetlerinin giderek arttığı ülkeler için rekabet edebilmenin yolu, kaliteyi artırmak ve marka yaratmaktan geçecektir. Kaliteli üretim ise, ileri teknoloji ve vasıflı, verimi yüksek işgücünü zorunlu kılmaktadır. Yani, ileri derece uzmanlaşmış ürünler ve üretim yöntemleri

tecrübeyi çok önemli hale getirmiş ve mevcut işgücünün iyi eğitilmiş ve niteliklerini artırmış olmaları ihtiyaç haline gelmiştir.

Ancak işgücünün yeteneği arttıkça, reel ücretler de arttığından, giyim sektöründeki mukayeseli üstünlük zamanla kaybedilebilmektedir. Yang (1999)'a göre, global giyim piyasasında yeni sanayileşen ülkelerin payındaki azalma temelde bu nedenden kaynaklanmaktadır (Yang, 1999: 3-4).

I.7. Uluslararası Standartlara Uyum

2005 yılından sonra kotaların kaldırılmasıyla birlikte, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelerin ürünlerine uygulayacakları görünmeyen engellerin daha da önem kazanması beklenebilir. Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere ürün ihraç edebilmeleri için uluslararası standartlara (özellikle ekolojik standartlara) uygun üretim gerçekleştirmeleri zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle en önemli pazarımızı oluşturan AB, çevreye son derece önem vermekte ve ekolojik standartlara uygun ürünleri tercih etmektedir. Dolayısıyla ürünlerin ekolojik standartlara uygunluğunu belgeleyen EKO-TEKS etiketine sahip olunması ve çevre yönetim sistemi İSO 14000 standardına uyum sağlanması rekabet gücü açısından önem kazanacaktır.

Sosyal sorumluluklara uygun faaliyet göstermek de günümüzde rekabet edebilmenin bir diğer koşulu haline gelmiştir. Bu bakımdan işgörenlere karşı sosyal sorumlulukları yerine getirmede işletmelere yol gösterecek olan SA 8000 standardına uyum da önem kazanmaktadır. Minimum ücretler gibi beşeri ahlaka aykırı davranılıp davranılmadığı, sektörde kaçak ve çocuk işgücünün mevcut olup olmadığı ve çalışma şartları, ülkelere tekstil ve giyim sanayii açısından rekabet avantajı sağlayacak faktörlerdir (U.S. International Trade Commission, 2004: 7).

Türkiye'de tekstil ve giyim sanayiinde kayıtdışı istihdamın fazlalığı dikkat çekmekte ve kayıtdışılığın %80'ler düzeyine ulaştığı görülmektedir (Öz İplik-İş Sendikası, 2005: 6). Özellikle sigortasız çalıştırılabildikleri için, bazı işletmelerce çocuk işgücü tercih edilmektedir. Bu durum, gelecekte sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyecektir. Çünkü günümüzde uluslararası işletmeler sipariş verirken malın kalitesi yanında, çalışma şartları ve çocuk işçi istihdamı gibi sosyal açıdan işletmelerin sorumluluk düzeylerini de dikkate almaktadırlar.

Uluslararası standartlara uyum, dış pazarlarda rekabet edebilmek açısından zorunluluk haline gelmesinin yanı sıra, günümüzde tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için Çin karşısındaki nisbi olarak önemli avantajlardan biridir. Dolayısıyla uluslararası alanda rekabet edebilmek için,

özellikle sektöre ilişkin standartların bilinmesi ve bu standartlara uyumun sağlanması son derece önem kazanmıştır.

I.8. Devlet Yardımları

Uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü sağlamak açısından devlet yardımları önemlidir. Günümüzde hemen her ülke ihracatı teşvik etmek üzere çeşitli devlet yardımlarına başvurmaktadır. Kritik alanlardaki piyasa başarısızlıkları dolayısıyla, işletmelere sağlanan kamu desteğinin, rekabet gücünü artırmak açısından önemli bir faktör olduğu kanıtlanmıştır (Lall ve Weiss, 2003: 2). Doğu Asya Ülkelerinin tecrübeleri bize, uygun ve dikkatli teşvik politikalarının, rekabet gücündeki artışı hızlandırabileceğini, oldukça karmaşık ve ileri teknoloji gerektiren faaliyetlere girişi teşvik edebileceğini göstermiştir.

Çin’de devlet, tekstil ürünlerini önemli ölçüde sübvansede etmekte ve tekstil sanayiini %10 civarına oturmuş olan ihracat vergisi indirimi yoluyla teşvik etmektedir (Tekstil İşveren Dergisi, 2003: 2). Hatta devlet tekstil sanayiini teşvik etmek için serbest pazar uygulamalarına aykırı davranmakta ve hiçbir zaman KDV ödenmemesine rağmen KDV indirimi uygulamaktadır. Devlet bunların yanında, tekstil sektörüne ilave uygun destekler sağlamayı da planlamaktadır (Demir, 2002: 11).

Devlet yardımlarından en fazla yararlanan sektör, emek-yoğun olan, tekstil ve hazır giyim sanayiidir. Türkiye’de sektöre özellikle 1995 yılından sonra yoğun olarak verilen teşvikler sonucunda atıl kapasitenin yaratılmış olması dolayısıyla günümüzde sadece kapasiteyi artıran yatırımlar yerine, kalite ve verimliliği artırıcı, çevreyi koruyucu, ürün çeşitliliğini artıran modernizasyon yatırımları ile AR-GE faaliyetlerine teşvik sağlanmaktadır.

Bu gün için Türkiye’de sektör için yeterli devlet desteğinin olmaması, sektörün bir sorunu olarak görülmektedir (IFM Partners, 2004: 30). Devlet desteğinin az olmasının nedeni, “kamunun harcama kapasitesinin yetersiz oluşu ve kamu ile sektör işletmeleri arasındaki iletişimin zayıf olması” olarak ifade edilmektedir. Devlet ihracatçı birliklerini desteklemekle birlikte, endüstrinin 2005 yılına adapte olmasını sağlayacak şekilde, özel bir *tekstil programı* oluşturmamıştır (IFM Partners, 2004: 226).

I.9. Diğer Faktörler

Tekstil ve giyim sektörünün rekabet gücünün sürdürülebilmesinde etkili olabilecek *diğer faktörler*; pazarlama işlevlerinde etkinliğin artırılması, politik istikrarın sağlanması, açık, öngörülebilir kanuni, ticari ve düzenleyici sistemin

varlığı, uygulanan döviz kuru politikası, sermayenin bulunabilirliği ve maliyeti, serbest ticaret bölgelerinin varlığı, büyük pazarlara tercihli ulaşım, kayıtdışı olarak özetlenebilir.

Genel bir değerlendirme yapılırsa, Türkiye’de, tekstil ve giyim sektöründe uzun dönemde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için;

a) Üretim maliyetlerinin düşürülmesi için gereken önlemlerin alınması (işgücü maliyetlerinin düşürülebilmesi için SSK primlerinin düşürülmesi, kaliteli ve ucuz pamuk üretiminin teşvik edilmesi, enerji maliyetlerinin düşürülmesi..vb),

b) Uzun dönemde fiyata dayalı rekabet sürdürülemez olduğundan, verimliliğin daha da artırılması, bunun için toplumda verimlilik bilincinin yaygınlaştırılması,

c) AR-GE’ye daha fazla önem verilmesi ve yatırım yapılması,

d) Bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin kullanımının sağlanması,

e) Moda-marka ürünlerin üretimine ağırlık verilmesi ve zamanla katma değeri yüksek (teknik tekstil ürünleri gibi) ürünlerin üretimine geçilmesi,

f) Uluslararası standartlara uyumun yaygınlaştırılması,

g) İşgücünün niteliğinin daha da artırılması,

h) Ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, ucuz ve güvenli taşıma sistemlerinin geliştirilmesi,

ı) Devletin ilave kamu yükü oluşturmak yerine, rekabet gücünün artırılması için üreticilere gereken desteği vermesi gerekmektedir.

Zamanında stratejilerini belirleyen ve Ocak 2005 için önlemlerini alan ülkelerde, tekstil ve hazır giyim sanayileri daha az zarar görecektir.

II.-KAYSERİ TEKSTİL VE GİYİM SANAYİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET GÜCÜ VE 2005 YILINA İLİŞKİN BEKLENTİLER

Kayseri son yıllarda ihracatını önemli ölçüde artıran ve ihracatının yaklaşık %99’u sınai ürünlerden oluşan, dolayısıyla Türkiye’nin ihracat alanında sağladığı gelişmelere katkısı bulunan illerden biridir. Özellikle Kayseri’de tekstil ürünleri ve mobilya ihracatında son yıllarda önemli

gelişmelerin olduğu gözlenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır.

İşletme düzeyinde rekabet gücü; herhangi bir firmanın ulusal ya da uluslararası piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyetle üretimde bulunabilmesi, ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk ya da daha üstün durumda olması, yenilik ve icat yapabilme becerisidir (Aktan, 2003). İşletme düzeyinde rekabet gücünü belirlemek üzere, Kayseri tekstil ve giyim sanayii üzerine yaptığımız alan araştırması sektörün arz (üretici) yanına bir ölçüde ışık tutacaktır. Aşağıda öncelikle araştırmanın amacı, önemi ve metodu üzerinde durulmuş, daha sonra temel bulgulara geçmeden anket kapsamındaki işletmelere ilişkin genel bilgiler, ihracata ilişkin durumları ve uluslararası rakipleri ortaya konmuştur.

II.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmada; tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin işletmeler açısından önem derecelerinin belirlenmesi; işletmelerin, sektörel olarak rekabet gücünü etkileyen faktörler açısından rakiplerine göre zayıf yönlerinin ortaya konması; rekabet gücünün sürdürülmesi ve artırılması açısından işletmelerin yaşadıkları sorunların tespit edilmesi; 2005 yılında kotaların kaldırılmasının işletmeleri ne yönde etkileyeceğinin ve rekabet gücünün sürdürülebilmesi için alınması gereken önlemlerin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçlarla, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelere anket uygulaması yapılmıştır. Böylece rekabet gücünü etkileyen faktörler açısından işletmelerin durumu ve işletmelerin rekabet güçlerine ilişkin değerlendirmeleri de belirlenmiştir.

II.2. Araştırmanın Yöntemi

Anket yapılacak işletmeler belirlenirken Devlet Planlama Teşkilatı İhracatçılar Rehberi esas alınmıştır. Kayseri’de ihracatçılar rehberine kayıtlı, tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren 48 işletme tespit edilmiş ve bu işletmelerin hepsine ulaşılmış, ancak 39 işletmeden yanıt alınmıştır. Toplamda geri dönüşüm yüzdesi yaklaşık %81.3’dür.

İşletmelere 4 sayfa 39 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Ankette daha çok kapalı uçlu sorular kullanılmakla birlikte, işletmelerin görüşlerini öğrenebilmek için açık uçlu sorulara da yer verilmiştir. Tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilmesi için önemli olan ve

işletmenin denetiminde olan faktörlerin ne ölçüde gerçekleştirilebildiği belirlenmeye çalışılmıştır. İşletmenin dışında gerçekleşen ve işletme tarafından denetlenemeyen faktörlerle ilgili ise, işletmelerin görüşleri alınmıştır.

Anket yüzyüze görüşme metoduyla yapılmıştır. Anket büyük ölçüde dış ticaret müdürlerine, dış ticaret müdürüne ulaşılabilen durumda bu konuyla ilgili en yetkili kişiye uygulanmıştır. Araştırma verileri SPSS 10.0 paket programıyla değerlendirilmiştir.

II.3. Ankete Katılan İşletmelere İlişkin Genel Bilgiler

Anket kapsamındaki işletmelerin yaklaşık %31'i küçük ölçekli işletme, %26'sı orta ölçekli işletme ve %39'u büyük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. İki işletme bu soruyu cevaplandırmamıştır.

Anket kapsamındaki işletmelerin ürettikleri ürün gruplarına göre dağılımına bakıldığında, ürün grupları itibarıyla Kayseri'nin üretim yapısını ortaya koyan bir dağılımın sağlandığı görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin birden fazla ürün grubunu üretip ihraç ettikleri görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin ürettikleri ürün gruplarına göre dağılımı şöyledir: İplik (23.1), ev tekstili (17.9), yatak (15.4), dokuma (15.4), çorap (12.8), giyim (7.7), halı (7.7), havlu (5.1), keçe-vatka (5.1) ve teknik tekstil (2.6) dir.

Anket kapsamındaki işletmelerin daha çok iplik (özellikle pamuklu iplik), ev tekstili, dokuma ve yatakta yoğunlaştığı görülmektedir. Dolayısıyla Kayseri tekstil ve giyim ürünleri ihracatında bu ürünlerin önde geldiği söylenebilir. Kayseri'de hazır giyim üretiminin son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Türkiye, AB pazarında tekstile oranla hazır giyim ürünlerinde daha fazla rekabet gücüne sahip olduğundan, Kayseri'nin rakip ülkeler karşısında AB pazarındaki avantajdan yararlanamayacağı söylenebilir.

Teknik tekstil ürünü üretiminin ise, yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Kotaların kaldırılmasıyla en fazla etkilenmesi beklenen ev tekstili, üretim içinde önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler, kotaların kaldırılmasından fazlaca etkilenmemek için acilen önlemler almalıdırlar.

Anket kapsamındaki işletmelerin yaklaşık %56'sı 10 yıldan az süredir faaliyet göstermektedir. Bu da, Türkiye genelinde olduğu gibi, Kayseri'deki tekstil ve giyim yatırımlarının gümrük birliği sonrasında arttığını ortaya koymaktadır.

Tekstil ve giyim sanayiinde Gümrük Birliği sonrası yaratılan aşırı kapasiteye rağmen, anket kapsamındaki işletmelerin kapasite kullanım oranlarının düşük olmadığı, hatta işletmelerin önemli bir kısmının kapasite kullanım oranlarının Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %56,3'ünün kapasite kullanım oranları %80'in üzerindedir. Hatta işletmelerin yaklaşık %21'i kapasite kullanım oranının %100 olduğunu belirtmiştir. Bazı işletmelerde kapasite kullanım oranının düşük olmasının nedeni, yeterli talep olmaması değil, teknolojinin geri olmasıdır. Teknolojinin geri olması nedeniyle, talebe hızla cevap verilebilmesinde güçlük yaşayan işletmeler vardır.

II.4. Anket Kapsamındaki İşletmelerin İhracata İlişkin Durumları, İhracat Pazarları

Anket kapsamındaki işletmeler, Türkiye genelinde olduğu gibi, krizlerle birlikte iç pazarda yaşanan daralmalar nedeniyle dış pazarlara yönelmişlerdir. İşletmelerin yaklaşık %42'sinin 5 yıldan az süredir ihracat yapıyor olması, yaşanan son krizle birlikte ihracatta artışın olduğunu göstermektedir. İşletmelerin %53.8'i son yıllarda ihracatlarının arttığını belirtirken %28.2'si değişmediğini, %17.9'u ise azaldığını belirtmişlerdir. Dış piyasalardaki artan rekabete ve döviz kurunun düşük olmasına rağmen, işletmelerin önemli bir kısmını ihracatlarının arttığını belirtmişlerdir.

Anket kapsamındaki işletmelerin %51.5'i ürettikleri ürünün %30'dan azını ihraç ederken, işletmelerin %16.2'si ürünlerinin %30-49'unu ihraç etmektedir. İşletmelerin %32.3'ü ise, ürettikleri ürünün yarısından fazlasını ihraç etmektedirler. Mevcut durum Kayseri'deki tekstil ve giyim sanayi işletmelerinin aşırı derecede dış pazarlara bağımlı olmadıklarını göstermektedir. Bu durum, anket kapsamındaki işletmelerin bir kısmının ara malı üreten işletmeler olmasından kaynaklanabilir.

Ülke grupları itibariyle bakıldığında, en fazla ihracat yapılan ülke grubunun Avrupa Birliği olduğu görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %87.2'si Avrupa Birliğini ihracat yaptıkları ilk üç ülke grubu içerisinde belirtmişlerdir. Avrupa Birliğini, Kuzey Amerika (ABD ve Kanada), Orta Doğu Ülkeleri, EFTA, Kuzey Avrupa ve Arap ülkeleri izlemektedir. Anket kapsamındaki işletmeler için AB'nin en önemli ihracat pazarı olması, kotaların kaldırılmasından sonra, rakip ülkeler karşısında pazar kaybetme riskinin olabileceğini göstermektedir.

II.5. Uluslararası Pazarlardaki Rakipleri

Günümüzde tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için, uluslararası pazarlardaki rekabet her geçen gün artmaktadır. Anket

kapsamındaki işletmeler de rekabeti hissetmekle birlikte, rekabeti farklı yoğunluklarda algılamaktadırlar. İşletmelerin %53.8'i rekabeti çok yoğun hissederken, %41 yoğun hissetmektedirler. Bir işletme rekabetin olmadığını belirtmiştir.

Tablo-1, anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazarlardaki diğer rakiplerini göstermektedir.

**Tablo-1: İşletmelerin Uluslararası Pazardaki Rakipleri
(İlk Üçte Yer Veren İşletmelerin Oranı)**

	İşletmelerin sayısı	Yüzde		İşletmelerin sayısı	Yüzde
Çin	27	69,23	Asya Ülkeleri	8	20,5
Türkiye	12	30,8	Diğer	5	12,8
Doğu Avrupa	10	25,6	Portekiz	1	2,6
İtalya	10	25,6	Kuzey Afrika	1	2,6

Anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazardaki en güçlü rakibi, Çin'dir. Bu işletmelerin %41'i günümüzde Çin rekabeti dolayısıyla pazar kaybettiklerini belirtirken, işletmelerin %53.8'i pazar kaybı olmadığını ifade etmişlerdir. İşletmelerin %5.1'i bu soruyu cevaplandırmamıştır. Anket kapsamındaki işletmelerin en önemli rakiplerinden bir diğeri de, Türk firmalarıdır. Doğu Avrupa Ülkeleri, İtalya ve Asya Ülkeleri uluslararası pazarlardaki önemli rakipleri arasında görülmektedir. Uluslararası pazarlarda rekabet edilen diğer ülkeler, Polonya, Ukrayna, İsrail, ABD, Belçika, Mısır, Suudi Arabistan ve Türkiye Cumhuriyetleridir.

II.6. Uluslararası Standartlara Uyumları

Anket kapsamındaki işletmelerin %79.5'i sektörleri ile ilgili uluslararası standartlar konusunda bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. İşletmelerin %17.9'u sektörleri ile ilgili uluslararası standartlar konusunda bilgi sahibi olmadıklarını belirtirken, %2.6'sı bu soruya cevap vermemiştir. Tablo-2, anket kapsamındaki işletmelerin uyum sağladıkları uluslararası standartlar konusunda bilgi vermektedir.

İşletmeler tarafından en fazla uyum sağlanan standardın, ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi olduğu görülmektedir. Ürünlerin ekolojik standartlara uygunluğunu belgeleyen EKO-TEKS etiketine sahip işletme oranı, %10.3'dür. Sürdürülebilir gelişme konusunda uluslararası uygulamayı ortaya koyan ISO 14000 standardına uyum sağlayan işletmelerin oranı %5 iken, SA 8000 sosyal ve çalışma yaşamı ile ilgili standarda uyan işletmenin olmadığı görülmüştür.

Özellikle son yıllarda rekabet edebilenin önemli bir koşulu haline gelmeye başlayan sosyal sorumluluk standartına sahip işletmenin olmaması, Kayseri tekstil ve giyim sanayii için gelecekte rekabet gücünün sürdürülebilmesi açısından engel oluşturabilir.

Tablo-2: Anket Kapsamındaki İşletmelerin Uluslararası Standartlara Uyumu

	İşletme sayısı	Yüzde
ISO 9000	17	43,6
EKO-TEKS	4	10,3
ISO 14000	2	5,1
Diğer	2	5,1
Cevapsız	14	35,9
Toplam	39	100,0

AB'nin işletmelerin en önemli pazarı olması, işletmelerin AB standartlarına uyumunu da zorunlu hale getirmektedir. Özellikle tam üyeliğin gerçekleşmesi durumunda, AB standartlarına uyum işletmeler için kaçınılmaz hale gelecektir. Anket kapsamındaki işletmelerden AB'nin sektörle ilgili standartları konusunda bilgi sahibi olan işletme oranı ise, %69.2'dir. %23.1'i ise AB ile ilgili standartlar konusunda bilgi sahibi değildir. AB standartlarını bilmeyen işletmeler daha çok küçük ve orta büyüklükteki işletmelerdir.

AB standartlarını bilen işletmelerden bu standartlara tam olarak uyum sağlayan işletmelerin oranı ise, yaklaşık olarak %44.4'dür. Anket kapsamındaki işletmelerin %55.6'sı ise, standartlara yaklaştıklarını belirtmişlerdir. AB standartlarını bilen işletmelerin hala yarıdan fazlası bu standartlara tam olarak uyum sağlayamamıştır. En önemli pazarlardan biri olan AB pazarında rekabet gücünün sürdürülebilmesi, hızla bu standartlara uyumu zorunlu hale getirmektedir.

II.7. Sektörün, İşletmenin ve Ürünlerin Rekabet Gücüne İlişkin Bulgular

Sektörlere göre, rekabette öne çıkan faktörler farklılıklar göstermektedir (İTO, 2002: 35). *Sektörün rekabet gücünün* belirlenebilmesi için, rekabet gücünü etkileyen faktörlerin ortaya konması gerekmektedir. Bu amaçla işletmelerden, sektörlerinin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin önem derecelerini belirlemeleri istenmiştir. Anket kapsamındaki işletmeler tarafından Tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücü açısından önemli bulunan faktörler Tablo-3'de verilmiştir.

Tablo-3: Tekstil ve Giyim Sanayiinin Rekabet Gücü Açısından Önemli Bulunan Faktörler

	Ortalama	Standart Sapma
Enerji maliyeti	4,51	1,17
Pazarlama	4,44	1,17
Hammadde maliyeti	4,41	1,14
Sektörde kullanılan teknoloji	4,31	1,34
İşgücü verimliliği	4,28	1,28
Kur politikaları	4,28	1,15
Nitelikli işgücü bulunabilirliği	4,26	1,14
Finansman maliyeti	4,26	1,23
İşgücü maliyeti	4,23	1,27
Vergiler	4,23	1,27
Siyasi istikrar	4,23	1,22
Ürün standartları ve uluslararası geçerlilik	4,13	1,34
Enflasyon	4,13	1,22
Finansman kaynaklarına (kredilere) erişim kolaylığı	4,08	1,26
Sosyal güvenlik yükü (istihdam vergisi)	4,08	1,36
Ülke imajının sektöre etkisi	4,08	1,22
Bürokrasi	3,92	1,24
AR-GE harcamaları (yenilik, tasarım.....vb)	3,87	1,44
Sanayi destek mekanizmaları	3,72	1,57

1: Hiç önemli değil, 5: Çok Önemli

Anket kapsamındaki işletmeler tarafından *sektörün rekabet gücü açısından en önemli bulunan faktör*, enerji maliyeti olmuştur. Enerji fiyatları, işletme tarafından kontrol edilemeyen bir faktördür. Bu durum işletmelerin denetimleri altında olan rekabet gücü faktörlerinde başarılı olsalar bile, rekabet güçlerini yeterince artıramayacakları anlamına gelmektedir (İSO, 2002: 8). Bunun için devletin gereken önlemleri alması gerekmektedir. Pazarlama, rekabet gücü açısından önemli görülen ikinci faktördür.

Tekstil ve giyim sanayii açısından rekabet gücünü olumlu yönde etkilemesi beklenen faktörlerden bir diğeri de, hammadde maliyetidir. Yine hammadde maliyeti Türkiye'nin uyguladığı politikalarla son derece yakından ilgili olan bir faktördür. Kayseri'deki işletmelerin %69.2'si ithal girdi kullanmaktadırlar. Dolayısıyla ithal girdiden alınan gümrük vergileri maliyetleri önemli ölçüde etkileyecektir. İhracat gelirleri açısından son derece önemli olan sektörün, Türkiye genelinde olduğu gibi, Kayseri'de de girdi açısından dışa bağımlılığını dikkat çekicidir.

Rekabet gücü açısından AR-GE harcamalarının ve sanayi destek mekanizmalarının daha az önemli bulunmuş olması dikkat çeken bir diğer

konudur. Özellikle rekabet gücünün önemli bir belirleyeni olan AR-GE harcamalarının öneminin anket kapsamındaki işletmelerce düşük bulunması son derece önemlidir. AR-GE harcamaları rekabet açısından fazlaca önemli görülmemekle birlikte, anket kapsamındaki işletmelerin %69.2'si AR-GE faaliyetinde bulunmaktadır. Anket kapsamındaki işletmelerin %51.3'ü yeni ürün geliştirme, %38.5'i deneme üretimi, %25.6'sı teknoloji geliştirme, %23.1'i ise satış sonrası sorun giderme amacıyla AR-GE faaliyetinde bulunmaktadır. Yeni ürün geliştirmenin AR-GE harcamaları içindeki payının yüksek olması sektörde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılması açısından ürün geliştirmenin öneminin anlaşıldığını göstermektedir. Bununla birlikte AR-GE harcamalarının toplam harcamalar içindeki payının düşük olduğu gözlenmektedir.

Sektörün rekabet gücü yanında, *işletmeler* tarafından kontrol edilebilen bazı rekabet gücü faktörlerinin önem dereceleri de belirlenmeye çalışılmıştır. İşletmeler tarafından işletmelerinin rekabet gücü üzerinde çok etkili/etkili olarak görülen faktörler, fiyat, kalite ve üretim teknolojisi. Tablo 4, faktörlerin işletmelerin rekabet gücü üzerindeki etkilerini göstermektedir.

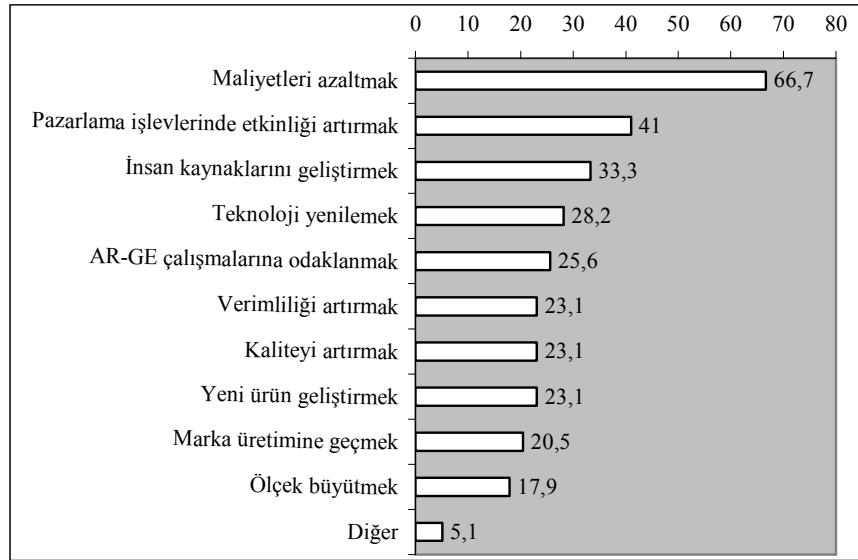
Tablo-4: İşletmelerin Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörlerin Önem Derecesi

	Ortalama	Standart Sapma
Fiyat	4,41	0,91
Kalite	4,26	0,88
Üretim Teknolojisi	4,26	1,04
Sözleşmelere Bağlılık	4,13	1,00
Ürün Çeşitliliği	4,10	1,17
Esnek Üretim Yeteneği	4,05	1,07
Verimlilik	4,03	1,11
Nitelikli İşgücü	4,00	1,17
Ürün Tasarımı	3,97	1,27
Tanıtım	3,92	1,35
Toplam Maliyet	3,85	1,39
Dağıtım Kanalları	3,79	1,08
Marka Güvenilirliği	3,77	1,40
Üründe Uzmanlaşma	3,69	1,34
Kurumsal İmaj	3,67	1,30
Ürün Teknolojisi	3,51	1,67
Bilişim Teknolojisi	3,41	1,37

1: Hiç etkili değil, 5: Çok etkili

Rekabet gücü üzerinde en az etkiye sahip olduğu düşünülen faktör ise, bilişim teknolojileridir. Bu bulgu, anket kapsamındaki işletmelerin, rekabet gücü üzerindeki önemi her geçen gün artan *bilişim teknolojilerinin* önemini yeterince algılamamış olduklarını göstermektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %53.8'i bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince yararlandıklarını, %43.6'sı kısmen yararlandıklarını belirtmeleri, işletmelerin bilgi teknolojilerinin önemini yeterince kavramamış olmalarının bir göstergesi sayılabilir. Anket kapsamındaki işletmelerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince faydalanmamalarına paralel olarak, e-ticaret yapan işletmelerin oranı da % 28.2'lerde kalmaktadır.

Anket kapsamındaki *işletmelerin rekabet güçlerini artırabilmek açısından en sorunlu gördükleri faktör*, maliyetlerin azaltılmasıdır. Yani işletmeler rekabet güçlerini artırabilmek ve sürdürülebilir bir rekabet gücü sağlamak açısından maliyetlerini düşürmekte zorlanmaktadırlar. Şekil 1, işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet gücü sağlamak ve devam ettirebilmek açısından sorun yaşadıkları diğer faktörleri göstermektedir.



Şekil-1: İşletmelerin Uluslararası Pazarlarda Rekabet Gücü Kazanmak ve Sürdürebilmek Açısından Sorun Yaşadıkları Faktörler

Pazarlama işlevlerinde etkinliği artırmak ve insan kaynaklarını geliştirmek, işletmeler açısından sorunlu olarak değerlendirilen diğer faktörlerdir. İşletmeler, rekabette giderek önem kazanan AR-GE çalışmalarına odaklanmak konusunda da sıkıntı yaşadıklarını belirtmektedirler.

Anket kapsamındaki işletmelerden, rekabet gücü açısından önemli olan bazı özellikler açısından *kendi ürünlerini uluslararası markalarla karşılaştırmaları* istenmiştir. İşletmelerin %51,3'ü kalitelerinin, %48,7'si fiyatlarının, %48,7'si ise ürünlerinin dayanıklılığının uluslararası markalara göre daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin önemli bir kısmının *ürünlerinin kalitesinin rakip ürünlere göre daha üstün* olduğunu belirtmesi son derece önemlidir. Üretim teknolojisi, standartlara uygunluk ve bulunabilirlik açısından ise, farkın olmadığı düşünülmektedir. Uluslararası ürünlere göre daha kötü olarak belirtilen özellik ise, *marka imajıdır*. Bu sorun, sadece tekstil ve giyim sektörü ürünleri için değil, bütün sektörler için geçerlidir. Türk mallarının rekabet gücünün artırılabilmesi için, Türkiye'nin kısa sürede dış pazarlardaki imajını güçlendirmesinde yarar vardır.

Ürünlerinin yanında, işletmelerden *uluslararası rakiplerine göre kendilerini* de değerlendirmeleri istenmiştir. İşletmelerin uluslararası rakiplerine göre kendilerini güçlü olarak değerlendirdikleri faktörlerin başında, ürünlerinin kalitesi gelmektedir. Uluslararası rakiplerine göre en zayıf olarak değerlendirilen faktörler ise; AR-GE çabaları, tanıtım çabaları ve *devlet yardımlarının eksikliği*dir. İşletmelerin rekabet gücü açısından AR-GE'ye fazla önem vermemeleri, hem de AR-GE açısından kendilerini uluslararası rakiplerine göre zayıf görmeleri, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından oldukça düşündürücüdür.

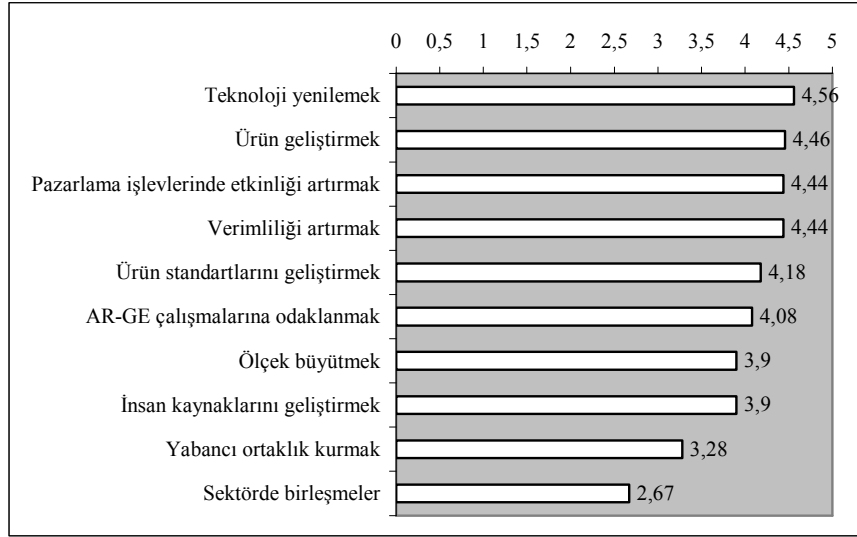
II.8. Anket Kapsamındaki İşletmelerin 2005 Yılına İlişkin Beklentileri

Anket kapsamındaki işletmelerin %35,9'u 2005 yılında kotaların kaldırılmasının işletmeyi etkilemeyeceğini düşünürken, %17,8'i bu durumun işletmelerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir. İşletmelerin yarısından fazlasının olumsuz beklenti içinde olmamaları, sektörün 2005 ve sonrasında karşılaşacağı riskler konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıklarını akla getirmektedir.

Anket kapsamındaki işletmelerin %46,2'si kotaların kaldırılmasının işletme üzerinde olumsuz etkiler yaratmasını beklemektedirler. Olumsuz yönde etkileneceğini düşünen işletmeler, 2005 yılına hazırlanmak üzere önlemler aldıklarını da belirtmişlerdir. Bunlar; kalite- marka ürünlere yönelmek, ürün ve pazar çeşitliliği artırmak, yeni yatırımlara girişmemek, pazardaki müşterilerin ihtiyaçlarına ve fiyat beklentilerine yeterince cevap verebilmek ve güven sağlamak, maliyet çalışmaları yapmak, kapasiteyi artırmak, dolayısıyla makinelerin modernizasyonu sağlamak olarak özetlenebilir. Alınan önlemler, kotaların kaldırılmasının olumsuz etkiler yaratacağını bekleyen işletmelerin rekabet gücünün devam ettirilebilmesi açısından bilgi sahibi olduklarını göstermektedir.

II.9. Rekabet Gücünün Korunabilmesi İçin Önlemler

Anket kapsamındaki işletmelere göre, tekstil ve giyim sektöründe sürdürülebilir rekabet gücünün sağlanabilmesi için en önemli faktörler; teknolojik gelişmenin sağlanması, ürün geliştirilmesi ve pazarlama işlemlerinde etkinliğin artırılmasıdır. Şekil 2, uluslararası pazarlarda rekabet gücünün korunabilmesi için alınması gereken önlemleri göstermektedir.



Şekil-2: Uluslararası Pazarlarda Rekabet Gücünün Sürdürülebilmesi İçin Alınması Gereken Önlemler

Teknolojik gelişme, ürünlerde farklılaşma gibi faktörlerin ilk sıralarda yer alıyor olması, tekstil ve giyim sanayiinin günümüzde rekabet gücünü sürdürebilmesi açısından önemli olan faktörlerin, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından algılandığını göstermektedir.

İnsan kaynaklarını geliştirmek, yabancı ortaklıklar kurmak ve sektörde birleşmeler sürdürülebilir rekabet gücü açısından son sıraya yerleştirilen faktörlerdir. Anket kapsamındaki işletmelerin rekabet gücünün artırılabilmesi için uluslararası alanda sıkça kullanılan önlemlerden biri olan sektörde birleşmelere önem vermemeleri, Türkiye’de işletmelerin birleşme kültürüne tam anlamıyla sahip olmadıkları sonucunu (İTO, 2002: 53) kısmen doğrulamaktadır.

Ayrıca tekstil ve giyim sanayilerinde rekabet gücünün sürdürülebilmesi açısından önümüzdeki yıllarda devlet desteğinin daha da önem kazanması beklenmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %84,6’sı, sektöre özel ihracat

teşviklerin rekabet gücü açısından önemli olduğunu düşünmektedirler. İşletmelerin rekabet gücünün sürdürülebilmesine ve artırılmasına yönelik olarak alınması gereken önlemler konusundaki önerileri ise şunlardır: Ucuz kredi sağlanması, vergi muafiyetleri ve genel KDV oranlarının düşürülmesi; kredi desteklerinin artırılması ve haksız rekabetin engellenmesidir.

SONUÇ

Türkiye'nin sanayileşmesinde önemli görevler üstlenmiş olan tekstil ve giyim sektörünün, 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla birlikte rekabet gücünü nasıl devam ettireceği günümüzde üzerinde önemle durulan konulardan biri haline gelmiştir. Çalışmada, tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilmesi açısından önem kazanan faktörlerin belirlenmesi ve Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün ortaya konması amaçlanmıştır.

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün *sağlanması* ve *sürdürebilmesi* açısından önemli olan ve literatürde belirtilen başlıca faktörler; teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, üretim maliyeti, verimlilik, mesleki eğitim, devlet teşvikleri, ürün çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlıktır. Bunların yanında, uluslararası standartlara uygunluk, politik istikrarın sağlanması, uygulanan döviz kuru politikası, serbest ticaret bölgelerinin varlığı ve bazı pazarlara tercihli ulaşım vb. tekstil ve giyim sektöründe rekabeti belirleyecek olan diğer faktörlerdir.

Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünü belirlemek üzere, tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren ve ihracat yapan işletmelere anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen bulgular şöyle özetlenebilir:

- Anket kapsamındaki işletmeler tarafından tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücü açısından önemli bulunan faktörler; enerji maliyeti, pazarlama ve hammadde maliyetidir. AR-GE harcamaları ve sanayi destek mekanizmaları rekabet gücü açısından daha az önemli bulunan faktörlerdir.

- İşletmeler tarafından kontrol edilebilen ve işletmenin rekabet gücü üzerinde etkili olarak görülen faktörler ise, fiyat, kalite ve üretim teknolojisidir. İşletmenin rekabet gücü üzerinde en az etkiye sahip görülen faktör, bilişim teknolojisi olmuştur.

- Anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet gücü sağlamak ve devam ettirebilmek açısından en sorunlu gördükleri faktörler; maliyetleri azaltmak, pazarlama işlevlerinde etkinliği artırmak, insan kaynaklarını geliştirmek ve teknoloji yenilemektir.

-Uluslararası rakiplerine göre kendilerini güçlü olarak değerlendirdikleri faktörlerin başında ürün kalitesi gelmektedir. Uluslararası rakiplerine göre en zayıf olarak değerlendirilen faktörler ise, AR-GE çabaları, tanıtım çabaları ve devlet yardımlarının eksikliğidir.

Bu bulgular, tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünün sağlanması ve sürdürülebilmesi açısından önemli olan genel faktörlerle karşılaştırıldığında, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin sürdürülebilir rekabet gücü kazanabilmesi için şu öneriler getirilebilir:

- AR-GE'ye yeterince önem verilmesi,
- Teknoloji düzeyinin yükseltilmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinden etkin bir şekilde yararlanılması,
- Ürün çeşitliliğinin artırılması, özellikle teknik tekstil ürünlerinin üretimine geçilmesi,
- Uluslararası standartlara uyuma daha fazla önem verilmesidir.

Türkiye genelinde tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücününün sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik kapsamlı önlemlerin belirlenebilmesi için, benzer uygulamalı çalışmaların başka illerde de yapılması yararlı olacaktır.

NOTLAR

¹ Sınıflandırma belirtilen kaynaklardan da yararlanarak tarafımdan yapılmıştır.

KAYNAKLAR

- Aktan C.C. (2003) "Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası", TİSK, **Güçlü ve Büyük Türk Ekonomisi İçin Üretim ve İstihdam Politikaları Araştırma Yarışması**, Yayın No: 236, Ankara: <http://www.tisk.org.tr>, Erişim Tarihi: 22.03.2004.
- Aras G. (2002) "Avrupa Birliği Pazarında Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Yeteneği: Finansal Yaklaşım", **ODTÜ Uluslararası Ekonomi Kongresi**, 11-14 Eylül 2002, Ankara, 34.
- Commission of the European Communities (2003). **Communication From The Commission to The Council, The European Parliament, The European Economic and Social Committee and Committee of The Regions**, Brussels: COM (2003)649 Final.

- Demir M. (2002) **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Ankara.
<http://www.itkib.org.tr/Res800/DisTicaretBilgileri/raporlar/DUNYATEKSTIL.pdf>, Erişim Tarihi: 06.01.2004.
- DPT (2001) **Tekstil ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT Yayını Ankara. <http://www.dpt.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.12.2003.
- Eruygur O., E. Özçelik ve E. Taymaz (2004) “Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinde Uluslararası Rekabet”, **İşletme ve Finans Dergisi**, 19, 217, 5-23.
- Fawzy S. (2002) **Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa Region, Mediterranean Development Forum 3**, <http://www.eces.org.eg/Downloads/ECEMDF3f.pdf>
- IFM (Institut Francais De La Mode)/Partners (2004) **Study on the Implications of The 2005 Trade Liberalisation in the Textile and Clothing Sector**, Consolidated Report, Part 1, Paris.
- İTO (2002) **İmalat Sanayiinin Uluslararası Rekabet Gücü, AB ve Diğer Ülkelerle Karşılaştırma**, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.
- Lall S. and J. Weiss (2003) “Industrial Competitiveness: The Challenge for Pakistan. www.adb.org/documents/PRM/Working_Papers/wp03.pdf, Erişim Tarihi: 05.05.2004.
- Koşar D. (2002) “Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Gücü” www.aeri.org.tr/Pamuksempozyumu2002/word/Dilsad%20kosar.doc, Erişim Tarihi: 05.03.2003.
- Öz İplik-İş Sendikası (2005) **Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri**.
- Saygılı Ş. (2003) **Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu**, Ankara: DPT.
- SPO (2004). **Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook**, Ankara, <http://www.dpt.gov.tr>, Erişim Tarihi: 05.05.2004.
- Tan B. (2001) **Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry, Harvard Center for Textile and Apparel Research**, <http://www.hctar.org/pdfs/GSO6.pdf>, Erişim Tarihi: 01.02.2004.
- Tekstil İşveren Dergisi (2003) “Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti Üzerine Çin Tehditi”, Ağustos, <http://www.tekstilisveren.org.tr>, Erişim Tarihi, 05.05.2004.

- TUBİTAK (2003) **Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi, Tekstil Raporu** (Son Rapor), <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr>, Erişim Tarihi: 06.06.2004.
- TUSİAD (2002). **Sektörel Durum Analizi-Sorunlar ve Çözüm Önerileri-2001-II**. <http://www.tusiad.org>, Erişim Tarihi: 16.04.2004.
- United States International Trade Commission (2004) **Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market**, Publication 3671, <http://63.173.254.11/pub3671/chap2.pdf>, Erişim Tarihi: 20.06.2004.
- Wysonkiska Z. (2003) “Competitiveness and Its Relationship with Productivity and Sustainable Development”, **Fibres and Textiles in Eastern Europe**, 11(3), 42, 11-14.
- Yang Y. (1999) **China’s Textile and Clothing Exports: Changing International Comparative Advantage and Its Policy Implication**, <http://eprints.anu.edu.au/archive/00000187/00/cep99-3.pdf>, Erişim Tarihi: 11.06.2004.

PROFESYONEL SPOR KULÜPLERİNİN TARAFTAR İLİŞKİLERİ YOLUYLA MARKA DEĞERİ YARATMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Sanem ALKIBAY†

Öz

Bu araştırmanın amacı, profesyonel spor kulüplerinin marka değerine tüketicilerin verdikleri katkı düzeyini belirlemektir. Bu amaçla, profesyonel spor kulüplerinin tüketicisi konumunda olan taraftarlar, farklı kriterlere göre analiz edilmiştir. Araştırmada Ankara’da taraftar olan 1179 üniversite öğrencisine anket uygulanmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre, taraftarlar profesyonel spor kulüplerinin marka olabilecekleri görüşündedirler. Ancak bu görüşlerini tuttukları kulübe destek verme adına satın alma davranışlarına yansıtamadıkları dikkati çekmektedir.

Anahtar Sözcükler: Spor pazarlaması, spor kulübü, marka, marka değeri, taraftar.

Abstract

A Study on Brand Equity Establishment of Professional Sport Clubs by Fan Relations

The aim of this study is to determine the support level of consumers to brand equity of professional sport clubs. For this purpose fans of sport clubs were analysed according to different criteria, regarding them as the consumers of sport clubs. 1179 university students who are fans of sport clubs were analysed with questionnaires. Results showed that fans assume sport clubs as a brand but this was not reflected to their consumer behaviour proportionally.

Keywords: Sport marketing, sport clubs, brand, brand equity, fan.

* Bu makale, araştırmanın istatistiksel analizlerinde yardımını unutamayacağım değerli arkadaşım Yrd. Doç. Dr. Bülent Öztürk’ün anısına yazılmıştır.

† Prof.Dr., Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Gölbaşı-ANKARA, salkibay@gazi.edu.tr

GİRİŞ

Boş zaman değerlendirmede alternatif olarak kabul edilen spor, teknolojinin gelişmesine paralel olarak geniş kitlelere yayılmış, bunun sonucu olarak da ekonomik nitelikleri ön plana çıkan bir hizmet sektörü halini almıştır. Söz konusu sektör içinde yer alan kişi ve kuruluşlar zaman içinde değişime uğrayarak kulüpler birer işletmeye, taraftar ve izleyiciler ise birer tüketiciye dönmüştür. Genel kabul gören anlayışa göre; 20. yüzyıl organize sporun sosyal ve ekonomik bir olgu olarak ortaya çıktığı dönemdir. Bu duruma medyanın toplumsal etkinliğinin artmasının ve pazarlamanın global bir iş fenomeni olarak ortaya çıkmasının da büyük katkı verdiği düşünülmektedir (Meenaghan ve O'Sullivan, 1999: 242). Ayrıca, 1980 ve 1990'larda sporun global bir dil ve kültür olduğu keşfedilerek, günümüzde bu dil sayesinde uluslar arası ticari, finansal, coğrafi ve politik bariyerlerin de kaldırılabilirdiği görüşü yaygınlaşmıştır (Wagg ve Goldberg, 1991: 239-253).

Öte yandan, 1990' lı yılların başından bu yana profesyonel spor kulüplerinin şirketleşmesi ve halka arzı, aşırı yüksek bilet fiyatları ve yayın hakları spor endüstrisinin şeklini değiştirmiş ve diğer endüstrilerce de karlı bir alan olarak görülmeye başlanmıştır.

Spor endüstrisi rakamsal boyutuyla incelendiğinde önemli verilere ulaşılmaktadır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde spor endüstrisinin 213 milyar Dolar sınırını aştığı dikkati çekmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde televizyonlardaki spor reklamları 5.2 milyar Dolar, futbol liginde televizyon yayın hakları ise 17.6 milyar Dolardır. Avrupa'da sadece futbol sektörü 5.5 milyar Dolar'a ulaşmıştır (Meenaghan ve O'Sullivan, 1999: 243). Avrupa futbol sektöründe profesyonel spor kulüplerinin değerleri gün geçtikçe yükselmektedir. Örneğin Manchester United 531 milyon Dolar değerindedir. Türkiye'de ise 133 milyon Dolar'lık futbol kulübü bulunmaktadır. Dünyada sponsorluk harcamaları yaklaşık 25 milyar Dolardır ve bunun %65'i spor organizasyonlarına yapılan yatırımları oluşturmaktadır (Ekotimes, 2002-03: 13).

Spor endüstrisindeki bu büyüme beraberinde spor ürünlerinin, kişilerin, kulüplerin ve organizasyonların 'marka'larını da tartışılır hale getirmiştir. Özellikle son yıllarda markalama konusu spor endüstrisini etkilemiş ve markalamanın farklılaşmanın hem temeli hem de bir sonucu olduğu görüşüne varılmıştır.

Spor endüstrisinde rekabetin hızla artması profesyonel spor kulüplerini ekonomik etkinlik göstermeden varlıklarını sürdüremez hale getirmiştir. Bu bağlamda, son yıllardaki eğilim profesyonel spor kulüplerinin marka olarak kabul edilmeleri ve bu bakış açısıyla yönetilmeleri yönündedir. Kulüp

yöneticilerinin marka yönetim çabalarının altında yatan temel amaç, kulüp 'marka değeri' yaratmaktır. Marka değeri, markanın ismine ve sembolüne bağlı olarak tüketiciye ya da kulübe ilave bir değer kazandıran varlıklar grubudur. Söz konusu varlıklar ; marka ismi farkındalığı, marka sadakati, algılanan kalite ve marka çağrışımlarıdır. Marka değeri varlıklarının birbiriyle etkileşimi sonucunda, tüketici bilgi sahibi olmakta ve yorum yapabilmektedir. Marka değeri' nin spor kulübüne kattığı ek değer ise, pazarlama programının verimliliğinin artması, marka sadakatının yaratılması, fiyat ve marjlarda rahatça ayarlamaya gidilmesi, ürün genişletmenin kolay yapılabilmesi ile ticari üstünlük ve rekabet avantajı sağlamasıdır. Bir kulübün ekonomik değeri, kulüp markasının karlılığına, tanınırlığına, algılanan kalitesine, çağrışımlarının gücüne ve tüketicilerinin sadakat düzeyine bağlı olarak yükselmekte veya düşmektedir.

Dolayısıyla, tüketici bakış açısını temel alan yaklaşımların, marka değeri yaratmada daha etkili sonuçlara ulaşabileceğini söylemek mümkündür. Bu noktadan hareketle, profesyonel spor kulüplerinde marka değeri yaratılması ve taraftarların spor kulübüne yönelik yaklaşımlarının, kulüp marka değeri çerçevesinde ele alınması bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Burada varsayım, profesyonel spor kulüplerinin bir marka yaratabildikleri ve marka değeri oluşturma yönünde tüketicileri hedef alan stratejiler geliştirdikleri ancak bu konuda yeterli düzeyde başarıya ulaşamadıkları yönündeki yargılardır.

I. MARKA DEĞERİ VE PROFESYONEL SPOR KULÜPLERİNDE MARKA DEĞERİ YARATILMASI

Marka değeri¹ (brand equity) 1990'lerden itibaren pazarlama alanında önemli bir araştırma konusu olmaya başlamıştır (Barwise, 1992; Shocker vd, 1994). Özellikle marka değeri, literatürde ilk olarak pratikteki uygulamaları (Owen, 1993), stratejik incelemeleri (Aaker, 1991; Kapferer, 1992) ve teorik yaklaşımı (Keller, 1993) yönünden incelenmiştir. Marka değerinin ilk çıkış noktasını bir markaya değer biçme (brand valuation) oluşturmuştur (Aaker, 1991; Farquhar, 1989; Kapferer, 1992; Krishnan, 1996: 389). Bir firmanın değerini ölçen kavramlar gayrimenkuller, maddi varlıklar, fabrikalar ve ekipmanları iken, son zamanlarda firmanın değerinin firma dışında aranmasının daha gerçekçi olacağı görülmüş ve bunun alıcıların zihninde (kafasında) olduğu gerçeğine varılmıştır. Bu bakış açısının temelinde, satış grafiklerindeki hareketin yatırım harcamalarıyla orantılı olmaması yatmaktadır. Günümüzde pek çok işletmenin asıl sermayesinin markaları olduğu görülmektedir (Kapferer, 1992: 1).

Burada önemli bir nokta ürünle marka arasındaki farktır. Ürün firmanın yapabildiği ve işlevsel yararlar sunan herşeyken, marka ürünün işlevsel amacının ötesinde, o ürünün değerini arttıran bir isim, sembol ve tasarım olarak tüketicilerin satın aldığı şeydir. Marka üründen farklıdır ve bu fark tüketici tarafından yüklenen duygusal ifadelerdir (Aaker, 1996: 73; Kapferer, 1992: 1; Öztuğ, 1997: 19).

Marka değeri, literatürde yeni bir kavram olması nedeniyle yazarlarca farklı şekilde ifade edilmekte ve tanımlanmaktadır. Marka değeri, markanın ismine ve sembolüne bağlı olarak tüketiciye ya da firmaya ilave bir değer kazandıran (veya kaybettiren) varlıklar (ve sorumluluklar) grubudur ve söz konusu varlıklar grubu dört ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; marka farkındalığı, marka sadakati, algılanan kalite, marka çağrışımları (marka özdeşliği) dir (Aaker, 1996: 7).

Marka ismi farkındalığı; müşterinin zihninde markanın ne güçte olduğu anlamına gelmektedir. Markayı tanıma ve hatırlama performansı içeren bir olgudur. Diğer bir ifadeyle, markayı hatırlamak üzere tüketiciye verilen ürün kategorisi arasında, o markanın seçilebilme yeteneğidir. Marka farkındalığı, tüketicinin bir markayı nasıl hatırladığının değişik yollardan ölçülmesi ile belirlenmektedir. Bu yollar; tanınmışlık (recognition), hatırlanırılık (recall), hatırlanan ilk marka olmak (top on mind) ve akla gelen tek marka olmak (dominant) şeklindedir (Aaker, 1996: 10).

Algılanan kalite subjektif bir kriter olup (Hanan ve Karp, 1989: 21) tüketicinin beş duyu organına bağlı olarak edindiği bilgi girdilerini seçmesi, sıraya koyması ve yorumlamasıdır. Tüketiciler mal veya hizmetle bağdaştırdıkları çeşitli içsel ve dışsal ip uçlarını baz alarak değerlendirmeye tabi tutarlar. Dolayısıyla, algılanan kalite, tüketicinin zihninde oluşan ve tatmine bağlı olarak gelişen bir kavramdır.

Marka sadakati, müşterilerin belli bir ürün kategorisinde özel bir markaya karşı devamlı olarak geliştirdikleri satınalma davranışıdır (Pride ve Ferrel, 1997: 252). Diğer bir yaklaşımla sadakat, bireyin aynı ürün kategorisinde bulunan alternatif markalar arasında yapmış olduğu karşılaştırma sonucunda, belirli bir markaya karşı geliştirmiş olduğu göreceli tutum ile bu göreceli tutumun kuvveti nispetinde markanın birey tarafından tekrarlı olarak satın alınması şeklindeki davranıştan oluşmaktadır (Güneren, 2004: 51).

Marka çağrışımı, tüketicinin zihninde marka ve onun özellikleri arasında belli temel özdeşleştirmelerin (çağrışımlar) oluşturulmasıdır. Bu özellikler; tüketicilerin marka ile ilişkilendirdikleri belli bir sembol, ürün nitelikleri veya ünlü bir kişi olabilmektedir.

İşletmelerin pazarda güçlerini artırabilmeleri için öncelikle güçlü bir marka oluşturmaları gerekmektedir. Güçlü marka yaratmak marka değerinin yönetilebilmesini beraberinde getirmektedir. Marka değerini yönetebilmek için ise, marka farkındalığı, marka sadakati, algılanan kalite ve marka çağrışımları gibi her bir varlık grubunu yaratmak ve geliştirmek için yatırım yapılmalıdır. Böylece, müşterilere de yansıyan bir marka değeri oluşturulabilmektedir. Burada sözü edilenler hem en son müşteriler hem de araçlardır. En son müşterilerin yanı sıra araçlara yönelik marka imajı, markanın pazarda başarılı olabilmesinde önemli belirleyiciler olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla işletmeler, markanın sadece en son müşteriler üzerinde bıraktığı imajla yetinmeyip, dağıtım kanalındaki araçların algılamalarıyla da ilgilenmeleri gerekmektedir (Aaker, 1996: 8).

Sonuç olarak, marka değerini oluşturan; marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları ve sahip olunan diğer marka varlıklarının birbirleriyle etkileşimi sonucunda, tüketici bilgi sahibi olmakta ve yorum yapabilmektedir. Ayrıca, tüketici satınalma kararını güven duygusu altında verebilmekte ve satın aldığı mal ve hizmetler sonucunda tatmin olabilmektedir. Marka değerinin firmaya kattığı ek değerler ise, pazarlama programının verimliliğinin ve etkinliğinin artması, marka sadakatinin yaratılması, fiyat ve marjlarda rahatça ayarlamaya gidilmesi, ürün genişletmenin kolay yapılabilmesi ile ticari üstünlük ve rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

Boş zaman değerlendirmede alternatif olarak kabul edilen spor, teknolojinin gelişmesine paralel olarak geniş kitlelere yayılmış, bunun sonucu olarak da ekonomik nitelikleri ön plana çıkan bir hizmet sektörü halini almıştır. Spor endüstrisinin gelişimi, spor endüstrisinde mal ve hizmet üreten işletmeler için bir pazarlama ortamı yaratmış ve bu yolla spor pazarlamasının da gelişmesini sağlamıştır. Mullin vd. (2000: 9)'e göre, spor pazarlaması, spor tüketicisinin değişim süreci içerisindeki bütün ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için oluşturulan tüm faaliyetlerdir. Bu çerçevede spor pazarlaması iki temel unsur geliştirmiştir. Birincisi, spor mal ve hizmetlerin spor tüketicisine sunulması, ikincisi ise sporun bir tutundurma aracı olarak kullanılmasıyla diğer tüketim ve endüstriyel mal ve hizmetlerin iletilmesidir. Burada "spor tüketicisi" ve "spor tüketimi" kavramları sporla ilgili bir dizi anlam ifade etmektedir. Bunlar spor yapmak, seyretmek, okumak, dinlemek, biriktirmek ve görev yapmaktır.

Spor pazarlaması çağdaş pazarlama kapsamında tanımlanacak olursa, tüketicilerin gereksinim ve isteklerinden hareketle spor endüstrisi için mal ve hizmet (kişi, fikir, yer, dava) üretilmesi/dağıtılması, fiyatlandırılması ve

tutundurulması ile ilgili faaliyetlerin müşterileri tatmin ederek gerçekleştirilmesi sürecidir.

Spor endüstrisinin temel olarak 6 değişik spor tüketim pazarı vardır (Brooks, 1994: 89). Seyirciler, katılımcılar ve gönüllülerden oluşan birincil spor pazarı tüketicilerin özelliği, spor ürününü hızlı tüketmeleridir. İkinci düzeyde yer alan ise sporu bazı yardımcı amaçlar için kullanan tüketicilerin oluşturduğu pazarlardır. Bunlar stadyumlara reklam verenler, katılımcıları ve seyircileri etkilemek amacıyla spor faaliyetlerine sponsor olan işletmeler ve ilgi/eğilim (affinity) pazarlarıdır.

Spor endüstrisinde faaliyet gösteren tarafları markalaşmaya yönelen çeşitli nedenler bulunmaktadır. Özellikle 1990 ların başından bu yana sürekli takım değiştiren yıldız oyuncular ve buna bağlı değişen astronomik fiyatlara dayalı oyuncu transferleri, profesyonel spor kulüplerinin şirketleşmesi ve halka arzı, aşırı yüksek bilet fiyatları ile yayın hakları spor endüstrisinin şeklini değiştirmiş ve diğer endüstrilerce de karlı bir alan olarak görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla spor endüstrisindeki bu gelişme beraberinde spor ürünlerinin, kişilerin, kulüplerin ve organizasyonların 'marka' larını da tartışılır hale getirmiştir. Özellikle son yıllarda markalama konusu spor endüstrisini etkilemiş ve markalamanın farklılaşmanın hem temeli hem de bir sonucu olduğu görüşüne varılmıştır. Ayrıca, spor sektöründe gelecek yıllarda da markalaşmanın artarak önemini koruyacağı düşüncesi ağırlık kazanmaya başlamıştır (Gladden vd.,1998: 1-19; Boone vd.,1995: 33).

Günümüzde spor endüstrisi içinde yer alan profesyonel spor kulüpleri, hedef kitlelerinin gereksinimlerini ve isteklerini karşılamak üzere birer ticari işletme gibi faaliyette bulunarak değerlerini artırma yönünde stratejiler geliştirmektedirler. Örneğin, Amerika'da bazı profesyonel spor kulüplerinin markalarının satış fiyatı 1988'de 97 Milyon \$ (Seattle Seahawks) ve 70 Milyon \$ (Portland Trail Blazers ve Baltimore Orioles) Dolarken söz konusu bu takımların bugünkü tahmini satış değerlerinin 300 Milyon \$ olduğu öne sürülmektedir. Ayrıca Washington Redskins'in Daniel Snyder tarafından 800 Milyon \$'a satın alınması yakın bir gelecekte futbol kulüplerinin 1 Milyar Dolar'a satılabileceğinin habercisi olarak gösterilmektedir (Gladden vd., 2001: 297). Avrupa'da benzer şekilde profesyonel futbol takımlarının değerleri de gün geçtikçe yükselmektedir. Örneğin İngiliz takımlarından Manchester United 531 milyon Dolar, Arsenal 152 milyon Dolar, İtalyan takımlarından Juventus 369 milyon Dolar, As Roma 142 milyon Dolar, SS Lazio ise 135 milyon Dolar'dır. Ancak yapılan araştırmalar, profesyonel spor takımlarının franchise değerlerindeki inanılmaz artışa rağmen bir çok takımın zararda olduğunu göstermektedir. Forbes dergisinin 1999 değerlendirmesine göre, 116 takımdan 70'i bu sektörde para kaybetmişlerdir (Badenhausen ve Sicher, 1999; Fisher ve

Ozanian, 1999; Ozanian, 1999). Forbes dergisi takımların yıllık değerini belirlerken takımların gelirlerini ve olanaklarını, faaliyetlerini temel almaktadır (Badenhausen vd., 1998).

Dortch (1996)'a göre, eğer takım yöneticileri taraftarın sadakatini artırma yönünde stratejiler geliştirmezlerse para kadar kıymetli bir varlık olan sadık müşterilerini (taraftarlarını) kaybedeceklerdir. Bu bakış açısından hareketle profesyonel spor takımı yöneticileri müşterilerini, taraftarlarını, oyuncularını, ortaklarını ve medyayı tatmin edecek pazarlama stratejileri geliştirmelidirler. Son yıllardaki gelişme, profesyonel spor takımlarının marka olarak kabul edilmeleri ve bu bakış açısıyla yönetilmeleri yönündedir. Takım yöneticilerinin marka yönetim çabalarının altında yatan temel amaç "marka değeri" yaratmaktır (Gladden vd., 2001: 301). Kapferel'in (1992) bakış açısıyla "ürünler işletmelerin ürettikleri, marka ise tüketicilerin aldıklarıdır." Dolayısıyla profesyonel spor takımları için anahtar faktör, tüketicilerinin zihnindeki takım markalarının pozitif (olumlu) özdeşleştirmelerini geliştirmek ve güçlendirmek yoluyla markalarını diğerlerinden farklılaştırmaları olmalıdır (Gladden vd., 2001: 301).

Böylece marka yönetimi, sistem yaklaşımı çerçevesinde rakiplere, müşterilere ve geçmiş olaylara odaklanarak uyum sağlamalı ve karşılık vermelidir (Shocker ve diğ., 1994). Uyum sağlama ve karşılık verme profesyonel takımların odaklandıkları noktadır. Çünkü profesyonel spor takımlarının uyum sağlama ve cevap verme konuları üzerinde odaklaşmalarının önemli nedenlerinden biri, takımlarının franchise değerini artırmak istemeleridir.

Öte yandan spor yöneticilerinin, marka değeri yaratan tek şeyin takımın kazanması olduğunu düşünmeleri bir pazarlama miyopisidir (Mullin vd., 2000). Bir takımın kazanması marka değerini artırıcı olan kuvvetli bir faktördür. Gladden ve Milne (1999) marka değeri ile başarının ayrı kavramlar olduğunu ve bu yüzden de farklı şekilde pozitif pazar bilgileri getireceklerini ortaya koymuşlardır (Örneğin kaybeden bir takımın ürün satışlarında artışların olması gibi). Bu yüzden profesyonel spor takımları için rekabet ortamında başarı çok önemli olsa da, her karşılaşmanın bir galibi olacağından takım yöneticileri marka değeri yaratmak için farklı yollar üretmelidirler. Bu yollar, takım girdilerinin uzun vadeli programlar çerçevesinde artırılması yönünde olmalıdır. Diğer bir ifadeyle, kısa dönemli kârlar yerine uzun dönemli marka geliştirmeye odaklanmak marka yönetimi teorisinin amacını gerçekleştirmeye uygundur (Keller, 1998; Shocker vd., 1994).

Uzun dönemli marka değeri yaratma stratejileri içinde; taraftarlarla, çeşitli işletmelerle, medyayla, dağıtım kanallarıyla ve tedarikçilerle kurulacak

sağlam ve güvenilir ilişkiler ağı olmalıdır. Bu ilişkileri yaratmak iki temel strateji üzerinde odaklanmayı gerektirmektedir. İlk olarak profesyonel spor kulüpleri rekabet edebilmek için girdilerini (varlıklarını) marka değerlerini yükseltme yönünde artırmalıdır. Buradaki hedef daha çok spor işiyle ilgili olan işletmelerin kafasında spor takımının markasını yaratmaktır. Stratejik işbirlikleri, entegrasyon stratejileri ve şirket evlilikleri takımların varlık edinme yoluyla marka değeri oluşturmalarında birer alternatif olarak görülmektedir. İkinci strateji ise, uzun dönemli taraftar sadakati artırma yönünde faaliyetlere odaklanarak tüketici ilişkilerini yeniden yapılandırmaktır (Gladden vd., 2001: 32). Bu çalışmada, araştırmamanın amacı gereği uzun dönemli taraftar sadakati yaratmada kullanılacak müşteri ilişkileri yoluyla marka değeri oluşturulması ele alınacaktır.

Müşteri İlişkileri Yoluyla Marka Değeri Yaratılması

Günümüzde spor tüketicisi, halen sporu destekleyerek alt yapısına yardım etme ve işletmeler ile medya kuruluşlarını etkileyebilme özelliğini korumaktadır. Geniş taraftar toplulukları televizyon kanallarını daha aktif kılmakta, sponsor işletmeler taraftarlar sayesinde spor olaylarıyla bütünleşmekte ve geniş kitlelerle iletişim kurabilmektedir. Gladden vd. (2001)'e göre, takımlar taraftarlarıyla ilişkilerini 4 temel stratejiye dayandırarak geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bunlar; tüketicilerini daha iyi anlamak, takım markası ile tüketici arasındaki etkileşimi arttırmak, pozitif çağrışımlarla güçlendirilmiş bütünleşik marka iletişimini geliştirmek ve tüketici sadakatini güçlendirerek ödüllendirmektir.

Profesyonel spor takımları öncelikle müşterilerinin markayı nasıl algıladıklarını anlamalıdır. Bu bağlamda müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini ortaya koyma yönünde onları güdülendirmek, dinlemek ve çözüm üretmek takım yöneticilerinin görevi olmalıdır. Keller (1998)'a göre, 21. yüzyılda güçlü markalar tüketicilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini daha iyi anlayarak ve beklentilerini tatmin ederek, hatta bununda ötesine geçip fazlasını verecek pazarlama programlarıyla diğer markaların önüne geçeceklerdir. Bunun içinde taraftarlara ilişkin bilgiye gereksinim duyulmaktadır. Günümüzde teknoloji sayesinde taraftar veri tabanı oluşturulması ve güncelleştirilmesi kolaylaşmıştır. Taraftar sadakat programları çerçevesinde geliştirilen taraftar kartları, tüketicilerin harcama türü, zamanı ve miktarı konusunda bilgi edinmeye yardımcı olmaktadır. Ayrıca, oluşturulan web sayfaları ve on-line temelli chat grupları anında taraftarlarla iletişim kurma ve bilgiye ulaşmada etkin yollar olarak görülmektedir.

Profesyonel spor takımı yöneticilerinin üzerinde durması gereken diğer önemli bir konu markayla tüketicileri arasında düzenli bir etkileşim

oluşturmaktır. Bu etkileşimin temel amacı “duygusal sadakat” yaratmaktır (Rozanski vd., 1999). Duygusal sadakat iki yolla oluşturulmaktadır. Birincisi markayla tüketicinin kişisel ilişkisi sonucu doğrudan tecrübeyle duygusal sadakatin yaratılmasıdır. İkincisi ise, markanın etrafında güçlü kullanıcı toplulukların oluşturulması yoluyla duygusal sadakatin tesis edilmesidir.

Bu sonuçlara ulaşabilmek için, spor takımı yöneticilerinden, tüketicilerle pozitif çağrışımlarla güçlendirilmiş bir iletişim kurabilmek için uzun vadeli ve düzenli marka iletişimi stratejileri geliştirmeleri beklenir (Aaker, 1991). Ancak uzun dönemde kaybedilen sezonlar, oyuncu sakatlanmaları ve antrenör değişikliği gibi durumlar gelecekteki planları aksatabilmektedir. Takımlar yıılmadan programları uygulamalı ve birden fazla iletişim aracını kullanarak takımla ilişkilendirilen pozitif çağrışımları (özdeşleştirmeleri) yerleştirebilirler.

İnsanlar arası ilişkilere benzer biçimde insanlar markalarla da ilişki kurarlar. Bu ilişkinin uzun süreli ve pozitif olabilmesi için marka tüketicilere anlamlı bir değer sunmalı ve bu değere uygun biçimde davranmalıdır (Fournier, 1998; Kapferer, 1992). Bu yaklaşımın profesyonel spor ortamına taşınması mümkündür. Profesyonel spor kulüplerinin taraftarlarıyla uzun dönemli güçlü ilişkiler geliştirebilmesi için onları önemsediklerini ve değer verdiklerini gösterir programlar uygulamaları gerekir. Bunların başında, taraftarların sporcular, antrenörler ve yöneticilerle özel iletişim kurabilecekleri ortamların veya araçların geliştirilmesi gelmektedir. Bu tür programların profesyonel spor takımlarının marka değerlerini artırma yönünde etkin birer araç oldukları düşünülmektedir. Ayrıca, profesyonel spor takımları sadakati geliştirme programları kapsamında “sadık taraftar kartı” aracılığıyla (Malony, 1999; Mullen, 1999) taraftarların takımlarını daha çok benimsemelerini ve duygusal bağlar kurdukları bir alt kültürün üyesi oldukları imajını vermektedirler. Sadakati güçlendirme ve ödüllendirme programlarının önemli bir diğer parçasını da “hisse senedi satışları”nın olduğu söylenebilir.

II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ ve AMACI

Global olarak dünyadaki endüstriler düşünüldüğünde, spor endüstrisinin gün geçtikçe önem kazandığı dikkati çekmektedir. Özellikle tüketicilerin de söz konusu spor pazarında harcama yapma eğiliminde oldukları gözlenmektedir. Spor endüstrisi gelişmekle birlikte bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Örneğin, spor sektöründe rekabetin artması, ağır borçlar, tüketici ile olan zayıf bağlar ve hali hazırda kullanılan stratejilerin yetersizliği, spor endüstrisini oluşturan kurumların yeni stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Son yıllardaki gelişme, profesyonel spor kulüplerinin marka olarak kabul edilmeleri

ve bu bakış açısıyla yönetilmeleri yönündedir. Takım yöneticilerinin marka yönetim çabalarının altında yatan temel amaç ise “marka değeri” yaratma olarak gösterilmektedir (Gladden vd., 2001: 301). Profesyonel spor kulüplerinde marka değeri yaratılması, uzun süreden beri birçok ülkede gerek akademisyenler ve gerekse uygulamacılar tarafından yoğun ilgi görmesine karşın ülkemizde bu türden bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu noktadan hareketle, profesyonel spor kulüplerinin marka değerine tüketicilerin verdikleri katkı düzeyini belirlemek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Söz konusu amaç çerçevesinde, profesyonel spor kulüplerinin tüketicisi konumunda olan taraftarlar farklı kriterlere göre analiz edilmiş, daha sonra marka farkındalığı, marka sadakati, marka çağrışımı boyutunda taraftarların destekledikleri spor kulüplerine yönelik bakış açıları, marka değeri oluşturma yönüyle ele alınmıştır.

Araştırmada aşağıdaki sorular cevaplanmaya çalışılacaktır.

(i) Bir profesyonel spor kulübünün marka olarak kabul edilmesiyle desteklenen kulüp arasında ilişkinin var olup olmadığı,

(ii) Taraftarların spor kulübü marka değerine katkı verme düzeyi ile desteklenen kulüp arasında ilişki olup olmadığı.

III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI

III.1. Soru Kağıdının Geliştirilmesi ve Ölçümü

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları hazırlanırken ilgili literatürden yararlanılmıştır. Anketin hazırlanmasından önce ön anket yapılmış, ön anket sonucunda deneklerin konuyu nasıl algıladıkları ve hangi tür soruları cevaplayabilecekleri belirlenmeye çalışılmıştır. Buna dayalı olarak anket soruları oluşturulmuş ve 25 deneye uygulanarak test edilmiştir. Test sonucunda anlaşılmayan sorular düzeltilerek, anket formuna son şekli verilmiştir.

İki bölümden oluşan anket formunda, birinci bölüm ankete katılan taraftarların demografik ve bireysel özelliklerine ikinci bölüm ise, marka değeri açısından, taraftarların destekledikleri spor kulüplerine bakış açılarını ortaya koymaya yönelik olarak hazırlanmıştır .

Anket formundaki bazı sorular açık ve kapalı uçlu olarak sorulmuş ve bazı sorular için likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Marka değeri açısından, taraftarların destekledikleri spor kulübüne bakış açılarını belirlemek üzere 16 maddelik 5’li Likert tipi ölçek geliştirilmiştir. Ölçeğin seçenekleri; ‘hiç katılmıyorum’ (1) dan ‘tamamen katılıyorum’ (5) a doğru sıralanmıştır.

Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemede faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizi öncelikle rotasyon yaptırmadan başlangıç istatistikleri incelenmiş 2 soru hariç bütün maddeler tek bir faktör altında toplanmıştır. Bu maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Tek faktör toplam varyansın %40'ını açıklamıştır. Tek faktörde yükler ortalama .60 düzeyinde bulunmuştur (.47-.71). Ayrıca varimax rotasyonu kullanarak ölçek incelenmiş ve üç faktör elde edilmiştir. Maddeler 6 (1.faktör), 4 (2. faktör) ve 4 (3.faktör) olarak alt ölçeklere dağıtılmıştır. Alt ölçeklere düşen maddeler araştırmacı tarafından incelenerek; 1) farklılaşma ve güç, 2) sadakat, 3) örgütle özdeşleşme olarak isimlendirilmiştir. İsimlendirmeler literatüre bağlı kalınarak verilmiş ve ayrıca uzmanlarla da tartışılmıştır. Rotasyon sonucu elde edilen bu üç faktör, toplam varyansın %56'sını açıklamaktadır. Faktör yükleri ortalama .67 olarak bulunmuştur (.41-.85). Elde edilen bu verilere dayanarak ölçek, hem üç hem de tek faktörlü olarak kullanılabilir olarak kabul edilmiş, istatistiksel analizlerde her bir faktör ayrı ayrı kullanıldığı gibi, ölçeğin bütünü de tek faktör olarak kullanılmıştır. İstatistiksel işlemler için her bir alt ölçeğin ve ölçeğin bütünündeki maddelerin ortalama puanları alınmıştır. İşlemlerde bu ortalama puanlar kullanılmıştır.

Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; farklılaşma-güç .78, sadakat .83, örgütle özdeşleşme .73 ve ölçeğin bütünü için de .88 bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar ölçeğin güvenilir olarak kullanılabileceğini göstermektedir.

Veri tabanının oluşturulmasında ve analiz safhasında yapılan tüm istatistiksel işlemler bilgisayar ortamında yapılmıştır. Verilerin analizinde ortalama, ki-kare analiz teknikleri ile bağımsız gruplarda t- testi kullanılmıştır.

III.2. Araştırmacının Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Ankara ilindeki sekiz üniversitenin, tüm fakültelerinde okuyan Galatasaray ve Beşiktaş taraftarları oluşturmaktadır. Araştırmanın Galatasaray ve Beşiktaş kulüplerinin taraftarlarıyla sınırlandırılmasının nedeni; Araştırmanın yapıldığı dönemde (2002) Türkiye'de sadece söz konusu iki takımın borsada işlem görüyor olmasıdır. Bu özelliğin kulüp marka değerine katkı verdiği düşünülmektedir. Araştırma kapsamındaki üniversiteler; Gazi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Başkent Üniversitesi, Çankaya Üniversitesi ve Atılım Üniversitesi'dir. Ankete katılacak öğrencilerin üniversitelere göre seçiminde ağırlıklandırılmış tabakalama yöntemi kullanılmıştır. Ağırlıklandırılmış tabakalama yöntemi şöyle uygulanmıştır. Önce her üniversitede ve üniversitelerin fakültelerinde okuyan öğrenci sayısı belirlenmiş ve ardından oranlama yoluyla uygulanacak anket sayısı saptanmıştır. Öğrenci seçiminde ise, ders çıkışlarında her beş öğrenciden birine

anket uygulanmıştır. Araştırmada Galatasaray'lı ve Beşiktaş'lı öğrencilere ulaşabilmek için 1844 kişiye hangi takımı tuttukları sorulmuş, bunlardan 1197'sinin Galatasaray ve Beşiktaş taraftarı olduğu öğrenildikten sonra, anket formları doldurtulmuştur. Ön değerlendirme sonucunda 18 anket formu değerlendirmeye uygun bulunmamış ve 1179 adet anket değerlendirme kapsamına alınmıştır. Araştırmaya katılımda gönüllülük ilkesi temel alınmış ve deneklerin sorulara gerçekçi ve içten yanıtlar verdikleri kabul edilmiştir.

IV. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Araştırma bulguları ve bulgulara ilişkin değerlendirmeler anket formunda yer alan 2 soru grubuna göre yapılmıştır. Elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

IV.1. Taraftarların Farklı Kriterlere Göre Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan taraftarlar demografik özellikler açısından incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır: Ankete katılan taraftarların %49.4'ü kadın, %50.6'sı erkektir. Taraftarlar, ailelerinin gelir düzeyi açısından incelendiğinde, %9.2'sinin 400 milyon TL ve daha az gelire sahip olduğu, %38.9'unun 401-999 milyon TL ve %26.8'inin ise 1-2 milyar TL arasında gelir elde ettikleri belirlenmiştir. 2 milyar TL ve üzeri grupta yer alanlar ise, örneklemin %25'ini oluşturmaktadır (Tablo 1).

Tablo-1: Taraftarların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Kadın	582	49.4
	Erkek	597	50.6
Gelir	1. grup: < 400 milyon	109	9.2
	2. grup: 401-999 milyon	459	38.9
	3. grup: 1-2 milyar	316	26.8
	4. grup: > 2 milyar	295	25.0

Araştırmaya katılanlar tuttıkları takım bazında ele alındığında, %49.2'sinin Galatasaray, %50.8'inin ise Beşiktaş taraftarı oldukları görülmektedir. Yapılan ki-kare testi sonucunda ($\alpha = 0.05$), cinsiyet ve gelir düzeyi ile taraftarların tuttıkları takımlar arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunamamıştır.

Araştırmaya katılan taraftarlara taraftarlık düzeyi sorulmuştur. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde, araştırmaya katılanların %13'ünün kendilerini “İlgisiz taraftar” olarak değerlendirdikleri saptanmıştır. Kendilerini “İlgili sempatican” olarak değerlendirenlerin oranı %35.7 iken, “İyi taraftar”ım diyenler %3.43'dür. Kendilerini “fanatik taraftar” olarak ifade edenlerin oranı ise örneklemin %17'sini oluşturmaktadır (Tablo 2). Yapılan ki-kare testi sonucuna göre ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) tutulan takım ile taraftarlık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmüştür ($SD = 3, \chi^2 = 9.549$) (Tablo.8). Tablo.8 incelendiğinde, Galatasaray'lıların “İyi taraftar” da yoğunlaştığı (%38.4), buna karşın Beşiktaş'lıların “İlgili sempatican” (%37.2) da ağırlıklarının olduğu dikkati çekmektedir. Ancak “fanatik”ler kendi içerisinde değerlendirildiğinde, Beşiktaşlı taraftarların (%18), Galatasaray'lı taraftarlara oranla (%16) kendilerine daha çok fanatik olarak tanımladıkları görülmektedir.

Araştırmada taraftarlık düzeyiyle cinsiyet ve gelir değişkenleri arasında istatistiksel anlamda bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Yapılan ki-kare testi sonucuna göre ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) taraftarlık düzeyiyle cinsiyet ($SD = 3, \chi^2 = 145.779$) ve gelir ($SD = 9, \chi^2 = 48.590$) değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde, kadın taraftarların yaklaşık yarısının (%47.6) takımlarına bağlılıklarını “İlgili sempatican” olarak ifade ettikleri, erkek taraftarların ise “İyi taraftar” da (%40.9) yoğunlaştıkları dikkati çekmektedir. İlgisizlerde kadınlar ağırlıktayken (%17.7), fanatik grupta erkeklerin yoğun olduğu (%26.6) görülmektedir.

Tablo-2: Taraftarlık Düzeyinin Desteklenen Kulüp Bazında Dağılımı

	GS	BJK	Toplam
İlgisiz	66 43.1 11.4	87 56.9 14.5	153 13.0
İlgili sempatican	198 47.0 34.1	223 53.0 37.2	421 35.7
İyi taraftar	223 55.2 38.4	181 44.8 30.2	404 34.3
Fanatik	93 46.3 16.0	108 53.7 18.0	201 17.0
Toplam	580 49.2	599 50.8	1179 100.0

($SD = 3, \chi^2 = 9.549$)

Anketi yanıtlayanların taraftarlık düzeyleri gelir açısından ele alındığında, iyi taraftar ve fanatiklerin gelir düzeylerinin yüksek, buna karşın ilgisiz ve ilgili sempatizanların ise, düşük gelir düzeyine sahip ailelerden oldukları dikkati çekmektedir.

Araştırmaya katılanların taraftarlık düzeyleri genel olarak değerlendirildiğinde; erkeklerin ve gelir düzeyi yüksek olanların, takımlarına daha üst düzeyde bağlı olduklarını ifade ettikleri dikkati çekmektedir. Ayrıca, Galatasaray'lı taraftarların, Beşiktaş'lı taraftarlara nazaran kendilerini daha çok "iyi taraftar" kategorisinde tanımladıkları görülmektedir.

Öte yandan araştırmada, takım seçiminde etkili olan faktörler de sorulmuştur. Spor endüstrisindeki tüketiciler bu faktörler açısından, diğer endüstrilerdeki tüketicilere nazaran farklılık göstermektedirler. Tüketicilerin en büyük özelliklerinin başında, takım seçiminde referans gruplarının etkisi altında kalmaları ve tuttıkları takımı değiştirmemeleri gelmektedir. Bu bağlamda profesyonel spor kulüplerinin tüketicisi konumunda olan taraftarlara, belki de bir ömür boyu destekleyecekleri takım seçiminde etki eden faktörün ne olduğu sorulmuştur. Verilen yanıtlara göre; araştırmaya katılanların %38.6'sının aile tercihine bağlı kalarak takım tutmaya başladıkları, %33.8'inin takım seçiminde ise, takımın başarısının önemli rol oynadığı saptanmıştır. Arkadaşlarının etkisi altında kalarak takım seçiminde bulunan taraftarların oranı %15.2 iken diğer faktörler %12.4'tür (Tablo 3).

Çalışmada tarafların takım seçiminde etkili olan faktörlerin kulüpler bazında farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Bu amaç çerçevesinde yapılan ki-kare testi sonucuna göre ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) taraftarların takım seçimine etki eden faktörlerle desteklenen kulüp arasında istatistiksel anlamda bir ilişkinin var olduğu belirlenmiştir ($SD= 9, \chi^2= 46.890$) (Tablo 3).

Tablo 3 incelendiğinde, Galatasaray taraftarlarının %42.9'unun takım seçiminde, takımın başarısının etkili olduğu görülürken, Beşiktaş taraftarında bu oran %25'dir. Ailenin takım seçiminde etkisi, Beşiktaş'lılar için %42.9 olurken, Galatasaray'lılarda bu oranın (%34.1) düşük olduğu dikkati çekmektedir. Ayrıca, takım seçiminde arkadaş etkisi ele alındığında, Beşiktaş'lıların arkadaşlardan etkilenme düzeyinin (%64.2) Galatasaray'lılara nazaran (%35.8) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo-3: Taraftarların Kulüp Seçiminde Etki Eden Faktörlerin Kulüp Bazında Dağılımı

	GS	BJK	Toplam
Aile	198 43.5 34.1	257 56.5 42.9	455 38.6
Arkadaş	64 35.8 11.0	115 64.2 19.2	179 15.2
Takımın başarısı	249 62.4 42.9	150 37.6 25.0	399 33.8
Diğer	69 47.3 11.9	77 52.7 12.9	146 12.4
Toplam	580 49.2	599 50.8	1179 100.0

(SD= 3, $\chi^2= 46.890$)

Araştırmada, desteklenen takım seçiminde etkili olan faktörlerle cinsiyet ve gelir değişkenleri arasında istatistiksel anlamda bir ilişkinin olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan ki-kare testi sonucuna göre ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) desteklenen takım seçiminde etkili olan faktörlerle, cinsiyet (SD = 3, $\chi^2 = 13.648$) ve gelir (SD = 9, $\chi^2 = 26.148$) değişkenleri arasında istatistiksel anlamda bir ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler incelendiğinde, kadın taraftarların (%41.2) erkek taraftarlara göre (%36) daha çok ailenin etkisi altında kalarak takım seçtikleri dikkati çekmektedir. Erkek taraftarlarda takımın başarısının (%38.4) takım seçiminde daha etkili olduğu görülmektedir. Arkadaşların etki düzeyi ise kadın taraftarlarda daha yüksektir .

Gelir açısından takım seçiminde etkili olan faktörler incelendiğinde, genel olarak aile faktörünün 2. grup gelir düzeyindekilerde (400-999 milyon TL), arkadaş etkisinin ise; 2. grup ve 3. grup (1-2 milyar TL) gelir düzeyindekilerde daha etkili olduğu dikkati çekmektedir. Takımın başarısının, takım seçiminde etkili olduğunu ifade edenler arasında, 2. grup gelir düzeyine sahip (400-999 milyon TL) taraftarların çoğunlukta olduğu da önemli bir bulgu olarak görülmektedir.

Taraftarların destekledikleri takımları seçmelerinde etkili olan faktörler genel olarak değerlendirilecek olursa, aile faktörünün çok önemli olduğu, ardından takımın başarısının geldiği görülmektedir. Kadın taraftarlar açısından, ailenin ve arkadaşların etkisi daha yüksekken, erkeklerde takımın başarısı daha ön plana çıkmaktadır. Kulüpler bazında sonuçlar ele alındığında,

Galatasaray'lılar için takım başarısı önemli faktör olurken, Beşiktaş'lılar da aile etkisinin daha yüksek olduğu dikkati çekmektedir.

Marka ismi farkındalığı, tüketicilere verilen ürün kategorisi arasından, o markanın seçilebilme yeteneğidir. Araştırmaya katılanlara Türkiye'de marka olmuş bir profesyonel spor kulübü/takımı ismi söylenmesi istenmiştir. Açık uçlu olarak sorulan bu sorunun amacı, taraftarların zihninde kulüp markasının ne güçte olduğunu belirlemesidir. Çünkü marka farkındalığı, markayı tanıma ve hatırlama performansını içermektedir. Marka ismi farkındalığını belirlemede, hatırlanan, diğer bir ifadeyle ilk telaffuz edilen markanın ismi, sorunun yanıtı olarak kabul edilmiştir.

Elde edilen veriler incelendiğinde, araştırmaya katılanların yarısından fazlasının (%54.1) profesyonel spor kulübü markası olarak ilk telaffuz ettikleri Galatasaray olmuştur. Bunu %34.2 ile Beşiktaş ve %3.2 ile Fenerbahçe izlemektedir. Diğer takımların oranı %3.1 iken, herhangi bir takımı marka olarak görmediğini ifade edenlerin oranı ise %5.4'tür (Tablo.4).

Araştırmada bir profesyonel spor kulübünü marka olarak görme ile takımın taraftarı olma arasında ilişki olup olmadığı test edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan ki-kare analizi sonucunda ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) bir profesyonel spor kulübü marka olarak görmek ile bir takımın taraftarı olmak arasında istatistiksel anlamda ilişki olduğu belirlenmiştir ($SD= 4$, $\chi^2= 631.109$) (Tablo.4).

Tablo 4'ün sonuçlarına göre; Galatasaray taraftarlarının %89'unun aklına ilk olarak kendi takımları marka olarak gelmektedir. Beşiktaş'lı taraftarlarda ise, kendi takımını marka olarak söyleyenler %66.3'e düşmektedir. Burada dikkati çeken nokta, Beşiktaş taraftarlarının %20.4'ünün hatırladığı ilk markanın Galatasaray olmasıdır. Galatasaray taraftarlarında ise, bu oran çok düşük düzeyde kalmaktadır (%1).

Marka ismi farkındalığını ölçmek amacıyla taraftarlara bir de Türkiye'de hangi profesyonel spor kulübünün borsada işlem gördüğü sorulmuştur. Bu soruda, ilk telaffuz edilen profesyonel spor kulübü ismi ile farkındalığın gücü ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda, borsada işlem gören spor kulübü, ismi olarak hatırlanarak ilk söylenen %37.1 ile Galatasaray olmuştur. Bunu %29.6 ile Beşiktaş, %2.7 ile Fenerbahçe ve %0.3 ile diğer takımlar izlemektedir. Bu konuda fikri olmayanların oranı ise, %30.4'tür.

Tablo-4: İlk Hatırlanan Profesyonel Spor Kulübü Markası Olma Durumunun Taraftarlara Göre Dağılımı

Marka	Taraftar		Toplam
	GS	BJK	
Galatasaray	516 80.9 89.0	122 19.1 20.4	638 54.1
Beşiktaş	6 1.5 1.0	397 98.5 66.3	403 34.2
Fenerbahçe	11 28.9 1.9	27 71.1 4.5	38 3.2
Diğer	14 38.9 2.4	22 61.1 3.7	36 3.1
Bilmiyor	33 51.6 5.7	31 48.4 5.2	64 5.4
Toplam	580 49.2	599 50.8	1179 100.0

(SD= 4, $\chi^2= 631.109$)

Çalışmada, borsada işlem gören spor kulübü ismini ilk hatırlama ile tutulan takım arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Yapılan ki-kare analizi sonucuna göre ($\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde) tutulan takımla, borsada işlem gören spor kulübü ismini ilk olarak hatırlayarak telaffuz etme arasında, istatistiksel anlamda bir ilişki olduğu saptanmıştır (SD= 3, $\chi^2= 139.628$). Tablo 5 incelendiğinde Galatasaraylı taraftarların %74'ünün kendi takımlarını borsada işlem gören marka ismi olarak önce telaffuz ettikleri dikkati çekmektedir. Beşiktaş diyenler ise, örneklemin %21.1'ini oluşturmaktadır. Beşiktaşlı taraftarların ilk ifade ettikleri marka isme, %61.3 ile kendi takımları olmaktadır. Ancak Beşiktaş taraftarlarının %35'i de Galatasaray ismini ilk önce hatırlayarak, Galatasaray'ın farkındalığını yükseltmektedirler.

Diğer bir bakış açısıyla Galatasaray ismini ilk hatırlayanların %65'i Galatasaray taraftarlarıyken %35'i Beşiktaşlı taraftarlardır. Beşiktaşlı ilk isim olarak hatırlayanların taraftarlar bazında dağılımı ise; %76.8'i Beşiktaşlı, %23.2'si Galatasaray'lılardır.

Tablo-5: Borsada İşlem Gören Spor Kulübü Olarak İlk Akla Gelen Marka Olma Durumunun Taraftar Bazında Dağılımı

Borsada İşlem Gören Kulüp	Taraftar		Toplam
	GS	BJK	
Galatasaray	284 65.0 74.0	153 35.0 35.0	437 53.2
Beşiktaş	81 23.2 21.1	268 76.8 61.3	349 42.5
Fenerbahçe	16 50.0 4.2	16 50.0 3.7	32 3.9
Diğer	3 100.0 8		3 4
Toplam	384 46.8	437 53.2	821 100.0

(SD= 3, $\chi^2= 139.628$)

Marka değeri açısından, bir markanın tüketicilerin aklına ilk gelmesi, ürün ve marka ilişkilendirmesi yapılarak, diğer markalar arasından sıyrılarak o kişi için farkındalığın gücünü kanıtlamış olmaktadır. Bu bağlamda üniversiteli Galatasaray'lı ve Beşiktaş'lı taraftarlara, hem kulüp olarak, hem de borsada işlem gören bir şirket olarak spor kulüplerinin marka farkındalık gücü sorulmuş ve alınan yanıtlar sonucunda Galatasaray Spor Kulübünün marka ismi farkındalığı yaratma açısından daha etkin olduğu sonucuna varılmıştır.

IV.2. Taraftarların Marka Değeri Çerçevesinde Destekledikleri Kulüplerine Bakış Açılı

Araştırmanın bu bölümünde taraftarlara bir profesyonel spor kulübünün marka olma fikrine ne düzeyde katıldıkları ve marka değeri çerçevesinde destekledikleri kulüplerine yaklaşımlarını ortaya koyacak sorular yöneltilmiştir. Bu grup soruların, ankete katılanlara yöneltilmesinden beklenen fayda, taraftarların duygusal bağlar geliştirdikleri kulüplerini, bir işletme markası olarak kabul edip edemeyeceklerini ortaya koymaktır. Ayrıca taraftarların zihinlerinde, destekledikleri kulüplerine marka değeri yaratma yönünde, düşünsel düzeyde ne ölçüde katkı verdiklerini de belirlemektir.

Bu çerçevede araştırmaya katılanlara bir profesyonel spor kulübünün marka olabileceği fikrine ne ölçüde katıldıkları 5'li likert ölçeği çerçevesinde sorulmuştur. Genel olarak verilen yanıtlar incelendiğinde, 3,83 ortalama ile

tarafklarının profesyonel spor kulüplerinin marka olabileceği fikrine katıldıkları belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda, Galatasaray'lıların (3.89) ve Beşiktaş'lıların (3.78) profesyonel spor kulüplerinin marka olabileceği yönündeki görüşlerinde farklılaşma olmadığı saptanmıştır (Tablo 6).

Tablo-6: Spor Kulüplerinin Marka Olabileceği Fikrine Taraftarların Katılma Düzeyleri

	Kulüp	n	x	Std.	t	Anlamlılık	Sonuç
Marka olma fikri	GS	580	3.89	1.11	1.60	.109	anlamli değil
	BJK	599	3.78	1.17			

Profesyonel spor kulüplerinin marka değerlerine taraftarlarının katkı düzeyini belirlemek amacıyla 16 ifade geliştirilmiştir. Söz konusu ifadeler taraftarın katılma düzeyleri beşli likert ölçeği yardımıyla belirlenmeye çalışılmıştır.

Yapılan faktör analizi sonucunda 16 maddelik ölçek, 3 alt ölçeğe dağıtılmıştır. Alt ölçeklere düşen maddeler gruplandırılarak, 1. grup; farklılaşma-güç, 2. grup; sadakat ve 3. grup; örgütle özdeşleşme olarak tanımlanmıştır. Elde edilen veriler kulüp taraftarları bazında incelenerek aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır (Tablo 7). Genel olarak Galatasaray'lı taraftarların Beşiktaş'lı taraftarlara nazaran anlamlı derecede kulüp marka değerine katkı verdikleri görülmektedir (GS: 3.66, BJK: 3.55; anlamlılık = 0.008).

Sonuçlar üç grup bazında incelendiğinde ise, "farklılaşma-güç" boyutunda taraftarlar açısından anlamlı ölçüde farklılık olduğu görülmektedir. Söz konusu fark Galatasaray lehine olup, Galatasaray'lı taraftarların Beşiktaş'lı taraftarlara göre, takımlarını rakiplerine göre daha farklılaşmış bir konumda gördüğü ve güçlü hissettiği yönündedir.

Tablo-7: Spor Kulübü Marka Değerine Taraftar Yaklaşımının Üç Grup Altında İncelenmesi

	Kulüp	n	x	Std.	t	Anlamlılık	Sonuç
Farklılaşma-güç	GS	580	4.33	.65	5.61	.000	anlamli
	BJK	599	4.11	.71			
Sadakat	GS	580	3.00	1.04	.34	.735	anlamli değil
	BJK	599	2.98	1.07			
Örgütle özdeşleşme	GS	580	3.32	.86	.57	.568	anlamli değil
	BJK	599	3.29	.85			
Genel	GS	580	3.66	.67	2.60	.008	anlamli
	BJK	599	3.55	.74			

Özellikle “farklılaşma-güç” grubu’nda birleşen ifadelerin ortalamaları, Galatasaray’lı ve Beşiktaş’lı taraftarlar bazında analiz edildiğinde; “takımınla övünüyorum” (4.46-4.15), “tuğum takım diğerlerinden farklıdır” (4.47-4.25) “tuttuğum takım diğer takımlardan güçlüdür” (4.53-3.92) ve “takımım fazlasıyla saygın bir takımdır” (4.51-4.32) görüşleri arasında Galatasaray lehine farklılık görülmektedir (Tablo 8).

Araştırmada “sadakat”, özellikle maddi desteğe bağlı sadakat açısından taraftarlar arasında fark olmadığı belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, hem Galatasaray taraftarları hem de Beşiktaş taraftarları takımlarına maddi destek vermek yönünden farklılık göstermemektedir. Genel olarak da bu konudaki destekleri zayıf görülmektedir (GS: 3.00; BJK: 2.98) (Tablo 33). Örneğin; “maç biletleri ne kadar pahalı olursa olsun fedakarlık eder maça giderim” ifadesine ankete katılan bütün taraftarlar 2.44 ortalamayla çok az destek vermişlerdir. Aynı şekilde “takıma destek olmak için pahalı olsa da lisanslı forma, bayrak, atkı gibi ürünler alırım” görüşüne de 2.87 ortalamayla destek vermemişlerdir.

Üçüncü grubu oluşturan “örgütle özdeşleşme boyutunda”, Galatasaray’lı ve Beşiktaş’lı taraftarlar arasında fark olmadığı saptanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre her iki kulübün taraftarları kulüp yönetimine benzer ölçüde güven duymaktadırlar. Örneğin, “taraftar olarak bizlere kulüp yönetiminin her zaman değer verdiğini ve bizleri düşündüğünü hissediyorum” görüşüne Galatasaray’lı (3.01) ve Beşiktaş’lı (3.00) taraftarlar benzer şekilde yaklaşarak bu görüşe kısmen katıldıklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde “bu takımı bize kazandıran kulüp yönetimine sonsuz güvenim var” görüşü de hem Galatasaray’lılarca (3.27) hem de Beşiktaş’lılarca (3.14) destek görmemektedir. Spor kulüplerinin bir alt kültürü oluşturduğu düşüncesiyle “benimle aynı takımı tutan kişilerin, özel ve olumlu kişiler olduğuna inanıyorum” fikrine taraftarların katılma düzeyi sorulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre, her iki kulübün taraftarları kısmen katılıyorum ile, katılıyorum arasında görüş beyan ettikleri dikkati çekmektedir. Ancak, Beşiktaş’lı taraftarların 3.53 ortalama ile Galatasaray’lılardan (3.45) biraz daha “ aynı takımı tutan kişilerin özel ve olumlu kişiler oldukları” na inandıkları görülmektedir (Tablo 8).

Profesyonel spor kulüplerinin marka değeri yaratmalarında tüketicilerin, diğer bir ifadeyle taraftarlarının, zihnindeki düşünceler çok büyük önem kazanmaktadır. Genel olarak söz konusu düşüncelerin ne yönde oluştuğunu belirlemek üzere sorulan sorular neticesinde, Galatasaray’lı taraftarların Beşiktaş’lı taraftarlara nazaran takımlarını, rakiplerine göre zihinlerinde daha belirgin olarak farklılaştırdıkları saptanmıştır. Söz konusu farklılaştırmada Galatasaray’ın son yıllarda Avrupa kupalarında gösterdiği başarıların etkisi olduğu düşünülebilir. Diğer taraftan “sadakat” ve “örgütte özdeşleşme”

boyutunda her iki kulüp taraftarlarının görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tüm iş alanlarında, tüketicilerle anlamlı ilişkiler geliştirmede bir değer sunulması çok önemlidir. Fakat özellikle spor ortamında söz konusu değer sadakat olarak ifade edilmekte ve tüketiciler sadakat hakkını elde etmek için para ödemeye zorlanmaktadır. Bu bütün sektörler içerisinde spor takımlarına özgü bir özellik olarak görüldüğü için taraftarların her koşulda takımlarının yanında olması ve örgütle bütünleşme çabası içinde olmaları beklenen bir sonuç olarak değerlendirilmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Spor ürününün farklı özelliği rekabetin yoğun olduğu ortamda spor kulüplerini ve spor pazarlarına mal ve hizmet üreten işletmeleri farklılaşma yaratmaya yöneltmiştir. Günümüzde farklılaşmayı sağlayan en önemli eleman ise marka yaratmaktır. Bilinçli markalama faaliyetlerinin temelinde marka değeri oluşturmak yatmaktadır

Spor ürününün çoğunlukla hafızada ve algılamada soyut olması marka değeri oluşturmayı zorlaştırmaktadır. Spor kulüplerinin marka yöneticileri, kulüplerini tüketicilerin zihinlerinde farklılaştırmak için, kulüp marka isminin tanınmasını ve farkındalığının arttırılmasını, markayla ilintili güçlü mantıksal ve duygusal çağrışımlar geliştirilmesini, kulübe ilişkin algılarına kalitenin yükseltilmesini ve sağlam müşteri sadakati yaratılmasını sağlamalıdır.

Bu araştırmada, profesyonel spor kulüplerinin marka değerine, tüketicilerin (taraftarlarının) verdikleri katkı düzeyleri Ankara'da 1197 üniversite öğrencisine anket uygulanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bazı temel bulgular şu şekilde özetlenebilir.

Kısmen de olsa taraftarlar profesyonel spor kulüplerinin marka olabilecekleri görüşündedirler. Ancak, bu görüşlerini destekledikleri kulübe destek verme adına satın alma davranışlarına yansıtamadıkları dikkati çekmektedir. Desteklenecek spor kulübü seçiminde aile geleneğini sürdürmek önemli bir yaklaşım olmakla birlikte, takımların gösterdikleri başarılar yeni pazarlara ulaşılmasını da ve pazar genişletilmesinde önemli bir faktör olduğu görülmektedir.

Tablo-8: Spor Kulübü Marka Değerine Taraftar Yaklaşımlarının Ondört İfadeye Göre Dağılımı

		Genel		Galatasaray Taraftarları		Beşiktaş Taraftarları	
		Ortalama	Std.	Ortalama	Std.	Ortalama	Std.
Farklılaşma Güçü	Takımımı tutmam takıma moral verir.	4.00	1.12	4.03	1.11	3.97	1.13
	Tuttuğum takımın oyuncuları değişse bile takımıma olan inancım aynen devam eder.	4.01	1.10	3.98	1.12	4.04	1.09
	Takımımınla övünüyorum.	4.31	.99	4.46	.92	4.15	1.03
	Tuttuğum takım diğer takımlardan farklıdır.	4.36	.91	4.47	.87	4.25	.93
	Tuttuğum takım diğer takımlardan daha güçlüdür.	4.22	.96	4.53	.79	3.92	1.01
	Takımım fazlasıyla saygın bir takımdır.	4.41	.86	4.51	.81	4.32	.90
Sadakat	Takımına destek olmak için pahalı da olsa lisanslı forma, bayrak, atkı gibi ürünler alırım.	2.87	1.29	2.89	1.26	2.86	1.32
	Çok cüzi (az) olsa da bir lisanslı ürün olarak takımına destek olurum.	3.37	1.28	3.40	1.30	3.34	1.27
	Maç bileti ne kadar pahalı olursa olsun fedakarlık eder maça giderim.	2.44	1.25	2.43	1.26	2.45	1.24
	Takımım Ankara'ya geldiğinde maçta olmam gerektiğini düşünüyorum.	3.27	1.34	3.28	1.32	3.26	1.35
Örgütte özdeşleşme	Bu takımı bize kazandıran kulüp yönetimine sonsuz güvenim var.	3.20	1.15	3.27	1.16	3.14	1.14
	Taraftar olarak bizlere, kulüp yönetiminin her zaman değer verdiğini ve bizleri düşündüğünü hissediyorum	3.00	1.14	3.01	1.15	3.00	1.13
	Benimle aynı takımı tutan kişilerin, özel ve olumlu kişiler olduğuna inanıyorum	3.49	1.22	3.45	1.25	3.53	1.19
	Takımımın lisanslı ürünleri çok yüksek kalitede üretilmektedir.	3.52	1.11	3.55	1.10	3.50	1.12

‘Marka ismi farkındalığı’ yaratma açısından Galatasaray spor kulübünün daha etkin olduğu sonucuna varılmıştır.Yapılan ki-kare testi sonucuna göre, desteklenen kulüp ile bir profesyonel spor kulübünü marka olarak görmek ve borsada işlem gören spor kulübü ismini ilk olarak hatırlamak arasında istatistiksel anlamda bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Genel olarak Galatasaray’lı taraftarların Beşiktaş’lı taraftarlara nazaran anlamlı derecede kulüplerini rakiplerine göre zihinlerinde farklılaştırdıkları saptanmıştır. Maddi sadakat ve örgütle özdeşleşme boyutunda ise, her iki kulüp taraftarı arasında anlamlı düzeyde bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda profesyonel spor kulüplerinin marka değeri yaratma ve yükseltmeleri yönünde aşağıdaki önerileri geliştirebiliriz.

- Marka, tüketiciler tarafından yüklenen duygusal ifadeler olması nedeniyle profesyonel spor kulüpleri bünyesinde oluşturulacak marka yönetim birimince bir misyon geliştirilip kulüp imajı oluşturularak yönetilmelidir. Oluşturulacak imaj, çağrışımlar yaratarak algılanan kaliteyi yükseltebilmeli ve marka değeri oluşturmaya etki etmelidir.

- Geliştirilen marka değerini ölçecek hassas ölçüm yöntemleri oluşturulmalıdır. Söz konusu ölçüm yöntemleri pazardaki ani değişimi sezebilmeli ve varlık değerlerinden hangisinin durağan, hangisinin aktif olarak marka değerine yansıdığını tespit edebilmelidir.

- Kulüp marka yöneticileri , kulüp yöneticileriyle birlikte büyük olaylara ve yıldız kişilere yatırım yaparak hedef kitle üzerinde farkındalık yaratmalıdırlar.

- Profesyonel spor kulüpleri öncelikli olarak müşterilerinin markayı nasıl algıladıklarını anlamalıdırlar. Bu bağlamda, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini ortaya koyma yönünde onları güdülendirmek, dinlemek ve çözüm üretmek kulüp yöneticilerinin görevi olmalıdır. Bu doğrultuda, yaşanmış tecrübeye dayalı samimi bağların kurulması etkin bir iletişim için önemli görülmektedir. Inter-net, fan kulüpleri, chat odaları, spor mağazaları ve spor barları müşterilerle oyuncuların, teknik direktörlerin ve yöneticilerin iletişim kurabilecekleri önemli mekanlar olarak görülmektedir.

- Seyircilerin beklentilerinin yükselterek tatmin etmek üzere, stadyumlar modernleştirilmeli, güvenliği artırılmalı, ve stadyumlarda verilen hizmet kalitesi yükseltilmelidir. Müşteri tatmini sağlama yönünden, tribünlerin yeniden yapılandırılması, lüks locaların inşa

edilmesi, stadyum içinde restoranlar, spor barları ve alışveriş merkezleri açılması algılamayı yönlendirme açısından önemli adımlar olarak görülmektedir. Bu tür mekanların örgüt kültürünü geliştirerek, sadık taraftar sayısını arttıracığı ve kulüplere de ek gelir kalemleri sağlayacağı düşünülmektedir.

- Marka değeri açısından kulüp marka yöneticileri, kulüple ilgili olumlu ve benzersiz çağrışımlar yaratmalıdırlar.

- Tüketicilerin ilgilerini sürekli canlı tutabilmek ve onları satın almaya motive etmek için oyuncuların mümkün olduğu kadar berki de her hafta farklı formayla maça çıkılması, formanın temel renklerini korumak şartıyla forma renklerinde değişikliğe gidilmesi ve amblemlerde değişiklik yapılması ürünleştirme gelirlerini arttırıcı yöntemler olarak kullanılmalıdır. Ayrıca bazı lisanslı ürünler için niş pazarlara yönelmekte güçlü sadakat yaratılması açısından gerekli adımlar olarak önerilmektedir.

- Spor kulüplerinin en büyük yanılgılarından birisi, sadık taraftarların sadakatlerinin sürekli olacağı düşüncesidir. Marka değeri varlık gruplarında yapılacak hataların taraftar sadakatini etkileyeceği bir gerçektir. Bu bağlamda, taraftar ödüllendirme programlarıyla, yüksek derecede sadık tüketici tabanının kendilerini özel hissetmeleri sağlanmalıdır. Kulüp tarafından ödül seviyeleri doğru saptanmalı ve etkinliği de sürekli ölçülmelidir.

Bu ve benzeri yaklaşımların profesyonel spor kulüplerinin marka değerini yükselterek pazarda rekabet gücünü arttıracığı düşünülmektedir.

NOTLAR

¹ “Brand equity” bazı yazarlar tarafından “marka sermayesi” (Tek, 1997:) ve “marka denkliği” (Odabaşı, 1995: 5; Karpat, 2000: 37) olarak ifade edilmektedir. Ancak, bu çalışmada İngilizce karşılığı olarak kavramı daha iyi tanımlandığı düşünülerek “marka değeri” şeklinde ifade edilmektedir.

KAYNAKÇA

Aaker, D.A. (1991) **Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name**, New York: The Free Press.

Aaker, D.A. (1996) **Building Strong Brands**, New York: The Free Press.

Badenhausen, K., S. Decarlo, and W. Sicheri (1998) “Methodology”, **Forbes**, 134.

- Badenhausen, K. and W. Sicher (1999) "Baseball", **Forbes**, May 31, 112-117.
- Barwise, P. (1992) "Brand Equity: Snark of Boojum?", **International Journal of Research in Marketing**, 10, 93-104.
- Boone, L.E., C. M Kochunny and D. Wilkins (1995) "Applying The Brand Equity Concept to Major League Baseball", **Sport Marketing Quarterly**, 4,(3), 33-42.
- Brooks, C. M. (1994) **Sport Marketing: Competitive Business Strategies For Sports**, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Dortch, S. (1996) "The Future of Baseball", **American Demographics**, 57, 22-28.
- Ektimes (2002) "Maçlar Artık Borsada", Mart ,12-13.
- Farquhar, P. (1989) "Managing Brand Equity" **Marketing Research**, (September), 24-33.
- Fisher, D. and Ozanian, M. (1999) "Cowboy Capitalism", **Forbes**, 170-177.
- Fournier, S, (1998) "Consumers and their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research", **Journal of Consumer Research**, 24 (4), 343-363.
- Gladden, J.M. and G.R. Milne (1999) "Examining the Importance of Brand Equity in Professional Sports", **Sport Marketing Quarterly**, 8(1), 21-29.
- Gladden, J. M., R.L. Irwin and W.A. Sutton (2001) "Managing North American Major Professional Spor Team in the Millenium: A Focus on Building Brand Equity", **Journal of Sport Management**,15, 297-317.
- Gladden, J., G. Milne, and W.A Sutton (1998) "A Conceptual Framework For Assessing Brand Equity in Division I Collage Athletics", **Journal of Sport Management**, 12(1),1-19.
- Güneren, E. (2004) **Müşteri Sadakati Oluşum Sürecine İlişkin Alternatif Bir Model**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Hanan, M. and Karp. (1989) **Costumer Satisfaction: How to Maximize Measure and Market Your Company's "Ultimete Product**, New York: American Management Association.
- Kapferer, J.N. (1992) **Strategic Brand Management: New Approaches To Creating and Evaluating Brand Equity**, New York: The Free Press.
- Karpat, I. (2000) **Marka Yönetim Süreci ve Tanıtımın Rolü**, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

- Keller, K.L. (1993) "Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity", **Journal of Marketing**, 57, 1-22.
- Keller, K.L. (1998) **Strategic Brand Management: Building Measuring and Managing Brand Equity** Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Krishnan, H.S. (1996) "Characteristics of Memory Associations: Aconsumer-Based Brand Equity Perspective", **International Journal of Research in Marketing**, 13, 389-405.
- Malony, R. (1999) "Adelphia Steps Up Fan Loyalty Stakes, Offers Incentives to Costomers", **Street& Smith's Sport Business Journal**, 2, 46.
- Meenaghann, T. and O'Sullivan, P. (1999) "Playpower-Sports Meets Marketing", **Europea Journal of Marketing**, 3(33), 241-249.
- Mullen,L. (1999) "NBA Teams Storm Gates For Fan Cards", **Street & Smith's Sports Business Journal**, 2, 45.
- Mullin, B., S. Hardy and W.A. (2000) **Sport Marketing** (2nd ed.) Champaing, Ill.: Human Kinetics.
- Odabaşı, Y. (1995) **Pazarlama İletişimi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi.
- Owen, S. (1993) "The Landor Image Pover Survey: A Global Assesment Of Brand Stregth" in D. Aaker and A. Biel (eds.), **Brand Equity And Advertising: Adwetising's Role in Building Strong Brands**, Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 11-30.
- Ozanian, M. K. (1999) "Selective Accounting", **Forbes**, 20-25.
- Öztuğ, F. (1997) "Marka Değeri: Kavram ve Yöntemi", **Pazarlama Dünyası Dergisi**, 11(61), 19.
- Pride, W. and O. C. Ferrel, (1997) **Marketing Concept and Strategies**, (10th ed.) Richard D. Irwin Inc.
- Rozanski, H.D., A.G. Baum and B.T. Wolfsen (1999) "Brand Zealots: Realizing The Full Value of Emotional Loyalty" **Stregy & Business**, 17, 21-62.
- Shocker, A.D., R.K. Srivastava and R.W. Ruekert (1994) "Challenges and Opportunities Facing Brand Manegement: An Introduction to the Special Issue", **Journal of Marketing Research**, 31, 149-158.
- Tek, Ö.B., (1997) **Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları**, (7. Baskı), Cem Ofset Matbaacılık Sanayi A.Ş.
- Wagg, S. ve Goldberg, A. (eds.) (1991) **British Football ve Social Change**, Leicester: University Press, 239-253.

AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF PRICE CHANGES IN ISTANBUL STOCK EXCHANGE (ISE)

Hakan AYGÖREN*

Abstract

The assumption that stock price changes have Normal distribution has become foundation of many of the main-stream models in financial literature. The validity of these models in financial theory depends critically on this assumption. Today it is well known empirical fact that the distribution of stock market returns are usually not normal but *leptokurtic*, i.e. the empirical distribution has fat tails and a high degree of peakedness as compared to the normal distribution. Thus, the usual statistical tools may be badly misleading from the point of financial decision making. The main concern of this study is to investigate whether the stock price changes of an emerging market (Istanbul Stock Exchange) have a Normal or Gaussian Distribution or can price changes be characterized by stable Paretian distribution. It has been concluded from the findings of this study that stock price changes do not fit to Normal or Gaussian distribution but can be characterized by stable Paretian distribution.

Keywords: Istanbul Stock Exchange, stable Paretian, normal distribution.

Öz

İMKB'de Fiyat Değişimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma

Hisse senedi fiyat değişimlerinin normal dağılım gösterdiği kabulü finansal literatürde bir çok model için temel oluşturur. Finansal teorideki bu modellerin geçerliliği büyük ölçüde bu kabulün doğruluğuna bağlıdır. Günümüzde hisse senedi getirilerinin dağılımının normal değil *leptokurtic* olduğu ampirik çalışmalarla tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle, hisse senedi fiyat değişimlerinin dağılımı normal dağılım ile mukayese edildiğinde, kuyruklarda beklenenden daha fazla gözlem sayısı bulunmaktadır. Bu nedenle, finansal karar verme açısından geleneksel istatistiksel araçlar yanıltıcı sonuçlar doğurabilir. Bu çalışmanın ana

* Yrd.Doç.Dr., Pamukkale University, Department of Business Administration, DENİZLİ, haygoren@pamukkale.edu.tr.

amacı gelişmekte olan bir piyasada (İMKB’de) hisse senedi fiyat değişimlerinin normal dağılımla tanımlanıp tanımlanamayacağına yöneliktir. Çalışmada elde edilen bulgulardan, hisse senedi fiyat değişimlerinin normal dağılıma uymadığı fakat stable Paretian dağılımı ile tanımlanabileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, stable Paretian, normal dağılım.

INTRODUCTION

Academic analyses of the unconditional distribution of stock returns date back to the beginning of the twentieth century and have been an important research area in financial economics. Major part of the speculative market researches focused on the question of forecasting stock market prices from the past history of the prices themselves. Earlier studies defined price behaviors as random walk¹ or brownian motion. The theory of random walks is based on two hypothesis: i) successive price changes in an individual security are independent, and ii) the price changes conform to some probability distribution. The first hypothesis implies that past series of price changes cannot be used to predict the future. The hypothesis concerning the distribution of the price changes implies that price changes of an individual security can be characterized by any distribution. In terms of Efficient Market Hypothesis (EMH), the first one is the most important because if successive price changes are not independent then the theory of random walks is not valid. This implies that if successive price changes are independent then a market is efficient regardless of distribution of price changes. However, if successive price changes are not independent then a market is said to be inefficient regardless of distribution of price changes. Thus, the hypothesis concerning the distribution of the price changes does not provide any information about EMH.

Bachelier (1900: 17-78), in his original work “Theory of Speculation”, applied statistical methods to stocks, bonds, futures, and options . In his paper, Osborne (1964: 100-128) claimed that stock price changes follow a random walk on brownian motion. Kendall (1964: 85-99) found successive arithmetic first differences in British stock price averages uncorrelated and concluded that these changes were independent.

Analyses of the ISE about the theory of random walks, mostly, focused on the independence hypothesis in order to test the efficiency of the stock market. For example, Bekçioğlu & Ada (1985: 1-17), using monthly closing prices of forty two stocks beginning 1975 and ending 1981, applied serial

correlation and run test to analyze the efficiency of the ISE. They have concluded that ISE does not even exhibit “weak-form” efficiency. A similar study was done by Balaban (1995: 3-15) using daily and weekly data of ISE Composite Index over the period of 1988-1994. Kıyılar (1997: 75-137) found out that daily closing price changes of forty five stocks are highly correlated over the period of 1988-1994. Both Balaban’s (1995: 3-15) and Kıyılar’s (1997: 75-137) findings are consistent with the results of Bekçioğlu and Ada (1985: 1-17).

Even though the general theory of random walks does not require to specify the form or shape of the distribution of price changes, the second hypothesis of the theory is also as significant as the first one. It is important because, from the point of view of the investors, determining the form or shape of the distribution is directly related to riskiness of their investments.

The prevalent view was that stock returns could be adequately characterised by the Gaussian curve. The assumption that stock price changes have Normal or Gaussian distribution has become foundation of many of the main-stream models such as mean-variance approach to portfolio selection (Markowitz, 1952: 77-91), The Capital Asset Pricing Model (Sharpe, 1964: 425-442), Black-Scholes (1973: 637-659) option pricing formula. The validity of these models in financial theory depends critically on the normality assumption. However, today it is well known empirical fact that the distribution of stock market returns are usually not normal but *leptokurtic*, i.e. the empirical distribution has fat tails and a high degree of peakedness as compared to the normal distribution. Thus, the usual statistical tools may be badly misleading from the point of financial decision making.

Mandelbrot (1963: 307-332) made an important contribution by pronouncing leptokurtic features of the stock returns. He argued that stock returns are usually more peaked at the centre with thicker tails (leptokurtic) than the normal distribution curve. Mandelbrot, in his analysis, fitted the “infinite”² variance Stable Paretian class of distributions with characteristic exponent (α)³ between one and two. Later, the most comprehensive study of the distribution of stock returns (log price changes) has been made by Fama (1965: 34-105). Fama showed Mandelbrot’s (1963: 307-332) hypothesis that a stable Paretian distribution with a characteristic exponent less than two describes stock returns better than a Normal distribution. Granger & Morgenstern (1970: 177-192) stated that β parameter⁴ is greater than zero for the distribution of stock price changes.

More recently, Peters (1991: 27-38) found that the distribution of the S&P500 stock returns exhibit negative skewness, fat tails, and a high peakedness. Praetz (1972: 49-55), Officer (1972: 807-811), Aparicio & Estrada (1997: 1-14), and Broca (2002: 129-140) considered alternative distributions in order to find out the best fit to the data. Dillen & Stoltz (1999: 49-53) found out that the empirical distribution of stock returns and the residuals are leptokurtic for twenty stocks quoted on the Stockholm Stock Exchange.

The first hypothesis of the general theory of random walks is out of the scope of this paper. The main purpose of this paper is to analyse the behavior of price changes in Istanbul Stock Exchange. This study investigates the evidence from the Istanbul Stock Exchange (ISE) in terms of distribution of price changes which has received less attention so far.

Another stimulus behind this study is that ISE is an emerging market and it should be useful to examine whether the behavior of stock price changes can be characterized by the unconditional distributions.

The structure of the study is as follows. The first section briefly describes the data used in the analyses. The second section explains the design of the research and the methodological approach. The third section gives some information about Istanbul Stock Exchange as an emerging market. The fourth, fifth and sixth section presents statistical analysis of the empirical evidence and the results of these analyses. The final section is the conclusion remarks of the study.

I. DATA

Daily observations⁵ of 87 stocks traded in ISE and the Istanbul Stock Exchange Composite Index (ISECI-100⁶) are used to investigate behavior of ISE. The stocks that are under consideration in the analysis are selected randomly. Some of these randomly selected stocks are in the ISECI-100 and some are not. Thus, stocks in the analysis can be considered as a good representation of the whole market.

Daily observations of the ISECI-100 range between July 3, 1987 and March 3, 2001. The time period for 87 stocks vary stock to stock, but the final date, March 30, 2001, is the same for all stocks, however, initial date differs. Thus, number of observations varies between 1474 and 3377 for individual stocks, the number of observations for ISECI-100 is 3411. In this study logarithmic price changes are considered as the main data, therefore this

transformation results in one less observation for all samples. The logarithmic price changes are calculated as follows:

$$R_t = \log(P_t) - \log(P_{t-1}) \quad (1)$$

Where, P_t is the price of individual stock at the time t , P_{t-1} is the price of individual stock at the time $t-1$ and R_t is the log price changes of individual stocks, i.e., returns to individual stocks. The above equation can be reformulated for ISECI-100 as follows:

$$R_t = \log(I_t) - \log(I_{t-1}) \quad (2)$$

Where, I_t and R_t refer to ISECI-100 index number and return to ISECI-100 at the time t , respectively.

II. RESEARCH DESIGN

This study provides an investigation to detect if the empirical evidence from Istanbul Stock Exchange is consistent with the assumption that stock price changes have Normal (Gaussian) distribution, or can it be characterized by stable Paretian distribution. In this study comparison of several statistical methods for the analysis of the behavior of stock price changes are used. Generally, the normality assumption of stock price changes can be checked easily by statistical tests such as Kolmogorov-Simirnov (K-S), Jarque-Bera, Shapiro-Wilk (Kadilar, 2005: 97-100). As in all statistical hypothesis tests, the results of the test can be changed by the selection of significance level (α) which is selected at the beginning of the analysis. For instance, in conducting K-S test at 0,01 significance level ($\alpha=0,01$) a set of data may turn out to be not normally distributed, whereas at higher significance levels ($\alpha=0,05$ or $\alpha=0,10$) the same set of data may exhibit normal distribution behavior. Thus, selection of significance level is extremely important for critical data sets such that it may cause missing some important observations at the extreme tails of the distribution. Mostly, 99% and 95% confidence levels are often considered in statistical analyses. If the set of data conform to normal distribution, 99% and 95% confidence intervals of mean are $\mu \pm 2,575\sigma$, $\mu \pm 1,96\sigma$, respectively. Thus, selection of significance levels directly influences the confidence intervals.

From the point of view of a statistician 99% and 95% confidence intervals of mean may be sufficient for an analysis. However, investors want to know all possibilities that may influence their wealths. In this sense, detailed analysis

should be conducted about the distribution of price changes. As stated before, selection of significance levels must be extremely important from the point of view of investors because there is a possibility that investors would not take all the potential excess gains and losses into account with higher significance levels.

Another critical point is that when the results of the normality tests (such as K-S) do not conform to normal distribution, generally a statistician, if there are sufficient number of data, may choose to exclude extreme observations to fit the data to normal distribution. Hence, the result of exclusion of extreme observations causes information losses. However, for investors these extreme observations are substantially important in terms of their investments and imply excess gains or losses.

In this study data are analyzed for different confidence intervals for different significance levels and the results confirm that extreme tails (beyond $\mu \pm 5\sigma$) contain more observations than would be expected if the distribution were normal.

In the first step histograms with normal curves of the empirical data are drawn to see whether they have similar behaviors with the normal curves. Further for a detailed analysis empirical frequency distributions are computed in order to make comparisons with the unit normal frequency distributions⁷ within given standart deviations of mean changes for each sample. As the third step, normal probability graphs are constructed for detecting departures from normality.

The last part consists of analysis of determining the characteristic exponent (α) and invariance under addition for each sample. Characteristic exponent (α) is determined by the following equation:

$$R_n = n^{1/\alpha} R_1, \quad (3)$$

$$\alpha = \frac{\log n}{\log R_n - \log R_1} \quad (4)$$

The test of invariance under addition for each sample is done by the process of taking sums of the daily logarithmic price changes for different intervals (4-day, 9-day, 16-day and 25-day logarithmic price changes are calculated). This process changes the scale of the distribution. We know that after adjustment for the scale stable Paretian distribution should retain its statistical properties if they are added together. For instance, if the daily

distribution is stable Paretian, then 4-day logarithmic price changes will have a mean of 4μ , but the variance will be unstable. Here, μ is the mean of daily logarithmic price changes.

It is also known that if the distribution of observations of each sample were Normal or Gaussian, the expected mean and variance for 4-day logarithmic price changes would be 4μ and $4\sigma^2$ (μ is the mean and σ^2 is the variance of daily logarithmic price changes), respectively. Then a comparison can be done for each sample with the expected values by computing means and variances of different sums of the daily logarithmic price changes to see whether the empirical evidence has stable or unstable variances.

III. THE ISTANBUL STOCK EXCHANGE AND A GLANCE AT ISECI-100

1980s were the new era for Turkish economy, with the support of IMF stabilization program in 1980 Turkish economy switched from an inward-development to an outward-oriented one. Financial liberalization and integration of financial markets were the two major components of the IMF Stabilization program. As one of the first responses to that program, in 1986 The Istanbul Securities Exchange (ISE) began its operations with 42 listed companies. In 1989, the Turkish financial system was further liberalized and foreign investors were permitted to hold stock portfolios at ISE. As of 2003, 285 corporations are traded by a computer-assisted system with an average daily trading volume of \$372 million relative to \$3 million average trading volume in 1989. In terms of trading volume ISE is ranked 23rd in the world surpassing several European stock exchanges such as Copenhagen, Oslo, Athens, Warsaw, Vienna, Budapest, and Luxembourg (Istanbul Stock Exchange Journal, 2002). Similar to other emerging markets, ISE's return volatilities have been high throughout its history.

It will be illuminating to have some idea about the behavior of ISE before getting into a detailed analysis of individual stocks. It is well-known that in most financial data, there are high volatile and low volatile phases, and that they alternate periodically. In practice, stock markets often have long periods of relative activity, followed by long periods of relative inactivity i.e. large changes tend to be followed by large changes, and small changes tend to be followed by small changes. This is observed in ISECI-100 data and this empirical observation is known as volatility clustering. Based on the volatility clustering, it is expected that data are excessively peaked around zero in their unconditional distribution with heavy tails.

Figure 1a shows the logarithm of ISECI-100 for the period of July 3, 1987 until March 3, 2001. Figure 1b shows returns of the ISECI-100 and volatility clustering. Figure 1c shows the empirical density of the returns which is leptokurtic and heavy tailed distributed.

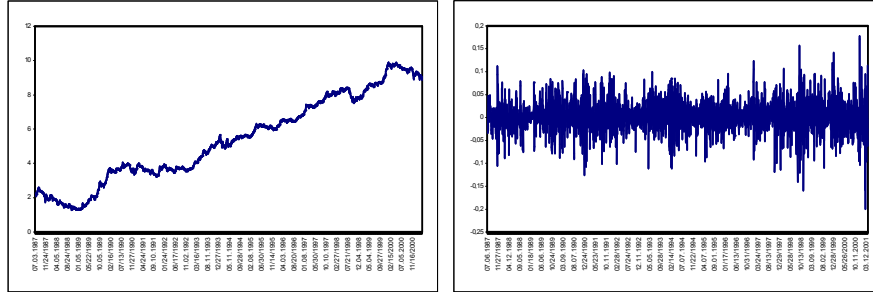


Figure 1a. Logarithm of the ISECI-100, 100 July 3, 1987 – March 3, 2001

Figure 1b. Daily Returns of the ISECI-100 July 3, 1987 – March 3, 2001

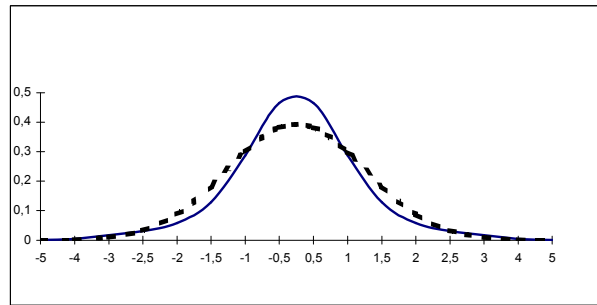


Figure 1c. Solid curve represents the empirical density of ISECI-100 daily returns
Figure 1. Logarithmic prices, returns, and empirical density of the ISECI-100

IV. HISTOGRAMS WITH NORMAL CURVE AND FREQUENCY DISTRIBUTIONS

A common first step and simple way of analyzing the distribution of logarithmic price changes is to construct histograms and the frequency distributions for each stock and ISECI-100. Figure 2 shows an histogram illustrating departure from normality, the bell shaped curve represents the Gaussian curve. Figure 3. shows the empirical histograms of individual stocks and ISECI-100 with normal curves. As can be seen from figure 3 almost all of histograms with normal curves have similar shapes with Figure 2 implying departures from normality.

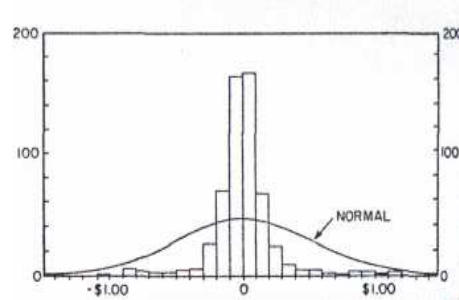
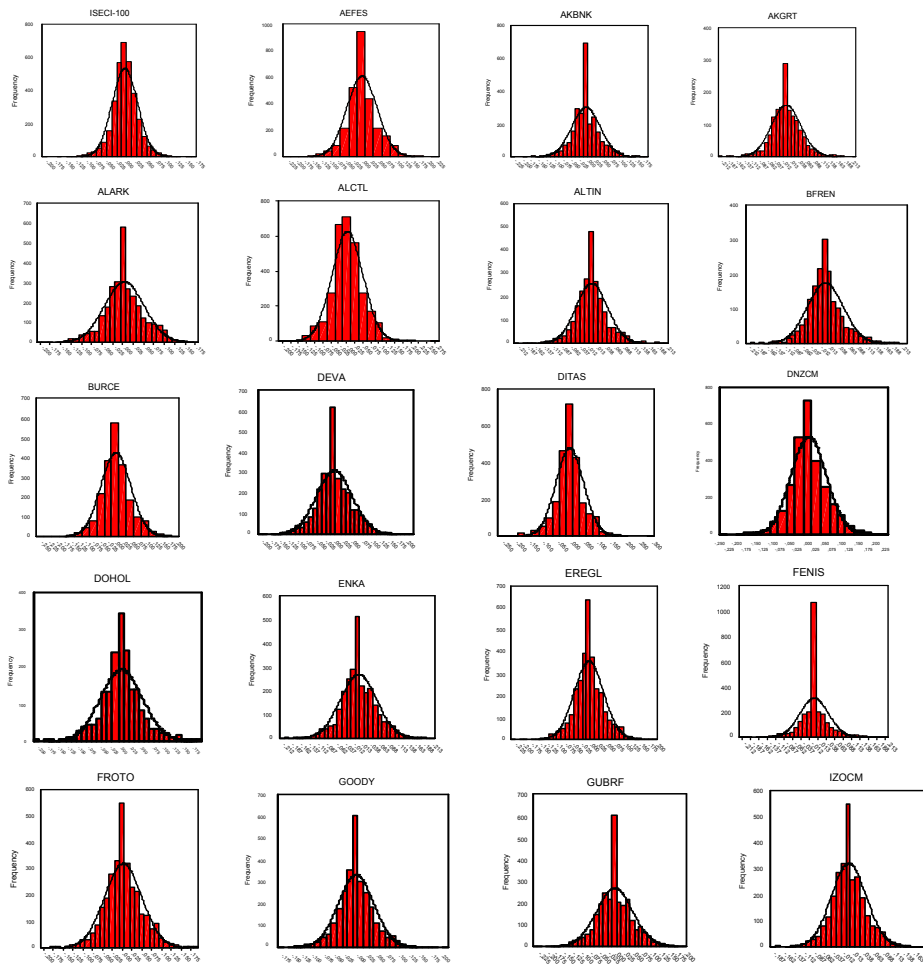


Figure-2: Histogram illustrating departure from normality of monthly wool prices, 1890-1937. The continuous bell-shaped curve represents Gaussian curve. Taken from Mandelbrot (p. 308)



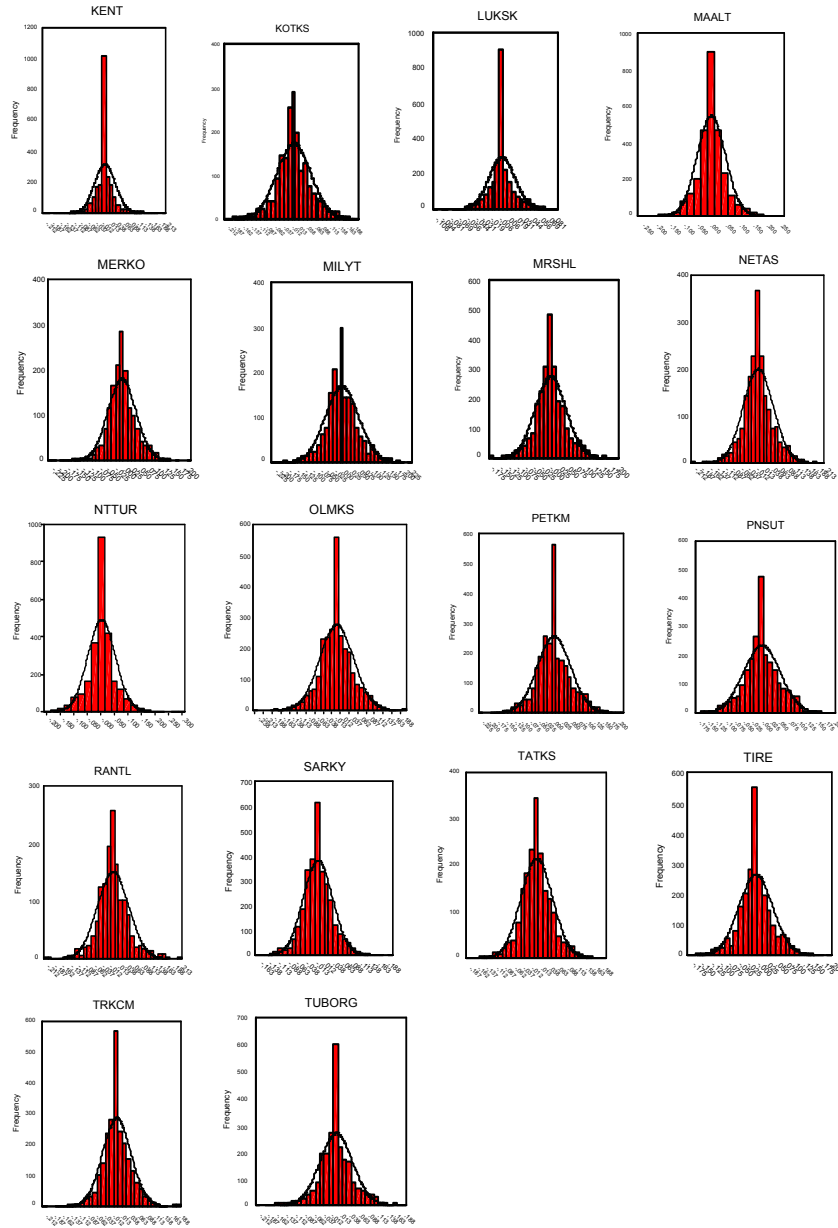


Figure-3: Selected Histograms of Empirical Evidence Illustrating Departure From Normality. (Continued)

In order to be more confident, another crucial analysis is to construct empirical frequency distributions for each sample. This can be done by computing empirical proportions of logarithmic price changes within given standard deviations of mean changes for each sample. Further, empirical frequency distributions can be compared with the expected frequency distributions. Table 1 gives empirical distributions of observations within 0.5, 1.0, 1.5, 2.0, 2.5, 3.0, 4.0, and 5.0 standard deviations. Unit normal distributions in the first row would be the expected distributions if the empirical distributions of observations were normal. Table 2 is the comparison of empirical distributions with the unit normal distributions within the given standard deviations. Numbers in Table 2 were calculated by subtracting unit normal distribution from empirical frequency distributions. A positive (negative) number implies an excess (a deficiency) of relative frequency within the given interval. For instance, the expected distribution for the unit normal within 0.5 standard deviation of mean change is 0,3830 whereas it is 0,4648 for ISECI-100. This implies that ISECI-100 contains 8,18 per cent more of the total frequency within the one-half standard deviation of the mean than would be expected if the distribution were normal. Individual stocks such as FENIS, KENT, LUKSK, NTTUR have more than 20 per cent excess frequency within the one-half of the standard deviation of the mean change when compared with the unit normal distribution. To be more illuminating, this implies that within the one-half standard deviation of mean change FENIS, KENT, LUKSK, NTTUR have 573 ($0,2209 \cdot 2595$), 544 ($0,2315 \cdot 2350$), 519 ($0,2132 \cdot 2432$), 506 ($0,2002 \cdot 2531$) more observations than the expected number of observations. On the average of all individual stocks there are 290 more observations than the expected number.

A detailed analysis of Table 2 presents an excess of relative frequencies within the intervals of 0.5-1.5 standard deviations of mean change and deficiency of relative frequency within the intervals 2.0-5.0 standard deviation of the mean change on the average. Standard deviations of the mean change greater than 5.0 standard deviations exhibits excess of relative frequencies on the average. Row 1 of Table 2 is the comparison of empirical frequency distribution of ISECI-100 with unit normal distribution exhibiting an excess of relative frequency within the interval of 0.5-1.5 standard deviations of mean change and deficiency of relative frequency within the 2.0-5.0 standard deviation of mean change and excess relative frequency 5.0 standard deviations of mean change. This is consistent with individual stock behaviors. The striking part here is that the excess of relative frequency of ISECI-100 is 2443 times greater than the expected frequency if it would be a normal distribution. This implies that the observation that should be realized once every 6745 years, realized once every 3 years. The results of Table 2 confirms peakedness around zero and fat tails of empirical distribution and hollow in between.

Table 3 is the analysis of the extreme tail areas in terms of actual number of observations beyond 2.0, 3.0, 4.0, and 5.0 standard deviations from their means. It implies that empirical evidence shows the number of observations is greater than expected number of observations beyond the given standard deviations implying excess frequencies in the extreme tails. For instances, on the average, empirical evidence is 666 times greater than the expected number of observations beyond five standard deviations.

Table-1: Empirical Frequency Distributions

STOCKS	FREQUENCY DISTRIBUTION								
	INTERVALS								
	0.5S	1.0S	1.5S	2.0S	2.5S	3.0S	4.0S	5.0S	>5.0S
UNIT									
NORMAL	0,3830	0,6826	0,8664	0,9545	0,9876	0,9973	0,999938	0,9999994	0,0000006
ISECI-100	0,4648	0,7528	0,8818	0,9405	0,9713	0,9886	0,997361	0,9985337	0,0014663
AEFES	0,5097	0,7415	0,8675	0,9359	0,9730	0,9888	0,998200	0,9996400	0,0003600
AKBNK	0,5210	0,7573	0,8707	0,9329	0,9735	0,9863	0,998104	0,9996208	0,0003792
AKGRT	0,4795	0,7531	0,8919	0,9459	0,9713	0,9850	0,996091	1,0000000	0,0000000
AKSA	0,5075	0,7636	0,8852	0,9446	0,9800	0,9927	0,997814	0,9992714	0,0007286
ALARK	0,4764	0,7273	0,8520	0,9376	0,9792	0,9941	0,998960	1,0000000	0,0000000
ALCAR	0,4832	0,7425	0,8693	0,9408	0,9757	0,9920	0,998233	0,9995583	0,0004417
ALCTL	0,4809	0,7256	0,8602	0,9416	0,9805	0,9937	0,998681	0,9996702	0,0003298
ALTIM	0,5052	0,7581	0,8736	0,9339	0,9738	0,9873	0,995626	1,0000000	0,0000000
ANACM	0,4845	0,7345	0,8684	0,9449	0,9763	0,9881	0,998681	0,9996702	0,0003298
ARCLK	0,4636	0,7433	0,8771	0,9412	0,9771	0,9900	0,997011	0,9993358	0,0006642
ASELS	0,4906	0,7545	0,8826	0,9583	0,9870	0,9927	0,998853	0,9992352	0,0007648
AYGAZ	0,5306	0,7765	0,8931	0,9528	0,9827	0,9906	0,998920	0,9992801	0,0007199
BAGFS	0,4538	0,7347	0,8723	0,9471	0,9797	0,9907	0,997906	0,9997009	0,0002991
BFREN	0,4986	0,7593	0,8828	0,9411	0,9691	0,9857	0,997713	1,0000000	0,0000000
BRISA	0,4733	0,7347	0,8653	0,9403	0,9769	0,9927	0,998680	0,9996700	0,0003300
BSPRO	0,5018	0,7533	0,8702	0,9433	0,9762	0,9868	0,998538	0,9996345	0,0003655
BTCIM	0,5051	0,7624	0,8921	0,9457	0,9722	0,9837	0,994569	0,9986422	0,0013578
BURCE	0,4979	0,7451	0,8645	0,9375	0,9773	0,9905	0,998105	1,0000000	0,0000000
DEVA	0,4721	0,7318	0,8637	0,9409	0,9772	0,9911	0,999010	1,0000000	0,0000000
DITAS	0,5288	0,7599	0,8635	0,9350	0,9757	0,9873	0,997533	0,9995888	0,0004112
DNZCM	0,4601	0,7313	0,8613	0,9434	0,9807	0,9907	0,998925	1,0000000	0,0000000
DOHOL	0,5117	0,7561	0,8656	0,9333	0,9682	0,9891	0,998437	1,0000000	0,0000000
ECILC	0,4529	0,8546	0,8704	0,9393	0,9774	0,9928	0,998493	1,0000000	0,0000000
ECZYT	0,4586	0,7253	0,8668	0,9412	0,9779	0,9902	0,998549	1,0000000	0,0000000
EGGUB	0,4919	0,7692	0,8873	0,9510	0,9813	0,9910	0,998920	0,9992798	0,0007202
EGPRO	0,5017	0,7453	0,8682	0,9374	0,9737	0,9916	0,997207	0,9988827	0,0011173
ENKA	0,4684	0,7333	0,8628	0,9401	0,9800	0,9895	0,998186	1,0000000	0,0000000
EPLAS	0,4843	0,7549	0,8893	0,9420	0,9722	0,9876	0,996448	1,0000000	0,0000000
ERBOS	0,4893	0,7619	0,8878	0,9415	0,9704	0,9862	0,995871	0,9986235	0,0013765
EREGL	0,4963	0,7473	0,8672	0,9357	0,9752	0,9907	0,998071	0,9996786	0,0003214
FENIS	0,6039	0,7900	0,8794	0,9283	0,9595	0,9807	0,993449	0,9992293	0,0007707
FRIGO	0,5052	0,7626	0,8844	0,9436	0,9670	0,9931	0,995871	0,9993118	0,0006882
FROTO	0,4676	0,7273	0,8668	0,9452	0,9754	0,9900	0,999336	1,0000000	0,0000000
GARAN	0,5080	0,7798	0,9028	0,9589	0,9843	0,9933	0,999252	0,9996262	0,0003738
GLBYO	0,5452	0,7983	0,9164	0,9700	0,9873	0,9950	0,999546	0,9995457	0,0004543
GOODY	0,4947	0,7528	0,8751	0,9358	0,9699	0,9869	0,997459	0,9996370	0,0003630
GUBRF	0,4558	0,7396	0,8602	0,9361	0,9776	0,9913	0,998917	1,0000000	0,0000000
GUSGR	0,5013	0,7619	0,8909	0,9422	0,9718	0,9801	0,997433	0,9987163	0,0012837
HURGZ	0,5089	0,7504	0,8685	0,9407	0,9728	0,9848	0,998663	0,9995544	0,0004456
INTEM	0,4668	0,7240	0,8570	0,9425	0,9812	0,9919	0,998895	0,9996315	0,0003685
ISCTR	0,4830	0,7645	0,8901	0,9559	0,9828	0,9933	0,998131	0,9992523	0,0007477
IZOCM	0,4656	0,7357	0,8686	0,9399	0,9788	0,9910	0,998560	1,0000000	0,0000000

Table-1: Empirical Frequency Distributions (Continued)

STOCKS	FREQUENCY DISTRIBUTION								
	INTERVALS								
	0.5S	1.0S	1.5S	2.0S	2.5S	3.0S	4.0S	5.0S	>5.0S
KARTN	0,5036	0,7559	0,8717	0,9369	0,9707	0,9890	0,999408	0,9994076	0,0005924
KCHOL	0,4875	0,7592	0,8881	0,9512	0,9801	0,9937	0,999004	0,9993358	0,0006642
KENT	0,6145	0,8034	0,9009	0,9387	0,9600	0,9757	0,990213	0,9982979	0,0017021
KONYA	0,4986	0,7641	0,8752	0,9401	0,9740	0,9856	0,995336	0,9996113	0,0003887
KORDS	0,4960	0,7469	0,8720	0,9418	0,9777	0,9894	0,997805	0,9992685	0,0007315
KOTKS	0,4829	0,7537	0,8686	0,9306	0,9696	0,9877	0,999466	1,0000000	0,0000000
LUKSK	0,5962	0,7738	0,8639	0,9219	0,9688	0,9840	0,997122	0,9991776	0,0008224
MAALT	0,5205	0,7513	0,8654	0,9356	0,9730	0,9863	0,996400	1,0000000	0,0000000
MERKO	0,4946	0,7495	0,8830	0,9431	0,9747	0,9848	0,996205	0,9987350	0,0012650
MILYT	0,4736	0,7481	0,8743	0,9385	0,9703	0,9876	0,999461	1,0000000	0,0000000
MIPAZ	0,4688	0,7456	0,8691	0,9400	0,9760	0,9874	0,998856	1,0000000	0,0000000
MMART	0,4719	0,7387	0,8710	0,9393	0,9777	0,9898	0,998538	1,0000000	0,0000000
MRDIN	0,4975	0,7664	0,8887	0,9443	0,9812	0,9937	0,998040	0,9992160	0,0007840
MRSHL	0,4774	0,7601	0,8702	0,9351	0,9747	0,9873	0,999208	1,0000000	0,0000000
NETAS	0,4856	0,7471	0,8730	0,9363	0,9727	0,9899	0,998483	1,0000000	0,0000000
NIGDE	0,5154	0,7755	0,8945	0,9510	0,9798	0,9913	0,997628	0,9992095	0,0007905
NTTUR	0,5832	0,7625	0,8605	0,9261	0,9684	0,9854	0,997629	0,9992098	0,0007902
OLMKS	0,4740	0,7431	0,8626	0,9401	0,9751	0,9923	0,998538	1,0000000	0,0000000
PARSN	0,4747	0,7271	0,8581	0,9495	0,9782	0,9883	0,999611	1,0000000	0,0000000
PETKM	0,4532	0,7311	0,8608	0,9397	0,9795	0,9932	0,999242	1,0000000	0,0000000
PIMAS	0,4971	0,7408	0,8516	0,9377	0,9753	0,9904	0,999164	1,0000000	0,0000000
PINSU	0,5063	0,7400	0,8524	0,9381	0,9787	0,9891	0,999164	1,0000000	0,0000000
PNSUT	0,4799	0,7249	0,8579	0,9402	0,9787	0,9891	1,0000000	1,0000000	0,0000000
PTOFS	0,5021	0,7753	0,8926	0,9626	0,9881	0,9947	0,998765	0,9991770	0,0008230
RANTL	0,4843	0,7666	0,8863	0,9371	0,9706	0,9839	0,995987	1,0000000	0,0000000
SARKY	0,4560	0,7450	0,8737	0,9382	0,9712	0,9954	0,998677	1,0000000	0,0000000
SISE	0,4422	0,7206	0,8664	0,9481	0,9809	0,9935	0,998920	0,9996399	0,0003601
TATKS	0,4877	0,7511	0,8769	0,9339	0,9717	0,9867	0,997335	0,9994670	0,0005330
THYAO	0,4797	0,7681	0,8740	0,9573	0,9846	0,9968	0,999210	0,9996049	0,0003951
TIRE	0,4975	0,7504	0,8599	0,9377	0,9732	0,9870	0,999164	1,0000000	0,0000000
TOASO	0,4866	0,7462	0,8788	0,9356	0,9724	0,9883	0,998746	1,0000000	0,0000000
TRKCM	0,4911	0,7501	0,8790	0,9403	0,9739	0,9876	0,995441	0,9995856	0,0004144
TUBORG	0,5247	0,7617	0,8708	0,9352	0,9691	0,9870	0,998328	1,0000000	0,0000000
TUDDF	0,4834	0,7419	0,8674	0,9409	0,9748	0,9904	0,999336	0,9996678	0,0003322
TUKAS	0,5107	0,7775	0,8842	0,9421	0,9655	0,9831	0,996747	0,9993494	0,0006506
TUPRS	0,5021	0,7605	0,8926	0,9626	0,9881	0,9947	0,998765	0,9991770	0,0008230
UCAK	0,5204	0,7798	0,8796	0,9335	0,9646	0,9858	0,997820	0,9989101	0,0010899
UNYEC	0,5154	0,7755	0,8945	0,9510	0,9798	0,9913	0,997628	0,9992095	0,0007905
VAKFN	0,5035	0,7572	0,8729	0,9344	0,9719	0,9862	0,998371	0,9995927	0,0004073
VESTL	0,4668	0,7396	0,8726	0,9397	0,9740	0,9887	0,998493	1,0000000	0,0000000
VKFYT	0,4935	0,7571	0,8591	0,9384	0,9730	0,9861	0,998735	1,0000000	0,0000000
VKING	0,5155	0,7748	0,8918	0,9431	0,9633	0,9836	0,994940	0,9993675	0,0006325
YASAS	0,4662	0,7379	0,8593	0,9406	0,9784	0,9910	0,998560	1,0000000	0,0000000
YKBNK	0,4846	0,7672	0,9007	0,9538	0,9773	0,9893	0,997993	0,9993311	0,0006689
YUNSA	0,4941	0,7742	0,8696	0,9369	0,9728	0,9904	0,998328	0,9995819	0,0004181
Averages of individual Stocks	0,4948	0,7542	0,8746	0,9417	0,9753	0,9891	0,997962	0,9996163	0,0003837

Table-2: Comparison of Empirical Frequency Distributions with Unit Normal

STOCK	COMPARISON OF EMPIRICAL FREQUENCY DISTRIBUTIONS WITH UNIT NORMAL								
	0.5S	1.0S	1.5S	2.0S	INTERVALS				
					2.5S	3.0S	4.0S	5.0S	>5.0S
ISECI-100	0,0818	0,0702	0,0154	-0,0140	-0,0163	-0,0087	-0,002577	-0,0014657	-0,0000006
AEFES	0,1267	0,0589	0,0011	-0,0186	-0,0146	-0,0085	-0,001738	-0,0003594	0,0007471
AKBNK	0,1380	0,0747	0,0043	-0,0216	-0,0141	-0,0110	-0,001834	-0,0003786	0,0003732
AKGRT	0,0965	0,0705	0,0255	-0,0086	-0,0163	-0,0123	-0,003847	0,0000006	-0,0000006
AKSA	0,1245	0,0810	0,0188	-0,0099	-0,0076	-0,0046	-0,002124	-0,0007280	0,0004450
ALARK	0,0934	0,0447	-0,0144	-0,0169	-0,0084	-0,0032	-0,000978	0,0000006	-0,0000006
ALCAR	0,1002	0,0599	0,0029	-0,0137	-0,0119	-0,0053	-0,001705	-0,0004411	-0,0000006
ALCTL	0,0979	0,0430	-0,0062	-0,0129	-0,0071	-0,0036	-0,001257	-0,0003292	0,0004138
ALTN	0,1222	0,0755	0,0072	-0,0206	-0,0138	-0,0100	-0,004312	0,0000006	0,0013759
ANACM	0,1015	0,0519	0,0020	-0,0096	-0,0113	-0,0092	-0,001257	-0,0003292	-0,0000006
ARCLK	0,0806	0,0607	0,0107	-0,0133	-0,0105	-0,0073	-0,002927	-0,0006636	0,0007701
ASELS	0,1076	0,0719	0,0162	0,0038	-0,0006	-0,0046	-0,001085	-0,0007642	-0,0000006
AYGAZ	0,1476	0,0939	0,0267	-0,0017	-0,0049	-0,0067	-0,001018	-0,0007193	-0,0000006
BAGFS	0,0708	0,0521	0,0059	-0,0074	-0,0079	-0,0066	-0,002032	-0,0002985	-0,0000006
BFREN	0,1156	0,0767	0,0164	-0,0134	-0,0185	-0,0116	-0,002225	0,0000006	-0,0000006
BRISA	0,0903	0,0521	-0,0011	-0,0142	-0,0107	-0,0046	-0,001258	-0,0003294	-0,0000006
BSPRO	0,1188	0,0707	0,0038	-0,0112	-0,0114	-0,0105	-0,001400	-0,0003649	0,0007642
BTCIM	0,1221	0,0798	0,0257	-0,0088	-0,0154	-0,0136	-0,005369	-0,0013572	-0,0000006
BURCE	0,1149	0,0625	-0,0019	-0,0170	-0,0103	-0,0068	-0,001833	0,0000006	0,0003292
DEVA	0,0891	0,0492	-0,0027	-0,0136	-0,0104	-0,0062	-0,000928	0,0000006	-0,0000006
DITAS	0,1458	0,0773	-0,0029	-0,0195	-0,0119	-0,0100	-0,002405	-0,0004106	0,0004067
DNZCM	0,0771	0,0487	-0,0051	-0,0111	-0,0069	-0,0066	-0,001013	0,0000006	-0,0000006
DOHOL	0,1287	0,0735	-0,0008	-0,0212	-0,0194	-0,0082	-0,001501	0,0000006	0,0006876
ECILC	0,0699	0,1720	0,0040	-0,0152	-0,0102	-0,0045	-0,001445	0,0000006	0,0017015
ECZYT	0,0756	0,0427	0,0004	-0,0133	-0,0097	-0,0071	-0,001389	0,0000006	-0,0000006
EGGUB	0,1089	0,0866	0,0209	-0,0035	-0,0063	-0,0063	-0,001018	-0,0007196	0,0006500
EGPRO	0,1187	0,0627	0,0018	-0,0171	-0,0139	-0,0057	-0,002731	-0,0011167	-0,0000006
ENKA	0,0854	0,0507	-0,0036	-0,0144	-0,0076	-0,0078	-0,001752	0,0000006	0,0022365
EPLAS	0,1013	0,0723	0,0229	-0,0125	-0,0154	-0,0097	-0,003490	0,0000006	0,0006636
ERBOS	0,1063	0,0793	0,0214	-0,0130	-0,0172	-0,0111	-0,004067	-0,0013759	-0,0000006
EREGL	0,1133	0,0647	0,0008	-0,0188	-0,0124	-0,0066	-0,001867	-0,0003208	-0,0000006
FENIS	0,2209	0,1074	0,0130	-0,0262	-0,0281	-0,0166	-0,006489	-0,0007701	-0,0000006
FRIGO	0,1222	0,0800	0,0180	-0,0109	-0,0206	-0,0042	-0,004067	-0,0006876	-0,0000006
FROTO	0,0846	0,0447	0,0004	-0,0093	-0,0122	-0,0073	-0,000602	0,0000006	0,0003594
GARAN	0,1250	0,0972	0,0364	0,0044	-0,0033	-0,0040	-0,000686	-0,0003732	-0,0000006
GLBYO	0,1622	0,1157	0,0500	0,0155	-0,0003	-0,0023	-0,000392	-0,0004537	0,0014657
GOODY	0,1117	0,0702	0,0087	-0,0187	-0,0177	-0,0104	-0,002479	-0,0003624	0,0005918
GUBRF	0,0728	0,0570	-0,0062	-0,0184	-0,0100	-0,0060	-0,001021	0,0000006	-0,0000006
GUSGR	0,1183	0,0793	0,0245	-0,0123	-0,0158	-0,0172	-0,002505	-0,0012831	0,0006319
HURGZ	0,1259	0,0678	0,0021	-0,0138	-0,0148	-0,0125	-0,001275	-0,0004450	0,0002985
INTEM	0,0838	0,0414	-0,0094	-0,0120	-0,0064	-0,0054	-0,001043	-0,0003679	0,0003294
ISCTR	0,1000	0,0819	0,0237	0,0014	-0,0048	-0,0040	-0,001807	-0,0007471	0,0003624
IZOCM	0,0826	0,0531	0,0022	-0,0146	-0,0088	-0,0063	-0,001378	0,0000006	-0,0000006
KARTN	0,1206	0,0733	0,0053	-0,0176	-0,0169	-0,0083	-0,000530	-0,0005918	0,0003316
KCHOL	0,1045	0,0766	0,0217	-0,0033	-0,0075	-0,0036	-0,000934	-0,0006636	0,0004411
KENT	0,2315	0,1208	0,0345	-0,0158	-0,0276	-0,0216	-0,009725	-0,0017015	0,0011436
KONYA	0,1156	0,0815	0,0088	-0,0144	-0,0136	-0,0117	-0,004602	-0,0003881	-0,0000006
KORDS	0,1130	0,0643	0,0056	-0,0127	-0,0099	-0,0079	-0,002133	-0,0007309	-0,0008224
KOTKS	0,0999	0,0711	0,0022	-0,0239	-0,0180	-0,0096	-0,000472	0,0000006	0,0008224
LUKSK	0,2132	0,0912	-0,0025	-0,0326	-0,0189	-0,0133	-0,002816	-0,0008218	-0,0000006
MAALT	0,1375	0,0687	-0,0010	-0,0189	-0,0146	-0,0110	-0,003538	0,0000006	-0,0000006
MERKO	0,1116	0,0669	0,0166	-0,0114	-0,0129	-0,0125	-0,003733	-0,0012644	-0,0000006
MILYT	0,0906	0,0655	0,0079	-0,0160	-0,0173	-0,0097	-0,000477	0,0000006	-0,0000006

**Table-2: Comparison of Empirical Frequency Distributions
With Unit Normal(continued)**

COMPARISON OF EMPIRICAL FREQUENCY DISTRIBUTIONS WITH UNIT NORMAL									
STOCK	INTERVALS								
	0.5S	1.0S	1.5S	2.0S	2.5S	3.0S	4.0S	5.0S	>5.0S
MIPAZ	0,0858	0,0630	0,0027	-0,0145	-0,0116	-0,0099	-0,001082	0,0000006	0,0012831
MMART	0,0889	0,0561	0,0046	-0,0152	-0,0099	-0,0075	-0,001400	0,0000006	0,0007899
MRDIN	0,1145	0,0838	0,0223	-0,0102	-0,0064	-0,0036	-0,001898	-0,0007834	0,0007834
MRSHL	0,0944	0,0775	0,0038	-0,0194	-0,0129	-0,0100	-0,000730	0,0000006	0,0003881
NETAS	0,1026	0,0645	0,0066	-0,0182	-0,0149	-0,0074	-0,001455	0,0000006	0,0007899
NIGDE	0,1324	0,0929	0,0281	-0,0035	-0,0078	-0,0060	-0,002310	-0,0007899	0,0013572
NTTUR	0,2002	0,0799	-0,0059	-0,0284	-0,0192	-0,0119	-0,002309	-0,0007896	-0,0000006
OLMKS	0,0910	0,0605	-0,0038	-0,0144	-0,0125	-0,0050	-0,001400	0,0000006	-0,0000006
PARSN	0,0917	0,0445	-0,0083	-0,0050	-0,0094	-0,0090	-0,000327	0,0000006	-0,0000006
PETKM	0,0702	0,0485	-0,0056	-0,0148	-0,0081	-0,0041	-0,000696	0,0000006	0,0004106
PIMAS	0,1141	0,0582	-0,0148	-0,0168	-0,0123	-0,0069	-0,000774	0,0000006	-0,0000006
PINSU	0,1233	0,0574	-0,0140	-0,0164	-0,0089	-0,0082	-0,000774	0,0000006	-0,0000006
PNSUT	0,0969	0,0423	-0,0085	-0,0143	-0,0089	-0,0082	0,000062	0,0000006	-0,0000006
PTOFS	0,1191	0,0927	0,0262	0,0081	0,0005	-0,0026	-0,001173	-0,0008224	0,0008218
RANTL	0,1013	0,0840	0,0199	-0,0174	-0,0170	-0,0134	-0,003951	0,0000006	-0,0000006
SARKY	0,0730	0,0624	0,0073	-0,0163	-0,0164	-0,0019	-0,001261	0,0000006	-0,0000006
SISE	0,0592	0,0380	0,0000	-0,0064	-0,0067	-0,0038	-0,001018	-0,0003595	-0,0000006
TATKS	0,1047	0,0685	0,0105	-0,0206	-0,0159	-0,0106	-0,002603	-0,0005324	0,0004175
THYAO	0,0967	0,0855	0,0076	0,0028	-0,0030	-0,0005	-0,000728	-0,0003945	0,0028123
TIRE	0,1145	0,0678	-0,0065	-0,0168	-0,0144	-0,0103	-0,000774	0,0000006	0,0008007
TOASO	0,1036	0,0636	0,0124	-0,0189	-0,0152	-0,0090	-0,001192	0,0000006	-0,0000006
TRKCM	0,1081	0,0675	0,0126	-0,0142	-0,0137	-0,0097	-0,004497	-0,0004138	-0,0000006
TUBORG	0,1417	0,0791	0,0044	-0,0193	-0,0185	-0,0103	-0,001610	0,0000006	0,0075752
TUDDF	0,1004	0,0593	0,0010	-0,0136	-0,0128	-0,0069	-0,000602	-0,0003316	0,0003679
TUKAS	0,1277	0,0949	0,0178	-0,0124	-0,0221	-0,0142	-0,003191	-0,0006500	-0,0000006
TUPRS	0,1191	0,0779	0,0262	0,0081	0,0005	-0,0026	-0,001173	-0,0008224	-0,0000006
UCAK	0,1374	0,0972	0,0132	-0,0210	-0,0230	-0,0115	-0,002118	-0,0010893	-0,0000006
UNYEC	0,1324	0,0929	0,0281	-0,0035	-0,0078	-0,0060	-0,002310	-0,0007899	-0,0000006
VAKFN	0,1205	0,0746	0,0065	-0,0201	-0,0157	-0,0111	-0,001567	-0,0004067	-0,0000006
VESTL	0,0838	0,0570	0,0062	-0,0148	-0,0136	-0,0086	-0,001445	0,0000006	0,0003945
VKFYT	0,1105	0,0745	-0,0073	-0,0161	-0,0146	-0,0112	-0,001203	0,0000006	-0,0000006
VKING	0,1325	0,0922	0,0254	-0,0114	-0,0243	-0,0137	-0,004998	-0,0006319	-0,0000006
YASAS	0,0832	0,0553	-0,0071	-0,0139	-0,0092	-0,0063	-0,001378	0,0000006	-0,0000006
YKBNK	0,1016	0,0846	0,0343	-0,0007	-0,0103	-0,0080	-0,001945	-0,0006683	-0,0000006
YUNSA	0,1111	0,0916	0,0032	-0,0176	-0,0148	-0,0069	-0,001610	-0,0004175	0,0004118
Averages	0,1118	0,0713	0,0082	-0,0128	-0,0122	-0,0082	-0,001977	-0,0003831	0,0004430

Table-3: Analysis of Extreme Tail Areas in Terms of Number of Observations

STOCK	N	INTERVAL							
		>2S		>3S		>4S		>5S	
		Expected	Actual	Expected	Actual	Expected	Actual	Expected	Actual
ISECL100	3410	155,2	203	9,2	39	0,21	9	0,0020	5
AEFES	2778	126,4	178	7,5	31	0,18	5	0,0017	1
AKBNK	2637	120,0	177	7,1	36	0,17	5	0,0016	1
AKGRT	1535	69,8	83	4,1	23	0,10	6	0,0009	0
AKSA	2745	124,9	152	7,4	20	0,17	6	0,0016	2
ALARK	2886	131,3	180	7,8	17	0,18	3	0,0017	0
ALCAR	2264	103,0	134	6,1	18	0,14	4	0,0014	1
ALCTL	3032	138,0	177	8,2	19	0,19	4	0,0018	1
ALTIN	2286	104,0	151	6,2	29	0,14	10	0,0014	0
ANACM	3032	138,0	167	8,2	36	0,19	4	0,0018	1
ARCLK	3011	137,0	177	8,1	30	0,19	9	0,0018	2
ASELS	2615	119,0	109	7,1	19	0,16	3	0,0016	2
AYGAZ	2778	126,4	131	7,5	26	0,18	3	0,0017	2
BAGFS	3343	152,1	177	9,0	31	0,21	7	0,0020	1
BFREN	1749	79,6	103	4,7	25	0,11	4	0,0010	0
BRISA	3030	137,9	181	8,2	22	0,19	4	0,0018	1
BSPRO	2736	124,5	155	7,4	36	0,17	4	0,0016	1
BTCIM	1473	67,0	80	4,0	24	0,09	8	0,0009	2
BURCE	2111	96,1	132	5,7	20	0,13	4	0,0013	0
DEVA	3031	137,9	179	8,2	27	0,19	3	0,0018	0
DITAS	2432	110,7	158	6,6	31	0,15	6	0,0015	1
DNZCM	2791	127,0	158	7,5	26	0,18	3	0,0017	0
DOHOL	1919	87,3	128	5,2	21	0,12	3	0,0012	0
ECILC	2654	120,8	161	7,2	19	0,17	4	0,0016	0
ECZYT	2756	125,4	162	7,4	27	0,17	4	0,0017	0
EGGUB	2777	126,4	136	7,5	25	0,17	3	0,0017	2
EGPRO	1790	81,4	112	4,8	15	0,11	5	0,0011	2
ENKA	2756	125,4	165	7,4	29	0,17	5	0,0017	0
EPLAS	1689	76,8	98	4,6	21	0,11	6	0,0010	0
ERBOS	1453	66,1	85	3,9	20	0,09	6	0,0009	2
EREGL	3111	141,6	200	8,4	29	0,20	6	0,0019	1
FENIS	2595	118,1	186	7,0	50	0,16	17	0,0016	2
FRIGO	1453	66,1	82	3,9	10	0,09	6	0,0009	1
FROTO	3011	137,0	165	8,1	30	0,19	2	0,0018	0
GARAN	2675	121,7	110	7,2	18	0,17	2	0,0016	1
GLBYO	2201	100,1	66	5,9	11	0,14	1	0,0013	1
GOODY	2755	125,4	177	7,4	36	0,17	7	0,0017	1
GUBRF	2769	126,0	177	7,5	24	0,17	3	0,0017	0
GUSGR	1558	70,9	90	4,2	31	0,10	4	0,0009	2
HURGZ	2244	102,1	133	6,1	34	0,14	3	0,0013	1
INTEM	2714	123,5	156	7,3	22	0,17	3	0,0016	1
ISCTR	2675	121,7	118	7,2	18	0,17	5	0,0016	2
IZOCM	2777	126,4	167	7,5	25	0,17	4	0,0017	0
KARTN	3376	153,6	213	9,1	37	0,21	2	0,0020	2
KCHOL	3011	137,0	147	8,1	19	0,19	3	0,0018	2
KENT	2350	106,9	144	6,3	57	0,15	23	0,0014	4
KONYA	2573	117,1	154	6,9	37	0,16	12	0,0015	1
KORDS	2734	124,4	159	7,4	29	0,17	6	0,0016	2
KOTKS	1872	85,2	130	5,1	23	0,12	1	0,0011	0
LUKSK	2432	110,7	190	6,6	39	0,15	7	0,0015	2
MAALT	2778	126,4	179	7,5	38	0,18	10	0,0017	0
MERKO	1581	71,9	90	4,3	24	0,10	6	0,0009	2
MILYT	1854	84,4	114	5,0	23	0,12	1	0,0011	0
MIPAZ	1749	79,6	105	4,7	22	0,11	2	0,0010	0
MMART	2736	124,5	166	7,4	28	0,17	4	0,0016	0

Table-3: Analysis of Extreme Tail Areas in Terms of Number of Observations (Continued)

STOCK	N	INTERVAL							
		>2S		>3S		>4S		>5S	
		Expected	Actual	Expected	Actual	Expected	Actual	Expected	Actual
MRDIN	2551	116,1	142	6,9	16	0,16	5	0,0015	2
MRSHL	2526	114,9	164	6,8	32	0,16	2	0,0015	0
NETAS	1977	90,0	126	5,3	20	0,12	3	0,0012	0
NIGDE	2530	115,1	124	6,8	22	0,16	6	0,0015	2
NTTUR	2531	115,2	187	6,8	37	0,16	6	0,0015	2
OLMKS	2736	124,5	164	7,4	21	0,17	4	0,0016	0
PARSN	2572	117,0	130	6,9	30	0,16	1	0,0015	0
PETKM	2637	120,0	159	7,1	18	0,17	2	0,0016	0
PIMAS	2392	108,8	149	6,5	23	0,15	2	0,0014	0
PINSU	2392	108,8	148	6,5	26	0,15	2	0,0014	0
PNSUT	2392	108,8	143	6,5	26	0,15	0	0,0014	0
PTOFS	2430	110,6	91	6,6	13	0,15	3	0,0015	2
RANTL	1495	68,0	94	4,0	24	0,09	6	0,0009	0
SARKY	3024	137,6	187	8,2	14	0,19	4	0,0018	0
SISE	2777	126,4	144	7,5	18	0,17	3	0,0017	1
TATKS	1876	85,4	124	5,1	25	0,12	5	0,0011	1
THYAO	2531	115,2	108	6,8	8	0,16	2	0,0015	1
TIRE	2392	108,8	149	6,5	31	0,15	2	0,0014	0
TOASO	2392	108,8	154	6,5	28	0,15	3	0,0014	0
TRKCM	2413	109,8	144	6,5	30	0,15	11	0,0014	1
TUBORG	2392	108,8	155	6,5	31	0,15	4	0,0014	0
TUDDF	3010	137,0	178	8,1	29	0,19	2	0,0018	1
TUKAS	1537	69,9	89	4,1	26	0,10	5	0,0009	1
TUPRS	2430	110,6	91	6,6	13	0,15	3	0,0015	2
UCAK	1835	83,5	122	5,0	26	0,12	4	0,0011	2
UNYEC	2530	115,1	124	6,8	22	0,16	6	0,0015	2
VAKFN	2455	111,7	161	6,6	34	0,15	4	0,0015	1
VESTL	2654	120,8	160	7,2	30	0,17	4	0,0016	0
VKFYT	2371	107,9	146	6,4	33	0,15	3	0,0014	0
VKING	1581	71,9	90	4,3	26	0,10	8	0,0009	1
YASAS	2778	126,4	165	7,5	25	0,18	4	0,0017	0
YKBNK	2990	136,0	138	8,1	32	0,19	6	0,0018	2
YUNSA	2392	108,8	151	6,5	23	0,15	4	0,0014	1
TOTALS	210802	9591	12254	569,2	2226	13,28	406	0,1265	77

Another tool for detecting departures from normality is to construct (draw) normal probability graphs. Figure 4 is the normal probability graphs of individual stocks and ISECI-100 exhibiting S shaped curves. Normal probability graph shapes would be straight lines if the samples were distributed normally. As figure 4 illustrates none of the graphs has straight line, instead all graphs have elongated S shapes implying departures from normality. An analysis of the normal probability graphs shows fat tails and excess around centre, it can easily be seen from the normal probability graphs that the slopes of extreme tail areas of normal probability graphs are lower than the central parts of the graphs. Another fact is that empirical frequency distributions have higher probabilities in the center than normal distribution. Figure 4 illustrates that normal probability graphs of empirical evidence has steeper centers than the case of normal distributions. It is clearly seen from the Figure 4 that empirical frequency distributions centered around zero, implying peakedness around the means.

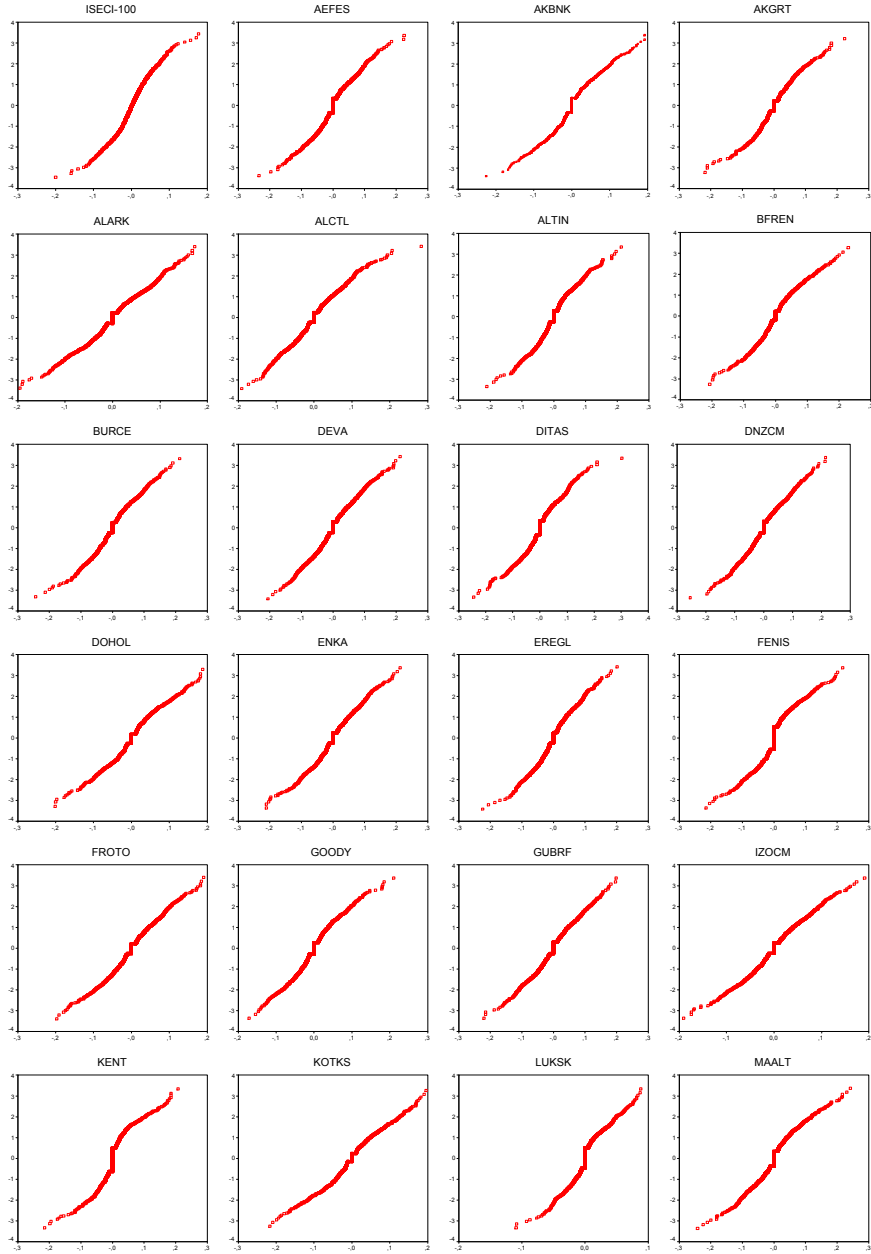


Figure-4: Normal Probability Graphs for Dialy Prices in Log Prices of ISECI-100 and of Selected Stocks

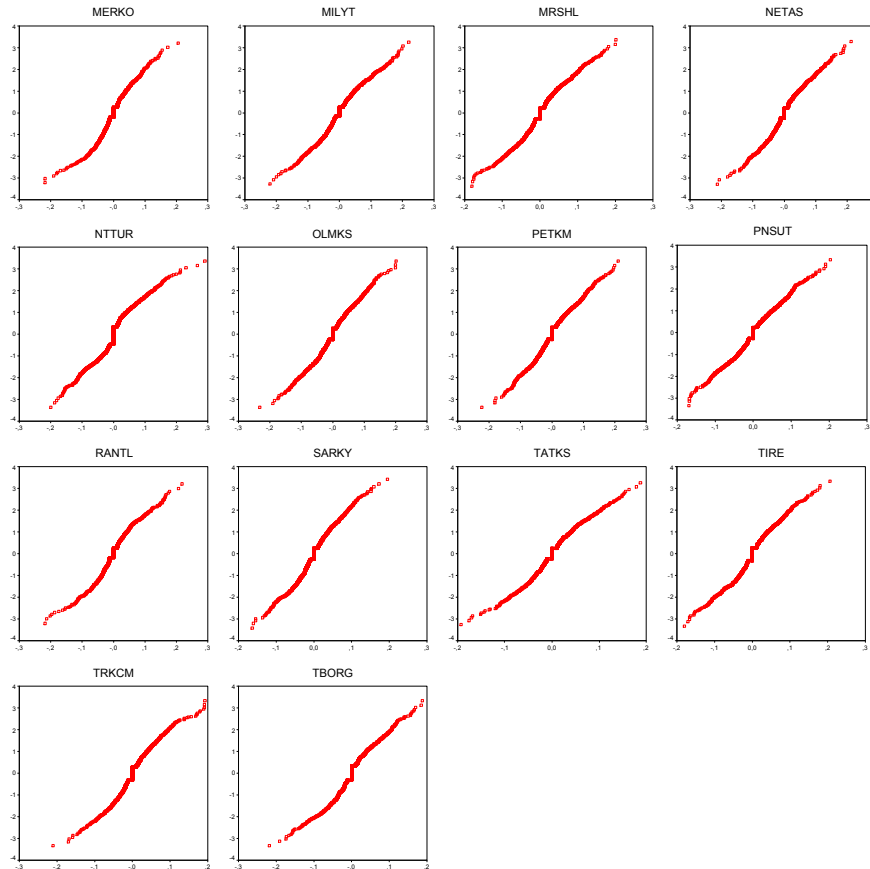


Figure-4: Normal Probability Graphs for Daily Prices in Log Prices of ISECI-100 and of Selected Stocks (continued)

V. INVARIANCE UNDER ADDITION

Stable distributions, after their adjustment for the scale, should retain their statistical properties if they are added together. For instance, if the series of daily price changes were normally distributed, with a mean μ and a variance (σ^2), then 4-day price changes should also be normally distributed, with mean 4μ and variance $4\sigma^2$. If the daily distribution were stable paretian, then 4-day price changes would have a mean of 4μ , but the variance would be unstable.

To test this possibility, I created 4-day, 9-day, 16-day, and 25-day log price changes series using the daily observations of individual stocks and of ISECI-100. To check how mean and variance are scaled I have constructed Table 4.

Each cell of the Table 4 is calculated by actual variance divided by expected variance. We know that if the distribution of observations of each sample were Normal or Gaussian, the expected mean and variance for 4-day logarithmic price changes would be 4μ and $4\sigma^2$ (μ is the mean and σ^2 is the variance of daily logarithmic price changes), respectively. Thus, by multiplying variance of daily logarithmic price changes by 4, 9, 16, 25, expected variance of logarithmic price changes could be calculated for different intervals for each sample. Now it is easy to calculate actual variance of logarithmic price changes for different intervals from daily logarithmic price changes. For example, 4-day logarithmic price changes could be computed from daily logarithmic price changes by summing daily logarithmic price changes in groups of 4. Expected mean and variance of new observations should be 4μ , and $4\sigma^2$ respectively if the distribution of observations is strictly Normal or Gaussian. Then the *actual variance/expected variance* ratio should be equal to one or almost one. This computation can be done for 9-day, 16-day, 25-day and other intervals.

As can be seen from Table 4 that is not the case, which confirms unstable variance for empirical evidence.

**Table-4: Comparison Of Behavior Of Variances For Different Intervals
With Expected Values (Actual/Expected)**

Invariance under addition (Actual/Expected)					Invariance under addition (Actual/Expected)				
STOCK	$4\sigma^2$	$9\sigma^2$	$16\sigma^2$	$25\sigma^2$	STOCK	$4\sigma^2$	$9\sigma^2$	$16\sigma^2$	$25\sigma^2$
ISECI-100	1,19	1,41	1,46	1,65	KCHOL	1,03	1,02	1,16	1,21
AEFES	1,07	0,98	1,72	0,99	KENT	1,05	1,11	1,51	1,51
AKBNK	0,97	0,94	0,84	0,92	KONYA	1,09	1,11	1,14	1,26
AKGRT	1,09	0,93	1,16	1,17	KORDS	1,17	1,13	1,34	1,10
AKSA	1,05	1,07	1,49	1,20	KOTKS	1,09	1,18	1,11	1,28
ALARK	1,17	1,45	1,99	1,54	LUKSK	1,05	1,28	1,32	1,35
ALCAR	1,04	1,23	1,38	1,32	MAALT	0,93	0,96	1,07	1,04
ALCTL	1,13	1,09	1,35	1,34	MERKO	0,99	0,84	0,97	0,89
ALTIN	1,08	1,38	1,23	1,33	MILYT	1,11	1,28	1,34	1,40
ANACM	1,01	1,17	1,42	1,28	MIPAZ	1,21	1,31	1,60	1,43
ARCLK	1,07	1,07	1,14	1,25	MMART	0,90	0,94	1,02	1,06
ASELS	0,99	1,05	1,13	1,02	MRDIN	0,93	0,95	1,33	1,21
AYGAZ	1,01	0,93	0,99	0,79	MRSHL	0,92	0,86	1,18	1,02
BAGFS	1,10	1,12	1,88	1,46	NETAS	1,32	1,21	1,90	1,25
BFREN	1,26	1,04	1,73	1,19	NIGDE	1,09	1,04	1,14	1,01
BRISA	1,05	1,04	1,16	1,18	NTTUR	1,18	1,32	1,64	1,43
BSPRO	1,05	1,10	1,08	1,10	OLMKS	1,04	1,08	1,08	1,12
BTCIM	1,01	0,86	0,94	1,21	PARSN	1,11	1,17	1,26	1,38
BURCE	1,01	1,14	1,33	1,34	PETKM	1,19	1,12	1,42	0,99
DEVA	1,15	1,37	1,17	1,32	PIMAS	1,12	1,25	1,26	1,42
DITAS	1,12	1,06	1,35	1,28	PINSU	1,13	1,21	1,20	1,43
DNZCM	1,13	1,23	1,33	1,49	PNSUT	1,15	1,20	1,32	1,42
DOHOL	1,36	1,37	1,88	1,94	PTOFS	1,08	0,88	1,03	0,81
ECILC	1,17	1,34	1,49	1,20	RANTL	0,95	1,15	1,30	1,52
ECZYT	1,16	1,27	1,49	1,50	SARKY	1,14	1,09	1,36	1,32
EGGUB	0,97	1,09	1,30	1,06	SISE	1,10	1,09	1,52	1,32
EGPRO	1,13	1,16	1,46	1,44	TATKS	1,00	1,01	1,22	1,03
ENKA	1,06	1,04	1,15	0,91	THYAO	1,11	1,00	1,15	0,96
EPLAS	1,11	1,06	2,38	1,21	TIRE	1,03	1,21	1,49	1,49
ERBOS	0,87	0,87	0,88	0,70	TOASO	1,15	1,16	1,39	1,32
EREGL	1,18	1,33	1,27	1,35	TRKCM	1,06	1,20	1,16	1,15
FENIS	0,96	0,93	1,00	0,97	TUBORG	1,02	1,18	0,96	1,09
FRIGO	1,14	1,08	1,10	1,03	TUDDF	1,11	1,09	1,24	1,37
FROTO	1,12	1,13	1,24	1,49	TUKAS	1,28	1,23	1,30	1,10
GARAN	1,02	0,91	1,00	1,21	TUPRS	1,08	0,88	1,03	0,81
GLBYO	1,03	1,17	1,10	1,29	UCAK	1,01	1,16	1,54	1,40
GOODY	1,07	1,13	1,22	1,21	UNYEC	1,09	1,04	1,14	1,01
GUBRF	1,19	1,23	1,20	1,62	VAKFN	0,94	1,15	1,15	1,25
GUSGR	1,02	1,14	1,36	1,43	VESTL	1,09	1,11	1,04	1,12
HURGZ	1,14	1,17	1,27	1,51	VKFYT	1,09	1,09	1,01	1,00
INTEM	1,17	1,26	1,49	1,40	VKING	1,20	1,24	1,23	1,04
ISCTR	1,09	1,18	1,43	1,55	YASAS	1,03	1,26	1,65	1,47
IZOCM	1,00	0,98	1,31	1,09	YKBNK	1,21	1,00	1,15	1,11
KARTN	1,03	1,08	1,44	1,42	YUNSA	0,94	1,06	1,09	1,35

VI. ESTIMATING CHARACTERISTIC EXPONENT ALPHA

The characteristic exponent alpha is the measurement of tail thickness. Estimating α is important to understand the behavior of the empirical observations. When the characteristic exponent (α) of stable Paretian distribution is exactly equal to 2, then the Normal distribution is obtained. When it is exactly equal to 1, then Cauchy distribution is obtained. When it is

between 1 and 2 then the distribution can be classified as stable Paretian distribution.

Table-5: α Estimates for ISECI-100 and Individual Stocks by Range Analysis

STOCK	α_4	α_9	α_{16}	α_{25}	STOCK	α_4	α_9	α_{16}	α_{25}
ISECI-100	1,77	1,73	1,76	1,73	KCHOL	1,96	1,98	1,90	1,89
AEFES	1,90	2,01	1,67	2,01	KENT	1,94	1,91	1,74	1,77
AKBNK	2,04	2,06	2,13	2,06	KONYA	1,88	1,91	1,91	1,87
AKGRT	1,88	2,06	1,90	1,91	KORDS	1,80	1,90	1,81	1,94
AKSA	1,94	1,94	1,75	1,89	KOTKS	1,88	1,86	1,93	1,86
ALARK	1,79	1,71	1,60	1,76	LUKSK	1,93	1,80	1,82	1,83
ALCAR	1,94	1,83	1,79	1,84	MAALT	2,11	2,04	1,95	1,98
ALCTL	1,84	1,92	1,80	1,83	MERKO	2,01	2,18	2,02	2,07
ALTIN	1,90	1,74	1,86	1,84	MILYT	1,86	1,80	1,81	1,81
ANACM	1,99	1,87	1,78	1,86	MIPAZ	1,75	1,78	1,71	1,80
ARCLK	1,91	1,94	1,91	1,87	MMART	2,16	2,05	1,99	1,96
ASELS	2,02	1,96	1,91	1,99	MRDIN	2,11	2,05	1,82	1,89
AYGAZ	1,99	2,07	2,00	2,16	MRSHL	2,13	2,15	1,89	1,99
BAGFS	1,87	1,90	1,63	1,79	NETAS	1,67	1,84	1,62	1,87
BFREN	1,72	1,96	1,67	1,90	NIGDE	1,89	1,97	1,91	1,99
BRISA	1,93	1,96	1,90	1,90	NTTUR	1,79	1,78	1,70	1,80
BSPRO	1,93	1,92	1,95	1,94	OLMKS	1,95	1,93	1,95	1,93
BTCIM	1,99	2,15	2,04	1,89	PARSN	1,86	1,87	1,85	1,82
BURCE	1,98	1,89	1,81	1,83	PETKM	1,77	1,90	1,77	2,00
DEVA	1,82	1,75	1,89	1,84	PIMAS	1,85	1,82	1,85	1,80
DITAS	1,85	1,95	1,80	1,86	PINSU	1,84	1,84	1,87	1,80
DNZCM	1,84	1,83	1,82	1,78	PNSUT	1,81	1,85	1,82	1,80
DOHOL	1,63	1,75	1,63	1,66	PTOFS	1,89	2,12	1,98	2,14
ECILC	1,79	1,77	1,75	1,89	RANTL	2,08	1,88	1,83	1,77
ECZYT	1,81	1,80	1,75	1,77	SARKY	1,83	1,92	1,80	1,84
EGGUB	2,05	1,93	1,83	1,96	SISE	1,88	1,92	1,74	1,84
EGPRO	1,84	1,88	1,76	1,80	TATKS	2,00	1,99	1,86	1,98
ENKA	1,92	1,97	1,90	2,06	THYAO	1,86	2,00	1,90	2,03
EPLAS	1,86	1,95	1,52	1,89	TIRE	1,96	1,84	1,75	1,78
ERBOS	2,22	2,13	2,10	2,25	TOASO	1,82	1,87	1,79	1,84
EREGL	1,79	1,77	1,90	1,83	TRKCM	1,92	1,85	1,90	1,92
FENIS	2,07	2,07	2,00	2,02	TUBORG	1,98	1,86	2,03	1,95
FRIGO	1,82	1,93	1,94	1,98	TUDDF	1,86	1,92	1,86	1,82
FROTO	1,85	1,90	1,86	1,78	TUKAS	1,69	1,83	1,83	1,95
GARAN	1,97	2,09	2,00	1,89	TUPRS	1,89	2,12	1,98	2,14
GLBYO	1,95	1,87	1,93	1,86	UCAK	1,98	1,88	1,73	1,81
GOODY	1,91	1,89	1,87	1,89	UNYEC	1,89	1,97	1,91	1,99
GUBRF	1,78	1,83	1,88	1,74	VAKFN	2,09	1,88	1,90	1,87
GUSGR	1,97	1,89	1,80	1,80	VESTL	1,88	1,91	1,97	1,93
HURGZ	1,82	1,87	1,84	1,77	VKFTY	1,88	1,93	1,99	2,00
INTEM	1,80	1,81	1,75	1,81	VKING	1,77	1,82	1,86	1,98
ISCTR	1,88	1,86	1,77	1,76	YASAS	1,95	1,81	1,69	1,79
IZOCM	2,00	2,02	1,82	1,95	YKBNK	1,76	2,00	1,91	1,94
KARTN	1,95	1,94	1,77	1,80	YUNSA	2,09	1,95	1,94	1,83

Range Analysis is the one of the methods⁸ to estimate this characteristic exponent. Taking from Fama (1965), characteristic exponent (α) can be estimated by the following equation,

$$R_n = n^{1/\alpha} R_1, \quad (5)$$

$$\alpha = \frac{\log n}{\log R_n - \log R_1} \quad (6)$$

where R_n is the interquartile range of the distribution of sums of n independent observations, and R_1 is the interquartile of the distribution of individual observations.

By taking different summing intervals (i.e. different values of n), and different interfractile ranges, the equation can be used to estimate alpha from the same set of data. Table 5. is the estimates of alpha under different summing intervals with interquartile. The results of the Table 5 are also consistent with the findings of the previous sections. Almost 95% of the samples has characteristic exponent (α) less than 2 implying heavy tails.

CONCLUSION

While investigating the Turkish stock price changes, this study puts emphasis on the form or shape of the distribution. In section IV, histograms with normal curves of empirical evidence were drawn, and frequency distributions were computed for each sample stock and the ISECI-100. The results of this section exhibited that empirical distributions had peakedness around means when compared to Normal or Gaussian distribution. Another important result of section IV was that extreme tails of the empirical distributions contained more relative frequencies than would be expected in a Normal (Gaussian) distribution. Also, for each stock and the ISECI-100 normal probability graphs were drawn to test the departures from normality. Each graph had the shape of an S rather than a straight line implying departures from normality.

Section V included the analysis of stability of the variance of observations for each sample stock and ISECI-100. The actual variances of different observation intervals (4-day, 9-day, 16-day, 25-day observation of price changes) were calculated in order to compare to expected variances of the same observation intervals. The expected variances were computed by using the property of Normal (Gaussian) distribution such that variances of T-day price changes can easily be calculated by just multiplying the variance of daily price changes by time interval T ($T\sigma^2$). Then the actual variance/expected variance ratio was computed. It was expected that the values of the ratio were equal to 1 or almost 1 if the distributions of price changes were strictly Normal (Gaussian)

and the value of the ratio should have converged to some number if the variance of the distribution of price changes were stable. In the analyses, almost for all cases the values of the ratio were significantly different than one and did not converge to a number implying unstable variances.

In section VI characteristic exponent α was estimated by using range analysis. We know that when characteristic exponent α is exactly equal to 2 the Normal distribution is obtained, and when it is exactly 1 the Cauchy distribution is obtained. When it is between 1 and 2 the distribution can be classified as stable Paretian. The results of this section presented that estimates of α is less than 2 in most cases.

The findings of the study are not consistent with the general assumption that stock price changes have Normal or Gaussian distribution. Empirical evidence from an emerging market (Istanbul Stock Exchange) confirms peakedness around means in the unconditional distributions with heavy tails. The results are parallel with the findings of the well-known article of Fama (1965). I have also concluded that empirical evidence from Istanbul Stock Exchange fits the Mandelbrot's (1963) stable Paretian distribution with characteristic exponent less than 2.

The economical implications of the findings of this study can be summarized as follows:

In a market that price changes are characterized by Normal or Gaussian distribution, chances of occurrence of very large price changes across a very long period are so small or negligible when compared to the total change. However, in a market that price changes are characterized by stable Paretian distribution with characteristic exponent less than 2, it is most likely that large changes occur in very short periods. This implies that a stable Paretian market is more risky than a Normal (Gaussian) market.

In a stable Paretian market, due to the very large and rapid changes in short periods, investors may not protect themselves from exposing large losses.

In the study it is also concluded that empirical data confirm unstable variance under addition. In other words, the sample variances of empirical data show erratic behavior. This implies that the variances are infinite meaning that sample variances do not converge to a constant variance. In terms of investment decisions, infinite variance has significant implications. For instance, the classical Markowitz analysis of efficient portfolios model considers finite variance in determining efficient portfolios. However, a distribution with

infinite variance invalidates this model. Thus, the usual statistical tools may be badly misleading from the point of financial decision making.

In sum, behavior of stock prices can be characterized as nonlinear dynamic systems. Thus, in investment decisions, this feature of stock price changes should be taken into account by investors. Further studies should focus on fractal, and chaotic models in order to have a better understanding of the stock prices.

NOTES

¹The theory of random walks in stock prices is based on two hypotheses, i) successive price changes in an individual security are independent, and ii) the price changes conform to some probability distribution. Hence, If stock prices follow a random walk, then stock returns should be i.i.d. and, if enough i.i.d. returns are collected, the central limit theorem implies that the limiting distribution of these returns should be Normal.

²This is due to the fact that variance exhibits a very erratic behavior and it does not converge any given value as the sample size increases.

³When the characteristic exponent of a stable Paretian distribution is exactly equal to 2, then the Normal distribution is obtained. When it is exactly equal to 1, then cauchy distribution is obtained.

⁴ This parameter is an index of skewness which determines the relative size of the two tails and can only take values in the interval $[-1,1]$. When it is equal to zero then distribution is symmetric. When it is greater (less) than zero, distribution is skewed to right (left).

⁵Adjusted daily closing prices of each stock. I would like to thank Egemen Menkul Kıymetler A.Ş. for their support in providing the data.

⁶ ISECI-100 is a wieghted index using closing prices of stocks.

⁷ Unit normal distributions within given standard deviations of mean changes are the expected distributions if the empirical distributions of observations are Normal (Gaussian).

⁸ There are several other methods to estimate alpha, such as estimating from serial variance, or by plotting double log graphs of the empirical observations. (see Fama, E., 1965)

REFERENCES

- Aparicio, F. and J. Estrada (1997) **Empirical Distributions of Stock Returns: Scandavian Securities Markets**, 1990-1995, Madrid: Carlos III University.
- Bachelier, L. (1964) "The Theory of Speculation" in P. Cootner (ed.), **Random Character of Stock Market Prices**, Cambridge, MA: M.I.T Press, 17-78.
- Balaban, E. (1995) Information Efficiency of The Istanbul Securities Exchange and Some Rationale for Public Regulation, The Central Bank of The Republic of Turkey, **Discussion Paper**, No. 9502.

- Bekçioğlu, S. and E. Ada (1985) “Menkul Kıymetler Piyasası Etkin mi?”, 1-17, **Muhasebe Enstitüsü Dergisi**.
- Black, F. and M. Scholes (1973) “The Pricing of Options and Corporate Liabilities”, **Journal of Political Economy**, 81, 637-659.
- Broca, D.S., 2002 “The Distribution of Indian Stock Returns: A Tale of Two Tails”, **Decision**, 29, 129-140.
- Dillen, H. and B. Stoltz (1999) The Distribution of Stock Market Returns and the Market Model, **Finnish Economic Papers**, 12, 41-56.
- Fama, E.F. (1965) “The Behavior of Stock Market Prices”, **Journal of Business**, 38, 34-105.
- Granger, W.J. and O. Morgenstern (1970) **Predictability of Stock Market Prices**, Massachusetts D.C. Heath and Company.
- Istanbul Stock Exchange Review 23, 2002.
- Kadılar, C. (2005) **SPSS Uygulamalı Zaman Serilerine Giriş**, Ankara: Bizim Büro, 97-100.
- Kendall, M.G. (1964) “The Analysis of Economic Series” in P. Cootner (ed.), **Random Character of Stock Market Prices**, Cambridge, MA: M.I.T Press, 79-99.
- Kıyılar, M. (1997) **Etkin Pazar Kuramı ve Etkin Pazar Kuramının İMKB’de İrdelenmesi**, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Mandelbrot, B. (1964) “The Variation of Certain Speculative Prices”, in P. Cootner (ed.), **Random Character of Stock Market Prices**, Cambridge, M.A.: M.I.T Press, 307-332.
- Markowitz, H. M. (1952) “Portfolio Selection”, **Journal of Finance**, 7, 77-91.
- Officer, R.R. (1972), “The Distribution of Stock Returns”, **Journal of American Statistical Association**, 67, 807-812.
- Osborne, M.F.M. (1964) “Brownian Motion in the Stock Market” in P. Cootner (ed.), **Random Character of Stock Market Prices**, Cambridge, MA: M.I.T Press, 100-128.
- Peters, E.E. (1991) **Chaos and Order in the Capital Markets: A New View of Cycles, Prices, and Market Volatility**, New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Praetz, P.D. (1972) “The Distribution of Share Price Changes”, **The Journal of Business**, 45, 49-55.
- Sharpe, W.F. (1964) “Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk”, **Journal of Finance**, 19, 425-442.

LİDERLİK TARZININ ÇALIŞANIN İŞ TATMİNİ İLE İLİŞKİSİ VE LİDERE OLAN GÜVENİN BU İLİŞKİDEKİ ROLÜ

Deniz BÖRÜ*
Begüm GÜNEŞER†

Öz

Son dönemde liderlik üzerine yürütülen çalışmalar, özellikle dönüşümsel (transformational) ve etkileşimsel (transactional) liderlik tarzlarını esas almakta ve bu iki liderlik tarzının farklı örgütsel sonuçlar (iş tatmini, güven, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi) üzerindeki etkisi ile ilgilenmektedir. Bu çalışmada da, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzlarının çalışanların iş tatmini ile nasıl bir ilişki içinde olduğu ve bu ilişki içerisinde çalışanların liderlerine olan güvenlerinin rolü incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmaya 152 çalışan katılmıştır. Sonuçlar, dönüşümsel liderliğin çalışanların lidere olan güvenlerini ve iş tatminlerini etkilediğini göstermiştir. Ayrıca, dönüşümsel liderlikle çalışanların iş tatmini arasındaki ilişkide, lidere olan güveninin bir ara değişken rolü oynadığı ortaya konmuştur.

Anahtar Sözcükler: Dönüşümsel liderlik, etkileşimsel liderlik, lidere güven, iş tatmini.

Abstract

The Relationship between Leadership Behaviors and Subordinates' Job Satisfaction: The role of Trust in the Leader

In current researches, the distinction between transformational and transactional leadership has been made and their relations with various organizational outcomes have been examined. In this study, the relationship between transformational and transactional leadership and subordinates' job satisfaction and the role of trust in the leader were analyzed. Data were collected from 152 employees. The results indicate that transformational

* Yrd.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Bölümü, Bahçelievler-İSTANBUL, denizboru@marmara.edu.tr.

† Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, Bahçelievler-İSTANBUL, begum.gun@hotmail.com.

leadership effected subordinates' job satisfaction. Trust in the leader was found to be one of the most important variables in transformational leadership. Also, trust in the leader was found to be an intervening variable between transformational leadership and subordinates' job satisfaction.

Keywords: Transformational leadership, transactional leadership, trust, job satisfaction.

GİRİŞ

Liderlik, sosyal bilimler alanında yıllardır üzerinde en çok çalışılan konulardan birini oluşturmaktadır. Çokça inceleme konusu yapılan liderlikle ilgili birbirinden farklı birçok teori geliştirilmiştir. Geliştirilen teorilerin büyük çoğunluğu lideri gerek durumsal, gerek davranışsal ve gerekse sahip olması gereken özellikler açısından ele alarak açıklamaya çalışmıştır. Günümüzde de devam etmekte olan liderlik çalışmaları, değişen ihtiyaçlar, gelişen insan ilişkileri ve değişen yönetim anlayışı ile farklılıklar göstermeye başlamıştır. Bu noktada, daha güncel yaklaşımlarda, farklı bakış açılarının liderlik davranışlarına entegre edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Dönüşümsel (transformational) ve etkileşimsel (transactional) liderlik kavramları da değişen ve çeşitlenen ihtiyaçlar karşısında, literatüre dahil olan liderlik tarzları olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllardaki liderlik konusundaki çalışmaların özellikle bu iki boyut üzerinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Örgütlerin ihtiyaçlarına, yapısal ve kültürel özelliklerine, çalışanlarının niteliklerine, işin yapısına göre, çalışanlar üzerinde etkin olan liderlik tarzının dönüşümsel liderlik mi yoksa etkileşimsel liderlik mi olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmalarda ayrıca uygulanan liderlik tarzına ilişkin sonuçların karşılaştırmalı, durum analizine bağlı, sebep sonuç ilişkisi içerisinde etkili diğer değişkenleri tanımlayıcı olarak da verildiği görülmektedir.

I. DÖNÜŞÜMSEL VE ETKİLEŞİMSSEL LİDERLİK

Liderlik, birçok araştırmacı için ilgi çekici bir konu olmuştur. İyi ve etkin liderin nasıl olması gerektiği ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda çok sayıda liderlik teorisi ortaya atılmıştır. Özellikle son 20-25 yıl içerisinde liderlik araştırmalarının odağı, geleneksel modellerden daha özgün yaklaşımlara doğru kaymıştır (Pillai, Schriesheim, Chester&Williams, 1999: 897). Bu özgün yaklaşımlardan bir tanesi de dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik modelleridir.

Burns, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzlarını tanımlayan ve iki liderlik arasındaki ayrımları yapan ilk kişi olmuştur. Daha sonra Bass bu iki

liderlik kavramını, çeşitli endüstri organizasyonlarında yaptığı sayısız araştırmalarla yeniden tanımlamıştır (Medley & Larochelle, 1995: 64).

Liderlik, genellikle liderin astlarına para ya da prestij gibi ödüller sunduğu ve karşılığında da astlar tarafından yapılan işleri aldığı bir değişim süreci olarak görülmüştür. Burns bu tip liderlik davranışlarını etkileşimsel lider olarak adlandırmıştır. Burns'a göre, etkileşimsel liderler astlarını onların kişisel çıkarlarına uyan ödüllerle güdülemektedir (Hinkin & Tracey, 1999: 106).

Bass da etkileşimsel liderliği benzer bir şekilde tanımlamaktadır. Bass'a göre etkileşimsel liderler, astlarının sorumluluklarını, liderin beklentilerini, yerine getirilmesi gereken görevleri ve liderlerine itaat etmelerinden dolayı kişisel çıkarlarına uyan yararları astları için açıklamaktadır. Bundan dolayı da, etkileşimsel liderlik, liderin astlarına ödül sunduğu ve karşılığında da astlarının performanslarını ve çabalarını aldığı bir değiş-tokuş sürecine dayanmaktadır (Pillai, Schriesheim, Chester & Williams, 1999: 898). Etkileşimsel lider, işini iyi yapan çalışanlarına terfi, ücret artışı ve daha fazla tanınma gibi sözler vererek ve yerine getirerek ya da işini iyi yapmayanları cezalandırarak çalışanların kendilerinden beklenenleri yapmalarını sağlamaktadır (Bass, 1990: 19).

Bass, etkileşimsel liderliğin iki boyutu olduğunu öne sürmektedir. Bu boyutlar; durumsal ödül (contingent reward) ve istisnalarla yönetim (management by exception) dir (Deluga, 1990: 192). Durumsal ödül boyutunda, etkileşimsel liderin ve astlarının, ödül almak ya da ceza görmemek için astların ne yapmaları gerektiği konusunda fikir birliğine varmaları söz konusudur. Verilecek ödüller, astların rollerini ve görevlerini başarıyla yerine getirmelerine bağlıdır. Etkileşimsel lider, astlarının kişisel değerlerini değiştirmek ya da kendisine güvenmelerini, bağlı olmalarını sağlamak için bir çaba harcamamaktadır. Onun yerine etkileşimsel lider, astlarının ihtiyaçlarını göz önüne almakta ve astları, önceden belirlenen performans seviyesine ulaştığında o ihtiyaçları tatmin etmeye çalışmaktadır (Jung & Avolio, 2000: 950). İstisna ile yönetimde ise, lider astlarının hatalarına odaklanarak, kararları erteleyerek ya da sorunlar ciddiyet kazanıncaya kadar karışmaktan kaçınarak iş görmektedir. Lider, eğer eski yöntemler işe yarıyorsa direktif vermekten kaçınmakta ve eğer performans standartlarına ulaşıyorsa astlarının işi yapmaya devam etmelerine izin vermektedir (Yurtkoru, 2001: 39). Aktif ve pasif olmak üzere iki türlü istisna ile yönetim söz konusudur. Aktif biçiminde, lider astlarının başarılı olması için standartları belirlemekte, bu standartlardan olan sapmaları, hataları izlemekte ve oluştuğunda da mümkün olan en kısa süre içerisinde bu hataları düzeltici faaliyetlerde bulunmaktadır. Pasif biçiminde ise, lider ya harekete geçmeden önce sorunların büyümesini beklemekte ya da hiç harekete geçmemektedir (Bass, Jung, Avolio & Berson, 2003: 208). Bu çalışmada,

etkileşimsel liderlik durumsal ödül, istisna ile yönetim-aktif ve istisna ile yönetim-pasif olmak üzere üç boyut çerçevesinde ölçülecektir.

Burns, lider ile astı arasındaki kişisel çıkara dayalı olan ilişkinin kalıcı olmadığını öne sürmektedir. Bu ilişkinin geçici olmasının nedeni ise, lider ile astın ortak amaçlarda birleşmemesidir. Bu noktada Burns liderin, astlarının temel gereksinimlerini tatmin etmenin ötesine gittiği, onları yetkilendirerek güdülediği yeni bir liderlik paradigması ortaya atmıştır. Bu yeni liderlik paradigması da Burns tarafından “dönüşümsel liderlik” olarak adlandırılmıştır (Aminuddin 1998: 170).

Burns dönüşümsel liderliği, astlarını yüksek idealleri ve hedefleri çekici hale getirerek güdüleme süreci olarak tanımlamaktadır. Etkileşimsel lider astlarını kendilerinden bekleneni yerine getirmeleri için harekete geçirirken, dönüşümsel lider, astlarını şevklendirerek kendilerinden beklenenin fazlasını yapmalarını sağlamaktadır (Trafino, 2000: 233). Dönüşümsel lider, astlarının ilgilerini genişletmekte, grubun misyonu ve amaçlarıyla ilgili olarak astları arasında farkındalık yaratmakta, ve astlarını güdüleyerek üyesi buldukları grubun yararı için kişisel çıkarlarının ötesine gitmelerini sağlamaktadır (Bass, 1990: 20). Dönüşümsel lider, astları tarafından paylaşılabilir gerçekçi bir vizyon ortaya koymakta ve bu vizyona bağlı olmalarını sağlamaktadır. Astlarının beceri ve yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olmakta, onları bu doğrultuda yönlendirmekte ve astları arasındaki farklılıkları göz önünde bulundurarak onlara ihtiyaçları, yetenekleri ve beklentileri birbirinden farklı bireyler olarak yaklaşmaktadır (Hartog & Van Muijen, 1997: 20).

Podsakoff, MacKenzie ve Bommer (1996: 260-261) yaptıkları çalışmada dönüşümsel liderliğin altı boyutu olduğunu öne sürmüşlerdir. Bu boyutlar; bir vizyon sunma, insanları düşünmeye sevk etme, bireye yönelik destek, uygun bir model olma, grup hedeflerinin kabul edilmesini teşvik etme ve yüksek performans beklentisidir. Öte yandan, Bass ve Avolio (1999: 442) Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği’ni kullanarak dönüşümsel liderliğin dört boyutunu tespit etmişlerdir. Bu boyutlar; karizma/idealleştirilmiş etki, ilham vererek insanları güdüleme, insanları düşünmeye sevk etme ve bireye yönelik ilgidir. Bu çalışmada, dönüşümsel liderlik Bass, Avolio ve Jung’un dönüşümsel liderlik boyutları çerçevesinde ölçüleceğinden, aşağıda bu dört boyut üzerinde durulacaktır.

Çalışanlarının gözünde karizma elde etmek dönüşümsel lider açısından başarıya ulaşmak için temel bir noktadır, çünkü karizmatik liderler çalışanları üzerinde önemli ölçüde güce ve etkiye sahiptir. Bundan dolayı, Karizma/İdealleştirilmiş etki boyutunda, astlar dönüşümsel lidere hayranlık ve saygı duyar, güvenir. Astlar kendilerini liderleriyle özdeşleştirerek onu bir

model olarak görür ve taklit etmeye çalışır (Bass, 1990: 20). Liderin bu itibarı görmesinin nedeni astlarının ihtiyaçlarını kendi ihtiyaçlarının üstünde görmesidir. Lider astlarıyla riskleri paylaşır, kararlarının ahlaki ve vicdani sonuçlarını dikkate alır. Bir yandan lider, yaptığı bu gibi davranışlar sonucunda karizmasını kendisi oluştururken, bir yandan da bu karizma belli bir oranda lidere astları tarafından atfedilmektedir. Bu nedenle, Bass ve Avolio lidere atfedilen karizma ile liderin davranışlarıyla oluşturduğu karizmayı birbirinden ayırt etmiştir.

İlham vererek insanları güdüleme boyutunda lider, astlarının yaptığı işe bir anlam katarak onları güdüler. Astlarına yüksek hedefler koyar, önemli amaçları basit bir biçimde açıklar ve astları için bir model oluşturacak şekilde davranır. Astlarını kendilerini geliştirecek, zorlayacak hedefleri ve vizyonu kabul etmeleri ve peşinde koşmaları için esinlendirir (Bass, Avolio, Jung & Berson, 2003: 208). Oluşturduğu vizyon ulaşılması güç de olsa, astlarının o vizyonu gerçekleştirmeye ya da en azından yaklaştırmaya çalışmaları için onlara gereken cesareti verir, gerekirse fedakarlıkta bulunur (Ackoff, 1999: 23).

İnsanları düşünmeye sevk etme boyutunda, lider varsayımları sorgulamalarını ve olaylara farklı açılardan bakmalarını, zorlukları çözülebilecek problemler olarak görmelerini sağlayarak astlarını yaratıcı ve yenilikçi olmaları için harekete geçirir. Astlarından yeni fikirler ve yaratıcı çözümler bekler (Bass, 1990: 20).

Bireye yönelik ilgi boyutunda ise, lider her bireye gelişimleri ve başarıları için ayrı ayrı ilgi gösterir. Astlarının potansiyellerinin en üst seviyelerine çıkmaları için koçluk yapar. Astları için yeni öğrenme fırsatları yaratır (Wofford, Whittington & Goodwin, 2001: 197).

Yapılan birçok araştırmada bu liderlik davranışlarının birtakım önemli örgütsel sonuçlarla ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlardan bir tanesi de astların iş tatminidir (Fuller, Morrison, Jones, Bridger & Brown, 1999: 389).

II. İŞ TATMİNİ

İş tatmini, örgütsel davranış alanında sıkça ele alınan önemli konulardan birisini oluşturmaktadır. Pek çok araştırmacı iş tatmini kavramının, örgüt ve birey açısından etkilerini incelemiştir. Zira, teorisyenler ve yöneticiler verimliliğin artması, başarının yakalanması, çalışanın yaptığı işten mutluluk duyması gibi nedenden dolayı iş tatmininin önemli bir konu olduğunu fark etmiştir. Bundan dolayı da, çalışanın işinden tatmin olması hemen hemen tüm araştırmalarda odak noktası haline gelmiştir.

İş tatmini tanımlarına bakıldığında pek çoğunun aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. İş tatmini, çalışanın işiyle ilgili olumlu ve olumsuz duyguları olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamadan da anlaşılacağı gibi iş tatmini, kişinin yaptığı göreve karşı duygusal reaksiyonudur (Robbins, 1998: 142). Cüceloğlu (1992: 82) ise iş tatminini, çalışanların işlerinden aldıkları memnuniyet ya da yaptıkları işten elde ettikleri olumlu duygular olarak tanımlamaktadır. Cüceloğlu'na göre iş tatmini, işin özellikleriyle çalışanların istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşir.

Çalışanın iş tatmininde rol oynayan faktörler örgütsel ve bireysel olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Örgütsel faktörler işin kendisi, ücret, terfi olanakları, çalışma koşulları, organizasyondaki çalışma arkadaşları ve yönetim olarak ele alınmaktadır. Bireysel faktörler arasında ise, kişinin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, medeni durumu, iş hayatındaki çalışma süresi gibi unsurlar yer almaktadır (Chambers, 1999: 70).

İşin yapılmasıyla ilgili gerekli olan bilgi ve beceri ile işin yapısının çalışana uygun olması işin kendisi faktörünü oluşturmaktadır. İşin, çalışanın bilgi ve becerilerine uygun olması çalışanın, işinden yüksek düzeyde tatmin elde etmesine neden olmaktadır. Çalışan, bilgi ve becerilerini aşan bir işte başarı gösteremez ve iş tatmini yaşayamaz. Çalışanın yaptığı iş karşılığında aldığı ücret, iş tatmini yaratan önemli faktörlerden biridir. Para insanın çeşitli ihtiyaçlarını gidermesini sağlayan dolayısı ile de işinden tatmin olmasına neden olan bir araçtır (Erol, 1998: 46).

Örgüt içerisindeki terfi olanakları da iş tatminini önemli ölçüde etkilemektedir. İşinde deneyim kazanan çalışan belirli bir süre sonra görevinin getirdiği yetki ve sorumlulukları yetersiz bulacak kendisine daha fazla sorumluluk ve yetki sunan bir pozisyona geçme isteği duyacaktır. Çalışanın bulunduğu kademedeki daha fazla sorumluluk ve yetki taşıyan başka bir kademeye geçmesi beraberinde ücret artışını, takdir görmeyi, daha fazla saygınlığı beraberinde getirecek, bu da çalışanın işinde yeterli olduğunu görerek kendisini başarılı hissetmesine neden olacaktır (Erol, 1998: 47).

İş tatmini sağlayan bir başka unsur da çalışma koşullarıdır. Çalışma koşulları, çalışma ortamındaki havalandırma, ışık, nem, ses, temizlik, çalışma saatleri, çalışma araç ve gereçlerinin yeterli olması gibi noktaları içermektedir (Robbins, 1998: 152). Çalışma ortamının huzurlu olması, başka bir ifadeyle çalışma arkadaşlarıyla iyi ilişkiler kurulması iş performansını ve iş tatminini etkileyen bir diğer önemli unsurdur. Grup üyelerinin aynı değer ve tutumlara sahip olması ise daha büyük bir iş tatmini kaynağıdır. İş tatminini oluşturan yönetim unsuru ise, çalışanlara yönetim tarafından verilen destek, çalışanları

karar süreçlerinde söz sahibi yapma, yeterli bilgi sağlama gibi iş tatmininin oluşmasını sağlayan önemli unsurları kapsamaktadır (Erol, 1998: 47).

Bazı kişilerin diğerlerine oranla daha fazla iş tatmini elde ediyor olması bireysel özelliklerin de iş tatmininde önemli rol oynadığını ortaya çıkarmıştır. Cinsiyetin kişilerin iş tatmininde rolü olmasına rağmen hangi cinsin iş tatmininin daha fazla olduğu konusunda farklı araştırma sonuçları bulunmaktadır. Yaşla ilgili yapılan araştırmalarda, işlerinden daha çok beklentileri olan genç çalışanların iş tatminsizliği yaşamaları olasılığı daha yüksek olurken, yaş ilerledikçe işten duyulan tatminin arttığı görülmektedir. Yaşın ilerlemesiyle terfi olanaklarının artması, alınan ödüllerin çeşitlenmesi de iş tatmini yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. Ayrıca kişilerin çalıştıkları işyerlerinde kıdemleri arttıkça daha iyi pozisyonlara geldiklerinden iş tatminleri de yüksek olmaktadır (Erol, 1998: 48).

İş hayatındaki toplam çalışma süresi fazla olan bireylerin iş tatminlerinin de yüksek olduğu çalışmalar sonucunda ortaya konulan bir başka bulgudur. Öyle ki, iş deneyimleri fazla olan çalışanlar işlerine daha fazla önem atfetmekte, deneyimleri sonucunda elde ettikleri bilgilerini işlerine uygulayabilmekte dolayısı ile işlerinden elde ettikleri tatmin de fazla olmaktadır. İş tatmini ve eğitim seviyesi arasındaki ilişki belirsizlik taşımaktadır. Bazı durumlarda eğitimi yüksek çalışanların, özellikle ücret beklentilerinin de yüksek olması nedeniyle iş tatminsizliğine düştükleri görülmektedir. Bazı durumlarda da eğitimi yüksek çalışanların örgütsel ödüllere daha çok ulaşmaları ve daha yüksek ücret almaları söz konusu olduğundan yüksek bir iş tatmini yaşamaktadırlar (Bilgiç, 1998: 554-555).

Örgütsel davranış alanında yapılan çalışmalar, gerek liderlik gerekse iş tatmini kavramlarında güvenin de rolünün ve öneminin olduğuna dikkat çekmektedir. Güvenin, liderin etkinliğini arttırdığı ve lider ile çalışanlar arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkileyerek sağlam temeller üzerine kurulmasını sağladığı vurgulanmaktadır. Çalışanların da liderlerine duydukları güvenden dolayı kendilerinden beklenilenin fazlasını yaptıkları ve işlerinden tatmin sağladıkları belirtilmektedir. Bundan dolayı, lidere olan güven konusunun irdelenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

III. LİDERE GÜVEN

Güven psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, ekonomi, antropoloji, tarih ve sosyo-biyoloji gibi birçok sosyal bilim literatüründe dikkat çekmiş bir kavramdır. Güvenin farklı bilim dalları tarafından ele alınmasının nedeni, güvenin sosyal ilişkiler içerisinde oldukça önemli bir unsur olmasıdır. Güven,

sağlam ilişkiler için gerekli, işbirliğinin korunması için önemli, her türlü değişim için temel ve en rutin günlük ilişkiler içinse zorunlu olarak görülmektedir. Güven kişiler arasında ortaya çıkabilecek problemlerin çözümünü kolaylaştırmak için önemli bir anahtardır, çünkü kişilerin birbirlerine bilgiyi doğru bir şekilde aktarmasını sağlamakta ve insanların kararlarında ve davranışlarında, politik olmadan, daha güvenli ve doğrudan hareket etmelerini mümkün kılmaktadır (Misztal, 1996: 13).

Güven ile ilgili tanımlara bakıldığında, genellikle Mayer, Davis & Schoorman'ın (1995: 712) yaptıklarına paralel tanımlamalara rastlanmaktadır. Buna göre güven bireyin, karşı taraf davranışında bulunurken bireyi de düşünerek davranacağı beklentisine dayanarak o kişinin davranışları sonucunda incinebilmeyi göze almasıdır. Başka bir ifadeyle, karşı taraftaki kişinin yapacağı davranışlar belirsiz olsa da, birey o kişinin yapacağı eylemlerin kendisine zarar vereceğini düşünmüyorsa o kişiye güveniyor demektir. Rotter (1967: 651) ise kişiler arası güveni bir kişinin ya da grubun başka bir kişi ya da grubun kelimelerine, sözlerine, yazılı ve davranışsal ifadelerine itimat edilebileceği beklentisi olarak tanımlamaktadır.

Lidere olan güven, liderin etkinliği için çok önemli bir unsur olarak görülmektedir. Liderin davranışları herhangi bir çalışma biriminde kişiler arası güven seviyesini belirleyen temel faktörlerden biridir. Literatürde, astların liderlerine olan güvenlerini sağlayan liderlik davranışlarının neler olduğu konusunda az sayıda görgül araştırma yer almaktadır. Zand yaptığı çalışma sonucunda, astların güvenini oluşturan bu liderlik davranışlarını uygun bilginin paylaşımı, karşılıklı etkiye izin verme ve diğer insanların zayıflıklarını suiistimal etmeme olarak belirlemiştir (Deluga, 1994: 317).

Butler ise kişiler arası güveni harekete geçiren dokuz liderlik davranışı belirlemiştir. Bunlar; müsait olma (ihtiyaç duyulduğunda fiziksel olarak varılması), yetkinlik (herhangi bir görevle ilgili bilgiye, beceriye ve yeteneğe sahip olması), tutarlılık (yaptıkları ve verdiği kararların inanılır olması), ağız sıklık (sır saklaması), adil olma (doğru ve tarafsız davranması), dürüstlük (doğruluk ve ahlaklı bir karaktere sahip olması), bağlılık (sadık olması, kötülük yapmaması ve astlarının ilgilerini desteklemesi), verdiği sözleri yerine getirme, yeni düşüncelere karşı açıklık (öneriler sunma ve almada açık olması). Butler, bu dokuz davranışa ek olarak lidere olan genel güveni de dikkate almıştır (Deluga, 1995: 3).

Börü (2001), Türk toplumu ve sahip olduğu değerler içerisinde güvenilir kişilerin ne tür özelliklere sahip olduklarını tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmanın sonucunda, ilgili değerleri dokuz boyutta toplamıştır. Bu boyutlar,

özgüven, diğerkamlık (yardım severlik), uyumluluk, dürüstlük, sevecenlik, açıklık, tutarlılık, bilgili olmak ve dedikodu yapmamaktır.

IV. LİDERLİK VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ VE LİDERE OLAN GÜVENİN ROLÜ

Literatürde, yukarıda ele alınan liderlik tarzları, iş tatmini ve lidere olan güven kavramları arasında ilişki olduğu konusunda oldukça önemli bulgular yer almaktadır. Batıda yapılan çok sayıda araştırmanın sonucunda, çalışanların iş tatminlerinin liderin tarzından etkilendiği ortaya çıkmıştır. Özellikle, dönüşümsel liderlik tarzı ile daha yüksek çalışan performansı ve daha fazla iş tatmini arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Aminuddin, 1998: 170). Loke (2001: 191) da Singapur'da hemşireler üzerinde yaptığı çalışmanın sonucunda, liderlik tarzlarıyla iş tatmini arasında pozitif bir ilişki bulmuştur.

Lidere olan güven ise, dönüşümsel liderlik tarzıyla dolaylı etkisi olan en önemli değişkenlerden biri olarak görülmektedir. Bennis ve Nanus, dönüşümsel liderlik ile güven arasında doğrudan bir ilişkinin olduğunu öne sürmektedir. Etkin dönüşümsel liderler astlarının güvenini kazanmak durumundadır, çünkü bu tip liderlik belirsizlik, kaygı, korku ve hayal kırıklığı yaratabilecek koşulları daha iyiye dönüştürmeyi içermektedir (Pillai, Sriesheim, Chester & Williams, 1999: 903). Yukl da astların liderin vizyonuna olan bağlılığının, liderin astlarının güvenini kazanmasına bağlı olduğunu öne sürmektedir. Astların liderlerine duydukları güven, hem dönüşümsel liderin hem de astlarının çabalarına devam etmesini ve zorlukların üstesinden gelmelerini sağlamaktadır. Dönüşümsel liderler astlarına model olarak, onlara saygı göstererek, onları yetkilendirerek ve cesaretlendirerek astlarının saygılarını, hayranlıklarını ve güvenlerini kazanırlar (Jung & Avolio, 2000: 951). Shamir ve arkadaşları (1993: 584), astların dönüşümsel liderin başarılarını ve değerlerini örnek aldığını, eğer bu örnek alma süreci başarıyla sonuçlanırsa astların liderlerine çok yüksek seviyede güven duyacağını öne sürmektedir. Öte yandan, etkileşimsel liderler astlarıyla yaşadıkları değiş-tokuş nedeniyle astlarından koşullu bir güven elde ederler. Etkileşimsel lider, astlarının performanslarının farkına vardığı ve onlara uygun ödüller sunduğu sürece, en azından tutarlı olduğundan, astlarından koşullu güven görür.

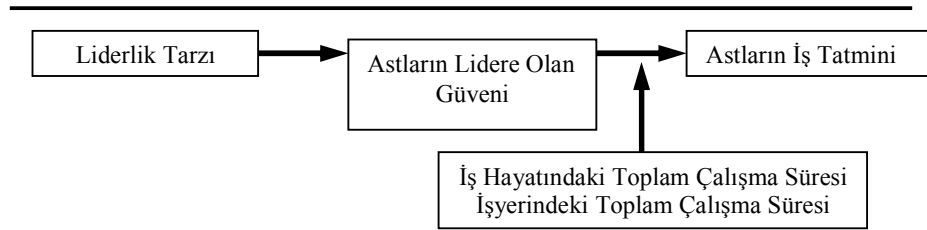
Dönüşümsel liderlik güvenin, güven de iş tatmininin önemli bir önceli olarak kabul edilmektedir. Liderle astlar arasında güven söz konusu olduğunda, astlar kendilerinden beklenenlerin daha fazlasını, daha büyük bir şevkle yapmak isteyeceklerdir. Astlar, psikolojik anlaşmalarının, yani ast ile lider arasında çalışma sürecini oluşturan karşılıklı yükümlülüklerin ve beklentilerin, kötüye kullanılmayacağına inanacaktır. Bu inanç, astların yaptıkları işe karşı olumlu

duygular hissetmelerine, yani işlerinden tatmin olmalarına neden olacaktır. Dolayısı ile, lider ile ast arasındaki güvene dayalı ilişkinin astın iş tatminini etkileyeceğini söylemek mümkündür. Nitekim, Lagace tarafından (1991: 49) yöneticiler ve satış elemanları üzerinde yapılan bir araştırma, güvenin satış elemanlarının iş tatminini oldukça etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışmada da, liderlik tarzı ile astların iş tatmini arasındaki ilişkide astların liderlerine olan güvenlerinin rol oynayacağı varsayımından hareket edilmektedir. Çalışmada liderlik tarzı olarak dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzları esas alınmaktadır. Eğer ast ile lider arasında güven olmazsa, hangi liderlik tarzı uygulanırsa uygulansın iş tatmininin olamayacağı düşünülmektedir. Astların liderlerine olan güvenleri ise, (tüm teorik destekler çerçevesinde), liderlik tarzı ve astların iş tatmini arasında, bir ara değişken olarak ele alınmaktadır. Diğer yandan, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzının çalışanların iş tatminleri ve lidere olan güvenleri üzerindeki katkısının farklı olacağı öngörülmektedir. Ayrıca, çalışma kapsamında, iş hayatındaki toplam çalışma süresi ve çalışılan işyerindeki çalışma süresine göre, lidere olan güvenin astların iş tatminine etkisinin farklı olacağı beklenmektedir. Bu anlamda çalışma içerisinde toplam beş tane hipotez öne sürülmüştür:

- H₁:** Liderlik tarzlarının çalışanların iş tatminine katkısı farklıdır.
- H₂:** Liderlik tarzlarının, lidere olan güven üzerindeki katkısı farklıdır.
- H₃:** Lidere olan güvenin liderlik tarzına katkısıyla iş tatmini artırır.
- H₄:** İş hayatındaki toplam çalışma süresine göre, lidere olan güvenin iş tatmini faktörlerine etkisi farklıdır.
- H₅:** İşyerindeki çalışma süresine göre, lidere olan güvenin iş tatmini faktörlerine etkisi farklıdır.

Çalışmanın teorik modeline ilişkin özet ve değişkenler, Şekil 1’de toplu olarak sunulmaktadır.



Şekil-1: Teorik Model : Liderlik Tarzı, Lidere Olan Güven, İş Tatmini, Demografik Değişkenler

V. METOD

V.1. Denekler

Araştırmaya 152 birey katılmıştır. Denekler, kolay ulaşılabilir olan bireylerden seçilmiştir. Katılımcılar, bankacılık, sigorta, ilaç, altın işleme, ticaret, otelcilik ve eğitim gibi farklı iş kollarında çalışmaktadır. Araştırmaya katılan deneklerin iş hayatındaki toplam çalışma sürelerine bakıldığında, deneklerin 1 ile 36 yıl arasında değişen iş deneyimleri bulunduğu, ortalama iş deneyimlerinin 8 yıl olduğu görülmektedir. Katılımcıların çalışılan işyerindeki çalışma süreleri ise 1 ile 30 yıl arasında değişmektedir.

V.2. Ölçüm Araçları

Araştırmada ölçüm aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu birbirinden bağımsız dört bölümden oluşmaktadır : Yönerge, Liderlik Ölçeği, Güven Ölçeği ve İş Tatmini Ölçeği.

Birinci bölümde, araştırmaya verilecek yanıtların bilimsel ahlaka uygun olarak gizlilik ve güven ilkelerine bağlı kalınarak sadece araştırmacı tarafından değerlendirileceğine ilişkin bir yönerge bulunmaktadır. Bu bölümde, ayrıca deneklerin demografik özellikleri hakkında bilgi almak üzere oluşturulan sorular da yer almaktadır. Bu sorular, deneklerin iş hayatlarındaki toplam çalışma süreleri ve çalıştıkları işyerlerindeki çalışma süreleridir.

İkinci bölümde, liderlik tarzını belirlemeye yönelik liderlik ölçeği yer almaktadır. Bu araştırmada, “*Çok Faktörlü Liderlik Anketi*”nin en yeni versiyonu olan Avolio & Bass’ın (1999) geliştirdiği “*Çok Faktörlü Liderlik Anketi (Form 5X)*” kullanılmıştır. Dönüşümsel liderlik: lidere astlar tarafından atfedilen karizma (idealleştirilmiş etki-atfedilen) ve liderin davranışlarıyla ortaya koyduğu karizma (idealleştirilmiş etki-davranış), ilham vererek insanları güdüleme, insanları düşünmeye sevk etme ve bireye yönelik ilgi boyutları, etkileşimsel liderlik ise: durumsal ödül, istisna ile yönetim-aktif ve istisna ile yönetim-pasif boyutları çerçevesinde ölçülmüştür. Bazı kaynaklarda istisna ile yönetim-pasif, liderin olmadığı durumla özdeşleştirilmektedir (Bass, Avolio, Jung & Berson, 2003: 208). Bazı kaynaklarda ise, liderin olmadığı durum üçüncü bir liderlik tarzı olarak ele alınmaktadır (Hartog & Van Muijen, 1997: 22). Bu çalışmada liderlik tarzı, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzları kapsamında ele alınmaktadır. Ayrıca istisna ile yönetim araştırma kapsamında, aktif ve pasif olmak üzere iki ayrı şekilde ele alındığından, liderin olmadığı durum araştırılmaya dahil edilmemiştir. Böylelikle, 36 maddeden oluşan liderlik testi, liderin olmadığı durumla ilgili 4 maddenin çıkarılmasıyla 32 maddeye düşürülmüştür. Testte dönüşümsel liderlik 20, etkileşimsel liderlik ise 12

soruyla ölçülmektedir. Liderlik testinin İngilizce'den Türkçe'ye çevirisi E. Serra Yurtkoru (2001) tarafından yapılmış ve kullanılmıştır. Çeviri sırasında, lidere astlar tarafından atfedilen karizma (idealleştirilmiş etki-atfedilen) boyutunun bir maddesi (Instils pride in being associated with him/her) Türkçe'de aynı anlamı vermemesinden dolayı "Onunla çalışmak zevklidir." olarak çevrilmiştir. Diğer maddeler orijinallerine sadık kalınarak çevrilmiştir. Deneklerin, Çok Faktörlü Liderlik Anketi'nde (Form 5X) yer alan 32 maddeyi değerlendirmesi için "Tamamiyle Uygun" (6) dan "Hiç Uygun Değil" (1) e doğru uzanan altılı cevap düzeneği oluşturulmuştur.

Anketin üçüncü bölümde, astların liderlerine olan güvenlerini tespit etmek için, Börü'nün (2001) geliştirdiği ve Doğan'ın (2002) doktora tezinde de kullandığı "*Lidere Güven Testi*" kullanılmıştır. Test güveni özgüven, diğerkamalık (yardım severlik), uyumluluk, dürüstlük, sevecenlik, açıklık, tutarlılık, bilgili olmak ve dedikodu yapmamak gibi özellikler çerçevesinde ölçen on ifadeden oluşmaktadır. İfadeler, "Tamamiyle Uygun" (6) dan "Hiç Uygun Değil" (1)'e uzanan 6 ölçek ile verilmiştir.

Anketin son, dördüncü bölümünde ise, katılımcıların iş tatminlerini ölçmek için Weiss, Dawis, England ve Lofquist (Aminuddin, 1998) tarafından geliştirilen Minnesota İş Tatmin Ölçeği'nin 20 maddelik kısa formu kullanılmıştır. Ölçek, Oran (1989) tarafından İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiş ve kendi çalışmasında da kullanılmıştır. Araştırmalar, ölçeğin güvenilirliğinin 0.87 ile 0.92 arasında değiştiğini ortaya koymuştur. İş tatmini formunda yer alan ifadeler "Tamamen Memnunum" (6) ile "Hiç Memnun Değilim" (1) e kadar uzanan altılı ölçek ile deneklere verilmiştir.

V.3. Uygulama

Araştırmanın uygulama aşamasında katılımcılara, anketler bizzat araştırmacı tarafından dağıtılmış ve anketlerde yer alan kişisel bilgilerin gizliliğine dikkat çekmek, anketin bölümleri ve cevaplama yöntemi hakkında bilgi vermek amacıyla anketler dağıtılmadan önce kısa bir sözel açıklama yapılmıştır. Anket formları, Nisan ayı sonunda dağıtılmaya başlanmış ve Mayıs ayı sonuna kadar anket dağıtımı ve geri toplanması devam etmiştir. Bu süre içerisinde dağıtılan anket formlarının geri dönüş oranı %91'dir.

V.4. Kullanılan İstatistik Analizler

Anketlerin değerlendirilmesinde farklı istatistik analiz yöntemleri kullanılmıştır. İstatistik analizlere başlamadan önce, anket formunda yer alan liderlik testi, lidere güven testi ve iş tatmini testi için ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ankete ilişkin değerlendirmelerde ayrıca faktör analizi ve

regresyon analizi uygulanmıştır. Tüm analizler SPSS paket programı kullanılarak yapılmıştır.

VI. BULGULAR

V.1. Güvenilirlik Analizleri

Ayrı ayrı ,liderlik, lidere olan güven ve iş tatmini testlerinin güvenilirliklerine cronbah alfa ile bakılmış ve sonucunda tümünün oldukça yüksek değerler aldığı görülmüştür.

Analizler sonucunda, liderlik testinin geneli için $\alpha=.94$, dönüşümsel liderlik boyutu için $\alpha=.96$, etkileşimsel liderlik boyutu için ise $\alpha=.63$ olarak bulunmuştur. Etkileşimsel liderlik boyutu altında yer alan sorular incelendiğinde toplam 3 sorunun (7, 13 ve 22. sorular) güvenilirliği düşürdüğü tespit edilmiş ve çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Böylelikle tekrarlanan güvenilirlik analizi sonucunda $\alpha = .70$ değerine ulaşılmıştır.

Anketteki lidere olan güveni ölçen soruların güvenilirliği $\alpha = .89$ ve İş tatmini ile ilgili güvenilirlik analizleri sonucu $\alpha = .93$ olarak bulunmuştur.

VI.2. Faktör Analizi

İş tatmini anketindeki soruların hangi boyutlar altında toplandığını görmek üzere faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda 19, 1, 7, 8 ve 18. soruların açıklayıcılık değerlerinin 0.5'in altında olduğu görülmüş ve bu sorular analiz dışı bırakılmıştır. Nihai faktör analizi sonucunda %60.796 toplam açıklayıcılık düzeyine sahip 2 faktör bulunmuştur. Faktör analizine ilişkin sonuçlar, toplu olarak aşağıda Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo-1: İş Tatmini Testinin Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1: İşe Karşı Genel Tutum	Güvenirlilik : .9323	Varyans değeri 50.519
15.Kendi kararlarımı uygulama serbestliği bana	Faktör katkısı	.847
11.Kendi yeteneklerimi kullanarak bir şeyler	Faktör katkısı	.823
16.İşimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabilme	Faktör katkısı	.814
12.İş ile ilgili alınan karaların uygulanmaya konması	Faktör katkısı	.782
20.Yaptığım iş karşılığında duyduğum başarı hissi	Faktör katkısı	.776
4.Toplumda “saygın bir kişi” olma şansımın olması	Faktör katkısı	.748
3.Ara sıra değişik şeyler yapabilme şansımın olması	Faktör katkısı	.728
10.Kişilere ne yapacaklarını söyleme şansımın olması	Faktör katkısı	.712
14.İş içinde terfi olanağımın olması	Faktör katkısı	.700
9.Başkaları için bir şeyler yapabilme olanağına sahip	Faktör katkısı	.684
17.Çalışma şartları	Faktör katkısı	.669
2.Tek başıma çalışma olanağımın olması	Faktör katkısı	.653
13.Yaptığım iş karşılığında aldığım ücret	Faktör katkısı	.650
Faktör 2: Amire Karşı Tutum	Güvenirlilik : .9025	Varyans değeri 10.277
6.Amirimin karar vermedeki yeteneği	Faktör katkısı	.660
5.Amirimin emrindeki kişileri idare tarzı	Faktör katkısı	.594
Kaiser-Meyer-Olkin Değeri: .907 Bartlett Anlamlılık Değeri : .000 Ki-Kare Değeri: 1413.637		

VI.3. Liderlik – İş Tatmini İlişkisi

Liderlik tarzının çalışanların iş tatminleri üzerindeki katkısını görmek üzere, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzları ile her bir iş tatmini boyutu (faktörü) ayrı ayrı regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Dönüşümsel ve Etkileşimsel liderlik tarzının işe karşı genel tutum boyutu (iş tatminin faktör 1) ile yapılan regresyon analiz sonucunda, modelin açıklayıcılık düzeyinin manidar ama düşük olduğu (Düzeltilmiş $R^2=.116$) tespit edilmiştir. Analizde, dönüşümsel liderlik tarzının, işe karşı genel tutum üzerindeki katkısının orta düzeyde olduğu görülmüştür ($\beta=.326$). Etkileşimsel liderlikte manidar bir katkı bulunamamıştır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 2’de sunulmaktadır.

**Tablo-2: Liderlik Tarzı İle İşe Karşı Genel Tutum
(iş tatmini faktör 1) Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları**

Değişkenler	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	F	Sig. F		Beta	t	p
Liderlik – İşe Karşı Genel Tutum	.127	.116	10.882	.000	Dönüşümsel Liderlik	.326	2.938	.004
					Etkileşimsel Liderlik	.041	.368	.713
Liderlik Tarzı (Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik) Bağımsız Değişken , İşe Karşı Genel Tutum (F1) Bağımlı Değişken.								

Dönüşümsel ve Etkileşimsel liderlik tarzının amire karşı tutum faktörü (iş tatminin faktör 2) ile yapılan regresyon analizi sonucunda ise, modelin manidar ve açıklayıcılık gücünün yüksek olduğu görülmüştür (Düzeltilmiş $R^2 = .699$). Dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzlarının katkılarına bakıldığında, her ikisinin de manidar olduğu ve dönüşümsel liderlik tarzının katkısının ($\beta = .707$) etkileşimsel liderlik tarzından ($\beta = .169$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tablo 3 analize ilişkin sonuçları göstermektedir.

**Tablo-3: Liderlik Tarzı İle Amire Karşı Tutum (iş tatmini faktör 2)
Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları**

Değişkenler	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	F	Sig. F		Beta	t	p
Liderlik– Amire Karşı Tutum	.703	.699	175.984	.000	Dönüşümsel Liderlik	.707	10.912	.000
					Etkileşimsel Liderlik	.169	2.609	.010
Liderlik Tarzı (Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik) Bağımsız Değişken , Amire Karşı Tutum (F1) Bağımlı Değişken.								

Liderlik tarzı ile çalışanların iş tatmini arasındaki ilişkiye bakıldığında, dönüşümsel liderlik tarzının, işe karşı genel tutum (iş tatminin faktör 1) faktörü üzerinde katkısı bulunurken etkileşimsel liderliğin manidar bir katkısı görülmemektedir. Amire karşı tutum (iş tatminin faktör 2) faktörü ele alındığında, dönüşümsel liderliğin katkısının etkileşimsel liderliğe göre daha fazla olduğu tespit edilmektedir. Bu sonuç, liderlik tarzının çalışanların iş tatmini üzerindeki katkısının farklı olduğu hipotezini doğrular niteliktedir.

VI.4. Liderlik-Lidere Olan Güven İlişkisi

Liderlik tarzlarının lidere olan güven üzerindeki katkısını tespit edebilmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda, modelin açıklayıcılık gücünün yüksek olduğu görülmüştür (Düzeltilmiş $R^2 = .787$). Liderlik tarzlarının katkılarına bakıldığında, dönüşümsel liderliğin lidere olan

güven üzerinde ($\beta = .728$) etkileşimsel liderlikten ($\beta = .207$) daha fazla katkıya sahip olduğu bulgulanmıştır. Dönüşümsel liderliğin katkısının daha fazla olması, liderlik tarzlarının lidere olan güven üzerindeki katkısı farklıdır hipotezini doğrulamaktadır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo-4: Liderlik Tarzı İle Lidere Olan Güven Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	F	Sig. F		Beta	t	p
Liderlik – Lidere Tarzı Olan Güven	.790	.787	280.090	.000	Dönüşümsel Liderlik	.728	13.352	.000
					Etkileşimsel Liderlik	.207	3.792	.010
Liderlik Tarzı (Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik) Bağımsız Değişken , Lidere olan güven Bağımlı Değişken.								

VI.5. Liderlik – İş Tatmini İlişkisinde Lidere Olan Güvenin Katkısı

Lidere olan güvenin, liderlik tarzlarına katkısıyla iş tatminini artırıp arttırmadığını tespit etmek için, her bir iş tatmini faktörü ile ayrı ayrı aşamalı Regresyon (Stepwise Regression) analizi yapılmıştır.

İşe karşı genel tutum faktörü (iş tatmini faktör 1) ile yapılan analiz sonucunda, tek bir model ortaya çıkmıştır. Bu model, sadece dönüşümsel liderliğin yer aldığı modeldir. Modele göre, liderlik – iş tatmini ilişkisinde, lidere olan güvenin bir katkısı yoktur. Analiz sonucunda modelin açıklayıcılık gücünün düşük olduğu görülmüştür (Düzeltilmiş $R^2 = .121$). Dönüşümsel liderlik tarzının işe karşı genel tutum faktörü (iş tatmini faktör 1) üzerindeki katkısı ise orta düzeydedir. Tablo 5 analize ilişkin sonuçları göstermektedir.

Tablo-5: Liderlik Tarzı ve Lidere Olan Güven İle İşe Karşı Genel Tutum (iş tatmini faktör 1) Arasındaki Regresyon

Değişkenler	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	F	Sig. F		Beta	t	p
Liderlik İşe Karşı Genel Tutum Lidere Olan Güven	.127	.121	21.753	.000	Dönüşümsel Liderlik	.356	4.664	.000
Liderlik Tarzı (Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik) ve Lidere Olan Güven Bağımsız Değişken, İşe Karşı Genel Tutum (F1) Bağımlı Değişken.								

Lidere olan güvenin, liderlik tarzlarına katkısıyla amire karşı tutum faktörü (iş tatmini faktör 2) üzerindeki etkisine bakıldığında, iki model ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri sadece lidere olan güvenin yer aldığı, diğeri de dönüşümsel liderlik ile lidere olan güvenin birlikte olduğu modeldir (Tablo 6). Dönüşümsel liderlik ile lidere olan güven birlikte olduğunda modelin açıklayıcılık gücü artmaktadır (düzeltilmiş R²= .718'den düzeltilmiş R²= .748'e). Ayrıca, dönüşümsel liderliğin amire karşı tutum üzerindeki katkısı (Tablo 3) yüksek ($\beta = .707$) iken lidere olan güven ile birlikte regresyona sokulduğunda, beta değeri orta düzeye ($\beta = .373$) düşmektedir. Sonuçta, lidere olan güvenin etkisinin, iş tatmini faktörlerinden sadece amire karşı tutumda ve sadece dönüşümsel liderlik tarzıyla birlikteyken, daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Etkileşimsel liderlikte ve işe karşı genel tutumda aynı sonuç alınmamaktadır. Dolayısı ile, lidere olan güvenin liderlik tarzlarına katkısıyla iş tatmini artar hipotezi kısmen doğrulanmaktadır.

Tablo-6: Liderlik Tarzı ve Lidere Olan Güven İle Amire Karşı Tutum (iş tatmini faktör 2) Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	F	Sig. F		Beta	t	p
Liderlik Amire Davranışı Karşı Tutum	.720	.718	384.784	.000	Lidere olan Güven	.848	19.616	.000
Lidere Olan Güven	.752	.748	225.354	.000	Lidere olan Güven	.521	6.125	.000
					Dönüşümsel Liderlik	.373	4.383	.010

Liderlik Tarzı (Dönüşümsel ve Etkileşimsel Liderlik) ve Lidere Olan Güven Bağımsız Değişken, Amire Karşı Tutum (F2) Bağımlı Değişken.

VI.6. Lidere Olan Güven-İş Tatmini İlişkisinde Çalışma Sürelerinin Katkısı

İş hayatındaki toplam çalışma süresine ve işyerindeki çalışma süresine göre, lidere olan güvenin her bir iş tatmini faktörü üzerinde açıklayıcılığı olup olmadığını görmek amacıyla Regresyon analizi yapılmıştır. Ancak, yapılan analiz sonucunda, iş hayatındaki ve işyerindeki çalışma süresine göre, lidere olan güvenin işe karşı genel tutum (iş tatmini faktör 1) ve amire karşı tutum (iş tatmini faktör 2) faktörleri üzerinde manidar bir etkisi bulunamamıştır. Sonucun bu yönde çıkmasıyla, iş hayatındaki ve işyerindeki çalışma süresine göre lidere olan güvenin iş tatmini faktörlerine etkisi farklıdır hipotezleri doğrulanmamıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, liderlik tarzının çalışanın iş tatmini ile ilişkisi ve bu ilişkide lidere olan güvenin rolü araştırılmıştır. Ayrıca, iş hayatındaki ve işyerindeki çalışma sürelerinin lidere olan güven ile astların iş tatmini arasında bir etkisinin olup olmadığı test edilmiştir.

Liderlik tarzının çalışanların iş tatmini üzerindeki katkısını belirlemek için yapılan regresyon analizi sonucunda, işe karşı genel tutum faktörü (iş tatmini faktör 1) üzerinde sadece dönüşümsel liderliğin katkısının olduğu görülmüştür. Amire karşı tutum faktörü (iş tatmini faktör 2) üzerinde ise, dönüşümsel liderliğin etkileşimsel liderlikten daha fazla katkısı olduğu ortaya çıkmıştır. Sonucun bu yönde çıkması, literatürde yapılan araştırma sonuçlarıyla desteklenmektedir. Özellikle yabancı literatürde yapılan çok sayıda çalışma sonucunda, çalışanların iş tatminlerinin liderin tarzından etkilendiği özellikle, dönüşümsel liderlik tarzı ile iş tatmini arasındaki ilişkinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Aminuddin, 1998: 170). Dönüşümsel lider, astlarının ilgilerini genişleterek, onları yetkilendirerek, astları arasında farkındalık yaratarak, onlara beceri ve yeteneklerini geliştirmeleri konusunda yardımcı olarak ve yönlendirerek, astları arasındaki farklılıkları göz önünde bulundurarak onlara ihtiyaçları, yetenekleri ve beklentileri birbirinden farklı bireyler olarak yaklaşmakta (Hartog&Van Muijen, 1997: 20) ve astlarının gerek işe karşı ve gerekse amirlerine karşı olumlu duygular hissetmelerine neden olmaktadır. Başka bir ifade ile, çalışanlar işlerinden daha fazla tatmin elde etmektedir.

Liderlik tarzının lidere olan güven üzerindeki katkısını belirlemek için yapılan analiz sonucunda ise, etkileşimsel liderliğe göre dönüşümsel liderlikte lidere olan güvenin daha fazla katkısının olduğu ortaya çıkmıştır. Lidere olan güven, dönüşümsel liderlik tarzıyla ilişkisi olan en önemli değişkenlerden biri olarak görülmektedir. Dönüşümsel lider başarılı olabilmek için astlarının güvenini kazanmak durumundadır, çünkü bu tip liderlik belirsizlik ve kaygı yaratabilecek koşulları daha iyiye dönüştürmeyi içermektedir (Pillai, Sriesheim, Chester&Williams, 1999: 903). Aynı şekilde, astların liderin ortaya koyduğu vizyona olan bağlılığı liderin astlarının güvenini kazanmasına bağlıdır. Astların liderlerine duydukları güven, astlarının çabalarına devam etmesini ve zorlukların üstesinden gelmelerini sağlamaktadır. Dönüşümsel liderler astlarına model olarak, her birine farklı bireyler olarak yaklaşarak, onları yetkilendirerek ve cesaretlendirerek astlarının saygılarını, hayranlıklarını ve güvenlerini kazanırlar (Jung&Avolio, 2000: 951). Analiz sonucunda etkileşimsel liderliğin lidere olan güven üzerinde az da olsa katkısının bulunması ise, etkileşimsel liderin astlarının performanslarının farkına vardığı ve onlara uygun ödüller sunduğu sürece, en azından tutarlı olduğundan, astlarından koşullu güven görmesi (Shamir ve ark., 1993: 584) ile açıklanabilir.

Liderlik tarzı ile lidere olan güvenin iş tatmini üzerindeki katkısını görmek için yapılan regresyon analizi sonucunda, işe karşı genel tutum faktörü (iş tatmini faktör 1) üzerinde sadece dönüşümsel liderliğin katkısı tespit edilmiştir. Literatürde, dönüşümsel liderlik lidere olan güvenin, lidere olan güven de iş tatmininin önceli olarak kabul edilmektedir (Pillai, Sriesheim, Chester & Williams, 1999: 904). Bu bulgulardan hareketle, dönüşümsel liderlikle lidere olan güvenin birlikte işe karşı genel tutum üzerinde katkısının olması beklenirken lidere olan güvenin herhangi bir katkısının bulunmaması literatürde yer alan bilgilerle örtüşmemektedir. Bu sonuç göstermektedir ki, araştırmaya katılan deneklerin işlerine karşı genel tutumları üzerinde liderlerine duydukları güvenin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Deneklerin işlerine karşı tutumlarını, liderlerinin dönüşümsel liderlik tarzı sergilemesi etkilemektedir.

Öte yandan, amire karşı tutum faktörü (iş tatmini faktör 2) üzerinde dönüşümsel liderlik ile lidere olan güvenin birlikte çok yüksek katkısının bulunduğu görülmüştür. Dönüşümsel liderlik tarzının tek başına amire karşı tutum üzerinde yüksek olan katkısı, lidere olan güvenin araya girmesi ile düşmüştür. Lidere olan güvenin katkısının ise yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu durum, lidere olan güvenin dönüşümsel liderlik tarzı ile amire karşı tutum arasında ara değişken görevi gördüğünü göstermektedir. Başka bir ifade ile, dönüşümsel liderlik tarzı astların liderlerine güven duymasına neden olmakta bu da astların amirlerine karşı tutumlarına etki etmektedir. Liderin, bir yandan dönüşümsel liderlik tarzı sergilerken bir yandan da kendisine güvenmesi, ihtiyaçları olduğunda çalışanlara yardım etmesi, işiyle ilgili bilgi ve beceriye sahip olması, çalışanlara sevgi ve hoşgörüsüyle yaklaşması, dedikodu yapmaması, açık sözlü olması ve söyledikleriyle yaptıklarının tutarlı olması çalışanlarının astlarının amirlerine karşı olumlu duygular hissetmesine neden olmaktadır.

Bu çalışma sonucunda liderlik tarzının, özellikle dönüşümsel liderlik tarzının, astların iş tatmininde etkili olduğu ve bu ilişki içerisinde lidere olan güvenin de amire karşı tutum açısından önemli bir rolünün olduğu, literatürde bu yönde yapılan çalışmalardan sonra bir kez daha tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu bulgular ışığında, liderlerin astlarıyla olan ilişkilerinde sergiledikleri tarzın ve astların gözünde güvenilir olmanın ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Liderler, bu noktaların önemini göz önüne aldıklarında astlarının yaptıkları işlerinden tatmin olduklarını ve liderlerine karşı olumlu duygular hissetmesine neden olduklarını unutmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Ackoff, R.L. (1999) "Transformational Leadership", **Strategy & Leadership**, 27(1), 20-25.
- Aminuddin, Y. (1998) "The Relationship Between Transformational Leadership Behaviors of Athletic Directors and Coaches' Job Satisfaction", **Physical Educator**, 55(4), 170-176.
- Avolio, B.J. ve B.M. Bass (1999) "Reexamining the Components of Transformational and Transactional Leadership Using the Multifactor Leadership Questionnaire", **Journal of Occupational & Organizational Psychology**, 72(4), 441-463.
- Bass, B.M. (1990) "From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision", **Organizational Dynamics**, 18(3), 19-32.
- Bass, B.M., D.I Jung., B.J. Avolio and Y. Berson (2003) "Predicting Unit Performance by Assessing Transformational and Transactional Leadership", **Journal of Applied Psychology**, 88(2), 207-219.
- Bilgiç, R. (1998) "The Relationship Between Job Satisfaction and Personal Characteristics of Turkish Workers", **Journal of Psychology**, 132(5), 549-558.
- Börü, D. (2001) "Örgütlerde Güven Ortamının Yaratılmasında İlk Adım", 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde Sunulmuş Bildiri, 24-26 Mayıs, İstanbul.
- Chambers, J.M. (1999) "The Job Satisfaction of Managerial and Executive Women: Revisiting the Assumptions", **Journal of Education for Business**, 75(2), 69-76.
- Cüceloğlu, D. (1992) **İnsan ve Davranışı**, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Deluga, R.J. (1990) "The Effects Of Transformational, Transactional, and Laissez Faire Leadership Characteristics on Subordinate Influencing Behavior", **Basic and Applied Social Psychology**, 11(2), 191-203.
- Deluga, R.J. (1994) "Supervisor Trust Building, Leader-Member Exchange and Organizational Citizenship Behavior", **Journal of Occupational & Organizational Psychology**, 67(4), 315-327.
- Deluga, R.J. (1995) "The Relationship Between Trust in The Supervisor and Subordinate Organizational Citizenship Behavior", **Military Psychology**, 7(1), 1-17.
- Doğan, E. (2002) "Çalışanın İşine Cezbolması: Dönüşümsel Liderlik Tarzının, Lidere Olan Güvenin, Güçlenmenin ve Duygunun Etkileri", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Örgütsel Davranış Bilim Dalı, Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Erol, V. (1998) “İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Fuller, J.B., R. Morrison, L. Jones, D. Bridger and V. Brown (1999) “The Effects of Psychological Empowerment on Transformational Leadership and Job Satisfaction”, **Journal of Social Psychology**, 139(3), 389-392.
- Hartog, D., N. Den. and J.J. Van Muijen (1997) “Transactional Versus Transformational Leadership: An Analysis of the MLQ”, **Journal of Occupational & Organizational Psychology**, 70(1), 19-35.
- Hinkin, T. and J.B. Tracey (1999) “The Relevance of Charisma for Transformational Leadership in Stable Organizations”, **Journal of Organizational Change Management**, 12(2), 105-120.
- Jung, D.I. and B.J. Avolio (2000) “Opening The Black Box: An Experimental Investigation of the Mediating Effects of Trust and Value Congruence on Transformational and Transactional Leadership”, **Journal of Organizational Behavior**, 21(8), 949-960.
- Lagace, R. R. (1991) “An Exploratory Study of Reciprocal Trust between Sales Managers and Salespersons”, **Journal of Personnel Selling and Sales Management**, 11(4), 49-58.
- Loke, J. C.F. (2001) “Leadership Behaviors: Effects on Job Satisfaction, Productivity and Organizational Commitment”, **Journal of Nursing Management**, 9(4), 191-205.
- Mayer, R.C., J.H. Davis and H. and F.D. Schoorman (1995) “An Integrative Model of Organizational Trust”, **Academy of Management Review**, 20(3), 709-734.
- Medley, F. and D.R. Larochelle (1995) “Transformational Leadership and Job Satisfaction”, **Nursing Management**, 26(9), 64-68.
- Misztal, B.M. (1996) **Trust in Modern Societies**, London: Polity Press.
- Oran, N.B. (1989) “Job Satisfaction of a Group of Academical Staff in Marmara University”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Pillai, R., C.A. Schriesheim and E.S. Williams (1999) “Fairness Perceptions and Trust as Mediators for Transformational and Transactional Leadership: A Two Sample Study”, **Journal of Management**, 25(6), 897-934.

- Podsakoff, P. M., S.B. MacKenzie and W.H. Bommer (1996) "Transformational Leader Behaviors and Substitutes For Leadership as Determinants of Employee Satisfaction, Commitment, Trust and Organizational Citizenship Behaviors", **Journal of Management**, 22(2), 259-298.
- Robbins, S.P. (1998) **Organizational Behavior, Concepts, Controversies, Applications**, (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Rotter, J. B. (1967) "A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust", **Journal of Personality**, 35(4), 651-665.
- Shamir B., R.J. House and M.B. Arthur (1993) "The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory", **Organizational Science**, 4(4), 577-594.
- Trafino, A. J. (2000) "Transformational Leadership: Moving Total Quality Management to World Class Organizations", **International Nursing Management**, 47(4), 232-243.
- Wofford, J.C., J.L. Whittington and V.L. Goodwin (2001) "Follower Motive Patterns as Situational Moderators for Transformational Leadership Effectiveness", **Journal of Managerial Issues**, 13(2), 196-212.
- Yurtkoru, S.E. (2001) "The Role of Leadership in the Organizational Change Process", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

OTEL İŞLETMECİLİĞİNDE PAZAR YÖNLÜLÜK VE PAZAR YÖNLÜLÜK- PERFORMANS İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA VE SONUÇLARI

A. Celil ÇAKICI*
Duygu EREN†

Öz

Pazar yönlülük, pazarlama anlayışının uygulanması olarak kabul edilmektedir. Yönetmel açıdan ele alındığında, pazar yönlülüğün (1) bilginin toplanması, (2) bilginin yayımı ve (3) tepkinin oluşturulması boyutları bulunmaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin pazar yönlülüklerini, pazar yönlülükleri ile performansları arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere, 2002 yılında bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada orijinali Kohli ve Jaworski (1990) tarafından geliştirilen MARKOR ölçeğini biraz daha geliştiren Matsuno, Mentzer ve Rentz’in (2000) yeni ölçeği kullanılmıştır. Türkçe’ye çevrilen ölçek, otel işletmeciliğine uyarlanmıştır. Araştırma sonunda, yıldız sayısı (dört ve beş) ve yönetim türü (zincir, grup ve bağımsız) bakımından otel işletmelerinin pazar yönlülüklerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, pazar yönlülük ile performans arasında istatistikî açıdan anlamlı pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Pazar yönlülük, otel.

Abstract

A Survey Research on Market Orientation and Market Orientation- Performance Relationship in Hotel Companies

Market orientation is considered as the implementation of marketing philosophy. From managerial perspective, market orientation has three dimensions: 1) market intelligence, 2) dissemination of intelligence, and 3) responsiveness. In order to determine market orientation level of hotel companies and relationship between market orientation and performance of hotels, a survey research was conducted at four and five star hotels

* Doç. Dr., Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Turizm İşl. ve Otelcilik Y.O., NEVŞEHİR, celilc@yahoo.com.

† Araş. Gör., Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşl. ve Otelcilik Y.O., NEVŞEHİR, deren@eunev.edu.tr.

operating in Turkey in 2002. The original MARKOR (market orientation) scale was suggested by Kohli and Jaworski (1990), but in the survey, improved version of MARKOR scale developed by Matsuno, Mentzer and Rentz (2000) was used. The improved version having been translated into Turkish was adapted to hotel business. At the end of the research, it is found that market orientation of hotels is statistically different with respect to the type of management (chain, group and independent) and star of the hotel (four and five). Furthermore, statistically significant positive relationship between market orientation and performance of the hotels was determined.

Keywords: Market orientation, hotel.

GİRİŞ

Günümüzde insanların ihtiyaç ve istekleri hızla değişmektedir. Bu değişim, bir yandan pazar bölümlendirmeyi daha önemli hale getirirken; diğer taraftan, işletmeler arasındaki rekabeti de şiddetlendirmektedir. Hizmet sunan otel işletmeleri de bu gelişimin dışında değildir. İhtiyaç ve isteklerin hızla değiştiği, rekabetin yoğunlaştığı, dikey ve yatay bütünleşmelerin sıkça rastlandığı turizm sektöründe otel işletmelerini etkileyen diğer hususlar ekonomik, sosyal, hukuki, teknolojik, çevresel gibi makro faktörlerden kaynaklanabilmektedir. Bu hızlı değişim, otel işletmeciliğinde pazarlama uygulamalarının da dinamik olmasını gerektirmektedir.

Pazarlama anlayışı, otel işletmelerine, hedef pazarlarının ihtiyaç ve isteklerini rakiplerinden daha iyi karşılayarak müşteri tatmini yaratmalarını sağlamaktadır. Ayrıca, otel işletmelerinin başarılı olması ve örgütsel amaçlarına ulaşmasının da anahtarı olduğunu savunan ve bütün faaliyetlerine rehberlik eden bir yönetim felsefesidir. Dolayısıyla, günümüzün yoğun rekabet ortamında otel işletmelerinin müşteri tatmini yaratarak, varlıklarını sürdürebilmeleri, pazarlama anlayışı ve buna bağlı olarak pazar yönlü faaliyet göstermeleri ile gerçekleşebilecektir.

Pazarlama, işletmelerin hedef pazarların ihtiyaç ve isteklerine uygun mal ve hizmet üretmek ve bunları bir pazarlama karması çerçevesinde pazara sunarak müşteri tatminini esas alan bir yönetim felsefesidir. Bu anlayışı benimseyen işletmeler, hareket noktası olarak sadece müşteri ihtiyaç ve isteklerini göz önünde bulundurmakla kalmamakta, işletmenin tüm bölümlerinde bu yaklaşımın yerleşmesini de sağlamaya çalışmaktadırlar (Yükselen, 2003: 8).

Pazarlama anlayışı dıştan içe doğru bir bakış açısı gerektirmektedir. Bu anlayış, iyi tanımlanmış bir pazar ile faaliyetlerine başlayan, müşteri ihtiyaç ve isteklerini tüm pazarlama faaliyetlerinin odak noktası yapan; müşterileri etkileyebilecek bütün faaliyetlerin eşgüdümünü sağlayan, müşteriye yönelik tutumu bütünleşmiş bir biçimde tüm işletme çalışanlarına benimseten ve böylece eşgüdümlü çalışmalarla müşterileri mümkün olan en iyi şekilde tatmin etme yolunda uzun vadede kâr sağlamayı temel alan bir anlayıştır (Kotler, 2000: 20).

Pazarlama, işletme, ürünler ve rakipler hakkında bir düşünme felsefesi iken, pazar yönlülük bu felsefenin uygulamaya koyulması için gereken şeylerin yapılmasıdır (Wrenn, 1997: 34). Pazar yönlü bir işletme titizlikle pazarını bölümlendirir, daha fazla yeni ürün geliştirme faaliyetinde bulunur, pazar bölüm veya bölümlerini hedefler ve bu bölümlerde işletme faaliyetlerinin eşgüdümünü sağlar, daha detaylı pazarlama planı geliştirir ve daha fazla pazarlama araştırması yürütür (Liu, 1995: 57).

Pazarlama anlayışındaki temel düşünce müşteri tatmini sağlamaktır (Kotler, Bowen ve Makens, 1999: 4). Pazar yönlülük ise, müşteri ihtiyaç ve isteklerinin en iyi şekilde karşılanmasını öngören bir çabadır. Bu açıdan bakıldığında zaman zaman pazar yönlülüğün, pazarlama anlayışının bir unsuru olduğu söylenebilir (Karahana ve Varinli, 2002: 4). Yazında genel olarak, “pazarlama felsefesinin uygulanması” olarak tanımlanmaktadır (Narver ve Slater, 1990: 1; Kohli ve Jaworski, 1990: 1; Perreault ve McCarthy, 1996: 36).

Pazar yönlülük ile işletme performansı arasında, genellikle olumlu bir ilişki olduğu araştırmalarla tespit edilmiştir. Bu nedenle, pazar yönlülüğün tartışılması, otel işletmeciliği açısından konunun anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca, rakiplere kıyasla daha iyi bir müşteri tatmini sağlayabilmenin ve sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde etmenin bir yolu olması bakımından, konunun tartışılması önemli hale gelmektedir. Bu nedenle, çalışmada, pazar yönlülük kavramı açıklandıktan sonra, Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin pazar yönlülüklerine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

I. PAZAR YÖNLÜLÜK KAVRAMI

Pazar yönlülük, yazında genel olarak, “pazarlama felsefesinin uygulanması” olarak tanımlanmaktadır (Narver ve Slater, 1990: 1; Kohli ve Jaworski, 1990: 1; McCarty ve Perreault, 1994: 36). Bununla birlikte, pazar yönlülüğü farklı bakış açılarından ele alan yaklaşımlar da bulunmaktadır.

Shapiro (1988: 120-122) pazar yönlülüğü örgütsel bir karar verme süreci olarak kavramsallaştırmaktadır. Ayrıca, pazar yönlü bir işletmenin şu üç özelliğe sahip olmasını vurgulamaktadır: (1) Bütün önemli satın alma davranışları hakkında bilgi toplanmalı ve bilgi, işbirliği içinde çalışan her bölüme yayılmalıdır. (2) Stratejik ve taktiksel kararlar, tüm bölümlerin işbirliğinde alınmalıdır. (3) Tüm bölümlerin işbirliğinde alınan kararlar, yine tüm bölümlerin eşgüdümlü çalışmaları ile bağlılık duygusu içinde uygulanmalıdır.

Narver ve Slater (1990: 21) pazar yönlülüğü, müşteriler için daha iyi bir değer yaratılması ve böylece işletmenin daha iyi bir performans sağlaması ve devam ettirmesi için gerekli davranışları en etkili ve verimli şekilde oluşturan örgütsel bir kültür olarak tanımlamaktadırlar. Pazar yönlülük müşteri yönlülük, rakip yönlülük ve fonksiyonlar arası eşgüdüm olmak üzere üç davranışsal unsurdan oluşmaktadır.

Deshpande, Farley ve Webster (1993: 27) diğer yaklaşımlardan farklı olarak, müşteri odaklılık ile eş anlamlı bir pazar yönlülük tanımı yapmışlardır. Buna göre, müşteri odaklılık, uzun dönemde kârlı bir işletme geliştirmek için müşteri ilgilerini öncelikli tutan, ancak işletme sahiplerini, yöneticilerini ve çalışanlarını da dikkate alan inançlar dizisidir. Ayrıca, müşteri odaklılık, değerleri güçlendiren ve sürdüren ortak kültürün bir parçasıdır. Yazarlar, işletmelerin ihtiyaçlarından çok, rakiplere odaklandığında, rakip odaklılığın müşteri odaklılık ile çelişebileceğini söylemekte ve bu nedenle, rakip odaklılığı pazar yönlülük kavramının dışında tutmakta, sadece fonksiyonlar arası eşgüdümlü müşteri odaklılığın bir parçası olması gerektiğini kabul etmektedirler.

Genel olarak yazında pazar yönlülük, mevcut ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçları ile ilgili bilgi toplanması, bilgiyi geliştirmek amacıyla bölümlerce paylaşılması ve analiz edilmesi ve işletme genelinde bu bilgilere uygun bir tepkinin verilmesi (uygun pazarlama karmasının geliştirilmesi veya mevcut pazarlama karmasının gelen bilgilere göre uyarlanması) olarak ele alınmaktadır (Hunt ve Morgan 1995: 1; Ruekert 1992: 228; Kohli ve Jaworski 1990: 1-6). Tanımlamalarda şu üç vurgu ön plana çıkmaktadır: (1) bilginin toplanması, (2) bilginin bölümler arasına yayılması ve (3) tepkinin oluşturulması. En kritik dış çevre faktörünün müşteri olduğunu kabul etmekle beraber, bazı yazarlar, müşteriler yanı sıra, rakipler hakkında da bilgi toplanmasını sürece dahil etmektedirler (Hunt ve Morgan 1995: 1).

Pazar yönlülük tanımlamalarında dikkat çeken şey, bakış açılarının farklılığıdır. Bunlar; (1) karar verme bakış açısı, (2) pazar bilgisi bakış açısı, (3) kültür temelli davranışsal bakış açısı, (4) stratejik bakış açısı ve (5) müşteri

odaklı bakış açısıdır (Lafferty ve Hult 2001: 94-95). Örneğin, Shapiro (1988: 119-125), pazar yönlülüğü örgütsel bir karar verme süreci olarak kavramsallaştırmış ve karar verme bakış açısıyla yaklaşmıştır. Narver ve Slater (1990: 20-35), pazar yönlülüğü kültür temelli bakış açısıyla ele alırken, Ruekert (1992: 225-245), stratejik bir bakış açısıyla yaklaşmıştır. Desphande, Farley ve Webster'ın (1993: 23-27) pazar yönlülüğe yaklaşımı müşteri odaklı olurken, Kohli ve Jaworski (1990: 1-18) pazar bilgisi açısından ele almıştır.

Lafferty ve Hult (2001: 100) söz konusu beş yaklaşımı sentezleyerek, pazar yönlülüğün temel ilkelerini oluşturan unsurları ortaya çıkarmışlardır. Bunlar; (1) müşterinin önemi, (2) paylaşılan bilginin önemi, (3) pazarlama faaliyetleri ve ilişkilerin fonksiyonlar arası eşgüdümü ve (4) tepkinin-uygun pazarlama karmasının oluşturulmasıdır.

Çalışmada pazar yönlülük Kohli ve Jaworski'nin bakış açısıyla, pazar bilgisi açısından ele almıştır. Pazar yönlülük, bilginin toplanması, bilginin yayılması ve tepkinin oluşturulması (uygun pazarlama karmasının oluşturulması) boyutları ile ele alınarak, çalışma kapsamında otel işletmeleri üzerinde bir araştırma yapılmıştır.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ VE SINIRLARI

II.1. Araştırmanın Amacı

Otel işletmelerinin değişen çevre koşullarına uyum sağlaması ve müşteri memnuniyeti yaratabilmesi pazarlama anlayışını uygulaması ile olanaklı olabilir. Turizm talebinin dışsal olaylara duyarlılığı ve yoğun rekabet ortamı, pazarlama anlayışı ve pazar yönlü uygulamaları zorunlu hale getirmektedir. Bu nedenle, araştırmanın amacı, otel işletmelerinin pazar yönlü faaliyet gösterip göstermediklerini ve ayrıca, otellerin performansları ile pazar yönlülükleri arasındaki ilişki düzeyini tespit etmek şeklinde belirlenmiştir. Böylece, otellerin ne düzeyde pazar yönlü oldukları ve performansları değerlendirilerek, pazar yönlülüğün otel işletmelerinin performansına etkileri de belirlenmiş olacaktır.

Pazar yönlü otel işletmeleri müşteri üzerine odaklanmakta ve değişen müşteri ihtiyaçlarına daha etkin bir şekilde karşılık verebilmektedirler. İşletmeler, ürünün sadece satışını düşünmekten ziyade, mevcut ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarından hareket ederek plan ve programlarını hazırlamaktadırlar. Pazar yönlü otel işletmeleri sadece müşterilerine ait bilgileri değil; aynı zamanda rakiplerinin faaliyetleri ve bu faaliyetlerin müşteri üzerindeki olası etkilerinin denetlenmesi, yasal düzenlemeler, teknoloji ve çevresel güçler gibi dışsal faktörlerin etkisini de dikkate almaktadırlar.

Dolayısıyla, pazar yönlü faaliyet gösteren otel işletmeleri, hem çevresel faktörlere daha kolay uyum sağlayabilecek, hem de kaliteli hizmet sunarak müşteri ihtiyaçlarına daha etkin bir şekilde karşılık verebilecektir. Bu durum da, otel işletmelerine müşteri tatmini yoluyla kâr elde ederek, uzun vadede varlığını sürdürübilme olanağı sağlayacaktır.

Otel işletmeleri, yıldız sayısına göre belirli kriterlerle birbirinden ayrılmaktadır. Beş yıldızlı oteller, asıl işlevleri müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak olan, bunun yanında yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulunduran; yerleşme durumu, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler taşıyan, en az 200 odalı tesislerdir. Dört yıldızlı oteller ise; asıl işlevleri müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak olan, bunun yanında yeme-içme, eğlenme gibi yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulunduran en az 100 odalı tesislerdir (Kozak, 1999: 306). Beş yıldızlı otellerin, dört yıldızlı otellere göre, daha büyük kapasiteli olmaları, daha fazla tesise (restoran, sağlık tesisi, havuz, disko vs) sahip olmaları nedeniyle çalışan personel sayısının daha fazla olması, departmanlaşmanın bir zorunluluk haline gelmesi ve departman sayısının artması gibi nedenlerle daha profesyonelce yönetilmeleri gerektiği ve buna bağlı olarak da pazarlama faaliyetlerinin daha profesyonelce yürütülmesi gerektiği söylenebilir. Bu nedenle, araştırmanın birinci hipotezi aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

H₁: Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü, otellerin yıldız sayısına göre farklılık göstermektedir.

Otel işletmeleri, yönetim türüne göre kendi aralarında farklılaşabilmektedir. Uluslararası zincir oteller, birden fazla ülkede aynı isimle faaliyet gösteren otellerdir ve uluslararası alanda görünüş, personel, hizmet kalitesi vb. özellikler açısından belirli bir standarda ve ayrı bir imaj ve üne sahip otellerdir. Ulusal zincir oteller ise, ülke içinde aynı isimle faaliyet gösteren otel işletmeleridir. Uluslararası zincir otellerde olduğu gibi, ulusal zincir oteller de ülke içinde belirli bir üne sahiptir. Grup oteller, farklı isimle faaliyet gösteren, ancak bir gruba ait olan otellerdir. Zincir oteller ve grup oteller, kendi yönetiminden ayrı, genel bir merkeze bağlı olarak yönetilmektedir. Bağımsız oteller ise, herhangi bir merkeze bağlı olmadan, bağımsız olarak bir genel müdür tarafından yönetilen işletmelerdir. Zincir ve grup oteller, bağımsız otellere göre, hem yatırım hem de kapasite açısından daha büyüktür. Ayrıca, özellikle zincir otellerin yönetim tarzları çok daha profesyoneldir. Bu nedenle, araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibi kurulmuştur.

H₂: Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü, zincir, grup veya bağımsız bir otel olmalarına göre farklılık göstermektedir.

Otel işletmelerinin pazar yönlü faaliyet göstermeleri, daha değişik bir ifade ile, pazarlarına ilişkin bilgiyi toplayıp, bu bilgiyi bütün işletme bölümlerine iletip, eşgüdümlü bir şekilde müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygun hizmet sunmaları, performanslarını olumlu yönde etkileyebilmektedir. Yapılan birçok araştırmada da, işletmelerin pazar yönlülükleri ile performansları arasında olumlu bir ilişki olduğu bulunmuştur (Jaworski ve Kohli, 1993: 53-70; Narver ve Slater, 1990: 20-35). Otel işletmelerinin pazar yönlü faaliyet göstermelerinin bir sonucu olarak, performanslarının iyileşmesi beklenmektedir. Bu nedenle, araştırmanın son hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₃: Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü ile performansları arasında bir ilişki vardır.

II.2. Araştırmanın Yöntemi

II.2.1. Veri Toplama Yöntemi

İşletmelerde pazar yönlülüğün belirlenmesi için birçok ölçek geliştirilmiştir. Bu konuda Kohli, Jaworski ve Kumar (1993: 467-477) tarafından MARKOR, Slater ve Narver (1994: 46-55) tarafından MKTOR ve Lado, Maydeu-Olivares ve Rivera (1998: 23-39) tarafından MOS ölçekleri geliştirilmiştir. Matsuno, Mentzer ve Rentz (2000: 527-539), Kohli, Jaworski ve Kumar (1993: 467-477) tarafından geliştirilen MARKOR ölçeğine yeni önermeler ekleyerek, ileri düzeyde bir pazar yönlülük ölçeği geliştirme girişiminde bulunmuşlardır.

MARKOR ölçeği 32 önermeden oluşmaktadır. Kohli ve Jaworski'nin (1990: 4-6), tanımladığı pazar yönlülüğün üç boyutu bulunmaktadır. Bunlar; pazar bilgisinin toplanması (BT), bilginin tüm bölümlere yayılması (BY) ve tepkinin-uygun pazarlama karması- oluşturulmasıdır (TO). Matsuno, Mentzer ve Rentz (2000: 527-539), MARKOR ölçeğine 20 önerme daha ekleyerek, 52 önermeden oluşan yeni bir pazar yönlülük ölçeği geliştirmişlerdir. Ölçekte yer alan önermelerin 44 tanesi pazar yönlülüğü ölçerken, 8 tanesi işletmelerin performansını ölçmektedir. Yeni ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin daha yüksek olması (BT=.65, BY=.75, UPK=.81, genel güvenilirlik=.85) nedeniyle, yeni geliştirilen bu ölçekteki önermeler otelcilik sektörüne uyarlanmış ve veri elde etmede kullanılmıştır.

Önermeler otel işletmeciliğine uyarlandıktan sonra, önermelerin açık ve anlaşılır olup olmadığını tespit etmek amacıyla ön test yapılmıştır. Ön test için hazırlanan anket formu, Nevşehir bölgesi dışında faaliyet gösteren ve dört ve beş yıldızlı oteller arasından tesadüfî olarak seçilen 30 otel yöneticisine

elektronik posta yoluyla gönderilmiştir. Nevşehir bölgesinde faaliyet gösteren 13 otel yöneticisi ile yüz yüze görüşülerek ön test gerçekleştirilmiştir. Ön test sonucunda açık ve anlaşılır olmayan önermeler belirlenerek, bazı soruların içeriği değiştirilmiştir.

Son şekli verilen anket, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, otel işletmelerinin pazar yönlülüğünü belirlemeye yönelik üç boyut altında 44 önerme bulunmaktadır. 1.-15. sorular, bilginin toplanması ve 16.-27.sorular, bilginin yayılmasına dönük olup; 28.-44. önermeler, tepkinin (uygun pazarlama karmasının) oluşturulmasına dönüktür. Bu önermelerin ölçeği “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve kesinlikle katılıyorum” şeklindedir.

Anketin ikinci bölümünde, otel yöneticilerinin kendi otellerinin performanslarını değerlendirmelerine ilişkin 8 ifade (anket formunda 45-52. önermeler) bulunmaktadır. Burada otel yöneticilerinden geçen yıl sağladıkları genel başarı, ortalama doluluk oranı, ortalama oda ücreti, net kar, karlılık ve kredi tahsilât oranı gibi hususlarda otellerini değerlendirmeleri istenmiştir. Söz konusu sübjektif performans önermelerinin ölçeği, “çok kötü”, “kötü”, “orta”, “iyi” ve “çok iyi” olarak belirlenmiştir.

Anketin üçüncü bölümü, otel işletmelerinin özelliklerini tespiti ilişkindir. Bu sorularla, otel işletmelerinin yıldızı, faaliyet süresi, yönetim şekli, doluluk oranı, oda sayısı, yatak sayısı gibi özellikleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

II.2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Hotel Guide 2001 ve 2002 kitapları ile www.hotelguide.com.tr adresinde yer alan ve elektronik posta adresleri bulunan tüm dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Geliştirilen anket, söz konusu otellerin genel müdürlerine elektronik posta ile 2003 yılı Mart-Mayıs aylarında gönderilmiştir.

Anket formları toplam 437 otel işletmesine gönderilmiştir. Yanıt alınamayan otellere birer hafta arayla iki kez daha gönderilmiştir. Böylece, üç dalga sonunda 123 otelden yanıt alınabilmiş ve geri dönüş oranı %28 olarak gerçekleşmiştir. (Tablo-1)

Tablo-1: Araştırma Kapsamına Alınan Otel Sayıları ve Geri Dönüş Oranları

Yıldızı	Kapsama Alınan Otel	Yanıt Alınan Otel	Geri Dönüş Oranı (%)
Dört	249	67	26
Beş	188	56	29
Toplam	437	123	28

II.2.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Geliştirilen ilk anketin ön test çalışmaları yapıldıktan sonra, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Bu analiz sonucunda, düşük korelasyon gösteren, açık ve anlaşılır olmayan önermelerin ifade şekli değiştirilmiş ve yapılan nihai uygulamada anketin daha anlaşılır olduğu görülmüştür. Anket uygulaması yapıldıktan sonra, pazar yönlülük ölçeğinin yeniden güvenilirlik analizi yapılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Boyut	Cronbach Alpha Katsayısı (α)
Bilginin Toplanması	0.7278
Bilginin Yayılması	0.8234
Tepkinin Oluşturulması	0.8207
Pazar Yönlülük (Genel Güvenilirlik)	0.9087

Veri setine faktör analizi uygulanmamıştır. Bunun nedeni, araştırmanın pazar yönlülüğe ilişkin bir ölçek geliştirme amacı taşımasıdır. Mevcut bir ölçeğin uygulaması yapılmıştır. Anketin geçerliliği için ise her bir alt ölçeğin toplam puanlarının birbiriyle olan korelasyona bakılmıştır. Korelasyon katsayılarının pozitif ve .40 ile .60 arasında olması gerekmektedir. Test sonucunda her bir alt ölçeğin birbiriyle pozitif ve yukarıda belirtilen aralıkta korelasyon gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Otelin performanslarının değerlendirildiği ölçeğin güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.8032$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin pazar yönlülüğünü ölçmek için gönderilen anketin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

II.2.4. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında tasnif ve analiz edilmiştir. Veriler betimleyici istatistiklerin (frekans, oran, ortalama) yanı sıra, otel işletmelerinin pazar yönlülükleri ve performansları arasındaki ilişkileri görebilmek için Korelasyon Analizinden yararlanılmıştır. Otel işletmelerinin

ölçekte yer alan sorulara verdikleri yanıtlar birer puan olarak düşünülmüş ve işletmelerin yıldızı ve yönetim şekli ile toplam puanlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı t-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile test edilmiştir.

II.3. Sınırlamalar

Araştırmanın kapsamı, pazar yönlülük ile ilgilidir. Dolayısıyla, alan araştırmasında otellerin pazar yönlülükleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Türkiye’de faaliyet gösteren ve elektronik posta adresi bulunan dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaya yalnızca dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin alınmasının nedeni, bir, iki ve üç yıldızlı otellere kıyasla daha profesyonelce yönetildikleri ve pazarlama anlayışını daha iyi uyguladıkları varsayımdır.

III. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

III.1. Otel İşletmeleri İle İlgili Bilgiler

Araştırmaya katılan otellere ilişkin bilgiler Tablo-2’de yer almaktadır. Buna göre, araştırmaya katılan otellerin %55’i dört ve %45’i beş yıldızlıdır. %75’i, 6-10 yıl arası faaliyet gösteren işletmelerdir.

Tablo-2’ye göre, araştırmaya en fazla katılımın bağımsız otel işletmelerinden (%55) olduğu görülmektedir. Zincir otellerin katılımı %28’dir. Araştırmaya katılan otellerin %70’e yakınının tüm yıl açık kaldığı ve %60’ının resort otel olduğu anlaşılmaktadır. Anketi yanıtlayanların %37’si genel müdür, %7’si genel müdür yardımcısı ve %31’i satış/pazarlama müdürü olup; bu üç yöneticinin oranı %75’dir. Bu durum, verilerin doğruluğunu destekler niteliktedir.

Araştırmaya katılan otellerin %50’si 101 ile 300 arasında odaya sahip olup; ortalama oda sayısı 222 olarak hesaplanmaktadır. Yatak sayısı bakımından tesislerin %50’si 201-600 arası yatağa sahip olup; ortalama yatak sayısı 484 olarak belirlenmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemde otellerde ortalama %70 doluluğun gerçekleştiği hesaplanmaktadır. Şehir otellerinin ortalama doluluk oranı % 64 ve resort otellerin %75’dir.

**Tablo-2: Otel İşletmelerinin Bazı Özelliklerinin Frekans ve
Yüzde Olarak İfadesi (n: 123)**

	Frekans	Yüzde (%)
Otel İşletmelerinin Yıldızı		
Dört	67	55
Beş	56	45
Otel İşletmelerinin Faaliyet Süresi		
1-5	14	11
6-10	51	42
11-15	41	33
16-20	16	13
26-30	1	1
Otel İşletmelerinin Yönetim Durumu		
Uluslararası Zincir	34	28
Grup	21	17
Bağımsız	68	55
Otel İşletmelerinin Açık Tutulduğu Süre		
Bütün Yıl	85	69
Turizm Sezonunda	38	31
Otel İşletmelerinin Türü		
Şehir	48	39
Resort (Sayfiye)	75	61
Anketi yanıtlayan Yöneticinin Unvanı		
Genel Müdür	46	37
Genel Müdür Yardımcısı	9	7
Satış/ Pazarlama Müdürü	38	31
Ön Büro Müdürü	28	23
Odalar Bölümü Müdürü	2	2

III.2. Otellerin Pazar Yönlülüklerine İlişkin Bulgular

Daha önce de değinildiği gibi, bu çalışmada pazar yönlülük, Matsuno, Mentzer ve Rentz (2000: 527-539) tarafından geliştirilen yeni MARKOR ölçeğindeki üç boyut dikkate alınmıştır. Dolayısıyla değerlendirmeler de (1) bilginin toplanması, (2) bilginin yayılması ve (3) tepkinin (uygun pazarlama karması) oluşturulması boyutları ile yapılacaktır.

Tablo-3: Bilginin Toplanması İlişkin Verilerin Dağılımı (n: 123)

	BİLGİNİN TOPLANMASI	Kesinlikle Katılıyorum + Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum + Kesinlikle Katılıyorum		Ort. ¹	Std. Sap.
		f	% ²	f	% ²	f	% ²		
1	Misafirlerimizin gelecekte ihtiyaç duyabileceği hizmetleri tespit etmek için onlardan bilgi alırsınız.	17	14	6	5	100	81	4,07	1,05
2	Oteldeki misafirlerle doğrudan teması olan çalışanlar, misafirlerimize daha iyi nasıl hizmet edilebileceğini öğrenmek için mümkün olduğunca misafirlerle iletişim kurarlar.	6	5	2	2	115	93	4,37	0,81
3	Pazar araştırmalarının çoğunu otelde konaklayan misafirler üzerinde yaparsınız.	52	42	14	11	57	47	3,09	1,06
4	Otel olarak müşterilerimizin beklenti ve tercihlerindeki değişimi tespit etmekte geç kalıyoruz. (T)	1	1	1	1	121	98	4,48	0,56
5	Otelimizde sunulan hizmetin kalitesini değerlendirmek için misafirlerimizle sürekli görüşürüz.	26	21	2	2	95	77	3,97	1,21
6	Otelimizde, müşterilerimizin tercihlerini ve satın alma kararlarını etkileyen seyahat acentası ve tur operatörü gibi aracı işletmelerle sürekli görüşürüz veya onları inceleriz.	0	0	1	1	122	99	4,54	0,52
7	Otelimizde gayriresmi yöntemlerle turizm sektörü ile ilgili bilgi toplarsınız (örneğin; rakip işletme yöneticileri ile yemek yemek, sivil toplum örgütü başkanları - TÜRSAB, TUROB vb. - ile sohbet etmek).	10	8	2	2	111	90	4,15	0,92
8	Rakip oteller hakkında, otelin farklı bölümleri birbirinden bağımsız olarak ve ayrı şekilde bilgi toplarsınız. (T)	17	14	16	13	90	73	3,66	0,89
9	Otelimizde turizm sektöründeki ve turist talebindeki ana eğilimler ile köklü değişimleri tespit etmekte geç kalıyoruz.	1	1	3	2	119	97	4,44	0,59
10	Otelimizde, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik, politik, hukuki gibi alanlardaki değişime ve gelişmelerin müşteriler üzerindeki olası etkilerini düzenli olarak gözden geçiririz.	9	7	1	1	113	92	4,19	0,78
11	Otelimizde, ülkenin makro ekonomisi ile ilgili verileri (GSMH, faiz oranları, büyüme oranı, enflasyon oranı, döviz kurları gibi) düzenli olarak toplarsınız ve değerlendiririz.	15	12	6	5	102	83	3,97	0,90
12	Turizm sektörü ile ilgili bilgi toplamak ve değerlendirmek için Turizm Bakanlığı, İl Turizm Müdürlükleri, TÜRSAB gibi resmi turizm kurumları ile TBMM İl Emniyet Müdürlüğü, Valilik ve Belediye gibi diğer kurumlarla sürekli temas halindeyiz.	11	9	7	6	105	85	3,98	0,86
13	Otelimizi etkileyebilecek genel sosyal eğilimlerle (örneğin; çevre bilinci, yaşam tarzı vb.) ilgili bilgi toplarsınız ve değerlendiririz.	13	11	21	17	89	72	3,81	0,90
14	Otelimizde, mal ve hizmet satın aldığımız tedarikçilerin işlerinin boyutları ve ayrıntılarını daha fazla öğrenebilmek için onlarla görüşürüz.	4	3	2	2	117	95	4,33	0,71
15	Otelimizde rakip otellerle ilgili bilgi toplama işi birkaç kişi tarafından yapılır. (T)	22	18	19	15	82	67	3,68	1,10

1. Ölçek: 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum
2. Cevap vermeyenlerin çıkarıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzde
3. (T) Bu önermeler olumsuz olduğu için ters kodlanmıştır.
4. Güvenilirlik katsayısı $\alpha = .7278$
5. Genel ortalama=4,04 ve Std. Sapma= 0,4

Tablo 3’de pazar bilgisinin toplanmasına yönelik önermelere ilişkin veriler yer almaktadır. Pazar bilgisinin toplanmasına yönelik önermelere katılma düzeyleri ortalamasının 3,09 ile 4,48 arasında değiştiği görülmektedir. Bilginin toplanması boyutunda yer alan önermelerin genel ortalaması 4,04 ve standart sapması 0,40’dır. Bu durum, otel yöneticilerinin müşterilerin mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaç ve istekleri, rakipler, ülkenin ekonomik koşulları, müşterilerin satın alma kararını etkileyebilen aracı kurumlar ve genel sosyal eğilimler, turizm sektörü ile işletmelerini etkileyebilecek makro ve mikro faktörler ile ilgili bilgileri toplama ve çevresel faktörlerdeki değişme ve gelişmeleri takip etme konusunda güçlü bir eğilim içinde olduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 4’de, otel yöneticilerinin elde edilen pazar bilgisinin yayılmasına yönelik önermelere katılma düzeyleri yer almaktadır. Tabloda dikkat çeken husus, gayri resmi sohbetlerde rakipler üzerinde fazla konuşulmadığıdır. Bu durum hariç bırakılırsa, bilginin yayılması ile ilgili önermelerin ortalaması, 3,97 ile 4,63 arasında değişmektedir.

Bilginin yayılması boyutunda yer alan önermelerin genel ortalaması 4,23 ve standart sapması 0,41’dir. Otel işletmeleri pazardaki eğilim ve gelişmeleri, müşteri ve devlete karşı yasal yükümlülükleri değerlendirmek için düzenli toplantılar yapmaktadırlar. Misafirler, müşteriler, rakipler ve diğer konulara ilişkin toplanan bilgiler ilgili tüm bölümlere iletilmekte ve tüm işletme bölümlerinin gelişme ve değişmelerden haberi olmaktadır. Bu durum, otel yöneticilerinin bilginin periyodik resmi toplantılar yoluyla paylaşılması, tüm departmanlara iletilmesi ve eşgüdüm konularına önem verildiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo-4: Bilginin Yayılmasına İlişkin Verilerin Dağılımı

	BİLGİNİN YAYILMASI	Kesinlikle Katılmıyorum + Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum + Kesinlikle Katılıyorum		Ort. ¹	Std. Sap.
		f	% ²	f	% ²	f	% ²		
16	Otelimizdeki gayriresmi sohbetlerin konusunu çoğu zaman rakiplerimizin taktik ve stratejileri oluşturur.	53	43	23	19	47	37	2,87	1,02
17	Otelimizde pazardaki eğilim ve gelişmeleri değerlendirmek için ayda en az bir kez tüm departman yöneticilerinin katıldığı toplantılar yaparız.	1	1	0	0	122	99	4,63	0,53
18	Otelin satış-pazarlama departmanı çalışanları, misafirlerimizin gelecekte ihtiyaç duyabileceği hizmetlerle ilgili olarak, diğer departmanlarla bilgi alışverişinde bulunurlar.	1	1	1	1	121	98	4,61	0,55
19	Otelimizde misafirlerle ilgili bilgi içeren dokümanlar (örneğin; raporlar, mektuplar vb.) düzenli olarak tüm bölümlere dağıtılır.	2	2	1	1	120	97	4,58	0,60
20	Önemli bir müşterimizde (Örn; bir şirket) veya pazarımızda (örn; Alman pazarı, Rus pazarı vb.) önemli bir gelişme yaşandığında bundan tüm otel departmanlarının anında haberi olur.	6	5	3	2	114	93	4,36	0,76
21	Otelimizde, müşteri memnuniyetine ilişkin veriler ve bilgiler, tüm departmanlara düzenli olarak dağıtılır.	4	4	2	2	117	94	4,49	0,76
22	Otelin satış-pazarlama departmanı ile diğer departmanlar arasında pazardaki gelişme ve eğilimler hakkında çok az bilgi alışverişi vardır.(T)	0	0	1	1	122	99	4,48	0,52
23	Otelin herhangi bir departmanı, rakip oteller hakkında bir bilgi edindiğinde, bunu diğer departmanlara iletmede yavaş davranır.(T)	0	0	7	6	116	94	4,32	0,58
24	Otelimizde, pazar eğilim ve gelişmelerini (bir ülke pazarı, misafirler, rakipler, tedarikçiler) değerlendirmek için düzenli olarak sık sık toplantılar yaparız.	6	5	1	1	116	94	4,33	0,73
25	Otelimizde, personel, devlet ve müşterilerimize karşı yasal yükümlülüklerimizle ilgili bilgilerimizi güncelleştirmek için, tüm departman yöneticilerinin katıldığı toplantılar yaparız.	4	3	4	3	115	94	4,24	0,71
26	Otelimizdeki teknik servis ve bilgi işlem departmanı çalışanları yeni teknolojik gelişme ve uygulamaları diğer departmanların çalışanlarına iletmek için yeterince zaman ve emek harcarlar.	11	9	10	8	102	83	3,97	0,85
27	Müşterilerimiz ve pazarlarımız ile ilgili bilgiler, otel içinde ilgili departmanlara hızlı şekilde iletilir.	4	3	1	1	118	96	4,47	0,72

1. Ölçek: 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum
2. Cevap vermeyenlerin çıkarıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzde
3. (T) Bu önermeler olumsuz olduğu için ters kodlanmıştır.
4. Güvenilirlik katsayısı $\alpha = .8234$
5. Genel ortalama=4,23 ve Std. Sapma= 0,41

Tablo-5: Tepkinin Oluşturulmasına İlişkin Verilerin Dağılımı

	UYGUN PAZARLAMA KARMASININ OLUŞTURULMASI	Kesinlikle Katılmıyorum +		Kararsızım		Katılıyorum +		Ort. ¹	Std. Sap.
		Katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum			
		f	% ²	f	% ²	f	% ²		
28	Rakip otellerin fiyat değişikliklerine nasıl karşılık vereceğimize karar vermek, çok uzun zaman almaktadır.(T)	0	0	3	2	120	98	4,48	0,55
29	Farklı müşterilerimiz ve pazarlarımızın farklı ihtiyaç ve istekleri, otelimizde yeni mal ve hizmet geliştirme çabalarını yönlendirmekte ve teşvik etmektedir.	4	4	3	2	116	94	4,37	0,76
30	Otelimizde, çeşitli nedenlerle, müşterilerimizin ihtiyaçlarındaki değişimleri göz ardı etme eğilimi vardır. (T)	0	0	3	2	120	97	4,58	0,54
31	Otelimizde, yeni hizmet geliştirme faaliyetlerini, müşterilerimizin istek ve beklentilerine uygun olabilmeleri için düzenli aralıklarla gözden geçiririz.	3	3	5	4	115	93	4,36	0,75
32	Otelimizde bir sonraki yılın bütçesi müşteri ihtiyaç ve beklentilerinden ziyade, bir sonraki yılda hedeflenen doluluk oranı ile uygulanması düşünülen fiyatlar dikkate alınarak hesaplanır.	14	12	20	16	89	72	3,80	0,93
33	Otelimizde, turizm sektörü ve pazardaki değişme ve gelişmelere ayak uydurabilmek amacıyla planlar hazırlamak üzere tüm departmanların katıldığı toplantılar yaparız.	12	9	8	7	103	83	4,09	0,98
34	Otelde, sunduğumuz hizmet çeşitleri, kalitesi ve fiyatları müşterilerimizin veya pazarımızın ihtiyaçlarından ziyade, yönetim kararlarında etkin olan kişi ve gruplara göre belirlenir	1	1	4	3	118	96	4,50	0,61
35	Otelimizde, mal ve hizmet satın aldığımız işletmelerden daha iyi olduğunu düşündüğümüz yeni işletmelerle anlaşma yapmakta yavaş hareket edilmektedir.(T)	3	2	7	6	113	92	4,28	0,68
36	Önemli rakiplerimizden biri, müşterilerimizi hedef alan bir satış kampanyası başlarsa, biz de hemen karşılık veririz.	30	24	10	8	83	63	3,59	1,09
37	Otelimizde, farklı departmanların faaliyetleri arasında çok iyi eşgüdüm sağlanmaktadır.	7	6	5	4	111	91	4,32	0,89
38	Otelimizde, misafir şikayetlerine gereken önem verilmemektedir. (T)	1	1	1	1	121	98	4,71	0,52
39	Otelde, çok iyi bir pazarlama planı hazırlansa bile, büyük olasılıkla planı zamanında uygulamayız. (T)	0	0	5	4	118	96	4,49	0,58
40	Rakip oteller fiyatlarını değiştirdiklerinde, biz de fiyatlarımızı hemen değiştiririz.	17	14	8	7	98	80	3,86	1,05
41	Otelimizde, misafirlerimizin hizmet kalitesinden memnun olmadıklarını öğrendiğimizde veya tespit ettiğimizde, hemen düzeltici tedbirler alırız.	4	4	0	0	119	97	4,56	0,74
42	Otelimizde, misafirlerimiz hizmetlerimizle ilgili ufak değişiklikler yapmamızı istediğinde, ilgili departmanlar bunu yapmak için yoğun çaba gösterirler.	5	4	3	2	115	94	4,26	0,77
43	Eğer toplumun bir kesimi (örn; TEMA, Greenpeace gibi), otelimizin olumsuz ve zararlı faaliyetlerde bulunduğunu iddia ederse, eleştiriye hemen yanıt veririz.	14	12	23	19	86	70	3,88	1,01
44	Otelimizde, yeni hukuki düzenlemelere, rakip otellerden daha geç uyum sağlanmaktadır.(T)	0	0	10	8	113	93	4,33	0,62

1. **Ölçek:** 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum
2. Cevap vermeyenlerin çıkarıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzde
3. (T) Bu önermeler olumsuz olduğu için ters kodlanmıştır.
4. Güvenilirlik katsayısı $\alpha = ,8207$
5. Genel ortalama=4,26 ve Std. Sapma= 0,40

Pazar yönlülüğün üçüncü boyutu, tepkinin oluşturulmasıdır. Bu durum, uygulamada uygun pazarlama karmasının oluşturulması ya da mevcut pazarlama karmasının uyarlanması şeklinde karşımıza çıkabildiği gibi; makro ve mikro çevre faktörlerinde ortaya çıkan herhangi bir gelişmeye tepki verilmesine ilişkin bir karar olarak da çıkabilmektedir. Örneğin; rakiplerin fiyat değişiklikleri karşısında alınacak karar, rakiplere, dolayısıyla pazarlama ortamına verilen bir tepkiyi oluşturur. Otel yöneticilerinin tepkinin oluşturulmasına yönelik ifadeler katılma düzeyleri Tablo 5’de yer almaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere, yöneticilerin önermelere katılma düzeylerinin ortalaması 3,80 ile 4,71 arasında değişmektedir. Söz konusu ifadelerin genel ortalaması 4,26 ve standart sapması 0,40’dır.

Otel yöneticileri, toplanan ve tüm işletme bölümlerine ilişkin bilgiye yönelik yeni mal ve hizmet tasarlarken müşterilerin mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaç ve isteklerini önemsemektedirler. Fiyatlandırmada müşteriler, rakipler ve makro ekonomik faktörleri dikkate almaktadırlar. Ayrıca planlarını, sundukları hizmet çeşitlerini ve kalitesini müşteri beklentileri, ihtiyaç ve isteklerini dikkate alarak hazırlamakta ve müşteri tatminine önem vermektedirler.

Tablo-6: Otel İşletmelerinin Performanslarına İlişkin Verilen Dağılımı

		Çok kötü +		Orta		İyi +		Ort. ¹	Std. Sap.
		Kötü				Çok iyi			
		f	% ²	f	% ²	f	% ²		
45	Otelimizin geçen yıl sağladığı genel başarı	5	5	24	20	92	76	3,93	0,82
46	Otelimizin geçen yıl sağladığı ortalama doluluk oranı	3	3	36	29	84	68	3,77	0,71
47	Otelimizin geçen yıl uyguladığı ortalama oda ücreti	1	1	37	31	82	69	3,70	0,53
48	Otelimizin geçen yıl sağladığı satış hasılatı	4	3	21	18	95	79	3,90	0,67
49	Otelimizin geçen yıl sağladığı yeni pazarlardaki satış oranı	6	5	30	25	83	70	3,80	0,75
50	Otelimizin geçen yıl sağladığı net kâr	7	6	18	15	93	79	3,79	0,71
51	Otelimizin geçen yıl sağladığı kârlılığı (net kar/ sermaye)	7	6	26	23	83	71	3,68	0,71
52	Otelimizin geçen yıl sağladığı kredi tahsilat oranı	0	0	16	14	100	86	4,09	0,60

1. Ölçek: 1= Çok kötü, 2= Kötü, 3= Orta, 4= İyi, 5= Çok iyi
2. Cevap vermeyenlerin çıkarıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzde
3. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı $\alpha = .8032$
4. Ölçeğin genel ortalaması 4,30 ve standart sapması 0,48

Tablo 6’da otel yöneticilerinin subjektif performans değerlendirmelerine ilişkin veriler yer almaktadır. Otel yöneticilerinin subjektif performans değerlendirmelerinin ortalamaları 3,68 ile 4,09 arasında değişmektedir. Bu durum, otel yöneticilerinin 2002 yılından genel olarak memnun oldukları şeklinde yorumlanabilir. Ancak, karlılığa ilişkin ifade en düşük ortalamaya sahip olup; bu konuda bir sorun olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, 2001 yılı ekonomik krizi sonrasında işletmelerin karlılığının azalma eğilimi ile açıklanabilir.

Otel işletmelerinin pazar yönlülüklerinin otellerin yıldızları ve yönetim tarzlarına göre farklı olduğu ve pazar yönlülükleri ile performansları arasında bir ilişki bulunduğu test edilmiştir. “Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü yıldız sayısına göre farklılık göstermektedir” şeklindeki ilk hipotezimiz, t-testi ile test edilmiştir. Tablo 7’ye göre, otel işletmelerinin pazar yönlülükleri yıldız sayısına göre farklılık göstermektedir (p: 0.053 değerinin yuvarlandığında 0.05’e dönüşeceği varsayılmıştır). Bu farklılık beş yıldızlı oteller lehinedir. Bir başka ifade ile beş yıldızlı oteller dört yıldızlı otellere göre daha fazla pazar yönlüdür. Bunun nedeni, beş yıldızlı otellerde departmanlaşmanın daha iyi ve daha formel olması, profesyonel yönetim anlayışına sahip olmaları, uzman pazarlama çalışanları istihdam etmeleri, bu nedenle de pazarlama faaliyetlerini daha iyi yerine getirmeleridir.

Pazar yönlülüğün boyutları dikkate alındığında, sadece bilginin yayılması konusunda bir farklılık görülmektedir. Bu durumda, beş yıldızlı otel işletmeleri, toplanan bilginin hem resmi toplantılar, hem de raporlar yoluyla işletme içindeki tüm bölümlere yayılmasına daha önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo-7: Yıldız Sayısına Göre Otel İşletmelerinin Pazar Yönlülüklerine İlişkin t-testi Sonuçları

	Beş Yıldız (n=56)		Dört Yıldız (n=67)		t- değeri	s.d.	Anlamlılık Düzeyi (p)
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma			
Bilginin Toplanması	4,12	0,44	3,98	0,35	- 1,917	121	0,063
Bilginin Yayılması	4,36	0,47	4,20	0,33	- 2,028	121	0,045*
Tepkinin Oluşturulması	4,32	0,49	4,21	0,30	- 1,445	121	0,152
Pazar Yönlülük	4,26	0,42	4,13	0,28	- 1,960	121	0,053

1. $\alpha=0,005$; **: $p<0,01$, *: $p<0,05$

2. Ölçek: 1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum

“Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü, zincir, grup veya bağımsız bir otel olmalarına göre farklılık göstermektedir” şeklindeki ikinci hipotez için ANOVA uygulanmıştır. Tablo 8’de görüldüğü üzere, otel işletmelerinin zincir, grup veya bağımsız bir otel olmaları ile pazar yönlülükleri arasında $\alpha= 0,05$ düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur ($F= 5,347$, $p: 0.006$). Buna göre, otellerin pazar yönlülükleri yönetim türüne göre farklılık göstermektedir.

Tablo-8: Zincir, Grup veya Bağımsız Olmalarına Göre Otel İşletmelerinin Pazar Yönlülüklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

	Zincir (n=34)		Grup (n=21)		Bağımsız (n=68)		F değeri	Anlam Düzeyi (p)
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma		
Bilginin Toplanması	4,15	0,36	4,16	0,47	3,97	0,36	3,316 (B)	0,040*
Bilginin Yayılması	4,40	0,34	4,32	0,48	4,20	0,40	2,844	0,062
Tepkinin Oluşturulması	4,43	0,31	4,35	0,37	4,15	0,43	6,661 (B)	0,002**
Pazar Yönlülük	4,32	0,29	4,28	0,39	4,10	0,35	5,347 (B)	0,006**

1. $\alpha=0,005$; **: $p<0,01$, *: $p<0,05$
2. Ölçek: 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3= Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum
3. A: Zincir Grup, B: Zincir Bağımsız ve C: Grup- Bağımsız otel çiftleri arasındaki anlamlı farkı göstermektedir.

Pazar yönlü olma bakımından ortaya çıkan farklılığın hangi oteller arasında olduğunu anlamak için Scheffe karşılaştırma testi uygulanmıştır. Bu farklılık, zincir oteller ile bağımsız oteller arasında olup; zincir oteller lehinedir. Bunun nedenleri arasında; zincirlerde otellerin bağlı olduğu ayrı bir merkezi yönetim bölümünün olması, faaliyetler üzerinde merkezin etkili olması, zincir otellerin gerek bünyelerinde gerekse merkezlerinde daha uzman kişiler istihdam etmeleri, müşterilerle doğrudan iletişim kurabildikleri rezervasyon ağlarına sahip olmaları, merkezde ayrı bir satış ve pazarlama bölümlerinin olması sayılabilir. Zincir otel işletmelerinde yönetim anlayışı, bağımsız otellere göre daha profesyoneldir ve pazarlama dâhil bütün faaliyetler uzman kişiler tarafından yürütülmektedir. Bu nedenlerle; bağımsız otellere göre, zincir otel işletmelerinin daha fazla pazar yönlü faaliyet gösterebilmektedirler.

Pazar yönlülüğün boyutları dikkate alındığında; pazar bilgisinin toplanması ve tepkinin oluşturulması konularında da zincir otel işletmeleri ile bağımsız otel işletmeleri arasında da bir fark görülmektedir. Zincir otel yöneticileri başta müşterileri olmak üzere işletmelerini etkileyebilecek rakipler, aracı işletmeler, sivil toplum örgütleri, resmi kurumlar, ülke ekonomisi gibi konularda bilginin toplanmasına, bu bilginin işletme içinde tüm departmanlara

iletilmesine önem vermektedir. Ayrıca, pazarlama karması oluştururken, bilgiyi dikkate almaktadırlar. Bu durum ayrıca, zincir otellerin daha fazla pazar yönlü faaliyet gösterdiğini açıklamaktadır.

“Otel işletmelerinin pazar yönlülüğü ile performansları arasında ilişki vardır” şeklindeki son hipotez, Korelasyon Analizi ile test edilmiştir. Tablo-9, pazar yönlülüğün boyutları ile otel işletmelerinin performansları arasındaki korelasyon düzeylerini göstermektedir. Buna göre, otellerin performansları ile pazar yönlülükleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla, pazar yönlü bir otelin performansının da yüksek olması beklenebilir.

Tablo 9’ dan da görüldüğü üzere, otel işletmelerinin pazar yönlü faaliyet göstermeleri ile performansları arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Daha açık bir anlatımla otel işletmelerin pazar yönlü faaliyet göstermeleri, diğer bir deyişle, pazar ve çevresine ilişkin bilgiyi toplayıp, bu bilgiyi bütün işletme bölümlerine iletip, eşgüdümlü bir şekilde müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygun hizmetler sunmaları performanslarını olumlu yönde etkilemektedir. İşletmelerin pazar yönlü faaliyet göstermelerinin bir sonucu olarak işletme performansının iyileşmesi beklenmektedir (Jaworski ve Kohli, 1993: 57). Araştırmada elde edilen pazar yönlülük ve işletme performansına ilişkin sonuçlar bu sonucu destekler niteliktedir.

Tablo-9: Otel İşletmelerinin Pazar Yönlülükleri ve Performansları Arasındaki Korelasyon Testi Sonuçları

		Bilginin Toplanması	Bilginin yayılması	Tepkinin oluşturulması	PAZAR YÖNLÜLÜK
Bilginin Yayılması	Pearson korelasyonu	.765**			
	Anlamlılık (çift yönlü)	,000			
	N	123			
Tepkinin Oluşturulması	Pearson korelasyonu	.596**	.743**		
	Anlamlılık (çift yönlü)	,000	,000		
	N	123	123		
PAZAR YÖNLÜLÜK	Pearson korelasyonu	.874**	.921**	.887**	
	Anlamlılık (çift yönlü)	,000	,000	,000	
	N	123	123	123	
PERFORMANS	Pearson korelasyonu	.219*	.257**	.341**	.308**
	Anlamlılık (çift yönlü)	,019	,006	,000	,001
	N	115	115	115	115

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (çok önemli bir ilişki vardır).

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (önemli bir ilişki vardır).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırma, Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin belli bir düzeyde pazar yönlü olarak faaliyet gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Buna göre; otel işletmelerinin müşterileri ve kendilerini etkileyebilecek bilgiyi toplayarak, çevrelerindeki değişimi takip ettikleri, müşteri ihtiyaç ve isteklerini dikkate aldıkları, bilgiyi işletme içindeki tüm bölümlere ileterek, işletme içindeki eşgüdümü sağladıkları ve bunun sonucunda da müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygun hizmet sundukları söylenebilir.

Otel işletmelerinin pazar yönlülüklerini belirlemeye yönelik ölçekte, pazar yönlülüğün boyutları olan pazar bilgisinin toplanması, bilginin işletme içine yayılması ve tepkinin oluşturulmasına yönelik ifadeler yer almaktadır. Otel yöneticileri, müşterilerin mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaç ve isteklerini, rakipleri, ülkeye ait makro ekonomik faktörleri, müşterilerin satın alma kararını etkileyebilen aracı kurumları, sosyal eğilimleri, turizm sektörü ile kendilerini etkileyebilecek tüm çevresel faktörler ile ilgili bilgileri toplama, değişme ve gelişmeleri takip etme eğilimindedirler.

Pazar yönlülüğün ikinci boyutu olan, bilginin yayılması konusunda otel yöneticileri, pazardaki eğilim ve gelişmeleri, müşteri ve devlete karşı yasal yükümlülükleri değerlendirmek için düzenli toplantılar yapmaktadırlar. Misafirler, müşteriler, rakipler ve benzeri diğer konulara ilişkin toplanan bilgiler, ilgili tüm bölümlere iletilmekte ve tüm işletme bölümlerinin gelişme ve değişmelerden haberdar olması sağlanmaktadır. Bu durumda, otel yöneticilerinin bilginin periyodik resmi toplantılar yoluyla paylaşılması, tüm departmanlara iletilmesi ve eşgüdüm konularına önem verdiği söylenebilir.

Pazar yönlülüğün üçüncü boyutu olan tepkinin oluşturulması konusunda otel yöneticileri, toplanan ve tüm işletme bölümlerine iletilen bilgiye yönelik yeni mal ve hizmet tasarlarken müşterilerin mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaç ve isteklerini önemsemekte, fiyatlandırmada müşteriler, rakipler ve makro ekonomik faktörleri dikkate almaktadırlar. Planlarını, sundukları hizmet çeşitlerini ve kalitesini müşteri ihtiyaç ve isteklerini dikkate alarak hazırlamakta ve müşteri tatminine önem vermektelerdir. Bu durum, otel işletmelerinin pazarlama karmasını geliştirirken pazarlarını dikkate aldıklarına işaret etmektedir.

Araştırmada, yönetim türüne ve yıldız sayısına göre otel işletmelerinin pazar yönlülüklerinin anlamlı bir farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Zincir oteller, bağımsız otellere göre; beş yıldızlı oteller dört yıldızlı otellere göre daha fazla pazar yönlüdür. Bunda, söz konusu otellerde departmanlaşmanın daha iyi

ve formel olması, uzman pazarlama çalışanları istihdam etmeleri ve daha profesyonel yönetim anlayışına sahip olduklarının etkili olduğu düşünülmektedir.

Otel işletmelerinin pazar yönlülükleri ile performansları arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; otel işletmelerinin pazar yönlü faaliyet göstermelerinin, performanslarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Yapılan analizlere istinaden, özellikle dört yıldızlı ve bağımsız otellerde pazar yönlü uygulamalara daha fazla önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yapılan gecelemlerin yaklaşık %25'inin dört yıldızlı otellerde gerçekleştiği dikkate alınır, Türk turizmi açısından konunun önemi anlaşılacaktır.

Otellerde pazar yönlü faaliyet gösterme, başarıyı, rastlantılar yerine olağan hale getirebilmenin bir yoludur. Pazar yönlü bir otel işletmesi, başta mevcut ve potansiyel müşterileri, aracı işletmeler ve rakipler olmak üzere faaliyetlerini etkileyen tüm mikro ve makro çevre faktörlerine ilişkin bilgilerin sürekli olarak toplanmasına önem verecektir. Toplanan bilgiler, analiz edilerek otelin ilgili bölümleri arasında paylaşılacaktır. Böylece, elde edilen bilgiler doğrultusunda hâlihazırda sunulmakta olan hizmetlerde veya mevcut pazarlama karmasında bir değişiklik yapılabileceği gibi, yeni geliştirilecek hizmetlerde ya da pazarlama karmalarında elde edilen bilgiler kullanışlı hale getirilmiş olacaktır. Bu durum, doluluk oranlarının yükselmesi, satış gelirlerinin artması ve karlılıklarının yükselmesi gibi otellerin performanslarına yansıtılabilecektir.

Araştırma, yalnızca dört ve beş yıldızlı otel işletmelerini kapsamıştır. Araştırma bir, iki ve üç yıldızlı otel işletmeleri üzerine yapılabileceği genişletilebilir. Bununla birlikte; otellerin performanslarını ölçen subjektif ölçüler yerine, gerçek performans verilerinin elde edilerek, beşer yıllık dönemlerle karşılaştırılmasında fayda vardır. Ayrıca, Türkiye ile benzer özelliklere sahip ülkelerdeki otel işletmelerine uygulanıp karşılaştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

Deshpandè, R., J.U. Farley and F.E. Webster (1993) "Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis", **Journal of Marketing**, 57, 23-27.

Ekin Yazım Merkezi (2001) **Hotel Guide 2001**, İstanbul.

Ekin Yazım Merkezi (2002) **Hotel Guide 2002**, İstanbul

Hunt, S.D. and R.M. Morgan (1995) "The Comparative Advantage Theory of Competition", **Journal of Marketing**, 59, 1-15.

- Jaworski, B.J. and A.K. Kohli (1993) "Market Orientation: Antecedents and Consequences", **Journal of Marketing**, 57, 53-70.
- Karahan, K. ve İ. Varinli (2002) "Pazar Yönlülük ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama", **Pazarlama Dünyası**, 16(01), 4-11.
- Kohli, A.K. and B.J. Jaworski (1990) "Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications", **Journal of Marketing**, 54, 1-18.
- Kohli, A.K., B.J. Jaworski and A. Kumar (1993) "MARKOR: A Measure of Market Orientation", **Journal of Marketing Research**, 30, 467-77.
- Kozak, N. (1999) **Turizm Mevzuatı El Kitabı**, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kotler, P. (2000) **Marketing Management** (Millenium ed.), New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P., J. Bowen, J. and J. Makens (1998) **Marketing for Hospitality and Tourism**, (2nd. ed), New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Lado, N., A. Maydeu-Oliveras and J. Rivera (1998) "Measuring Market Oriantaion in Several Populations", **Journal of Marketing**, 32 (1/2), 23-39.
- Lafferty, B.A. and G.T.M. Hult, (2001) "A Synthesis of Contemporary Market Orientation Perspectives", **European Journal of Marketing**, 35 (1/2), 92-109.
- Liu, H. (1995) "Market Orientation and Firm Size: An Empirical Examination in UK Firms", **European Journal of Marketing**, 29 (1), 57-71.
- Matsuno, K, J.T. Mentzer and J.O. Rentz (2000) "A Refinement and Validation of the MARKOR Scale", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 28(4), 527-39.
- Narver, J.C. and S.F. Slater, (1990) "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", **Journal of Marketing**, 10, 20-35.
- Perreault, D.W. and E.J. McCarthy (1996) **Basic Marketing** (12thed), Chicago: Irwin, Inc.
- Ruekert, R.W. (1992) "Developing a Market Orientation: An Organizational Strategy Perspective", **International Journal of Research Marketing**, 9, 225-45.
- Shapiro, B. (1988) "What The Hell is Market Oriented?", **Harward Business Review**, 119-25.
- Slater, S.F. and J.C. Narver (1994) "Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation- Performance Relationship?", **Journal of Marketing**, 58, 46-55.
- Wrenn, B. (1997) "The Market Orientation Construct: Measurement and Scaling Issues", **Journal of Marketing**, 3, 31-54.
- Yükselen, C. (2003) **Pazarlama: İlkeler ve Yönetim**, Ankara: Detay Yayıncılık.

KAYNAK TEMELLİ YAKLAŞIMDA PAZARLAMA KABİLİYETİNİN BOYUTLARI

Akın KOÇAK*
Alper ÖZER†
Eymen GÜREL‡

Öz

Pazarlama kabiliyeti, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmek üzere sahip oldukları belirli özellikleri ifade etmektedir. Ürünlerin hızlı bir şekilde taklit edilebilmesi, yenilikçi bile olsa işletmelerin rekabet avantajını koruyamamasına neden olmaktadır. İşletmelerin sahip oldukları kabiliyetler de burada öne çıkmaktadır. Kabiliyetlerin rekabet avantajı yaratması rakip firmaların aynı rekabet araçlarına sahip olmamalarından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan işletmelerin kabiliyetlerle ilgili olarak sürdürülebilir rekabet avantajının nasıl sağlanacağı üzerinde durmaları gerekmektedir. Bu kabiliyetler çalışmada stratejik işbirliği kabiliyeti, dıştan içe pazarlama kabiliyeti, içten dışı pazarlama kabiliyeti ve karma kabiliyetler olarak incelenmiş ve bu boyutları temel alan bir ölçek Türkiye özelinde test edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Pazarlama kabiliyeti, kaynak temelli yaklaşım, sürdürülebilir rekabet avantajı.

Abstract

Dimensions of Marketing Capability: Resource Based View

Marketing capabilities are the features firms use to acquire sustainable competitive advantage. Especially with the developments in technology, no matter how innovative the firms are, firms have difficulties to keep their competitive advantage due to the speed of imitation for products.

* Dr., Ankara Üniversitesi, SBF, İşletme Bölümü, 06590, Cebeci-ANKARA, kocak@politics.ankara.edu.tr,

† Dr., Ankara Üniversitesi, SBF, İşletme Bölümü, 06590, Cebeci-ANKARA, ozer@politics.ankara.edu.tr.

‡ Araş.Gör., Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 06590, Cebeci-ANKARA, gurel@politics.ankara.edu.tr.

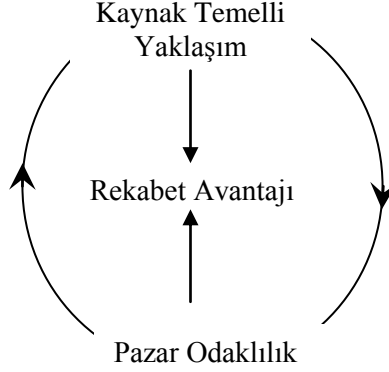
Capabilities firms possess are considered as important factors for acquiring the competitive advantage in new conditions of the market. Competitive advantage will be obtained by having the means of competition that competitors do not. The study discusses networking capabilities, outside-in capabilities, inside- out capabilities and spanning capabilities as dimensions of marketing capabilities and tests these dimensions for Turkish firms.

Keywords: Marketing capabilities, resource-based view, sustainable competitive advantage.

GİRİŞ

Artan rekabet ortamı işletmeleri sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak yöntemleri bulmaya itmektedir. Buna paralel olarak gerek yönetim literatüründe ve gerekse pazarlama literatüründe işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlmasına yönelik farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Porter (1980) işletme stratejilerini, çevresel değişiklikler karşısında performansı artırmak için işletme içi kaynak ve becerileri yerinde kullanma olarak ifade etmektedir. Ancak stratejiler aynı zamanda yeni fırsatlar belirleyebilmek ve rekabet avantajı sağlayabilmek için kaynak ve yeteneklerin etkin bir biçimde birleştirilmesi ile müşteri ihtiyaçlarının rakiplerin taklit edemeyeceği şekilde karşılanmasını içerir (Hamel ve Prahalad, 1994). Bu son görüş doğrultusunda, 1990'lı yıllara gelindiğinde, literatürde işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi için geliştirilebilecek pazarlama stratejileri konusunda iki görüş egemen olmaya başlamıştır; pazar odaklılık ve kaynak temelli yaklaşım (Hooley vd., 1998: 97). Pazar odaklılıkta işletmenin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmesi için, pazardaki mevcut ve potansiyel müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi ve elde edilen bilginin tüm işletme fonksiyonları tarafından paylaşılarak, ihtiyaçların rakiplerden daha iyi bir şekilde karşılanması görüşü hakimken, kaynak temelli yaklaşımda rekabet avantajı sağlamanın işletmenin kaynaklarına ve kabiliyetine bağlı olduğu görüşü hakimdir.

Her iki yaklaşım da işletmelerin rekabet güçleri üzerinde olumlu etki gösterecekse de, daha etkin bir rekabet avantajı, birbirleriyle çelişen bu iki yaklaşımın sentezi ile elde edilebilir (Şekil 1) (Hooley vd., 1998: 97). Pazarlama literatüründe kaynak temelli yaklaşım, stratejik yönetim literatüründe ele alınışından farklı bir şekilde sadece kaynaklarla birlikte değerlendirilmemiş, aynı zamanda pazarlama odaklılık da yaklaşıma dahil edilmiştir. Stratejik pazarlamada da bu sentezin etkisi görülmektedir. Stratejik pazarlama yaklaşımında geliştirilecek stratejiler işletmelerin kaynak-kabiliyet-hedef üçlemesi üzerinde durmasıyla, hem işletme dışı hem de işletme içi analizlerle belirlenmektedir.



Şekil-1: Kaynak Temelli Yaklaşım ve Pazar Odaklılık

Pazar odaklılığın tanımı, boyutları ve ölçümü pazarlama literatüründe üzerinde çok durulan bir konudur. Stratejik yönetim akademisyenleri tarafından geliştirildikten sonra, pazarlama akademisyenleri tarafından tekrar ele alınarak yeniden geliştirilen kaynak temelli yaklaşım ise, pazarlama literatüründe son yıllarda ele alınan konulardandır. Bu nedenle bu çalışmada işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaındaki boyutlardan kaynak temelli yaklaşım ve özellikle de kabiliyetler üzerinde durulacaktır. Zira kaynak temelli yaklaşım pazarlama boyutuyla birlikte ele alındığında varlıklardan çok kabiliyetler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, Cadogan vd. (2002:2) kaynakların kullanımı açısından ülkelerin sahip oldukları farklı ekonomik koşullara, talebe ilişkin koşullara ve rekabete bağlı farklılıklar olduğunu ve bu nedenle de rekabet avantajı yaratacak şekilde gerekli kabiliyetlerin ülkeden ülkeye farklılık gösterebileceğini ifade etmektedirler. Yazarlar (Cadogan vd., 2002) hizmet işletmelerine ilişkin olarak gerçekleştirdikleri çalışmada her ne kadar önemli farklılıklara ulaşmadılarsa da, ölçeğin Türkiye koşullarında değerlendirilmesinin önem taşıdığını düşünmekteyiz. Bu nedenle, bu çalışmanın ilk bölümünde kaynak temelli bakış açısına ilişkin literatür incelenecek, ardından Day'ın (1994) sınıflandırmasına paralel olarak pazarlama kabiliyeti üzerinde durulacak ve son olarak da Hooley vd. (2002) tarafından geliştirilmiş olan pazarlama kabiliyetine ilişkin ölçek, yapılan bir saha araştırmasıyla Türkiye özelinde için geçerlik ve güvenilirlik açısından test edilecektir.

I. KAYNAK TEMELLİ YAKLAŞIM

Stratejik yönetim literatüründe rekabet avantajı teorisi olarak da bilinen kaynak temelli yaklaşımın özünde “arzu edilen düzeydeki yönetsel çabaların işletmede sürdürülebilir rekabet avantajı yaratacağı ve/veya geliştireceği”

varsayımı bulunmaktadır. Pazarlama literatüründe yoğun olarak incelenen kaynaklar ise, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlayacağı kabul edilen kaynak temelli yaklaşımın temelini oluşturmaktadır (Hooley vd., 2005; Hunt and Morgan, 1995, Day, 1994). Arzu edilen yönetsel çabalar ise varlıklar ve kabiliyetler olarak iki grupta toplanabilecek olan belirli kaynaklarla sağlanabilir (Makhija, 2003: 439). İşletmelerin sahip olduğu varlık ve kabiliyetlerin farklılık göstermesi ve farklı özelliklere sahip olan işletmelerin performanslarının da farklılaşması, bu kaynakların rekabet avantajı yaratılmasında etkili olduğunu göstermektedir. Zaten, işletmeler arasındaki performans farklılıklarının açıklanmasında kaynak temelli yaklaşım, önemli ölçüde katkı yaratan bir etken olarak ifade edilmektedir (Hooley vd., 1999: 259). Ortak görüş ise sürdürülebilir rekabet avantajının kaynak temelli yaklaşımın temelini oluşturduğudur (Peteraf, 1993). Rekabet avantajının sağlanması ise işletmelerin sahip olduğu kabiliyetler ile değişiklik ve gelişme gösteren dış çevre faktörlerinin uyumunun sağlanmasına bağlıdır (Hart, 1995: 987).

Kaynak temelli yaklaşım konusunda yapılan çalışmalarda farklı kaynak tanımlamalarına ve sınıflandırmalarına rastlansa da, kaynaklar rekabet avantajı yaratması boyutuyla değerlendirilmiştir (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Hunt and Morgan, 1995). Sınıflandırmada ise genel olarak varlıklarla kaynaklar arasındaki farklar ortaya konarak ayırım yapılmaktadır (Day, 1994: Moingeon vd., 1998; Hooley vd., 1999; Fahy ve Smithee, 1999). Kaynak temelli yaklaşım açısından kaynakların önemi de burada ortaya çıkmaktadır. Kaynaklara ilişkin olarak farklı ayrımlar bulunsa da temel görüş, kaynakların etkin bir şekilde bir araya getirilmesi durumunda örgütsel kabiliyet ve yeteneklerin geliştirilmesinde yönlendirici olacak olmasıdır. Gizli varlıklar olarak değerlendirilen yetenekler, işletmelerin sahip oldukları yönetsel beceriler (Hadjimanolis, 2000:264) olarak aynı zamanda işletmenin örgütsel bir kabiliyete dönüşebilecek (Moingeon vd., 1998: 298) şekilde sahip olduğu temel bilgi kaynağı ve işletmeyi rakiplerinden ayıran temel özellik olarak değerlendirilmektedir.

Vorhies ve Harker (2000: 148) pazarlama kabiliyetlerinin, çalışanların pazarlama ile ilgili sorunların çözülmesi ve faaliyetlerin etkinliğinin sağlanabilmesi için sürekli olarak bilgi ve becerilerini tekrarlamaları sonucunda geliştiğini ifade etmektedirler. Ayrıca pazarlama kabiliyetlerinin işletmelerin sahip oldukları fiziki kaynaklarla söz konusu bilgi ve becerilerin bütünleştirilmesi sonucunda faydalı bir hale geleceği ifade edilmektedir (Juga, 1999: 5). Bu sayede de her ne kadar rakipler aynı tüketici istek ve ihtiyaçlarına yönelseler de, bilgi ve becerilerle bütünleşmiş kaynakların söz konusu olması nedeniyle rakiplerin elde etmesi güç, farklı bir yaklaşıma sahip olunacaktır (Vorhies vd., 1999: 1173). Kısaca özetlemek gerekirse, öğrenme ve deneyim sonucunda oluşan ve ilişki temele dayanan kabiliyetler, kaynak temelli bakış açısının en önemli kaynağı durumundadır. Kabiliyetler ve kaynak temelli

yaklaşım arasındaki ilişki ise sonuçta, Hart'ın (1995: 988) da ifade ettiği gibi, sürdürülebilir rekabet avantajı yaratacak olan kabiliyetlerin kaynaklarla desteklenmesiyle sağlanabilecek olmasıdır.

II. KAYNAK TEMELLİ YAKLAŞIM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET AVANTAJI

Kaynak temelli yaklaşım açısından sürdürülebilir rekabet avantajı yaratılabilmesi için bir takım temel koşulların gerçekleşmesi gerekmektedir (Hooley vd., 1999; Barney, 1991; Mata ve diğ., 1995; Cadogan, 2002; Fahy ve Smithee, 1999; Srivastava vd., 2001). Bu koşullardan ilki kaynakların müşteri değeri yaratması ile ilgilidir. Diğer bir koşul ise rakip işletmelerin sahip oldukları kaynak ve kabiliyetlerin işletmenin sahip olduklarından farklı olmasıdır. Başka bir ifadeyle kaynakların türdeş olmaması gerekmektedir. Son olarak da işletmenin elinde bulundurduğu kaynak ve kabiliyetlerin işletmeler arasında akışkanlığının ve aynı kaynakların rakip işletmelerce elde edilmesinin söz konusu olmaması gerekmektedir. İşletmelerin daha net bir tavır ortaya koyabilmeleri için bu koşullar ile sürdürülebilir rekabet avantajı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaları gerekmektedir. Bu ilişki işletmenin sahip olduğu varlık ve kabiliyetlerin rakip işletmelerce de sahip olunması durumunda söz konusu kaynakların rekabet avantajı yaratacak unsurlar olamayacağıdır.

Temel olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin işletmelere değer katması gerekmektedir (Srivastava vd., 2001: 783). Diğer bir ifadeyle kaynakların işletme faaliyetlerinin etkinliğini ve verimliliğini artırması gerekmektedir. Öyle ki, kaynaklar işletmenin fırsatlarını ortaya çıkarırken, tehditlerden de koruyacak özelliklere sahip olmalıdır. Rekabet avantajının ön koşulu olarak da ifade edilebilecek olan bu koşul, değer yaratılmadığı sürece rekabet avantajının önemli olmayacağından hareket etmektedir. Burada öne çıkan sorun hangi kaynak ve yeteneklerin işletmeye değer kattığıdır. Temel sorun, ne kadar önemli dahi olsa, kaynak değerinin rekabet avantajı yaratılması için tek başına yeterli bir koşul olmamasıdır.

Genel olarak işletmeler, rakipler tarafından gerçekleştirilemeyecek stratejiler geliştirdiklerinde sürdürülebilir rekabet avantajı elde ederler. Rakiplerden farklı stratejiler geliştirilmesi ise farklı kaynaklara sahip olunması ile gerçekleştirilebilir. Aynı kaynaklara sahip olan işletmelerin aynı stratejileri uygulaması söz konusu olabileceğinden, kaynakların farklı olması ön koşul olarak ifade edilmektedir. Bu da işletmelerin eşsiz veya az bulunur türden kaynaklara sahip olmasıyla gerçekleşebilir. Diğer bir ifadeyle, işletmeler arasındaki kaynaklar aynı olduğunda rakiplerin, işletmenin stratejileri ile aynı stratejileri ortaya koyabilmesi için uygun bir ortam oluşmuş olacaktır. Bu

durum, sürdürülebilir rekabet avantajının ancak işletmelerin rakiplerinde olmayan kaynaklara sahip olması durumunda geçerli olacağı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Peteraf'ın, (1993: 180) eşsiz kaynaklara sahip olan işletmelerin, diğer işletmelere göre daha yüksek oranda getiri sağlayacaklarını ifade etmesi de bu durumu desteklemektedir. Aynı şekilde ikame olabilecek kaynakların olmaması da önem taşımaktadır. Daha açık bir ifadeyle, iki farklı kaynak aynı stratejik hedefe ulaşacak şekilde kullanılabilirse, stratejik önem olarak da eşit biçimde değerlendirilmelidir. Rakipler, işletmenin sahip olduğu kaynak ve kabiliyetlere sahip olmadıkları veya ikame bir kaynak kullanmadıkları süre boyunca, işletme açısından geçici de olsa rekabet avantajı sağlanabilecektir. Buradan rekabet avantajının sonsuza kadar süremeyeceği sonucu çıkarılabilir (Barney, 1991: 111).

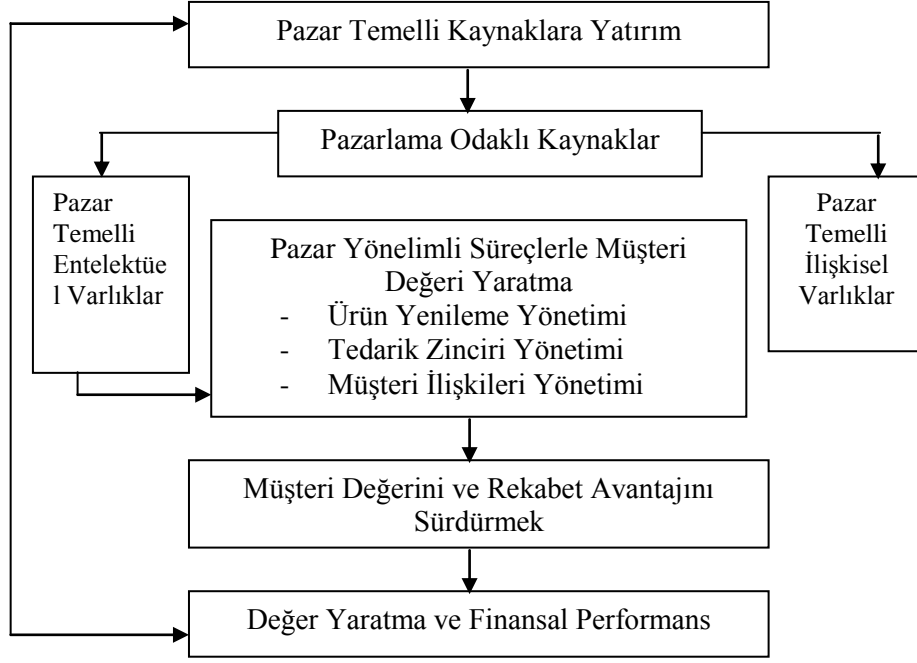
Kaynak temelli yaklaşımda, kaynakların ve kabiliyetlerin rakipler tarafından elde edilemez (resource immobility) olması gerekmektedir. Kaynakların ve kabiliyetlerin elde edilememesi kaynak temelli bakışın ilk koşulunun sürdürülebilmesine yönelik olarak, yani kaynakların türdeş olmaması koşulunun devamı olarak da değerlendirilebilir. Kaynaklar rakiplerin eline herhangi bir rekabet dezavantajı yaşamadan, aynı etkinlikte geçebiliyorsa, o kaynağa sahip olan işletmeye herhangi bir avantaj sağlamaz (Barney, 1991: 103). Aynı mantıkla, kaynak ve yeteneklerin rakip işletmeler tarafından elde edilmesi söz konusu değilse, işletmenin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak konuma geldiği ifade edilebilir (Mata vd.1995: 491).

İşletmeler yukarıdaki koşullar sağlandığında sürdürülebilir rekabet avantajına sahip olacaklardır. Bu yüzden de kaynakların, eşsiz olma, nadir olma, taklit edilememe ve ikame edilememe gibi sıfatları beraberinde getirmesi zorunludur (Oliver, 1997: 698; Cadogan, vd., 2002: 2). Değerli ve az bulunur bulunan kaynakların sürdürülebilir rekabet avantajının kaynakları olabilmesi için, bu kaynakların kolayca veya tam olarak taklit edilememeleri gerekir. Bu noktada kabiliyetlerin taklit edilebilme olasılıklarının kaynaklara göre daha zor olması önem kazanmaktadır. İşletmelerin geçmiş tecrübeleri ve ilişkileri bu özelliğin belirleyicisidir. Barney'e (1991) göre sadece ait oldukları işletmelerce değere dönüştürülebileceklerinden işletmelerin geçmiş tecrübeleri ve kurmuş oldukları ilişkiler, işletme kaynaklarının örgüt kültürü ve çalışanlar arasındaki ilişkiler gibi daha çok insan ilişkilerine dayanması ve bir kabiliyetin neden ve sonucu arasındaki ilişkiye dayanan nedensel belirsizlik (causal ambiguity) kabiliyetlerin taklit edilebilmesini güçleştirmektedir. İşletmeler arasındaki etkinlik farkına ilişkin belirsizlik olarak da tanımlanan (Petaraf, 1993) nedensel belirsizlik sağlanan rekabet avantajı ile kaynaklar arasındaki ilişkinin rakipler tarafından anlaşılmasına neden olmakta ve böylece taklit edilmesini zorlaştırmaktadır (Reed ve DeFillippi, 1990: 100). Daha net bir ifadeyle rakip işletmeler neyi taklit edeceklerini belirleyememektedirler.

III. KAYNAK TEMELLİ YAKLAŞIMIN PAZARLAMA AÇISINDAN ELE ALINIŞI

Konunun daha net bir şekilde ortaya konulabilmesi için kaynak temelli yaklaşımın pazarlama faaliyetleri açısından değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Srivastava vd. (2001) kaynak temelli yaklaşımın, pazarlama ile nasıl bir ilişkisi olduğunun analiz edilmesi gerektiği üzerinde durmuşlardır. Kaynak temelli yaklaşım ile pazarlama arasındaki ilişkinin analizi, pazar temelli kaynakların, pazar yönelimli süreçlerle müşteri değerine nasıl dönüştürüleceğini gösteren temel unsurlara ilişkindir (Şekil 2). Kaynak temelli yaklaşım, pazar temelli olarak faaliyet gösterilmesi anlamına gelmekte ve müşteriler pazarda faaliyetlerin yüksek derecede etkilenmesine neden olmaktadır. Bu bakımdan en yüksek derecede müşteri değeri yaratabilecek faaliyetler üzerinde durulması gerekmektedir. Hooley vd. (2002) pazar temelli kaynakları, işletmelere rekabet avantajı sağlayacak ve müşteri değeri yaratacak her türlü kaynak olarak adlandırmışlardır. Yazarlar pazar temelli kaynaklara, kaynak temelli yaklaşımın kaynak ve kabiliyetleri yanında işletme kültürünü de ilave etmişlerdir. Müşteri değerine ulaşabilmek için nitelikler, fayda, tutum ve işbirliği üzerine odaklanılması gerekmektedir (Srivastava vd., 2001: 784). Müşteri değeri yaratılmasında temel boyutlar olan bu etkenlerin ise fiziksel özelliklerinden çok soyut özelliklerine ağırlık verilmesi taklit edilme riskini azaltacaktır. Daha önce de ifade edildiği gibi, taklit edilme riskinin azalması, rekabet avantajının sağlanmasına olanak tanıyacaktır.

Temel olarak kaynak temelli yaklaşımın pazarlama ile ilişkisi, pazarlama faaliyetlerinin, kaynak temelli yaklaşımın koşullarına uygun olacak şekilde düzenlenmesiyle açıklanabilir. Pazarlama ile ilgili kararlar da sürdürülebilir rekabet avantajı sağlanmasına yönelik olarak tasarlanması gerekmektedir. İşletmelerin, rakiplerin taklit etme kabiliyetlerini de dikkate alacak şekilde, pazarlama faaliyetlerini taklit edilemez kabiliyetler olarak geliştirmesi ve tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına göre az bulunur olan kaynaklarla faaliyetlerini düzenlenmeye çalışılması bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Barney vd., 2001: 629).



Şekil-2: Pazar Temelli Kaynakların Analizi

Kaynak: Srivastava, Rajendra K., Fahey, Liam ve Christensen, H. Kurt (2001), “The Resource- Based View and Marketing: The Role of Market- Based Assets in Gaining Competitive Advantage”, *Journal of Management*, Vol: 27, No: 6, s: 782.

IV. PAZARLAMA KABİLİYETİ

Pazarlama kabiliyetine ilişkin olarak Hooley vd. (1999: 262) hiyerarşik bir model öne sürmüşlerdir. Bu model, birinci aşamada pazarlama kültüründen ve pazarlama kültürünün sürdürülebilir rekabet avantajı için temel bir kaynak olabileceğinden oluşmaktadır. Bu, temel olarak nedensel belirsizliğin daha yüksek olmasıyla taklit edilme olasılığının düşmesinden kaynaklanmaktadır. Nedensel belirsizliğin yüksek olmasının sebebi ise, kültürün işletmelerin davranışlarını şekillendiren normlardan ve değerlerden oluşan karmaşık bir sistem olmasıdır. Pazar odaklılıkla arasındaki ilişki de bu noktada kurulmaktadır. Hunt ve Morgan (1995) pazar odaklılığı örgütsel yapıyla ilişkilendirmekte ve örgütsel yapının işletmelerin strateji seçimini etkilediğini söylemektedirler. Pazar odaklılık aynı zamanda işletmelerin müşteri tatmininde daha iyi bir pozisyonda olmasını sağlayacak ve işletme fonksiyonları arasındaki eşgüdümle işletmenin karşılaştığı tehditlere karşı savunma yaratacaktır.

Bunun yanında her bir işletmenin pazar odaklılığa ilişkin farklı bir yaklaşımı olacaktır ve böylece kaynak temelli yaklaşımın koşullarından olan nedensel belirsizlik ve taklit edilememe koşulları daha etkin bir şekilde sağlanmış olacaktır (Hooley vd., 2005: 20).

Pazarlama kabiliyetine ilişkin olarak ikinci aşamada pazarlama stratejileri öne çıkmaktadır. Pazarlama stratejilerinde işletmelerin hangi pazar bölümlerini hedef alacakları ve nasıl bir konumlandırma gerçekleştirecekleri tartışılmaktadır (Morgan vd., 2003; Hooley vd., 1999). Bunu etkin bir biçimde gerçekleştirebilmek için de ürün farklılaştırması, yüksek ürün kalitesi, etkin bir dağıtım politikası, etkin müşteri hizmetleri, etkin bir imaj ve yüksek derecede ürün farkındalığı önem kazanmaktadır (Fahy vd., 2000). Önemli olarak vurgulanması gerekli olan konular, bu stratejilerin sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratacak şekilde gerçekleştirilmesidir. Bu da işletmelerin pazarlama stratejilerini pazarlama kabiliyetlerini ve kaynaklarını öne çıkaracakları uygulamaları içermelidir. İşletmelerin pazardaki güçlü konumları zaman içerisinde elde edilecektir ve zamana yayıldığı için en azından kısa zamanda taklit edilmesi zorlaşacaktır (Fahy vd., 2000: 75).

Hooley vd.'nin (1999: 265) hiyerarşik modellerinde öne sürdükleri üçüncü aşamada ise, bu çalışmanın da boyutlarını oluşturan dıştan iç pazarlama kabiliyeti, içten dış pazarlama kabiliyeti ve karma kabiliyetler olarak incelenmektedir. Day'ın (1994) çalışmasından esinlenerek oluşturulan bu değişkenlere ek olarak Hooley vd. (2002), günümüz koşulları çerçevesinde ayrıca stratejik işbirliği kabiliyetini de eklemiştir. Bu boyutlar stratejik işbirliği kabiliyeti, dıştan iç pazarlama kabiliyeti, içten dış pazarlama kabiliyeti ve karma pazarlama kabiliyeti olarak sınıflandırılmaktadır.

IV.1. Stratejik İşbirliği

Stratejik işbirliği kabiliyeti ortaklar arasında güven ve bağlılık ile varlıkların paylaşımını içermektedir. Burada işletme ve iletişim içinde bulunduğu diğer firmalar veya tedarikçiler arasında oluşacak olan karşılıklı güven ve ilişki içerisinde alınacak sorumluluklar ve taahhütler önem kazanmaktadır. Bu şekilde üçüncü kişilerle uzmanlıklar ve varlıklar da paylaşılacaktır (Hooley vd., 2002). İşletmelerin müşteriler, tedarikçiler ve dağıtıcılar arasındaki kabul edilebilirliği, kaynaklarının daha etkin şekilde kullanılabilmesini kolaylaştıracaktır (Hooley vd., 2005: 19). Bu sayede karşılıklı etkileşim içinde bulunmayan ve iyi ilişkiler kurmayan rakiplere göre daha yüksek bir rekabet avantajına sahip olunacaktır. Cadogan vd.'nin (2002: 4) çalışmasında, stratejik işbirlikleri için daha yüksek seviyede anlamlılığın söz konusu olması da bu durumu desteklemektedir.

IV.2. Dıştan İçe Pazarlama Kabiliyeti

Dıştan içe pazarlama kabiliyeti, işletmelerin pazarda gerçekleşmiş olan değişiklikleri anlamaya ve pazarda daha etkin faaliyette bulunmaya yardımcı olacak beceri ve ustalığı olarak ifade edilmektedir. Pazara ilişkin duyular sağlama, müşterilerle ilişki kurma ve onları anlama da bu açıdan değerlendirilmektedir (Day, 1994; Hooley vd., 2002). Bu tür faaliyetler müşterilerle daha iyi ilişkiler kurulması için sürdürülen faaliyetlerdir (Hooley vd., 2005: 19) Müşterilerle iyi ilişkilerin kurulması da zaman içerisinde kazanacakları bilgi ve becerilerle olacağından rakipler tarafından taklit edilmesi zor olacaktır. Müşterilerle yakın ilişkiler kurulması işletmelerin başarı şansını artıran bir özellik gösterecektir. Bu tür kabiliyetler ayrıca içten dış kabiliyetlerin daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır (Benedetto ve Song, 2003: 518).

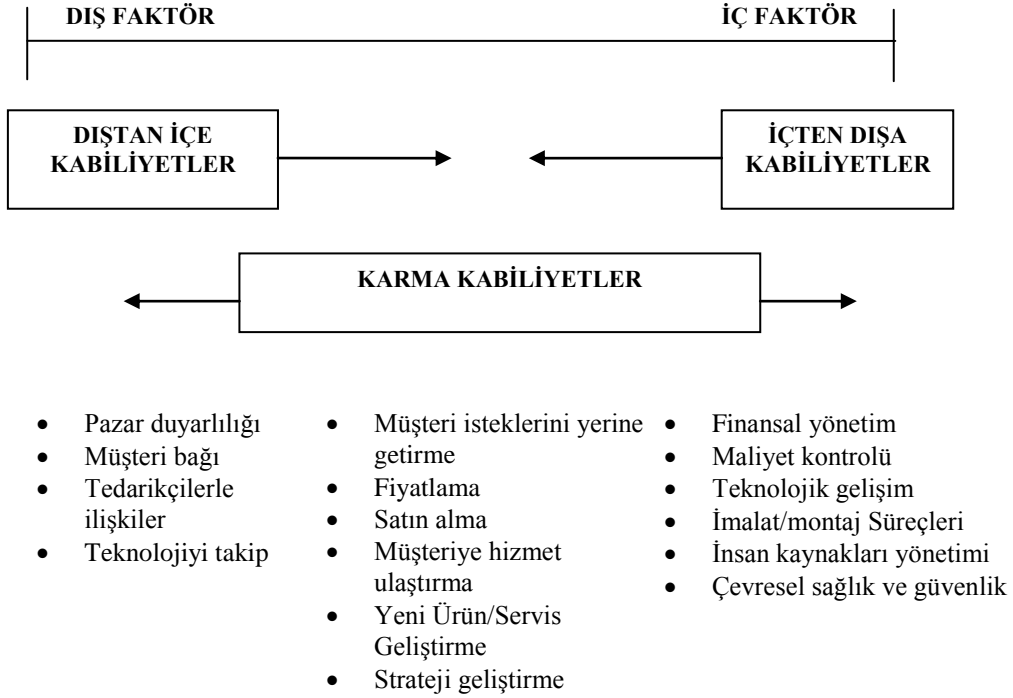
IV.3. İçten Dışa Pazarlama Kabiliyeti

İçten dışa pazarlama kabiliyetiyle, dıştan içe pazarlama kabiliyetinin tam tersi olarak, finansal yönetim, maliyet kontrolü, bilginin saklanması, bilginin işlenmesi ve teknoloji geliştirilmesi gibi işletme içi kaynak ve kabiliyetlere odaklanması ifade edilmektedir (Hooley ve diğ, 2002). Örneğin, pazarda rekabet içindeki işletmelerin tüketicilere aynı sunumları gerçekleştirdiği bir durumda, maliyet liderliğine sahip olan işletmeler rekabet avantajına sahip olacaklardır (Porter, 1985). Bu durum etkili bir finansal yönetim ile gerçekleşecektir. İşletmede çalışanların, işletmeye rakip işletmelerden farklı olarak katkılarının olması da rekabet avantajının sağlanması için önem taşımaktadır. Bu noktada, çalışanların faaliyetlerinin teknoloji ile desteklenmesi gerektiği vurgulanmalıdır. İşletmeler pazarda müşterilere yeni değerler sunabildikleri sürece rekabet avantajı sağlayabileceklerdir ve yeni değerler sunulması günümüz koşullarında gelişmiş bir teknolojik altyapı gerektirmektedir. Diğer bir ifadeyle, işletmelerin pazara yenilikler getirme konusundaki kabiliyeti yüksek oldukça, elde edebileceği rekabet avantajı da yüksek olacaktır (Hooley vd., 2005: 20). Kaleka (2002: 274) teknolojik olarak rakiplerin sahip olmadığı sistemlere sahip olmanın rekabet üstünlüğü sağlama konusunda avantaj yaratacağını belirterek teknolojinin önemini öne çıkarmaktadır. Mata vd. (1995: 500) de çalışmalarında işletmelerin bilgi teknolojileri ile ilgili kabiliyetlerinin sürdürülebilir bir rekabet avantajı yarattığını ortaya koymaktadırlar. Bilgi teknolojileri ile desteklenmiş kabiliyetlerin işletmeler arasındaki geçişleri yoğun olarak türdeş kaynaklara sahip olunmaksızın gerçekleşmektedir. Bunun nedeni ise bu tür kabiliyetlerin her işletme için farklı süreçlerle oluşuyor olmasıdır.

IV.4. Karma Pazarlama Kabiliyeti

Karma kabiliyet ise içten dışa ve dıştan içe kabiliyetleri birlikte değerlendirme beceri ve ustalığı olarak ele alınmaktadır (Day, 1994; Hooley vd., 2002). Bu nedenle karma kabiliyet hem pazar gereksinimlerini anlama, hem de iç kaynaklarla bu gereksinimleri karşılamayı gerektirmektedir. İdeal kabiliyet olarak da adlandırılabilir karma kabiliyetin tam anlamıyla kullanılabilmesi için, işletme içinde bilgilerin paylaşımı ve dağılımının yapılması ve pazar bilgisini işletme içi varlıklarla entegre edecek koordinasyon mekanizmasının oluşturulması gerekmektedir. İşletmelerin yeni ürünler geliştirme ve yeni ürünleri pazara sunabilme becerileri bu kabiliyetler içerisinde değerlendirilmektedir. Bunlar ise etkili bir yönetim becerisiyle gerçekleştirilebilecektir (Hooley vd., 2002). Müşterilere ve rakiplere ilişkin araştırmaların gerçekleştirilmesi işletmelerin iç kaynaklarıyla işletme dışına yönelik olarak gerçekleştirdikleri faaliyetler olarak ifade edilmektedir ve rekabet avantajı yaratacak olan kabiliyetler olarak öne çıkmaktadır (Vorhies ve Harker, 2000: 166). Kaynak temelli yaklaşımla ilişkisi ise, kaynakların yönetiminin rekabet avantajı elde edilmesinde etkisinin olmasıdır (Kaleka, 2002: 274). İşletmelerin nasıl yönetildikleri ve bu sayede sahip oldukları örgüt kültürleri kaynak temelli anlayış açısından önem taşımaktadır. Söz konusu kaynaklara ilişkin olarak elde edilecek olan başarı büyük ölçüde yönetim ile ilişkili kabiliyetlere bağlıdır. Bu kaynakların faaliyetlerde kullanılmasını şekillendiren örgüt kültürü ile sürdürülebilir rekabet avantajı arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır (Hooley vd., 2005: 20). İşletme yönetiminin bakış açısı, müşteriler, örgüt ve pazarlama programı ile ilgili faaliyetlerin düzenlenmesi için önem taşımaktadır. Bu kombinasyonun etkili bir şekilde bir araya getirilmesi işletmelerin kendilerine özgü özellikleriyle pazarda faaliyet gösterebilmeleri anlamına gelmektedir (Vorhies vd., 2000; Holey vd., 1998).

Day'ın (1994) öne sürdüğü üç ölçekli model kısaca Şekil 3'te özetlenmektedir.



Şekil-3: Kabiliyetlerin Sınıflandırılması

Kaynak: Day (1994: 41).

Kabiliyetlerin sınıflandırmasını gösteren bu şekilde (Şekil3) işletmenin dıştan içe kabiliyetleri, pazar duyarlılığı, müşteri ağı, tedarikçilerle ilişkiler ve yeni çıkan teknolojiyi yakından takip edebilmesinden oluşmaktadır. İçten dışa olan kabiliyetler, işletmenin kendi içinde dışarıdan bağımsız olarak belirleyebileceği, finansal yönetimi, maliyet kontrolü, teknolojik gelişimi (geliştirmesi), imalat/dönüşüm süreçleri, insan kaynakları yönetimi ve çevresel sağlık ve güvenliğe verdiği önemden oluşmaktadır. Kuşkusuz her iş kolunda bu başlıklar farklı olabilir de genel kabul gören görüş bu iki yeteneğin en uygun şekilde birleştirilebilmesidir. Karma kabiliyetler ise, müşteri isteklerini yerine getirme, fiyatlama, satın alma, müşteriye hizmet ulaştırma, yeni ürün/servis geliştirme ve yeni stratejiler geliştirmedir.

İçten dışa, dıştan içe ve karma kabiliyetler arasında sürdürülebilir rekabet avantajı sağlanması açısından hangisinin daha etkili olduğu hakkında kesin bir sonuç olmamakla birlikte, Day (1994) dıştan içe ve karma kabiliyetlerin içten dışa kabiliyetlere göre daha etkin olduğunu belirtmektedir. Bunun nedeni olarak

bu tür kabiliyetlerin daha yüksek derecede müşteri değeri yaratması ve böylece ortaya çıkacak olan nedensel belirsizlik nedeniyle taklit edilme riskinin düşmesi gösterilmektedir. Buna karşın içten dışa kabiliyetler, rakip işletmeler tarafından daha kolay bir şekilde taklit edilebilen kabiliyetlerdir.

V. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmaya esas alınan ölçek Hooley vd. (2002) tarafından geliştirilmiş olan 4 boyutlu ölçektir. Hooley vd. (2002) pazarlama kabiliyetini belirlemek için 24 kalem belirlemişler ve yapılan analizlerle güvenilirlik değeri 0.92 olan 13 kalemli bir ölçek elde etmişlerdir. Bu çalışmada ise Hooley vd. (2002) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği belirlenmiş olan bu 13 kalemli ölçek Türkiye özelinde test edilerek, Türk işletmelerinin pazarlama kabiliyetlerine bakış açılarına ilişkin değerlendirmelerde bulunulmaya çalışılmıştır. Ölçek Day (1994)'in üçlü pazarlama kabiliyeti ile Hooley vd. (2002) tarafından öne sürülmüş stratejik işbirliği kabiliyetinden oluşmaktadır. Yazarlar stratejik işbirliği, dıştan içe ve içten dışa pazarlama kabiliyetlerini üçer kalemle ölçmüşlerdir. Son olarak da karma kabiliyet için 4 kalem geliştirilmiştir (Tablo 1).

Tablo-1: Pazarlama Kabiliyeti Ölçeği

Stratejik İşbirliği Kabiliyeti
S1: Hammadde veya yarımamul aldığım tedarikçilerle karşılıklı güvene dayalı bir ilişki kurmakta başarılıyız.
S2: Tedarikçilerle aramızda ortak fayda ve amaç birliği oluşturmakta başarılıyız.
S3: Ortak iş yaptığımız işletmelerle bilgi birikimini ve uzmanlıklarımızı birleştirmekte başarılıyız.
Dıştan İçe Pazarlama Kabiliyeti
S4: Müşterilerle ilişki kurmakta başarılıyız.
S5: Mevcut müşterilerle ilişkileri korumak ve geliştirmekte başarılıyız.
S6: Müşteri istek ve ihtiyaçlarını anlama konusunda başarılıyız.
İçten Dışa Pazarlama Kabiliyeti
S7: Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamak ve onları tatmin etmek için güçlü bir finansal yönetim gerekli
S8: Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamak ve onları tatmin etmek için nitelikli elemanlar gerekli
S9: Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamak ve onları tatmin etmek için iyi bir teknolojik alt yapı gerekli
Karma Pazarlama Stratejisi
S10: Başarı için işletmenin yeni ürünleri piyasaya sürebilme kabiliyetinin olması gerekir
S11: Başarı için etkin yeni ürün geliştirme süreci gerekir.
S12: Başarı için iyi bir pazarlamaya ihtiyaç vardır.
S13: Başarı için pazar, müşteri ve rakiplerle ilgili bilgileri toplama ve kullanmasına ihtiyaç vardır.

Pazarlama kabiliyeti ile ilgili ölçeğin belirlenebilmesi için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında soru formu oluşturulmuştur.

Temel alınan ölçek İngilizce olduğu için sorular Türkçe'ye çevrilmiş, anlam kaybı olup olmadığının belirlenmesi için Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki bir öğretim üyesinden soruları tekrar İngilizce'ye çevirmesi rica edilmiştir. Elde edilen sonuçların işletme sahipleri tarafından açık bir şekilde anlaşılıp anlaşılmadığını belirlemeye yönelik olarak 50 işletme ön test için belirlenmiştir. Ön test sonuçlarına göre de soruların anlaşılmasındaki belirsizliklerin azaltılması için düzeltmelere gidilmiştir. Anket formundaki ölçek ile ilgili 13 soru 5'li likert ölçeği yardımıyla (5: tamamen katılıyorum, 1: kesinlikle katılmıyorum) ölçülmüştür.

Anket, Ankara İvedik Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren işletmeler listesinden tesadüfi olarak belirlenen ve ön test uygulanan işletmeler dışında kalan 800 küçük işletmeye gönderilmiştir. Organize sanayi bölgesinde uygulanmasının temel nedeni tüm firmaların çalışan sayısının 5-25 arasında olması ve büyüklükleri arasında çok fark bulunmayan küçük işletmelerden oluşmasıdır. İşletmeler sektörel farklılıklar dikkate alınmaksızın uygulamaya dahil edilmişlerdir. Anket formunun gönderilmesi ve toplanmasında Ankara İvedik Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü yetkililerinden yardım sağlanmıştır. Hatalı cevaplandığı için elimine edilenlerle birlikte, gönderilen 800 anketten 674 kullanılabilir anket geri alınmıştır. Anketlerin dönüş oranı yüzde 84.25 düzeyindedir.

VI. VERİLERİN ANALİZİ

Toplanan veriler, LISREL 8.2 (Jöreskog and Sörbom, 1998) programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Bu yöntem, çalışmanın amacı daha önceden test edilmiş bir ölçeğin Türkiye özelinde uygulanması olduğundan tercih edilmiştir. Hooley vd. (2002) tarafından geliştirilen ve bu çalışmaya konu edilen 13 kalemli ölçeğe ilişkin olarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ki-kare değerinin Hooley vd. (2002) tarafından yapılan araştırmadaki ölçeğe göre yüksek olmasına rağmen, kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir. Uyum iyiliği indeksi değerleri incelendiğinde ölçeğin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılabilir. Literatüre göre RMSEA ve SRMR'in 0.10 düzeyinin altında, diğer uyum iyiliği endekslerinin ise 0.90'un üzerinde olması beklenmektedir (Byrne, 1998; Kelloway, 1998) (Tablo 2). Çalışmamızda AGFI değeri dışındaki tüm değerler 0.90 üzeri oldukları için modelin anlamlı olduğu söylenebilir. AGFI değerinin 0.90 değerine oldukça yakın bir değerde olması nedeniyle göz ardı edilebilecektir. Bu da ölçeğin bu haliyle anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Ki-kare ve uygunluk testleri yanında her bir kalemin faktör yüklenme değerleri ile t ve hata değerlerine baktığımızda, değerlerin kabul edilebilir

sınırlar içinde olduğunu görmekteyiz (Tablo 3). Ayrıca ölçeğin her bir boyut için güvenilirlik testi yapıldığında, tüm boyutların güvenilirlik katsayısı değerlerinin de kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir. Bu haliyle ölçek, güvenilir bir ölçektir denilebilir (Tablo 3). Ancak, Tablo 3'ün son sütununda da görüleceği gibi stratejik işbirliği boyutunun güvenilirlik değeri 70.40'tır. Literatürde 70 ve üzeri değerlerin kabul edilebileceği görüşü hakimdir (Shook et al, 2004). Stratejik işbirliği boyutu, bu haliyle kabul edilebilir sınırlarda olmasına rağmen güvenilirlik analizine, o boyutta bulunan her bir kalemin o boyutun genel güvenilirlik katsayısını nasıl etkilediğine bakıldığında, S3'ün değerlendirmeye alınmaması durumunda stratejik işbirliği boyutunun güvenilirlik değerinin 76.14'e çıkacağı belirlenmiştir. Aradaki farkın önemli olduğu düşünüldüğü için orijinal ölçekten S3 kalemi çıkarılarak oluşturulan yeni ölçek için geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin yapılması yoluna gidilmiştir.

Tablo-2: Pazarlama Kabiliyeti Ölçeği Uygunluk İstatistikleri

	X	Df	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	NNFI	CFI
Türkiye Özelinde	376.84	59	0.089	0.92	0.88	0.94	0.93	0.94
Orijinal Ölçekte	198.90	59	0.07	0.94	0.91	0.93	0.93	0.95

Kabul edilir sınırlar: RMSEA<0.10, GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI>0.90

Tablo-3: Pazarlama Kabiliyeti Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Boyutlar	Kalemler	Faktör Yükleme Değerleri	Hata Değeri	T Değerleri	Güvenilirlik Katsayısı
Stratejik İşbirliği (SI)	S1	0.76	0.04	21.38	70.40
	S2	0.91	0.03	26.81	
	S3	0.61	0.04	16.24	
Dıştan İçe (DI)	S4	0.83	0.03	25.34	81.53
	S5	0.86	0.03	26.65	
	S6	0.82	0.03	25.05	
İçten Dışa (ID)	S7	0.79	0.03	23.98	81.76
	S8	0.89	0.03	28.53	
	S9	0.88	0.03	28.42	
Karma (K)	S10	0.87	0.03	27.88	84.95
	S11	0.92	0.03	30.72	
	S12	0.86	0.03	27.56	
	S13	0.69	0.03	20.05	

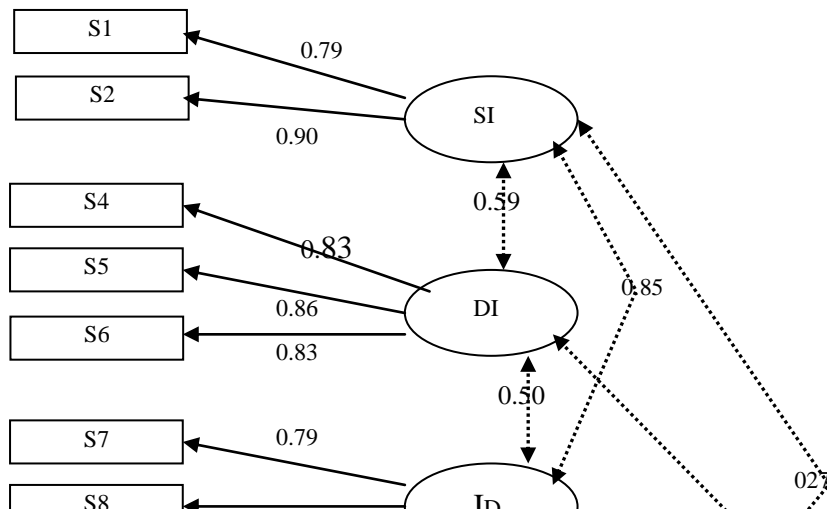
Elde edilen 12 kalemlili yeni ölçek için yapılan analizde uygunluk değerlerinin bir önceki modele göre daha iyi ve Hooley vd.'nin (2002) çalışmasındaki değerlere daha yakın olduğu belirlenmiştir (Tablo 4). Kalemlerin

faktör yükleme değerleri ile boyutlar arasındaki korelasyon değerleri Şekil 4'de verilmiştir. Faktör ağırlıkları 0.69 ile 0.92 değerleri arasında değişmektedir. Bir ölçeğin geçerli olabilmesi için değerinin 0.50'nin üzerinde olması gerektiği (Steenkamp ve Trijp, 1991) dikkate alınır, faktör değerlerinin bu değerin üzerinde olması ve t- değerlerinin de kabul edilebilir değerler arasında olması nedeniyle ölçeğin geçerli olduğu ifade edilebilir.

Boyutlar arasındaki en yüksek korelasyon değeri içten dışa pazarlama kabiliyeti ile karma kabiliyet (0.85) ve yine içten dışa pazarlama kabiliyeti ile stratejik işbirliği kabiliyeti (0.85) arasında oluşmuştur. En düşük korelasyon değerleri ise karma kabiliyetler ile stratejik işbirliği kabiliyeti (0.27) ve yine karma kabiliyetlerle dıştan içe pazarlama kabiliyeti (0.48) arasında gerçekleşmiştir. Kalemlerin ölçeği açıklama dereceleri incelendiğinde de sırasıyla 0.62(S1), 0.81(S2), 0.69(S4), 0.74(S5), 0.68(S6), 0.63(S7), 0.78(S8), 0.78(S9), 0,75(S10), 0.85(S11), 0.74(S12), 0.48(S13) değerleri oluşmuştur. Buna göre ölçek içinde dikkat çeken kalemler; stratejik işbirliği kabiliyetinin ikinci kalemi olan tedarikçilerle kurulan ilişki ve karma kabiliyetin ikinci kalemi olan başarı için yeni ürün geliştirme sürecine verilen önem olarak belirlenmiştir. Müşteri ve rakiplerle ilgili bilgi toplanması ve kullanılması ise örneklem kapsamındaki işletmeler için en az önem verilen durum olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo-4: 12 Kalemlili Pazarlama Kabiliyeti Ölçeği Uygunluk İstatistikleri

X	Df	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	NNFI	CFI
286.69	48	0.086	0.93	0.89	0.95	0.94	0.96



Şekil-4: Pazarlama Kabiliyeti Modeli

SONUÇ

Günümüz ekonomik koşullarında işletmelerin ayakta kalabilmeleri rakiplerinden farklı olmalarına bağlıdır. Zorlu rekabet koşulları, işletmeleri rakiplerinden üstün kılacak faaliyetler gerçekleştirmeye yöneltmektedir. İşletmeler bu şekilde sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabileceklerdir. Kaynak temelli yaklaşım da rekabet avantajının sağlanabilmesi için uygulanan ve literatürde son dönemde yoğun olarak çalışılan bir konu olarak öne çıkmaktadır. Pazarlama disiplini açısından kaynaklara odaklanıldığında rekabet avantajı yaratılmasında etkili olan kabiliyetler üzerinde durmak gerekmektedir. Kaynak temelli yaklaşımın pazarlamayla ilişkisi de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Kaynak temelli yaklaşıma pazarlama bakış açısıyla yaklaşan bu çalışmada öncelikli olarak işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlaması için hangi etkenlere dikkat etmesi gerektiği açıklanmaya çalışılmaktadır. Sonrasında pazarlama kabiliyetinin boyutlarını oluşturan stratejik işbirliği

kabiliyeti, dıştan içe pazarlama kabiliyeti, içten dışa pazarlama kabiliyeti ve karma kabiliyetler, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlanması için gerekli koşullar ve bu koşullara ilişkin olarak işletmelerin karşılaşılabilecekleri sorunlar çerçevesinde incelenmektedir. Son olarak da pazarlama kabiliyetine ilişkin söz konusu boyutlar Hooley vd.'nin (2002) geliştirmiş oldukları ölçek temelinde, Türkiye özelinde test edilerek değerlendirilmektedir.

Kaynak temelli yaklaşımda sürdürülebilir rekabet avantajından söz edebilmek için bir takım koşullar üzerinde durmak gerekmektedir. Bu koşullar, faaliyetlerin işletmeye değer yükleyecek şekilde düzenlenmesi, sahip olunan kaynakların rakiplerin sahip olduklarından farklı olması ve bu kaynaklara ilişkin olarak rakiplerle arasında akışkanlığın bulunmamasıdır. Buradaki temel mantık, değer yaratmayan faaliyetlerin önem taşımayacağı ve aynı kaynaklara sahip olan rakip firmalar olduğu sürece rekabet avantajının sağlanamayacağıdır. Bu nedenle, kaynakların ortaya çıkabilecek tehlikeleri en düşük seviyeye indirecek şekilde değerli olması, rakiplerin de kullanılmasına olanak tanımayacak şekilde türdeş olmaması, rakipler tarafından taklit edilememesi ve ikame kaynakların bulunamaması gerekmektedir. Bu koşulların yerine getirilmesi, rakip işletmelerin aynı kaynaklara sahip olmasıyla işletmenin faaliyetlerinin aynısını gerçekleştirmesini ve bu şekilde işletmenin sağlayabileceği rekabet avantajını ortadan kaldırmasını önlemek açısından önemlidir.

Çalışmada pazarlama kabiliyeti olarak stratejik işbirliği kabiliyeti, dıştan içe pazarlama kabiliyeti, içten dışa pazarlama kabiliyeti ile karma pazarlama kabiliyeti olmak üzere dördü bir sınıflandırma esas alınmıştır.

Stratejik işbirliği kabiliyetleri, işletmelerin ortaklar ve birlikte iş yapılan diğer işletmelerle kurulan karşılıklı güven ve taahhütleri içermektedir. Çalışmada işletmelerin stratejik işbirliğine önem verdikleri görülmektedir. Birlikte çalışılan tedarikçilerle amaç birliğine gidilmesi ve karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurulması sürdürülebilir rekabet avantajı yaratılması için önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, işbirliği içine girilen tedarikçi işletmelerle bilgi birikimi ve uzmanlığın paylaşımı daha düşük düzeyde önem verilen etkenler olarak ifade edilebilir.

Dıştan içe pazarlama kabiliyeti pazar koşullarının anlaşılması ile ilgili olarak öne çıkan kabiliyetlerdir. Etkin şekilde faaliyet gösterilmesi için pazarda meydana gelecek değişikliklerin izlenmesi işletmeler tarafından oldukça önemli görülmektedir. Bu noktada işletmelerin, sürdürülebilir rekabet avantajı yaratılması için müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına önem verdikleri ifade edilmelidir. Müşteri istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve faaliyetleri buna göre yürütmeye özen gösterilmesinin yanında, müşterilerle yakın ilişkiler kurulmasının önemi de ortaya çıkmaktadır. Müşterilerle yakın ilişkiler

kurulması, rakiplerin elde edemeyeceği bir avantaj olarak değerlendirilmektedir ve bu sayede rekabet avantajının ortadan kalkması riskinin daha düşük olacağı düşünülmektedir.

Rekabet avantajı yaratılması için bir diğer önemli etken de işletmelerin içten dışa pazarlama kabiliyetleridir. İçten dışa pazarlama kabiliyetleri daha çok işletmenin kontrol altına alabildiği işletme içi etkenlerden oluşmaktadır. İşletmelerin güçlü bir finansal yönetime, etkin faaliyet gösterebilecek iş gücüne ve güçlü bir teknolojik altyapıya sahip olmaları içten dışa pazarlama kabiliyetinin boyutları olarak öne çıkmaktadır. Bu etkenler müşteri değeri yaratılması, bu sayede de işletme amaçlarına ulaşılması konusunda yüksek önem taşımaktadır. Güçlü bir finansal yapı işletmelerin daha rahat bir şekilde faaliyet göstermelerine yardımcı olacaktır. Nitelikli iş gücünün olması ise rakiplerin taklit etmekte daha yüksek derece güçlük çekecekleri bir etken olarak kendini göstermektedir. Bu da rekabet avantajı sağlanmasını kolaylaştıracaktır. Aynı şekilde teknolojik altyapının gelişmiş olması, kaynakların türdeş olmamasını sağlayacak ve bu durumda da rekabet avantajı korunacaktır.

Pazarlama kabiliyetinin son boyutu ise dıştan içe ve içten dışa pazarlama kabiliyetlerinin bir araya getirildiği karma kabiliyetlerdir. Diğer bir ifadeyle, her iki kabiliyetin bir arada kullanılması ile rekabet avantajı sağlayacak faaliyetler gösterilmesidir. Karma kabiliyetler ile elde edilecek olan başarı bir yerde dıştan içe ve içten dışa kabiliyetlerin başarısına bağlı durumdadır. Pazara yeni ürünler sunulabilmesi ve etkin bir ürün geliştirme süreci hem müşteri istek ve ihtiyaçlarının etkin bir şekilde belirlenmesiyle, hem de söz konusu istek ve ihtiyaçlara etkin bir şekilde cevap verebilecek ürünlerin geliştirilebilmesiyle ilgilidir. Bu etkinlik işletmelerin pazarlama araştırmalarına ilişkin faaliyetleri ile ilgilidir. Daha açık bir ifadeyle, bilgi toplama, toplanan bilgilerin değerlendirilmesi ve yeni ürünün geliştirilmesine yönelik faaliyetler, müşteri istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bunlara cevap verebilecek finansal kaynaklara, insan gücüne ve teknolojik altyapıya bağlıdır. İşletmeler bu konularda rakiplerinden farklılaştığı sürece sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabileceklerdir.

Üzerinde durulması gereken son bir konu da bu dört boyutun birbirleriyle etkileşim içinde olmalarıdır. Boyutlar arasındaki ilişkinin olumlu olması, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlanmasına yönelik olarak işletmelere kolaylık sağlayacaktır. Özellikle karma kabiliyetlerle içten dışa kabiliyetlerin ve içten dışa kabiliyetlerle stratejik işbirliği kabiliyetleri arasındaki ilişkinin yüksek olması bu sonucu ortaya çıkarmaktadır.

Genel anlamda işletmelere rekabet avantajı sağlayacak olan pazarlama kabiliyetlerinden oluştuğu varsayımından hareket edildiğinde, geçerliliği ve güvenilirliği test edilen ölçüğümüzün, araştırma kapsamındaki küçük işletmeler

tarafından rekabet avantajı sağlamaya yönelik faktörleri içerdiği ifade edilebilir. Yapılan analizler sonucunda bu faktörlerden önemli olarak gördüğümüz faktörler; i) tedarikçilerle olan ilişkiler, ii) yeni ürün geliştirme faaliyetlerine verilen önem ve iii) pazarlama anlayışının temeli olan müşterilerle ilişkiler olarak belirlenmiştir. O halde, pazarlama kabiliyetleriyle sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmek için, özel tedarikçi ilişkilerine, yeni ürün geliştirmeye ve müşterilerle ilişkilere önem verilmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca, araştırma kapsamındaki işletmeler tarafından bilgi toplama faaliyetlerine fazla önem verilmediği belirlenmiştir. Ancak bu durumun işletmelerin ölçeklerinin küçük olması ile ilgili olduğu düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, araştırma kapsamındaki küçük işletmelerin birlikte iş yaptıkları işletmelerle bilgi birikimlerini ve uzmanlıklarını birleştirmelerinde çekimsiz davrandıkları görülmektedir. Halbuki, farklı işletmelerin sahip oldukları bilgi ve becerilerin elde edilmesi bu şekilde bir işbirliği ile gerçekleşecektir. Bu sayede işletmeler rakiplerin sahip oldukları kabiliyetlere ulaşma şansına da ulaşabileceklerdir.

Araştırma sonuçlarına göre içten dışa pazarlama kabiliyeti ile karma kabiliyetler ve içten dışa pazarlama kabiliyetleri ile stratejik işbirliği kabiliyetleri arasında yüksek düzeyde korelasyon söz konusudur. Bu sonuçlara göre, karma pazarlama kabiliyetleri açısından küçük işletmelerin yeni ürünlere, pazara etkin bir şekilde girilmesine, etkin pazarlama faaliyetlerine ve tüm bunların gerçekleştirilmesi için de bilgiye ihtiyaçları olduğu görülmektedir. Bununla birlikte içten dışa pazarlama kabiliyeti ile karma kabiliyetler arasındaki korelasyon değeri işletmelerin bu etkenleri müşterileri temel alarak gerçekleştirmeleri gerekliliğini ortaya koymaktadır. Müşteri temelinde de finansal yönetim, nitelikli çalışanlar ve teknoloji pazarlama kabiliyetleri açısından temel koşullar olarak değerlendirilebilir. İçten dışa pazarlama kabiliyetleri ile stratejik işbirliği arasındaki korelasyon değeri ise bu etkenlerin sadece işletmenin kendisiyle ilgili faaliyetlerdeki başarısı ile değil, işletme çevresine yaklaşımı ile de ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle de tedarikçilerle olan işbirliği küçük işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu durum ölçeğin açıklanma derecelerine bakıldığında da kendisini göstermektedir. Ölçeğin açıklanma derecelerinde en yüksek değere sahip olan kalemler tedarikçilerle ilişkiler ve yeni ürün geliştirme olarak kendisini göstermektedir.

Bu araştırma Ankara ilinde ve sektör ayırımına gidilmeksizin, 5-25 çalışanı olan işletmelere uygulanmıştır. Eğer çalışma farklı il, farklı sektör ve farklı büyüklüklerdeki işletmelere uygulansaydı sonuçlar da farklı olabilirdi. Bundan sonraki çalışmaların bu yönde yapılması gerekebilir.

KAYNAKÇA

- Barney, J. (1991) "Firms' Resources and Sustained Competitive Advantage", **Journal of Management**, 17(1), 99-120.
- Barney, J., M. Wright and D.J. Ketchen (2001) "The Resource-Based View of the Firm: Ten Years After 1991", **Journal of Management**, 27(6), 625-641.
- Benedetto, C.A. D and M. Song (2003) "The Relationship Between Strategic Type and Firm Capabilities in Chinese Firms", **International Marketing Review**, 20(5), 514-533.
- Byrne, B. M. (1998) **Structural Equation Modelling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming**, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Cadogan, J W., G.J. Hooley, S.P. Douglas, S. Matear and G. Greenley (2002) "Measuring Marketing Capabilities: a Cross-national Study" **Joint ANZMAC/EMAC Symposium Marketing Networks in a Global Marketplace**, Perth: December 2002, Australia.
- Day, G. S. (1994) "The Capabilities of Market-Driven Organizations", **Journal of Marketing**, 58 (4), 37-52.
- Fahy, J. and A. Smithee (1999) "Strategic Marketing and the Resource Based View of the Firm", **Academy of Marketing Science Review [Online]**, 10, 1-20.
- Fahy, J., G. Hooley, T. Cox, J. Beracs, K. Fonfara and B. Snoj (2000) "The Development and Impact of Marketing Capabilities in Central Europe", **Journal of International Business Studies**, 31(1), 63-81.
- Hadjimanolis, A. (2000) "A Resource- Based View of Innovativeness in Small Firms", **Technology Analysis and Strategic Management**, 12(2), 263-281.
- Hamel, G. and C. K. Prahalad. (1994) **Competing for the Future**, Cambridge, M.A: Harvard Business School Press.
- Hart, S. L. (1995) "A Natural- Resource- Based View of the Firm", **Academy of Management Review**, 20(4), 986-1014.
- Hooley, G., G. Greenley ve J. Fahy (2002) "A Scale for Measuring Marketing Capabilities", **Proceedings, 31st EMAC Conference**, Braga, Portugal.
- Hooley, G., J. Fahy, T. Cox, J. Beracs, K. Fonfara and B. Snoj (1999) "Marketing Capabilities and Firm Performance: A Hierarchical Model", **Journal of Market Focused Management**, 4(3), 259- 278.

- Hooley, G., A. Broderick ve K. Möller (1998) "Competitive Positioning and the Resource- Based View of the Firm", **Journal of Strategic Marketing**, 6(2), 97- 115.
- Hooley, G., G. Greenley, J.W. Cadogan and Fahy, John (2005) "The Performance Impact of Marketing Resources", **Journal of Business Research**, 58(1), 18-27.
- Hunt, S.D. and R.M. Morgan (1995) "The Comparative Advantage Theory of Competition", **Journal of Marketing**, 59(2), 1-15.
- Jöreskog, K.G. and D. Sörbom (1998), **Lisrel 8.20 and Prelis 2.20 for Windows**, Chicago: Scientific Software.
- Juga, J. (1999) "Generic Capabilities: Combining Positional and Resource-Based Views for Strategic Advantage", **Journal of Strategic Marketing**, 7(1), 3-18.
- Kaleka, A. (2002) "Resources and Capabilities Driving Competitive Advantage in Export Markets: Guidelines for Industrial Exporters", **Industrial Marketing Management**, 31(3), 273-283.
- Kelloway, E.K. (1998) **Using Lisrel for Structural Equation Modelling: A Researcher's Guide**, Thousand Oaks: SAGE.
- Makhija, M. (2003) "Comparing the Resource-Based and Market – Based Views of the Firm: Empirical Evidence From Czech Privatization", **Strategic Management Journal**, 24(5), 433-451.
- Mata, F.J., W.L. Fuerst and J.B. Barney (1995) "Information Technology and Sustained Competitive Advantage: A Resource- Based Analysis", **MIS Quarterly**, 19(4), 487-505.
- Moingeon, B., B. Ramanantsoa, E. Metais and J.D. Orton (1998) "Another Look At Strategy- Structure Relationships: The Resource-based View", **European Management Journal**, 16 (3), 297-305.
- Morgan, R.E, C.A. Strong and T. McGuinness (2003) "Product- Market Positioning and Prospector Strategy", **European Journal of Marketing**, 37(10), 1409-1439.
- Oliver, C. (1997) "Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional And Resource-Based Views", **Strategic Management Journal**, 18(9), 697-713.
- Porter, M. E. (1985) **Competitive Advantage**, New York: The Free Press.
- Peteraf, M. A. (1993) "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View", **Strategic Management Journal**, 14(3), 179-191.

- Reed, R. and R.J. DeFillippi (1990) “Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage”, **The Academy of Management Review**, 15(1), 88-102.
- Shook, C.L., D.J. Ketchen Jr., G.T.M. Hult and K.M. Kacmar (2004) “An Assessment of the Use of Structural Equation Modeling in Strategic Management Research”, **Strategic Management Journal**, 25(4), 397-404.
- Srivastava, R. K., L. Fahey and H. K. Christensen (2001) “The Resource- Based View and Marketing: The Role of Market- Based Assets in Gaining Competitive Advantage”, **Journal of Management**, 27(6), 777-802.
- Steenkamp, J.E. M. and H.C.M. Trijp (1991) “The Use of LISREL in Validating Marketing Constructs”, **International Journal of Research in Marketing**, 8(4), 283-299.
- Vorhies, D. W. and M. Harker (2000) “The Capabilities and Performance Advantages of Market- Driven Firms: An Empirical Investigation”, **Australian Journal of Management**, 25(2), 145- 172.
- Vorhies, D. W., M. Michael and C. P. Rao (1999) “The Capabilities and Performance Advantages of Market- Driven Firms”, **European Journal of Marketing**, 33(11/12), 1171-1202.
- Wernerfelt, B. (1984) “A Resource-based View of the Firm”, **Strategic Management Journal**, 5(2), 171-180.

HİZMET SATIN ALMA SÜRECİNDE KULAKTAN KULAĞA İLETİŞİMİN ETKİSİ

Leyla ÖZER*
Pınar ANTEPLİOĞLU†

Öz

Bu çalışmada, hizmet satın alma sürecinde bilgi kaynağı olarak kulaktan kulağa iletişimin satın alma davranışına olan etkileri ve tüketicilerin satın aldığı hizmeti değerlendirmeleri aşamasında oluşan tatmin düzeyine bağlı olarak, müşterilerin negatif ya da pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Veri analizi sonucunda, bilgi kaynağı olan kulaktan kulağa iletişimin (girdi) deneklerin satın alma davranışları üzerinde etkisinin olduğu, satın aldıkları hizmetten tatmin olmayan deneklerin negatif ve tatmin olan deneklerin pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturdıkları bulunmuştur. Buna ek olarak, kulaktan kulağa iletişimin yoğunluğuna göre şekil değiştirdiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kulaktan kulağa iletişim, hizmet sektörü, satın alma davranışı.

Abstract

The Effect of Word of Mouth on Service Purchasing Behavior

The purpose of this study is to investigate the impacts of word of mouth as a source of information during the process of service purchasing. Moreover, it is aimed to study the inclination of negative or positive word of mouth formation of customers, depending on the satisfaction level that emerges at the process of customers' assessment of their service purchasing. For this purpose, the data were collected throughout the questionnaire. The results reveal that the word of mouth as an input influences the purchasing behavior. It is also found that in the post purchase evaluation, satisfied customers tend to expose positive word of mouth however unsatisfied customers are inclined to expose adversely. Additionally, it is found that word of mouth changes its own in accordance with the level of word of mouth form.

Keywords: Word of mouth, services market, purchase behavior.

* Yrd. Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, leyla@hacettepe.edu.tr

† Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, pinaran@hacettepe.edu.tr.

GİRİŞ

1960'lerden beri kulaktan kulağa iletişimin tüketici davranışları üzerine etkileri araştırılmış (Wirtz ve Chew, 2002) ve gerek tüketici gerekse firmalar açısından önemli olduğu bulunmuştur (Bansal ve Voyer, 2000; Silverman, 1997, Mangold vd., 1999). Tüketici açısından kulaktan kulağa iletişim, firmaların tutundurma faaliyetlerine göre daha güvenli, tüketici odaklı ve dikkat çekici olarak algılanmaktadır (Bansal ve Voyer, 2000; Wirtz ve Chew, 2002). Deneyim veya bilgi sahibi olan tüketiciler, çevrelerindeki kişilere bu deneyimlerini aktardıklarında kulaktan kulağa iletişim oluşmaktadır. Kulaktan kulağa iletişim sonucunda deneyim ve bilgilerden haberdar olan diğer tüketiciler, firmanın tek yönlü tutundurma faaliyetlerine oranla çevrelerindeki kişilerin firmayı daha objektif değerlendirdiklerini, tarafsız bir şekilde deneyimlerini aktardıklarını düşünmektedir. Buna ilaveten, bu iletişim kişiler arasında karşılıklı olabileceği için çift yönlüdür. Firmalar açısından ise, kulaktan kulağa iletişim tutundurma yöntemlerinden biri olarak ele alınmaktadır. Kulaktan kulağa iletişim diğer tutundurma yöntemlerine oranla maliyet açısından daha avantajlı (Misner, 1994: 42), hızlı, daha çok sayıda kişiye ulaşmakta, doğal olarak gelişmekte ve kendi kendini besleyebilmektedir (Silverman, 1997). Böylece, tüketicinin satın alma davranışını harekete geçirmekte ya da marka değiştirmesine neden olmaktadır ayrıca, karmaşıklığı ortadan kaldırarak ve tüketicinin ürün hakkında ilk bilgi edindiği andan, kullandığı ve tavsiye ettiği ana kadar geçen süreyi azaltarak firmanın yeni müşteri kazanmasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla, firmalara fayda sağlamaktadır (Silverman, 2001:12).

Diğer taraftan, kulaktan kulağa iletişim, hizmet işletmelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Haywood, 1989). Hizmetin mala oranla daha soyut olması, üretim ile tüketimin eş zamanlı olması, standart olmaması ve dayanıksızlığı gibi kendine has özelliklerinden dolayı, tüketici hizmeti değerlendirirken zorluk çekmektedir (Murray, 1991). Hizmet üretimi hizmet talep edildiğinde başlamakta, dolayısıyla üretimle beraber tüketim gerçekleşmekte, tüketicinin hizmet satınalma öncesinde hizmeti deneme şansı çoğunlukla bulunmamaktadır. Tüketici hizmeti satın almadan önce deneme şansı bulunmadığı için riski daha yüksek algılamaktadır (Haywood, 1989). Hizmet kalitesinin kişiye, zamana ve yere bağlı olarak farklılık göstermesi hizmetlerin standart olmasını zorlaştırmaktadır. Böylece, hizmet tüketicileri belirsizlikten kaynaklanan risk ile karşı karşıya kalmakta (Dalrymple ve Parson ,1995:474), hizmetin belirtilen özellikleri tüketicinin algıladığı riskin derecesini artırmaktadır (Mitchell ve Greatorex, 1993). Tüketiciler satın almak istedikleri hizmetin riskini azaltmada "arkadaş tavsiyesini" kullanmaktadırlar (Dalrymple ve Parson, 1995:474). Bu da hizmet satın almak isteyen kişinin daha önce o hizmetle ilgili deneyim sahibi olmuş tüketicilere fikirlerini sorma eğilimini ortaya çıkartmaktadır. Bu eğilim

tüketicilerin riski azaltmak için kişisel olmayan firmanın tutundurma çabalarından ziyade, kişisel olan kulaktan kulağa iletişime güvenmesinden kaynaklanmaktadır (Fugate, 1998). Diğer taraftan, algılanan risk arttıkça bilgi araştırma eğilimi de artacaktır (Murray, 1991). Bu da somut ürün sektörüne göre hizmet sektöründe kulaktan kulağa iletişimin önemini artırmaktadır (Bansal ve Voyer, 2000).

Bu çalışmanın amacı, hizmet satın alma sürecinde bilgi kaynağı olarak kulaktan kulağa iletişimin satın alma davranışına olan etkilerini ve hizmet müşterisinin satın aldığı hizmete yönelik değerlendirmeleri aşamasında oluşan tatmin düzeyi sonucu negatif ya da pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimlerini incelemektir.

I- SATIN ALMA SÜRECİNDE KULAKTAN KULAĞA İLETİŞİM

Satın alma süreci problemin ya da ihtiyacın tanımlanması veya belirlenmesi ile başlamaktadır (Kotler ve Armstrong, 1997: 160). Tüketici, söz konusu problemi ortadan kaldıracılabileceği düşünülen ürün hakkında bilgi toplamakta, alternatifleri değerlendirmekte, ihtiyacını karşılayacağını düşündüğü alternatifleri seçmekte ve seçtiği alternatif doğrultusunda satın alma ya da almama davranışı göstermektedir.

Kulaktan kulağa iletişim, bu süreç içerisinde iki aşamada ortaya çıkmaktadır: bilgi toplama ve değerlendirme (File vd., 1994). Bu bağlamda, literatürde yer alan çalışmalarda kulaktan kulağa iletişim bilgi toplama aşamasında “girdi” (File vd., 1994; Mangold vd., 1999; Silverman, 2001:36) değerlendirme aşamasında “çıktı” (Richins, 1983, Richins ve Shaffer, 1988; Bone 1992; Gelb ve Johnson, 1995; Buttle, 1998; Oliver, 1997: 372) olarak yer almaktadır.

Girdi olarak kulaktan kulağa iletişim bilgi toplama süreci içerisinde önemli bir faktör olarak ele alınmaktadır (File, Cermak ve Prince, 1994). Bilgi kaynakları içsel ve dışsal olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. İçsel bilgi kaynakları, genelde hafızayı tarayarak ulaşılabilen kaynaklardır (Murray, 1991). Dışsallar ise, kişisel (aile, arkadaş, akraba, ve tanıdıkların verdikleri bilgiler) (Bansal ve Voyer, 2000), ticari (reklam, satış elemanı, ürünün ambalajı, görünümü) ve profesyonel bilgi kaynaklarıdır (makale, kitap, internet v.b.) (Hawkins, vd., 2000;29). Çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim, tüketicinin, mal ya da hizmeti satın alıp kullanması ve değerlendirmesi sonucunda oluşmaktadır.

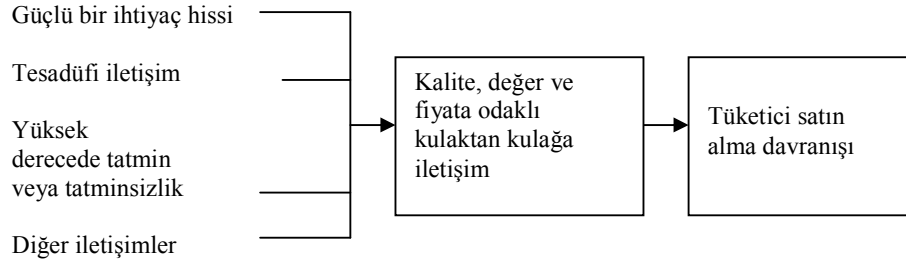
Bunun yanısıra, çıktı kulaktan kulağa iletişim tatmin düzeyine göre, “pozitif kulaktan kulağa iletişim” (Mooney, 2000; Ranaweera ve Prabhu, 2003;

Swan ve Oliver, 1989; Gremler vd., 2001; File vd., 1992) ve “negatif kulaktan kulağa iletişim” (Buttle, 1998; Arndt, 1967; Zeelenberg ve Pieters, 2002; Lau ve Ng, 2001; Feick ve Price, 1987; Bloch vd., 1986; Mizerski, 1982) olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmaktadır.

II. KULAKTAN KULAĞA İLETİŞİMİN TANIMI VE OLUŞUMU

Kulaktan kulağa iletişim, ürün sağlayıcıların, bağımsız bireylerin, ailenin ve arkadaşların, halihazırda bulunan veya potansiyel müşterilerin oluşturduğu grupların arasında oluşan sözlü iletişimi olarak tanımlanmaktadır (Mooradian ve Oliver, 1997; Ennew vd., 2000; Kotler ve Armstrong, 1997). Westbrook (1987)’a göre, kulaktan kulağa iletişim, bir mal veya hizmetin sahibi, kullanımı veya özellikleri ve/veya satıcısı hakkında, diğer tüketicilerle resmi olmayan bir iletişim içine girmektedir. Arndt (1968) kulaktan kulağa iletişimi, ticari olmayan bir iletişimci ile bir markaya, bir mala ya da bir hizmete dikkat eden bir alıcı arasındaki sözlü iletişim olarak tanımlamaktadır. Bu çalışmada ise kulaktan kulağa iletişim, tüketicilerin (müşterilerin), diğer (mevcut ve potansiyel) tüketicileri (müşterileri), özellikle yakın çevresindeki akraba ve arkadaşlarını, kullandıkları ürün, marka, firma hakkında kendi yorumları ile bilgilendirmeleri, bu ürün ya da firmayı tavsiye etmeleri ya da etmemeleri, kullanmaları ya da kullanmamaları için önerme, cesaretlendirme, ikna etme ya da etmeme şeklinde ortaya çıkan sözlü ve resmi olmayan iletişimler olarak ele alınacaktır.

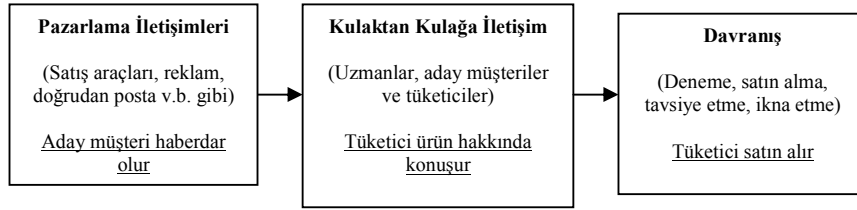
Girdi olarak kulaktan kulağa iletişim, satın alma davranışını ortaya çıkartan faktörlerden birisidir. Mangold vd. (1999)’nin çalışmalarına göre, Şekil 1’de gösterildiği gibi tüketicinin satın alma davranışının öncesinde kalite, değer ve fiyat odaklı kulaktan kulağa iletişim yer almaktadır. Çalışma içinde incelenen, kulaktan kulağa iletişimin oluşmasına neden olan faktörler: “ihtiyaç duyma”, “tesadüfi kulaktan kulağa iletişim”, “tatmin” ya da “tatminsizlik” ve “diğer iletişimler” adı verilen tüketicinin satın almasında etkili olabilecek örf ve adetlerdir.



Şekil-1: Kulaktan Kulağa İletişim Süreci

Kaynak: Mangold, Miller ve Brockway, 1999

Dolayısıyla, tüketiciler bir ürünü satın almadan önce çeşitli şekillerde oluşabilen kulaktan kulağa iletişim aracılığıyla, ürüne/firmaya/markaya ilişkin kalite, değer ve fiyat hakkında bilgi sahibi olmakta ve satın alma davranışına yönelebilmektedir (Mangold vd., 1999). Silverman (2001), kulaktan kulağa iletişimi satın alma davranışının oluşumunda etkili bir faktör olarak (girdi) ele almıştır. Yazara göre (Şekil 2’de de yer aldığı gibi) firmanın tutundurma çabaları (pazarlama iletişimleri) sonucunda, tüketici üründen haberdar olmakta ve ürün hakkında çevresi ile konuşmaya başlayarak kulaktan kulağa iletişim oluşturmaktadır. Bu iletişim sonucu edindiği bilgiler doğrultusunda, ürünü deneme, satın alma, başkalarına tavsiye etme v.b. gibi davranışlarda bulunmaktadır.



Şekil-2: Satışa Etki Eden Faktörler

Kaynak: Silverman, 2001:36

Literatürde, kulaktan kulağa iletişimi çıktı olarak ele alınan çalışmalar (Richins, 1983; Richins ve Shaffer, 1988; Bone, 1992; Gelb ve Johnson, 1995; Buttle, 1998) bulunmaktadır. Çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim, tüketicinin, mal ya da hizmeti satın alıp kullanması ve değerlendirmesi sonucunda oluşmaktadır (Buttle, 1998). Bir grup araştırmacı (Blodgett vd., 1993; Richins, 1983; Richins ve Shaffer, 1988; Bone, 1992; Gelb ve Johnson, 1995; Buttle, 1998) kulaktan kulağa iletişimin hangi faktörler sonucu ortaya çıktığını araştırmış ve çıktı olarak kulaktan kulağa iletişimi incelerken bu faktörleri göz önünde bulundurmuşlardır.

Gelb ve Johnson (1995) yaptıkları çalışmada kulaktan kulağa iletişimi etkileyen faktörleri kendi içinde; durumsal faktörler, duygusal faktörler ve tutundurma faaliyetleri olmak üzere üç boyuta ayırarak incelemişlerdir. Durumsal faktörler; ürüne aşina olmak, firmaya yönelik duygusal tepkiler vermek ve kişinin kültürü ya da firmanın yaklaşımı nedeniyle firmaya şikayet edememektir. Bu faktörler tüketicinin kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimini artırabilmektedir. Aynı çalışmaya göre, ikinci önemli faktör grubu, negatif ya da pozitif kulaktan kulağa iletişimi artırabilecek deneyimlerle ilgili duygulardır. Duygusal faktörler, öfkeden memnuniyete kadar değişen çeşitli

tepkileri içermektedir. Çalışmada ortaya konan üçüncü boyut ise, tutundurma faaliyetlerinin kulaktan kulağa iletişim oluşumundaki etkileridir. Örneğin, yoğun bir şekilde reklama maruz kalan tüketici, kulaktan kulağa iletişim oluşturabilmektedir (Gelb ve Johnson, 1995).

Bone (1992) yaptığı çalışmada kulaktan kulağa iletişimin oluşumunda etkili olan faktörleri; tüketiciler arasındaki sosyal bağların kuvveti, tüketicinin üstlendiği “karar verici kişi” rolü, tüketici tatminin düzeyi ve tüketicinin ürünü yeni olarak algılama derecesi olarak ele almaktadır. Bu çalışmaların yanısıra, Richins ve Shaffer (1988) fikir liderinin oluşturduğu kulaktan kulağa iletişimi incelemekte ve fikir liderinin kulaktan kulağa iletişimin oluşumunda etkili bir faktör olarak ele almaktadır. Ditcher (1966)’a göre, fikir liderinin diğer tüketicilere oranla, ürün katılım düzeyi daha fazladır ve odaklandığı ürün ya da firma hakkında kulaktan kulağa iletişim yapmaktadır. Richins ve Shaffer (1988) yaptıkları çalışmada fikir liderinin kulaktan kulağa iletişim oluşturmada etkisini incelemekte ve anlamlı bir ilişki olduğunu savunmaktadırlar. Tüketicinin bir satın alma davranışı sonrası yaşadığı tatmin düzeyi de, çıktı kulaktan kulağa iletişimin oluşmasında önemli bir faktördür. Oliver (1997:372) kulaktan kulağa iletişimi tatmin ya da tatminsizliğe verilen bir tepki olarak ele almaktadır. Tatmin olmamış bir müşteri negatif kulaktan kulağa iletişim oluştururken (Yi, 1990; Richins, 1983) tatmin olmuş bir müşteri pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturmaktadır (Oliver, 1997:372; Athanassopoulos vd., 2001). Buraya kadar yapılan literatürdeki açıklamalardan hareketle, kendine has özelliklerinden dolayı mamul mala göre farklılıklar gösteren hizmetin satın alma sürecindeki kulaktan kulağa iletişimi incelemek faydalı olacaktır.

III. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

III.1. Çalışmanın Amacı ve Hipotezleri

Günümüzde hizmet sektörünün önemi gün geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla, en hızlı gelişen teknolojiler ve yenilikler de bu sektörde görülmektedir. Özellikle gelişmiş ülkeler klasik sanayi ve klasik imalatçılık anlayışından uzaklaşmakta, bu klasik anlayışın yerini hizmet anlayışı almaktadır (İçöz vd., 1999). Hizmetin önemi arttıkça hizmet pazarlamasının da önemi artmakta ve hizmeti pazarlamanın yöntemleri ve kulaktan kulağa iletişimin etkileri üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Her türlü iletişimde olduğu gibi, kulaktan kulağa iletişimin de yarattığı etki ürüne, pazara ve örgüt yapısına göre değişmektedir. Dolayısıyla, hizmet sektöründe algılanan risk mala oranla yüksek olduğundan, kulaktan kulağa iletişim daha fazla dikkat çekmektedir (Ennew vd., 2000: 75). Bu nedenle kulaktan kulağa iletişimin hizmet sektörü içerisindeki yerini incelemek faydalı olacaktır.

Bu çalışmanın amacı, literatürden hareketle, bilgi kaynağı olan kulaktan kulağa iletişimin (girdi) tüketicilerin hizmete yönelik satın alma davranışı üzerine etkilerini ve satın alma sonrasında tatmin düzeyi sonucunda negatif veya pozitif çıktı kulaktan kulağa iletişim yapma eğilimini incelemektir. Literatürde (Fugate,1998; Beeko, 2000) yer aldığı üzere satın alma riski yüksek olan satın almalarda kişisel bilgi kaynakları daha etkilidir. Böylece, araştırmanın çerçevesi, algılanan risk ve hizmet kalitesini benzer düzeyde olabilecek şekilde sınırlandırılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda sunulan hizmet kalitesi ve fiyatlarının (yıldız sayısı düşük otellere oranla) benzer düzeyde ve yüksek, dolayısıyla tüketicinin de algıladığı risk düzeyinin benzer olabileceği düşünülen 5 yıldızlı otellerle sınırlandırılmış, daha az yıldız sayısına sahip oteller kapsam dışı bırakılmıştır.

Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur:

- Bilgi toplama kaynağı olarak kullanılan (girdi) kulaktan kulağa iletişim, satın alma davranışına etki etmekte mi dir?
- Tatmin olmayan müşteri negatif kulaktan kulağa iletişim oluşturur mu?
- Tatmin olan müşteri pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturur mu?

III.2. Evren, Örneklem ve Veri Toplama

Çalışmanın amacından hareketle, 5 yıldızlı otellerde, kulaktan kulağa iletişimin (girdi), satın alma davranışına olan etkisi, satın alma davranışının değerlendirilmesi ile tatmin ya da tatminsizlik sonucu oluşan kulaktan kulağa iletişimi incelemek için Ankaradaki otel müşterileri üzerinde araştırma yapılmıştır. Çalışmanın ana kitlesini Ankara'daki 5 yıldızlı otellerde konaklayan müşteriler oluşturmaktadır. Örneklem, Ankara'da yer alan 7 tane 5 yıldızlı otel içinden müşterilerine anket uygulanmasına izin veren 3 tane otel ile sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmada, veri toplamak için anket yöntemi ve yüzyüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket formunun anlaşılmayan yönlerini düzeltmek ya da eksikliklerini tamamlayabilmek amacıyla, 55 kişiye ön anket yapılmıştır. Anket formunda eksiklik ya da anlaşılmayan bir unsur saptanmadığı için uygulamaya devam edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığında elde edilen istatistikler sonucu 2003 yılına dair Türkiye'de 5 yıldızlı otellerde konaklayan kişi sayısı 4,289,005 tir. Ankara ilinde 5 yıldızlı otellerde konaklayan kişi sayısı ise 194,929 dur. Bu rakamlar baz alınarak ve $N = \frac{Z^2_{B,CL} \cdot [P \cdot Q]}{\alpha^2}$ formülü (Hair, vd. 2002: 339) kullanılarak, %95 güvenirlilik olasılığı için gereken örneklem hacmi, 184 olarak hesaplanmıştır. Anketler, müşteriler otelden

çıkışlarını yaparken (resepsiyonda) uygulanmıştır. Ekim ayı süresince, otel müşterilerine gönüllülük esasına göre toplam 300 anket uygulanmış 252 tanesi geçerli sayılmıştır (Anteplioğlu, 2005). Araştırma sonucu elde edilen 252 soru kağıdındaki yanıtlara gerekli analizler yapılmıştır.

III.3. Ölçek

Anket formunun, birinci bölümünde katılımcıların seyahat nedenlerini ve demografik özelliklerini içeren dört soru hazırlanmıştır. İkinci bölümde kulaktan kulağa iletişimin satın alma davranışına etkisini ölçmeye yönelik, otelde konaklama kararı verirken, otel müşterilerine aile bireyleri ya da akrabalar, arkadaşlar, tanıdık kişiler ve otelin daha önceki müşterilerinden fikir almalarına ilişkin katılım düzeylerini içeren dört soru sorulmuştur. Bu sorular Murray (1991)'in ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Aynı bölüm içerisinde otel müşterilerinin konakladığı otel hizmetinden tatmin olması sonucunda, oteli çevresindeki kişilere önermeleri, tavsiye etmeleri ya da çevresindeki kişileri aynı otelde kalmaları konusunda ikna etmeleri ile tatminsizlik sonucu, çevresindeki kişilere önermeme, tavsiye etmeme ya da çevresindeki kişileri aynı otelde kalmamaları konusunda ikna etmelerine ilişkin altı soruya yer verilmiştir. 5., 6. ve 7. sorular otelde konaklayan müşterilerin tatmin oldukları durumda, pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimini ölçmeye yönelik sorulardır. Bu sorularda, Silverman (2001: 39)'in kulaktan kulağa iletişim düzeyleri (önerme, tavsiye etme, ikna etme) göz önüne alınmış ve Hui ve Au (2001)'nun, Goodwin ve Ross (1992)'den uyarladığı, ayrıca Maxham ve Netemeyer (2002)'in, Anderson ve Gerbing (1988)'den uyarladığı ölçeklere göre düzenlenmiştir.

Son üç soru ise, müşterilerin otelden tatmin olmadıkları durumlarda, negatif kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimine yöneliktir. Bu sorular, Silverman (2001: 39)'in ele aldığı kulaktan kulağa iletişim düzeyleri (önerme, tavsiye etme, ikna etme) kapsamında ve Zeelenberg ve Pieters (2002)'in ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Bu iletişim kaynaklarının tüketicinin satın alma davranışı üzerine etkileri ve tatmin düzeyleri sonucunda negatif veya pozitif kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimlerinin ölçümüne yönelik olarak hazırlanan ifadelerde, “Kesinlikle Katılıyorum”dan “Kesinlikle Katılmıyorum”a kadar sıralanan 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Belirlenen ölçeğin güvenilirliğini saptamak amacıyla, Alpha Modeli aracılığı ile güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Buna göre, Alpha değeri 0,7346 olarak belirlenmiş ve ankette yer alan sorular güvenilir olarak kabul edilmiştir.

III.4. Araştırma Bulguları

III.4.1. Deneklere İlişkin Bilgiler

Örneklemin yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarını içeren demografik özellikleri ve seyahat nedenlerine yönelik dağılımlar Tablo1’ de sunulmuştur.

Tablo-1: Araştırmaya Katılan Deneklere İlişkin Bilgiler

Demografik Özellikler	Kişi Sayısı	%
Yaş		
20-30	96	38.1
31-40	52	20.6
41-50	59	23.4
51-60	35	13.9
61+	10	4
Cinsiyet		
Kadın	135	53.6
Erkek	117	46.4
Eğitim		
İlkokul	3	1.2
Ortaokul	6	2.4
Lise	58	23
Üniversite	152	60.3
Yüksek Lisans/Doktora	33	13.1
Seyahat Nedeni		
Arkadaş/Akraba ziyareti	34	13.5
Kültür Ziyareti	26	10.3
Sağlık	11	4.4
İş Seyahati	59	23.4
Eğlence	105	41.6
Eğitim	14	5.6
Diğer	3	1.2

Araştırmaya katılan deneklerin %53,6’sı kadındır. Eğitim düzeyleri incelendiğinde, deneklerin %60,4’ü üniversite mezunudur. Deneklerin yaş ortalaması 38,52 dir. Ayrıca, deneklerin %13,5’inin arkadaş/akraba ziyareti nedeni ile, %23,4’ünün iş nedeni ile ve %41,7’ sinin de eğlence nedeni ile seyahat ettiği saptanmıştır.

III.4.2. Verilerin Analizi ve Bulgular

III.4.2.2. Girdi Kulaktan Kulağa İletişim

Girdi olarak kulaktan kulağa iletişim ile ilgili ele alınan kriterlere deneklerin katılımları incelendiğinde şu sonuçlar bulunmuştur (Tablo 2);

Tablo-2: Girdi Olarak Kulaktan Kulağa İletişim Kriterlerine Deneklerin Katılım Düzeylerinin Dağılımları

Bu otelde kalma kararı verirken...	Kesinlikle katılmıyorum		Kısmen katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Aile bireyleri ya da akrabaların fikirlerini sordum	48	19	20	7.9	13	5.2	102	40.5	68	27
Arkadaşlarımdan bilgi aldım	34	13.5	23	9.1	18	7.1	101	40.1	76	30.2
Tanıdığım kişilerin fikrini aldım	34	13.5	22	8.7	19	7.5	101	40.1	74	29.4
Otelin müşterilerinin fikirlerini dikkate aldım	48	19	28	11.1	26	10.3	74	29.4	75	29.8

Tablo 2’de müşterinin otelde kalma kararı verirken aile, akraba, arkadaş, tanıdık ve otel müşterilerinden girdi olarak kulaktan kulağa iletişim yapıp yapmadıklarına ilişkin katılım düzeyleri yer almaktadır. Buna göre, deneklerin %27’si tamamen aile ve akrabalarından fikir alırken, %40,5’ i kısmen fikir almıştır. Deneklerin %5,3’ ü kararsız kalırken, %7,9’ u çok az derecede aile ve akrabalarının fikirlerini almış, %19’ u bu otelde konaklamak için aile ve akrabalarının hiç fikrini almamıştır. Otelde kalma kararı verirken deneklerin, %30,2’ si tamamen, %40,1’ i kısmen arkadaşlarının fikirlerini almışlardır. Deneklerin %7,1’ i bu konuda kararsız kalmış, %9,1’ i kısmen katılmamış ve %13,5’ i de otelde konaklamak için arkadaşlarından fikir almamıştır. Diğer taraftan deneklerin %29,4’ ü tamamen, %40,1’i kısmen tanıdığı kişilerden konaklama kararı için fikir almıştır. Deneklerin %7,5’i bu soruda kararsız kalmış, %8,7 si kısmen tanıdıklarının fikrini alırken, %13,5’ i tanıdıklarından hiç fikir almamıştır. Otelde konaklamış olan diğer müşterilerin, %29,8’i tamamen, %29,4’ ü kısmen bilgi almış, %10,3’ ü kararsız kalmış ve %11,1’i kısmen otelin eski müşterilerinden fikir almamış, %19’ u ise hiç fikir almamıştır. Bu açıklamalardan hareketle, kesinlikle ve kısmen katılıyorum sütunlarındaki yoğunlaşma, katılmama yönündeki yoğunlaşmaya göre daha fazladır. Tabloda, müşterilerin otelde kalma kararı vermeden önce çevrelerindeki kişilerden (aile bireyleri, arkadaş, tanıdıklar v.b. gibi), kısmen bilgi aldıklarına dair bir yoğunlaşma gözlenmektedir. Bunların yanı sıra, az da olsa otelde konaklama kararı vermeden önce çevresindekilerin fikrini almayan müşteriler de bulunmaktadır. Bu yorumun desteklenebilmesi için istatistiksel analizlerle araştırılması gerekmektedir.

Böylece, deneklerin girdi olarak kulaktan kulağa iletişim kriterleri ile ilgili katılım düzeylerinde anlamlı bir yoğunlaşmanın var olup olmadığını saptamak amacıyla, Friedman testi uygulanmıştır (Bu testle ilgili olarak bakınız Siegel, 1956). Friedman testi, gerek sütunlar ve gerekse satırlar arasında, anlamlı bir yoğunlaşmanın ve dolayısıyla farklılaşmanın bulunup bulunmadığını gösterebilir (Şentürk, 1988). Sütunlararası farklılıklar yönünden hesaplamalarla elde edilen sonuçlar %95 anlamlılık derecesinde değerlendirilmiş ve katılım düzeylerinde anlamlı bir yoğunlaşma bulunamamıştır ($\chi^2=4,941$; $p>0,05$). Anlamlı bir yoğunlaşmanın bulunamaması, deneklerin “kesinlikle katılıyorum”dan “kesinlikle katılmıyorum”a kadar sıralanan katılım derecelerini anlamlı ölçüde birbirinde ayıramadığını göstermektedir. Deneklerin derecelendirme kategorileri arasındaki farklılaşmayı nasıl algıladıklarını saptayabilmek için Friedman testinin bir yan testi (bakınız:Hollander,1973) uygulanmıştır. Bu test sonucunda, deneklerin “kesinlikle katılıyorum”, “kararsızım” ve “kesinlikle katılmıyorum” derecelendirme kategorilerini anlamlı ölçüde birbirlerinden ayırdıkları anlaşılmıştır. Ancak, “kısmen katılıyorum” ile “tamamen katılıyorum” derecelerini ve “kısmen katılmıyorum” ve “tamamen katılmıyorum” derecelerini birbirlerinden ayıramadıkları bulunmuştur. Böylece, “kısmen ile tamamen katılıyorum” ve “kısmen ile tamamen katılmıyorum” sütunları birleştirilmiş ve katılıyorum, kararsızım ve katılmıyorum olmak üzere üç değerlendirme sütunu kalmıştır.

Hazırlanan verilere, yeniden Friedman testi uygulanmış ve otelde konaklayan müşterilerin çevrelerindeki kişilerden (aile bireyleri, arkadaşları, tanıdıkları ve diğer otel müşterileri) kulaktan kulağa iletişim yolu ile bilgi aldıkları gözlemlenmiştir ($\chi^2 =15,918$, $p<0,05$). Bu sonuçlardan hareketle, örneklemin hizmeti satın almadan önce aile bireyleri, akraba ve diğer müşterilerden hizmete ilişkin fikir, arkadaşlardan bilgi algılarına görülmüştür. Dolayısıyla, hizmet satın alma öncesinde tüketici çevresindeki kişilerin deneyimlerini dikkate almakta, böylece hizmetin soyutluğunu ve gelecekte karşılaşılabileceği olumsuz durumları, diğer bir ifadeyle riski azaltmaya çalışmaktadır. Bu sebeple, tüketici satınalma kararı vermeden önce kulaktan kulağa iletişim yapmakta ve satınalma kararını bu doğrultuda oluşturabilmektedir. Söz konusu bilgilerden hareketle, kulaktan kulağa iletişim satın alma kararı vermeden önce hizmet tüketicileri açısından önemli ve satınalma kararında etkili bir unsurdur.

III.4.2.3. Pozitif Çıktı Kulaktan Kulağa İletişim

Deneklerin, pozitif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim oluşturma düzeyleri Tablo 3’te verilmiştir. Deneklerin katılım dereceleri incelendiğinde şu sonuçlar bulunmuştur;

Tablo-3: Pozitif Çıktı Olarak Kulaktan Kulağa İletişim Kriterlerine Deneklerin Katılım Düzeylerinin Dağılımları

Konakladığım otelin hizmetinden tatmin olduğumda	Kesinlikle katılmıyorum		Kısmen katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%
Çevremdeki kişilerden otel soran/arayanlara öneririm	5	2	3	1.2	18	7.1	80	31.7	145	57.5
Çevremdeki kişilere tavsiye ederim	6	2.4	4	1.6	17	6.7	72	28.6	153	60.7
Çevremdeki kişileri otelde kalmaları için ikna ederim	16	6.3	23	9.1	46	18.3	86	34.1	81	32.1

Tatmin olan bir müşterinin, çevresindeki kişilerden (aile bireyleri, arkadaş ve tanıdıkları gibi) otel soran/arayanlara kaldığı bu oteli önerip önermeyeceğine ilişkin olarak, deneklerin %57,5' i tamamen, %31,7' si kısmen önerebileceğini, %7,1' i kararsız kaldığını, %1,2' si kısmen, %2' si de hiç önermeyeceğini belirtmiştir. Deneklerin, kaldıkları otelden tatmin oldukları takdirde çevrelerindeki kişilere, %60,7' si tamamen, %28,6' sı kısmen tavsiyede bulunacaklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra %6,7' lik bir grup kararsız kalırken, %1,6'lık bir grup kısmen, %2,4' lük bir grup ise, hiç tavsiyede bulunmayacağını belirtmiştir. Tatmin olan deneklerin %32,1' i çevrelerindeki kişileri kesinlikle, %34,1' i kısmen ikna etmeye çalışacaklarını belirtirken, %18,3' lük bir grup kararsız kalmıştır. %9,1' lik bir grup kısmen ve %6,3' lük bir grup da hiç ikna etmeye çalışmayacağını belirtmiştir. Bu açıklamalardan hareketle, kesinlikle ve kısmen katılıyorum sütunlarındaki yoğunlaşma, katılmama yönündeki yoğunlaşmaya göre daha fazladır. Bu yorumun istatistiksel olarak test edilmesi için, deneklerin, pozitif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim kriterleri ile ilgili katılım düzeylerinde anlamlı bir yoğunlaşmanın var olup olmadığını saptamak amacıyla, Friedman testi uygulanmıştır. Test sonucunda, deneklerin pozitif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişimi değerlendirirken “kesinlikle katılıyorum” dan, “kesinlikle katılmıyorum” a kadar sıralanan değerlendirmeleri %95 anlamlılık derecesinde birbirinden ayırdığı bulunmuştur ($\chi^2=94,027$; $p<0,005$).

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda Tablo 3'ün verileri incelendiğinde frekansların “kısmen katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” yönünde yoğunlaştığı görülmektedir. Dolayısıyla, örneklemden otel müşterileri tatmin oldukları takdirde, çevrelerindeki kişilere, kaldıkları oteli çevrelerindeki kişilere kesinlikle önerebileceklerini, tavsiye edebileceklerini ve hatta ikna etmeye çalışacaklarını (%32,1) şeklinde belirtmişlerdir. Deneklerin büyük bir bölümü ise, kısmen de olsa çevrelerindeki tüketicilere önerebileceklerini, tavsiye

edebileceklerini ve tüketicileri ikna etmek için çabalayabileceklerini belirtmişlerdir.

Tatmin olmuş bir müşterinin, tatmin olduğu hizmete ilişkin çevresindeki kişilere verebileceği bilgiler ve bu bilgilerle diğer tüketicilerin satınalma davranışını belirli düzeylerde yönlendirme isteği Silverman (2001:39)'ın yaklaşımından hareketle belirlenmiştir. Bu kapsamda tatmin olmuş müşteri, tatmin olduğu hizmetle ilgili çevresindeki kişiler sadece soru sorduklarında hizmeti önermekte, soru sormasalar dahi tavsiye etmekte ya da ikna etmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla, kulaktan kulağa iletişim sadece bilgi almak isteyen tüketicinin sorusu ile başlamamakta, aynı zamanda tatmin olmuş müşterinin bu tatmin olduğu hizmeti anlatma ve çevresindeki kişileri bu hizmete yönlendirme isteği ile de ortaya çıkabilmektedir. Nitekim, Tablo 3'ün verileri incelendiğinde tatmin olmuş müşterinin her üç davranışı gösterme eğiliminde oldukları ("Kesinlikle katılıyorum" yönünde frekans yoğunluğu diğer sütunlara göre daha fazladır) görülmektedir.

Dolayısıyla, sunulan hizmetten tatmin olan bir müşteri pozitif kulaktan kulağa iletişim yapmakta ve çevresindeki kişileri hizmet satınalmaları için yönlendirmektedir.

III. 4.2.4. Negatif Çıktı Kulaktan Kulağa İletişim

Negatif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim ile ilgili ele alınan kriterlere deneklerin katılım derecesi Tablo 4'te verilmiştir.

Tabloda yer alan ilk kriter tatmin olmayan bir müşterinin, çevresindeki kişilerden otel soran/arayanlara kaldığı bu oteli önerip önermeyeceğini öğrenme amaçlı hazırlanmıştır. Buna göre, deneklerin %48,4' ü kesinlikle, %25,8' i kısmen önermeyeceğini belirtmiştir. Deneklerin %8,3' ü kararsız kalırken, %4,4' ü kısmen, %12,3' ü kesinlikle önereceğini belirtmiştir. Deneklerin, kaldıkları otelden tatmin olmadıkları takdirde, çevrelerindeki kişilere %50,4' ü kesinlikle, %27,8' i kısmen tavsiyede bulunmayacaklarını belirtmişlerdir. %8,7'si kararsız kalırken, %2,4'ü kısmen, %10,7'si kesinlikle tavsiyede bulunabileceğini belirtmiştir. Tatmin olmayan müşterilerin, %28,6' sı "kesinlikle", %34,1' i "kısmen" çevrelerindeki kişileri otelde kalmamaları için ikna etmeye çalışabileceklerini belirtmişlerdir. %14,7'si kararsız kalırken, %7,5'i kısmen ve %15,1'i hiç ikna etme çabasında bulunmayacaklarını belirtmiştir.

Tablo-4: Negatif Çıktı Olarak Kulaktan Kulağa İletişim Kriterlerine Katılım Düzeylerinin Dağılımları

Konakladığım otelin hizmetinden tatmin olmadığımında	Kesinlikle katılmıyorum		Kısmen katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çevremdeki kişilerden otel soran/arayanlara önermem	31	12.3	11	4.4	21	8.3	65	25.8	122	48.4
Çevremdeki kişilere tavsiye etmem	27	10.7	6	2.4	22	8.7	70	27.8	127	50.4
Çevremdeki kişileri otelde kalmamaları için ikna ederim	38	15.1	19	7.5	37	14.7	86	34.1	72	28.6

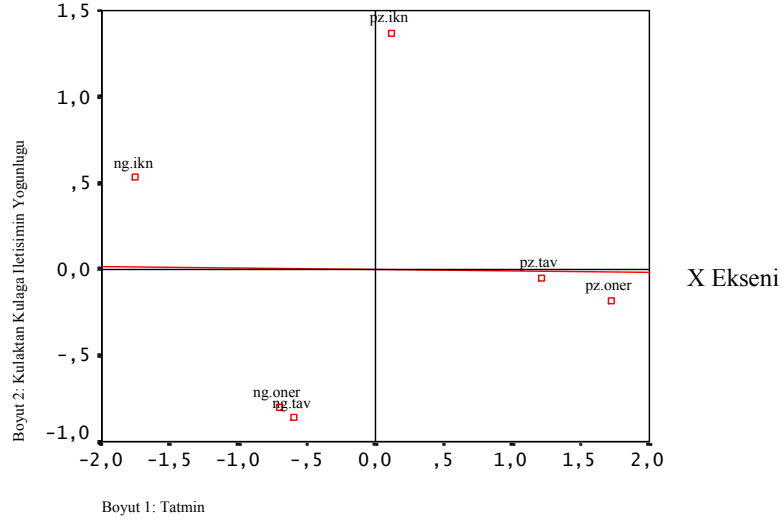
Deneklerin, negatif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişim kriterleri ile ilgili yanıtlarda anlamlı bir yoğunlaşmanın var olup olmadığını saptamak amacıyla, kriterlere Friedman testi uygulanmıştır. Dolayısıyla, deneklerin negatif çıktı olarak kulaktan kulağa iletişimi değerlendirirken “kesinlikle katılıyorum” dan, “kesinlikle katılmıyorum” a kadar sıralanan değerlendirmeleri %95 anlamlılık derecesinde birbirinden ayırdığı bulunmuştur ($\chi^2= 57,079$, $p<0,005$).

Silverman (2001:39)’ın yaklaşımından hareketle tatmin olmamış bir müşterinin, tatmin olmadığı hizmete ilişkin çevresindeki kişilere verebileceği bilgiler ve bu bilgilerle diğerlerini satınalmama davranışına yönlendirme isteği üç düzeyde belirlenmiştir. Bu çerçevede tatmin olmamış müşteri, tatmin olmadığı hizmetle ilgili çevresindeki kişiler sadece soru sorduklarında hizmeti önermemekte, soru sormasalar dahi tavsiye etmemekte ya da satın almamaları için ikna etmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla, tatmin olmama durumunda da kulaktan kulağa iletişim sadece bilgi almak isteyen tüketicinin sorusu ile başlamamakta, aynı zamanda tatmin olmamış müşterinin bu tatminsizlik durumunu diğer kişilere anlatma ve çevresindeki kişileri bu hizmetten satın almamaları için yönlendirme isteği ile de ortaya çıkabilmektedir.

Deneklerin, tatmin olmadıkları taktirde, kaldıkları oteli çevrelerindeki kişilere önermeyecekleri, tavsiye etmeyecekleri ve bu otelde kalmamaları yönünde ikna etmeye çalışacakları yönünde eğilim gösterdikleri Tablo 4 incelendiğinde görülmüştür. “Kısmen katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” yönünde bir frekans yoğunlaşması vardır. Dolayısıyla, sunulan hizmetten tatmin olmayan bir müşterinin, negatif kulaktan kulağa iletişim oluşturması beklenmektedir.

Frekans analizinin ardından çıktı kulaktan kulağa iletişim verilerine çok boyutlu ölçekleme analizi yapılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme analizi ile, tüketicinin çıktı kulaktan kulağa iletişim ile ilgili tercihleri ve algıları göreceli olarak ölçülmeye çalışılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme analizinde, uyarıcılar arasındaki algılanan ya da psikolojik ilişkiler çok boyutlu alanda noktalar arasındaki geometrik ilişkiler olarak temsil edilir. Bu geometrik sunular uzaysal (algısal) haritalar olarak adlandırılır (Malhotra ve Birks, 1999: 617). Çok boyutlu ölçekleme analizinde amaç, verilerin çok boyutlu uzayda ilişki yapısını ve uzaydaki konumlarını en iyi biçimde ortaya koyan geometrik yerleşim düzenini vermektir. Bunun da nedeni insanların olayları daha rahat anlamalarını sağlamaktır (Kurt, 1992).

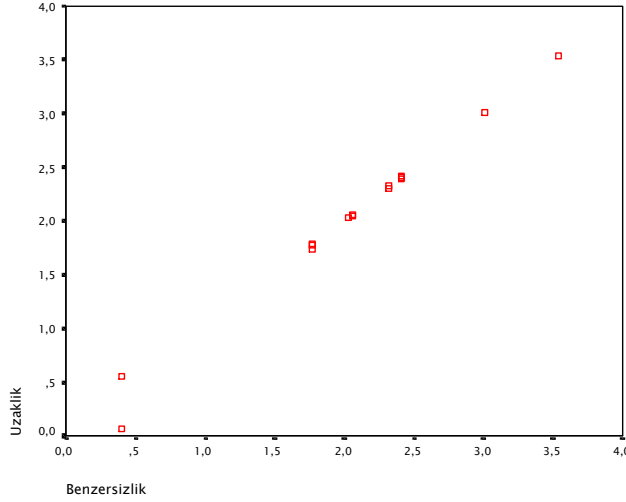
Şekil 3'teki harita incelendiğinde, tatmin olmayan müşterilerin negatif kulaktan kulağa iletişim eğilimleri bir yönde, tatmin olan müşterilerin pozitif kulaktan kulağa iletişim eğilimleri diğer yönde gruplaşarak konumlandıkları görülmektedir. Dolayısıyla, 1. boyut tatmin boyutu olarak adlandırılabilir. Diğer taraftan, kulaktan kulağa iletişim negatif ya da pozitif şekilde oluşmakta (Kulaktan kulağa iletişimin yapısı) ve müşterinin çevresindeki kişileri hizmeti satın almaları için ikna etme, tavsiye etme ve önerme gibi farklı düzeylerde (Kulaktan kulağa iletişimin yoğunluğu) ortaya çıkmaktadır. Bu düzeyler tüketicinin kullandığı üründen tatmin olmadığı, bu nedenle ürün hakkında şikayet ettiği, diğer kişileri de ürünü kullanmamaları konusunda ikna etmeye çalıştığı eksi dört düzeyinden, ürün hakkında sürekli olarak olumlu konuşmalar yaptığı artı dört düzeyine kadar dokuz basamaktan oluşmaktadır. Çalışma içerisinde bu düzeylerden ikna, tavsiye verme ve soran kişilere öneride bulunmak üzere üç tanesi pozitif ve negatif olarak ele alınmıştır. Bu bilgiden hareketle algı haritası üzerinde ikna düzeylerinin X ekseninin üzerinde, tavsiye ve önerilerin ise X ekseninin altında konumlandıkları saptanmıştır. Dolayısıyla, 2. boyut da kulaktan kulağa iletişimin yoğunluk düzeyleri olarak adlandırılabilir.



Şekil-3: Çıktı Kulaktan Kulağa İletişim Algı Haritası

Not: pz oner: pozitif öneri, pz tav: pozitif tavsiye, pz ikn:pozitif ikna, ng ikn: negatif öneri, ng tav:negatif tavsiye, ng ikn: negatif ikna anlamına gelmektedir.

Böylece, algı haritasına göre, kulaktan kulağa iletişimin yoğunluğu arttıkça iletişim şekli pozitif öneriden ikna çabalarına, negatif tavsiyeden negatif iknaya dönüşmektedir. Bunun tersine, kulaktan kulağa iletişimin yoğunluğu azaldıkça, iletişim tavsiye ya da öneri şeklinde oluşabilmektedir. Öte yandan, otel müşterileri tatmin olduklarında pozitif kulaktan kulağa iletişim, tatminsizlik durumunda ise, negatif kulaktan kulağa iletişim yapmaktadırlar. Şekil 3'teki algı haritasında tatminsizlik durumunda negatif tavsiye ve öneri, tatmin durumunda ise, pozitif tavsiye ve öneri birbirine yakın konumlanmıştır. Bu da otel müşterilerinin tatmin ya da tatminsizlik sonucunda çevresindeki kişilere hizmeti önerme ve tavsiye etme davranışlarını benzer algıladıklarını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, tatmin olmuş ya da olmamış müşteriler, deneyimlerine ilişkin diğer kişiler bilgi edinme amaçlı soru sorduklarında, bu kişilere hizmeti önerme ya da önermeme ile soru sormadıklarında da tavsiye etmelerini birbirine yakın algılamaktadırlar. Diğer taraftan, pozitif ve negatif ikna davranışı diğer davranışlardan uzak konumlanmıştır. Bu da müşterilerin kulaktan kulağa iletişimin yoğunluk düzeylerinden biri olan iknanın, tavsiye ve öneriden farklı algılandığını ortaya çıkartmaktadır.



Şekil-4: Shepherd Diagramı, Çıktı Kulaktan Kulağa İletişim

Analizde benzersizlik ve uzaklık verileri arasındaki ilişkiyi gösteren Shepard diagramı da Şekil 4’te sunulmuştur. Şekil 4 incelendiğinde, benzersizlik arttıkça uzaklığın arttığı görülmektedir. Bu da, çıktı kulaktan kulağa iletişim için, noktaların doğrusal olduğu anlamına gelmektedir. Shepard diagramının doğrusal çıkması, girilen verilerle çok boyutlu ölçekleme modeli arasındaki uyumun iyiliğini göstermektedir.

SONUÇ

Tüketici, hizmet sektörü içerisinde satın alma kararı verirken riski yüksek olarak algılamaktadır. Dolayısıyla, satın alma kararı vermeden önce bilgi araştırma aşamasında, firmanın tutundurma çabalarından daha çok çevresindeki kişilerin deneyimleri ve edindikleri bilgileri aktarmalarına güvenmektedir. Bunun nedeni ise, tüketicilerin bu tür bilgilerin firmaların tutundurma çabalarına göre daha güvenli, tüketici odaklı ve çekici olduğunu düşünmeleridir. Böylece, kulaktan kulağa iletişim tüketiciler ve firmalar açısından önemlidir.

Hizmet tüketicileri satın alma öncesinde riski ve hizmetin soyut olmasından kaynaklanan belirsizliği azaltabilmek amacıyla, kişisel kaynaklardan bilgi almak istemektedirler. Böylece, kişisel kaynaklar içerisinde yer alan kulaktan kulağa iletişime önem vermektedirler. Bu nedenle, tüketicilerin satın alma kararı verirken, tüm kulaktan kulağa iletişim

kaynaklarından (aile bireyleri ve akrabalar, arkadaşlar, tanıdıklar ve diğer müşteriler) etkilenebilmektedirler.

Bu değerlendirmelerden hareketle, çalışmanın amacı hizmet sektöründe kulaktan kulağa iletişimin satın almaya etkilerini ve tatmin düzeyi sonucu tüketicinin pozitif/negatif çıktı kulaktan kulağa iletişim oluşturma eğilimini ölçmektir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, Ankara’da bulunan 5 yıldızlı oteller arasından verilerine ulaşılabilen 3 tane otelde konaklayan müşterilere anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen verilere, girdi kulaktan kulağa iletişimin satın alma davranışı üzerine etkileri ile çıktı kulaktan kulağa iletişimin oluşumunu incelemek amacıyla frekanslar incelenmiş ve test edilmiştir. Bu analizde, müşterinin tatmin/tatminsizliği durumunda, pozitif/negatif kulaktan kulağa iletişim yapma düzeyleri incelenmiştir. Sonuçta, müşterinin yaşadığı tatminsizliğin, negatif kulaktan kulağa iletişim oluşturmaya etki ettiği ve aynı şekilde, müşterinin yaşadığı tatminin de, pozitif kulaktan kulağa iletişime etkisinin olduğu saptanmıştır.

Bir müşterinin, tatmin olduğu/olmadığı hizmete ilişkin çevresindeki kişilere verebileceği bilgiler ve bu bilgilerle diğerlerini satınalma ya da almama davranışına yönlendirme isteği, her bir durum için üç düzeyde belirlenmiştir. Bu çerçevede tatmin olmuş müşteri, tatmin olduğu hizmetle ilgili çevresindeki kişiler sadece soru sorduklarında hizmeti önerirken, tatmin olmayan müşteri önermemektedir. Benzer şekilde tatmin olmuş müşteri soru sormasalar dahi hizmeti çevresindeki kişilere tavsiye etmekte ya da satın almaları için ikna etmeye çalışmakta, tatmin olmayan müşteri ise, bunun tam tersine satınalmamaları için ikna ve tavsiye iletişimlerine girmektedir. Dolayısıyla, tatmin olma ya da olmama durumunda kulaktan kulağa iletişim sadece bilgi almak isteyen tüketicinin sorusu ile başlamamakta, aynı zamanda tatmin olmuş ya da olmamış müşterinin bu tatminsizlik durumlarını diğer kişilere anlatma ve çevresindeki kişileri bu hizmetten satın alma/almamaları için yönlendirme isteği ile de ortaya çıkabilmektedir.

Çok boyutlu ölçekleme analizi sonuçları da bu sonuçları desteklenmiş aynı zamanda hizmet müşterisinin oluşturduğu kulaktan kulağa iletişimin yoğunluğuna göre iletişimin öneri, tavsiye ya da ikna olarak şekil değiştirdiği görülmüştür. Buna ilaveten, tatmin olmuş ya da olmamış müşteriler, hizmeti önerme ve tavsiye etme davranışlarını benzer algılamışlardır. Dolayısıyla, müşteriler deneyimlerine ilişkin diğer kişiler bilgi edinme amaçlı soru sorduklarında, bu kişilere hizmeti önerme ya da önermeme ile soru sorduklarında da tavsiye etmelerini birbirine yakın algılamaktadırlar. Diğer

tarafından, müşterilerin kulaktan kulağa iletişimin yoğunluk düzeylerinden biri olan iknanın, tavsiye ve öneriden farklı algılandığını ortaya çıkartmaktadır.

Yukarıda elde edilen tüm sonuç ve bulgulardan hareketle, girdi ve çıktı olarak oluşan kulaktan kulağa iletişim aslında birbirlerini takip eden bir süreçtir. Bir müşterinin yapacağı kulaktan kulağa iletişim, başka bir tüketici için bilgi kaynağı olabilecektir. Bu bilgiler, tüketiciyi satın almaya yönlendirebilecek ya da uzaklaştırabilecektir. Dolayısıyla, hizmet firmaları pozitif kulaktan kulağa iletişimin önemini benimsemelidirler. Bunun yanı sıra, kulaktan kulağa iletişim ile tutundurma çabalarına göre daha fazla maliyet avantajı sağlayabilecek, müşteri kazanma, elde tutma ve müşterilerini diğer tüketicilere kulaktan kulağa iletişim yapmaları yönünde teşvik edebileceklerdir. Böylece, firmanın karı artacaktır. Bu doğrultuda, müşteri tatmini, algılanan hizmet kalitesi ve müşteri ile iletişimini artırmalı, geri bildirim sağlamalı ve hizmet sunum sürecini sürekli gözden geçirerek yenilemelidir.

KAYNAKÇA

- Anderson, J.C. and D.W. Gerbing (1988) "Structural Equation, Modeling in Practice: a Review and Recommended Two-Step Approach", **Psychological Bulletin**, 103, 411-423.
- Anteplioğlu, P. (2005) "Hizmet Sektöründe Kulaktan Kulağa İletişimin Etkileri: Ankara'da Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ocak, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arndt J. (1967) "Role of Product-Related Conversation in the Diffusion of a New Product", **Journal of Marketing Research**, 4, 291-295.
- Arndt J. (1968) "Selective Processes in Word of Mouth", **Journal of Advertising Research**, 8, 19-22.
- Athanassopoulos, A., S. Gounaris and V. Stathakopoulos, (2001) "Behavioral Responses to Customer Satisfaction", **European Journal of Marketing**, 35, 687-707.
- Bansal V. and A.P. Voyer (2000) "Word-of-Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context", **Journal of Service Research**, 3, 166-177.
- Bebko C.P. (2000) "Service Intangibility and its Impact on Consumer Expectations of Service Quality", **Journal of Services Marketing**, 14, 11-27.
- Bloch, P.H., D.L. Sherrell and Ridgeway, N.M. (1986) "Consumer Search: An Extended Framework", **Journal of Consumer Research**, 13, 119-127.

- Blodgett, J.G., D.H. Granbois and Walters, R.G. (1993) "The Effects of Perceived Justice on Complainants' Negative Word-of-Mouth Behavior and Repatronage Intentions", **Journal of Retailing**, 69, 399-428.
- Bone P.F. (1992) "Determinants of Word-of-Mouth Communications During Product Consumption", **Advances in Consumer Research**, 19, 579-583.
- Buttle F.A. (1998) "Word-of-Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing", **Journal of Strategic Marketing**, 6, 241-254.
- Darlymple, D.J. and L.J. Parsons (1995) **Marketing Management**, (6th ed.) New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Ditcher E. (1966) "How Word-of-Mouth Advertising Works", **Harvard Business Review**, 2, 147-166.
- Ennew, C.T., A.K. Banerjee, and D. Li (2000) "Managing Word of Mouth Communication: Empirical Evidence from India", **International Journal of Bank Marketing**, 18, 75-83.
- Feick, L.F. and L.L. Price (1987) "The Market Maven: A Diffuser of Marketplace Information", **Journal of Marketing**, 51, 83-97.
- Fugate L.D. (1998) "The Advertising of Services: What is an Appropriate Role for Humor?", **The Journal of Services Marketing**, 12, 453-472.
- File, K.M., S.P. Cermak, and R.A. Prince, (1994) "Word-of-Mouth Effects in Professional Services Buyer Behavior", **The Service Industries Journal**, 14, 301-314.
- File, K.M., B.B. Judd, and R.A. Prince (1992) "Interactive Marketing: The Influence of Participation on Positive Word-of-Mouth and Referrals", **The Journal of Services Marketing**, 6, 5-14.
- Gelb B. and M. Johnson (1995) "Word-of-Mouth Communication: Causes and Consequences", **Marketing Review**, 15, 54-58.
- Goodwin, C ve I. Ross (1992) "Consumer Responses to Service Failures: Influence of Procedural and Interactional Fairness Perceptions", **Journal of Business Research**, 25, 149-163.
- Gremler, D.D., K.P. Gwinner and S.W. Brown, (2001) "Generating Positive Word-of-Mouth Communication Through Customer-Employee Relationships" **International Journal of Service Industry Management**, 12, 44-59.
- Hair, J.F., R.P. Bush, and D.J. Ortinau (2002) **Marketing Research**, Chicago: McGraw Hill International Edition, Marketing & Advertising Series.
- Haywood K.M. (1989) "Managing Word of Mouth Communications", **The Journal of Service Marketing**, 3, 55-67.

- Hawkins, D.I., J.R. Best and A.K. Coney (2000) **Consumer Behavior: Building Marketing Strategy**, (8th ed.), Boston: McGraw Hill.
- Hollander, M. and D.A. Wolfe (1973) **Nonparametric Statistical Methods**, New York.
- Hui ve M.K. and K. Au (2001) "Justice Perception of complaint-Handling: A Cross Cultural Comparison Between PRC and Canadian Customers", **Journal of Business Research**, 52, 161-173.
- İçöz, O., İ. Tavmergen ve P. Özdemir (1999) "Hizmet Pazarlamasında İnternet Kullanımı", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 3, 27-40.
- Kotler P. and G. Armstrong G. (1997) **Marketing An Introduction**, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kurt G. (1992) "Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz Tekniklerinden Çok Boyutlu Ölçekleme ve Bir Uygulama", Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İstatistik Bilim Dalı.
- Lau G. T. and S. Ng (2001) "Individual and Situational Factors Influencing Negative Word-of-Mouth Behaviour", **Canadian Journal of Administrative Sciences**, 18, 163-178.
- Malhotra N. K. ve D. F. Birks (1999) **Marketing Research, An Applied Approach**, England: Prentice Hall, Inc.
- Mangold, W.G., F. Miller and G.R. Brockway, (1999) "Word-of-Mouth Communication in the Service Marketplace" **The Journal of Service Marketing**, 13(1), 73-89.
- Maxham J.G. and R.G. Netemeyer (2002) "Modeling Customer Perceptions of Complaint Handling over Time: The Effects of Perceived Justice on Satisfaction and Intent", **Journal of Retailing**, 78, 239-252.
- Misner, R.I. (1994) **World's Best Known Marketing Secret**, Texas: Bard & Stephen.
- Mitchell V. M. and M. Greatorex (1993) "Risk Perception and Reduction in the Purchase of Consumer Services", **The Service Industries Journal**, Vol 13(4), 179-200.
- Mizerski, R.W. (1982) "An Attribution, Explanation of the Disproportionate Influence of Unfavorable Information", **Journal of Consumer Research**, 9, 301-310.
- Mooney R.M. (2000) "Word-of-Mouth Referral Sources for Buyers of International Corporate Financial Services", **Journal of World Business**, 35, 314-329.
- Mooradian T.A. and J.M. Oliver (1997) "I Can't Get No Satisfaction: The Impact of Personality and Emotion on Postpurchase Processes", **Psychology and Marketing**, 14, 379-393.

- Murray, K.B. (1991) "A Test of Services Marketing Theory: Consumer Information Acquisition Activities", **Journal of Marketing**, 1, 10-23.
- Oliver, R.L. (1997) **Satisfaction a Behavioral Perspective on the Consumer**, New York: McGraw Hill, Inc.
- Ranaweera C. and J. Prabhu (2003) "On the Relative Importance of Customer Satisfaction and Trust as Determinants of Customer Retention and Positive Word of Mouth" **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing**, 12, 82-90.
- Richins M.L. (1983) "Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study", **Journal of Marketing**, 47, 68-78.
- Richins M.L. and T.R. Shaffer (1988) "The Role of Involvement and Opinion Leadership in Consumer Word-of-Mouth: An Implicit Model Made Explicit", **Advances in Consumer Research**, 15, 32-26.
- Siegel, S. (1956) **Nonparametric Statistics for the Behavioral Sciences**, New York: McGraw-Hill.
- Silverman G. (1997) "How To Harness The Awesome Power of Word-of-Mouth", **Direct Marketing**, 7, 32-37.
- Silverman, G. (2001) **The Secrets of Word-of-Mouth Marketing**, New York: American Management Association.
- Swan J.E. and R.L. Oliver (1989) "Postpurchase Communications by Consumers", **Journal of Retailing**, 65, 516- 533.
- Şentürk L. (1988) "Bazı Turist Eğilim ve Seyahat Acentası Anketlerinin Turistlerin Beklenti ve İzlenimleri Yönünden Değerlendirilmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ocak, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Westbrook R.A. (1987) "Product/Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes", **Journal of Marketing Research**, 24, 258-70.
- Wirtz J. and P. Chew (2002) "The Effects of Incentives, Deal Proneness, Satisfaction and Tie Strength on Word of Mouth Behavior", **International Journal of Service Management**, 13, 141-162.
- Yi Y. (1990) "A Critical Review of Consumer Satisfaction" in V.A. Zeithaml (ed.), **Review of Marketing**, Chicago: American Marketing Association, 4, 68-123.
- Zeelenberg M. and R. Pieters (2002) "Beyond Valence in Customer Dissatisfaction: A Review and New Findings on Behavioral Responses to Regret and Disappointment in Failed Services", **Journal of Business Research**, 55, 1-11.

MARKANIN ALGILANAN SEMBOLİK BOYUTLARI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ömer TORLAK*
Şuayip ÖZDEMİR†

Öz

Tüketicilerin satın alma kararlarında marka önemli bir araçtır. Pek çok tüketici ürünün fonksiyonel yararları yanında markaya dayalı bir tercihte bulunmaktadır. Bu nedenle markanın tüketiciler tarafından nasıl algılandığının bilinmesi, işletmeler açısından önemli bir konu haline gelmiştir. İşletmeler kendi marka imajlarını güçlendirmek amacıyla, marka stratejilerine gittikçe daha fazla ağırlık vermektedirler. Bu çabalarda markanın sembolik boyutlarının öne çıkarıldığı gözlenmektedir.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin markanın sembolik boyutlarını nasıl algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçları, markanın algılanmasında belirli boyutlar oluşabileceğini göstermiştir. Araştırma sonuçlarına göre ayrıca, markanın algılanan sembolik boyutlarının cevaplayıcıların cinsiyetlerine ve eğitim gördükleri üniversiteye göre farklılık gösterdiği de ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Markanın algılanan sembolik boyutları, marka imajı, marka kişiliği.

Abstract

Perceived Symbolic Dimensions of Brand: A Study on the University Students

Brand is an important tool in buying behavior of consumers. Very much consumer choose according to brand besides functional benefits. Therefore knowing a brand perceive from consumers is an important issue for companies. Firms attach importance to their brand strategies

* Doç.Dr., Osmangazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, ESKİŞEHİR, torlak@ogu.edu.tr

† Yrd.Doç.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, AFYON, sozdemir@aku.edu.tr.

gradually more for strenghten their brand image. It is seen that symbolic dimensions of brand to be considered at these efforts.

The aim of this study is to determine how the university students perceive symbolic dimensions of brand. Research results indicate that there may be specific dimensions at brand perception. Also, perceived symbolic dimensions of brand have difference according to gender and their universities of the students.

Keywords: Perceived symbolic dimensions of brand, brand image, brand personality.

GİRİŞ

Markanın tüketiciler tarafından ürünü algılamada önemli rolü olduğu bilinmektedir. Pek çok tüketici mal ve hizmet satın alma kararı verirken markanın etkisinde kalır. Bazı ürünlerde marka güvenilirlik kaynağı olarak algılanırken, bazı ürünlerde ise markanın sembolik boyutu ön plana çıkar. Dolayısıyla, markanın tüketiciler tarafından nasıl algılandıkları bilgisi işletmeler açısından önemli bir pazar bilgisidir.

Markanın tüketiciler tarafından algılanan boyutlarını belirlemeye yönelik son yıllarda bazı çalışmalar yapıldığı bilinmektedir. Bu çalışmaların bir kısmında markanın imajı, kişiliği ölçülmeye çalışılırken (Aaker, 1997; Hogg vd., 2000), bir kısmında ise markanın sembolik anlamının ölçülmeye çalışıldığı görülmektedir (Hirschman and Holbrook, 1982; Solomon, 1983; Belk, 1988; McCracken, 1986). Bir takım çalışmalarda ise markanın sembolik anlamları ürün ya da mağazalarla birlikte değerlendirilmeye çalışılmıştır (Ligas, 2000; Austin vd., 2003). Pazarlama ile marka yönetimi ve stratejilerindeki gelişmelere paralel olarak ürün ve markanın sembolik anlamlarında da değişimler olabilmektedir. Daha doğrusu, ürün ve markanın sembolik anlamlarını tüketicilerin algılaması değişebilmektedir. Ürün ve markalarla ilgili tüketici algılarının farklılaşmasında; ürün ve markanın ulusal kültürlerde tüketicilerin ürüne attedikleri değerın değişmesi yanında (Overby vd., 2004), ürünün üretildiği ülke orijininin etkisi de önemli rol oynamaktadır (Lim ve O’Cass, 2001; Goldberg ve Baumgartner, 2002). Diğer taraftan, bu algılamaların kültürlere göre farklılaşabileceği de açıktır. Bu konularla ilgili çalışmaların son yıllarda artmasının önemli bir nedeni, global pazarlama çabalarının yoğunlaşması ve buna paralel olarak yerli markalara karşı yabancı markaların tüketiciler tarafından nasıl algılandığının bilinmesine olan ihtiyacın artmış olmasıdır (Kaynak ve Kara, 2002).

Bu çalışmada, değişik ülkelerde yapılmış olan ve markanın algılanan boyutlarını belirlemeye yönelik çalışmalardan hareketle, üniversite

öğrencilerinin sembolik açıdan markayı algılama boyutları belirlenmeye çalışılmıştır.

I. MARKANIN ALGILANMASI VE ALGILANAN MARKA BOYUTLARI

Tüketiciler, ürünleri ve markaları satın alır ve tüketirken bunların ekonomik, teknolojik ve işlevsel yararlarından daha çok, taşıdıkları ve aktarabildikleri sembolik anlamlara yönelmektedirler (Odabaşı, 1999). Bir diğer ifadeyle tüketiciler, ürünleri ve markaları satın alırken onları sembolik anlamları ile anlamaya ve onlara yüklenen sembolik anlamlarla kendilerini özdeşleştirmeye çalışırlar (Elliott, 1999). Bu yüzden, pek çok tüketici ürünün fonksiyonel ve kullanım yararı yanında hatta bazı ürünlerde bu yararlaran ziyade temsil ettiği statü anlamına değer vermektedir. Bu değerlendirme sonucunda tüketiciler ürün ya da mağaza markalarını değişik sembolik özellikler çerçevesinde algılamaktadır (Ligas, 2000). Nitekim işletmelerin marka kişiliği oluşturmada ambalaj, fiyat, kullanıcı imajı, sponsorluk ve semboller gibi ürünle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili unsurlardan yararlanma çabaları da tüketicilerin marka algılamaları üzerinde etkili olma çabalarına işaret etmektedir (Tıgılı, 2003).

Markalar ürünlerin ayrılmaz bir parçası gibi algılanmaktadırlar. Bu yönüyle marka, bir ürünün kimliği, güvencesi ve statüsü olarak algılanabilmektedir. Modernizm sürecinde marka; ağırlıklı olarak belirli bir statü ve aidiyet sembolü, bir başka deyişle belirli bir hayat tarzının ifadesi olarak algılanırken (Bocock, 1997; Chaney, 1999), postmodernizme göre tüketici marka ile daha yakın ilişkiler kurmayı ve ürün ve marka ile yaşayacağı deneyimle özdeşleşmeyi yeğlemektedir (Odabaşı, 2004). Bu değişim ya da farklılaşma beraberinde ürün ve marka bakımından tüketici ile birebir iletişim kurmayı ve marka ile tüketicinin duygularına hitap edebilecek düzeyde duygusal markalama kavramını gündeme getirmektedir (Barış ve Yazıcı, 2003). Markanın algılanmasında bu değişimin yakalanabilmesi şirketlerin konuyla ilgili çabalarına da yansımakta ve pek çok şirket değişen beklentilere cevap vermeye çalışırken; öne çıkan yeteneklerini markalaştırma ve birebir iletişimi tercih etmektedirler (Winkler, 2004). Bu çabalar sonucunda bazı markaların arzu edilen sonucu elde ettiği bazıların ise istenen amaca ulaşamadığı da bir gerçektir. Bu konuda belirleyici olan tüketicinin markayı algılamasıdır.

Global işletmelerin son yıllardaki yoğun çabalarına rağmen bugün de yerel markaların milli duygular çerçevesinde veya yerel ve ulusal işletme uygulamalarıyla markaların algılanmasında milliyetçi duygular ön plana çıkabilmektedir. Dolayısıyla, markanın algılanmasında yerli ve yabancı

vurguları da zaman zaman ön plana çıkabilmektedir. Ürün ve marka tercihinde ülke orijininin tüketici tercihlerini etkilemesinin önemli bir nedeni, tüketimde sembolik ve gösterişçilik özelliğinin ön plana çıkmaya başlamasıdır (Piron, 2000). Tüketimde ürünlerin ülke orijinlerinin ön plana çıkmasında ayrıca, ülkenin ulusal karakteristikleri, ekonomik ve politik geçmişleri, tarihi ve geleneksel birikimleri ile ülkenin adıyla ön plana çıkan ürünler önemli rol oynamaktadır (Nagashima, 1970). Nitekim, ülkemiz tüketicileri üzerine yapılan bir araştırmada, Türk tüketicilerinin iyi bilinen Japon, Amerikan ve Batı Avrupa orijinli markalı ürünleri teknolojik yenilikler, pahalılık, lüks olma, iyi tasarım ve güzel reklam gibi özellikler bakımından daha olumlu olarak algıladıkları anlaşılırken, Rusya, Çin ve Doğu Avrupa orijinli markalı ürünleri ise daha olumsuz olarak algıladıkları ortaya çıkmıştır (Kaynak ve Kara, 2002). Ancak her şeye rağmen, yerli ve yabancı markalı ürünler arasında zaman zaman tüketiciler arasında olumlu ve olumsuz olarak farklı algılamalar olduğu da bir gerçektir. Yerli ve yabancı markalı ürünlere yönelik bu algı farklılaşmasında ulusal duyguların veya bir başka ifadeyle etnosentrizmin önemli rol oynadığı söylenebilir (Netemeyer vd., 1991; Sharma vd., 1995; Kaynak ve Kara, 2002). Bu durum, aynı ülkede etnosentrik eğilimler, farklı ülkelerde ise kültürel farklılıklar nedeniyle aynı markanın sembolik açıdan farklı biçimde algılanması sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

İşletmeler kendi markalarını konumlandırırken, hedef pazarlarında yer alan tüketicilerin genel karakteristikleri ve satın alma eğilimlerini dikkate almak durumundadırlar. Fakat, pazar bölümlerinin daha parçalı hale gelmesi ve gittikçe daha az homojen özellik gösteren tüketicilerin çoğalması, pazarda markanın algılanan boyutlarının da farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu değişimde modernizmden postmodernizme geçişin ve postmodernist eğilimlerin artmasının da rol oynadığı söylenebilir (Brown, 1993; Fırat vd., 1995; Brown, 1999; Odabaşı, 2004). Çünkü, standartlaşmanın ve grup dinamiğinin ağırlık kazandığı modernizm karşısında, farklılıkların öne çıktığı ve bireyin kendini farklılıklarla açıklamaya çalıştığı postmodernizmde markaların algılanan sembolik boyutlarının da bu değişimden etkilenmesi bir bakıma kaçınılmazdır.

Markanın algılanan sembolik boyutlarının ölçülmesine yönelik Aaker (1997)'in çalışmasında marka kişiliği oluşturulması denenmiş ve marka kişiliğini ölçmeye yönelik bir ölçekten hareketle, beş temel marka boyutunun algılandığı ortaya konmuştur. Marka kişiliğinin bu beş boyutu Aaker tarafından; samimiyet (sincerity), coşku (excitement), ustalık (competence), seçkinlik (sophistication) ve sertlik (ruggedness) şeklinde adlandırılmıştır (Aaker, 1997). Marka kişiliğini oluşturan bu boyutların genel marka algılamasında geçerli olduğu, ancak ürün grupları bakımından, örneğin hazır yemek yeme işletmelerinde yapılan bir çalışmada bu işletmelerin markalarının benzer boyutlarla algılanmadıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca, marka kişiliğinin

algılanan bu boyutlarının markanın sembolik anlamlarını ortaya çıkarmada önemli bir araç olduğu da desteklenmiştir (Austin vd., 2003). Bu sonuçlardan hareketle, Aaker (1997)'ın marka kişiliği boyutlarından yararlanılarak ülkemizde markanın sembolik anlamlarının algılanmasında nasıl bir sonuç vereceğine yönelik bir araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, Aaker'ın geliştirmiş olduğu marka kişiliği ölçeğindeki ifadelerden yararlanılmış, ancak yapılan pilot uygulama sonuçları da dikkate alınarak orijinal ölçekteki 42 boyut sadeleştirilerek 33 boyut ile markanın algılanan sembolik boyutları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın amacı, ülkemiz tüketicilerinin markanın algılanan sembolik boyutlarının neler olabileceğini belirlemeye yönelik olduğu için, belirli ürün veya ürün grubu dikkate alınmamıştır. Daha sonra yapılacak çalışmalarda farklı ürün ya da ürün gruplarına yönelik farklı algılamalar olup olmadığına bakılmasında yarar olacağı açıktır.

II. METODOLOJİ

Son yıllarda sembolik anlamlarıyla ön plana çıkan markanın algılanan boyutlarını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma, üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın üniversite öğrencilerine yönelik gerçekleştirilmesinde bu kitlenin marka konusunda daha duyarlı olacağı düşüncesi etkili olmuştur. Araştırmanın ana kitlesini Eskişehir'deki Osmangazi ve Anadolu ile Afyon Kocatepe Üniversiteleri'nde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu üniversitelerin seçiminde araştırmacıların buldukları şehir ve maliyet kısıtı rol oynamıştır. %95 güven sınırı ve %3 hata payı ile en yüksek örnek miktarı olan 384 sayısı* dikkate alınmış ve toplam 600 adet anket dağıtılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenen öğrencilere dağıtılan anketlerden 532'si geri dönmüş, hatalı ve eksik doldurulan anketler elendikten sonra analizler 512 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Anketler yapılan açıklamalar üzerine öğrencilere dağıtılmış ve kısa bir sürede toplanmıştır. Ankette Aaker (1997)'ın marka kişiliği ölçeğinden yararlanılarak oluşturulmuş 33 ifade beşli ölçekte yer almıştır. Ayrıca, cevaplayıcıların üniversite, bölüm ve cinsiyetlerini belirlemeye yönelik demografik sorular yer almıştır.

Araştırmada marka algılaması belirli bir ürün grubuna yönelik olarak değil, cevaplayıcıların marka bağımlılığı gösterdiklerini düşündükleri ürün grupları açısından genel olarak sorulmuştur.

* $n = p \cdot q / (e/Z)^2 = 0,25 \cdot 0,25 / (0,03/1,96)^2$.

Elde edilen veriler, SPSS 11.0 paket programı yardımıyla frekans dağılımları, faktör analizi, t testi ve varyans analizleri kullanılarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Markanın algılanan boyutlarının belirlenmesi amacıyla uygulanan ölçeğin güvenilirliği 0.92 olarak hesaplanmış ve bu oranın yüksek düzeyde kabul edilebilir olduğu görülmüştür.

III. BULGULAR VE TARTIŞMA

Cevaplayıcıların cinsiyetleri ile öğrenim gördükleri üniversite ve bölümlere göre dağılımları Tablo 1’de sunulmaktadır. Buna göre, cevaplayıcıların yarısından biraz fazlası erkek olup, üçte ikisi sosyal bilimlerde yaklaşık üçte biri de fen bilimlerinde öğrenim görmektedir.

Tablo-1: Cevaplayıcılara Ait Bazı Özellikler

Özellikler	f	%
Cinsiyet		
Bayan	249	48,6
Erkek	263	51,4
Üniversite		
Osmangazi	186	36,3
Anadolu	165	32,3
Afyon Kocatepe	161	31,4
Bölüm		
Sosyal Bilimler	348	68,0
Fen Bilimleri	164	32,0
Toplam		

Markanın algılanan sembolik boyutlarını belirlemek amacıyla oluşturulan 33 ifade ve bu ifadelerin algılamalarına yönelik ortalama değerler ile standart sapmaları Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo 2’den izlenebileceği üzere, öğrenciler marka tercihlerinde güven vericilik, kaliteden ödün vermeme, dürüstlük imajı, sorumluluk bilinci, stili, gerçekçiliği, çağdaşlığı ve güçlü imajı ile saygınlığı konusuna önem verirken, yabancı olması, kolay söylenişi, tarihi geçmişi ve az sayıda kişinin kullanmasını çok fazla önemsememektedir. Diğer taraftan, markanın sanatsal yönü, sembolü, yerli olması, mistik olması statü sembolü olması, büyüleyiciliği ve cazibesi gibi konularda kararsızlık sergilendiği anlaşılmaktadır. Bütün ifadelerde standart sapma değerlerinin 1 ve üzerinde olması, öğrenciler arasında markanın algılanan boyutları bakımından dağılımın fazla olduğunu da göstermektedir.

Tablo-2: Markanın Algılanan Sembolik Boyutlarını Belirlemeye Yönelik İfadelere Ait Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

Markanın Algılanan Boyutlarını Belirlemeye Yönelik İfadeler	Ortalama Değer*	Standart Sapma
M1- Canlılık	3,60	1,13
M2- Çağdaşlık	3,79	1,08
M3- Güçlü imaj	3,77	1,12
M4- Modada öncülük	3,37	1,21
M5- Güven verici olması	4,29	1,00
M6- Geleneksellik	3,38	1,24
M7- Sanatsallık	3,00	1,21
M8- Saygınlık	3,71	1,19
M9- Uluslararası üne sahip olması	3,40	1,25
M10- Benzersiz olması	3,37	1,23
M11- Büyüleyici oluşu	3,13	1,27
M12- Tarihi geçmiş	2,95	1,28
M13- Markanın sembolü (logosu)	3,01	1,29
M14- Az sayıda kişinin kullanması	2,96	1,35
M15- Farklılık hissi vermesi	3,47	1,27
M16- Statü sembolü olması	3,16	1,31
M17- Kaliteden ödün vermemesi	4,23	1,03
M18- Ulusal üne sahip olması	3,36	1,26
M19- Enerjik olması	3,40	1,18
M20- Kolay söylenişi	2,70	1,33
M21- Tanınmışlık	3,55	1,24
M22- Sorumluluk bilinci taşıması	3,86	1,19
M23- Heyecan yaratması	3,19	1,24
M24- Dürüstlük imajına sahip olması	4,02	1,14
M25- Gerçekçi oluşu	3,83	1,22
M26- Yabancı marka olması	2,40	1,25
M27- Cezbedici olması	3,20	1,27
M28- Zariflik	3,50	1,18
M29- Samimiyet hissi vermesi	3,61	1,16
M30- Stilinin güzelliği	3,86	1,15
M31- Mistik olması	3,14	1,16
M32- Yerli marka olması	3,04	1,23
M33- Özgürlük hissi vermesi	3,43	1,25

* 5 çok önemli, , 1 hiç önemli değil

Tablo-3: Markanın Algılanan Sembolik Boyutlarını Belirlemeye Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Markanın Algılanan Boyutlarıyla İlgili Faktörler	Faktör Yükleri	Varyans %si	Cronbach Alpha
<i>Faktör 1: Benzersiz ve Büyüleyici</i>		11,31	.81
M2- Çağdaşlık	.77		
M3- Güçlü imaj	.76		
M1- Canlılık	.66		
M4- Modada öncülük	.62		
M10- Benzersiz olması	.43		
M11- Büyüleyici oluşu	.41		
<i>Faktör 2: Dürüst ve Sorumlu</i>		10,86	.80
M24- Dürüstlük imajına sahip olması	.74		
M17- Kaliteden ödün vermemesi	.72		
M25- Gerçekçi oluşu	.68		
M22- Sorumluluk bilinci taşıması	.67		
M5- Güven verici olması	.55		
M8- Saygınlık	.44		
<i>Faktör 3: Statü ve Farklılık Sembolü</i>		10,74	.81
M16- Statü sembolü olması	.73		
M14- Az sayıda kişinin kullanması	.68		
M15- Farklılık hissi vermesi	.67		
M9- Uluslararası üne sahip olması	.45		
M18- Ulusal üne sahip olması	.42		
M26- Yabancı marka olması	.41		
M21- Tanınmışlık	.41		
<i>Faktör 4: Heyecan Verici</i>		10,20	.82
M33- Özgürlük hissi vermesi	.68		
M28- Zariflik	.61		
M30- Stilinin güzelliği	.60		
M29- Samimiyet hissi vermesi	.56		
M31- Mistik olması	.55		
M19- Enerjik olması	.48		
M27- Cezbedici olması	.47		
M23- Heyecan yaratması	.43		
<i>Faktör 5: Geleneksel</i>		9,35	.68
M20- Kolay söylenişi	.67		
M12- Tarihi geçmiş	.63		
M6- Geleneksellik	.57		
M7- Sanatsallık	.48		
M13- Markanın sembolü (logosu)	.45		

Markanın algılanan sembolik boyutlarıyla ilgili ifadelerin belirli faktörler altında toplanıp toplanamayacağını belirlemek ve bu anlamda bir marka kişiliğinden bahsedilmesinin söz konusu olup olamayacağını ortaya çıkarmak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin güvenilirliğini azaltması ve faktör uygunluğu bozması gerekçesiyle 32. ifade analize dahil edilmemiştir. Faktör analizi sonuçları Tablo 3'te özetlenmiştir. K.M.O. katsayısı .923, Bartlett's testinin ki-kare değeri 6226,48 ve anlamlılık düzeyi .000 olarak hesaplanmış olup, bu değerlerin markanın algılanan boyutlarını belirlemeye yönelik ifadelerden oluşan ölçeğe faktör analizinin uygulanabilir olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi sonuçlarına göre, araştırma verileri üzerinde gerçekleştirilen faktör analizi sonuçlarına göre, üniversite öğrencileri genel olarak satın aldıkları ve marka bağımlısı olduklarını düşündükleri ürünler bakımından markayı beş boyutta algılamaktadırlar. Analiz sonuçlarına göre markanın algılanan boyutları itibarıyla bu faktörler; *benzersiz ve büyüleyici* (toplam varyansın %11,31'ini açıklamakta), *dürüst ve sorumlu* (toplam varyansın %10,86'sını açıklamakta), *statü ve farklılık sembolü* (toplam varyansın %10,74'ünü açıklamakta), *heyecan verici* (toplam varyansın %10,20'sini açıklamakta) ve *geleneksel* (toplam varyansın %9,35'ini açıklamakta) şeklinde isimlendirilmişlerdir. Bu beş faktör toplam varyansın %52,46'sını açıklamakta ve her bir faktörün güvenilirlik düzeyi kabul sınırları içerisinde yer almaktadır.

Analiz sonucu oluşan faktörler Aaker (1997)'in ölçeğine kısmen benzemekte ve bu durum, Austin vd. (2003)'nin daha önce de belirtilen marka kişiliğinin boyutlarının genellenmesinde bu ölçeğin her ürün ve toplum için yeterli olmayabileceği görüşlerini desteklemektedir. Bu algılama farklılığının oluşmasında, farklı ülkelerdeki tüketicilerin markanın sembolik boyutlarının algılanmasını etkileyebilecek satınalma alışkanlıkları, örf, adet ve gelenekler ile referans grup etkilerinden oluşan kültürel farklılıkların etkili olması mümkün görülmektedir. Diğer taraftan, bu çalışmada kullanılan ölçeğin farklılaştırılması ile ürün gruplarına bağlı olmayan bir değerlemenin yapılmış olması da farklılaşmayı etkilemiş olabilir.

Markanın algılanan sembolik boyutlarını ifade eden faktörler ile öğrencilerin cinsiyetleri, eğitim gördükleri temel alanlar ve okudukları üniversiteler arasında farklılık olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır.

Öğrencilerin eğitim gördükleri bölümler sosyal bilimler ve fen bilimleri şeklinde iki temel alanda değerlendirilmiştir. Buna göre markanın algılanan sembolik boyutlarını gösteren faktörler bakımından öğrencilerin eğitim gördükleri temel alanlara göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t

testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin eğitim gördükleri temel alanlara göre markanın algılanan sembolik boyutlarını gösteren faktörler bakımından anlamlı farklılıklar olmadığı görülmüştür.

Markanın algılanan sembolik boyutlarını gösteren faktörler açısından öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yine t testi uygulanmış ve analiz sonuçları Tablo 4’de özetlenmiştir.

Tablo-4: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Markanın Algılanan Sembolik Boyutlarını Gösteren Faktörler Arasındaki Farklılıkları Ölçen t Testi Sonuçları

Markanın Algılanan Boyutlarını Gösteren Faktörler	t	p
Faktör 1: Benzersiz ve Büyüleyici	- 0,746	.456
Faktör 2: Dürüst ve Sorumlu	- 1,969	.010**
Faktör 3: Statü ve Farklılık Sembolü	2,616	.031*
Faktör 4: Heyecan Verici	1,659	.098
Faktör 5: Geleneksel	1,203	.230

** p < .01 * p < .05

Tablo 4’ten de izlenebileceği gibi, markanın algılanan sembolik boyutlarını ifade eden ikinci ve üçüncü faktörler öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklı algılanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bu iki faktörün algılanmasında cinsiyet ayırt edici bir kriter olarak bulunmuştur. Anlamlı görülen bu farklılığın kaynağına bakıldığında, erkek öğrenciler bayan öğrencilere oranla markanın dürüst ve sorumlu boyutunu daha yüksek düzeyde algılamakta, bayan öğrencilerin markanın statü ve farklılık sembolünü algılama düzeylerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle, bayan öğrenciler marka ile daha fazla statü ve farklılık imajı kazanmaya çalışırken erkek öğrencilerin satın aldıkları markalarda dürüstlük ve sorumluluk bilinci bekledikleri söylenebilir. Markanın algılanmasında ortaya çıkan diğer üç faktör bakımından ise cinsiyetin ayırt edici bir kriter olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği üç farklı üniversite öğrencilerinin markanın algılanan boyutlarını ifade eden faktörler bakımından algılarının farklı olup olmadığı da test edilmek istenmiş ve bu amaçla varyans analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 5’te özetlenmiştir.

Tablo-5: Öğrencilerin Okudukları Üniversitelere Göre Markanın Algılanan Sembolik Boyutlarını Gösteren Faktörler Arasındaki Farklılıkları Ölçen Varyans Analizi ve Scheffe Testi Sonuçları

Markanın Algılanan Boyutlarını Gösteren Faktörler	F	p	Scheffe Testi Sonuçları			
			Üniversite	Ortalamalar Farka	s.s.	p
Faktör 1: Benzersiz ve Büyüleyici	6,353	.002**	OGÜ			
			Anadolu	- 0,28	0,10	.031
			AKÜ	- 0,38	0,11	.005
Faktör 2: Dürüst ve Sorumlu	19,528	.000**	Anadolu			
			OGÜ	- 0,51	0,10	.000
			AKÜ	- 0,65	0,11	.000
Faktör 3: Statü ve Farklılık Sembolü	4,978	.007**	Anadolu			
			OGÜ	0,33	0,10	.008
Faktör 4: Heyecan Verici	3,869	.022*	OGÜ			
			Anadolu	0,28	0,10	.027
Faktör 5: Geleneksel	2,502	.083				

** p < .01

* p < .05

Tablo 5’de özetlenen varyans analizi sonuçlarına göre araştırma örneğimizi oluşturan üç farklı üniversitede okuyan öğrencilerin markanın algılanan sembolik boyutlarını gösteren beş faktörden dördündeki algılamaları arasındaki farklılıklar anlamlıdır. Sadece beşinci faktör olan markanın geleneksel boyutu ile ilgili algılamalar öğrencilerin okudukları üniversiteye göre anlamlı farklılıklar göstermemektedir.

Varyans analizi sonucunda anlamlı farklılıkların kaynağını ölçmek amacıyla Scheffe testi uygulanmış ve bu sonuçlar da yine Tablo 5’de özet olarak sunulmuştur. Bu sonuçlara göre, Anadolu ve Afyon Kocatepe Üniversitelerinde okuyan öğrencilerin markanın benzersiz ve büyüleyici olma boyutuna ilişkin algı düzeyleri Osmangazi Üniversitesi öğrencilerine oranla daha yüksek çıkmıştır. Markanın dürüstlük ve sorumlu olma boyutuna ilişkin algı düzeyi bakımından ise Osmangazi ve Afyon Kocatepe Üniversitesi

öğrencilerinin Anadolu Üniversitesi öğrencilerine oranla daha duyarlı oldukları anlaşılmaktadır. Anadolu Üniversitesi öğrencileri Osmangazi Üniversitesi öğrencilerine göre markanın statü ve farklılık sembolü olmasını daha fazla benimserken, Osmangazi Üniversitesi öğrencileri markanın heyecan verici olma boyutuna Anadolu Üniversitesi öğrencilerine göre daha fazla katılım göstermektedirler. Bu sonuçlar çerçevesinde, markanın algılanan sembolik boyutlarını belirlemede kullanılacak faktörlerin değişik üniversitelerde okuyan öğrenciler tarafından oldukça farklı şekillerde algılanabileceği anlaşılmaktadır. Bu durumda, üniversitelerin buldukları şehirler ile farklı üniversitelerde eğitim gören öğrencilerin sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel özelliklerinin farklılaşması yanında öğrencilerin farklı beklentileri ve geçmiş deneyimlerinin bu farklılığın oluşmasına etki etmiş olması muhtemeldir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Marka, tüketiciler tarafından oldukça farklı yönleriyle algılanabilen bir ürün özelliğidir. Çoğu kez ürünle özdeşleştirilme ve ürünün kullanım ve fonksiyonel yararları yanında ürünün tercih edilmesinde işaret ve sembolik yararını ifade eden markalar, tüketicilerin satın alma kararları üzerinde oldukça önemli etkiye sahiptir. Nitekim, pazarlama literatürü ve uygulamalarında markanın tüketiciler tarafından algılanmasına ve değişik boyutlarıyla tanımlanmasına yönelik çalışmalara önem verildiği de bilinmektedir.

Bu çalışmada, markanın algılanan boyutları ve marka kişiliği özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı çalışmalardan esinlenilerek, üniversite öğrencilerinin markanın sembolik boyutlarını ne şekilde algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma sonucunda üniversite öğrencilerince markanın benzersiz ve büyüleyici, dürüst ve sorumlu, statü ve farklılık sembolü, heyecan verici, geleneksel olmak üzere beş farklı boyutta algılandığı ve bu boyutların farklı kültürlerde yapılan çalışmalarla kısmi benzerlikler gösterdiği anlaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, markanın algılanan sembolik boyutlarının ve marka kişiliği ile ilgili faktörlerin farklı şehirlerdeki üniversite öğrencilerinin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel farklılaşmalarına ve cinsiyetlerine göre kısmen değişiklikler gösterebileceği anlaşılmaktadır. Buna göre, erkek öğrencilerin bayanlara göre markanın dürüst ve sorumlu olma boyutuna, bayan öğrencilerin ise erkeklere oranla statü ve farklılık sembolü boyutuna daha fazla önem verdikleri ortaya çıkmıştır.

Pazarlama uygulamacılarının farklı cinslere hitap eden ürünler bakımından bu sonuçları dikkate almak suretiyle marka stratejileri

oluşturmalarında fayda olacağı söylenebilir. Diğer taraftan markanın farklı kültürel özelliklere göre farklı şekillerde algılanabileceği gerçeğinden hareketle, her bir marka için hedef kitlenin kültürel özellikleri ve buna bağlı algılama farklılıklarının ölçülmesi ve marka stratejilerinde bu ve benzeri çalışmaların sonuçlarından yararlanılmasına da dikkat edilmesi gerektiği açıktır.

Konuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı ürün grupları ve farklı kültürel özelliklere sahip örnekler üzerinde çalışılmasına önem verilmelidir. Bu şekilde yapılacak çalışma sayısı ve çeşitliliğin artmasıyla, hem belirli ürün grupları için hem de farklı kültürel özellikler gösteren hedef pazarlar için markanın algılanan sembolik boyutlarının farklılaşıp farklılaşmadığı hem de belirli bir marka kişiliğinden söz edilip edilemeyeceği konusunda daha somut sonuçlara ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

- Aaker, J.L. (1997) "Dimensions of Brand Personality", **Journal of Marketing Research**, 34, 347-356.
- Austin, J.R., J.A. Siguaw and A.S. Mattila, (2003) "A Re-examination of The Generalizability of The Aaker Brand Personality Measurement Framework", **Journal of Strategic Marketing**, 11(2), 77-92.
- Barış, G. ve B. Yazıcı, (2003) "Markanın Duygusal Boyutu: Tüketicilerin Kalbine Dokunmak", **Pİ Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, 2(6), 51-60.
- Belk, R.W. (1988) "Possessions and The Extended Self", **Journal of Consumer Research**, 15, 139-168.
- Bocock, R. (1997) **Tüketim**, (çev. İ. Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi.
- Brown, S. (1999) "Postmodernism: The End of Marketing?" in D. Brownline, M. Saren, R. Wensley, R. Whittington (eds.), **Marketing-Towards Critical Marketing Accountings**, London: Sage, 27-57.
- Brown, S. (1993) "Postmodern Marketing?", **European Journal of Marketing**, 27(4), 19-34.
- Chaney, D. (1999) **Yaşam Tarzları**, (çev. İ. Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi.
- Elliott, R. (1999) "Symbolic Meaning and Postmodern Consumer Culture" in D. Brownline, M. Saren, R. Wensley and R. Whittington (eds.), **Rethinking Marketing-Towards Critical Marketing Accountings**, London: Sage, 112-125.

- Firat, A.F., N. Dholakia and A. Venkatesh (1995) "Marketing in a Postmodern World", **European Journal of Marketing**, 29(1), 40-56.
- Goldberg, M.E. and H. Baumgartner, (2002) "Cross-Country Attraction as a Motivation for Product Consumption", **Journal of Business Research**, 55, 901-906.
- Hirschman, E.C. and M.B. Holbrook, (1982) "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions", **Journal of Marketing**, 46, 92-101.
- Hogg, M.K., A.J. Cox and K. Keeling, (2000) "The Impact of self-Monitoring on Image Congruence and Product/Brand Evaluation", **European Journal of Marketing**, 34(5/6), 641-666.
- Ligas, M. (2000) "People, Products and Pursuits: Exploring the Relationship between Consumer Goals and Product Meanings", **Psychology and Marketing**, 17, 983-1003.
- Lim, K. and A. O'Cass, (2001) "Consumer Brand Classifications: An Assessment of Culture-of-Origin versus Country-of-Origin", **The Journal of Product and Brand Management**, 10(2), 120-132.
- Kaynak, E. and A. Kara, (2002) "Consumer Perceptions of Foreign Products: An Analysis of Product-Country Images and Ethnocentrism", **European Journal of Marketing**, 36(7/8), 928-949.
- McCracken, G. (1986) "Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meanings of Consumer Goods", **Journal of Consumer Research**, 13, 71-84.
- Nagashima, A. (1970) "A Comparison of Japanese and US Attitudes towards Foreign Products", **Journal of Marketing**, 34, 68-74.
- Netemeyer, R. G. S., S. Durvasula and D. R. Lichtenstein, (1991) "A Cross-National Assessment of the Reliability and Validity of the CETSCALE", **Journal of Marketing Research**, 28(3), 320-327.
- Odabaşı, Y. (2004) **Postmodern Pazarlama Tüketim ve Tüketici**, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Odabaşı, Y. (1999) **Tüketim Kültürü–Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü**, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Overby, J. W., S. F. Gardial and R. B. Woodruff, (2004) "French Versus American Consumers' Attachment of Value to A Product in A Common Consumption Context: A Cross-National Comparison", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 32(4), 437-460.

- Piron, F. (2000) “Consumers’ Perceptions of the Country-of-Origin Effect on Purchasing Intentions of (In)Conspicuous Products”, **Journal of Consumer Marketing**, 17(4), 308-321.
- Sharma, S. H., Ti A. Shimp and J. Shin (1995) “Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators”, **Journal of the Academy of Marketing Science**, 23(1), 26-37.
- Solomon, M. R. (1983) “The Role of Products as Social Stimuli: A Symbolic Interactionism Perspective”, **Journal of Consumer Research**, 10, 319-329.
- Tıǒlı, M. (2003) “Marka Kişiliği”, **Öneri**, 5(20), 67-72.
- Winkler, A. M. (2004) **Işık Hızıyla Markalama-Sürat Çağında Marka Yaratma Stratejileri**, (çev. F. Yalım), İstanbul: MediaCat Kitapları.

TEK İNDEKS MODELİ'NİN İMKB'DE UYGULANMASI

Ahmet Kamil TUNÇEL*

Öz

Bu çalışmada, Modern Portföy Kuramı'nın bir parçasını oluşturan Tek İndeks Modeli'nin uygulanması amaçlanmıştır. Makalede portföy kuramı, tarihsel gelişimi içerisinde özetlenmiş; Aralık 1997 tarihinden itibaren İMKB Birinci Ulusal Pazarı'nda işlem gören imalat sanayiinde faaliyet gösteren 125 şirketin hisse senetlerinden, Tek İndeks Modeli çerçevesinde bir portföy oluşturulmuş, portföyün getirisi ve riski hesaplanmıştır. Çalışmada, Aralık 1997-Ekim 2004 arasındaki 82 aylık dönem ele alınmış; piyasa indeksi olarak, İMKB-100 indeksi kullanılmıştır. Portföy oluşturulduktan sonra "çeşitlendirme" nedeniyle risk'in azaldığı ve portföye dahil olan hisse senetlerinin ağırlıklı olarak İMKB-100 indeksine dahil olmayan şirketlerden oluştuğu gözlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Portföy kuramı, modern portföy teorisi, FVFM, tek indeks modeli, optimum portföy.

Abstract

An Application Of Single Index Model on Istanbul Stock Exchange

In this article, performing an application of Single Index Model, a part of the Modern Portfolio Theory, was our aim. In the paper, Modern portfolio theory was summarized with its historical development; A portfolio was created by using Single Index Model, its return and risk were calculated. The portfolio consists of 13 common stocks were chosen in accordance with the model among 125 manufacturing companies' common stocks that are transacted in The First National Market. A 82 month-period was our base period between Dec.1997 and Oct.2004. The ISE-100 index was used as "The Market Index". After the creation of the portfolio, it was observed that the total risk reduced because of "diversification" and the stocks, that were not in ISE-100 Index, had great weights in the portfolio.

Keywords: Portfolio theory, modern portfolio theory, CAPM, single indeks model, optimum portfolio.

* Yrd.Doç.Dr., Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Şişhane-İSTANBUL
aktuncel@halic.edu.tr.

GİRİŞ

Finansal pazarların derinliği ve tabana yaygınlığı, ülkelerin ekonomik kalkınmışlık düzeyinin bir göstergesidir. Finansal pazarların kurumsal bir yapısı olan borsalar ise “Ekonominin barometresidir” (İMKB, 1993: 8). Fon açığı olan ekonomik aktörler ile fon fazlası olan ekonomik aktörlerin bir araya geldiği bu pazarlar, sermaye ihtiyaçlarının karşılanmasına ve dolayısı ile ekonomik kalkınmanın daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesine zemin hazırlarlar. Finansal pazarların ortaya çıkması ile birlikte “portföy” kavramı önem kazanmıştır. Portföy, sermaye pazarında fon arz ve/veya talep eden yatırımcının elinde bulundurduğu tüm finansal varlıkları ifade eden bir kavramdır. Farklı nitelikte ve farklı getirilere sahip finansal varlıkların oluşturduğu portföyün yönetimi, finans yazınında yer alan “yatırım teorisi”nin temel konusudur.

Bu yazımızda, portföy kuramı ile ilgili “literatür”e kısaca değinildikten sonra “Tek İndeks Modeli”nin İMKB verileri ile uygulaması yapılacaktır.

I. PORTFÖY KURAMI'NA KISA BİR BAKIŞ

Portföy yönetiminde temel amaç, beklenen bir getiri için en düşük riski taşıyan veya belirli bir risk düzeyinde en yüksek beklenen getiriyi sağlayacak portföyün oluşturulmasıdır. Finans yazınında yer alan tüm portföy kuramları, bu amaca yönelik önermelerde bulunurlar.

Geleneksel kuram, riskin en aza indirilmesi için birden fazla finansal varlığa yatırım yapılmasını, yani portföyün “çeşitlendirilmesi” gerektiğini söylemektedir. Bu şekilde risk, birden fazla menkul kıymet arasında dağıtılarak en aza indirilebilir. Ancak böyle bir çeşitlendirmede menkul kıymet getirileri arasındaki ilişkiler dikkate alınmadığından, farklı sektörlerden menkul kıymetlerin portföye dahil edilmesiyle iyi bir çeşitlendirme yapılmış olur.

Geleneksel kuramda yatırımcının karşılaşılabileceği en önemli sorun, riski en aza indirmek veya riskten tamamen kurtulmak amacıyla olabildiğince çok sayıda menkul kıymeti portföyüne dahil etmek istemesiyle ortaya çıkmaktadır. “Aşırı çeşitlendirme” olarak tanımlanan bu davranışın sakıncaları şu şekilde özetlenebilir (Üstünel, 2000: 9).

- 1) Aşırı çeşitlendirilmiş portföyün yönetimi güçtür.
- 2) Çok sayıdaki menkul kıymetlerden hangilerinin seçilip portföye dahil edilmesi gerektiği noktasında, araştırma maliyetleri artar.
- 3) İlgilenilen menkul kıymet sayısının fazla olması, ödenecek komisyon giderlerini artıracaktır.

- 4) Portföye dahil edilecek menkul kıymetin, taşıdığı riske uygun getiriye sağlayamama olasılığı vardır.
- 5) Menkul kıymet getirileri arasındaki ilişkiler önemli değildir.

Geleneksel Kuram, bir portföyün ne kadar “çeşitlendirileceği konusunda bir öneri getirmemekte; aynı zamanda, yatırımcının katlanacağı “risk”i ölçmemektedir.

Modern portföy kuramı, hisse senetlerinin riskleri ve getirileri arasındaki ilişkilerin yanısıra hisse senetlerinin getirileri arasındaki ilişkilerin de dikkate alınması ile ortaya çıkan bir kuramdır. Harry Markowitz, 1952’de yayımlanmış olduğu ünlü makalesi “Portfolio Selection” ile hisse senetlerinin getirileri arasındaki ilişkileri dikkate alarak birbiri ile pozitif ilişki içinde olmayan finansal varlıkların portföye dahil edilmesi ile aynı getiri düzeyinde daha düşük riske katlanılacağını göstererek Modern Portföy Kuramı’nın kurucusu olmuştur. Markowitz’in çalışmasında risk ve getiri çerçevesinde finansal varlıkların birbirleriyle ilişkisi üzerinde durulmuş bu sayede, portföyün tümünün değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir.

Modele göre yatırımcı, belirli bir beklenen getiri için en düşük riski taşıyan veya belirli bir risk düzeyinde en yüksek beklenen getiriye sağlayan etkin portföylerden birini tercih edecektir. Bu portföylerden hangisinin tercih edileceğini, yatırımcının katlanmayı göze aldığı risk düzeyi ve bu riske uygun beklenen getiri belirleyecektir. Bir başka ifade ile pazardaki tüm rasyonel yatırımcılar, kendi etkin portföylerini oluşturarak faydalarını optimize etmeye çalışırlar. Yatırımcılar, aralarında negatif korelasyon bulunan finansal varlıkları portföyelerine dahil ederek, portföyün getirisini azaltmadan riskini azaltmış olurlar. Bu durum Markowitz modelinin önerdiği “çeşitlendirme” yaklaşımıdır. Markowitz’e göre, her bir finansal varlığın diğer finansal varlıklarla olan ilişkisi hesaba katılarak oluşturulan bir portföy, varlıklar arasındaki etkileşimler dikkate alınmadan oluşturulan bir başka portföyden daha az riske ve aynı beklenen getiriye sahiptir (Yörük, 2000:14).

Çok sayıda riskli finansal varlığın olduğu bir pazarda, yatırımcılar için sonsuz sayıda portföy seçenekleri mevcuttur. Yatırımcılar kendi risk tercihleri doğrultusunda bu portföylerden birini seçeceklerdir. Görüleceği üzere Markowitz’in modeli belirli bir portföy önermez, etkin portföyler setini önererek yatırımcıların, kendi beklenen getiri–risk kombinasyonlarına bağlı olarak bu portföylerden bir tanesini seçmesine olanak sağlar.

Markowitz’in modeli basit olmakla birlikte yatırımcı, “n” sayıda hisse senedinden oluşan bir portföy için, “n” sayıda varyans ve $(n^2-n)/2$ sayıda kovaryans hesaplamak zorundadır. Örneğin 500 hisse senedinden oluşan bir

portföy için hesaplanacak kovaryans sayısı 24.500 olacaktır ki bu durum modelin uygulanmasını zorlaştırmaktadır.

Finansal Varlık Fiyatlama Modeli, Markowitz'in kuramına bağlı olarak William F. Sharpe tarafından 1964 yılında ortaya atılmış ve Lintner (1965) ve Mossin (1965) tarafından geliştirilmiştir. Modelin ana önermesi, toplam riskin portföy getirilerinin varyansı ile ölçülmesine rağmen, pazarın denge durumunda herhangi bir menkul kıymetin, toplam riske yaptığı katkı ile fiyatlandırılacağını ileri sürmesidir (Jensen ve Smith,1998:8).

FVFM'nin getirdiği yenilik, risksiz varlık kavramıdır. Yatırımcılar, risksiz faiz oranı üzerinden borçlanıp, borç verebilmektedirler. Bu durum, yatırımcının "kaldıraç" etkisinden faydalanmasına olanak sağlamaktadır. Risksiz finansal varlığın modele katılmasıyla optimum portföy, risksiz getiri ile "etkin sınırı" birleştiren doğrunun eğimini en yükseğe çıkaran portföy olarak tanımlanmaktadır (Kocaman, 1995:55).

FVFM'nde risksiz finansal varlığın olması nedeniyle optimum portföy, Markowitz'in modelinde olduğu gibi yatırımcıların risk-getiri tercihlerine bağlı değildir. Yatırımcıların bu konudaki tercihleri ne olursa olsun, aynı homojen beklentilere sahip olduklarından aynı portföyü seçmek durumundadırlar. Buradaki sorun yatırımcıların, riskli finansal varlıkla risksiz finansal varlığın en uygun karışımını oluşturarak kendi faydalarını en çoklamaktır. Modelin bu yönüne "Ayrım Teorisi" (*Separation Theorem*) denilmektedir. Ayrım Teorisi ile, optimum portföyün seçilmesi ile kişisel portföy oluşturulması birbirlerinden ayrılmış olmaktadır (Yörük,1998:31).

FVFM'ne göre pazarda yer alan tüm finansal varlıklar, optimum portföyü oluşturmaktadır. Başka bir ifade ile optimum portföy, pazar portföyüdür.

Finansal varlık Pazar doğrusu'nun matematiksel ifadesi şöyledir.

$$E(R_i) = R_f + \frac{E(R_m) - R_f}{\sigma_m^2} \text{Cov}(R_i, R_m) \quad (6)$$

Eşitlikte;

$E(R_i)$: Tek bir finansal varlığın beklenen getirisini

R_f : Risksiz faiz oranını

$E(R_m)$: Pazar portföyünün getirisini

σ_m^2 : Pazar Portföyü getirisinin varyansını

$Cov(R_i, R_m)$: Finansal varlığın Pazar portföyü ile olan covaryansını göstermektedir.

Sistemik riskin ölçüsü olan β katsayısı yukarıdaki eşitlikte,

$$\beta = \frac{Cov(R_i, R_m)}{\sigma_m^2} \quad (7)$$

şeklinde tanımlanır. Dolayısı ile 6 no.lu eşitlik,

$$E(R_i) = R_f + (E(R_m) - R_f) \beta \quad (8)$$

Şeklinde yeniden yazılabilir. Bir başka deyimle β katsayısı, bir hisse senedinin marjinal riskinin pazarın riskine oranını ifade etmektedir (Garbade,1982:216).

Riskli bir finansal varlığın belirli bir dönemdeki getirisi ile aynı dönemdeki pazarın getirisi arasındaki ilişki, o finansal varlığın “Karakteristik Doğru”su ile gösterilir. Karakteristik doğrunun matematiksel ifadesi şöyledir (Tekbaş,1989:33):

$$R_{i,t} = a_i + \beta_i R_{m,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (9)$$

Eşitlikte,

$R_{i,t}$: “t” dönemindeki “i” finansal varlığının beklenen getirisini

a_i : “i” finansal varlığının sabit terimini

β_i : “i” finansal varlığının piyasa getirisi ile olan ilişkisini

$R_{m,t}$: “t” dönemindeki Pazar portföyünün getirisini

$\varepsilon_{i,t}$: Rassal hata katsayısını göstermektedir

Bilindiği gibi finansal varlık getirilerinin pazara olan duyarlılığı, bir başka ifade ile finansal varlıkların “Sistemik Risk”i, “ β ” katsayısı ile gösterilir. “ β ”, sistemik riskin indeksini oluşturur. Dolayısı ile “Karakteristik Doğru” finans yazınında, “Tek İndeks Modeli” olarak da anılmaktadır.

II. TEK İNDEKS MODELİ

Tek İndeks Modeli, ilk kez William Sharpe tarafından 1963 yılında menkul kıymet getirileri arasındaki ilişkiyi basitçe temsil edebilecek bir model olarak ortaya konmuştur. Model, menkul kıymetlerin piyasa ile olan ilişkileri çerçevesinde birbirleriyle de ilişkili olduklarını (bütün menkul kıymetlerin piyasayla ilişkilerinin aynı zamanda birbirleriyle olan ilişkilerinin bir tahmin edicisi olduğunu) varsaymaktadır (Karaşin, 1986: 131). Bir başka ifade ile Sharpe, pazarın toplam riskinin ölçümünü önermektedir. Ancak bu şekilde Markowitz çeşitlendirmesine nazaran daha az sayıda veri tahmini ile optimum portföye ulaşmak mümkündür. Çünkü pazarın riski, portföyün içindeki hisse senedi sayısından bağımsızdır (Konuralp, 2001: 224).

Tek indeks modelinden yararlanılarak oluşturulan portföye dahil edilecek hisse senetlerinin belirlenmesinde; her bir hisse senedinin risksiz faiz oranının üzerindeki getirisinin beta katsayısına bölünmesi ile elde edilecek indeks kullanılacaktır (Elton ve diğerleri, 2003: 184) (Özçam, 1997: 39).

$$S_i = \frac{\bar{R}_i - R_f}{\beta_i} \quad (10)$$

Eşitlikte;

\bar{R}_i : i hisse senedinin beklenen getirisini

R_f : Risksiz faiz oranını göstermektedir.

Tek İndeks Modeli çerçevesinde hangi hisse senedinin portföye dahil edileceği konusunda aşağıdaki kurallar uygulanacaktır (Elton vd., 2003: 184) (Özçam, 1997: 40).

1) Hisse senetleri; en yüksek S_i 'ye sahip olanlarından en küçük S_i 'ye sahip olanlarına doğru sıralanırlar.

2) Herhangi bir hisse senedinin portföye alınabilirliği onun S_i indeksinin büyüklüğüne bağlı olacak ve indeksin değerlendirilmesi ise tek bir sınır oranına C^* , (cutt-off-rate) göre yapılacak sonuçta; $S_i > C^*$ şartını sağlayan bütün hisse senetleri portföye dahil edilecek diğer hisse senetleri ise dahil edilmeyecektir.

3) C^* 'ın belirlenmesinde ise öncelikle en yüksek S_i 'ye sahip hisse senetlerinden en küçük S_i 'ye sahip hisse senetlerine doğru birer birer hisse senetleri portföye dahil edilerek her aşamada aşağıdaki formüle dayanılarak hesaplanan değerlere göre bir indeks oluşturulacaktır (Elton vd., 2003: 186).

$$C_i = \frac{\sigma_m^2 \sum_{i=1}^n \frac{(\bar{R}_i - R_f) \beta_i}{\sigma_{ei}^2}}{1 + \sigma_m^2 \sum_{i=1}^n \left[\frac{\beta_i^2}{\sigma_{ei}^2} \right]} \quad (11)$$

Eşitlikte;

σ_m^2 : Piyasa indeksinin varyansını

σ_{ei}^2 : i hisse senedinin sistematik olmayan riskini (Bu değer tek indeks modelindeki hata terimlerinin (e) kareleri toplamının örnek sayısına bölünmesi ile hesaplanmaktadır.) göstermektedir.

C^* , optimum portföye dahil olacak hisse senetlerinin verileri kullanılarak hesaplanır. C_i ise, i hisse senedinin optimum portföye dahil olduğu varsayımı ile hesaplanan ve C^* 'ı temsil eden bir değerdir. Portföye dahil olan her bir yeni hisse senedi C^* değerini değiştireceğinden yukarıdaki varsayımın yapılması ve C^* 'ı temsilen C_i 'nin kullanılması zorunludur.

Portföye yeni hisse senedi dahil edilerek hesaplanan C_i değerinde düşme olduğu aşamada C^* değeri bulunmuş olacak ve optimum portföy bu düşme oluncaya kadar portföye dahil edilen hisse senetlerinden oluşacaktır. Her bir hisse senedinin optimum portföydeki oranı ise,

$$w_j = \frac{Z_j}{\sum_{i=1}^n Z_j} \quad (12)$$

$$Z_j = \frac{\beta_i}{\sigma_{ei}^2} \left[\frac{(\bar{R}_i - R_f)}{\beta_i} - C^* \right] \quad (13)$$

eşitlikleri ile hesaplanır [(Elton vd., 2003: 188-189) (Özçam, 1997: 40)].

Bir finansal varlığın toplam riski, yani varyansı,

$$\sigma_i^2 = \beta_i^2 \sigma_m^2 + \sigma_{\epsilon_i}^2 \quad (14)$$

eşitliği ile ifade edilir (Tekbaş, 1989: 34). 14 No.lu eşitliğin sağ tarafındaki ilk terim finansal varlığın çeşitlendirme ile giderilemeyen sistematik riskini ikinci terim ise, çeşitlendirme ile giderilebilen sistematik olmayan riskini gösterir.

Bir finansal varlığın sistematik olmayan riski hata terimlerinin varyansı ile ölçüldüğünden; oluşturulan portföyün sistematik olmayan riski, hata terimlerinin varyanslarının ağırlıklı ortalamasıdır ve aşağıdaki formülle ifade edilir (Karaşin, 1986: 131).

$$\sigma_{\epsilon P}^2 = \sum_{i=1}^n (w_i \sigma_{\epsilon_i}^2) \quad (15)$$

14 No'lu eşitliğin sağ tarafındaki ilk terimin bir finansal varlığın sistematik riskini ifade ettiğini ve onun β katsayısı ile pazarın varyansı ile çarpımıyla hesaplandığını belirtmiştik. Portföyün sistematik riski ise, portföyü oluşturan finansal varlıkların β 'lerinin ağırlıklı ortalamasının karesinin pazarın varyansı ile çarpılmasıyla elde edilir ve şu şekilde formüle edilir (Karaşin, 1986: 132).

$$\sigma_{sP}^2 = \left[\sum_{i=1}^n (w_i \beta_i) \right]^2 \sigma_m^2 \quad (16)$$

Dolayısı ile portföyün toplam riski, sistematik ve sistematik olmayan risklerin toplamına eşit olacaktır.

$$\sigma_p^2 = \left[\sum_{i=1}^n (w_i \beta_i) \right]^2 \sigma_m^2 + \sum_{i=1}^n (w_i \sigma_{\epsilon_i}^2) \quad (17)$$

Bir portföyün beklenen getirisi ise, portföyü oluşturan her bir hisse senedinin beklenen getirilerinin portföy içindeki ağırlıklarının çarpımlarının toplamına eşittir.

$$E(R_p) = \sum_{i=1}^n (w_i)(r_i) \quad (18)$$

Sharpe'nın Tek İndeks Modeline göre bu şekilde oluşturulacak portföy; başka herhangi bir kritere göre oluşturulacak portföylerden daha "Etkin" dir. Portföylerin etkinliği, aşağıda verilen "Sharpe Performans Ölçütü" ile karşılaştırılabilir (Ceylan ve Korkmaz, 1998:261).

$$S_p = (R_p - R_f) / \sigma_p \quad (19)$$

Yukarıdaki eşitliğe göre risk başına en çok "fazla getiri"yi sağlayan portföy, diğer portföylere nazaran daha "etkin" dir.

III. UYGULAMA

Çalışmanın bu bölümünde, Tek İndeks Modeli kullanılarak İMKB Birinci Ulusal Pazarda Aralık 1997'den beri sürekli olarak işlem gören ve İmalat Sanayiinde faaliyet gösteren şirketlerin hisse senetleri ile portföy oluşturulacaktır.

III.1. Uygulamanın Kısıtları ve Metodolojisi

Yukarıdaki şartları sağlayan 125 şirket belirlenmiş olup, sektörlere göre dağılımı şöyledir.

Beyaz Eşya	7 şirket	Metal İş	17 şirket
Çimento	14 şirket	Orman-Kağıt	9 şirket
Deri Giyim	1 şirket	Otomotiv-Yedek Parça	7 şirket
Gıda	12 şirket	Plastik	4 şirket
Gübre	3 şirket	Tekstil	25 şirket
İnşaat	3 şirket	Telekomünikasyon	2 şirket
Kimya	11 şirket	Toprak-Cam-Seramik	8 şirket
Lastik	2 şirket		

Çalışmada şirketlerin, Aralık 1997-Ekim 2004 dönemini kapsayan 82 aylık getirileri; Pazar indeksi olarak İMKB-100 İndeksi; Anılan dönemde Hazinenin 1 yıldan daha uzun bir vade ile borçlanması sözkonusu olmadığından risksiz faiz oranı olarak, Ocak 1998-Ekim 2004 döneminde Hazine Müsteşarlığı'nca gerçekleştirilen "İskontolu İç Borçlanma İhaleleri"nde oluşan yıllık basit faiz ve ihalede kabul edilen "Net Tutar" rakamlarından yararlanılarak hesaplanan ağırlıklı ortalama yıllık basit faiz oranı (%46,89) kullanılmıştır.¹ Buradan hareketle aylık risksiz faiz oranı olarak (%46,89/12=%3,9) alınmıştır.

Uygulama kapsamında ele alınan 125 şirketin 2003/6 dönemine kadar olan aylık getirileri İMKB'nin web sitesinden elde edilmiş; 2003/7 – 2004/10

dönemini kapsayan getiriler ise, düzeltilmiş fiyatlar kullanılarak, tarafımızdan hesaplanmıştır.ⁱⁱ.

Hisse senetlerinin getirileri bağımlı değişken ve İMKB-100 endeksindeki aylık değişme yüzdeleri ise bağımsız değişken olarak regresyona sokulmuşlardır. Bu yöntem ile her bir hisse senedinin α , β ve σ_{ei}^2 'leri hesaplanmış ve her bir hisse senedi için 10 no.lu eşitlik kullanılarak, S_i değerleri hesaplanmıştır. Hisse senetleri için ayrı ayrı C_i değerlerinin bulunmasıyla da, portföye dahil olup olmayacakları belirlenmiştir (Bkz Ek 1) . Portföye girecek hisse senetleri için 12 ve 13 no.lu eşitlikler yardımıyla, portföy içindeki ağırlıkları ve 17 ve 18 no.lu eşitlikler ile de, oluşturulan portföyün riski ve getirisi hesaplanmıştır (Bkz Ek 2) . Farklı kriterlere göre sekiz ayrı portföy daha oluşturulmuş; bu portföylerin getiri ve riskleri ile Tek İndeks Modeli uygulanarak oluşturulan portföyün getirisi ve riski karşılaştırılmış; oluşturulan portföylerin “Etkin”liği 19 no.lu eşitlik yardımı ile ölçülmüştür (Bkz Ek 3). Oluşturulan tüm portföylerin risk ve getirileri ile bir dağılım diyagramı oluşturularak “Etkin Sınır” çizilmiştir (Bkz Ek 4).

III.2. Bulgular

Tek İndeks Modeli oluşturulan portföye, işlem kodları Ek 1’de verilen 13 hisse senedi dahil olmuştur. Bu portföyün getirisi (R_p) 0.0691 ve riski (σ_p) ise 0.24 olarak hesaplanmıştır. Bu portföye 01.10.2004 tarihi itibarıyla İMKB-100 endeksine dahil olan hisse senetlerinden sadece üç tanesi girebilmiştir. Bu senetler “BRSAN”, “CYTAS” ve “IHEVA” dır.

Portföyü oluşturan 13 hisse senedinin Beta Katsayılarına bakıldığında, “PRTAS” hariç hepsinin $0 < \beta_i < 1$ aralığında olduğu görülmektedir. Bu durum, portföyümüze dahil hisse senetlerinin “pazar” ile birlikte ve onunla aynı yönde hareket ettiğini göstermektedir. Bu bulgu, portföyün ağırlıklı olarak İMKB-100 İndeksine dahil olmayan senetlerden oluştuğu bulgusu ile birlikte değerlendirildiğinde yatırımcıların, alım-satım kararlarını alırken İMKB-100 İndeksindeki değişime göre hareket ettikleri söylenebilir.

Tek İndeks Modeli dışında, aşağıdaki kriterlere göre sekiz ayrı portföy daha oluşturulmuştur.

- 1- Beta Katsayıları 1’den büyük olan hisse senetleri ile oluşturulan portföy (hisse senetlerinin portföy içindeki ağırlıkları eşittir).
- 2- 28.10.2004 tarihinde işlem hacmi en yüksek 10 hisse senedinin eşit ağırlıklı olarak yer aldığı portföy.
- 3- Ortalama verimi en yüksek 10 hisse senedinin eşit ağırlıklı olarak yer aldığı portföy.

- 4- Çimento sektöründe faaliyet gösteren hisse senetlerinden oluşan portföy (hisse senetlerinin portföy içindeki ağırlıkları eşittir).
- 5- En düşük Beta Katsayısına sahip 20 şirketin eşit ağırlıklı olarak yer aldığı portföy.
- 6- Beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren hisse senetlerinden oluşan portföy (hisse senetlerinin portföy içindeki ağırlıkları eşittir).
- 7- Gıda sektöründe faaliyet gösteren hisse senetlerinden oluşan portföy (hisse senetlerinin portföy içindeki ağırlıkları eşittir).
- 8- Seçilen 125 şirketten, 1.10.2004 itibariyle İMKB-100 İndeksi içerisinde yer alanların eşit ağırlıklı olarak oluşturduğu portföy.

Oluşturulan portföyler içinde Tek İndeks Modeli'ne göre oluşturulan portföyün diğerlerine nazaran daha "etkin" olduğu gözlenmiştir. Sharpe Performans Ölçütüne göre, risk başına en çok "fazla getiri"yi (*excess return*) sağlayan portföy, %17.23 ile Tek İndeks Modeli'ne göre oluşturulan portföydür ve bu portföy, "Etkin Sınır" eğrisi üzerinde bulunmaktadır. Yatırımcılar, kendi faydalarını ençoklayan optimal portföylerini "Etkin Sınır" üzerindeki;

- 1) Kendisine, değişen risk düzeylerinde maksimum beklenen getiri sunan portföy kümelerinden ve
- 2) Kendisine, değişen beklenen getiri düzeylerinde minimum risk sunan portföy kümeleri arasından seçecektir (Karan,2001:166).

Çalışmamızdaki amaç, modelin sınanmasıdır. Bu nedenle;

- a) Hisse senetlerinin beklenen getirileri yerine, 82 aylık dönemde her ay için hesaplanan gerçekleşmiş aylık getirileri kullanılmıştır.
- b) Risksiz faiz oranı olarak, 82 aylık dönem için tek bir aylık ağırlıklı ortalama faiz oranı hesaplanmıştır.

Ağırlıklı ortalama faiz oranı kullanılmasının bir trend kaybına yol açacağı göz ardı edilmemelidir. Zira, hisse senetlerinin Beta katsayıları ilgili dönemdeki trend'den elde edilirken risksiz faiz oranının da aynı trende uygun olması ve oluşturulan portföylerin, aylık olarak yenilenmesi ve her ay performans karşılaştırmalarının yapılması gerekmektedir.

SONUÇ

Markowitz modeli, hedeflenen getiri düzeyine ulaşabilmek için üstlenilmesi gereken en az risk düzeyini ve bu risk düzeyindeki portföyün bileşenlerini belirleyen bir çalışmadır.

Finansal piyasalarda fon arz eden her bir “ekonomik aktör”, kişisel portföyünü oluşturacaktır. Bu çaba içine giren yatırımcı, kendi faydasını en çoklamak bir başka ifade ile, “en iyi portföy”e sahip olmak isteyecektir. Bu noktada karşılaşılabilecek sorun, piyasada işlem gören çok sayıda finansal varlıktan hangilerini portföyüne dahil edeceğidir. Yatırımcı, çoğu zaman risk-getiri dengesini göz ardı etmekte ve kendi portföyünü oluştururken “subjektif” ölçülere göre karar vermektedir.

Bu çalışmada, geçmiş verilerden hareketle Tek İndeks Modeli’ne uygun bir portföy oluşturulmuş ve bu portföy; herhangi bir yatırımcının aklına gelebilecek sonsuz sayıdaki “subjektif” ölçülerden birkaçına göre oluşturulan portföylerle karşılaştırılmıştır. Bulgular, “Modele göre oluşturulan portföy, diğer portföylere göre daha etkindir.” savının İMKB’de geçerli olduğunu ortaya koymuştur.

İMKB’de yatırım yapılırken bilimsel yöntemler kullanılarak portföy oluşturulması, gereksiz risk yüklenilmesinin önüne geçecek ve yatırımcıların “etkin” portföylere yatırım yapmasını sağlayacaktır.

NOTLAR

¹Hesaplama Hazine Bonosu ve Devlet Tahvili ayırımı yapılmamış, gerçekleşen her ihale dikkate alınmıştır. Ağırlıklı Ortalama Faiz Hesabı aşağıdaki formül yardımı ile yapılmıştır:

$$R_f = \frac{\sum_{i=1}^n D_i R_i}{\sum_{i=1}^n D_i}$$

i : Gerçekleşen ihale sayısı

D_i : Her ihalede kabul edilen (borçlanılan) net tutar

R_i : Her ihalede gerçekleşen yıllık basit faiz oranı

²Aylık getirilerin hesaplanmasında; $R_i = [(P_i(B_{i11}+B_{s1z}+1)-(B_{i11} \times K)D-P_{i-1})/P_{i-1}]$ formülü kullanılmıştır. Formülde;

P_i : “i” Ayına ait en son kapanış fiyatını

B_{i11} : Ay içinde alınan bedelli hisse adedini

B_{s1z} : Ay içinde alınan bedelsiz hisse adedini

K : Rüçhan hakkı kullanım fiyatını

D : Ay içinde 1.000 TL nominal değerli hisse senedine ödenen net temettü tutarını

P_{i-1} : “i” Ayından bir önceki aya ait en son kapanış fiyatını göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Ceylan, A ve Korkmaz, T. (1988) **Borsada Uygulamalı Portföy Yönetimi**, Bursa: Ekin Kitabevi, Bursa.
- Elton, E., M. Gruber, S. Brown and W. Goetzman (2003) **Modern Portfolio Theory and Investment Analysis** (6th ed.), John Wiley & Sons Inc.
- Garbade K. (1982) **Securities Markets**, New York: McGraw-Hill.
- İMKB (1993) **Sermaye Piyasası ve Borsa Temel Bilgiler Kılavuzu**, İstanbul: İMKB.
- Jensen, M.C., Smith Jr. and W. Cifford (1998) “İşletme Finansman Teorisi: Tarihsel Bir İnceleme”, **Finans Teorisinin Temel Makaleleri**, Ankara: SPK.
- Karan, M.B. (2001) **Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi**, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaşin, G. (1986) **Sermaye Piyasası Analizleri**, Ankara: SPK.
- Kocaman B. (1995) **Yatırım Teorisinde Modern Gelişmeler ve İMKB’de Bazı Değerlendirme ve Gözlemler**, İstanbul: İMKB.
- Konuralp, G. (2001) **Sermaye Piyasaları, Analizler, Kuramlar ve Portföy Yönetimi**, İstanbul: Alfa.
- Lintner, J. (1965) “The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets”, **Review of Economics**, 47, 13-37.
- Markowitz, H. (1952) “Portfolio Selection”, **The Journal of Finance**, VII(1), 77-91.
- Mossin, J. (1966) “Equilibrium in a Capital Market”, **Econometrica**, 34, 768-783.
- Sharpe, W. F. (1963) “A Simplified Model for Portfolio Analysis”, **Management Science**, 227-293.
- Sharpe, W. F. (1964) “Capital Asset Prices”, **The Journal of Finance**, September Issue, 227-293.
- Tekbaş M. Ş. (1989) “Hisse Senedi Riski ve Verimi ile Bir Portföy Modeli”, **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Ağustos, 27-39.
- Üstünel İ. E. (2000) **Durağan Portföy Analizi ve İMKB Verilerine Uygulanması**, Ankara: İMKB.
- Özçam, M. (1997) **Varlık Fiyatlandırma Modelleri Aracılığıyla Dinamik Portföy Yönetimi**, Ankara: SPK.
- Yörük, N. (2000) **Finansal Varlık Fiyatlandırma Modelleri ve Arbitraj Fiyatlandırma Modelinin İMKB’de Test Edilmesi**, İstanbul: İMKB.

Ek 1: Hisse Senetlerinin Risk ve Getirileri ve Karar Kriteri

Hisse Kodu	R_i	σ_{R_i}	α_i	σ_{α_i}	β_i	σ_{β_i}	r_i	r_i^2	$\sigma_{r_i}^2$	R_f	$R_i - R_f$	S_i	C_i	Karar Kriteri $S_i > C_i$
CYTAS	0.093	0.375	0.060	0.039	0.849	0.208	0.416	0.173	0.118	0.039	0.053	0.0630	0.0108	Portföyde
FMIZP	0.065	0.218	0.045	0.022	0.517	0.119	0.435	0.190	0.039	0.039	0.026	0.0506	0.0172	Portföyde
BSPRO	0.066	0.230	0.039	0.022	0.690	0.117	0.551	0.304	0.037	0.039	0.027	0.0386	0.0221	Portföyde
IHEVA	0.071	0.362	0.038	0.037	0.850	0.199	0.431	0.186	0.108	0.039	0.032	0.0372	0.0237	Portföyde
HZNDR	0.060	0.277	0.037	0.029	0.586	0.155	0.389	0.151	0.066	0.039	0.021	0.0355	0.0246	Portföyde
CMENT	0.046	0.158	0.038	0.017	0.220	0.093	0.256	0.065	0.024	0.039	0.007	0.0321	0.0249	Portföyde
DUROF	0.057	0.274	0.036	0.029	0.563	0.154	0.377	0.142	0.065	0.039	0.018	0.0321	0.0253	Portföyde
KENT	0.053	0.208	0.036	0.022	0.450	0.117	0.396	0.157	0.037	0.039	0.014	0.0310	0.0257	Portföyde
MRDIN	0.063	0.174	0.034	0.012	0.748	0.065	0.789	0.623	0.012	0.039	0.024	0.0319	0.0281	Portföyde
PRTAS	0.073	0.350	0.032	0.033	1.076	0.176	0.565	0.319	0.084	0.039	0.034	0.0317	0.0284	Portföyde
DITAS	0.063	0.259	0.033	0.025	0.763	0.133	0.540	0.292	0.048	0.039	0.024	0.0308	0.0286	Portföyde
EMNIS	0.059	0.290	0.034	0.030	0.661	0.160	0.419	0.176	0.070	0.039	0.020	0.0305	0.0287	Portföyde
BRSAN	0.065	0.218	0.033	0.017	0.846	0.093	0.713	0.509	0.024	0.039	0.026	0.0307	0.0290	Portföyde
KAPLM	0.059	0.263	0.032	0.026	0.699	0.140	0.489	0.239	0.053	0.039	0.020	0.0283	0.0290	Portföyde Girmez
NIGDE	0.057	0.199	0.032	0.018	0.634	0.098	0.587	0.344	0.026	0.039	0.018	0.0280	0.0289	Portföyde Girmez
KRSTL	0.067	0.352	0.029	0.034	0.998	0.183	0.521	0.272	0.091	0.039	0.028	0.0281	0.0289	Portföyde Girmez
FENIS	0.054	0.243	0.032	0.025	0.575	0.133	0.435	0.189	0.049	0.039	0.015	0.0254	0.0288	Portföyde Girmez
ATEKS	0.062	0.279	0.027	0.025	0.911	0.136	0.600	0.360	0.050	0.039	0.022	0.0247	0.0285	Portföyde Girmez
CMBTN	0.053	0.231	0.031	0.023	0.578	0.125	0.460	0.211	0.043	0.039	0.014	0.0237	0.0283	Portföyde Girmez
BISAS	0.066	0.378	0.024	0.036	1.113	0.193	0.541	0.293	0.102	0.039	0.027	0.0246	0.0282	Portföyde Girmez
EGGUB	0.051	0.187	0.029	0.018	0.565	0.094	0.556	0.309	0.024	0.039	0.012	0.0213	0.0278	Portföyde Girmez
BFREN	0.053	0.207	0.028	0.019	0.651	0.103	0.577	0.333	0.029	0.039	0.014	0.0214	0.0275	Portföyde Girmez
DERIM	0.055	0.325	0.026	0.034	0.741	0.180	0.419	0.175	0.088	0.039	0.016	0.0214	0.0274	Portföyde Girmez
BANVT	0.052	0.195	0.029	0.018	0.597	0.098	0.561	0.315	0.026	0.039	0.012	0.0209	0.0271	Portföyde Girmez
KARTN	0.048	0.170	0.030	0.017	0.472	0.089	0.510	0.260	0.022	0.039	0.009	0.0192	0.0269	Portföyde Girmez
PARSN	0.058	0.276	0.020	0.024	0.983	0.127	0.654	0.427	0.044	0.039	0.019	0.0194	0.0264	Portföyde Girmez
ECILC	0.059	0.256	0.019	0.019	1.056	0.101	0.759	0.576	0.028	0.039	0.020	0.0191	0.0257	Portföyde Girmez
ANACM	0.054	0.207	0.023	0.017	0.787	0.090	0.698	0.487	0.022	0.039	0.015	0.0185	0.0252	Portföyde Girmez
ARCLK	0.059	0.229	0.019	0.014	1.039	0.077	0.832	0.692	0.016	0.039	0.020	0.0188	0.0243	Portföyde Girmez
VKING	0.051	0.276	0.025	0.028	0.682	0.150	0.453	0.205	0.061	0.039	0.012	0.0181	0.0242	Portföyde Girmez
CEMTS	0.056	0.300	0.020	0.028	0.938	0.150	0.574	0.330	0.061	0.039	0.017	0.0182	0.0240	Portföyde Girmez
PINSU	0.049	0.241	0.026	0.024	0.596	0.131	0.454	0.206	0.047	0.039	0.010	0.0168	0.0239	Portföyde Girmez
ASELS	0.057	0.275	0.017	0.023	1.031	0.121	0.689	0.474	0.040	0.039	0.018	0.0172	0.0236	Portföyde Girmez
KRTEK	0.051	0.245	0.023	0.023	0.719	0.125	0.540	0.291	0.043	0.039	0.012	0.0163	0.0234	Portföyde Girmez

Ek 1: Hisse Senetlerinin Risk ve Getirileri ve Karar Kriteri (Devam)

Hisse Kodu	R_i	σ_{R_i}	α_i	σ_{α_i}	β_i	σ_{β_i}	r_i	r_i^2	$\sigma_{r_i}^2$	R_f	$R_i - R_f$	S_i	C_i	Karar Kriteri $S_i > C_i$
IZOCM	0.056	0.224	0.018	0.015	0.987	0.080	0.808	0.653	0.018	0.039	0.016	0.0167	0.0228	Portföyde Girmez
CIMSA	0.053	0.186	0.020	0.012	0.844	0.063	0.832	0.692	0.011	0.039	0.014	0.0163	0.0222	Portföyde Girmez
BOLUC	0.051	0.206	0.023	0.018	0.733	0.095	0.652	0.425	0.025	0.039	0.012	0.0160	0.0220	Portföyde Girmez

FROTO	0,056	0,224	0,016	0,014	1,026	0,073	0,842	0,710	0,015	0,039	0,016	0,0160	0,0214	Portföye Girmedir
KORDS	0,056	0,253	0,016	0,019	1,043	0,101	0,757	0,573	0,028	0,039	0,017	0,0160	0,0212	Portföye Girmedir
MUTLU	0,054	0,268	0,018	0,023	0,938	0,125	0,644	0,414	0,042	0,039	0,015	0,0159	0,0210	Portföye Girmedir
OTKAR	0,055	0,251	0,016	0,019	1,023	0,102	0,747	0,558	0,028	0,039	0,016	0,0159	0,0208	Portföye Girmedir
SONME	0,052	0,269	0,020	0,025	0,817	0,136	0,559	0,312	0,050	0,039	0,013	0,0153	0,0207	Portföye Girmedir
AFYON	0,046	0,163	0,026	0,015	0,523	0,080	0,589	0,347	0,018	0,039	0,007	0,0142	0,0206	Portföye Girmedir
BURCE	0,052	0,252	0,019	0,022	0,863	0,119	0,629	0,396	0,039	0,039	0,013	0,0151	0,0205	Portföye Girmedir
KUTPO	0,049	0,201	0,020	0,017	0,747	0,089	0,684	0,468	0,022	0,039	0,010	0,0135	0,0203	Portföye Girmedir
PTOFS	0,050	0,238	0,018	0,021	0,842	0,110	0,649	0,421	0,033	0,039	0,011	0,0133	0,0202	Portföye Girmedir
LUKSK	0,050	0,323	0,018	0,033	0,814	0,174	0,463	0,214	0,083	0,039	0,011	0,0129	0,0201	Portföye Girmedir
VESTL	0,053	0,224	0,012	0,013	1,050	0,069	0,861	0,741	0,013	0,039	0,013	0,0128	0,0195	Portföye Girmedir
İZMDC	0,053	0,246	0,011	0,017	1,070	0,090	0,799	0,638	0,022	0,039	0,013	0,0126	0,0192	Portföye Girmedir
DENCM	0,049	0,247	0,017	0,022	0,830	0,118	0,617	0,380	0,038	0,039	0,010	0,0123	0,0191	Portföye Girmedir
PNSUT	0,049	0,226	0,017	0,019	0,846	0,100	0,689	0,474	0,027	0,039	0,010	0,0122	0,0189	Portföye Girmedir
EDIP	0,048	0,231	0,019	0,021	0,736	0,114	0,584	0,341	0,036	0,039	0,009	0,0119	0,0188	Portföye Girmedir
HEKTS	0,054	0,294	0,007	0,021	1,242	0,113	0,776	0,603	0,035	0,039	0,015	0,0124	0,0186	Portföye Girmedir
ADNAC	0,050	0,216	0,013	0,014	0,968	0,074	0,824	0,679	0,015	0,039	0,011	0,0117	0,0183	Portföye Girmedir
GUBRF	0,052	0,256	0,009	0,017	1,120	0,092	0,805	0,648	0,023	0,039	0,013	0,0117	0,0180	Portföye Girmedir
TOASO	0,052	0,256	0,008	0,017	1,127	0,091	0,810	0,656	0,023	0,039	0,013	0,0112	0,0177	Portföye Girmedir
FRIGO	0,046	0,249	0,020	0,024	0,678	0,131	0,501	0,251	0,047	0,039	0,007	0,0103	0,0177	Portföye Girmedir
BEKO	0,050	0,230	0,010	0,014	1,054	0,075	0,842	0,709	0,016	0,039	0,011	0,0108	0,0173	Portföye Girmedir
CBSBO	0,048	0,265	0,015	0,024	0,837	0,131	0,581	0,337	0,047	0,039	0,009	0,0102	0,0173	Portföye Girmedir
UNYEC	0,047	0,197	0,016	0,014	0,822	0,077	0,767	0,588	0,016	0,039	0,008	0,0100	0,0171	Portföye Girmedir
KONYA	0,046	0,177	0,019	0,014	0,683	0,076	0,710	0,504	0,016	0,039	0,006	0,0095	0,0169	Portföye Girmedir
ECYAP	0,049	0,225	0,011	0,015	0,973	0,083	0,795	0,633	0,019	0,039	0,009	0,0097	0,0167	Portföye Girmedir
İNTEM	0,048	0,253	0,011	0,020	0,972	0,109	0,705	0,497	0,033	0,039	0,009	0,0095	0,0166	Portföye Girmedir
OKANT	0,048	0,280	0,010	0,024	0,993	0,129	0,651	0,424	0,046	0,039	0,009	0,0095	0,0165	Portföye Girmedir
AKCNS	0,046	0,215	0,017	0,019	0,743	0,101	0,635	0,403	0,028	0,039	0,007	0,0090	0,0164	Portföye Girmedir
ADANA	0,048	0,206	0,011	0,012	0,953	0,066	0,850	0,723	0,012	0,039	0,009	0,0092	0,0161	Portföye Girmedir
TRKCM	0,046	0,203	0,016	0,016	0,787	0,087	0,712	0,508	0,021	0,039	0,007	0,0085	0,0159	Portföye Girmedir

Ek 1: Hisse Senetlerinin Risk ve Getirileri ve Karar Kriteri (Devam)

DOKTS	0,048	0,233	0,008	0,015	1,046	0,080	0,824	0,679	0,018	0,039	0,009	0,0087	0,0157	Portföye Girmedir
PETKM	0,050	0,293	0,002	0,020	1,263	0,109	0,792	0,627	0,032	0,039	0,011	0,0089	0,0155	Portföye Girmedir
EREGL	0,047	0,197	0,011	0,012	0,919	0,062	0,855	0,731	0,011	0,039	0,008	0,0083	0,0152	Portföye Girmedir
BOSSA	0,046	0,223	0,011	0,017	0,912	0,090	0,751	0,564	0,022	0,039	0,007	0,0081	0,0151	Portföye Girmedir
ADBGR	0,045	0,177	0,016	0,012	0,752	0,067	0,783	0,613	0,012	0,039	0,006	0,0077	0,0149	Portföye Girmedir

BERDN	0,045	0,238	0,016	0,022	0,733	0,119	0,567	0,321	0,039	0,039	0,005	0,0075	0,0149	Portföye Girmez
TUDDF	0,048	0,262	0,004	0,018	1,142	0,096	0,801	0,641	0,025	0,039	0,009	0,0079	0,0147	Portföye Girmez
EGEEN	0,044	0,210	0,016	0,018	0,730	0,098	0,639	0,409	0,026	0,039	0,005	0,0072	0,0146	Portföye Girmez
KOTKS	0,043	0,257	0,020	0,026	0,601	0,141	0,429	0,184	0,055	0,039	0,004	0,0066	0,0146	Portföye Girmez
KLMSN	0,045	0,219	0,012	0,017	0,856	0,093	0,719	0,517	0,023	0,039	0,006	0,0072	0,0145	Portföye Girmez
ASUZU	0,046	0,255	0,005	0,019	1,068	0,100	0,768	0,590	0,027	0,039	0,007	0,0069	0,0143	Portföye Girmez
ERBOS	0,043	0,184	0,017	0,016	0,655	0,085	0,654	0,428	0,020	0,039	0,004	0,0055	0,0143	Portföye Girmez
TUKAS	0,043	0,254	0,014	0,024	0,753	0,130	0,544	0,296	0,046	0,039	0,004	0,0052	0,0142	Portföye Girmez
DMSAS	0,043	0,195	0,015	0,017	0,707	0,089	0,664	0,442	0,022	0,039	0,003	0,0049	0,0141	Portföye Girmez
SKTAS	0,042	0,197	0,017	0,018	0,664	0,094	0,620	0,385	0,024	0,039	0,003	0,0047	0,0140	Portföye Girmez
BRISA	0,043	0,198	0,009	0,012	0,902	0,066	0,836	0,700	0,012	0,039	0,004	0,0046	0,0138	Portföye Girmez
TATKS	0,043	0,223	0,004	0,013	1,030	0,072	0,848	0,719	0,014	0,039	0,004	0,0041	0,0135	Portföye Girmez
TUPRS	0,042	0,193	0,011	0,014	0,815	0,074	0,776	0,602	0,015	0,039	0,003	0,0037	0,0133	Portföye Girmez
BROVA	0,042	0,249	0,010	0,022	0,834	0,119	0,616	0,379	0,039	0,039	0,003	0,0035	0,0132	Portföye Girmez
PRKAB	0,042	0,212	0,010	0,017	0,830	0,090	0,718	0,516	0,022	0,039	0,003	0,0035	0,0131	Portföye Girmez
AYGAZ	0,042	0,193	0,007	0,011	0,900	0,061	0,854	0,730	0,010	0,039	0,003	0,0030	0,0128	Portföye Girmez
GENTS	0,040	0,216	0,011	0,019	0,757	0,101	0,644	0,415	0,028	0,039	0,001	0,0017	0,0127	Portföye Girmez
TIRE	0,040	0,196	0,011	0,016	0,743	0,086	0,694	0,482	0,020	0,039	0,001	0,0010	0,0126	Portföye Girmez
OLMKS	0,039	0,198	0,009	0,015	0,791	0,082	0,734	0,539	0,018	0,039	0,000	0,0003	0,0124	Portföye Girmez
KERTV	0,039	0,329	0,004	0,032	0,902	0,173	0,503	0,253	0,082	0,039	0,000	0,0001	0,0124	Portföye Girmez
GOLTS	0,038	0,205	0,006	0,015	0,849	0,081	0,760	0,577	0,018	0,039	-0,001	-0,0007	0,0122	Portföye Girmez
EGSER	0,038	0,226	0,010	0,020	0,741	0,110	0,602	0,363	0,033	0,039	-0,001	-0,0010	0,0121	Portföye Girmez
AKSA	0,038	0,208	0,003	0,014	0,925	0,073	0,816	0,665	0,015	0,039	-0,001	-0,0007	0,0118	Portföye Girmez
YUNSA	0,038	0,192	0,008	0,015	0,767	0,079	0,735	0,540	0,017	0,039	-0,001	-0,0014	0,0117	Portföye Girmez
BAGFS	0,038	0,208	0,003	0,014	0,919	0,074	0,811	0,658	0,015	0,039	-0,001	-0,0012	0,0114	Portföye Girmez
SASA	0,037	0,205	0,004	0,015	0,860	0,079	0,772	0,595	0,017	0,039	-0,002	-0,0019	0,0112	Portföye Girmez
MRSHL	0,037	0,186	0,009	0,015	0,725	0,079	0,717	0,514	0,017	0,039	-0,002	-0,0029	0,0111	Portföye Girmez
AKALT	0,036	0,227	-0,002	0,015	0,992	0,082	0,804	0,647	0,018	0,039	-0,003	-0,0030	0,0108	Portföye Girmez
ARAT	0,035	0,264	-0,002	0,022	0,979	0,118	0,681	0,464	0,038	0,039	-0,004	-0,0039	0,0107	Portföye Girmez
ESEMS	0,036	0,286	0,008	0,029	0,729	0,154	0,468	0,219	0,065	0,039	-0,003	-0,0047	0,0107	Portföye Girmez

Ek 1: Hisse Senetlerinin Risk ve Getirileri ve Karar Kriteri (Devam)

ALCTL	0,034	0,261	-0,015	0,013	1,281	0,069	0,900	0,811	0,013	0,039	-0,005	-0,0040	0,0101	Portföye Girmez
CELHA	0,035	0,222	-0,002	0,016	0,943	0,085	0,779	0,606	0,020	0,039	-0,004	-0,0047	0,0099	Portföye Girmez
SARKY	0,035	0,169	0,008	0,012	0,715	0,065	0,776	0,602	0,012	0,039	-0,004	-0,0052	0,0097	Portföye Girmez
BTCIM	0,035	0,202	0,000	0,013	0,903	0,070	0,822	0,676	0,013	0,039	-0,004	-0,0049	0,0094	Portföye Girmez
USAK	0,035	0,236	0,000	0,019	0,892	0,103	0,694	0,482	0,029	0,039	-0,005	-0,0051	0,0093	Portföye Girmez

BUCIM	0,037	0,125	0,026	0,013	0,287	0,069	0,423	0,179	0,013	0,039	-0,002	-0,0083	0,0093	Portföye Girmez
YATAS	0,034	0,247	-0,003	0,020	0,952	0,106	0,709	0,503	0,031	0,039	-0,006	-0,0058	0,0091	Portföye Girmez
ALTIN	0,033	0,221	-0,002	0,016	0,932	0,085	0,776	0,601	0,020	0,039	-0,006	-0,0060	0,0089	Portföye Girmez
GEDIZ	0,033	0,226	0,003	0,020	0,784	0,106	0,638	0,407	0,031	0,039	-0,006	-0,0072	0,0089	Portföye Girmez
GOODY	0,033	0,192	0,001	0,014	0,822	0,073	0,785	0,616	0,014	0,039	-0,006	-0,0072	0,0086	Portföye Girmez
ISAMB	0,035	0,300	0,014	0,032	0,536	0,172	0,328	0,108	0,081	0,039	-0,004	-0,0082	0,0086	Portföye Girmez
ADEL	0,034	0,176	0,012	0,016	0,578	0,086	0,602	0,362	0,020	0,039	-0,005	-0,0087	0,0085	Portföye Girmez
DYOB	0,032	0,250	-0,003	0,021	0,900	0,115	0,660	0,435	0,036	0,039	-0,007	-0,0081	0,0084	Portföye Girmez
PIMAS	0,031	0,251	-0,003	0,022	0,886	0,116	0,648	0,420	0,037	0,039	-0,008	-0,0090	0,0083	Portföye Girmez
UZEL	0,031	0,201	-0,003	0,014	0,876	0,074	0,800	0,639	0,015	0,039	-0,008	-0,0097	0,0081	Portföye Girmez
MERKO	0,030	0,198	-0,001	0,015	0,799	0,081	0,741	0,548	0,018	0,039	-0,009	-0,0116	0,0079	Portföye Girmez
KNFRT	0,030	0,185	0,007	0,017	0,585	0,092	0,581	0,338	0,023	0,039	-0,009	-0,0158	0,0078	Portföye Girmez
UKIM	0,031	0,187	0,012	0,019	0,484	0,100	0,474	0,225	0,028	0,039	-0,008	-0,0174	0,0077	Portföye Girmez
MEMSA	0,029	0,199	0,005	0,019	0,616	0,100	0,569	0,323	0,027	0,039	-0,010	-0,0169	0,0076	Portföye Girmez
DARDL	0,023	0,259	-0,015	0,021	0,993	0,112	0,704	0,496	0,034	0,039	-0,016	-0,0162	0,0074	Portföye Girmez
EPLAS	0,021	0,213	-0,006	0,019	0,703	0,103	0,606	0,367	0,029	0,039	-0,018	-0,0252	0,0073	Portföye Girmez
KLBO	0,019	0,192	-0,007	0,017	0,668	0,090	0,638	0,408	0,022	0,039	-0,020	-0,0302	0,0071	Portföye Girmez
PRKTE	0,036	0,082	0,036	0,009	-0,002	0,050	0,004	0,000	0,007	0,039	-0,003	1,7570	0,0071	Portföye Girmez
AKIPD	-0,643	7,285	-0,974	0,808	8,609	4,330	0,217	0,047	51,20 2	0,039	-0,682	-0,0792	0,0071	Portföye Girmez
CEYLN	0,054	0,242	0,059	0,027	-0,120	0,147	0,091	0,008	0,059	0,039	0,015	-0,1281	0,0071	Portföye Girmez

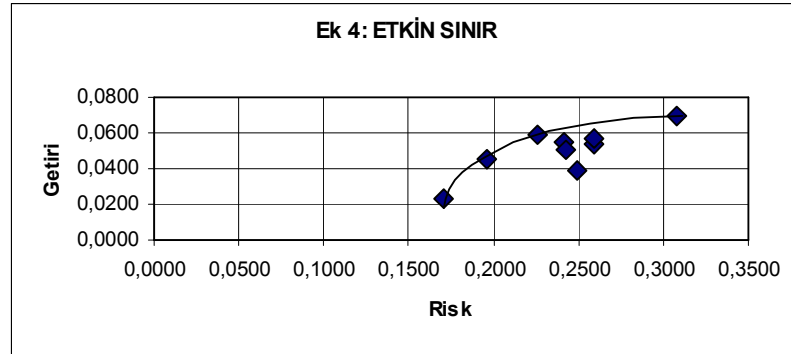
Ek 2: Oluşturulan Portföyün Getirisi ve Riski

Hisse Kodu	R_i	a_i	β_i	$\sigma_{e_i}^2$	R_f	$R_i - R_f$	C_i	Z_i	W_i	R_p	$\sigma_{p_n}^2$	β_p
CYTAS	0,093	0,060	0,849	0,118	0,0391	0,053	0,011	0,3769	0,1963	0,0182	0,0048	0,16669
FMIZP	0,065	0,045	0,517	0,039	0,0391	0,026	0,017	0,4428	0,2307	0,0150	0,0067	0,11922
BSPRO	0,066	0,039	0,690	0,037	0,0391	0,027	0,022	0,3048	0,1588	0,0104	0,0092	0,10955
IHEVA	0,071	0,038	0,850	0,108	0,0391	0,032	0,024	0,1055	0,0550	0,0039	0,0034	0,04672
HZNDR	0,060	0,037	0,586	0,066	0,0391	0,021	0,025	0,0962	0,0501	0,0030	0,0034	0,02936
CMENT	0,046	0,038	0,220	0,024	0,0391	0,007	0,025	0,0672	0,0350	0,0016	0,0031	0,0077
DUROF	0,057	0,036	0,563	0,065	0,0391	0,018	0,025	0,0588	0,0306	0,0018	0,0023	0,01723
KENT	0,053	0,036	0,450	0,037	0,0391	0,014	0,026	0,0637	0,0332	0,0018	0,0012	0,01493

MRDIN	0,063	0,034	0,748	0,012	0,0391	0,024	0,028	0,2479	0,1291	0,0081	0,0020	0,09657
PRTAS	0,073	0,032	1,076	0,084	0,0391	0,034	0,028	0,0420	0,0219	0,0016	0,0014	0,02355
DITAS	0,063	0,033	0,763	0,048	0,0391	0,024	0,029	0,0353	0,0184	0,0012	0,0011	0,01405
EMNIS	0,059	0,034	0,661	0,070	0,0391	0,020	0,029	0,0172	0,0090	0,0005	0,0005	0,00593
BRSAN	0,065	0,033	0,846	0,024	0,0391	0,026	0,029	0,0613	0,0319	0,0021	0,0009	0,02702
TOPLAM	1,9195	1,0000	0,0691	0,0421	0,6785							
											σ^2_p	0,0155
											σ^2_p	0,0576
											σ_p	0,2400

Ek 3: Portföylerin “Sharpe Performans Ölçütü”ne göre “Etkinlik”leri

TİM	σ_P	R_p	S_p
TİM	0,2400	0,0691	0,1252
1	0,2590	0,0533	0,0547
2	0,2416	0,0552	0,0665
3	0,3079	0,0691	0,0976
4	0,1958	0,0450	0,0302
5	0,1705	0,0230	-0,0946
6	0,2587	0,0565	0,0671
7	0,2487	0,0389	-0,0007
8	0,2422	0,0504	0,0465



AVRUPA BİRLİĞİ'NDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN UYUMLAŞTIRILMASI VE TÜRKİYE AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Mehmet Cahit GÜRAN*

Öz

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği'nde vergilerin uyumlaştırılması çalışmalarındaki temel ilkeleri, özel tüketim vergileri konusundaki düzenlemeleri ve uyum çalışmalarını genel olarak incelemektir. Ayrıca, Türkiye'nin özel tüketim vergisi konusundaki uygulamaları, Avrupa Birliği'nin vergi uyumlaştırma çalışmaları çerçevesinde değerlendirilecektir. Bu çalışmada Türkiye'nin özel tüketim vergisi uygulamasının Avrupa Birliği uygulamaları ile matrah, konu ve oran açısından bazı farklılıklara sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca Türkiye'nin uygulamasında, vergileme stratejisinde rekabet gücü açısından zaafı olduğu ve vergi düzenlemelerinin iktisadi ve sosyal yönünün dikkate alınmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Vergi uyumlaştırması, özel tüketim vergisi, Türkiye, Avrupa Birliği.

Abstract

The Harmonization of Excise Tax in European Union and The Evaluation of Turkish Perspective

The aim of this paper is to examine the main principles of harmonization, regulations and the harmonization experiences about excise taxes. Moreover, the Turkish excise tax (ÖTV) practices with respect to tax harmonization experiences of European Union are evaluated. In this paper, when the Turkish practices of excise tax are compared with the European Union practices, some differences are observed with respect to the subject, assessment and rates. Also, it is concluded that there are some weaknesses in the taxation strategy in the Turkish excise tax practice in terms of competition power and economic and social aspects.

Keywords: Tax harmonization, excise tax, Turkey, European Union.

* Öğr. Gör. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Maliye Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA
guran@hacettepe.edu.tr.

GİRİŞ

Bölgesel güçlerin ve ülkeler arası entegrasyonun öneminin gittikçe arttığı dünya arenasında, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne (AB) tam üye olma hedefini izleyerek sürece dahil olmaya çalıştığı artık çok daha açık şekilde ortadadır. AB içinde bütünleşmenin sorunsuz ve sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi, bütünleşmeye giden tarafların her alanda farklılıkları önemsiz hale getirmesi sayesinde mümkün olacaktır. Hiç şüphesiz bu farklar, özellikle ekonomik, siyasi ve mali konularla ilgili olarak çok daha önemli hale gelmektedir. Ülkeler arasında önemli mali farklılaşmalara yol açan konulardan bir tanesi, vergileme yetkisinin kullanılmasındaki farklılıklara ilişkindir. Bu nedenle vergileme alanındaki uyum çalışmaları, ülkelerin birbirleri ve dünyanın geri kalanı ile ilişkilerinde haksız rekabet yaratılmaması ve kaynakların tahsisi üzerinde olumsuz etkilerin olmaması açısından büyük öneme sahiptir.

Dolaylı (indirect) ve dolaysız vergiler (direct taxes) düşünüldüğünde, özellikle dolaylı vergilerin malların nispi fiyatlarını etkileyerek rekabet ve kaynakların etkin tahsisi açısından etkiler yaratması ihtimali daha yüksektir. AB içinde oluşturulmaya çalışılan vergi yapısı, iki tip dolaylı vergiye dayanmaktadır. Bunlar mal ve hizmetlerin nihai tüketiciye ulaşana kadar her aşamada yaratılan katma değer vergilendirilmesini amaçlayan, genel nitelikteki Katma Değer Vergisi/KDV (Value Added Tax/VAT) ve spesifik bazı malları vergilendirmeyi amaçlayan, özel nitelikli Özel Tüketim Vergisi/ÖTV (Excise Tax/ET) dir.

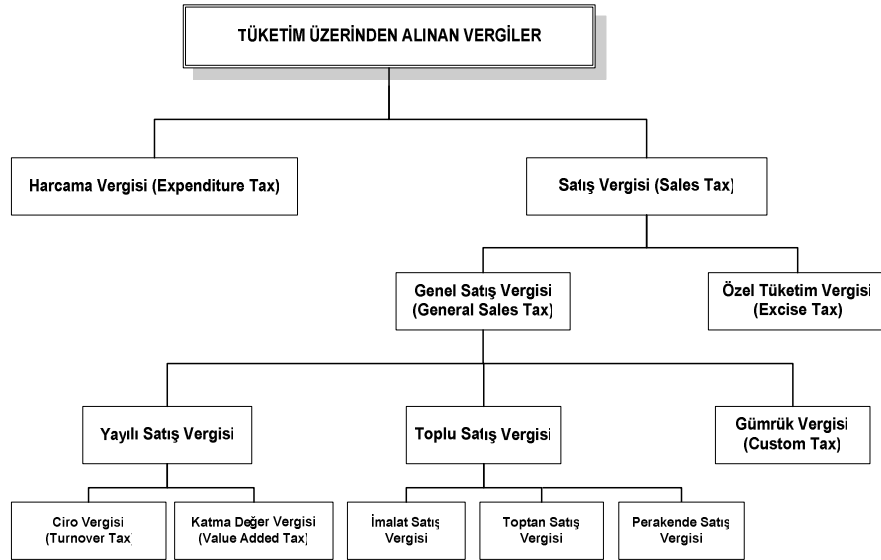
Bu çalışmanın konusunu; AB'nde vergilerin uyumlaştırılması çerçevesinde ÖTV alanında yapılan çalışmalar ve Türkiye'nin ÖTV uygulamaları alanındaki düzenlemeler oluşturulmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak teorik açıdan tüketim vergileri ve özel tüketim vergilerinin yeri kısaca ele alınacak, AB ve Türkiye'nin vergi gelirleri içinde özel tüketim vergisi gelirlerinin yeri ve önemi ortaya konulacaktır. Ardından AB içinde genel olarak vergilemeye yön veren ilkeler ve ÖTV açısından uyumlaştırma çalışmaları çerçevesinde gelinen nokta ele alınacaktır. Son olarak, Türkiye'nin ÖTV alanındaki düzenlemeleri AB ile karşılaştırılmalı olarak ele alınacak ve uyum açısından değerlendirilecektir.

I. TÜKETİM ÜZERİNDEN ALINAN VERGİLER VE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ

Ödeme gücüne göre vergilemenin gerçekleştirilmeye çalışıldığı bir vergi sisteminde bireylerin ödeme gücünün göstergesi olarak gelir, servet ve tüketim vergi konusu oluşturabilmektedir. Bu üç vergi kaynağı her ne kadar ödeme

gücünün göstergesi olarak alınabilse de, vergilendirilmeleri sonucunda ortaya çıkacak iktisadi etkiler farklılaşacaktır. Gelir ve servet vergileri gelir dağılımı bozukluklarını düzeltmek için etkili şekilde kullanılabildiği için tercih edilirken, topluma gelir yaratarak katkı sağlayan ya da tasarruf ederek sermaye birikimine yardım edenlerin cezalandırılması anlamına geldiği için etkinlik sonuçları ve ahlaki açıdan eleştirilmektedir. Diğer taraftan tüketim vergileri, toplumun üretmiş olduğu ekonomik değerleri tüketerek, yok edenlerin vergilendirilmesi anlamına geldiği için; hem etkin hem de ahlaki bulunurken, gelir dağılımı sonuçları açısından eleştiriye tâbi tutulmaktadır (Stiglitz, 2000: 470). Çünkü, tüketim vergileri, bireylerin subjektif niteliklerini dikkate almayan ve bu nedenle vergilemede azalan oranlı bir yapının doğmasına yol açan vergilerdir (Marlow, 1995: 561)

Gelirin ve servetin tüketim amacıyla elden çıkarılması, yani harcanması dolayısıyla alınan vergilere, tüketim üzerinden alınan vergiler denir. Harcama vergisi ve satış vergisi olarak iki ana kategoriye ayrabileceğimiz tüketim üzerinden alınan vergileri, aşığdaki gibi tasnif edebiliriz.



Şekil-1: Tüketim Üzerinden Alınan Vergiler

Not: Stiglitz 2000; Marlow 1995; Turhan 1987; Bulutoğlu 1981'den yararlanılarak tarafımızdan hazırlanmıştır.

Farklı özelliklere sahip yukardaki tüketim vergilerinin birbirlerinden ayrılan yanlarını da aşağıdaki Tablo 1 yardımıyla ortaya koymak mümkündür. Böylece söz konusu bu vergilerin farklılıkları daha iyi anlaşılabilir olacaktır (Stiglitz, 2000; Marlow, 1995; Turhan, 1987; Bulutoğlu, 1981).

ÖTV, özellikle iktisadi ve sosyal amaçların yerine getirilebilmesi açısından oldukça uygun bir vergi tipidir. Piyasaların çalışması sonucunda ortaya çıkan dışsallıklar ya da kaynakların etkin kullanılmaması sonucunu yaratan diğer piyasa başarısızlıklarıyla ilgili olarak ÖTV, bir düzeltici vergi (corrective tax) olarak işlev görmektedir (Marlow, 1995: 92-93; Stiglitz, 2000: 463, 562). Ayrıca özellikle devletin mali amaçlarını gerçekleştirmesi söz konusu olduğunda ÖTV; akaryakıt, elektrik, temel gıda maddeleri, alkollü içecekler ve tütün mamulleri gibi talep esnekliği düşük olan mallar üzerine konulmaktadır. Böylece ÖTV bir Ramsey vergisi (Ramsey tax) olarak görülebilir ve bu nedenle de daha düşük etkinlik kaybına yol açtığı savunulabilir (Stiglitz, 2000: 565).

Tablo-1: Çeşitli Özellikleri Açısından Tüketim Üzerinden Alınan Vergiler

Tüketim Vergisi Türü	Verginin Konusu	Verginin Matrahı	Vergileme Aşaması	İktisadi Mükellefi
Harcama Vergisi	Tüketim harcamaları	Gelirden tasarruflar düşüldükten sonra kalan kısım (C=Y-S)	Dönem sonu	Tüketici
ÖTV	Spesifik mal ve hizmetlerin tüketimi	Spesifik mal ve hizmetlerin tüketim-satış bedeli	Tüketim aşaması	Tüketici
KDV	Mal ve hizmetlerin tüketim ve satışı	Genel olarak malların üretim aşamalarındaki katma değer	Tüketime kadar her aşama	Tüketici
Ciro Vergisi	Mal ve hizmetlerin tüketim ve satışı	Genel olarak malların üretim aşamalarındaki katma değer	Tüketime kadar her aşama	Tüketici
İmalat Satış V.	Mal ve hizmetlerin imalat aşamasında satışı	Genel olarak malların imalat aşamasındaki satış değeri	İmalat aşaması	Tüketici
Toptan Satış V.	Mal ve hizmetlerin toptan aşamasında satışı	Genel olarak malların toptan aşamasındaki satış değeri	Toptan aşaması	Tüketici
Perakende Satış V.	Mal ve hizmetlerin perakende aşamasında satışı	Genel olarak malların perakende aşamasındaki satış değeri	Perakende aşaması	Tüketici
Gümrük Vergisi	Mal ve hizmet ithalatı	İthal malın değeri ya da miktarı	İthal malın yurt içine girişi	Tüketici

Not: Stiglitz (2000); Marlow (1995); Turhan (1987); Bulutoğlu (1981)'den yararlanılarak tarafımızdan hazırlanmıştır.

Bunun dışında ÖTV gelir dağılımı çarpıklıkları, bölgesel gelişme farklılıkları ve çevresel sorunlar gibi toplumsal ve kalkınma temelli sorunların aşılması açısından da önemli fonksiyonlar yüklenebilir (Stiglitz, 2000: 562-563). Bu çerçevede özellikle az gelişmiş bölgelerin üretim ve/veya tüketim özellikleri açısından önemli özellik taşıyan ürünlere sağlanan vergisel avantajlar sayesinde ya da gelişmiş bölgelerin üretim ve/veya tüketim özellikleri açısından özelliği olan ürünlere yüksek ÖTV uygulayarak, hem gelişme farkları hem de gelir dağılımı sonuçlarını düzeltmek mümkün olabilmektedir. Ayrıca yüksek gelirli ve düşük gelirli grupların tüketim kalıbı içinde yer alan özel mallara uygulanacak ÖTV ile gelir dağılımının düzeltilebilmesi söz konusu olabilmektedir.

II. ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ AÇISINDAN ÖNEMİ

ÖTV'nin gelir dağılımı, etkinlik, bölgesel gelişme farkları ve çevresel hedeflerin elde edilmesi açısından çok uygun bir vergisel araç olması yanında, devletlerin önemli bir kamu finansman kaynağı olması açısından da önemi büyüktür. Aşağıdaki tablolarda çeşitli ülkelerdeki vergilerin GSMH içindeki büyüklükleri ve ÖTV gelirlerinin toplam vergi gelirleri içerisindeki yeri ortaya konulmaktadır.

Tablo 2'den görüleceği gibi Türkiye'deki toplam vergi yükünün AB ortalamasına kıyasla düşük olduğu söylenebilir. Hatta bu oran ülkenin ekonomik olarak çöküntü yaşadığı bir yılı temsil ettiği için, önceki yıllara oranla daha yüksek olduğu da söylenebilir. Örneğin 1997 yılı için sosyal güvenlik prim ödemeleri dahil bu oran %27.9 dur. Ayrıca Türkiye'de dolaylı vergilere doğru bir yoğunlaşmanın olduğu söylenebilir. Türkiye 16 ülke içinde dolaylı vergilerin GSYİH içindeki payı açısından en yüksek orana sahip ikinci ülkeyken, dolaysız vergiler açısından sonucudur. Hiç şüphesiz vergilemeye ilişkin bu sonuçlar, vergi sisteminin ve uygulamasının taşımış olduğu yetersizlikler ile ilgilidir.

Tablo-2: Bazı AB Üyesi Ülkelerde Vergilerin ve Sosyal Güvenlik Pirimlerinin GSYİH'ya Oranları (1999)¹

Ülkeler	Dolaylı Ver./GSYİH(%)	Dolaysız Ver./GSYİH (%)	Sosyal Güvenlik Pri./GSYİH (%)	Vergiler/GSYİH (%)
İsveç	11,2 (15)	27,5 (2)	13,2 (7)	51,9
Danimarka	16,3 (1)	31,7 (1)	2,1 (17)	50,1
Finlandiya	14,3 (4)	20,1 (3)	11,8 (10)	46,2
Fransa	14,1 (5)	15,1 (9)	16,6 (2)	45,8
Belçika	11,6 (14)	19,1 (4)	14,5 (6)	45,2
Avusturya	12,8 (9)	16,1 (7)	15,1 (3)	43,8
İtalya	14,1 (6)	16,7 (6)	12,3 (8)	43,1
Avrupa Birliği	13,8 (7)	13,7 (10)	15,1 (4)	42,6
Lüksemburg	11,7 (12)	9,2 (17)	10,9 (12)	41,8
Hollanda	12 (11)	12,8 (11)	16,8 (1)	41,6
Almanya	10,6 (17)	12,1 (13)	14,8 (5)	37,5
Yunanistan	13,6 (8)	11,9 (14)	11,5 (11)	37
İngiltere	11,7 (13)	18,1 (5)	6,2 (14)	36
İspanya	10,7 (16)	12,1 (12)	12,2 (9)	35
Portekiz	14,4 (3)	11 (15)	8,7 (13)	34,1
İrlanda	12,4 (10)	15,5 (8)	4,2 (16)	32,1
Türkiye	14,8 (2)	10,7 (16)	5,8 (15)	31,3

Not: Tablonun iki, üç ve dördüncü sütununda parantez içinde yazılan rakamlar o veri ile ilgili sıralamayı göstermektedir.

Kaynak: OECD (2001).

Tablo 3, 1997 yılı için dolaylı vergiler içinde ÖTV ve KDV'nin ülkeler itibarıyla nasıl dağıldığını göstermektedir. Hemen hemen Türkiye'de ÖTV ile KDV arasında yaklaşık iki katlık bir fark vardır. Türkiye'de dolaylı vergilerin sağlamış olduğu gelir yapısı benzer bir özellik göstermektedir.

1997 yılı verilerine göre; Türkiye'de toplanan vergilerin %59,2'si dolaylı vergilerden oluşmaktadır. Dolaylı vergilerin de yaklaşık üçte biri ÖTV'den oluşmaktadır. Tablo 4'den Türkiye'nin vergi gelirleri içinde dolaylı vergilerin taşımış olduğu büyüklükle AB ülkeleri ve ortalamasına göre büyük bir farklılığa sahip olduğu söylenebilir. AB ortalaması %32,4'iken, Türkiyede bu oran; %59,2 dir. Bu sonuç özellikle son yıllarda daha da bozulmuş ve dolaylı vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payı 2002 yılı için 65,9 ve 2003 yılı için 66,3 olarak gerçekleşmiştir²

Tablo-3: Bazı AB Üyesi Ülkelerde Dolaylı Vergilerin GSMH İçindeki Büyüklükleri(1997)

Ülkeler	KDV/GSMH (%)	ÖTV/GSMH (%)	Diğer/GSMH (%)	Toplam Dolaylı V../GSMH (%)
Danimarka	10,5	6,0	2,7	19,2
Lüksenburg	5,9	5,7	5,6	17,2
İsveç	7,4	4,0	4,8	16,2
Avusturya	8,6	2,9	4,5	16,0
Fransa	7,9	3,0	4,9	15,8
Portekiz	8,3	3,8	3,2	15,3
Yunanistan	8,4	4,5	2,2	15,1
İrlanda	7,4	5,1	2,3	14,8
Finlandiya	8,3	5,0	1,4	14,7
İngiltere	6,8	3,9	3,5	14,2
Hollanda	7,1	3,5	3,0	13,6
İtalya	5,7	4,0	3,1	12,8
Belçika	6,9	3,0	2,9	12,8
Almanya	6,6	2,9	3,1	12,6
İspanya	5,8	3,1	2,2	11,1
Avrupa Birliği	6,9	3,5	3,4	13,8
Türkiye	5,4	2,7	1,6	9,7

Kaynak: European Commission (2000); Muhasebat Genel Müdürlüğü (2004).

Tablo-4: Bazı AB Üyesi Ülkelerde Dolaylı Vergilerin Vergi Gelirleri İçindeki Payı (1997)

Ülkeler	KDV/Vergi Gelirleri(%)	ÖTV/Vergi Gelirleri(%)	Diğer/Vergi Gelirleri(%)	Dolaylı Ver./ Vergi Gel. (%)	ÖTV/Dolaylı Verg.(%)
Almanya	15,9	7,0	7,5	30,3	23,0
İsveç	13,7	7,4	8,9	29,9	24,7
Avusturya	19,2	6,5	10,0	35,6	18,1
Belçika	14,8	6,4	6,2	27,5	23,4
Danimarka	19,8	11,3	5,1	36,2	31,3
Yunanistan	24,8	13,3	6,5	44,5	29,8
Finlandiya	17,5	10,5	2,9	30,9	34,0
Fransa	17,1	6,5	10,6	34,1	19,0
Hollanda	15,5	7,6	6,5	29,6	25,7
İngiltere	18,9	10,9	9,7	39,6	27,5
İrlanda	21,7	15,0	6,7	43,4	34,5
İspanya	16,0	8,6	6,1	30,7	27,9
İtalya	12,8	9,0	7,0	28,8	31,3
Lüksenburg	12,9	12,5	12,3	37,7	33,1
Portekiz	21,9	10,0	8,4	40,4	24,8
Avrupa	16,2	8,2	8,0	32,4	25,4
Türkiye	32,9	16,3	10	59,2	27,5

Kaynak: European Commission (2000); Muhasebat Genel Müdürlüğü (2004).

III. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE VERGİLERİN UYUMLAŞTIRILMASI VE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ

III.1. Vergilemeye İlişkin Temel Bakış Açısı

AB'nin vergilemeye ilişkin temel ilkelerini Roma Antlaşması'nda bulmak mümkündür. AT'nun kuruluş anlaşması olan Roma Antlaşması (daha sonra Kurucu Antlaşma olarak isimlendirilmiştir), kurulacak olan birliğin temel hedeflerini ve ilkelerini belirlemektedir. Bu antlaşma ile birliğin temel ilkeleri, kurumları ve bu kurumların görevleri, malların serbest dolaşımı, gümrük birliği ilkeleri ve sosyal politika alanları gibi konulara ek olarak, bu konularla da çok yakın ilişkisi olan vergilemeye ilişkin temel ilkeler de belirlenmiştir. Vergilemeye ilişkin temel düzenlemeler Kurucu Antlaşma'nın ikinci kısmında, 90-93. maddeleri ile düzenlenmektedir. Bunun dışında gümrük birliği ve ortak gümrük tarifeleri 23, 25. maddelerde, çifte vergilendirmeye ilişkin ilkelerin de 293. maddede bulunduğu görülmektedir. Bu maddeler ile vergileme alanında getirilen genel ilkeleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

III.1.1. Malların Serbest Dolaşımı ve Gümrük Birliği

Gümrük birliği; ülkelerin kendi aralarındaki ticarete serbest ticareti engelleyecek ticaret politikalarının kaldırılmasını, üçüncü ülkelere karşı da ortak bir ticaret politikasının uygulanmasını ifade eder (Seyidoğlu 1996:205). Avrupa Birliği'nin temel hedefi olan ortak bir pazarın oluşabilmesi açısından en önemli konulardan birisi, gümrük birliğinin sağlanmasıdır. Bu çerçevede Kurucu Antlaşma'nın 23 ve 25. maddelerinde temel yapının oluşturulduğunu görmekteyiz. "Topluluk, mal ticaretinin tümünü kapsayan ve Üye Devletler arasında ithalat ve ihracattaki gümrük vergileri ile eş etkili bütün yükümlülüklerin yasaklanmasına ve üçüncü ülkelerle ilişkilerde ortak bir gümrük tarifesinin kabulüne dayanan bir gümrük birliği temeli üzerine kurulmuştur."(md.23) "Üye Devletlerin, aralarındaki ithalat ve ihracata gümrük vergileri veya eş etkili yükümlülükler koymaları yasaklanmıştır. Bu yasaklama, mali nitelikteki gümrük vergileri için de uygulanacaktır." (md.25) Antlaşma'nın söz konusu bu maddeleri ile, Birlik içerisinde malların serbest ticaretine getirilen engellemelerin kaldırılması ve üçüncü ülkelere karşı da ortak bir gümrük tarifesinin belirlenmesi esas alınmaktadır.

III.1.2. Ayrımcı ya da Koruyucu Vergi Yasağı

"Hiçbir üye devlet öteki üye devletlere niteliği ne olursa olsun benzeri yerli ürünlere doğrudan ya da dolaylı olarak uyguladığından daha yüksek herhangi bir iç vergiler uygulayamaz. Ayrıca hiçbir üye devlet öteki üye devletlerin ürünlerine, başka üretimlerini dolaylı olarak koruyacak nitelikte iç

vergiler uygulayamaz.” (md. 90) 90. maddede, üye devletlerin ayrımcı ve koruyucu vergilemeye gidemeyeceği düzenlenmektedir. Buna göre bir ülke, ülke içinde bir mala uyguladığından daha yüksek bir oranı diğer üye ülke mallarına uygulayamaz ya da üye ülkelerden ithal edilen malların ikamesi olarak içeride üretilen malları koruyacak şekilde iç vergilere tabi tutamaz.

III.1.3. Teşvik Edici ve Telif Edici Vergi Yasası

“Ürünler, herhangi bir Üye Devlet ülkesine ihraç edildiğinde doğrudan ya da dolaylı olarak içeride tabi tutuldukları vergilerden daha yüksek bir iç vergi iadesinden yararlanamazlar.” (md. 91)

Rekabet eşitliğini bozucu nitelikteki devlet teşvikleri, etkin bir piyasa yapısının kurulmasını ve toplam refahın artmasını engellemektedir. 91. maddede üye ülkelerin ihraç mallarına yapmış olduğu vergi iadesine bir standart çerçevesinde sınırlama getirilmektedir. Buna göre; ihraç edilen bir mala, ancak o mala ilişkin olarak uygulanan vergi kadar vergi iadesi sağlanabilir. Aksi takdirde verilen iade teşvik edici vergi iadesi olarak nitelendirilecektir. Bu tür teşvik edici vergi iadesinde bulunan ülkelerin mallarına karşı kural olarak telif edici vergiler uygulamak mümkün değildir. Ancak üye ülkelerin Konsey'in izni dahilinde telif edici vergi uygulamaları mümkün olabilmektedir (Balcı, 1995: 30). Nitekim Antlaşma'nın 92. maddesinde bu husus “Muamela vergileri, özel tüketim vergileri ve diğer dolaylı vergiler konusu dışındaki yükümlülükler konusunda tasarlanan tedbirler, Komisyon'un önerisi üzerine Konsey tarafından sınırlı bir süre için uygulanmak üzere daha önceden nitelikli çoğunlukla onaylanmadıkça, Üye Devletler'e yapılan ihracat ile ilgili olarak indirim veya vergi iadesi sağlanamaz ve Üye Devletler'den yapılacak ithalata ilişkin olarak telif edici vergiler konulamaz” şeklinde ifade edilmektedir. Dikkat edilirse 92. madde teşvik edici ve telif edici vergiler ile ilgili yasası dolaysız vergilerle ilgili olarak da genişletmektedir. Dolayısıyla ihracatta teşvik edici vergi iadesinin ve ithalatta da telif edici vergi uygulamasının yasak olduğu söylenebilir.

Bu hususlar haricinde, Antlaşma'nın başka bazı maddelerinde de vergilemeye ilişkin hükümler yer almaktadır. Ancak bunlar vergilemeye ilişkin doğrudan etki yaratmayan devlet yardımları (md. 81-89) ve çifte vergilendirme (md. 293) konularına ilişkin alanları kapsamaktadır. Avrupa Konseyi, parlamenter demokrasilerde var olan parlamentonun yetkisine eşdeğer yetkiye sahiptir. Dolayısıyla Avrupa Birliği'nin karar alma ve yasama organıdır. Konsey direktifleri, Birlik içinde yürütülen vergi uyumlaştırma faaliyetlerinin ana uygulama araçlarıdır. Konsey tarafından kurulduğu günden bu yana vergileme alanıyla ilgili çeşitli direktifler çıkartılmıştır (Çağan, 1990: 90).

III.2. Özel Tüketim Vergileri Alanında Uyum Çalışmaları

III.2.1. Özel Tüketim Vergileri Alanında Uyumun Gerekliliği

Genel olarak vergileme ve özel olarakda ÖTV alanında uyumun gerekliliğini; AB'nin temel hedeflerinden çıkarmak mümkündür. Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun temel hedefleri arasında; bir ortak pazarın kurulması, üyelerin ekonomi politikalarını yakınlaştırmak, üyeler arasındaki ilişkilerin ve yaşam düzeylerinin dengeli ve devamlı gelişmesini sağlamak olarak ifade edilmektedir (DTM, 2002: 17). Bu hedefler çerçevesinde Birlik üyesi ülkelerde yaşayan bireylerin refahlarının yükseltilmesi mümkün olabilecektir. Ancak söz konusu refah artışının gerçekleştirilmesi için Birlik içinde faktörlerin serbest dolaşımını sağlayan, serbest rekabet şartlarına bağlı bir ortak pazarın kurulması, belirli alanlarda ortak politikaların belirlenmesi, ekonomik ve parasal birliğe ulaşma hedefine bağlı olarak üye ülke politikalarının birbirine yakınlaştırılması gerekmektedir. Dolayısıyla tek pazarın gerçekleştirilerek arzulan hedeflere ulaşılabilmesi açısından, fiziki engellerin (sınır kontrolleri vb.), teknik engellerin (sağlık, üretim, çalışma, güvenlik vb.) ve mali engellerin (gümrük vergileri ve dolaylı vergiler gibi) kaldırılması gerekmektedir (DTM, 2002: 199-201). Dolayısıyla Birliğin belirlemiş olduğu hedefler açısından, vergileme alanında özellikle de dolaylı vergiler alanında uyumlaştırma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Çünkü malların üzerindeki dolaylı vergiler rekabet koşullarını etkilemekte ve rekabeti bozucu etkiler yaratmaktadır. Bir başka önemli konu, AB içinde vergi gelirlerinin sürekli olarak, gelirin vergilendirilmesinden tüketimin vergilendirilmesine yönelik sürekli bir değişim vardır (Kischel, 2003). Buradan hareketle Avrupa Birliği açısından dolaylı vergiler alanındaki uyum sorununun, dolaysız vergilerdekenden daha önemli olduğu söylenebilir. Dolaylı vergiler arasında KDV ve ÖTV ile ilgili uyum çalışmaları önemlidir. Ancak bu iki vergiden özellikle de ÖTV ile ilgili düzenlemeler ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü ÖTV konusu mallar arasında enerji ürünleri ve elektriğin de olması ve bu malların üretim içindeki önemli konumuna bağlı olarak ülkelerin rekabet gücünü belirlemesi söz konusudur (Çakan, 1992: 32; DPT, 1995: 19). Ülkeler arasındaki ÖTV farklılıkları, düşük vergi oranı uygulayan ülkeler açısından maliyet avantajı yaratmaktadır. Ayrıca ÖTV'nin malların hareket seyri içinde tüketimden daha önceki aşamalarda alınıyor olması, vergi iadesi yoluyla dezavantajın giderilmesine imkan vermemektedir. Oysa KDV'de verginin tesbit edilerek iade edilmesi oldukça kolaydır. Buna ilaveten KDV'nin ÖTV'li matrah üzerinden alınması da ülkeler arasındaki fiyat farklılaşmasını kuvvetlendirmekte ve sonuçta rekabet eşitsizliğinin daha da büyümesine neden olmaktadır. Ayrıca AB içinde ortak politikalar belirlenmesi açısından üye ülkelerin ÖTV uygulamasına ilişkin hareket alanının da makul ölçülerde sınırlandırılması gerekmektedir (DPT, 1995: 19-20). Aksi takdirde, üye ülkeler arasında vergi uygulamaları aracılığıyla rekabet avantajı elde etme çabalarının

artması ve bunun sonucunda da zararlı vergi rekabeti sonucunda, genel olarak ülkelerin bir ekonomik birliğin içinde bulunmanın avantajlarından çok dezavantajları ile karşı karşıya kalması söz konusu olacaktır.

ÖTV alanındaki uyumun gerekliliğine ilişkin bu argümanlara rağmen, gerek üye ülkelerin ÖTV ile ulaşmayı hedefledikleri kamu geliri açısından, gerekse de verginin konusunu teşkil eden mallara ilişkin ülkelerin sahip olduğu farklı bakış açısı nedeni ile ortak politikaların belirlenmesi güçleşmektedir. Örneğin İtalya, İspanya, Fransa ve Yunanistan için şarabın vergilendirilmesinin hem üretim, hem tüketim, hem de gelir dağılımı sonuçları açısından etkileri kuzey ülkelerine göre farklı olacaktır. Bu ülkeler az gelişmiş şarap üretim bölgelerinin ekonomik ve sosyal olarak geliştirilmesi için, şarap üzerindeki ÖTV'yi düşük tutmak istemektedirler. Dolayısıyla bu farklılıklar Konsey'de mutabakat sağlanmasını güçleştirmekte ve bütün ülkelerin kabul edebileceği bir direktifin Konsey'den çıkarılmasına engel olabilmektedir.³

III.2.2. Özel Tüketim Vergisi Alanındaki Uyumlaştırma Çalışmaları

ÖTV alanındaki uyum çalışmalarının başlangıcı çok eski dönemlere dayanmaktadır. Başlangıçta çok çeşitli özel tüketim vergisinin konusunu oluşturan mallardan sadece beş tanesinde (sigara, sigara dışındaki tütün mamülleri, madeni yağlar, bira-şarap ve alkol) uyumlaştırmaya gidilmesi kararlaştırılmıştır. Çünkü bu beş grup mal zaten üye ülkelerin ÖTV'den elde ettikleri toplam hasılatın %90-95'ini oluşturmaktaydı (DPT, 1995: 18). Ancak daha önce söz ettiğimiz gibi üye ülkelerin bu mallara ilişkin sahip olduğu farklı bakış açısı uzunca bir süre Komisyon'dan gelen tasarıların Konsey'den çıkarılamaması sonucunu yaratmıştır (Kirazcı, 1989:25). Bu olumsuzluğun sonucu olarak, 31/12/1972 tarihinde çıkarılan 72/464 sayılı direktif ile, sadece sigaralarla ilgili uyumun gerçekleştirilebilmesi mümkün olmuştur. Daha sonra 01/01/1993 tarihinden itibaren sınırların kalkmasına ve iç pazarın oluşturulmasına yönelik alınan kararların ardından, söz konusu tıkanıklığın aşıldığını ve Konsey'in 19/10/1992 tarihli kararıyla; sigara dışındaki işlenmiş tütünler, madeni yağlar, bira-şarap ve alkollü içeceklerde de özel tüketim vergilerinin uyumlaştırılmasına yönelik kararlar alınmıştır. Bu mallarla ilgili olarak 92/79-80-81-82-83-84 sayılı direktifler, vergi konusu malları ve minimum vergi oranlarını ya da miktarlarını belirlemektedir. Üye ülkeler 01/01/1993 tarihinden geçerli olmak üzere, belirlenen minimum düzeyin altında olmamak kaydıyla, istedikleri miktarda özel tüketim vergisi uygulayabilmektedirler (DPT, 1995: 21-25; Çağan, 1995: 150). Ancak daha sonraki dönemlerde çıkarılan ve eski direktiflerde çeşitli düzeltmeler yapan 95/59, 99/81, 2002/10 ve 2003/96 sayılı direktiflerle ÖTV alanındaki uyumlaştırma çalışmaları bugün ki görünümünü kazanmıştır.⁴ Uyumlaştırma çalışmaları dışında kalan mal grupları ile ilgili olarak ise, üye ülkelerin

vergilemeye ilişkin genel ilkeler içerisinde kalmak kaydıyla istedikleri gibi hareket etme serbestisi vardır (DPT 1995: 24). Bu çerçevede bir üye ülke ÖTV'yi, eş etkili vergi olarak ve/veya ayrımcı ve koruyucu vergi olarak kullanmamalıdır. Ayrıca üye ülkeler ihraç mallarına uyguladıkları ÖTV'den daha yüksek bir vergi (teşvik edici vergi) iadesinde bulunmamalıdır.

Üye ülkelerde uyumlaştırma konusu mallar dışında; motorlu taşıtlar, çay-kahve, tuz, şeker, kumar ve talih oyunları, eğlence harcamaları, sigorta hizmetleri gibi çeşitli mal ve hizmetler üzerinden de özel tüketim vergileri alındığı görülmektedir (Önol, 1997: 28).

Bugün itibariyle AB içinde ÖTV alanında yapılan uyumlaştırma çalışmalarına konu olan mal gruplarını şu şekilde sınıflandırabiliriz (EC, 2000: 18);

- Enerji ürünleri ve elektrik
- Alkol ve alkollü içecekler
- Sigaralar ve işlenmiş tütünler

Uyumlaştırma sürecinde bu malların seçiminde; bu malların temel gıda maddesi olmaması, hali hazırda üye devletlerde vergilendirilmekte olması, yüksek bir vergi geliri kaynağı olması, tek pazarın oluşturulması açısından önemli olması etkili olmuştur (Kischel, 2003). Avrupa Birliği ülkelerinde 1997 yılı itibariyle (bu tarih itibariyle AB 15 ülkeden oluşmaktaydı) tahsil edilen özel tüketim vergisi toplamının 248 milyar EURO olduğu hesaplanmaktadır. Bu tutarın yaklaşık %60'ı petrol, %20'si tütün, %8'i alkol ve geriye kalan %12'nin diğer tüketim konusu mallar üzerinden alındığı tahmin edilmektedir (EC, 2000: 19). Şimdi bu üç grup mala yönelik uyumlaştırma çalışmalarının geldiği noktayı ve bu mal gruplarına ilişkin konu, matrah ve oran açısından uyumlaştırma çalışmalarını ele alalım.

III.2.2.1. Enerji Ürünleri ve Elektrik

Birliğin geçmişte sadece madeni yağlarda uyumlaştırmayı gerçekleştirmeye yönelik bakış açısı genişletilerek, 01/01/2004 tarihinden itibaren motor ve ısıtma yakıtları yanında kömür, kok ve elektriği de uyumlaştırma çalışmaları kapsamına aldığı görülmektedir. Bu alandaki uyumlaştırmanın amacı; madeni yağlar ve diğer enerji ürünleri arasındaki rekabetin yaratmış olduğu dengesizlikleri azaltarak, iç piyasaların çalışmasının iyileştirilmesidir. Ayrıca Komisyon'un belirlediği amaçlar ve Kyoto Protokolü'nün sağladığı destekle birlikte, ithal enerji ürünlerine bağımlılığın azaltılması, enerji kullanımında etkinliğin artırılması ve çevreyi koruyucu yöntemlerin teşvik edilmesi de amaçlanmaktadır.

Enerji ürünleri ve elektriğe ilişkin düzenlemelerin temelini 92/81, 92/82 ve 2003/96 sayılı Konsey direktifleri oluşturmaktadır. Buna göre enerji ürünleri ve elektriğin, sadece motor ya da ısıtma yakıtı, metalurjik ve elektrolitik prosedürler ya da kimyasal reaksiyon amacıyla ya da hammadde olarak kullanılması durumunda vergilendirilmesi söz konusu olacaktır. Dolayısıyla bu prensip çerçevesinde; motor yakıtları, sınai ya da ticari kullanıma yönelik motor yakıtları, ısınma amaçlı yakıt ve elektrik tüketimi minimum oranlardan düşük olamamak kaydıyla ÖTV'ye tabi olacaktır. Direktifler ile belirlenen minimum ÖTV oranları, çeşitli kullanım alanlarına göre aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

Tablo-5: Motor Yakıtlarında Minimum ÖTV Miktarları

Yakıt Türü *	Önceki Minimum ÖTV (EURO)	01/01/2004'den İtibaren Minimum ÖTV (EURO)	01/01/2010'den İtibaren Minimum ÖTV (EURO)
Benzin (/1000 lt)	337	421	421
Kurşunsuz Benzin (/1000 lt)	287	359	359
Motorin (/1000 lt)	245	302	330
Kerosen (/1000 lt)	245	302	330
LPG (/1000 lt)	100	125	125
Doğal Gaz (/1000 lt)	100 (/1000kg)	2,6 (/gigajoule)	2,6 (/gigajoule)

*Yakıt türlerine ilişkin litre değerlendirmeleri, 15 C derecede yapılmaktadır

Kaynak: European Commission (2004a).

Tablo-6: Sınai ve Ticari Araçlarda Kullanılan Yakıtlarda Minimum ÖTV Miktarı

Yakıt Türü *	Önceki Minimum ÖTV (EURO)	01/01/2004'den İtibaren Minimum ÖTV (EURO)
Motorin (/1000 lt)	18	21
Kerosen (/1000 lt)	18	21
LPG (/1000 lt)	36	41
Doğal Gaz (/1000 lt)	36 (/1000kg)	0,3 (/gigajoule)

* Yakıt türlerine ilişkin litre değerlendirmeler, 15 C derecede yapılmaktadır

Kaynak: European Commission (2004a).

Yakıtların sınai ve ticari amaçlarla kullanımı da şu şekilde tanımlanmaktadır:

- Tarımsal işler, bahçivanlık ve balıkçılık işleri ve ormancılık faaliyetleri,
- Sabit motorlar,
- Bayındırlık, mühendislik ve müteahhitlik alanında kullanılan makina ve teçhizat
- Otoyollar dışında kullanılan araçlar.

Tablo-7: Isınma Amaçlı Yakıtlar ve Elektrikte Minumum ÖTV Miktarları

Yakıt Türü *	Önceki Minumum ÖTV (EURO)	01/01/2004'den İtibaren Minumum ÖTV (EURO)	01/01/2010'den İtibaren Minumum ÖTV (EURO)
Motorin (/1000 lt)	18	21	21
Ağır Fueloil (/1000 kg)	13	15	15
Kerosen (/1000 lt)	0	0	0
LPG (/1000 lt)	0	0	0
Doğal Gaz (/gigajoule)	-	0,15	0,3
Kömür ve kok (/gigajoule)	-	0,15	0,3
Elektrik (/MWh)	-	0,5	1,0

* Yakıt türlerine ilişkin litre değerlendirmeleri, 15 C derecede yapılmaktadır

Kaynak: European Commission (2004a).

Son olarak 07/09/2001 tarihinde verilen bir taslak ile 92/81 sayılı direktifte bir değişiklik yapılması öngörülmektedir. Buna göre; biofosiller ve biofosillerin içerildiği madeni yağların kullanımında ÖTV'nin düşürülmesi istenmektedir. AB'nin sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve Yeşil Rapor ile Beyaz Rapor'da öngörülen biofosil kullanım hedefleri⁵ ile uyumlu bu tasarı, ayrıca Kyoto Protokolü'nde benimsenen hedeflerle de uyumludur⁶.

III.2.2.2. Alkol ve Alkollü İçecekler

Alkol ve alkollü içeceklere ilişkin uygulamayı belirleyen, 92/83 ve 92/84 sayılı Konsey direktifleridir. Alkollü içeceklerle ilgili vergi matrahı spesifik olarak tesbit edilmiştir. Buna göre 1993 yılından itibaren alkol ve alkollü içecekler üzerine uygulanabilecek minumum vergi miktarları belirlenmiştir. Bu çerçevede alkol ve alkollü içecekler (alcoholic beverages), ara ürünler⁷

(intermediate products), şarap ve bira üzerine uygulanabilecek minimum standart ÖTV miktarları şu şekildedir (EC, 2004b: 8-20)⁸

- Bira için plato derecesi/hektolitreye başına 0,748 EURO ya da alkol derecesi/hektolitreye başına 1,87 EURO, (bu vergi miktarları 92/83 sayılı direktifle, yıllık üretimi 200 000 hektolitrenin altında olan bağımsız küçük bira fabrikaları için, ülkede bira için belirlenen oranın %50'sinden ve direktiflerde belirlenmiş asgari oranın altında kalmamak üzere indirimli olarak uygulanabilir.)

- Şarap için her hektolitreye başına 0 EURO (bira ve şarap dışında kalan fermante içecekler için de vergi miktarı sıfır olarak belirlenmiştir.)

- Ara ürünler için her hektolitreye başına 45 EURO (bu vergi miktarları 92/83 sayılı direktifle, alkol oranı %15'i geçmeyen ara ürünler ile ilgili olarak ülkelerin söz konusu içeceklerle ilgili olarak belirlediği ulusal ÖTV oranının minimum %40'ı kadar olabilir. Ancak bu indirimli oran, o ülkelerin şaraplar ile ilgili belirlemiş olduğu orandan düşük olamaz.)

- Alkol ve alkol içeren diğer içeceklerde saf alkolün hektolitresi başına 550 EURO (Bu grupta hektolitreye başına saf alkolün üzerinden 1000 EURO'dan daha yüksek ÖTV alan ülkeler, bu oranı düşürebilir. Ancak 1000 EURO'nun altına indiremez. Ayrıca yıllık saf alkol üretimi 10 hektoliterinin altında olan üreticiler için ÖTV miktarlarının minimum %50'si şeklinde indirimli oran tesbit edilebilir.)

ÖTV uygulamasında şarap ile ilgili vergi oranı sıfır olarak belirlenerek, özellikle güney ülkeleri için bu ürünün taşınmış olduğu ekonomik ve sosyal boyut dikkate alınmıştır. Ayrıca nisbeten alkol oranı düşük olan birada da vergi miktarı diğer alkollü içkiler dikkate alındığında çok düşük tutulmuştur. Diğer alkollü içeceklerde ise vergiye esas olan unsur, içecekler içerisindeki alkol miktarı olarak belirlenerek, daha yüksek oranda alkol içeren içeceklerin daha yüksek miktarda vergilendirilmesi hedeflenmiştir.

Alkol ve alkollü içeceklerle ilgili olarak ispirto, insan kullanımına yönelik olmayan ürünler, tıbbi ürünler, bilimsel ya da eczacılıkla ilgili ürünler vergiden istisnadır (Kischel, 2003).

III.2.2.3. Sigara ve İşlenmiş Tütün

Bu alandaki düzenlemeleri şekillendiren Konsey direktifleri 72/464, 92/79, 92/80, 95/59, 99/81 ve 2002/10 sayılı direktiflerdir. Bu direktifler

çerçevesinde üye ülkelerin, aşağıdaki gruplarda belirlenen ürünlere minimum ÖTV oranlarını uygulamaları gerekmektedir (EC, 2004c: 7-17)¹⁰

- Sigaralar,
- Puro ve sigarillolar
- Sarmalık ince tütünler,
- Diğer içmelik tütünler.

Sigara üzerindeki vergi miktarı; spesifik vergi ve advalorem verginin bir bileşimi olarak ele alınmaktadır. Bu vergilerin uygulanması sonucunda oluşacak ÖTV yükü, en çok talep edilecek sigaraların fiyat kategorisinde¹¹ bütün vergiler dahil perakende satış fiyatının en az %57'si kadar olacaktır. Üye ülkeler bu %57'lik büyüklüğün içeriğini spesifik ya da advalorem şekilde istedikleri gibi oluşturmakta serbesttirler. Ancak hesaplanan bu verginin 1000 adet sigara için 60 EURO'nun altında kalmaması gerekmektedir. (EC, 2004c: 7)¹². 60 EURO'luk bu tutar, 01/07/2006 tarihinden itibaren 64 EURO olarak uygulanacaktır. Ayrıca eğer bir ülkenin sigaraya uyguladığı ÖTV her 1000 sigara için 95 EURO'yu geçiyorsa, söz konusu %57'lik minimum vergi yükünün sağlanması gerekmemektedir. Bu 95 EURO'luk tutar, 01/07/2006 tarihinden itibaren 101 EURO olarak uygulanacaktır.¹³

Sigaralar dışındaki diğer işlenmiş tütün mamullerinin de ise, üye ülkeler advalorem ve spesifik olmak üzere iki ayrı seçim imkanına sahiptir. Bu çerçevede puro ve sigarillolar ile ilgili olarak bütün vergiler dahil perakende satış fiyatının %5'i oranında ya da kilogram başına 11 EURO ya da 1000 adet başına 11 EURO minimum ÖTV uygulanması gerekmektedir. Bu oranlar sarmalık ince tütünler ile ilgili olarak bütün vergiler dahil perakende satış fiyatının %33'ü oranında ya da kilogram başına 29 EURO, diğer içmelik tütünlerde ise bütün vergiler dahil perakende satış fiyatının %20'si oranında ya da kilogram başına 20 EURO olarak belirlenmiştir (EC, 2004c: 7).

III.2.2.4. Verginin Tahsili ve Vergi Bağışlıkları

ÖTV'de genellikle vergiyi doğuran olay, malların üretim ya da Birlik içine ithalatıdır. Bununla birlikte genellikle verginin ödenmesi, ilgili malların tüketim amacıyla piyasaya sürülmesine kadar ertelenmektedir. Bu kural, ÖTV konusu mal hangi ülkede tüketilecekse o üye ülkede vergilendirilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla ÖTV, mallar üreticilerden ya da depolardan ayrılana kadar ödenmemektedir (EC, 2000: 20). Bu nedenle söz konusu malların üretimi, elde bulundurulması ya da işlenmesi vergi konusu değildir. Vergi malların üreticilerden ya da depolardan tüketilmek üzere toptancılara ya da tüketicilere geçişi esnasında alınmaktadır. Bu malların ihracı sırasında da, mallar ithalatçı ülkeye gittiği için vergi ihracatçı ülke tarafından tecil edilmekte ve ithalatçı

ülkede belirlenmiş vergi oranlarına göre malların piyasaya sürülüşü esnasında ÖTV alınmaktadır. Daha sonra ihracatçı ülke tecil ettiği vergiyi kaldırmaktadır. Verginin uygulama mantığı açısından, sağlıklı bir uygulamanın gerkeleşmesi adına, bu malların üretim ve depolanmasıyla ilgili kuruluşların sıkı şekilde kontrol edildiğini ve verginin garanti altına alınmasını sağlayacak bir çok tedbirin alındığını görmekteyiz (Bilici, 2004: 196).

Vergi uygulamasına ilişkin özel bir durum, ÖTV konusu malları ara sıra kendi kullanımlarına mahsus olarak diğer AB üyesi ülkelere alanların durumuyla ilgilidir. Buna göre, diğer üye ülkelere giden bireyler kendi ihtiyaçlarına yönelik olarak sınırlı miktarda mal almışlarsa bunlarla ilgili olarak ödedikleri ÖTV nihaidir ve kendi ülkelerinde bunlar ile ilgili ayrıca vergi kousu yapılamazlar. Dolayısıyla burada çıkış ülkesi ilkesi benimsenmiştir. Ancak ticari amaçlarla bir alım gerçekleştiriliyorsa ÖTV varış ülkesinde ödenecektir (EC, 2000: 20; Bilici, 2004: 196). Dolayısıyla bu durum özellikle sınır kontrollerinin kalktığı ve bir ülkeden diğerine geçmenin çok kolay ve maliyetsiz hale geldiği Birlik içinde, düşük ÖTV oranlarına sahip ülkeler açısından komşu ülke vatandaşlarının tüketimini kendi ülkesine çekerek önemli vergisel ve ekonomik avantajlar elde edilmesini mümkün hale getirmekte ve bu nedenle dolaylı vergiler alanındaki uyumlaştırmayı çok gerekli hale getirmektedir.

ÖTV uygulamasına ilişkin bazı vergi bağışıklarının da olduğunu görmekteyiz. Bu çerçevede diplomatlar, uluslararası örgütler, AB dışındaki Nato üyesi ülkelerin askeri görevlileri (Bilici, 2004: 197) gümrüksüz satışlar ve tüketim maksatıyla diğer üye ülkelere alınan sınırlı miktardaki mallar vergiden istisnadır.

IV. TÜRKİYE'DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ UYGULAMASI VE AVRUPA BİRLİĞİ UYGULAMALARI İLE KARŞILAŞTIRILMASI

IV.1. Türkiye'deki Özel Tüketim Vergisi Uygulamasının Genel Özellikleri

Türkiye'de 12/6/2002 tarihinde çıkarılan 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTVK) ile daha önce yürürlükte olan özel tüketim vergisi niteliğindeki dağımık bir çok vergi uygulamasının biraraya getirildiği görülmektedir. Bu kanunla birlikte, alkollü ve alkolsüz içecekler, taşıtlar, tütün mamulleri, petrol ürünleri gibi bazı mallar üzerinden alınan; akaryakıt tüketim vergisi, taşıt alım vergisi, ek taşıt alım vergisi, eğitim, spor ve sağlık hizmetleri vergisi, Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 60.md. ile getirilen ek vergi, Akaryakıt İstikrar Fonu, Tütün Üretimini Geliştirme Fonu, Savunma Sanayini

Destekleme Fonu, Federasyon Fonu'nun kaldırılarak, bu malların ÖTVK kapsamında vergi konusu yapılması söz konusudur. ÖTVK'nun gerekçesinden amacını çıkarmak mümkündür. Buna göre ÖTVK ile; AB mevzuatına uyumun gerçekleştirilmesi, IMF'e verilen taahhütler çerçevesinde vergi gelirlerinde sağlıklı bir artışın sağlanması ve vergi sisteminin basitleştirilmesi hedeflenmektedir.

ÖTVK'na göre, verginin konusu dört liste altında sayılan; petrol ürünleri, motorlu taşıt araçları, alkollü ve alkolsüz içecekler, tütün ve işlenmiş tütünler, lüks tüketim konusu olan gıda ürünleri, makyaj ve güzellik malzemeleri, mutfak malzemeleri, kıymetli taşlar ve mücevherler gibi mallar, beyaz eşyalar, elektrikli veya elektronik ev aletleri, kayıt cihazları ve ekipmanı, telefonlar, radyolar, tabancalar vs. dir. Özellikle AB'nin ÖTV uygulaması açısından önem arz eden listeler I (petrol ürünleri) ve III (alkollü içecekler ve tütün mamulleri) nolu listelerdir.

ÖTV'nin uygulanma şekline ilişkin olarak esneklik sağlamak üzere, ÖTVK'nda Bakanlar Kurulu'na geniş yetkiler verilmektedir. Bakanlar Kurulu kanunla beliren vergi oranlarını; I sayılı listedeki mallar için sıfıra kadar indirmeye ve yarısına kadar arttırmaya, III nolu listedeki mallar için yarısı ile beş katına kadar arttırmaya yetkili kılınmıştır. Ayrıca verginin tarife yapısı ile ilgili olarak ad valorem olarak belirlenen vergi oranını spesifik olarak değiştirmeye yetkili kılınmıştır. Getirilen bu düzenlemeler ile özellikle AB'nin vergileme alanında yürüttüğü uyum çalışmalarına katılımın kolaylaştırılması amaçlanmaktadır.

I nolu listede yer alan petrol ürünleri ve madeni yağlara ilişkin vergi, spesifik olarak belirlenmiştir. Bu spesifik tarifeler her ay Bakanlar Kurulu tarafından düzenlenmektedir. En son tarife 04/12/2004 tarihinde 8128 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı (BKK) ile yürürlüğe girmiştir. III nolu listede yer alan alkollü içeceklerde kanunun ilk yayınlandığı şekliyle tarife yapısı advalorem olarak belirlenmiştir. Ancak 09/08/2004 tarih, 2004/7674 sayılı ve 27/08/2004 tarih, 2004/7792 sayılı BKK'ları ile alkollü içeceklere ilişkin tarife yapıları spesifik hale getirilmiştir. Böylece AB uygulaması ile ilgili olarak, tarife yapısından kaynaklanan uyumsuzluk ortadan kalkmış olmaktadır. İşlenmiş tütün ürünlerine ilişkin tarife yapısı, AB uygulamasına uygun olarak spesifik ve advalorem tarifenin bir bileşimi olarak tesbit edilmiştir. Uygulamaya ilişkin son rakamlar, 09/08/2004 tarih ve 2004/7674 sayılı BKK ile belirlenmiştir.

ÖTVK'nun 4.md. de vergi mükellefi olarak; söz konusu malların imal, inşa veya ithal edenler ile bu malların müzayede yoluyla satışını yapanlar olarak ifade edilmiştir. Ayrıca II nolu listede yer alan mallardan kayıt ve tescile tabi

olanlar açısından motorlu taşıt ticareti yapanlar, kullanmak üzere ithal edenler de verginin mükellefi olarak belirtilmektedir.

IV.2. Türkiye'deki Özel Tüketim Vergisinin Avrupa Birliği Uygulaması ile Karşılaştırılması

AB'nin ÖTV'ne yönelik uyumlaştırma çabaları ile Türkiye'deki ÖTV uygulamasının karşılaştırılması açısından en büyük öneme sahip konu, hiç şüphesiz, ÖTV ile uyumlaştırmaya gidilen mal ya da mal gruplarının, matrahların ve oranların uyumlaştırılması konusudur. Bu noktadan sonra bu bakış açısı ile AB'nin ve Türkiye'nin, uyumlaştırmaya gidilen mal grupları itibarıyla bir karşılaştırması yapılacaktır. Bu çerçevede ilk ele alınması gereken konu, uyumlaştırmaya gidilen mal gruplarının içeriğinin ve matrah yapısının karşılaştırılmasıdır. Aşağıdaki tablodan iki uygulama arasındaki farklılıkları tesbit edebilmek mümkündür.

**Tablo-8: ÖTV Konusu Mal Gruplarının İçeriği ve Matrah Yapısı
Açısından AB ve Türkiye Uygulamasının Karşılaştırılması**

Mal Grubu	AB Uygulaması	Türkiye Uygulaması**
Enerji Ürünleri ve Elektrik	Benzin (/1000 lt) Kurşunsuz Benzin (/1000 lt) Motorin (/1000 lt) Kerosen (/1000 lt) LPG (/1000 lt) Doğal Gaz (/gigajoule*) Ağır Fueloil (/1000 kg) Kömür ve Kok (/gigajoule) Elektrik (/MWh)	Benzin (/1000 lt) Kurşunsuz Benzin (/1000 lt) Motorin (/1000 lt) Kerosen (/1000 lt) LPG (/1000 lt) Doğal Gaz (/m3) Ağır Fueloil (/1000 kg)
Alkol ve Alkollü İçecekler	Bira (plato/hektolitire ya da alkol/hektolitire) Şarap (hektolitire) Diğer Fermente İçecek. (hektolitire) Ara Ürünler (hektolitire) Alkollü içece. (saf alkol/hektolitire)	Bira (alkol/litre) Şarap (litre) Diğer Fermente İçecekler (litre) Alkollü içecekler (alkol/litre)
Sigara ve İşlenmiş Tütün	Sigara (PSF** ve 1000 adet) Puro ve Sigarillolar (PSF veya kg veya 1000ad.) Sarmalık İnce Tütün (PSF veya kg) Diğer İçmelik Tütün (PSF veya kg)	Sigara (PSF ve adet) Puro ve Sigarillolar (PSF ve adet) Sarmalık İnce Tütün (gr) Diğer İçmelik Tütün (gr)

* Gigajoul enerji birimi olup, doğalgazla ilgili olarak 1 gigajoul, 25,6 m3 doğalgaza eşittir. Ya da 1 m3 doğalgazın enerji değeri yaklaşık 0,039 gigajoul dür.

** PSF; Perakende satış fiyatı.

*** 08/01/2003 tarih ve 2003/5141 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile değişen matrahlar.

Tablo 8’de koyu şekilde yazılanlar, iki uygulama arasında konu ve/veya matrah ile ilgili uyumsuzluklar olduğunu göstermektedir. Örneğin enerji ürünleri açısından AB mevcut uygulaması ile elektriği, kömürü ve koku ÖTV konusu yapmaktayken, Türkiye açısından bunlar ÖTV’nin konusuna girmemektedir.¹⁴ Ek olarak oldukça küçük bir fark olmasına rağmen, Türkiye’de doğal gaz üzerindeki vergi m³ hesabına göre alınırken, AB uygulaması gigajoule ölçüsüne göre temellendirilmiştir. Bu yaklaşım özellikle kömür ve kok ile paralel bir vergilemenin gerçekleştirilmesi için daha uygun bir temel oluşturmaktadır. 4760 sayılı ÖTVK’nun 11.maddesine göre; I ve III sayılı listelerdeki mallara ilişkin vergi, alkol derecesi, kilogram, litre, metre, metreküp, kilokalori veya bunların alt ve üst birimleri ile gerektiğinde büyüklükleri de dikkate alınarak kap, ambalaj veya adet olarak uygulanabilmektedir. Dolayısıyla Türkiye’deki uygulama açısından gigajoule esasına dayalı bir verginin uygulanması mümkün değildir. Bu nedenle hem elektrik, kömür ve kokun I nolu listeye eklenmesi için hem de verginin gigajoule hesabına dayalı olarak alınmasını sağlamak üzere bir kanun değişikliğine ihtiyaç sözkonusudur.

Tablo 9’da ise ÖTV konusu mallarla ilgili vergi yükleri açısından bir değerlendirme yapılmaktadır. Daha önceki tablodakine benzer şekilde, koyu renkle yazılmış vergi oranlarıyla ilgili uyumsuzluklar söz konusudur. İlk olarak doğalgazın motorlu taşıtlar tarafından yakıt olarak kullanılması durumunda alınmakta olan ÖTV’nin; AB uygulaması çerçevesinde sınai ve ticari amaçlarla kullanım söz konusu olduğunda belirlenen minimum vergi oranlarından düşük olduğu görülmektedir. İkinci olarak, genellikle jet yakıtı olarak kullanılan kerosen ile ilgili Türkiye’de vergi oranı, sıfır olarak belirlenmiştir. Oysa AB’nin kerosen ile ilgili olarak belirlemiş olduğu minimum vergi miktarı; 302 EURO/1000 lt dir. Değerlendirilmesi gereken bir başka husus da, tütün mamülleri ile ilgili uygulamadır. Sigara dışındaki ürünlerle ilgili uygulamada sorun gözükmemektedir. Ancak sigaralar ile ilgili uygulamada sorun olma ihtimali yüksektir. Bu sorun iki nedenle çıkabilir. Birincisi sigara üzerindeki ÖTV yükünün 1000 adet başına 60 EURO altında kalma ihtimali söz konusu olabilir. 24/12/2004 tarihinde 3.400.000.-TL’lik fiyat kategorisindeki sigaralarda 518.644.- TL KDV, (%28’lik kısım ve adet başına 50.000 TL spesifik kısmın toplamı olarak) 1.743.750.-TL ÖTV bulunmaktadır. Sigara ile ilgili bu ÖTV yükü sigaranın perakende satış fiyatının %66’sına tekabül etmektedir. Ancak alınan ÖTV 1000 adet başına hesaplandığında, piyasadaki cari döviz kuruna göre vergi miktarının 60 EURO’nun altında kalma ihtimali oldukça yüksektir. Özellikle EURO kurunun 1.900.000.- TL’nin üzerine çıktığı ve sürekli dalgalandığı bir durumda, aynı hafta içerisinde AB tarafından belirlenen minimum vergi düzeyinin altında kalmak ya da üstüne çıkabilmek söz konusu olabilecektir. Bu nedenle sigaralar ile ilgili vergilerin bir miktar arttırılması uygun gözükmemektedir. İkinci nedende; sigaralara ilişkin spesifik vergilerin, sigara içerisindeki şark tipi tütün miktarına bağlanmış olmasıdır.

**Tablo-9: ÖTV Konusu Mal Gruplarının Oranları Açısından
AB ve Türkiye Uygulamasının Karşılaştırılması**

ÖTV Konusu Mallar	AB Uygulaması	Türkiye Uygulaması
Benzin (/1000 lt)	421 EURO	668.28 EURO
Kurşunsuz Benzin (/1000 lt)	359 EURO	658.8, 722.52 EURO ⁱ
Motorin (/1000 lt)	302, 21 EURO ⁱⁱ	443.94, 400.5 EURO ⁱⁱⁱ
Kerosen (/1000 lt)	302, 21 EURO ⁱⁱ	0 EURO
LPG (/1000 lt)	125, 41, 0 EURO ^{iv}	368.9, 233.6 EURO
Doğal Gaz (/gigajoule*)	2.6, 0.3, 0.15 EURO ^v	7.36, 0.28 , 0.28 EURO
Ağır Fueloil (/1000 kg)	15 EURO	115.85, 121.12, 230.4 EURO ^{vi}
Kömür ve Kok (/gigajoule)	0.15, 0.3 EURO ^{vii}	yok
Elektrik (/MWh)	0.5, 1 EURO ^{viii}	yok
Bira (plato/hektolitire ya da alkol/hektolitire)	0.748, 1.87 EURO ^{ix}	- , 8.37 EURO
Şarap (hektolitire)	0 EURO	79, 316, 674.1, 521.4 EURO ^x
Diğer Fermente İçecek. (hektolitire)	45 EURO	79 EURO
Ara Ürünler (hektolitire)	550, 275 EURO ^{xi}	3061.7 EURO
Alkollü içece. (saf alkol/hektolitire)		3061.7 EURO
Sigara (PSF** ve 1000 adet)	%57 ve 60 EURO/1000 ad.	%28 ve 26.3, 14.1, 9.2 EURO/1000ad. ^{xii}
Puro ve Sigarillolar (PSF veya kg veya 1000 ad.)	%5, 11 EURO/1000ad., kg	%50 ve 94.8 EURO /kg
Sarmalık İnce Tütün (PSF veya kg)	%33, 29 EURO/kg	%50 ve 2.6 EURO /kg
Diğer İçmelik Tütün (PSF veya kg)	%20, 20 EURO/kg	%50 ve 5.2 EURO /kg

Not: Tablonun hazırlanmasında, Türkiye'deki ÖTVK ile Bakanlar Kurulu'na verilen yetki çerçevesinde 04/12/2004 tarihinde 8128 sayılı BKK ile tesbit edilen ÖTV tutarları, 13/12/2004 tarihli Merkez Bankası EURO satış kuru (1 EURO= 1.898.900.-TL) esas alınarak hesaplanmıştır. Hesaplama esnasında matrah farklılıkları büyük ölçüde giderilmeye çalışılmıştır.

ⁱ Sırasıyla 95 ve 98 oktan yakıtlar için.

ⁱⁱ Sırasıyla motor yakıtı ve ticari-sınai-ısıtma amaçlı kullanım için.

ⁱⁱⁱ Sırasıyla kükürt oranı %0.05'i geçen ve geçmeyen motorin için.

^{iv} Sırasıyla motor yakıtı ve ticari-sınai-ısıtma amaçlı kullanım için.

^v Sırasıyla motor yakıtı, ticari-sınai, ısıtma amaçlı kullanım için

^{vi} Kükürt değerleri açısından farklı fueloiller için.

^{vii} Sırasıyla işyerlerinde ve evlerde kullanımı için.

^{viii} Sırasıyla işyerlerinde ve evlerde kullanımı için.

^{ix} Sırasıyla plato derecesi/hektolitire ve alkol derecesi/hektolitire değerleri için.

^x Farklı şarap türleri için.

^{xi} Sırasıyla standart ve indilmiş vergi miktarları.

^{xii} Advalorem vergi oranı aynen uygulanmak üzere, içerisindeki şark tipi tütün miktarı, sırasıyla; %0 ile %33, %34 ile %66 ve %66 ile %100 arasında olanlar için uygulanacak spesifik vergi miktarı

Türkiye'ye şark tipi tütün ithalatı yasak olduğu için, bunun anlamı yerli tütünler kullanılarak üretilmiş sigaralar anlamına gelmektedir. Şark tipi tütün oranı yükseldikçe spesifik vergi miktarı düşmektedir. Örneğin %66-100 arasında şark tipi tütün kullanılan sigaralarda (Maltepe, Samsun, Bahar, Türkü markaları gibi) spesifik vergi adet başına 17.500.-TL iken, bu tutar şark tipi tütün oranı %0-33 olan ürünlerde 50.000.- TL olarak tesbit edilmiştir. Bu açıkça, AB'nin vergilemeye ilişkin düzenlemelerine aykırıdır ve ayrımcı vergileme olarak görülmesi muhtemeldir.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

AB ülkelerinde vergi yapıları dolaysız vergilere dayalıyken, gelir dağılımı daha bozuk olmasına rağmen Türkiye'de vergi sistemi dolaylı vergilere dayalıdır. Bu nedenle, herşeyden önce Türk vergi sisteminin dolaylı vergilere dayalı yapısının değiştirilerek, dolaysız vergi gelirlerini arttıracak ve dolaylı vergileri azaltacak düzenlemelerin yapılmasının gerekliliği çok açıktır. Bu noktada vergi yönetim ve denetimi alanında yapılması gerekenler çok açıktır. Kayıtdışı ekonominin kayıt altına alınması için, vergilemenin şekli ve maddi yükünü düşürecek, vergi sistemini basitleştirecek düzenlemelere gidilmesi ve özellikle vergi yönetim ve denetiminin etkinliğinin artırılması gerekmektedir. Ayrıca dolaylı vergiler ile ilgili olarak, vergi oranlarının düşürülmesi, hem dolaylı vergilerin gelir dağılımı üzerindeki bozucu etkilerinin azalmasını sağlarken hem de özellikle farklı oran ve selektif mal ve hizmetlere yönelik uygulamaların yol açtığı, nispi fiyatlardaki çarpımalara bağlı olarak ortaya çıkan etkinlik kayıplarının azalmasını sağlayacaktır. Son dönemde 2005 yılından itibaren özellikle KDV alanında getirilen oran indirimlerinin bu amaçlara hizmet edeceği açıktır.

Türkiye'deki ÖTV uygulamasının AB'de ÖTV alanında yapılan uyumlaştırma düzenlemelerinden bazı farklılıkların olduğu görülmektedir. İlk olarak, AB düzenlemelerine göre, elektrik, kömür ve kok ile ilgili olarak belirlenen minimum oranlarda vergi alınması gerekirken, Türkiye'de elektrik, kömür ve kok ÖTV kapsamı içinde yer almamaktadır. İkinci olarak, Kerosen ile ilgili Türkiye'de ÖTV oranı sıfır olarak belirlenmişken AB'deki minimum vergi miktarı 1000lt başına 302 EURO dur. Ayrıca doğalgaz ile ilgili olarak, Türkiye'de motorlu taşıt araçları dışındaki kullanımlar için belirlenen vergi miktarı yaklaşık 0,28 EURO olarak çıkmaktadır. Bu düzey AB'nin ticari-sınai amaçlı kullanımlar için belirlemiş olduğu 0,30 EURO'luk minimum vergi düzeyinden düşük kalmaktadır. Üçüncü olarak, Türkiye'de sigaralar üzerinden alınan ÖTV miktarının (döviz kurunun yükselmesi durumunda) AB tarafından belirlenen 60 EURO/1000 adet düzeyinin altında kalma ihtimali çok yüksektir. Dördüncü olarak, sigaraların vergilendirilmesinde, spesifik ÖTV miktarının

sigara içindeki şark tipi tütünün oranına bağlanmış olmasının, ayrımcı vergileme olarak görülmesi muhtemeldir.

Bu hususlar dışında Türkiye'deki ÖTV uygulamasının hemen hemen tümüyle AB'nin uyumlaştırmaya gittiği konularla uyumlu olduğu söylenebilir. Ancak bununla birlikte, Türkiye'deki uygulamanın iktisadi ve sosyal etkiler açısından da değerlendirilmesi gerekmektedir.

Herşeyden önce ÖTV, mali açıdan devlete gelir sağlayan önemli bir vergi kaynağıdır. Türkiye'de ÖTV aracılığıyla sağlanan gelirin vergi gelirleri içindeki önemi ve bir vergi kaynağı olarak son noktalara kadar zorlandığı açıktır. Hatta bu kadar yüksek vergi oranları ile kaçakçılık olgusunu ateşleyerek, vergi kayıplarına yol açılması ihtimali de çok yüksektir. Örneğin, Türkiye'nin özellikle güney doğusunda sınır ticareti yoluyla ülkeye giren mazot ve benzinin ne kadar büyük boyutlara ulaştığı ve bunun ÖTV gelirlerinde bir aşınmaya yol açtığı bilinmektedir. Benzer şekilde içki ve sigara kaçakçılığının ÖTV nedeni ile çok cazip olduğu da görülmektedir. Bu nedenle, AB tarafından belirlenmiş olan minimum oranlara uymak kaydıyla çok yüksek verginin alındığı mal ya da mal gruplarında bir oran indirimine gidilmesi gerekmektedir.

ÖTV selektif nitelikli bir mal ve hizmet vergisi olduğu için, negatif dışsallıklar yaratan içki, sigara ve enerji kullanımı gibi ürünler üzerinden alınarak bir düzeltici vergi işlevi sağlaması istenmektedir. Ayrıca daha çok yüksek gelir düzeyindeki bireylerin tüketimi içinde yer alan ürünleri vergi konusu yaptığı için, gelir dağılımını düzeltici bir fonksiyon da üstlenmektedir. Türkiye'de genellikle vergi oranları AB tarafından belirlenmiş oranlardan yüksek olduğu için, verginin hem düzeltici hem de gelirin yeniden dağıtım etkileri açısından daha etkili olduğu söylenebilir. Ancak diğer taraftan bu kadar yüksek oranlarla uygulanan verginin bazı olumsuzluklar yaratacağı da düşünölmelidir. Yüksek vergi oranlarının nispi fiyatlarda yarattığı çarpımalara bağli olarak iktisadi refah kayıplarına yol açması mümkündür. Ayrıca özellikle serbest dolaşımın söz konusu olması halinde, Türkiye'nin vergi rekabeti açısından dezavantajlı hale gelmesine yol açabilecektir. Bunun sonucu olarak hem ülke içerisindeki mal ve hizmet satışının, üretim ve yatırımın hem de vergi gelirlerinin düşmesi söz konusu olabilecektir. Bir diğer olumsuzlukta enerji kaynaklarının yüksek oranda vergilendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Sanayinin rekabet gücü açısından önemli unsurlardan biri olan enerji fiyatlarının yüksek ÖTV uygulaması nedeniyle artması, sanayinin rekabet gücünü azaltarak, yerli sanayinin ülke dışına kaçmasını hızlandıran ve yabancı sermayenin de ülke içine girişini engelleyen bir etki yaratabilecektir.

Türkiye'deki ÖTV uygulamasında AB düzenlemelerinde içerilmiş olan; ticari-sınai ve sosyal amaçlara getirilmiş indirim, istisna ve muafiyetlere yer

verilmediği görülmektedir. Örneğin AB uygulamalarında, yıllık üretimi 200.000 hektolitrenin altında olan bira üreticileri ile ilgili indirimli vergi uygulaması varken, Türkiye’de böyle bir ayırım yoktur. Bu tür indirim istisna ve muafiyetlere yer verilmemesi, hiç şüphesiz konunun iktisadi ve sosyal boyutu ile ilgili olarak çok hassas olunmadığını göstermesi açısından önemlidir.

Sonuç olarak, Türkiye’deki ÖTV uygulamasının AB uygulaması ile karşılaştırıldığında bazı farklılıklarına rağmen, büyük ölçüde uyumlu olduğu söylenebilir. Ancak ÖTV’nin genel uygulama özelliklerinden çıkarılabilecek vergileme politikasına ilişkin hususlar açısından, önemli sorunların olduğu görülmektedir.

NOTLAR

¹ 2004 yılında gerçekleşen son genişlemeden sonra AB üyesi ülke sayısı; Almanya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, İrlanda, İspanya, İsveç, Lüksemburg, Portekiz, Yunanistan, Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyeti, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Macaristan, Latviya, Litvanya, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya olmak üzere 25’e ulaşmıştır. Aday ülkeler; Türkiye, Romanya, Hırvatistan, ve Bulgaristan ile birlikte bu sayınının 29’a ulaşacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla burada yeralan ülkeler Birliğin bir kısmını temsil etmektedir.

² (<http://www.muhasabat.gov.tr/graphs/Tg3-2-3c.htm> - 24/12/2004).

³ Avrupa Konseyinde vergiler konusunda çıkarılacak direktiflerle ilgili oy birliği şartı aranmaktadır.

⁴ ÖTV’nin uyumlaştırılmasına yönelik özellikle yeni üye olan ya da olacak ülkelere yönelik ve/veya istisna uygulamalarına ilişkin başka Konsey direktifleri de vardır. Ancak burada yer verilen direktifler, uygulamanın ana çatısını oluşturan direktifleri ifade etmektedir. Uygulamanın diğer özelliklerini belirleyen direktiflerin ayrıntılı bir açıklaması için bakınız (Uzeltürk, 2002: 382-440).

⁵ Bu çerçevede 2020 yılına kadar, karayolu taşımacılığında motorinin %20’sinin biofosil, doğal gaz ve hidrojen gibi alternatif yakıtlarla değiştirilmesi planlanmaktadır.

⁶ (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/121046.htm> - 02/12/2004)

⁷ Ara ürünler, 92/83 sayılı direktifin 17. maddesinde; alkol yoğunluğu %1.2’den az ve %22’den daha fazla olmayan ürünler olarak tanımlanmaktadır.

⁸ (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131023.htm>-02/12/2004; <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131024.htm> - 02/12/2004)

⁹ Hektolitre; yüz litrelik bir ölçü birimini ifade etmektedir.

¹⁰ (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131019.htm>-02/12/2004;

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131021.htm> - 02/12/2004)

¹¹ 92/72 sayılı direktifin 2.maddesinde değişiklik yapan 2002/10 sayılı direktifi gereğince, ençok talep edilecek sigaraların fiyat kategorisi; her yıl 1 Ocak tarihindeki veriler üzerinden belirlenmektedir.

¹² (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131021.htm> - 02/12/2004)

¹³ 92/72 sayılı direktifin 2.maddesinde değişiklik yapan 2002/10 sayılı direktifle yapılan düzenleme nedeniyle.

¹⁴ Türkiye'de elektrik üzerinden bir tüketim vergisi olarak Belediye Gelirleri Kanunu'nun 34.maddesine dayalı olarak işyerlerinde %1 ve konutlarda ise %5'lik bir vergi uygulaması söz konusudur.

KAYNAKLAR

- Balcı, B. (1995) "AT ile Türkiye Arasında 6 Mart 1995 Tarihinde İmzalanan 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararında Yer Alan Başlıca Hükümler", **Maliye Dergisi**, 119: 12-19.
- Bilici, N. (2004) **Türkiye Avrupa Birliği İlişkileri**, Ankara: Seçkin.
- Bulutluğlu, K. (1981) **Kamu Ekonomisine Giriş**, İstanbul: Filiz.
- Çağan, N. (1990) "Avrupa Topluluğunda Vergi Politikası ve Türk Vergi Sistemi", **Çeşitli Açılardan Vergileme ve Sorunları Analizi**, VI.Türkiye Maliye Eğitimi Sempozyumu, Ankara, 87-95.
- Çağan, N. (1995) "Avrupa Birliği Vergi Politikası ve Türkiye Üzerindeki Etkileri", **Avrupa Birliği El Kitabı**, Ankara: TCMB, 147-162.
- Çakan, E. (1992) "Avrupa Topluluğu'nda Vergilerin Uyumlaştırılması", **Maliye Dergisi**, 107: 13-73.
- DPT, (1995) **Türkiye AT Mevzuat Uyumlu Sürekli Özel İhtisas Komisyonu Vergilendirme Alt Komisyonu Raporu**, Ankara: DPT.
- DTM, (2002) **Avrupa Birliği ve Türkiye**, Ankara: DTM.
- European Commision, (2000) **Tax Policy in the European Union**, Brussels.
- European Commision, (2004a) **Excise Duty Tables, Part-II: Energy Products and Electricity**, Brussels: European Commision Directorate General Taxation and Custom Union Tax Policy.
- European Commision, (2004b) **Excise Duty Tables, Part-I: Alcoholic Beverages**, Brussels: European Commision Directorate General Taxation and Custom Union Tax Policy.
- European Commision, (2004c) **Excise Duty Tables, Part-III: Manufactured Tobacco**, Brussels: European Commision Directorate General Taxation and Custom Union Tax Policy.

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/127019.htm> - 02/12/2004

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131021.htm> - 02/12/2004

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131023.htm> - 02/12/2004

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/131024.htm> - 02/12/2004

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/121046.htm> - 02/12/2004

<http://www.muhasabat.gov.tr/graphs/Tg3-2-3c.htm> - 24/12/2004

Kirazcı, D. (1989) “AT’de Dolaylı Vergilerin Uyumu Alanındaki Son Gelişmeler Üzerine”, **İktisadi Kalkınma Vakfı Dergisi**, 63: 24-33.

Kischel, D. (2003) “Experience of the European Union in the Area of Excise Tax Harmonisation”, 6/6/2003, Brussels. [http://www.iticnet.org/030707-Presentation_%20Dr%20Kischel%20\(2\).pdf](http://www.iticnet.org/030707-Presentation_%20Dr%20Kischel%20(2).pdf) - 24/12/2004.

Marlow, M. (1995) **Public Finance**, New York: The Dryden Press.

OECD, (2001) **Revenue Statistic of OECD Member Countries**, Paris: OECD.

Öno, G. (1997) **Özel Tüketim Vergisi Sisteminin Avrupa Topluluğu Özel Tüketim Vergisi Sistemine Uyumu Sorunu**, DPT Uzmanlık Tezi, Ankara: DPT.

Seyidoğlu, H. (1996) **Uluslararası İktisat**, İstanbul: Güzem Yayıncılık.

Stiglitz, J. (2000) **Economics of the Public Sector**, New York: W.W. Norton&Company.

Turhan, S. (1987) **Vergi Teorisi ve Politikası**, İstanbul: Der Yayınları.

T.C. Maliye Bakanlığı, (2004) **Kamu Hesapları Bülteni**, <http://www.muhasabat.gov.tr/mbulten/menu3.asp>– 24/12/2004.

Uzeltürk, (2002) “Avrupa Birliği’nde Özel Tüketim Vergileri”, **Avrupa Birliğine Geçiş Süreci ve Türk Maliyesinin Uyumu**, 17. Türkiye Maliye Sempozyumu, Fethiye, 382-440.

eAVRUPA+ VE TÜRKİYE: BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ALANINDA AVRUPA BİRLİĞİ KRİTERLERİNE UYUM

Mehmet Devrim AYDIN*

Öz

Bilgi Teknolojisi yatırımları, 1990'lı yılların ortalarından itibaren gelişmiş ülkelerde kamu hizmetlerinin performans ve kalitesini yükseltme hedefinin önemli bir aracı haline gelmiştir. Bu çerçevede Avrupa Birliği de 2000 yılında “dünyanın en dinamik, rekabetçi ve bilgi tabanlı ekonomisi” haline gelebilmek amacıyla “eAvrupa” girişimini başlatmış, bu girişimin aday ülkeleri de kapsayacak şekilde genişletilmesi ile “eAvrupa+” girişimi doğmuştur. Türkiye, 2001 yılından itibaren “e-Avrupa+” girişimi-ne uyum amacıyla çalışmalar yapmış olsa da, mevcut ilerleme düzeyi halen beklentilerin oldukça gerisindedir. Bu nedenle Türkiye, gelecekte “Avrupa Bilgi Toplumu”nun bir parçası olmak için bu alanda önemli bir atılım yapma zorunluluğuyla karşı karşıya bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: eAvrupa+, Avrupa Birliği ve Türkiye, bilgi teknolojileri.

Abstract

eEurope+ and Turkey: Adjustment to European Union Criteria in the Field of Information Technology

Information Technology (IT) investments in the developed countries have accelerated to improve the performance and the quality of the public services since the mid-1990s. In this parallel, the European Union (EU) has also launched “eEurope” initiative in 2000 to become “the most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world” and later EU included the candidate countries into this process by forming an equivalent initiative, “eEurope+”. Although Turkey attempted to catch up with the standards of this IT movement since 2001, current progress level is still far behind the expectations. Turkey has to make a significant improvement in order to be a part of the future, integrated “European Information Society”.

Keywords: eEurope+, European Union and Turkey, information technologies.

*Dr., Hacettepe Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, mdaydin@hacettepe.edu.tr.

GİRİŞ

Çağdaş dünyada kamu yönetimlerinin, gelişmiş teknolojiyi kullanarak, yurttaşlara elektronik ortamda hizmeti ön plana çıkararak yeni bir yapıya geçiş yaptığı gözlenmektedir. Geleneksel, bürokratik devlet modelinden önemli farklılıklar içeren ve ileri teknoloji uygulamalarına dayanan bu yeni yapı, “elektronik devlet” (e-Devlet/e-Government) modeli olarak isimlendirilmektedir. e-Devlet, en temel anlamıyla; genel olarak “Bilgi Teknolojileri” (BT) ve özel olarak da “İnternetin”, daha iyi bir devlet yapısını oluşturma sürecinde bir araç olarak kullanılması olarak tanımlanabilir (OECD, 2003a: 1; Rand Europe, 2003: 7). e-Devlet uygulamaları, 1980’li yıllardan itibaren gelişmiş ülkelerde giderek hız kazanmaya başlamış, BT yatırımları çağdaş dünyada kamu hizmetlerinin performans ve kalitesini yükseltme hedefinin önemli bir aracı haline gelmiştir (Brown, 1998: 335; Lehr, 1998). Geleneksel devlet modelinin hantal yapısından kaynaklanan pek çok sorun, 1990’lı yılların ortalarından itibaren hizmetlerin elektronik ortamda erişilebilir hale gelmesiyle, ortadan kalkmaya başlamış, kamu hizmetlerinde İnternet ve bilgisayar kullanımı vazgeçilmez hale gelmiştir (UNDPEPA-ASPA, 2001: 1; Rand Europe, 2003: 14). Öte yandan İnternet, sağladığı özgürlükler ve bilgiye, coğrafi sınırları aşan bir erişim imkânı sunmasıyla (Welch 1998: 45), belki de ikinci bir Rönesans’ı temsil etmekte (Everard, 2000; 3) ve yeni bir kültür ve bütünüyle farklı bir dünya yaratmaktadır (Slevin, 2001; Miller ve Slater, 2000). Devlet yönetimi, eğitim, sağlık, ticaret vb. alanlarda İnternet ve BT’nin sağladığı yeni fırsatlar, bu yeni dönüşümün, bazı teorisyenlerce, bir Rönesans’tan da öte, fizikteki adıyla bir “Kuantum Sıçraması” olarak nitelendirilmesine yol açmaktadır (Erkan, 1998: 241).

Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde de 2000 yılında atılan önemli bir adımla, bu büyük dönüşümün gerisinde kalmamak amacıyla “eAvrupa” girişimi başlatılmıştır (eEurope, 2000). Proje ile, AB’nin “dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomi” haline gelmesi hedeflenmektedir. eAvrupa girişimi ile ilk adım olarak İnternet kullanımının yaygınlaştırılması ve bilgi toplumunun temel yapı taşlarının oluşturulması amaç edinilmiştir. Ancak eAvrupa girişimi sadece AB üyesi ülkelerle sınırlı kalmamış, AB’ye aday ülkeleri de içine alacak şekilde genişletilmiş ve “eAvrupa+” (eEurope-plus) girişimi doğmuştur (eEurope+, 2001: 1; eEurope-plus, 2004: 1, 2). eAvrupa+ kapsamındaki Eylem Planı ile aday ülkeler, rekabet güçlerini artırmak amacıyla reformlarını hızlandırmaya, ekonomilerini modernize etmeye, kurumsal ve idari kapasitelerini artırmaya teşvik edilmektedirler (eEurope+, 2001: 1, 2). eAvrupa+, Türkiye’nin AB’ye üyelik müzakereleri ile doğrudan bir bağ içermemektedir, ancak BT alanındaki adımlar, bilgi toplumunun altyapısını hazırladığı ve AB ile siyasi ve ekonomik birleşme amacıyla yapılan çalışmaların hızını artıracığı için çok büyük bir öneme sahiptir. Aksi halde, BT

alanında atılım yapmak üzere olan AB ülkeleri ile Türkiye arasında kamu hizmetlerinde BT'den yararlanma düzeyleri arasındaki bir dijital bölünme/uçurum (digital divide) oluşabilecek ve bu durum da Türkiye'nin üyelik sürecini olumsuz etkileyecektir. Türkiye, 1980'li yıllarda yaptığı telekomünikasyon altyapısı yatırımlarıyla BT'yi yaygınlaştırma yönünde önemli adımlar atmış, ancak bu alanda uzun soluklu bir "strateji"nin mevcut olmaması, devlet kurumları arasında "standart" ve "koordinasyon" eksikliği gibi nedenlerle arzu edilen düzeyin gerisinde kalmıştır. 2001 yılından itibaren ise eAvrupa+ projesi, kamu kesimindeki BT çalışmalarına damgasını vurmuştur. eAvrupa+ kriterlerine uyum amacıyla, 2001-2002 döneminde TÜBİTAK; 2003-2004 döneminde ise Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Müsteşarlığının koordinatörlüğünde yürütülen sırasıyla "e-Türkiye" ve "e-Dönüşüm Türkiye" projeleri, Türkiye açısından bir dönüm noktası niteliğindedir. Bu projeler ile ilk defa kamu kesimindeki BT çalışmalarında açık bir strateji belirlenmiş, somut hedefler ortaya konulmuş ve kurumlararası koordinasyon sağlanmıştır. Böylece BT alanındaki önceki çalışmalardaki eksiklikler kısmen de olsa ortadan kaldırılabilmıştır.

Bu çalışmada, öncelikle e-Devlet projesi ve amaçları tanımlanmakta, ardından eAvrupa+ projesi çerçevesinde Türkiye'nin Bilgi Teknolojileri (BT) alanında AB kriterlerine hazırlık durumu gözden geçirilmektedir. Çalışma bu çerçevede ana sorun alanlarını saptayarak kamu hizmetlerinde BT dönüşümü için atılması gereken adımlara dikkati çekmeyi hedeflemektedir.

I. e-DEVLET PROJESİ ve AMAÇLARI

20. yüzyılın son çeyreğinde iletişim ve bilişim alanlarında yaşanan teknolojik ve bilimsel ilerlemeler, iş dünyasında ve devlet yönetiminde mevcut yapı ve sistemleri önemli ölçüde etkileyerek "yeni ve farklı bir dünyanın" habercisi olmuştur. Bu farklı dünya; "yeni bir yaşam biçimi", "yeni yönetim yaklaşımları", "yeni bir toplumsal yapı" ve bütüncül olarak da "yeni bir uygarlığı" beraberinde getirmekte; değişim dalgasının merkezinde de itici güç olarak "bilgi teknolojileri" yer almaktadır (Drucker, 1994; Drucker, 2000: 111; Toffler, 1989: 99, 171-172; Toffler ve Toffler, 1996: 14; Toffler ve Toffler, 1997: vi-ix). Söz konusu değişim ve dönüşüm sürecinde bir yandan kitlelerin yaşam biçimleri, daha yüksek teknoloji ürün ve hizmetlerle yeniden biçimlenirken, diğer yandan da iş dünyasında çalışma ve yönetim tarzları, gelişen teknolojiden etkilenerek değişmektedir. Şirketler, giderek daha yüksek oranda elektronik ortamdan yararlanmaya başlamakta, bu olgu giderek pazarda hayatta kalabilmek için bir zorunluluk haline dönüşmektedir. Hatta şirketlerin 21. yüzyılda var olabilmek için elektronik ortamda yer almaları zorunluluğunu ifade etmek için, tanınmış Shakespeare replikleri, günümüzde 'To E or Not To

E' (elektronik ortamda var olmak ya da olmamak) şeklinde değiştirilmektedir (Kayakutlu, 2001: 49). Söz konusu değişim ve gelişmeler, devlet yönetiminde de kendini göstermektedir. Kamu hizmetlerinde BT kullanımıyla, hizmetlerin sunumunda sürat, kalite ve verimlilik alanlarında önemli bir dönüşüm yaşanmaktadır¹. Bu çerçevede "e-Devlet" kavramı, geleneksel devlet modeline göre daha ileri, temelde güçlü bir BT altyapısına ve uygulamalarına dayanan "daha iyi bir devlet yapısını" tanımlamak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (OECD, 2003a: 1). e-Devlet daha kapsamlı olarak şu şekilde tanımlanabilir: "Devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların buna karşılık devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir" (Arifoğlu vd., 2002: 12).

e-Devlet projesi, en geniş anlamıyla daha iyi bir devlet yapısının oluşturulmasını amaçlamaktadır, bu anlamda e-Devlet, "e"den çok, "devlet"e odaklanmaktadır. Proje, bu çerçevede, devlet yönetiminde "daha etkili kararlar alınmasını", "daha yüksek kalitede hizmet sunumunu" ve "vatandaşın beklentilerine daha duyarlı" (customer oriented) bir kamu hizmetini mümkün kılmaktadır (DPT, 2001).

e-Devlet projesi ile amaçlananları şu şekilde sıralamak mümkündür (Arifoğlu vd., 2002: 22):

1. Devletin şeffaflaşması,
2. Devletin hızlı ve etkin bir şekilde işleyişinin sağlanması,
3. Vatandaşın her düzeyde yönetime katılımının sağlanması,
4. Kurumlararası bilgi alışverişinin gerçekleştirilmesi sayesinde, kamu hizmetlerinde geçişme, örtüşme ve yinelemelerin önlenmesi,
5. Hizmet sunulan kesimlerin yaşamlarının kolaylaşması,
6. Karar vericilerin bilgiye dayalı karar verme süreçlerinin geliştirilmesi ve hızlandırılması.

Türkiye'de e-devlete hazırlık sürecinde gerçekleştirilenler ve mevcut eksiklikler çalışmanın izleyen bölümünde ele alınmaktadır. e-Devlet projesi bugün Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum çalışmalarının bir parçası haline gelmesi açısından da önem arz etmekte olduğundan, çalışma son bölümde somut olarak bu kriterlere yönelik hazırlık durumuna odaklanmaktadır.

II. eAVRUPA+ GİRİŞİMİ VE e-DÖNÜŞÜM TÜRKİYE PROJESİ

AB ülkeleri, BT kullanımının ekonomik ve toplumsal alanda ortaya çıkardığı fırsatlardan yararlanma konusunda Kuzey Amerika ve Japonya'nın gerisinde kalma endişesiyle, 2000 yılında önemli bir adım atmışlardır (Pak, 2001: 10). Avrupa Konseyi tarafından 23 Mart 2000'de Lizbon'da yapılan toplantıda, AB'nin dünyadaki en rekabetçi ve dinamik ekonomi haline gelmesi yönünde iddialı bir strateji ortaya konmuştur. Bu strateji çerçevesinde, "eAvrupa" adı verilen girişim başlatılmış (eEurope, 2000), 14 Haziran 2000 tarihinde ise çalışma bir eylem planına dönüştürülerek eAvrupa 2002 adıyla uygulamaya konmuştur (eEurope 2002, 2000: 1). Bu çalışma ile BT merkezli yeni ekonominin ve özellikle de İnternetin sunduğu fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmak hedeflenmiştir. Çalışma, 2002 yılı sonuna kadar üç ana hedefin gerçekleştirilmesine odaklanmaktadır (eEurope 2002, 2000: 2):

1. Daha ucuz, daha hızlı ve güvenli İnternet erişimi sağlanması,
2. İnsan kaynağının ve sahip olduğu becerilerin geliştirilmesi amacıyla yatırım yapılması,
3. İnternet kullanımının teşvik edilmesi.

Görüldüğü gibi İnternet, eAvrupa projesinin odağında yer almaktadır. AB, teknoloji açığının kapatılmasında, gençlerin ve işgücünün eğitiminde, iş yapma biçimlerini değiştirme gücü nedeniyle İnternet altyapısına yatırıma büyük önem vermektedir. Gerçekten de AB ülkelerinde ticaret alanında İnternet kullanımı üzerine yapılan araştırmalar, 2002 yılının son çeyreğinde e-ticaret hacminin bir önceki yılın aynı dönemine göre %136 artarak, 2 milyar 567 milyon Euro'ya çıktığını göstermektedir. Aynı dönemde Visa kullanımıyla yapılan çevrimiçi (online) satışlarda, havayolları bilet alımlarındaki %1.326'lık artış ve araç kiralama hizmetlerindeki % 947'lik yükselme, ticaret alanında İnternet kullanımının yayılma hızını gözler önüne sermektedir (Munyar, 2003: 5).

eAvrupa girişiminin, aday ülkeleri de içine alacak şekilde genişletilmesi ile ise "eAvrupa+" girişimi doğmuştur (eEurope+, 2001: 1, 2; eEurope+ 2003, 2002: 3)². eAvrupa+ eylem planı; e-Devlet³, e-Sağlık, e-Öğrenme ve e-Ticaret alanlarında "herkese, erişebileceği, hızlı ve uygun fiyatlı iletişim hizmetini sağlamayı" ön koşul olarak koymuştur (Akdeniz, 2003: vii). eAvrupa+ eylem planı ile aday ülkeler, rekabet güçlerini artırmak amacıyla reformlarını hızlandırmaya, ekonomilerini modernize etmeye, kurumsal ve idari kapasitelerini artırmaya teşvik edilmektedirler. Haziran 2002'de Sevilla'da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında, programın hedefleri revize edilmiş ve "eAvrupa 2005" hedefleri belirlenmiştir (eEurope 2005, 2002: 3):

1. e-Devlet, e-Eğitim ve e-Sağlık alanlarında modern çevrimiçi (online) kamu hizmetlerinin sunumu,
2. Dinamik bir e-İş ortamının oluşturulması,

ve bunları gerçekleştirebilmek için;

1. Uygun fiyatlı ve geniş bant (broadband) İnternet erişiminin mümkün kılınması,
2. Güvenli bir bilgi altyapısının kurulması.

Türkiye’de eAvrupa uyum çalışmaları 2000 yılında büyük bir karmaşa ve tartişma ortamı içinde başlamıştır. Tartışmalar, uyum çalışmalarından hangi kurumun sorumlu olacağı, bir Bilgi Bakanlığı kurulup kurulmaması vb. alanlarda yoğunlaşmaktaydı (Akgül, 2001: 12). 2001 yılında Başbakanlık tarafından ilk somut adım atılmıştır. O tarihte başlatılan “e-Türkiye” girişimi ile 2001-2002 yıllarını kapsayan bir plan ortaya konulmuş ve plan çerçevesindeki çalışmaların koordinasyonu görevi TÜBİTAK’a verilerek mevcut karmaşa belirli ölçüde de olsa ortadan kaldırılmıştır. 2001-2002 dönemini kapsayan e-Türkiye çalışmasının ardından, 27 şubat 2003 tarihinde yayımlanan 2003/12 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile 2003-2004 dönemi için “e-Dönüşüm Türkiye Projesi” adıyla yeni bir plan uygulamaya konulmuş ve projenin, koordine edilmesi, izlenmesi, değerlendirilmesi ve yönlendirilmesi ile ilgili olarak bu kez TÜBİTAK yerine DPT Müsteşarlığı görevli kılınmıştır. DPT tarafından yürütölen bu çalışmalarda ilk olarak 28 Nisan 2003 tarihinde 2003-2004 dönemini kapsayan bir Kısa Dönem Eylem Planı hazırlanmıştır. Bu planın 2004 yılında sona ermesinin ardından ise 2005 yılı Eylem Planı devreye girmiştir. Her iki plan da, pek çok alanda düzenlemeleri içermektedir. Bu alanlar ve sorumlu kuruluşlar şunlardır (DPT, 2003: 8, 9; DPT, 2005; 11):

1. Hukuki altyapı: Adalet Bakanlığı,
2. Teknik altyapı ve bilgi güvenliği: Ulaştırma Bakanlığı,
3. Eğitim ve insan kaynakları: Milli Eğitim Bakanlığı,
4. Elektronik ortamda hizmet sunumu: Devlet Planlama Teşkilatı,
5. Kurumlar arasında entegre hizmet sunumunu kolaylaştıracak ortak standartlar: Türk Standartları Enstitüsü,
6. e-Sağlık: Sağlık Bakanlığı,
7. e-Ticaret: Dış Ticaret Müsteşarlığı,
8. İzleme çalışmaları: Türkiye Bilişim Derneği.

e-Dönüşüm Türkiye Projesi, hedefini; “vatandaşlara daha kaliteli ve hızlı kamu hizmeti sunabilmek amacıyla; katılımcı, şeffaf, etkin ve basit iş süreçlerine sahip olmayı ilke edinmiş bir devlet yapısı oluşturacak koşulların hazırlanması” olarak belirlemiştir (bkz. 2003/12 Sayılı Başbakanlık Genelgesi). Söz konusu amaçla ortaya konulacak çalışmaların koordinasyonu görevi ise 2003 yılı Mart ayında kurulan DPT Bilgi Toplumu Dairesine verilmiştir. Bu çerçevede yürütülen e-Dönüşüm Türkiye çalışmalarının mevcut durumu çalışmanın izleyen kısmında değerlendirilmektedir.

II.1. AB Kriterlerine Hazırlık Yönünden Türkiye’de e-Devlet Çalışmalarının Mevcut Durumu

Türkiye’de e-Devlet projesi çerçevesinde, BT kullanımı yaygınlaşmakta ise de, son on yıldır yaşanan ekonomik bunalımlar, bankacılık sektöründeki krizler ve siyasal istikrarsızlık gibi sorunlar, bu eğilimi sınırlayıcı bir rol oynamaktadır⁴. 2000 yılından bu yana yaşanan yoğun ekonomik krizin etkisiyle Türkiye’de BT harcamalarının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla içindeki payının AB ülkeleri ile kıyaslandığında sürekli olarak düştüğü görülmektedir (Tablo 1). Türkiye’deki kamu kurumlarının BT’ye yatırım yapmaları zorunluluğu sadece hızlı ve etkili kamu hizmeti sağlama çabalarının bir sonucu değil, aynı zamanda Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne katılma çabaları da dahil bir dizi uluslararası gelişmenin de bir sonucudur. Ancak rakamlar BT harcamalarında AB ortalamalarının oldukça gerisinde kaldığını göstermektedir (Tablo-1).

Tablo 1’de de görüldüğü gibi Türkiye’de son yıllarda BT harcamalarının GSYİH içindeki payı sürekli azalarak, 2001 yılında %1,3’ten 2003 yılında %0,8’e düşmektedir (Eurostat, 2005a). Aynı oran 2004 yılında 15 Avrupa Birliği ülkesinde ortalama olarak %2,9, ABD’de %5,5 ve Japonya’da ise %3,5 düzeyinde gerçekleşmiştir (Eurostat, 2005a). Öte yandan 2004 yılı Yatırım Programında BT yatırımlarına ayrılan ödeneğin bir önceki yıla göre % 34 artırılarak 209 milyon dolardan 281 milyon dolara; 2005 yılı yatırım programında ise %9,6’lık artışla 308 milyon dolara yükseltilmesi olumlu gelişmeler olarak görülebilir⁵. Ancak söz konusu rakamlar Türkiye’nin yukarıdaki tablodaki durumunu değiştirecek ölçüde bir etkiye sahip değildir. Bu yatırımlarla BT yatırımlarının GSYİH içindeki yüzdesinin %1 düzeyine çıktığı düşünülse bile %2,9’luk Avrupa ortalamasının oldukça gerisinde kalarak sonuncu sırada yer almaktan kurtulamamaktadır.

Tablo-1: AB Ülkeleri ve Türkiye’de BT Harcamalarının GSYİH İçindeki Payı (%)

	2001	2002	2003	2004
AB ortalaması (15 ülke)	3,2	3,0	3,0	2,9
İngiltere	4,0	3,8	4,4	4,0
İsveç	4,7	4,3	4,0	3,9
Hollanda	3,9	3,6	3,5	3,5
Danimarka	3,8	3,5	3,4	3,4
Finlandiya	3,5	3,4	3,4	3,4
Fransa	3,5	3,3	3,1	3,1
Belçika	3,4	3,1	2,9	2,9
Almanya	3,3	3,0	3,0	2,9
Avusturya	3,1	2,9	2,9	2,9
Portekiz	2,2	1,9	2,0	2,0
İtalya	2,1	2,0	1,9	1,8
İrlanda	2,1	1,8	1,7	1,6
İspanya	1,8	1,6	1,6	1,5
Yunanistan	1,4	1,3	1,2	1,2
Türkiye	1,3	1,0	0,8	*

Not: Lüksemburg’a ait veriler eksik olduğu için bu ülke sıralamaya dahil edilmemiştir.

* Türkiye’ye ait 2004 yılı verisi henüz mevcut değildir. Ancak kamu yatırım programlarındaki BT payı göz önüne alındığında bu oranın 2004 yılında %1,0 düzeyine çıktığı tahmin edilmektedir.

Kaynak: Eurostat, (2005a)

Ayrıca yine BT yatırımlarının halka yansımaya oranının da oldukça düşük olduğu görülmektedir. Örneğin 2004 yılında Türkiye’de İnternet erişimine sahip aile oranı % 7 iken, 15 AB ülkesinin ortalaması % 45 düzeyindedir (Tablo 2).

Tablo-2: Bazı AB Ülkeleri ve Türkiye’de İnternet Erişimine Sahip Aile Oranı

	2002	2003	2004
AB ortalaması (15 ülke)	39	43	45
Danimarka	56	64	69
Almanya	46	54	60
Lüksemburg	40	45	59
İngiltere	50	55	56
Finlandiya	44	47	51
Avusturya	33	37	45
İrlanda	*	36	40
İspanya	*	28	34
Fransa	23	31	34
İtalya	34	32	34
Portekiz	*	22	26
Yunanistan	12	16	17
Türkiye	*	*	7

Not: Veriler 16-74 yaş arası nüfusu kapsamaktadır.

* Eurostat veri tabanında bu yıllara ait veri mevcut değildir.

Kaynak: Eurostat, (2005b)

Öte yandan kamu kurumlarının web sitelerinden yararlanan nüfusun genel nüfusa oranı açısından da Türkiye %6'lık oranla yine listede son sırada yer almaktadır (Tablo 3).

Tablo-3: Bazı AB Ülkeleri ve Türkiye’de 2004 Yılıın Son Üç Ayında Kamu Kurumlarının Web Sitelerinden Yararlanan Kişilerin Nüfusa Oranı (%)

Ülke	%
Lüksemburg	45
Finlandiya	45
Danimarka	44
İsveç	39
Almanya	33
İngiltere	22
Avusturya	21
İrlanda	14
Portekiz	13
Yunanistan	8
Türkiye	6

Not: Veriler 16-74 yaş arası nüfusu kapsamaktadır.

Kaynak: Eurostat, (2005c).

Türkiye’de e-Devlet çalışmalarının mevcut durumunu daha somut bir biçimde görebilmek için AB’nin elektronik ortamda sunulmasını öngördüğü 20 temel kamu hizmeti bazında bir değerlendirme yapmak daha sağlıklı olacaktır. eAvrupa+ programına göre elektronik ortamda verilmesi gereken bu hizmetler, iki kategoride gruplandırılmaktadır. Bu kategoriler ve tek tek hizmetler açısından 2004 yılı itibariyle “Türkiye’nin hazırlık durumu” aşağıda sunulmaktadır (DPT, 2004: 3):

II.1.1. Elektronik Ortamda Sunulması Beklenen Kamu Hizmetlerinden “Yurttaşlara” Yönelik Olanlar:

1. Gelir vergileri: Bildirim ve değerlendirme (henüz gerçekleştirilemedi)
2. İş kurumları aracılığıyla iş arama hizmetleri (eksiklikleri var)
3. Sosyal güvenlik katkısı (işsizlik yardımı, sağlık sigortası, öğrenci yardımı) (eksiklikleri var)
4. Kişisel belgeler (pasaport ve sürücü belgesi) (eksiklikleri var)
5. Araç ruhsatı (yeni ve kullanılmış) (henüz gerçekleştirilemedi)
6. İnşaat ruhsatı başvurusu (henüz gerçekleştirilemedi)

7. Polise ihbarda bulunma (hırsızlık vb. için) (eksiklikleri var)
8. Halk kütüphaneleri (kataloglar, arama araçlarının mevcudiyeti) (eksiklikleri var)
9. Belgeler (doğum ve evlilik): Başvuru ve alma (henüz gerçekleştirilemedi)
10. Yüksek öğrenime kayıt/üniversiteler (eksiklikleri var)
11. Taşınma bildirim (adres değişikliği) (henüz gerçekleştirilemedi)
12. Sağlığa ilişkin hizmetler (hastane hizmetleri hakkında interaktif tavsiye alma, hastanelerden randevu alma) (henüz gerçekleştirilemedi)

II.1.2. Elektronik Ortamda Sunulması Beklenen Kamu Hizmetlerinden “İş Dünyası”Na Yönelik Olanlar:

13. Çalışanlar için sigorta primleri (eksiklikleri var)
14. Kurumlar vergisi: Bildirim, onaylama (eksiklikleri var)
15. Katma değer vergisi: Bildirim, onaylama (henüz gerçekleştirilemedi)
16. Yeni şirket kaydı (henüz gerçekleştirilemedi)
17. İstatistik birimine veri iletimi (henüz gerçekleştirilemedi)
18. Gümrük bildirimleri (eksiklikleri var)
19. Çevre ile ilişkili izinler (raporlama dahil) (eksiklikleri var)
20. Kamu alımları (eksiklikleri var)

Yukarıdaki hizmet grupları itibariyle Türkiye’deki uygulama/hazırlık durumuna ait detaylı bilgiler Tablo-4’te verilmektedir. Tabloya göre; Türkiye’de birçok hizmet türünde son derece olumlu adımların atıldığı görülmektedir. Ancak, elektronik ortamda verilmesi gereken 20 kamu hizmetinden 8’inin (%40) henüz hiç verilemediği, 12’sinin (%60) ise birtakım eksikliklerle sunulduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye’nin, bilgi toplumuna geçiş sürecinde halen atılması gereken önemli adımlar olduğunu göstermektedir.

Tablo-4: AB'nin Elektronik Ortamda Sunulmasını Öngördüğü 20 Temel Kamu Hizmeti Bazında 2004 Yılı İtibariyle Türkiye'deki e-Devlet Hazırlık Düzeyi

<i>KAMU HİZMETİ TANIMI</i>		<i>TÜRKİYE'DEKİ UYGULAMA/HAZIRLIK DURUMU</i>
A) Vatandaşa Yönelik Hizmetler:		
1.	Gelir vergileri: Bildirim ve değerlendirme	Henüz yok, ancak 22 ilde sorgulama yapılabilir
2.	İş kurumları aracılığıyla iş arama hizmetleri	Mevcut, ancak interaktif değil ve sorgulama yapılamıyor.
3.	Sosyal güvenlik katkısı (sigorta primleri) <ul style="list-style-type: none">• İşsizlik yardımı• Sağlık sigortası• Öğrenci yardımı	<ul style="list-style-type: none">• İşsizlik sigortası ve sağlık sigortası ile ilgili her türlü bilgiye ulaşmak mümkün, ancak çevrimiçi işlem yapılamıyor.• Öğrenci burs ve kredi başvurusu sonuçlarına ve borç durumlarına ilişkin bilgilere ulaşılabilir. Ancak çevrimiçi başvuru yapılamıyor.
4.	Kişisel belgeler (pasaport ve sürücü belgesi)	Ankara, İstanbul ve İzmir illerinde pasaport başvurusu yapılıyor ve ilgili birime gidilerek alınabiliyor. Sürücü belgesi uygulaması yok.
5.	Araç ruhsatı (yeni ve kullanılmış)	Henüz yok
6.	İnşaat ruhsatı başvurusu	Henüz yok
7.	Polise ihbarda bulunma (örneğin hırsızlık için)	Ankara, İstanbul ve İzmir illerinde mevcut.
8.	Halk kütüphaneleri (kataloglar, arama araçlarının mevcudiyeti)	Milli Kütüphane web sitesinden katalog tarama ve kitap ayırma işlemleri gerçekleştirilebilmektedir.
9.	Belgeler (doğum ve evlilik): Başvuru ve alma	Henüz yok
10.	Yüksek öğrenime kayıt/üniversiteler	Üniversite kaydı yapılamıyor. Bazı üniversitelerde ders kayıt sistemleri kullanılıyor, ancak genel değil.
11.	Taşınma bildirim (adres değişikliği)	Henüz yok
12.	Sağlığa ilişkin hizmetler (hastane hizmetleri hakkında interaktif tavsiye alma, hastanelerden randevu alma)	Henüz yok
13.*	Trafik ceza puanı öğrenme ve trafik para cezası ödeme	Trafik ceza puanı sorgulaması yapılabilir ve trafik para cezası ödenebilir.
14.*	Motorlu taşıt vergisi ödeme	Motorlu taşıt vergisi ödenebilir.
B) İş Dünyasına Yönelik Hizmetler:		
1.	Çalışanlar için sigorta primleri	Çevrimiçi ödeme yapılamamaktadır. 1 Mayıs 2004'ten itibaren SSK'da bildirimler İnternet üzerinden gönderilebilecek, borç, tahakkuk ve tahsilat bilgilerine ulaşılabilir ve çevrimiçi ödeme yapılabilir.
2.	Kurumlar vergisi: Bildirim, onaylama	Henüz yok, ancak 22 ilde sorgulama yapılabilir.
3.	Katma değer vergisi: Bildirim, onaylama	Henüz yok.
4.	Yeni şirket kaydı	Henüz yok.
5.	İstatistik birimine veri iletimi	Henüz yok.
6.	Gümrük bildirimleri	Diğer kurumlardan istenen belgeler dışında otomasyona geçilmiş durumda.
7.	Çevre ile ilişkili izinler (raporlama dahil)	Henüz yok, ancak gerekli belgeler indirilebilir.
8.	Kamu alımları	Bazı kurumlarda ihale ilanları yayımlanıyor. Ancak çevrimiçi kamu alımı hizmeti yok. DMO'nun elektronik satış hizmeti mevcut.

(*) Türkiye için önemli görülen bu hizmetler, AB listesinde yer almamaktadır.

Kaynak: DPT, (2004: 3).

II.2. AB Ülkelerindeki BT Çalışmalarının Sonuçları ve eAvrupa+ Sürecinin Türkiye'ye Sağlayacağı Yararlar

eAvrupa sürecinin Türkiye'ye önemli katkılar sağlaması beklenmektedir. Bu katkıları daha iyi anlayabilmek için AB ülkelerinin eAvrupa projesinden sağladığı yararları değinmek yerinde olacaktır. Bu kapsamda İngiltere ve Fransa'daki çalışmalara kısaca yer verilecek ve ardından genel olarak AB ülkelerinde yukarıda bahsedilen 20 temel kamu hizmeti çerçevesinde elektronik ortamda uygulamaya konulan hizmetlerin vatandaşlara ve iş dünyasına sağladığı katkılar üzerinde durulacaktır.

İngiliz hükümetince 1999 yılında hazırlanan “Devletin Modernizasyonu” (Modernizing Government White Paper) başlıklı rapor, kamu kurumlarının ve kamu hizmetlerinin modernizasyonunun merkezine BT'yi almıştır. Rapor, 2008 yılına kadar kamu hizmetlerinin elektronik ortamda çevrimiçi (online) olarak erişilebilir olması yönünde bir hedef konulmuş, bu amaçla mevcut altyapının geliştirilmesi, dijital imza kullanımının yaygınlaştırılarak işlem güvenliğinin sağlanması, sağlık ve eğitim alanlarında BT kullanımının yaygınlaştırılması gerektiği belirtilmiştir (Uçkan, 2003: 81-84). Bu kapsamda İngiltere, 1999 yılında Elektronik Temsilcilik Dairesinin (Office of e-Envoy) çalışmalarıyla e-Devlet hareketine hız vermiştir. Böylece, İngiltere'deki e-Devlet çalışmalarında parçalanmışlığın önüne geçilmiş, tüm kamu kurumlarının gerçekleştirecekleri çalışmalarda uyulması gereken ortak standartlar belirlenerek üst düzeyde bir koordinasyon sağlanmıştır. İngiliz hükümeti, kamu kurumlarının web siteleri arasındaki entegrasyonu ise, “e-Devlet Birlikte İşlerlik Çerçevesi” (e-Government Interoperability Framework/e-GIF) adı verilen program kapsamında gerçekleştirmiştir (Eren, 2004: 24, 25). Böylece kamu kurum ve kuruluşlarının birlikte çalışabilmesine ilişkin politika ve standartlar bir çerçeve kapsamında belirlenerek elektronik ortamda veri paylaşımı için bu çerçeveye uyumluluk zorunlu hale getirilmiştir. Kamu kurumları arasında ortaklık sağlama sürecinde bir sonraki aşama tüm devlet hizmetlerini entegre eden e-Devlet kapısı “direct.gov”ın hizmete girmesi olmuştur. “www.direct.gov.uk” adresiyle kapsamlı bir hizmet veren bu resmi web sitesi, yurttaşlara sunulan hizmetleri “tek bir noktada” toplamış (one stop government) ve dolayısıyla kamu hizmetlerinde hız ve etkililiğin artışı gibi önemli kazanımlar sağlanmasına yardımcı olmuştur. İngiltere 2003 yılı itibarıyla, AB'nin elektronik ortamda sunulmasını öngördüğü 20 temel kamu hizmetinden 10'unu (%50) çevrimiçi olarak verebilecek düzeye ulaşmış ve 15 AB ülkesi arasında yapılan elektronik ortamda hizmet sunumu sıralamasında 6. sırada yer almıştır (bkz. Tablo 5).

Fransız hükümeti ise BT çalışmalarıyla kamu hizmetlerinin modernizasyonu konusundaki ilk çalışmayı 1998 yılında gerçekleştirmiştir.

Hükümet, e-Devlet çalışmaları yoluyla kamu hizmet kalitesinin artırılması, vatandaş katılımının ve memnuniyetinin yükseltilmesi gibi alanlarda önemli bir dönüşüm sağlanacağına inanarak bu projeye büyük bir bütçe (1 milyar ABD Doları) tahsis etmiştir (Uçkan, 2003: 87-88). Proje sürecinde kamu kurumları arasında ortak bir strateji geliştirilmesi ve koordinasyonun sağlanması amacıyla iki devlet birimi oluşturulmuştur. Bu birimlerden ilki MTIC (Mission Interministérielle pour le Développement des Technologies de l'Information et de la Communication dans l'Administration/Kamu Yönetiminde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Gelişimi için Bakanlıklar Arası Misyon), diğeri ise DIRE'dir (Délégation Interministérielle à la Réforme de l'Etat/Bakanlıklar arası Devlet Reform Delegasyonu) (Uçkan, 2003: 87-88). Bu iki kurumun çalışmalarına paralel olarak, tüm kamu hizmetlerinin tek bir noktadan sunumu amacıyla "service-public" adında bir e-Devlet kapısı oluşturulmuş ve site "www.service-public.fr" adresiyle hizmete girmiştir. Fransa, elektronik ortamda sunulması öngörülen 20 temel kamu hizmeti sıralamasında 2003 yılı itibariyle 15 AB ülkesi arasında İngiltere'nin ardından 7. sırada (20 hizmetten 9'u çevrimiçi sunulabilmektedir) yer almaktadır (bkz. Tablo-5).

İngiltere ve Fransa örnekleri kamu kesiminde BT çalışmalarının bu çalışmalar için oluşturulan kurumların (e-Envoy, MTIC ve DIRE) koordinasyonunda, ortak bir strateji ve standartlar çerçevesinde planlı olarak yürütüldüğünü göstermektedir. Hükümetlerin BT çalışmalarını sahiplenmesi ve dönüşüm çalışmalarına oldukça yüksek bütçeler ayırmaları da teknolojinin yaygınlaşma ve kullanım hızını artıran faktörler olmuştur. Diğer AB ülkeleri de İngiltere ve Fransa'dakine benzer planlı adımlar atmış ve özellikle 2000 yılından itibaren e-Devlet alanındaki yatırımlara hız vermişlerdir. AB ülkelerinin bu çalışmalar sonucu ulaştıkları nokta, eAvrupa programında elektronik ortamda sunulması öngörülen 20 temel kamu hizmeti bazında Tablo-5'te karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

Tablo 5'te yer alan rakamlar, 2003 yılı itibariyle 20 kamu hizmeti içinden "bütünüyle çevrimiçi olarak sunulabilen"lerin diğerlerine oranını temsil etmektedir. Türkiye bu hizmetlerden bir kısmını elektronik ortama taşımıştır, ancak söz konusu hizmetlerin hiçbiri "bütünüyle çevrimiçi" sunulmadığı için oran "0" düzeyinde kalmaktadır. Bu durum, AB ülkeleri ile kıyaslandığında Türkiye'nin e-Devlet çalışmalarında henüz yolun başında olduğunu göstermektedir.

Tablo-5: AB Ülkeleri ve Türkiye’de Karşılaştırmalı Olarak 20 Temel Kamu Hizmeti Açısından Kriterleri Karşılama Durumu (%)

	2002	2003
AB (15 Ülke)	36	45
Danimarka	61	72
Avusturya	20	68
İsveç	67	67
Finlandiya	50	61
İrlanda	50	56
İngiltere	33	50
Fransa	35	45
İtalya	35	45
Almanya	35	40
İspanya	40	40
Portekiz	32	37
Belçika	25	35
Yunanistan	32	32
Hollanda	21	26
Lüksemburg	5	15
Türkiye	0	0

Kaynak: Eurostat 2005d

eAvrupa+ projesinin Türkiye’ye sağlayacağı yararları değerlendirebilmek için AB ülkelerinde şu ana kadar gerçekleştirilen çalışmalardan elde edilen faydalara değinmek yerinde olacaktır. Bu alanda yapılan en kapsamlı çalışma, 2004 yılı Aralık ayında Avrupa Komisyonu Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü e-Devlet Birimine sunulan ve 253 kurum, 28.332 şirket ve 19.896 vatandaşın katılımıyla gerçekleştirilen “Top of the Web” başlıklı rapordur (eGovernment, 2004). Çalışmada söz konusu 20 temel kamu hizmetinden 6’sı seçilmiş ve bu hizmetleri elektronik ortamda kullanan vatandaşların tatmin düzeyi ve bu hizmetlerin elektronik ortamda sunumunun ekonomilere sağladığı katkı araştırılmıştır. Çalışmanın bazı önemli bulguları aşağıda sıralanmaktadır (eGovernment, 2004):

II.2.1. e-İşlemlerle Kazanılan Ortalama Zaman

Kullanıcıların kamu hizmetini geleneksel yöntemle almak yerine elektronik ortamda çevrimiçi olarak almakla, işlem başına ortalama 1 saat zaman kazandığı saptanmıştır.

II.2.2. Kişisel Gelir Vergisi Bildirimi

Elektronik ortamda gerçekleştirilen gelir vergisi bildirim işlemlerinde kullanıcılar işlem başına ortalama 71 dakika tasarruf sağlamıştır. Bu da 2003

yılında 15 AB ülkesinde toplam 7,3 milyon saatlik bir tasarruf anlamına gelmektedir. (Çalışma, e-işlemlerin yaygınlaşması ile bu rakamın yıllık “100 milyon saate” çıkacağını belirtmektedir).

II.2.3. İş Dünyasında Katma Değer Vergisi (KDV) Bildirimi

İşlem başına ortalama 38 dakika ve 10 Euro tasarruf sağlanmıştır. Böylece 2003 yılında iş dünyası yaklaşık 29,3 milyon Euro tasarruf sağlamıştır. (Bu rakamın e-işlemlerin yaygınlaşması ile 230 milyon Euro’ya çıkması beklenmektedir).

II.2.4. Yeni Şirket Kaydı

İş dünyasında 2003 yılında 2,2 milyon Euro tasarruf sağlanmıştır.

II.2.5. Halk Kütüphaneleri (Katalog Tarama)

Kullanıcılar ortalama olarak işlem başına 81 dakika tasarruf etmişlerdir ve bu miktar 15 AB ülkesinde toplam olarak 1.021 çalışma yılına denk gelen bir tasarrufu temsil etmektedir.

II.2.6. Kullanıcı Tatmini

Araştırma, kullanıcıların %62’sinin aldıkları e-hizmetten çok memnun olduğunu göstermektedir. Ayrıca kullanıcıların %77’si çevrimiçi hizmetleri diğerlerine tavsiye edeceklerini belirtmektedir ki, bu durum yakın gelecekte e-hizmet kullanımının çok daha yaygınlaşacağını da göstergesidir.

Yukarıdaki bulgulara ek olarak, eGovernment çalışması, e-işlemlerden sağlanan kazançların sadece zaman ve para ile sınırlı olmadığını göstermiştir. “Esneklik”, “daha hızlı hizmet” ve “daha hızlı yanıt” gibi unsurlar, sıralamada zaman ve para kriterlerinin ardından kullanıcı memnuniyetini etkileyen başlıca kriterler olarak ön plana çıkmaktadır. Çevrimdışı hizmetten çevrimiçi hizmete geçerken, kullanıcıların zaman kazanmanın yanı sıra zamanın kullanımında da büyük bir “esneklik” kazandığı görülmektedir, çünkü geçmişte sadece çalışma saatlerinde ve ilgili kamu kurumuna bizzat gidilerek işlem yapılabilirken, artık haftanın 7 günü ve günün 24 saati evden veya işyerinden çevrimiçi hizmete ulaşılabilmektedir.

Sonuç olarak eAvrupa projesi ile ilgili en kapsamlı araştırma olarak nitelenen “eGovernment 2004” çalışması, e-hizmet anlayışının AB ülkelerinin ekonomilerine ve AB vatandaşlarına zaman, hız, maliyet, esneklik gibi pek çok boyutta katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgular Türkiye gibi

gelişmekte olan ülkeler için e-Devlet hareketinin ne denli büyük bir önem taşıdığını kanıtlamaktadır. İncelenen e-hizmetler sıradan bir AB vatandaşı için işlem başına ortalama 1 saatlik tasarruf anlamına gelirken, kamu bürokrasinin çarklarının kırtasiyecilik, iş yükü vb. nedenlerle çok daha yavaş çalıştığı Türkiye gibi bir ülkede bu rakamın 1 saatin çok daha üzerinde olacağı düşünülmektedir. Örneğin Maliye Bakanlığı Gelirler Müdürlüğü'nün 2004 yılının son aylarında uygulamaya geçirdiği e-beyanname uygulaması ile uygulamanın ilk 3 ayında 1.250.000 beyanname İnternet üzerinden alınmış ve bu kısıtlı sürede sadece Bakanlıkta sağlanan tasarruf 72 bin dolar olmuştur (Uyaniker, 2005: 38). Yakın gelecekte e-beyanname başvuru rakamının yılda 75 milyonu bulması, 2005 yılı sonunda ise elde edilen tasarrufun 7 milyon dolara ulaşması beklenmektedir. Türkiye'de AB tarafından öngörülen diğer temel kamu hizmetlerinde de sağlanabilecek bu tür bir gelişmenin ekonomi için yüzlerce milyon doları bulan bir tasarrufu mümkün kılması beklenmektedir.

II.3. Türkiye'de eAvrupa+ Kriterlerine Uyum Sürecinde Temel Sorunlar

e-Devlet projesi, sunduğu imkânlar göz önüne alındığında, Türkiye için sadece AB'ye giden yolda bir ön koşul olarak görülemeyecek kadar önemlidir. e-Dönüşüm gerçekleştirilebildiği takdirde; kamu yönetiminde şeffaflaşma, hızlı ve etkili işleyiş, yurttaşın her düzeyde yönetime katılımı, kurumlararası bilgi alışverişiyle iş ve veri tekrarının önlenmesi, yurttaşlara kaliteli ve süratli hizmet, kamu yöneticilerinin bilgiyle karar verme süreçlerinin geliştirilmesi ve hızlandırılması mümkün olabilecek, verimlilik ve tasarruf boyutlarında önemli kazanımlar sağlanabilecektir. Bu kazanımlar, e-Dönüşümün sadece AB'ye üye olma hedefinin ötesinde, ciddi bir çağdaşlaşma hamlesini temsil ettiğini göstermektedir. Ancak e-Devlet projesinin önünde yukarıda sıralanan kazanımlara ulaşımını engelleyen pek çok sorun olduğu da açıktır. Söz konusu sorunlar 6 ana grupta toplanabilir:

II.3.1. Siyasi Liderlik

e-Devlet gibi büyük çaplı BT projeleri için siyasi liderlik ve kararlılık hayati önem taşımaktadır. Diğer taraftan bu projelerin başarısız olması halinde siyasi maliyetlerinin yüksekliği ise siyasi kararlılığı engelleyen bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (OECD, 2001). Belki de bu nedenle yakın zamana kadar e-Devlet projesinin, Türkiye'de siyasal öncelikler arasında yer almadığı gözlenmiştir (Engin, 2003: 14). Oysa çalışmada değinilen İngiliz ve Fransız örneklerinde hükümetlerin yapılan çalışmaları güçlü bir şekilde desteklediği görülmektedir. Kamu kesiminde büyük çaplı dönüşüm çalışmalarının arkasında siyasi destek olmadan başarıya ulaşma şansının oldukça sınırlı olduğu bilinmektedir. Türkiye bu sıkıntıyı MERNİS projesinde yaşamış ve sahipsiz

kalan projenin uygulamaya geçirilmesi 30 yıl sürmüştür. Bununla birlikte, BT çalışmalarının 2003 yılında hükümetin “acil eylem planına” girmesinin ardından son yıllarda siyasi destek açısından olumlu bir adım atıldığı görülmektedir.

II.3.2. Bütçe Kısıtları

e-Devlet programları bütçe kısıtları içinde yürütülmeye çalışılmaktadır. Türkiye’de son yıllarda yaşanan krizler, bilişim yatırımlarının GSYİH içindeki payının sürekli olarak düşmesine yol açmıştır (Eurostat, 2005a). Ancak BT yatırımlarının ihmal edildiğinin farkına varıldığı ve 2004 yılı Yatırım Programında BT yatırımlarına ayrılan ödeneğin bir önceki yıla göre % 34 artırılarak 209 milyon dolardan 281 milyon dolara; 2005 yılı yatırım programında ise %9,6’lık artışla 308 milyon dolara yükseltildiği görülmektedir. Bununla birlikte bu rakamlar AB ülkeleriyle kıyaslandığında son derece düşük kalmaktadır.

II.3.3. Eğitim ve Danışmanlık

Hem kamu personeli hem de yurttaşlar açısından e-Devlet projesine geçiş aşamasında eğitim ve danışmanlık hayati bir role sahiptir. Bilgisayar ve İnternet kullanımı bilgi ve becerisi, e-Devlet projesinin başarısını etkileyen temel faktörlerden birisidir (OECD, 2003b). Eğitim sorunu aşılamadığı takdirde, hizmetlerden yararlanma konusunda toplum katmanları arasında bir “dijital bölünmenin” (digital divide) yaşanması da kaçınılmaz olacaktır. Yani elektronik ortamda sunulan hizmetlere erişebilen kesim ile bilgisayar bilgisinin yetersizliği ve maddi yokluklar nedeniyle erişemeyen kesimin kamu hizmetlerinden yararlanma düzeyi arasındaki fark, inanılmaz ölçüde yüksek olabilecektir. Bu nedenle Türkiye’nin bilgisayar ve İnternet kullanımına yönelik ciddi bir eğitim hamlesine ihtiyacı bulunmaktadır.

II.3.4. Telekomünikasyon Altyapısı Sorunları ve İnternet Erişimi İmkânlarının Sınırlılığı

Altyapı sorunu sadece Türkiye için değil tüm gelişmekte olan ülkeler için önemli bir engel oluşturmaktadır (Worldbank Report, 2002). Yukarıda eğitim başlığı altında bahsedilen dijital bölünme tehlikesinin bir diğer önemli kaynağı altyapı yetersizliğidir. Özellikle kırsal alanda telekomünikasyon altyapısı tamamlanamadığı takdirde İnternet erişiminde sorunlar yaşanacağından dolayı, vatandaşlara her türlü eğitim ve danışmanlık hizmeti verilse dahi, kentsel ve kırsal bölgeler arasında bir uçurum oluşması (dijital bölünme) engellenemeyebilir.

Dijital bölünmenin engellenebilmesi amacıyla çok yüksek maliyetli olmayan bazı destekleyici çözüm alternatiflerinden de yararlanılabilir. Söz konusu alternatiflerden biri cep telefonlarından e-Devlet uygulamalarında yararlanılmasıdır. Bilindiği gibi WAP (Wireless Application Protocol/Kablosuz Uygulama Protokolü) teknolojisi uyumlu cep telefonları ile İnternette yine WAP uyumlu web siteleri üzerinden işlem yapabilmek mümkündür⁶. Türk insanının, özellikle de genç kesimin yüksek teknoloji ürünleri kullanma konusundaki istekliliği Türkiye’de WAP uyumlu telefonların çok hızlı bir şekilde yayılmasına yol açmıştır. Kamu web sitelerinin de WAP uyumlu versiyonlarının kurulması ile erişim sorunları önemli ölçüde hafifletilebilir (en azından söz konusu telefonları kullanabilen toplum kesimleri için), çünkü bu sayede cep telefonunun kullanılabilirdiği her noktadan bir bilgisayara ve İnternet hattına gerek kalmadan e-işlem yapmak mümkün olabilecektir. Ancak uygulamanın yaygınlaşabilmesi için vergiler ve kullanım ücretleri konusunda özendirici politikalar izlemek gerekmektedir.

Geniş toplum kesimlerine İnternet erişimi sağlamak amacıyla başka yöntemler geliştirildiği de görülmektedir: İnternet-kafelerden yararlanılması, halkın kullanımı için ücretsiz bilgisayar merkezleri açılması, okul ve halk kütüphanelerine bilgisayar yerleştirilmesi gibi uygulamalar bunlar arasında sayılabilir. Ancak halka açık mekânlarda kullanılan bilgisayarlarda veri güvenliğinin sağlanabilmesi önemli bir sorun olduğundan, bu yöntemlerden fayda elde edilebilmesi kolay değildir. Bu noktada atılabilecek belki de en önemli adım, devlet desteği ve vergi indirimleri ile halkın bilgisayar sahibi olmasının özendirilmesi ve İnternet kullanım ücretlerinin düşürülmesidir. Kısa vadede vergi gelirlerinde belirli bir düşüş yaratacak olan bu proje, halkın bilgisayar okuryazarlığının artması ile sonuçlanacak ve orta vadede bilgi toplumu standartlarının yakalanması ve e-işlemlerin yaygınlaşması ile devlet ve vatandaş bütçesine çok daha yüksek ölçüde katkı sağlayacaktır. Ortalama olarak her 100 aileden 45’inin bir bilgisayara sahip olduğu AB ülkelerinde (Türkiye’de bu oran %7’dir) e-işlemlerin ekonomiye sağladığı katkılar üzerine yapılan çalışmalar bu düşünceyi desteklemektedir (bkz. e-Government, 2004).

II.3.5. Koordinasyon, Ortak Strateji ve Standart Eksikliği

Kamu kurumlarınca yürütülen e-Devlet projelerinin önemli sorunlarından biri de koordinasyon, strateji ve standart eksikliğidir. İngiltere ve Fransa örneklerinde de değinildiği gibi e-Envoy, MTIC ve DIRE gibi koordinasyon, ortak strateji ve ortak standart sağlayıcı kurumların, BT çalışmalarının başlatıldığı tarihlerde oluşturularak yönlendirme görevini üstlendikleri görülmektedir. Ardından da bütün kurumlar tek bir e-Devlet kapısında (İngiltere’de “direct.gov” ve Fransa’da “service-public”) birleştirilerek kamu kesimindeki çalışmalar entegre edilmiştir. Türkiye ise BT çalışmalarında son

birkaç yıla kadar ciddi bir parçalanmışlık yaşamıştır ve bazı alanlarda halen bu sorunların devam ettiği de görülmektedir. Mevcut durum, 2003 yılından bu yana koordinasyon birimi görevini üstlenen DPT Bilgi Toplumu Dairesinin daha etkin bir şekilde çalışması zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, halen kamu kurumlarına ait web sayfalarının herhangi bir ortak tasarım standardından yoksun olduğu görülmektedir. Mevcut uygulamalar e-Devlet modeli açısından henüz başlangıç düzeyinde sayılabilir, çünkü kurumların bilgi sistemleri arasında “birlikte işlerlik” (interoperability) ve “veri paylaşımı ortamı” henüz tam anlamıyla sağlanamamış durumdadır. Başka bir ifade ile, ülkemizdeki genel uygulama, halen “e-Devlet” düzeyinde değil, “e-kurum” düzeyinde bulunmaktadır (DPT, 2004).

II.3.6. Çevrimiçi Ödeme ve Elektronik İmza

Kamu kurumlarına ait web sitelerinde, henüz “çevrimiçi ödeme” yapma oranı çok düşüktür, ayrıca bu sitelerde halen “elektronik imza” kullanımı mevcut değildir. World Markets Research Center (WMRC) tarafından 2001 yılında gerçekleştirilen ve 196 ülkede 2.288 kamu web sitesini kapsayan bir inceleme, bu oranların genel olarak dünya ülkeleri arasında da çok gerilerde olduğunu göstermiştir. Örneğin dünya genelinde kamu web sitelerinin ancak %1’inde kredi kartı ile ödeme yapılabilen, sadece 2’inde de (Tayvan resmi web sitesi ve İrlanda Vergi Bakanlığı sitesi) elektronik imza kabul edilmektedir (WMRC, 2001). Ancak araştırmanın gerçekleştirildiği 2001 yılından bu yana pek çok gelişmiş ülkede söz konusu uygulamaların yaygınlaştığı görülmektedir. Türkiye’de, 15 Ocak 2004 tarihinde çıkarılan 5070 sayılı “Elektronik İmza Kanunu” ile bu alanda önemli bir adım atılmıştır⁷, ancak uygulamanın henüz yaygınlaştırılmadığı gözlenmektedir. Oysa İnternet üzerinde elektronik imza kullanımının yaygınlaşması ve kamu web siteleri üzerinden kredi kartları veya banka hesaplarının kullanılması suretiyle ödeme yapılabilmesi, e-Devlet çalışmalarından beklenen para ve zaman kazanımlarının en üst düzeye çıkarılabilmesine önemli katkılarda bulunacaktır.

Yukarıda sıralanan eksikliklere rağmen, Türkiye’de hem vatandaşlar hem de kamu kurumları tarafından e-Devlet projesi ve uygulamalarına verilen önemin giderek arttığı ve e-Devlet modeline uygun bir kültürün giderek yaygınlaşmakta olduğu gözlenmektedir. Bu gelişmenin, e-Dönüşüm Türkiye Projesi çerçevesinde yürütülen e-Devlet çalışmalarında ve hizmetlerin entegrasyonunda kolaylaştırıcı rol oynayabileceği düşünülmektedir.

SONUÇ

Türkiye, 2001 yılından itibaren “e-Avrupa+” girişimine uyum çalışmaları çerçevesinde hazırlanan “e-Türkiye” (2001-2002 dönemi) ve “e-Dönüşüm

Türkiye” (2003-2004 dönemi) projeleri ile e-Devlet çalışmalarında yeni bir döneme adım atmıştır. Söz konusu projeler sayesinde Türkiye’de kamu hizmetlerinde BT çalışmalarının belirli bir stratejiye kavuştuğu görülmektedir. Bununla birlikte, AB’nin elektronik ortamda sunulmasını öngördüğü ve bu çalışmada karşılaştırma amacıyla temel alınan 20 kamu hizmeti çerçevesinde, Türkiye’nin eAvrupa hazırlık düzeyinin henüz istenilen noktaya ulaşmadığı da bir gerçektir. Buna ek olarak gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında Türkiye’de, vatandaşların İnternet erişim imkânlarının e-Devlet çalışmalarından arzu edilen faydanın sağlanmasını engelleyecek ölçüde düşük olduğu da görülmektedir⁸. Bütün bu göstergeler, Türkiye’nin kamu kurumlarındaki e-Devlet çalışmalarının yanı sıra, vatandaşların bu hizmetlere erişim imkânlarını artıracak altyapı çalışmalarında da ciddi bir atılım yapma zorunluluğu ile karşı karşıya olduğunu gözler önüne sermektedir.

BT alanında bir atılımın Türkiye açısından anlamı büyüktür, çünkü 21. yüzyılın bilgi tabanlı yeni dünya sisteminde, devletlerin BT kullanımındaki başarılarının, siyasi ve ekonomik alandaki başarıyı da beraberinde getirmesi beklenmektedir. Dolayısıyla e-Devlet projesi, Türkiye için hem Avrupa Birliği’ne üyelik hem de çağdaşlaşma ve bilgi toplumu standartlarına ulaşma hedefleri açısından büyük önem arz etmektedir. Çalışmanın son kısmında eAvrupa+ kriterlerine uyum sürecindeki sorunlar başlığı altında sıralanan engellerin ortadan kaldırılabilmesi halinde Türkiye’nin e-Devlet dönüşümü sürecinin ivme kazanacağı düşünülmektedir. Bu aşamada, söz konusu sorun alanlarını dikkate alarak hazırlanacak kapsamlı ve uzun vadeli bir “stratejik e-Devlet programının” son derece olumlu bir başlangıç olacağı düşünülmektedir. Ancak bu alanda yapılması gereken belki de ilk ve en temel şey, bilgi toplumuna geçişi öngören “e-Devlet projesinin”; kamu kesimi, özel kesim, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve ilgili tüm taraflar arasında gerçekleştirilecek bir toplumsal mutabakat ile Türkiye’nin siyasi öncelikleri arasına girmesinin sağlanmasıdır. Böylece Türkiye’nin, yakın gelecekte “*Avrupa Bilgi Toplumunun*” bir parçası olması yolunda oldukça önemli bir adım atılmış olacaktır.

NOTLAR

¹ ABD’de yapılan hesaplamalarda 1973-1995 döneminde yıllık verimlilik artış oranının %1,4 olduğu, BT yatırımları nedeniyle 1990’ların ikinci yarısında bu oranın yıllık %2,5’e, 2000’li yılların başında ise %5’e yükseldiği saptanmıştır (Uğur, 2003: 97).

² Başlangıçta “eEurope-like Action Plan” olarak adlandırılan bu girişim, daha sonra eAvrupa+ adını almıştır (Pak, 2001: 10).

³ Türkiye’de e-Devlet tanımının kapsamına “tüm kamu hizmetlerinin” dahil edildiği görülmektedir. Oysa eAvrupa projesi sınıflandırmasında e-Devlet hizmetleri; sağlık,

eğitim ve ticaret alanları dışında kalan kamu hizmetlerini temsil etmektedir. Bu sınıflamaya göre e-Devlet kapsamındaki kamu hizmetleri şu şekilde sıralanabilir; geniş bant İnternet altyapısının sağlanması, kamu kurumlarına ait BT uygulamaları arasında birlikte işlerliğin (interoperability) gerçekleştirilmesi, etkileşimli (interactive) hizmet sunumu, kamu ihalelerinin İnternet üzerinden yapılması, vatandaşların bilgiye erişiminin kolaylaştırılması (eEurope 2005: 11).

⁴ Türkiye’de e-Devlet projelerinin geçmişi ve bugünü hakkında daha detaylı bilgi için bkz. Arifoğlu vd., 2002; Uçkan, 2003: 115-309; Bilişim Şurası, 2002: 297-301; Masaracıoğlu, 1998: 25; McIsaac vd., 2000: 155; Omur, 1997: 80-5; Mellor ve Parr, 2002; TBD, 2004: 5-8, DPT, 2003; DPT, 2004; DPT, 2005.

⁵ Bkz. Resmi Gazetenin 9 Ocak 2005 tarihli mükerrer sayısında yer alan “2005 Kamu Yatırım Programı”

⁶ WAP (Wireless Application Protocol/Kablosuz uygulama Protokolü) teknolojisi ile mobil telefonlar ve avuçiçi bilgisayarlar (PDA) gibi mobil iletişim araçları üzerinden kabloyla herhangi bir noktaya bağlı olmadan İnternet erişimi sağlanabilmektedir.

⁷ Elektronik imza uygulamaları ile ilgili ek bilgi için bkz. Özel vd, 2004: 28; Bilişim Şurası, 2002: 363; Mario, 2001; Kocaman, 2001: 102-116.

⁸ Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan ve 4 Kasım 2003 tarihinde Mexico City’de kamuoyuna açıklanan “2003 Dünya Kamu Sektörü Raporu: e-Devlet” başlıklı araştırmada Türkiye’de her 100 kişiye düşen bilgisayar sayısının 4 olduğu ve her 100 kişiden ancak 7’sinin İnternete erişebildiği belirtilmektedir (UNPAN, 2003).

KAYNAKLAR

Akdeniz, Y. (2003) **Beyaz Kitap: İnternet’in Çok Taraflı Yönetimi-Türkiye’deki Politika Yaratma Sürecinin Çağdaşlaşmasına Doğru**, Türkiye Bilişim Vakfı Dizisi: 1, İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Akgül, M. (2001) “E-Türkiye Masalı”, **TBD Bilişim: Bilişim Kültürü Dergisi**, Haziran 2001, 12.

Arifoğlu, A., A. Körnes, A. Yazıcı, M.K. Akgül ve A. Ayvalı (2002) **E-Devlet Yolunda Türkiye**, Ankara: Türkiye Bilişim Derneği.

Bilişim Şurası (2002) “Bilgi Toplumuna Doğru: Türkiye Bilişim Şurası Taslak Raporu”, **Türkiye Bilişim Şurası**, Ankara: Başbakanlık.

Brown, M. M. and C. Brudney (1998) “A ‘Smarter, Better, Faster, and Cheaper’ Government”, **Public Administration Review**, 58(4), 335-345.

Dogac, A., A. Acar and M. Putnam (2002) “.tr”, **Country Profiles: CID Harvard and World Economic Forum**, Human Development Index of the UN Development Programme, Erişim Tarihi: Nisan 2005, <http://www.cid.harvard.edu/cr/profiles.html>

- DPT (2001) **Elektronik Devlet: Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında Yeni İmkânlar**, Ankara: DPT.
- DPT (2003) **E-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı 2003-2004**, Ankara: DPT.
- DPT (2004) **e-Devlet Proje ve Uygulamaları**, Ankara: DPT.
- DPT (2005) **e-Dönüşüm Türkiye Projesi 2003-2004 KDEP Uygulama Sonuçları ve 2005 Eylem Planı**, Ankara: DPT/Bilgi Toplumu Dairesi.
- Drucker, P.F. (1994) **Yeni Gerçekler**, (çev. B. Karanakçı), Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Drucker, P.F. (2000) **21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları**, (çev. İ. Bahçivangil ve G. Gorbon), İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- eEurope (2000) **eEurope: An Information Society for All**, Avrupa Konseyi Raporu, 23-24 Mart 2000, Lizbon, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/news_library/pdf_files/initiative_en.pdf
- eEurope+ (2001) **eEurope+ Action Plan: A Co-operative Effort to Implement the Information Society in Europe**, Avrupa Komisyonu Raporu, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://europa.eu.int/information_society/topics/international/regulatory/eeuropeplus/action_plan/index_en.htm>
- eEurope+ 2003 (2002) **eEurope+ 2003: Progress Report**, Avrupa Komisyonu Raporu, Erişim Tarihi: Nisan 2005, <http://www.eeurope-plus.org>
- eEurope-plus (2004) **eEurope-plus home page**. Erişim Tarihi: Nisan 2005. <http://www.eeurope-plus.org>
- eEurope 2002 (2000) **eEurope 2002: An Information Society for All-Action Plan**, Avrupa Konseyi ve Avrupa Komisyonu Raporu, 14.06.2000, Brüksel, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/action_plan/pdf/actionplan_en.pdf
- eEurope 2005 (2002) **eEurope 2005: An Information Society for All**, Avrupa Konseyi Raporu, 21-22 Haziran 2002, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/action_plan/text_en.htm
- eGovernment (2004) **Top of the Web: User Satisfaction and Usage Survey of eGovernment services**, Avrupa Komisyonu Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü (DG Information Society European Commission) e-Devlet Birimi (eGovernment Unit) için Aralık 2004'te Hazırlanan Rapor, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://europa.eu.int/information_society/activities/egovernment_research/doc/top_of_the_web_report_2004.pdf

- Engin, A. (2003) "E-Türkiye", **MESS İşveren Gazetesi**, 40(768), 14.
- Eren, A. (2004) **Kamuda Entegrasyon: Yaşam Süreçleri Odaklı Devlet Kapısı**, e-Devlet, Sayı 6, Kasım.
- Erkan, H. (1998), **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Eurostat (2005a) "Expenditure on Information Technology as a percentage of GDP", **Eurostat Structural Indicators, Innovation and Research, ICT Expenditure-IT Expenditure as a Percentage of GDP**, Newcronos veritabanı. Erişim tarihi: Nisan 2005. http://europa.eu.int/comm/eurostat/newcronos/reference/display.do?screen=detailref&language=en&product=STRIND_INNORE&root=STRIND_INNORE/innore/ir071
- Eurostat (2005b) "Percentage of Households who have Internet Access at Home", **Eurostat Structural Indicators, Innovation and Research**, Newcronos veritabanı. Erişim tarihi: Nisan 2005. http://europa.eu.int/comm/eurostat/newcronos/reference/display.do?screen=detailref&language=en&product=STRIND_INNORE&root=STRIND_INNORE/innore/ir031
- Eurostat (2005c) "E-government usage by individuals", **Eurostat Structural Indicators, Innovation and Research**, Newcronos veritabanı. Erişim tarihi: Nisan 2005. http://europa.eu.int/comm/eurostat/newcronos/reference/display.do?screen=detailref&language=en&product=STRIND_INNORE&root=STRIND_INNORE/innore/ir111
- Eurostat (2005d) "E-government on-line availability", **Eurostat Structural Indicators, Innovation and Research**, Newcronos veritabanı. Erişim tarihi: Nisan 2005. http://europa.eu.int/comm/eurostat/newcronos/reference/display.do?screen=detailref&language=en&product=STRIND_INNORE&root=STRIND_INNORE/innore/ir100
- Everard, J. (2000) **Virtual States: the Internet and the Boundaries of the Nation State**, London: Routledge.
- Fishenden, J. ve O. Bell (2002) **Elektronik Devlet Hizmetleri Altyapısı İş Raporu**, New York: Microsoft Corporation.
- Kayakutlu, G. (2001) "E-Ticaret: Hızlı Mı Olsun, Doğru mu?", **TBD Bilişim: Bilişim Kültürü Dergisi**, Haziran 2001, 49, 50.
- Kocaman, A. (2001) "Elektronik Ticaretin Türk Hukuku Açısından İncelenmesi ve Öneriler", **Elektronik Ticaret, Rekabet Hukuku ve Tüketicinin Korunması Hukuku Semineri**, Ankara.

- Lehr, W. and F. R. Lichtenberg (1998) "Computer Use and Productivity Growth in US Federal Government Agencies, 1987-92", **The Journal of Industrial Economics**, 46(2), 257-279.
- Mario, M. (2001) "Teknolojik Açıdan Elektronik Ticaret", (çev. N. Günel) **Noterlik Hukuku Sempozyumu VII**, Ankara.
- Masaracıoğlu, Ö. (1998) "Yüce Divan, Bilgisayar Dünyası İle Tanışıyor", **Bilişim**, 68, Mart, 25.
- McIsaac, M.S. vd. (2000) "Computer Links to the West: Experiences form Turkey" in A. De Vaney (der.), **Technology and Resistance**, New York: Peter Lang Pub., 153-165.
- Mellor, W. and V. Parr (2002) **Government Online – Turkey Report**, Taylor Nelson Sofres.
- Miller, D. and D. Slater (2000) **The Internet: An Ethnographic Approach**, Oxford: Berg.
- Munyar, V. (2003) "Seçimi, Sayımı Görelim, e-Devleti Anlayalım", **Bilişim Kültürü Dergisi**, Sayı: 85.
- OECD (2001) **The Hidden Threat to e-Government**, PUMA Policy Brief, No: 8, March.
- OECD (2003a) **The e-Government Imperative: Main Findings**, Policy Brief, OECD Observer, March.
- OECD (2003b) **Engaging Citizens Online for Better Policy-Making**, Policy Brief, OECD Observer, March.
- Omur, O. (1997) "Sanayi ve Sanat Bağlamında Katma Değerli Ürün Yaratma", **Sanayi ve Sanat**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 5. Ulusal Sanat Sempozyumu.-Beytepe, 80-85.
- Pak, N.K. (2001) "Avrupa+Girişimi", **TBD Bilişim: Bilişim Kültürü Dergisi**, Haziran, 10, 11.
- Rand Europe (2003) **Benchmarking e-Government in Europe and the US**, SIBIS, Erişim Tarihi: Nisan 2005. <http://www.sibis-eu.org>
- Slevin, J. (2001) **The Internet and Society**, Malden, MA: Blackwell Publishers Inc.
- TBD (2004) **E-Devlet Yolunda Kamu Kurumları Uygulamaları (E-Kurumlar)**, Türkiye Bilişim Derneği E-Devlet Uygulamaları Konferansı ve Sergisi, 9-10 Mart, Ankara.
- Toffler, A. (1989) **The Third Wave**, New York: Bantam Books.

- Toffler, A. ve H. Toffler (1996) **Yeni Bir Uygarlık Yaratmak: Üçüncü Dalganın Politikası**, (çev. Z. Dicleli), İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Toffler, A. ve H. Toffler (1997) **Geleceği Yeniden Düşünmek: İş Yönetimi, Rekabet, Kontrol, Liderlik, Pazarlar ve Dünya**, (Der. R. Gibson; çev. S. Gül), İstanbul: Sabah Kitapçılık.
- TÜSİAD (2001) **Avrupa Birliği Yolunda Bilgi Toplumu ve eTürkiye**, İstanbul: TÜSİAD.
- Uçkan, Ö. (2003) **E-Devlet, E-Demokrasi ve Türkiye**, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Uğur, A. (2003) “E-Yurttaş Dönemi”, **Yarına Mektup: Yöneticilerin Gözüyle Teknolojinin Getirdikleri**, İstanbul: Capital, Nisan 2003.
- UNPAN (2003) **2003 World Public Sector Report: E-government**, United Nations Online Network in Public Administration and Finance, Erişim Tarihi: Nisan 2005. http://www.unpan.org/dpepa_worldpareport.asp
- UNDPEPA-ASPA (2001) **Benchmarking e-Government: A Global Perspective**, Birleşmiş Milletler Kamu Ekonomisi ve Kamu Yönetimi Birimi (UNDPEPA) ve Amerikan Kamu Yönetimi Derneği (ASPA) Ortak Raporu.
- Uyaniker, L. (2005) “E-beyannameden 7 Milyon Dolar Tasarruf Bekleniyor”, **e-devlet**, sayı 7, Mart 2005.
- Welch, E. and W. Wong (1998) “Public Administration in a Global Context: Bridging the Gaps of Theory and Practice between Western and non-Western Nations”, **Public Administration Review**, 58(1), 40-49.
- WMRC (2001) **World Markets Research Centre Global E-Government Survey 2001**, World Markets Research Centre, Erişim Tarihi: Nisan 2005. http://www.worldmarketsonline.com/e_gov_report.html
- Worldbank Report (2002) **Roadmap for E-Government in the Developing World: 10 Questions E-Government Leaders Should Ask Themselves**, The Working Group on E-Government in the Developing World, April 2002, Erişim Tarihi: Nisan 2005, http://www1.worldbank.org/publicsector/e_gov/e-gov.final.pdf

BÜROKRASI-DEMOKRASİ İLİŞKİSİ ve HESAP VEREBİLİRLİK YAKLAŞIMI

Asım BALCI*

Öz

Modern toplumlar devlet işlerinin yürütülmesi için bürokrasilere gereksinim duyarlar. Geçmişte, ortadan kalkacağına yönelik tahminlere rağmen bürokrasi hala ayakta olup gücünü devam ettirmektedir. Bürokrasi ve demokrasi arasında kompleks ve bazen de paradoksal bir ilişkiler zinciri söz konusudur. Bir taraftan bürokrasi demokrasi için zorluklar ve tehditler yaratırken diğer taraftan da demokratik ideallere ulaşılması için vazgeçilmez bir aygıt konumunu sürdürmektedirler. Bu çalışmada, ilgili literatürde yer alan bürokrasi ve demokrasiye yönelik çözülememiş tartışmaların altı çizilirken tarihsel gelişmelere referanslar verilmektedir. Buna ek olarak, bürokrasi ve demokrasinin birbiriyle ne ölçüde uzlaştığı da yanıtı aranan bir sorudur. Çalışmanın sonuç bölümünde de, bürokrasinin demokrasi ile daha iyi uzlaşmasına yönelik pratik bazı öneriler ve bu bağlamda hesap verebilirlik yaklaşımının sorunun çözümüne katkıları tartışılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Bürokrasi, bürokrasi ve demokrasi, hesap verebilirlik.

Abstract

Bureaucracy-Democracy Relations And Accountability Perspective

Modern societies depend upon bureaucracies to administer their governmental affairs. Despite earlier predictions of the demise of bureaucracy, it is still alive and has strengthened its power. There exists a set of complex and sometimes paradoxical relationships between bureaucracy and democracy. On the one hand, bureaucracies create difficulties and pose threats for democracies, on the other hand, they are indispensable features for the achievement of democratic ideals. This article highlights some of the unsettled controversies between bureaucracy and democracy in the related literature by taking into account of historical developments. Next, to what

*Yrd.Doç.Dr., Muğla Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, MUĞLA,
balci1@yahoo.com

extent are bureaucracy and democracy compatible with each other is a question that is discussed in the analysis. In the end, some suggestions particularly an accountability perspective, a viable solution for the problems discussed, are analyzed to make bureaucracy conducive to democracy.

Keywords: Bureaucracy, bureaucracy and democracy, accountability.

GİRİŞ

Örgütler ister özel isterse kamu kesimine ait alanda faaliyet gösterebilirler, hepsi de bürokratik özelliklere sahip yapılar tarafından yönetilmektedirler. İnsanlar giderek daha fazla bürokratikleşen toplumlarda yaşamaya başlamakta; bu açıdan bürokratikleşme, bütün örgütler için gündemde bulunmakta ve tartışma konusu yapılmaktadır (Gruber, 1987: 1; Wilson, 1989: ix; Aykaç, 1997: 1; Eryılmaz, 2002: 18-21). Modern toplumların üstesinden gelmek zorunda oldukları konulardan biri de bürokrasi ve demokrasinin uzlaştırılması sorunudur. Devletler bir taraftan siyasal olarak demokrasi ile yönetilirken diğer taraftan da örgütlerin ve kaynakların yönetimi için etkinliği (efficiency) ve etkenliği (effectiveness) sağlamak için bürokrasiyi kullanmaktadırlar. Ancak, toplumsal talepler ve değişen ekonomik ve sosyal şartlar modern bürokrasinin de gelişerek değişimine yol açmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde bu iki kavramın ne ölçüde uzlaştığına yönelik değişik deneyimler söz konusudur. Yine aynı bağlamda, bürokrasinin anti-demokratik olumsuz sonuçları da bu süreçte gündeme gelmiştir. Özellikle bürokrasinin uzmanlığa dayanması, profesyonelliği öne çıkarması, gizliliği ilke olarak ele alması ve hiyerarşik oluşu gibi konular demokratik yönetim ilkeleri ile bağdaşması zor olan noktalar arasındadır. Öte yandan, demokrasinin de bürokrasiyi tam anlamıyla kontrolü altına alması veya baskı altında tutması da arzu edilen bir durum değildir. Çünkü böyle bir ortam, bürokrasinin varoluş nedeni olan etkinliği ve rasyonelliği sağlamasına olanak tanımayacak ve sonuçta demokrasinin de amaçlarına ulaşmasını engelleyecektir.

Bu bağlamda, bürokrasi ve demokrasi¹ arasındaki anlaşmazlık noktaları gerek kamu yönetimi ve gerekse siyaset bilimi literatürüne değişik açılardan konu olmuş ve bunların birçoğu günümüze dek değişik boyutlarda tartışılmıştır. Bu çalışmalar demokrasi ve bürokrasi arasında anlaşmazlıkların halen süregeldiğini göstermektedir. Örneğin bir kamu yönetimi teorisyeni, modern veya geleneksel hiçbir bürokrasinin demokratik olmadığını çünkü bürokrasilerin yönetsel ve hiyerarşik temele dayandıklarını belirtmektedir (Riggs, 1997: 347).

Bürokrasi ve demokrasinin birbiriyle çeliştiğini savunanlarla uzlaştığını savunanlar ya da ikisi arasında orta bir yol bulmaya çalışanlar arasındaki tartışmalar güncelliğini korumaktadır. Teorideki bu tartışmalar, gerçek hayatta da yansıma bulmakta ve demokrasilerle bürokrasileri daha uyumlu hale getirme çalışmaları zaman zaman değişik ülkelerde ve farklı boyutlarda gündeme gelmektedir. Gelişmiş ülkelerde bürokrasi-demokrasi tartışması bir ölçüde ikinci planda kalsa da, özellikle gelişmekte olan ülkelerde henüz tam anlamıyla oturmamış demokratik değerler, kurumlar ve gelenekler nedeniyle tartışmalar halen sıcaklığını korumaktadır. Literatüre bakıldığında, gelişmiş ülkelerde bürokrasi-demokrasi tartışmasının geçmiş yıllarda yapıp konu hakkında akademisyenler ve uzmanlar arasında bir ölçüde uzlaşıya varıldığı gözükmektedir. Ancak, politika oluşturma konusunda bürokrasi giderek daha fazla güce kavuştukça da bu konunun, önemini korumaya devam edeceği öngörülmektedir (Gormley ve Balla, 2004: 164). Bununla birlikte, bürokrasi ile siyasal kurumların ilişkisini tamamlayan ve önemini giderek arttıran yeni kurumlar ve kavramlar da gündeme getirilerek demokrasilerle bürokrasilerin daha iyi kaynaştırılmasına katkıda bulunmaktadır. Bunlar arasında son zamanlarda gündeme getirilen iki kavram “hesap verebilirlik” ve “performans” olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, bürokrasi ve demokrasi ilişkisinin tarihsel geçmişi incelenerek günümüzde karşılaşılan sorunlar doğrultusunda konunun tartışılmasına katkıda bulunulması ve “hesap verebilirlik yaklaşımı”nın bu ilişkiye getirebileceği perspektifin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kontrol ve koordinasyonu sağlaması nedeniyle yönetimde etkinliğe bürokrasi ile ulaşılabileceğinin ortaya çıkması (Weber, 1994: 4-13; Smith, 1988: 1; Blau ve Meyer, 1987: 185) aynı zamanda modern devletlerde “bürokratikleşme” denilen olgunun da başlamasına denk düşmektedir. Bürokratikleşme değişik anlamlara gelebilen bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Eryılmaz, bürokratikleşmeyi, “kamu ve özel örgütlerin sayı ve hacim bakımından büyümesi ve güçlerinin artması; işlerin sistematik hale gelmesi; yapısal ve işlemsel bakımdan Weberyen anlamda bürokratik niteliklerin örgütlerde egemen olması süreci” olarak tanımlamaktadır (Eryılmaz, 2002: 71).

Özellikle, büyük ölçekli örgütlerin bürokratikleşmesinin adeta kaçınılmaz bir olgu haline gelmesi ve bürokrasinin büyüyerek yaygınlaşması karşısında bir çok kişi ve grup bu durumun demokrasi için bir tehdit oluşturabileceği savını (Etzioni-Halevy, 1985: 2) öne sürmeye başlamıştır. Büyük ölçekli bürokratik

öğütlerin kontrolünün sağlanması sadece kamu yönetiminin değil aynı zamanda özel şirket yönetimlerinin de önemli sorunlarından biridir. Özellikle, kamu örgütlerinin yaptıkları yeni düzenlemelerle bürokrasi genişlemekte ve böylece de “toplum giderek bürokratikleşmektedir” (Eryılmaz, 2002: 19). Ancak ne var ki, Blau ve Meyer (1987: 13) aşırı bürokratikleşmenin bürokrasinin tahakkümüne ve toplumun demokratik kurumlara olan güveninin azalmasına yol açabileceğini belirtmektedirler. Yates de (1982: 1), giderek daha fazla bürokratikleşen karar alma mekanizmalarından yakılarak mevcut durumu “bürokratik demokrasi” olarak adlandırmaktadır. Peters (1978: 28) ise daha da ileri giderek komünizm ya da kapitalizmin bir tehlike olmadığını, ancak bürokrasinin bir düşman olabileceğini ilan etmektedir. OECD de (1987: 67) bir raporunda, bürokratların, genel olarak, içsel bakış açısına sahip olduklarını ve bu bağlamda çalışma koşullarının, değerlerinin, kıdemlerinin, güvenlik ve statülerinin yaptıkları işleri ve performanslarını doğrudan etkilediğini ve demokratik olarak halka cevap verme (responsiveness) kapasitelerini belirlediğini vurgulamaktadır.

Öte yandan, demokrasinin de, bürokrasi için tehditler oluşturabileceği durumlar bulunmaktadır. Bürokratlar ile seçilmişlerin uyuşmadığı bazı demokratik yönetimlerde bürokrasinin hem bağımsız olması istenmekte hem de hizmet edici olması beklenmektedir. Bunun yanında, bürokrasinin aynı anda hem siyasal olması ve hem de siyasetten uzak olması istenmektedir. Sonuçta bürokrasi ve demokrasi arasında kolay olmayan hatta paradoksal bir ilişkinin var olduğu (Etzioni-Halevy, 1985: 2) ve ayrıca teoriye ve pratiğe dayanan çatışma alanlarının bulunduğu (Burke, 1989: 180) söylenebilir. Bazı yazarlar, daha da ileri giderek, bürokrasi ile demokrasinin uyuşmasının mümkün olmadığını belirterek kötümser bir tablo çizmektedirler. Onlara göre, bürokrasi ile demokrasi, dayandıkları değerler ve yapılar itibarı ile birbirine zıttır ve çatışma kaçınılmazdır. Tek çözümü ise bürokrasinin değer ve yapı olarak daha demokratik olmasında görürler (Cox vd., 1994: 159-161).

Bu tartışmalar göstermektedir ki, bürokrasi-demokrasi ilişkisinin sağlıklı temellere oturabilmesi ve yürütülebilmesi günümüz demokrasilerinin baş etme zorunda oldukları temel sorunlardan biridir.

Bürokrasinin demokrasi ile bağdaşmayacağını savunanlarla, tersini savunanların dayandıkları tezler günümüzde geçerliliğini sürdüren ama temelleri oldukça eskilere kadar giden geleneklere işaret etmektedirler (Hwang, 1999: 35-37). Buna göre, dayanağını, kamu yönetimi disipliniinde “yağma sistemi” olarak adlandırılan ve “Jacksonianism” diye de bilinen anlayıştan alan ilk görüş, bürokrasi ve demokrasinin birbiriyle uzlaşmadığı varsayımına

dayanarak kamusal işlerin “normal bir zekaya sahip her insanca” görülebileceğini savunmaktadır. Böylece, her yeni iktidar işbaşına geldiğinde kendi taraftarlarını iş sahibi yapma olanağını bulacak uygun, kendilerince “demokratik”, bir altyapıyı bulmuş olacaktır. Bu anlayış, demokrasi adına bürokrasiyi tamamen siyasetin egemenliğine terk etmektedir. Aynı şekilde, her iki kavramın uzlaştığını söyleyenler de, “Jacksonian demokrasi” döneminden sonra gelen “progressiveler hareketi” zamanından başlayarak ortaya çıkan “klasik kamu yönetimi” anlayışına dayanmaktadırlar. Bu görüşe göre de, bürokrasinin amacı etkinlik ve etkenliği sağlamak olduğu için siyaset ve yönetim birbirinden ayrı işlerdir. Bu nedenle, bürokrasi uzmanlaşma, hiyerarşi, komuta birliği, koordinasyon gibi “bilimsel” ilkelere dayanarak hareket etmelidir. Sonuçta, amacına etkin ve ekonomik bir biçimde ulaşan bürokrasi demokratik ilkelerle de uyum içinde olacaktır. Ayrıca, bürokratlar siyasetçilere uymak zorunda olduğu için arada herhangi bir uzlaşmazlık da söz konusu değildir. Ancak; dürüst, etkin ve rasyonel bürokrasi arayışı kendi içerisinde çelişkilerini de beraberinde getirdi. Kariyer ve liyakat ilkelerine dayanan tarafsız, profesyonel bürokrasi yine bu ilkeler gereğince siyasal üstlerine karşı da duyarsız davranmaya başlayınca ironik bir sonuca ulaşılmış oldu (Nelson, 1982: 747-778).

Kamu yönetimi disiplininin ilk ortaya çıkışından itibaren birçok yazar, yönetim ve siyaset ilişkileri üzerinde kafa yormuştur. Özellikle Woodrow Wilson'un yönetim-siyaset ayrımı (1887) uzun yıllar disiplini etkisi altında tutmuş ve bu nedenle de bürokrasi-demokrasi ilişkisine bir problem gözüyle bakılmamıştır. Bu analize göre, tarafsız ve nötr olan bürokrat, siyasetçilerce belirlenen sınırlar içerisinde yönetim görevini teknik bir iş olarak yürütür. Böylece, demokratik kontrol, siyasetçilerce yapılır. Zaten bürokratların kendilerine verilmiş çerçevenin dışına çıkmadıkları varsayıldığından onların sorumluluklarından bahsetmek de olanaksızdır. Ancak, bu tanımlamanın gerçekliği ne ölçüde yansıttığı tartışma konusudur. Günümüzde böyle bir ayrımın anlamsızlığı konusunda büyük bir görüş birliği bulunmaktadır. Bu nedenle, yönetim-siyaset ilişkisi daha kompleks ve realistik olarak ele alınmalıdır. Pierre (1995: 207) yönetim-siyaset ilişkisini iki yönlü bir caddeye benzetmekte ve bu ilişkide, bir taraftan elindeki güç olanaklarıyla bürokrasi siyasallaşırken diğer taraftan da siyaset bürokratlaşmaktadır. Çünkü bürokrasi, daha fazla siyasal yönde ilerlemekte, kendi dışındaki örgütlerle network oluşturmakta ve kendi çıkarları doğrultusunda daha fazla takdir yetkisi kullanmaktadır. Sonuçta, yönetim ve siyaset arasında artan oranda bir etkileşim ve karşılıklı bağımlılık ortaya çıkmaktadır.

Yönetsel süreçlere halkın daha fazla ölçülerde katılımının sağlanması demokrasiyi besleyecek nitelikte gelişmelerdendir; ancak, ne var ki, kamu yönetimi yazınında buna ait başarılı prosedürlere pek rastlanmamaktadır. Daha da kötüsü, kamu yönetimi tarihçesinde halkın yönetsel süreçler içerisinde olması bazı durumlarda bir olumsuzluk olarak görülmüştür (Timney, 1998: 99). Bu tür bir süreç, adeta, bürokrasinin uzmanlık ve profesyonelliğini zedeleyici olarak algılanabilmektedir. Bunun sonucunda bürokratlar kamu adına hizmet gördükleri halde kamudan kopmuşlardır. Bu ise, bürokrasinin demokrasi ile bağdaşmayacağı yönündeki savları kuvvetlendiren bir duruma yol açmaktadır. Bu nedenle, halkın yönetsel süreçlere katılımına yönelik çalışmalara kamu yöneticilerinin daha fazla seyirci kalması olumsuzluklara neden olacaktır. Demokratik katılımı yalnızca 4-5 yılda bir yapılan seçimlere bırakarak kısıtlamak artık kabul edilebilir bir yol olarak görülmemektedir. Vatandaşların yönetimin günlük işleyişine katılımını sağlamak yöneticilerin görevleri arasında sıralanmaktadır (Davies, 1998: 127).

Tartışmaları daha iyi irdeleyebilmek için değişik bakış açılarının bu konulara yaklaşımına daha yakından göz atmak faydalı olacaktır.

I.1. Max Weber'in Konuya Yaklaşımı

Weber çizmiş olduğu "ideal tip"ten hareketle bürokrasinin içerdiği karakteristiklerden dolayı en yüksek derecede rasyonelliğe ve etkenliğe ulaşma kapasitesine sahip bulunduğunu belirtmektedir. Ancak Weber'in hareket ettiği kavram, ideal tiptir. Böyle bir ideal tipin gerçek hayatta bulunamayacağını ve modern örgütlerin bütün bu özellikleri içerisinde barındıramayacağını kendisi de bilmekteydi. Ancak, Weber'in çizdiği bürokrasi tiplemesi bir noktaya kadar içerik sağlaması açısından faydalı kabul edilebilir. Bunun ötesinde ise, bürokrasi içerisindeki farklılıklar benzerliklerden daha önemli kabul edilmektedir (Wilson, 1989:X).

Weber'e göre, örgütsel bağlamda teknik olarak etkenliği sağlayabilen bürokrasi aynı zamanda toplumun tümü için tehlikeler de içerir. Tarihte rasyonelleşmenin bir sonucu olarak toplumun bürokratikleşmesi ile baskıcı rejimler ortadan kalkmıştır. Aynı şekilde, Weber'e göre, daha fazla bürokratikleşme ise bürokratik değerlerin ve düşünce kalıplarının devamına yol açarak özgürleşmenin tam tersi olan aşırı-örgütlenme sonucunu doğurabilir (Etzioni-Halevy, 1985: 32). Bunun sonucunda da, Weber, tam olarak kurumsallaşan bir bürokrasinin sosyal bir kurum olarak ortadan kaldırılmasının olanaksızlığına da işaret etmektedir (Weber, 1994: 15).

Weber, aynı zamanda, bürokrasinin siyasal sonuçları konusunda da düşüncelidir. Bürokrasi ve demokrasinin eş zamanlı olarak geliştiğini söyler; ancak, diğer taraftan belirli koşullar altında demokrasinin bürokratik örgütlenme için engeller oluşturduğunu da belirtir. Demokrasi, mümkün oldukça görevlerde uzmanlaşmaya göre iş yapılmasını değil seçimle iş başına gelinmesini savunur. Oysa, böyle bir uygulama örgütün etkinliğini azaltabilecek bir uygulamadır (Etzioni-Halevy, 1985: 33).

Bunların yanı sıra, Weber, bürokrasinin seçilmiş siyasal üstlerine karşı ikincil bir durumda olduğunu vurgular. Weber'in endişeleri bürokraside yer alanların bunu hiçe sayıp Devleti yönetmeye kalkışması konusunda yoğunlaşmaktadır. Bürokrasi, uzmanlığı gereği siyasal kadroların bilmediği bilgilere sahip olabilir. Bu ise bürokrasinin gücüne güç katar. Ayrıca, bürokrasideki “gizlilik” kuralı da bir başka kaçamak noktasıdır. “Resmi sır” kavramının arkasına sığınarak bir çok şey halkın gözünden ve siyasetçilerden uzak tutulabilir. Üstelik, bürokrasi siyasal üstlerini dinlememeyi seçtiğinde onu bundan alıkoyacak hiç bir güç yoktur (Etzioni-Halevy, 1985: 33-34).

Weber'deki ana siyasal problem, bürokrasinin sınırlarını aşmasının nasıl önleneceğidir. Bunun çözümünü ise siyasetçilerin üstünlüğünün sağlanmasında görür. Weber'e göre, bürokrasi ancak yukarıdan kontrol edilebilir. Bundan dolayı bürokrasiye karşı siyasetçiler vazgeçilmez denge unsurudurlar (Fry, 1989: 37-39). Ancak Weber, uzun dönemde bürokratik gücün üstünlüğü eline geçireceği konusundaki tutumuyla karamsarlık içerisinde.

I.2. Dwight Waldo'nun Görüşleri

Waldo'nun bütün kariyeri boyunca cevaplamaya uğraştığı eğer tek bir önemli konu varsa bu da “yönetim düşüncesi ve pratiğinin demokrasi üzerinde ne gibi olumlu ve olumsuz katkıları vardır” sorusudur (O'Toole, 1982: 108). Waldo'nun bu alandaki çalışmaları bürokrasi-demokrasi ilişkisine bütünsel bir analiz getiren önemli bir çalışma olarak kabul edilmektedir (Frederickson, 1997: 191). Waldo, bürokrasi ve demokrasi arasındaki potansiyel uzlaşmazlık konusunu günümüzün ana sorunlarından biri olarak görmektedir. Bürokrasiyi büyük ölçekli, resmi, uzmanlaşmış ve amaca yönelik bir örgüt türü olarak görür. Kurallarının bağlayıcılığı ve kalıcılığı nedeniyle düzeni sağlayıcı ve istikrarı koruyucu bir fonksiyonu vardır. Demokrasi ise eşitlik ve özgürlüğe doğru adımlar atmaktır (Waldo, 1980: 86).

Waldo demokrasi ve bürokrasi arasındaki uyumsuzluğu bir ikilem olarak görmektedir. Bir taraftan gücü tehlikeli olarak algılayıp parçalanması ve

dağıtılmasının zorunluluğunu belirtirken, diğer taraftan uygun yönlendirmeye iyi amaçlara yine güç ile ulaşılabilirliğini vurgulamaktadır. Buradan hareketle Waldo, bürokratik örgütlerin demokrasi ile tümünden bağdaşmayacağını söyleyemeyeceğini vurgular. Fırsat eşitliği sağlaması ve uzmanlaşmayı teşvik etmesi nedenleri ile bürokrasi, demokrasi için uygun zeminler oluşturur. Bununla birlikte, Waldo, arada bazı uyumsuzluk konularının da olduğunu belirtir. Örneğin, bürokrasi hiyerarşiye önem verirken, eşitlik demokratik değerler arasında yer alır. Yine, bürokrasi disiplin ve yakın gözetime önem verirken demokrasi özgürlüğü savunmaktadır (Fry, 1989: 236).

Bütün bunlara rağmen, Waldo bürokrasinin bir anlamda vazgeçilemez olduğunu belirterek onu savunur. Ayrıca, ona saldıranları duygusal hareket etmekle ve dürüst davranmamakla suçlar. Mevcut yüksek yaşam koşullarında bürokrasi gerekliken onun gerekmediği basit hayata dönüşmesinin adeta imkansız olduğunu vurgular (Waldo, 1965: 61).

Sonuçta Waldo, bürokrasiyi demokrasi için gerekli görür; ancak, bazen de problemlere yol açabileceğini belirtir (Marini, 1993: 416). Waldo'ya göre problemin çözümü demokrasi ve bürokrasi arasında optimum karışımın belirlenmesinde yatmaktadır. Demokrasinin arzulanan bir yönetim tarzı olduğunu belirtir; ancak, bürokrasinin de gerekli olduğunu vurgular. Her ikisi arasında mantıklı bir dengeyi sağlanmasının şart olduğunu savunur (Fry, 1989: 237).

I.3. Modern Teoriler Işığında Bürokrasi-Demokrasi İlişkisi

I.3.1. Pluralistlerin Bakışı

Modernleşmeyle toplumdaki siyasal güç dağılımı ve parçalanma göstermiştir. Modern Batı siyasal sistemi bir çok ekonomik, sosyal, etnik, kültürel, dinsel vb. grupların karmaşık çıkarlarının bir dengesi sonucunda oluşmaktadır. Politika oluşturma sürecinde her bir grubun etkisi vardır. Ancak, hiçbir grup tek başına bu süreci etkileme gücünü elinde tutamaz. Böylece, gruplar birbirleri üzerinde kontrol ve denge (check and balance) unsuru oluştururlar. Yöneticilerse, iktidarda kalabilmek için bu grupların taleplerine bir şekilde cevap vermek durumundadırlar. Dolayısıyla, bürokrasi bir taraftan kendi çıkarını gözetirken, diğer taraftan da öteki birey, grup ve çevrelerin çıkarlarını dikkate almak zorundadır (Ham ve Hill, 1993: 48).

Roberto Michels demokratik partilerde gücün birkaç kişinin elinde nasıl toplanabileceğini anlatırken, kalıcı pozisyonlardaki kamu görevlilerinin de aynı duruma düşebileceklerini ima etmektedir (Ham ve Hill, 1993: 52). Benzer şekilde, Mosca da güçlü bir merkezi bürokrasinin oluşumunun engellenmesi

gerektiğini düşünmektedir (Ham ve Hill, 1993: 52). Bu açıdan bakıldığında demokrasiyi bürokratlardan korumak için pluralizm ön plana çıkartılmaktadır.

Özellikle ABD’de 1950 ve 1960’lı yıllarda oldukça popüler olan ((Etzioni-Halevy, 1985: 41) pluralizm bakış açısına göre, bürokratlar da siyasal sistemin içerisinde yer alırlar. Bürokratlar böyle bir sistemde kendi başlarına yönetemeyecekleri gibi başkaları da onlarsız yönetemezler. Aynı şekilde, bürokratik örgütler de, hayatta kalabilmek ve etkili olabilmek için başta yasama organının, çıkar gruplarının, halkın ve medyanın desteğini sağlamak zorundadırlar. Ayrıca, sınırlı kaynaklar için her bir örgüt birbiriyle de rekabet etmek durumundadır. Sonuçta, bu sistemde bürokrasi daha büyük pluralist devlet yapısının bir parçası konumundadır (Smith, 1988: 42).

Pluralizmin demokrasi üzerindeki etkisinin olumlu ve olumsuz yanları bulunduğu söylenebilir. Politika yapma sürecine birbirinden farklı ve hatta zıt grupların katılması genelde halkın taleplerine uygun sonuçların çıkmasını mümkün kılabilir. Bürokrasinin popüler çıkarların temsilinin bir forumu olarak görülmesi de bürokrasinin olumsuz etkilerini önleyebilecek bir yapıya sahiptir.

Bunların yanı sıra, çıkar gruplarının aşırı güç sahibi olmasının bazı olumsuz sonuçları da vardır. Devletin bu çıkar gruplarının isteklerine yönelik politika oluşturması genel çıkarla her zaman uyumlayabilir. Bu çıkar grupları birbirleriyle olumlu rekabete yönelmek yerine diğerinin işini ortadan kaldırmaya yönelik de harekete geçebilirler. Sonuçta işler yapılamaz hale gelir ve vatandaşlar devletten bekledikleri hizmetleri göremez olurlar. Bunların bir sonucu da, D. Bell, M. Crozier ve S.P. Huntington gibi yazarlarca ortaya konulan, devletin çıkar gruplarının talepleri doğrultusunda aşırı harcamada bulunmasıyla fazla büyüme sorunuyla karşılaşmasıdır (governmental overload). Talepler sonucunda yeni hakların ortaya çıkmasını devletin bir çok alana el atması ve yeni harcamalar yapması izler. Bunlar ise devleti büyütücü niteliktedir (Etzioni-Halevy, 1985: 41-54).

Bunlarla birlikte, Pluralistlere yöneltilen bir eleştiri de, bürokrasinin talepleri karşılama seçici davranabileceğidir. En güçlülerin istekleri dikkate alınırken zayıf ve organize olamamış çıkarlar geri plana atılabilirler. Bu ise, demokrasi açısından olumlu bir durum değildir (Etzioni-Halevy, 1985: 41-54). Sonuçta, Pluralistler gelişmiş Batı demokrasilerini örnek alarak varsayımlarda bulunarak bürokrasi ile ilgili savlar geliştirmişlerdir. Analizlerinin diğer ortamlarda ve gelişmekte olan ülkelerde ne ölçüde geçerli olduğu tartışmaya açık bir konudur.

I.3.2. Teknokratik Okulun Bakışı

Teknokratik bakış açısına göre, bir siyasal sistemde belirleyici etki ekonominin ve yönetimin teknokratlarına aittir. Teknokratik okul spesifik olarak bürokratik-teknokratik elitin gücü konusu üzerinde durur. Sonradan S. Keller, T.R. Dye ve C.H. Zeigler gibi yazarların da dahil olduğu bu akıma göre, bürokratik-teknokratik elitin gücü seçilmiş siyasal organların aleyhine olarak sürekli büyümektedir. Bu ise demokrasi için tehlikeli bir yoldur (Etzioni-Halevy, 1985: 54-55). Nitekim, C. Wright Mills (1963: 237), toplumun güç sahibi elitlerce manipülasyonlarla idare edildiğini belirterek bunun önlenmesine ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir.

Özellikle son yıllarda, bürokratların gücünün iyice arttığını savunanlar (Mills, 1963; Blau ve Meyer, 1987: 14) bulunmaktadır. Bunun çeşitli nedenleri arasında; artan devlet müdahalesi, devletin karmaşık sorunlarla daha fazla uğraşması, uzmanlık, bilgi gücü, bürokrasinin büyüklüğüne karşın seçilmişlerin azlığı, parlamentoların gücünün azalması, bakanların çok sık değişimi, vb. gibi faktörler rol oynamaktadır. Bütün bu gelişmeler, gücü seçilmişlerin eline değil de atanmışların eline vermesi olasılığından dolayı demokrasi için tehdit olarak nitelendirilebilir (Etzioni-Halevy, 1985: 54-55).

Bürokratlar gizliliği sadece etkinlik için kullanmazlar, aynı zamanda kendi güçlerini geliştirmek için de kullanırlar. Oysa demokrasi, bilginin halkın geniş yığınlarına yayılmasını ve paylaşılmasını gerektirir. Bilgili vatandaş daha iyi değerlendirme yapabilir ve seçimlerde akıllıca oyunu kullanır.

Böylece Teknokratik Okulun çizdiği tablo Pluralistlerinkine göre gerçeğe daha yakındır. Bürokrasinin gücünün arttığını vurgulayan Teknokratik Okul taraftarları, gücün toplumda değişik gruplar arasında yayıldığını söyleyen Pluralistlere göre daha gerçekçi bir tahmin yapmaktadırlar. Ancak, onlar da, bürokrasinin olumlu taraflarını göz ardı etmektedirler (Etzioni-Halevy, 1985: 55-62). Sonuçta, bu bakış açısında da bürokrasi ile ilgili bazı bulguların yanı sıra eksik kalan değerlendirmeler de bulunmaktadır. Var olan durumu daha iyi anlayabilmek için ileri sürülen teorik tartışmaların bir ölçüde sentezinin yapılmasına ve pratikle daha fazla ilintilendirilmeye ihtiyaç bulunduğu söylenebilir.

I.3.3. Korporatistlerin Yaklaşımı

Korporatizm, genellikle, kamu politikalarının üst devlet yöneticileriyle sınırlı sayıdaki güçlü şirketler arasındaki ilişkiler aracılığıyla belirlendiği bir

kurumsal düzenleme olarak tanımlanır. Faşist sistemlerde devlet bu grupları otoriter biçimde baskı altında bulundururken, sosyal korporatizmde bu gruplar devleti elinde tutarlar. Bunlara göre, devlette ve büyük şirketlerdeki az sayıda güçlü bir elit grup devlette ve toplumda olacağını belirlemektedir (Etzioni-Halevy, 1985: 63). Bu şekildeki bir yaklaşım ise deterministik bir anlayışı anımsatmakta, toplumsal olayların tek bir perspektiften değerlendirilmesi yolunu açmaktadır.

Korporatizmle ilgili önemli yazarlardan biri olan Middlemas, 1920'li yıllarda İngiltere'de sendikaların ve iş adamı örgütlerinin yönetici kurumlar arasına girerek taraftarlarının çıkarlarını temsil ettiklerini vurgulamaktadır (Ham ve Hill, 199: 40). Korporatist bir devlet yapısında bürokrasinin yeri çok az ve önemsizdir. Kamu politikaları birkaç devlet adamı ve şirket sahibi arasında informel olarak belirlenerek uygulamaya geçilir. Böyle bir sistemde kamu yönetiminin görevleri yarı devlet örgütleri (quasi-governmental organizations) tarafından yürütülür. Böylece, devletin yaptıkları konusunda siyasal aktörler sorumluluk üstlenmemiş olurlar. Bürokrasinin getirdiği resmi kurallar yığılı ve gecikme gibi bir takım problemler de bir kenara itilmiş olmaktadır. Bununla birlikte birçok korporatist yazar böyle bir sistemde bürokrasinin gücünün artma veya azalma göstermeyeceğini de belirtmektedir (Etzioni-Halevy, 1985: 63-73). Korporatist bir devlet yapısı demokratik ideallerle bağdaşmayacak unsurları içermektedir. Halkın politika yapma sürecindeki etkisini önemsemeyen bu yaklaşım, bürokrasiyi de önemsiz bir unsur olarak değerlendirmektedir.

I.3.4. Marxist Yaklaşım

Marx bir örgüt kuramcısı olmamasına rağmen bürokrasi konusundaki tartışmalara ışık tutabilecek görüşleri bulunmaktadır. Marx'ın ana teması, modern devletin yönetici sınıfını tüm burjuvazinin genel işlerini gören bir komite olarak görmesinde yatmaktadır. Bu nedenle, genel anlamda devlet, toplumun çok küçük bir kısmının özel çıkarlarını temsil etmektedir. Buradan hareketle çağdaş Marxist yazarlar, kural koyma (ruling) ve yönetme (governing) diye ikili bir ayrıma gitmektedirler. Buna göre, yönetme, devletin rutin ve gündelik işlerinin yürütülmesidir. Kural koyma ise siyasal süreçleri elinde tutma konusunda ana kararların verilmesidir. Marxist yazarlara göre kural koyma zaten burjuvazi tarafından yapılmaktadır; böylece, yönetme işinin kim tarafından yapıldığının bir önemi yoktur (Etzioni-Halevy, 1985: 74-84). Bu ise, bürokrasiyi de bir anlamda burjuvazinin emrinde bir konuma indirgemektedir. Sonuçta, bürokrasi de, kural koyan sınıfın bir hizmetkarından başka bir şey değildir.

Bürokratlar kamuoyu baskısına maruz kalmadıkları için statükoyu korumayı seçerler. Bürokratların göreve getirilişleri de genellikle sıkı kurallara dayanan süreçlerin izlenmesini gerektirir. Mevcut yönetim anlayışına ters düşebilecek kimseler bu görevlere atanmazlar. Böylece, aykırı söylem ve davranış sahiplerinin sesleri bürokraside duyulmaz. Ayrıca, güce ve resmiyete önem veren bürokrasinin iki önemli özelliğinin hiyerarşi ve gizlilik olduğunu Marx belirtir (Fischer ve Sirianni, 1994: 1). Buna dayanarak, bürokratlar kendi çıkarlarını toplumsal çıkarlardan önde tutarlar.

Hegel, devleti, bir ülkede genel yararı sağlamakla yükümlü tutarken; Marx, devleti, ancak hakim sınıfın yararına çalışan bir aygıt olarak görmektedir. Nitekim Miliband da, devleti tarafsız bir kurum olarak görmemekte, sınıf dominasyonunun bir aracı olarak nitelendirmektedir (Miliband 1969'dan aktaran Ham ve Hill, 1993: 35). Bununla birlikte, Marxist yaklaşım devleti geçici bir kurum olarak değerlendirip sınıfsız topluma geçilmesiyle birlikte hem devlet ve hem de bürokrasinin ortadan kalkacağını öngörmektedir (Ergun ve Polatoğlu, 1988: 55). Buna göre, siyasal gücünden arındırılan kamu görevlileri işçilerin aldığı kadar maaşla çalışarak "komün"e hizmet edeceklerdir (Marx, 1984: 24). Sonuçta, Marxist yaklaşım bürokrasinin önemli olmadığını, geçici bir kurum olduğunu ve asıl meselenin toplumdaki çıkar çatışması olduğunu vurgulamaktadır.

I.3.5. Liberal Yaklaşım

Liberalizm açısından yönetimde en önemli iki konu "hukuk devleti" anlayışının vurgulanması ve "yönetimin sınırlandırılması" ilkeleridir. Buna göre, insanlar önceden belirlenen kurallara göre hareket edip bunun sonucunun ne olacağını kestirebilirler. Ancak, özellikle devletin elinde bulunan zor kullanma yetkisinin mutlaka sınırlandırılmasının önemini de vurgulamaktadırlar (Hayek, 1999: 101-102).

Liberallere göre bürokrasinin siyasal sisteme tamamen hizmet edici bir rolde olması gerekmektedir. Bürokrasi, siyasal anlamda resmi görevlilerin yönetimi olarak algılandığı için halkın yönetimi olarak bilinen demokrasi ile bağdaşmaz olarak nitelendirilir. Bu açıdan demokratik bir devletin bürokrasiyi kontrol mekanizmaları ile donanmış olması gerekir. Ayrıca, bürokrasinin uzmanlaşmaya önem vermesi, hiyerarşiye dayanması ve kişisel olmaması, demokratik değerler arasında yer alan eşitlik, katılımcılık ve bireysellik ilkelerine aykırı düşmektedir (D.F. Thompson, 1983'ten aktaran, Öztürk, 2003: 50). Burada, bürokrasinin demokrasi açısından kontrolünün sağlanması yine siyasal kurumlara ve özellikle de siyasetçilere bırakılmaktadır. Ancak, kapitalist

sosyal ilişkiler kapsamında bir parlamentonun giderek güçlenen bir bürokrasiyi nasıl kontrol edebileceği sorusunun cevabı net değildir (Smith, 1988: 25-39). Sonuçta, liberaller, bürokrasiyi kapitalizmin gelişmesinin önünde bir engel olarak görmekte ve aralarında Mises gibi farklı düşünenler (Mises, 2000: 59) bulunsa da demokrasi ile pek bağdaştıramamaktadırlar.

II. BÜROKRASİNİN DEMOKRASİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Demokrasi ve bürokrasi aslında birbirinin alternatifi olan olgular değildir. Ancak, işleyiş mekanizması açısından birtakım kesişme noktalarının bulunduğu söylenebilir veya uygulamada bu iki olguyu birbirine düşüren pratikler bulunabilir. Özellikle, kamu politikalarının oluşturulması sürecinde bürokrasinin demokrasi açısından sorun oluşturduğu ifade edilmektedir (Gruber, 1988: 11). Bürokrasinin buradaki gücü, alanındaki uzmanlık ve profesyonelliğine dayanmaktadır ki bunlar da modern siyasal sistemlerin etkin biçimde çalışmalarını için gerekli olan koşullardır. Kamu politikalarının oluşum sürecinde siyasetçilere yeterli teknik destek ancak yetenekli ve uzman bürokratlarca sağlanabilir (Rourke, 1984: 15). Ancak, Etzioni-Halevy demokrasi içerisinde bürokratik kuralların yeterli belirlenmemesinden, açık olmamasından, bazen kendi içinde çelişkili olmasından ve tartışmalı olmasından problemlerin çıktığını belirtmektedir. Buna göre, bürokrasi artan bir şekilde bağımsız ve güçlü hale gelmektedir. Ayrıca, bu gücün nasıl kullanılacağı da çok açık biçimlerde belirlenmemektedir. Bürokrasi elinde tuttuğu uzmanlık tekeli ve gizli bilgiler yoluyla gücünü belli etmeden siyasetçilerin kontrolünden de kaçabilmektedir. Bunlardan dolayı, bürokrasi demokrasi için bir ikilem haline gelebilmektedir (Etzioni-Halevy, 1985: 87-92).

Modern devletin artan ihtiyaçlarına paralel olarak bürokrasi de büyümekte ve gücünü arttırmaktadır. Her geçen gün artan sayıda insan devlete, devletin kaynak dağıtımına bağımlı olarak yaşamını sürdürmektedir. Yeni hizmet alanlarının oluşumu, yeni kaynakların dağıtımı ve devletin artan oranda denetim ve gözetim işlevi bürokrasinin büyümesini ve gücüne güç katmasına neden olmaktadır. Problem olan konu bürokrasinin güçlenmesi değil bunu demokratik yönetim aleyhine kullanması veya böyle bir olasılığın artmasında düğümlenmektedir.

Beetham da (1987: 111-112) bürokrasinin anti-demokratik bir güç haline gelebilecek birtakım özellikleri bulunduğunu, ancak bunların kendi başlarına anti-demokratik sayılamayacağını belirtmektedir. Örgütsel kapasitenin ve

bilginin tek elde yoğunlaşmasını örnek olarak göstererek, bunun ancak kendi içine kapalı ve başkalarını dışlayıcı bir yapıda, gizlilik maskesiyle örtülmüş bir ortamda ve bundan doğan gücün kontrol ya da manipüle amacıyla kullanıldığı durumlarda anti-demokratik sayılabileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bürokratların siyasetçilere bazı noktalarda üstünlükleri söz konusudur (Davies, 1998: 124-125): İlk olarak, siyasetçiler bürokratlara göre özellikle detaylar konusunda daha az bilgi sahibidirler. İkinci olarak, siyasetçilerin karar verme anında meşgul olmaları gereken pek çok işleri bulunmaktadır. Seçmenler, komite toplantıları, parlamento çalışmaları gibi işler onların zamanlarını kısıtlar. Üçüncü olarak, bürokratların sayısı siyasetçilerin sayısının çok çok üstündedir. Beşinci olarak, bürokratlar resmi ve gayri resmi ortamlarda bir araya gelerek politika oluşturma sürecini değişik yollardan manipüle edebilirler. Son olarak da, bürokratlar istemedikleri bir konunun engellenmesi için farklı taktikler bulabilirler. Bu örneklerden yola çıkıldığında, bürokratların politika oluşturma sürecinde hiç de azımsanmaması gereken etkilerinin ve güçlerinin bulunduğu sonucuna varılabilir.

Bunların yanı sıra, bir yandan kamu yönetiminin teknik bir işlev gördüğü kabul edilmekte, öte yandan da kamu politikalarının oluşturma sürecine bürokrasinin de katkı sağlaması beklenmektedir. Böylece, yöneticiler hem politikaların saptanması konusunda yardımda bulunurlar, hem de bu belirlenen politikalara ulaşmak için gündelik yönetim işlerini yürütürler. Bürokrasilerin halkın tercihlerini politika sürecine ekleme işlevi bulunduğunu belirten bazı yazarlar da politika yapma sürecinde, sınırlı ölçüde de olsa, bürokrasinin güç sahibi olmasının demokratik idealler açısından olumlu yanlarını vurgulamaktadırlar (Wood ve Waterman, 1994: 135). Cook (1998: 226-227) ise bu durumu demokrasi açısından sakıncalı görmekte ve kamusal bir amaca ulaşmada araç olan bürokrasinin bu amacı asıl belirleyen etkenlerden biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu şekilde; zor ve kirli olarak adlandırıldığı amaç belirleme işinin, temiz ve teknik bir süreç olan amaçlara ulaşma işine bulaştırıldığını belirtmektedir.

Bütün bunlara rağmen, modern bir demokrasinin bürokrasi olmadan ayakta durabileceğini kimse iddia edememektedir. Demokratik bir devlette işleri yürütecek, uzmanlık bilgisine sahip, kurallara uygun bir biçimde tarafsız ve partizanlıktan uzak olarak etkin ve verimli çalışacak bir yürütme organına ihtiyaç vardır. Bürokrasi de bu görevi görmek üzere düşünülmüştür. Ancak, realitede olup bitenlerin ne oranda ideal olana yakın olduğu tartışma konusudur. Bununla birlikte, nötr ve etkin bir bürokrasinin demokrasi için gerekli olduğu kabul edilmektedir (Mosher, 1968: 202). Her ne kadar, bürokratik örgütlenme modelinin daima etkinliği sağladığı yolundaki iddianın gerçekliği oldukça tartışmalı bir konu ise de, alternatif örgüt modellerinin de bu modelin yerini

alacak bir durumda olmadığı kesindir. Yeni örgüt türleri ve örgütlenme modelleri ya henüz deneme safhasındadır ya da uygulama sahası oldukça küçük alanlarda geliştirilmiştir (Blau ve Meyer, 1987: 186). Sonuç olarak, modern demokrasinin korunması için kendi kendine yeten uzman bir bürokrasinin varlığı şart olarak önerilmektedir (Kearney ve Sinha, 1988: 571).

Ayrıca, demokratik toplumlar için yöneticiler büyük öneme sahiptirler. Demokrasinin pratiğini yaparken yöneticiler merkezi bir rol oynamakta ve karar verme mekanizmaları hakkında halkın bilgilendirilmesine çalışmaktadırlar. Bunu gerçekleştirirken yöneticiler bir taraftan demokratik değerlerden olan ifade özgürlüğünü kullanırlarken öte yandan da demokrasinin gerçekleşmesine katkıda bulunmaktadır (Larsen, 2000: 92). Bunların yanı sıra fonksiyonları, kurumsal yapısı, süreçleri, kuralları ve değerleri ile bürokrasilerin kamu yararını sağlama konusunda önemleri bulunduğu belirtilmekte ve topluma katkı sağladığı vurgulanmaktadır (Goodsell, 1990: 96-112). Sonuçta, yöneticiler, demokrasi içerisinde kalıp yine demokrasinin yaşama geçirilmesi yolunda rol üstlenmektedirler.

III. DEMOKRASİNİN BÜROKRASI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Demokratik kurallar bürokrasiyi birçok konuda ikilem içinde bırakmaktadır: Bürokrasinin hem seçilmiş siyasetçiye bağlı olarak çalışması beklenmekte, hem tarafsız olması istenmekte; hem bakanlık gözetimine tabi olması gerekmekte, hem de kendi işlemlerinden dolayı sorumlu olduğu söylenmekte; hem siyasal organın belirlediği politikaları uygulaması istenmekte, hem de kendi açısından politika oluşturma süreçlerine katılımı beklenmektedir. Bu ve benzeri örneklerde de görüleceği gibi birçok durumda bürokrasi aynı anda hem siyasi hem de tarafsız olmak zorunda bırakılmaktadır. Davranış olarak hangi yolu seçerse seçsin diğer açıdan kusurlu duruma düşmektedir (Etzioni-Halevy, 1985: 92).

Kamu yönetiminde halka karşı duyarlı olmak problem oluşturan konulardan biridir. Demokrasi, yöneticilerin halkın genel isteklerine en azından seçilmiş siyasetçi veya üst yöneticiler yoluyla duyarlı olmalarını gerektirmektedir. Bununla beraber, yönetim teorisyenleri ve uygulayıcıları bu duyarlılığı kendi profesyonelliklerinden bir anlamda fedakarlık etme ya da siyasete bulaşma olarak algılayabilmektedirler (Stivers, 1994: 364). Böylece, kamu yöneticileri dengeyi sağlama konusunda zor durumda kalabilmektedirler. Bunlara paralel bir başka nokta da, modern toplumların kompleks ekonomik, politik ve sosyal yapıları ile istikrarlı bir kamu politikasına gereksinim duydukları gerçeğidir. Eğer kamu politikaları en ufak bir siyasal değişimde

önemli transformasyonlara konu olursa bu durum yönetimi ve istikrarı tehdit edici bir sonuca yol açabilir. Bu nedenle, bürokratik istikrar demokrasi açısından olumlu bir durumdur.

Ayrıca, demokrasinin dayandığı temel değerlerden birisi halkın isteklerine cevap verme olgusu iken bürokrasi örgütsel bağlamda etkinliği sağlamaya dayanmaktadır. Burke taleplere cevap vermenin etkinliğin garantisini olamayacağını belirterek bürokratik etkinlik ve etkinliğin demokratik katılımı zıtlık içerisinde olduğunu vurgulamaktadır (Burke, 1989: 180). Yine benzer bir argümana göre (Moe: 1984: 760-773), siyasetçiler kendi çıkarları doğrultusunda daha fazla oy için bürokrasiyi kullanmak istemekte ve seçmenlerince hoş karşılanabilecek yatırımları kendi seçim bölgelerine kaydırma, bazı çıkar gruplarına hizmet etme, halk için sembolik önemde bazı adımlar atma gibi konularda oldukça istekli davranmaktadırlar. Bu ise, kaynakların optimal ve etkin dağılımı ile kullanımını hedefleyen rasyonel bir bürokrasinin istemeyeceği bir durumdur. Stivers da (1994: 364) kamu yöneticilerinin ve akademisyenlerin birçoğunun profesyonelliği zedeleyici bir durum olarak gördükleri taleplere cevap verici olmayı, katlanılması “gerekli bir kötülük” olarak gördüklerini vurgulamaktadır. Ayrıca, bürokrasinin şu anki durumunu seçilmiş otoritelere karşı aşırı cevap verici (hyperresponsive) bulup bunun yerine demokrasinin azaltılıp bürokrasinin artırılması gerektiğini vurgulayanlar da bulunmaktadır (Meier, 1997: 193-200).

Bunların yanı sıra, demokrasi bir anlamda karar alma sürecine vatandaş katılımını da içermektedir. Oysa, işin uzmanı olan bürokratin işine başkalarının karışması öncelikle onun uzmanlığına saygı göstermemek ve güvensizlik anlamlarını taşıyabilmektedir. Bu ise sadece, işlerin etkin olmayan yoldan yapılması anlamını taşımaktadır (Cox vd., 1994: 159).

Bütün bunlara ek olarak, bürokrasiye yöneltilen bazı eleştirilere de değinmek yararlı olacaktır. Bürokrasiler genişledikçe amaç ve araç ayrımı ortadan kalkabilmekte, araç olarak kullanılan bazı yöntemler kendi başlarına amaç haline gelebilmektedir (goal displacement). Bürokratik bir örgüt yaşlandıkça bu eğilim daha da artmaktadır. Bürokrasi kendi dışındaki sosyal amaçlar için çalışırken, en azından bu amaçla kurulmuşken, zamanla iç prosedürler öyle bir hale gelir ki sosyal amaçlar unutulmuş bürokratik kurallar araç olmaktan çıkıp amaç olurlar (Lane, 1987: 6). Sonuçta, halkın talepleri bir kenara itilerek demokratik açıdan pek de uygun olmayan içe dönük bir yapı ortaya çıkabilir.

Niskanen de bürokratların amacının bütçelerini maksimize etmekten başka bir şey olmadığını belirtmektedir. Bürokratlar ofislerine o kadar bağımlı hale gelirler ki, onlar için tek amaç kendi kurumlarının büyümesi olur. Sonuçta, sosyal amaçlar bir tarafa atılarak israfa yol açılmakta ve yönetimin etkinliği kaybolmaktadır (Niskanen: 1971: 46-50). Ancak son tahlilde, demokrasinin geliştirilmesi için bürokratların iç sorumluluk duygularına dayanmaktan başka da bir yol olmadığı da itiraf edilmektedir (Cleary, 1989: 186). Sonuçta, demokratik ideallerin yaşatılabilmesinin başlıca yolu, bürokrasinin kapalı bir grup olmaktan çıkarılarak atanmışların seçilmişlere oranla daha az otoriteye sahip olmasında görülmektedir (Öztürk, 2003: 36).

IV. BÜROKRASİ VE DEMOKRASİNİN UZLAŞTIRILMASI

Yönetim işlevinin yaşamsal fonksiyonu elinde tuttuğu güçten kaynaklanmaktadır (Long: 1949: 257). Bürokrasi, yönetsel ve aynı zamanda siyasal bir kurum olarak gücü de beraberinde içermektedir. Bu açıdan bürokrasiyi araştırmak, aynı zamanda siyasal analiz yapmayı da gerektiren bir konudur. Bu nedenle, bürokrasi, zaman zaman diğer çıkar grupları ve siyasal otoriteler ile kamu çıkarının ne olduğu konusunda tartışmalara girebilmekte ve politika yapma sürecine olumlu katkıda bulunabilmektedir (Goodsell, 1994: 151). Ne var ki, sorun bürokrasinin güç sahibi olmasında değil, bu gücün demokratik olmayan biçimlerde uygulamaya konulmasındadır (Hunold, 2001: 151). Şurası bir gerçek ki, bürokrasi ve demokrasi arasındaki anlaşmazlık noktalarına eklenebilecek başka konular da bulunabilir. Ancak, unutulmaması gereken konu, bürokrasi olmadan demokrasilerde seçilmiş liderlerin verdikleri sözleri yerine getirebilmelerinin olanağının bulunmadığıdır. Dolayısıyla, bu iki kurumun çatışmadan ya da en az çatışarak fonksiyonlarını yerine getirmelerinden başka çıkar bir yol gözükmemektedir.

Kendisine yöneltilen eleştirilere rağmen bürokrasinin de heterojen ve bazen disiplinsiz ancak koordineli üyelerden oluştuğu unutulmamalıdır. Ayrıca, bürokrasinin de gücünü kısıtlayan hukuksal normlar, yönetsel kurumlar, çıkar grupları, hizmetten yararlananlar ve medya organları bulunmaktadır. Özellikle mali konularda bürokrasi sıkı bir kontrol altında çalışmaktadır (Kaufman, 2001: 18-43). Ayrıca, hukuki kısıtlamalar da, bürokratların davranışlarının yasal sınırlar içerisinde kalmasını sağlamakta aksi durumda ise yargı organlarının bu keyfiliği önlemede oldukça katı davranacakları belirtilmektedir (Rosenbloom, 1981: 29-50). Bu nedenlerle, bürokrasinin demokrasi açısından oluşturabileceği tehdit fazla abartılmamalıdır. Sonuçta, taşıdığı bütün olumsuzluklara ve negatif

imaja rağmen bürokrasi hala dimdik ayaktadır ve yakın gelecekte de öyle olmaya aday görünmektedir.

Bu bağlamda, bir başlangıç olarak, bürokrasi ve demokrasi arasındaki çatışmaları azaltıcı öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Demokratik süreçler içerisinde hesap verme (accountability) ve halkın isteklerine cevap verme (responsiveness) mekanizmalarının artırılması,
- Bürokraside saydamlık ve şeffaflığın ön plana çıkartılması,
- Bürokratik yolsuzlukların öne geçilmesinin ancak tam demokratik yollardan olanaklı olduğunun vurgulanması,
- Bürokraside etkinlik, etkenlik ve kalite arayışlarının yönetsel sistemlere dahil edilmesi,
- Hizmetin vatandaş için yapıldığı anlayışının tüm bürokraside var olması,
- Demokrasilerin işleyişsel olarak bürokrasiye muhtaç olduğunun vurgulanması,
- Kamu yönetimlerinde geçerli olacak etik kuralların oluşturulması,
- Vatandaşlara kamusal işlemlerle ilgili olarak bilgi edinme haklarının verilmesi,
- Yönetsel işlemlerde hukukun üstünlüğü ilkesinin her zaman dikkate alınması,
- Kamusal bütçelerin kullanımında “vatandaşın parasını kullanıyor olma” bilincinin oluşması,
- Kamu denetçiliği (ombudsman) sisteminin oluşturularak işlevsel hale getirilmesi,
- Siyasal olarak duyarlı üst düzey makamların belirlenerek buralara yapılan atamalarda siyasi otorite ile göreve gelip görevden ayrılma mekanizmasının oluşturulması; bunun dışındaki makamlarda liyakat ilkesine bağlı kalınması yoluyla bürokrasinin siyasallaşması sorununun önüne geçilmesi,
- Yerel makamlara yetki devrine daha fazla işlev kazandırılarak aşırı bürokrasinin önlenmesi ve demokrasinin güçlendirilmesi

V. HESAP VEREBİLİRLİK YAKLAŞIMININ TARTIŞILMASI

Bürokrasi ile demokrasinin uzlaştırılmasına yardımcı olacak yöntemlerden birisi de “hesap verebilirlik” anlayışının kamu örgütlerinde hayata geçirilmesidir. Kamu örgütlerinde yetki ve otoriteyi elinde tutanların kendilerinden beklendiği şekilde davranıp davranmadıklarının belirlenebilmesi için bir tür “hesap verebilirlik” yönteminin bulunması gerekmektedir. Hesap verebilirlik, özellikle 1980’lerden sonra Yeni Kamu Yönetimi (YKY) akımıyla birlikte gündeme gelen kavramlardan birisidir. YKY bir taraftan yöneticilere daha fazla esneklik tanınarak işlerin yürütülmesini öngörmekte, diğer taraftan da geliştirilen yeni hesap verebilirlik yöntemleri ile onların daha sıkı kontrollere tabi tutulmalarını vurgulamaktadır. Bu açıdan, yönetenlerin hesap verebilirliği, YKY akımının önemli unsurlarından birisi olarak değerlendirilmektedir (Humphrey v.d., 1993; Cochrane, 1993; Gray v.d. 1993’ten aktaran Balcı, 2003: 122). YKY hesap verebilirliği hem başlı başına bir değer olarak görmekte ve hem de etkinlik ve etkenliği sağlayıcı bir araç olarak görmektedir (Mulgan, 2003: 154).

Hesap verebilirlik ilişkisinin en başta vatandaşlar ile kamusal görevleri yerine getirenler arasında, sonra da kamu örgütlerinin içlerindeki hiyerarşik kademeler arasında ve siyasetçilerle bürokratlar arasında bulunduğu söylenebilir. Hesap verebilirliğin başlıca ulaşmak istediği temel amaç, bürokrasilerin daha fazla vatandaşa hesap verebilir kılınmasıyla demokrasilerin geliştirilmesi sonucunun ortaya çıkarılmasıdır (Weber, 1999). Bu açıdan, hesap verebilir bir kamu yönetimi sisteminin geliştirilmesi bürokrasi-demokrasi çatışmasını da azaltabilecek potansiyellere sahiptir.

Caiden bir kamu görevlisinin üç unsura dikkat ederek görevini yerine getirmesinin gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre, kamu görevlileri, kamu adına yaptıkları tüm işten dolayı sorumluluk üstlenmeli; görevde iken yaptıkları veya yapmadıkları şeyler için dış kurumlara hesap vermeli; içeride ve dışarıda yer alan hakemlerce yanlış olduğuna karar verilen işler için yasal ve moral olarak düzeltme veya borçlanma yollarına tabi tutulmalıdırlar (Caiden, 1989: 25).

Bunların yanı sıra, kamu görevlilerinin hesap verme sorumluluğu değişik boyutları içermektedir. Buna göre, kamuda çalışanlar;

- Mali konularda hesap verme sorumluluğuna,
- Adillik konusunda hesap verme sorumluluğuna,

- Gücün kullanımı (ya da suistimal edilmesi) için hesap verme sorumluluğuna,
- Performans için hesap verme sorumluluğuna,

tabi tutulmalıdırlar (Behn, 2003: 2-8). Sayılan bu yöntemler kamu görevlilerinin yapmış oldukları işlerde kurallara uygun davranıp davranmadıklarını ve demokratik değerler arasında yer alan adalet ve gücün nasıl kullanıldığı gibi unsurları içermesi bakımından bürokrasi-demokrasi ikilemini aşmaya yardımcı olabilir.

Kamu örgütlerinin artık sundukları hizmetlerin kalitesinden, kamusal kaynakların makul ve uygun kullanılmasından ve yaptıklarının sonucu olan işlerden hesap verebilir olmaları kaçınılmaz gözükmektedir. Nitekim, enformasyon teknolojisi olanakları, performans ölçümüne dayalı yeni yöntemler, vatandaşların kamu hizmetleriyle ilgili bilgi edinmesinin kolaylaştırılması yönünde atılan adımlar kamu yönetim sistemlerinde hesap verebilirliğin de artırılmasına yol açabilecek uygulamalar olarak gözükmektedir (Balcı, 2003). Kamu örgütleri artık daha fazla katılımcı bir anlayış içerisinde vatandaşların kamu hizmetleriyle ilgili istek ve beklentilerini dikkate alarak kamu yararı doğrultusunda hareket etmek durumundadırlar. “Demokratik hesap verebilirlik” (Cendon, 2004: 43) mekanizması olarak da adlandırılan yönetime göre, kamu yönetimleri bundan böyle sadece parlamentoya değil, vatandaşlara da yaptıkları işlerin hesabını ve performanslarını açıklamak zorundadırlar. Bunun sonunda da kamu örgütleri demokratik bir meşruiyet de kazanmış olacaklardır.

Demokratik politika oluşturma bağlamında hesap verebilirlik, tarafsız davranmakla ilgili görülmektedir. Buna göre, kamu politikalarının oluşturulması sürecinde, konuyla ilgili tüm taraf ve aktörlere eşit şans tanınarak seslerini duyurma şansının verilmesi, görüşlerini ilan etme olanağına kavuşması olarak değerlendirilmektedir (Gormley ve Balla, 2004: 5). Ancak, kamu politikaları açısından değişik hedef, yöntem, öncelik ve yaklaşımların benimsenmesi ve amaçlar hakkında kamuoyunda bir uzlaşmaya varılması her zaman kolay değildir. Bu tür durumlarda da yöneten ve yönetilenler arasında değişik politik hesap verebilirlik araçları yasa yapıcılar, politika oluşturma konusunda deneyimli çevreler ve medya organları ile diyalog içerisinde ortaya konabilir. Bunun yapılabilmesi de kamu örgütlerinin öncülüğünde ve onların sağlayacakları doğru bilgi ve belgeler yoluyla çeşitli danışma ve tartışma ortamlarında yürütülebilir (Mulgan, 2003: 37). Bütün bunlar da kamu örgütlerinin hesap verebilir kılınmasıyla yakından ilintili konular arasındadır.

Değişik hesap verebilirlik türleri arasında gösterilen politik hesap verebilirlikle, hükümet tarafından belirlenen program ve politikalara uyumlu davranma; yönetsel hesap verebilirlikle, yasal olarak ortaya konulan kural ve prosedürlere tam bağlılık; profesyonel hesap verebilirlikle, yapılan işin teknik kural ve pratiklerine tam uygunluk; demokratik hesap verebilirlikle de, toplumun veya sosyal grupların ihtiyaç ve çıkarları doğrultusunda davranma anlatılmak istenmektedir (Cendon, 2004: 33). Hesap verebilirliğin sayılan bu türleri ise, bürokrasi-demokrasi ikilemini azaltabilecek boyutları beraberinde taşımaktadır. Bunların uygulamaya geçirilebilmesi durumunda, sorunun bir ölçüde hafifleyeceği öngörülebilir.

GENEL DEĞERLENDİRME

Bürokrasi ve demokrasi arasındaki ilişkiler tarihsel süreç içerisinde değişik ülkelerde değişik boyutlarıyla tartışılmaktadır. Gelişmiş ülkeler bu sorunu daha erken dönemlerde yaşayarak kurumsal ve davranışsal kültürün yerleşmesi sonucu büyük ölçüde aşmış gözükmektedirler. Sorun özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından güncelliğini korumaktadır. Burada yapılan değerlendirmeler, sorunun farklı yanlarını ortaya koymakta ve değişik bakış açılarıyla konuyu irdelemektedir. Buna göre, bürokrasi ve demokrasi zaman zaman birbirleriyle çelişen ve zıt boyutlar taşıyan kavramlar olsa da, uyum içerisinde olabilecek iki kavram olarak değerlendirilmektedir.

Hesap verebilirlik yaklaşımı da, bürokrasi ve demokrasinin uyumunu arttıracak unsurlar içermektedir. Özellikle mali konularda, performansla ilgili hususlarda, gücün ve otoritenin nasıl kullanıldığı yönünde, vatandaş istek ve beklentilerine daha duyarlı olunması gibi konularda hesap verebilirlik yeni açılımlar getirmektedir. Bu ise bürokrasi ile demokrasiyi yakınlaştıracak bir durum olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak vurgulanması gereken nokta, bürokrasi ve demokrasinin birbirine zıt kavramlar olarak ele alınmamasının gerekliliğidir. Arada bazı çatışma noktalarının bulunduğu bir gerçektir. Yukarıda bunları azaltmaya yönelik öneriler sıralanmıştır ve bunlara daha başka yenileri de eklenebilir. Sonuçta, bürokrasiyi demokrasiyi tamamlayan bir unsur olarak görmek daha gerçekçi bir yaklaşım olarak nitelendirilebilir. Modern toplumların gelişiminde büyük katkısı olan bürokrasiyi demokrasiyle uzlaştıracak yeni formüllerin araştırılmasının doğal olduğu açık bir gerçekliktir. Bunlar arasında özellikle hesap verebilirlik yaklaşımının ciddi olarak değerlendirilmesi yerinde bir yaklaşım olarak görülebilir.

NOTLAR

¹ Öncelikle belirtmek gerekir ki, demokrasinin ve bürokrasinin ne oldukları konusunun tartışılması bu yazının sınırlarını aşacak boyuttadır. Atanmışların seçilmişlerin koyduğu politikalara uymalarının gerekliliği, demokrasinin önkoşullarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada, demokrasiden kastedilen, en dar anlamıyla atanmışların halk oyu ile iş başına gelmiş olan seçilmişlere tabi olmasıdır. Öte yandan, bürokrasi ile de anlatılmak istenen ana tema, genel bir yönetsel aygıt tiplemesidir. Ancak, yeri geldikçe bürokrasinin diğer anlamlarına da atıfta bulunmaktadır. Ayrıca, bu yazıda bürokrasi-demokrasi tartışması herhangi bir ülke bağlamında yapılmamakta, bir çok ülkede karşılaşılan ve karşılaşılabilecek konu, kavram ve kurumlar üzerinden analizler yürütülmektedir. Bu açıdan bürokrasi ve demokrasi ile ilgili karşılaştırmalı analizler de bu çalışmanın kapsamı içerisinde yer almamaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar için bakınız: Ferrel Heady (1995) ve Bilal Eryılmaz (2002).

KAYNAKÇA

- Aykaç, B. (1997) **Kamu Bürokrasisi ve Türk Kamu Personel Yönetiminde Bürokratik Eğilimler**, Ankara: YÖK Matbaası.
- Balcı, A. (2003) “Kamu Yönetiminde ‘Hesap Verebilirlik’ Anlayışı” in A. Balcı, A. Nohutçu, N K Öztürk ve B. Coşkun (eds.) içinde, **Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar**, Ankara: Seçkin, 115-133.
- Beetham, D. (1987) **Bureaucracy**, Milton Keynes: Open University Press.
- Behn, R.D. (2003) **Demokratik Hesap Verme Sorumluluğu**, (Çeviri), İstanbul: Arı Yayınları.
- Blau, P.M. and Marshall W. M. (1987) **Bureaucracy in Modern Society** (3rd ed.), Baskı, New York: Random House.
- Burke, J.P. (1989) “Reconciling Public Administration and Democracy: The Role of the Responsible Administrator”, **Public Administration Review**, March/April, Issue.
- Caiden, G.E. (1989) “The Problem of Ensuring the Public Accountability of Public Officials” in J.G. Jabra and O.P. Dwivedi (eds.) **Public Service Accountability: A Comparative Perspective**, Connecticut: Kumarian Press.
- Cendon, A.B. (2004) **Accountability and Public Administration: Concepts, Dimensions, Developments**, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/nispacee/unpan006506.pdf> (2.12.2004).

- Cleary, R.E. (1989) "Response to John Burke", **Public Administration Review**, March/April Issue.
- Cook, B.J. (1998) "Politics, Political Leadership, and Public Management", **Public Administration Review**, May/June Issue, 226-227.
- Cox, R.W. vd. (1994) **Public Administration in Theory and Practice**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Davies, M.R. (1998) "Civil Servants, Managerialism and Democracy", **International Review of Administrative Sciences**, 64.
- Ergun, T. ve A. Polatoğlu (1988) **Kamu Yönetimine Giriş** (3. Baskı), Ankara: TODAİE.
- Eryılmaz, B. (2002) **Bürokrasi ve Siyaset**, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Etzioni, H.E. (1985) **Bureaucracy and Democracy: A Political Dilemma**, London: Routledge & Kegan Paul.
- Fischer, F. and S. Carmen (1994) **Critical Studies in Organization & Bureaucracy**, Philadelphia: Temple University Press.
- Frederickson, H. G. (1997) "Bureaucracy and Democracy: Essays in Honor of Dwight Waldo", **Public Administration Review**, 57(3), 190-191.
- Fry, B.R. (1989) **Mastering Public Administration**, Chatham, NJ: Chatham House Publishers, Inc.
- Goodsell, C.T. (1990) "Public Administration and the Public Interest" in G. Wamsley vd. (ed.), **Refounding Public Administration**, Newbury Park: Sage Publications.
- Goodsell, C.T. (1994) **The Case for Bureaucracy: A Public Administration Polemic** (3rd ed.), Chatham: Chatham House Publishers, Inc.
- Gormley, W.T. and S.J. Balla (2004) **Bureaucracy and Democracy: Accountability and Performance**, Washington D.C.: CQ Press.
- Gruber, J.E. (1988) **Controlling Bureaucracies: Dilemmas in Democratic Governance**, Berkeley: University of California Press.
- Ham, C. and H. Michael (1993) **The Policy Process in the Modern Capitalist State**, New York: Harvester Wheatsheaf.

- Hayek, F.A. (1999) **Kölelik Yolu**, (Çev. T. Feyzioğlu ve Y. Arsan), Ankara: Liberte Yayınları.
- Heady, F. (1995) **Public Administration: A Comparative Perspective**, New York: Marcel Dekker Inc.
- Hwang, S.D. (1999) **Bureaucracy vs. Democracy in the Minds of Bureaucrats: To What Extent Are These Ideologies Compatible with one Another?**, New York: Peter Lang.
- Hunold, C. (2001) "Corporatism, Pluralism, and Democracy: Toward a Deliberative Theory of Bureaucratic Accountability", **Governance: An International Journal of Policy and Administration**, 14(2).
- Kaufman, H. (2001) "Major Players: Bureaucracies in American Government", **Public Administration Review**, 61(1), 18-43.
- Kearney, R.C. and S. Chandan (1988) "Professionalism and Bureaucratic Responsiveness: Conflict or Compatibility?" **Public Administration Review**, January/February Issue.
- Lane, E. (1987) "Introduction: The Concept of Bureaucracy", in J.E. Lane (ed.), **Bureaucracy and Public Choice**, London: Sage Publications.
- Larsen, Q. (2000) **Administration, Ethics and Democracy**, Aldershot: Ashgate.
- Long, N. (1949) "Power and Administration", **Public Administration Review**, 9, 257-264.
- Marini, F. (1993) "Leaders in the Field: Dwight Waldo", **Public Administration Review**, 53(5).
- Marx, K. (1984) "The Spirit of Bureaucracy and Beyond Bureaucracy: The Paris Commune" in F. Fischer and C. Sirianni (eds.) **Critical Studies in Organization & Bureaucracy**, Philadelphia: Temple University Press.
- Meier, K.J. (1997) "Bureaucracy and Democracy: The Case for More Bureaucracy and Less Democracy", **Public Administration Review**, 57(4), 193-200.
- Mills, C.W. (1963) "Culture and Politics", CW Mills (ed.), **Power, Politics and People**, New York: Oxford University Press.
- Mises, L. von (2000) **Bürokrasi**, (Çev.: F. Ergin), Ankara: Liberte Yayınları.

- Moe, T. (1984), "The New Economics of Organization", **American Journal of Political Science**, 28, 739-777.
- Mosher, F.C. (1968) **Democracy and The Public Service**, New York: Oxford University Press.
- Mulgan, R. (2003) **Holding Power to Account: Accountability in Modern Democracies**, New York: Palgrave Macmillan.
- Nelson, M. (1982) "A Short, Ironic History of American National Bureaucracy", **The Journal of Politics**, 44, 746-778.
- Niskanen, W.A. (1971) **Bureaucracy and Representative Government**, Chicago: Aldine-Atherton.
- OECD (1987), **Administration as Service, The Public as Client**, http://www.oecd.org/LongAbstract/0,2546,en_2649_34275_1910550_119699_1_1_1,00.html (5.12.2004).
- O'Toole, L.J. (1982) "Dwight Waldo" in J.A. Uveges (ed.) **Public Administration: History and Theory in Contemporary Perspective**, New York: Marcel Dekker, Inc., s. 108.
- Öztürk, N. K. (2003) **Bürokrasinin Gücü ve Siyaset**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Peters, C. (1983) "Can Anything Be Done about the Federal Bureaucracy?" in R.T. Golembiewski and F. Gibson (eds.), **Readings in Public Administration: Institutions, Processes, Behavior, Policy**, (4th ed.), Boston: Houghton Mifflin Company.
- Pierre, J. (1995) "Conclusions: A Framework of Comparative Public Administration" in J. Pierre (ed.), **Bureaucracy in the Modern State**, Cheltenham: Edward Elgar.
- Riggs, F.W. (1997) "Modernity and Bureaucracy", **Public Administration Review**, 57(4), 347-353.
- Rosenbloom, D.H. (1981) "The Judicial Response to the Rise of the American Administrative State", **American Review of Public Administration**, 15(1), 29-51.
- Rourke, F.E. (1984) **Bureaucracy, Politics, and Public Policy** (3rd ed.), New York: Harper Collins Publishers.
- Smith, B.C. (1988) **Bureaucracy and Political Power**, Sussex: Wheatsheaf Books.

- Stivers, C. (1994) "The Listening Bureaucrat: Responsiveness in Public Administration", **Public Administration Review**, July/August Issue.
- Timney, M.M. (1998) "Overcoming Administrative Barriers to Citizen Participation" in C.S. King and C. Stivers (eds.), **Government is Us: Public Administration in an Anti-Government Era**, Thousand Oaks: Sage.
- Waldo, D. (1965) "Public Administration and Culture" in Roscoe C. Martin (ed.), **Public Administration and Democracy**, Syracuse: Syracuse University Press.
- Waldo, D. (1980), **The Enterprise of Public Administration**, Novato, CA: Chandler and Sharp.
- Weber, E.P. (1999) "The Question of Accountability in Historical Perspective", **Administration & Society**, 31(4), 451- 495.
- Weber, M. (1994) "Bureaucracy" in F. Fischer and C. Sirianni (eds.), **Critical Studies in Organization & Bureaucracy**, Philadelphia: Temple University Press.
- Wilson, J.Q. (1989) **Bureaucracy: What Government Agencies Do and Why They Do It**, Basic Books.
- Wood, B.D and W.W. Richard (1994) **Bureaucratic Dynamics: The Role of Bureaucracy in a Democracy**, Boulder: Westview Press.
- Yates, D. (1982) **Bureaucratic Democracy**, Cambridge: Harvard University Press.

SİVİL TOPLUMUN KAVRAMSAL TARİHİ ve SİVİL TOPLUMLA İLGİLİ GÜNCEL TARTIŞMALAR

Mete Kaan KAYNAR*

Öz

Dünya ekonomisinde ve politikasında yaşanan küresel değişim ve bilişim teknolojisindeki gelişmeler, 1980'lerden bu yana siyasal fikirler ve yapıları derinden etkilemektedir. Doğu Avrupa'da otoriter yönetimlerden demokrasiye doğru yaşanan dönüşüm, SSCB'nin çözülmesi, sosyalizmin krizi ve bilişim teknolojisindeki baş döndürücü gelişmeler, Batı siyaset biliminin anahtar kavramları olan "demokrasi" ve "sivil toplum"u tüm dünyada yeniden popüler hale getirdi. Bu çalışmada da sivil toplumun kavramsal tarihi özetlenmekte, sivil toplum demokrasi ilişkisi irdelenmekte ve çağdaş bir sivil toplum tanımına ulaşılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sivil toplum, demokrasi, kamu, devlet.

Abstract

Conceptual History of Civil society and Contemporary Debates on Civil Society

Global changes in economics, politics and information technology have strongly affected the political ideas since the 1980s. The democratic transition in the Eastern Europe, collapse of USSR, crisis of socialism and tremendous developments on information technologies have made the concept of civil society and democracy which have been one of the main concepts of the Western politics popular all over the world. In this study, conceptual history of civil society is summarised and categorised, relationship between democracy and civil society is evaluated and it is tried to reach a contemporary definition of civil society.

Keywords: Civil society, democracy, public, state.

* Dr., Hacettepe Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, kaynar@hacettepe.edu.tr.

GİRİŞ

Son yirmi yılın siyaset bilimi tartışmalarını derinden etkileyen kavramlardan biri de sivil toplumdur. Kavramın tüm dünyada popüler hale gelmesinde, sivil toplum ile demokrasi arasında, özellikle 1980'lerden bu yana kurulmaya başlanan zorunluluk ve gereklilik ilişkisi hayli önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim 1970'lerde başlayan ve 1980 ortalarında sonra hızlanarak iki kutuplu dünyayı da sona erdiren gelişmeler, kutbun her iki cephesindeki siyasal sistemler üzerinde yeniden düşünmek ve bu sistemlerin etkinliklerini sorgulamak için verimli bir zemin hazırlamıştır. Kutbun Batı yakasındaki kapitalist ülkelerin liberal demokrasileri, demokrasiyi pratikte seçim, meclis ve partilere indirgişmiş olmakla eleştirilirken, Doğu Bloku'ndaki gelişmeler ise sosyalizm adına yürütölen toplum mühendisliğinin sonuçlarını gözler önüne sermiştir. Her iki gelişme de hem akademik, hem de popüler siyasal ilgiyi "sivil toplum" ve bu kavramın demokrasi ile olan ilişkisine çekmiş; sivil toplum hem kapitalist temsili demokrasiyi yeniden demokratikleş-tirecek, onu toplumsal olana doğru genişletecek bir araç, hem de toplumları otoriter yönetimlerin toplum mühendisliğine karşı koruyabilecek bir kalkan olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bir başka ifade ile aktif ve dinamik bir sivil toplumun çağdaş, katılımcı bir demokrasinin varlığının, etkililiğı ve verimliliğinin temelinde yer aldığı yargısı, hem siyaset biliminin hem de güncel siyasal tartışmaların soğuk savaştan çıkardığı önemli kıssadan hisselerden biri olmuştur.

Bu çalışmanın temel amacı da çağdaş bir sivil toplum tanımı çerçevesinde sivil toplum kavramı ile demokrasi arasındaki, yukarıda ana hatlarıyla özetlenen bu ilişkiyi tartışmaktır. Bu amaçla ilk başta sivil toplum kavramının tarihsel arka planından yola çıkılacak, sivil toplum kavramı ile demokratikleşme arasında kurulmaya çalışılan ilişkinin irdelenmesinin ardından da katılımcı bir demokrasiye temel oluşturabilecek bir sivil toplum tanımına ulaşılmaya çalışılacaktır.

I. SİVİL TOPLUMUN KAVRAMSAL TARİHİ

I.1. Tek Gerçek Olarak Kamusal

Sivil toplumla ilgili ilk tartışmalar Antik Yunan'da görölmeye başlanır. Yunan kent devletlerinde özgür vatandaşların ortak kullandığı *konie* (polis) alanı, bireylerin özel alanı olan *oikos*dan tamamen ayrılmıştır. Oikos evin, ailenin, çalışmanın ve yaşamak için gerekli zorunlu etkinliklerin gerçekleştirildiğı alan olarak tanımlanırken; polis, özgür yurttaşların devlet

yönetimine katıldıkları, yaşam için gerekli zorunluluklardan uzak, insani varoluşun gerçekleştirildiği (Arendt, 1996: 34) bir etik alan olarak adlandırılmıştır¹. Bir başka deyişle, Antik Yunan'da ev hayatını -özel alanı- temsil eden oikos, yegane eşitlikler olanı olarak tanımlanan polis'in doğal arka planını oluşturmuş, hukukla değil hakimiyet ilişkileriyle yönetilen bir alanı ifade etmiştir (Seligman, 1992: 84; Chandhoke, 1995: 79). Yaşam için gerekli zorunlu etkinliklerin gerçekleştirildiği oikosun reisi erkek/yurttaş polise, (evin) reis(i) olması nedeniyle katılma hakkına sahip olmuştur.

Antik Yunan'da polis'in eşitlikler, oikosun ise katı eşitsizlikler alanı olmasına karşın polis/oikos ayrımı, Habermas (1997: 60)'a göre, Yunanlıların bilincinde kamunun özel alan karşısında bir özgürlük ve istikrar alanı olarak düşünülmesine olanak sağlamıştır: Aristoteles'in de vurguladığı gibi, kent devletinde her şey ancak kamunun ışığında açığa çıktığında alenileşmektedir. Adaletin polis içerisinde tecellisi, Aristoteles'in bir politik toplum kavramı olarak "yurttaş" tanımına da yansır: Aristoteles'in yurttaşı, "*mahkemeye gidebilen, dava açabilen veya* (Aristoteles, 1990:70)", "*devlet yönetimine katılabilen* (Aristoteles, 1990: 77) kişidir. Platon'un düşüncesinde ise bu, devlet ile birey arasındaki uyumu sağlayan önemli araçlardan biri olarak anılır (Popper, 1989: 107).

I.2. Özel Alanın Doğuşu: Doğal Hukuk

Roma dönemi, kamusal alanın özel alan karşısında tek gerçek alan olarak kabul edildiği Antik Yunan ile özeline kamusal alanı örttüğü Orta Çağ arasında kalan bir geçiş dönemi olarak tanımlanabilir (Arendt, 1996: 42). Gerçekten de bu dönem, hem doğal hukuk anlayışının, hem de miras, mülkiyet ve sözleşme hukuku gibi, bireyi cemaatten ayrı bir varlık olarak ele almaya imkan tanıyan hukuk kodlarının ortaya çıkmaya başladığı ve böylece kamusal alanı ayrı, bağımsız bir özel alanın doğduğu bir dönemdir (Chandhoke, 1995: 78).

Devlet, Antik geleneğe olduğu gibi Roma düşüncesinde de bir yurttaşlar topluluğudur; fakat bu yurttaşlar topluluğu aynı zamanda -Yunan geleneğinin tersine- ortak amaçları olan, bu amaç ile uyum içinde yaşayan, hukuksal bağlarla birbirine bağlı bir kitle olarak da ele alınır (Şenel, 1995: 198). Devlet konusunda Roma hukukçularının en önemli katkısı ve onları Antik Yunan'dan ayıran en özgün yanları, ortak iradenin dışında hukukun kendisini de devletin oluşumuna katmalarındır: Roma hukukçularına göre devlet, üyeleri birbirlerine hukuksal bağlarla bağlı bir birliktir ve devletin temelini yerleştirilen bu hukuk aynı zamanda, Roma'yı yöneten yöneticileri de yönetmekte olan *doğal hukuktur* (Seligman, 1992: 17; Russel, 1945: 252; Şenel, 1995: 205).

Roma’da hem akla özdeş ve doğaya uygun olduğu varsayılarak bu yolla Tanrıya bağlanan doğal hukuk anlayışının, hem de mülkiyet, sözleşme, miras hukuku türü pozitif hukuk metinlerinin ortaya çıkmaya başlaması, sivil toplumla ilgili kavramlara ilişkin değişimi de beraberinde getirmiştir. Bu değişimin temelinde ise devlet ve toplum ayrımının ortaya çıkmaya başlaması yatar (Senett, 1996: 15-16). Söz konusu bu değişimin iki ayağından bahsedilebilir. Birincisi, Roma döneminde *özel*in basitçe bir yerleşim kategorisi olmaktan çıkıp hukukla belirlenen ve kamusal alandan ayrı bir kategori olarak ortaya çıkmaya başlaması; ikincisi ise kamusal alanın *özel*in dışında kalan her şeyi ifade eden bir alan olarak tanımlanmaktan vazgeçilerek (Cohen-Arato 1992: 85) hukukun kendisinin bizzat bu alanın formasyonuna yerleştirilmesidir.

I.3. Özel Alanın Kamusal Alan İçerisine Genişlemesi

Orta Çağ Avrupa’sına bir yandan parçalanmış yatay ve dikey iktidar ilişkileri, diğer yandan Katolik Kilisesi’nin temsil ettiği Hıristiyanların evrensel birliği düşüncesi hakim olmuştur (Köker-Ağaoğulları, 1991: 77). Ekonomik üretim toprağa bağlı kapalı birimlerde gerçekleştirilirken, bu ünitelerin yöneticileri arasında yatay ve dikey iktidar mücadeleleri yaşanmış; merkezi iktidarın yokluğu (iç içeliği) olarak adlandırılan bu olgu, aynı zamanda, Kilisenin doğal hukuk düşüncesinin Tanrının yasaları olarak yeniden yorumlaması ile (Seligman, 1992: 19) bir bütünü, bir *corpus*u da ifade edebilmiştir (Akal, 1998: 49). Bir başka deyişle, Roma’da temellendirilen doğal hukuk anlayışı, Kilise filozoflarının elinde ilahi düzenin aşkın emirleri olarak yorumlanmış (Seligman, 1992: 19); doğal hukuk, Kilise önderliğinde Hıristiyanların aşkın birlikteliğini sağlayan yolun yapı taşları olarak kullanılmıştır.

Tüm bu gelişmeler V. ve VI. yüzyıllarda özel ve kamusal alan arasındaki ayrımın muğlaklaşmasına, bu iki alan arasındaki ilişkinin geçişken bir hal almasına yol açmışlardır. Bunda Aristoteles’in toplum-devlet ilişkilerini irdelemek için kullandığı kavramların, Orta Çağ’a tercüme edilmiş biçimlerinin de önemli bir etkisinin olduğunu belirtmek gerekmektedir. Nitekim, Albertus Magnus, Moerbecke’li William gibi yazarların Aristoteles’ten yaptıkları çevirileri Orta Çağ’a uyarlayarak Aristocu felsefe ile Hıristiyan düşüncesini harmanlamaya çalışan Thomas Aquinas (Russel, 1945: 453), Aristoteles’in site devletinin kamusal alanı için kullandığı *politika koniasını* *societas civilis* olarak tercüme etmiştir (Cohen-Arato, 1992: 85). Russel (1945: 453), bu Aquinas’ın Aristoteles yorumunun o döneme kadar siyasal düşünceye hakim olan “Platoncu Aristo” yorumunu değiştirdiğine ve Aristoteles’i gerçek anlamda anlamaya yol açtığı düşüncesindedir. Habermas (1997: 63) ve Arendt (1958: 23-30) ise *politika konianın* Orta Çağ’a başarıyla tercüme edildiği konusunda şüphelidirler. Antik Yunan’ın oikos/polis şeklinde ifade edilen özel ve kamu

karşıtlığı Orta Çağ'da *res private/res publica* şeklinde devam etmesine karşın, bu kavramlar formasyon olarak içinde bulunduğu dönemle birebir uyum sağlayamamış, göreceli hale gelmişlerdir. Örneğin Aile reisinin iktidarı ne klasik ne de modern hukuktaki özel egemenliğe denk düşer. Yine, toprak üzerindeki iktidar bir 'kamusal alan' ise, aile içindeki iktidar 'ikinci derecede kamusal alan' olarak ortaya çıkmaktadır. Yani toprak iktidarına göre aile reisinin iktidarı özel nitelik taşıırken, aile reisi, kendi içinde ikinci derecede kamusal bir mahiyet taşımaktadır. Benzer şekilde, Orta Çağ'da sosyolojik olarak özel alandan ayrılmış kendi başına bir alan olarak kamudan bahsetmek de mümkün değildir. Kamusal alan, iktidarın kişiselleşmesi ve adaletin sözlü olarak dağıtılması gibi nedenlerle, aynı zamanda egemene ait ayrıcalıkların ifadesi olarak sunulmuştur: Eski Yunan'da yöneticinin temsili halk adına yürütülürken, Orta Çağ'da bu temsil, halkın üzerinde statü simgeleriyle (giyim, hitap, nişane vb.) ifade edilir hale gelmiştir. Kamusal ve özelin bu yeni yorumunda ayrıcalıklı/soylu/özel kişi aynı zamanda *kamusalı* da (kendi kişiliği içerisinde) temsil etmektedir. Kamusal olan kendini ayrı bir yapı olarak ortaya koymaz. Kamusal, lordun ritüeller ve sembollerle ifade ettiği bir durum haline gelir. Siyasi iktidar, bu iktidarı temsil eden kişinin özel mülkiyetinden ayrı olarak düşünülemez hale gelir(Habermas,1997: 66).

I.4. Doğal Durumun Karşıtı Olarak Sivil Toplum ve Devlet Özdeşliği

Orta Çağ'ın feodal düzeninin ortadan kalkarak, kent yaşamının ve kapitalist ekonomik ilişkilerin yaygınlaşmaya başlaması, sivil toplum ile ilgili tartışmaları da hareketlendirmiştir. Rönesans'la birlikte Orta Çağ'ın, kamusalı, kendi "özel" kişiliğinde temsil eden feodali ortadan kalkmaya; kamusal feodalın kendi kişiliğinde değil, onun malikanesinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Habermas (1997: 70; Flyvbjerg, 1998: 220-230), Rönesans'la birlikte Avrupa saraylarında ortaya çıkan bu gelişmeyi, özel ile kamusalın Orta Çağ sonrasında mekan olarak ayrışmaya başlaması olarak yorumlamaktadır.

Benzer bir gelişme de Reform hareketi sonrasında ortaya çıkmıştır: Orta Çağ'da tüm Hıristiyanların aşkın birlikteliğini ifade eden din (Hıristiyanlık) de kamusal alandan dışlanmaya ve özel alanın sınırları içinde tanımlanmaya başlanır. Dinin özel alanda tanımlanmaya başlamasında, siyasi iktidarın dinin aşkın yasalarıyla meşrulaştırılamayacağını savunan burjuva görüşlerinin de hayli önemli bir etkisi olduğunu vurgulamak gerekmektedir (Cassirer,1984: 140).

Modern dönem, temelleri Roma döneminde atılmaya başlanan doğal hukuk anlayışının, insan aklı, iradesi ve hakları kavramları ile yeniden yorumlandığı bir dönem olmuştur. Modern dönemde doğal hukukun yeniden yorumlanmasında *sözleşme*² kavramı önemli bir rol oynamış; bireyin insan

olmaktan kaynaklanan haklarının olduğu savunan düşünürler, bu ilişkiyi sözleşme kavramı içerisinde ele alarak tartışmışlardır.

Temelde, bir toplumun, toplumsal yaşamının öncesinde var olduğu, yaşanmış olduğu tasavvur/iddia edilen bir *doğal durum*dan, insanların kendi akıllarıyla yaptıkları sözleşme sonrasında ortaya çıkan sivil/siyasal/devletli topluma geçişi kurgulayan sözleşme teorileri, aralarındaki nüanslara karşın temelde (1) politik yapının, bu yapıyı oluşturan bireylerin anlaşması ile ortaya çıktığı, (2) böylesi bir sözleşmenin yönetenler ve yönetilenler arasında değil, tüm bireylerin kurallar üzerinde yaptıkları bir anlaşma niteliği taşıdığı, (3) sosyal sözleşmenin insani varlığın eşitliği ilkesine dayanılarak gerçekleştirildiği ve (4) bireylerin haklarına doğal olarak sahip olduğu temel varsayımlarından yola çıkar (Forsyth, 1994: 35-36).

Hobbes da sözleşme düşüncesini kendi siyasal teorisini açıklamak amacıyla kullanır. *Leviathan* adlı eserinde, doğal durumdan leviathan adını verdiği ve tüm iradeleri kendisinde toplayan, mutlak devlete (commonwealth) geçişi tartışan Hobbes doğal durumu, koruma ve güvenlik ihtiyacı hisseden insanların çıkarları için birbirleriyle mücadele ettikleri ve bu nedenle de eşit özgür oldukları (Lessnof, 1990: 11) bir düzen olarak tanımlamaktadır. Hobbes'a göre, korunma/güvenlik ihtiyacı hisseden ve kendi çıkarları peşinde koşan bireyler, bu çatışmayı ortadan kaldıracak bir güce ihtiyaç duymaktaydılar ve kendi rızaları/sözleşmeleri ile bu sözleşme hükümlerine tabi olmayan bir leviathanı/mutlak devleti oluşturdular. Böylece politik/sivil toplum ortaya çıktı (Tester, 1992: 55).

Sözleşmeciler teorisyenlerin çoğunluğunda olduğu gibi Hobbes'da da politik toplum, sivil toplum ve devlet ayrı anlamlarda kullanılmaz. Doğal durumdan bir sözleşme ile çıkılması, sivil/politik toplumun yani devletin oluşturulması anlamına gelirken, bu gelişme insan rasyonalitesinin adım adım gerçekleştirilmesi sürecini, yani ilerlemeyi de ifade eder. Bir başka ifade ile sivil toplum, Hobbes'da, devlet biçiminde örgütlenen toplum olarak doğal durumun zıddı; bu alanda gerçekleştirilen bir ilerleme anlamında kullanılmaktadır.

Sözleşme teorilerini sınıflandıran Hampton(1986: 256)'a göre³ Hobbes'un sözleşme anlayışı ile Locke'un sözleşme anlayışları birbirinden tamamen farklı niteliklerdedir: Hobbes'un sözleşmesi *yabancılaştırmacı*, Locke'un sosyal sözleşmesi ise *temsilci* türdeki sosyal sözleşme anlayışına bir örnek olarak verilebilir.

Locke da sivil/politik toplumun ortaya çıkışını bir doğal durum tasviri ve ardından gelen bir sözleşme ile açıklar. Locke'un doğal durumu,

Hobbes'ünün tersine, insanların doğal yasalara bağlı olarak yaşamlarını sürdürdükleri bir alandır. Burada insanlar kendi çıkarları peşinde koşmaları ve doğal yasalara uyarak barış içerisinde yaşamalarına karşın yine de bir siyasi iktidarın varlığına ihtiyaç duyarlar. Devlete duyulan ihtiyacın nedeni Hobbes'da olduğu gibi güvenlik ihtiyacıdır. Doğal durumdaki doğal hakları koruyacak bir otoriteye duyulan ihtiyaç, sivil topluma geçişin temel nedenini oluşturur (Marshall, 1994: 293). Bir başka deyişle Locke için doğal durumdan sivil topluma geçiş, Keane (1994: 68)'nin belirttiği gibi, doğal durumun eksik toplumsallığının tamamlanması amacını taşırken, Hobbes'da ise sivil toplum/devlet, doğal durumun karşısını oluşturur; onun yerine geçer. Nitekim Locke'un sözleşme anlayışını temsilci, Hobbes'unkini de yabancılaştırmacı olarak tanımlamaya imkan verende her iki düşünürün sözleşme anlayışlarındaki bu temel farktır.

Locke'a göre sözleşmenin ardından bireyler tüm haklarını, oluşturulan bu siyasi otoriteye devretmeyecekler; sadece ödünç vereceklerdir ve eğer devlet sözleşmeye aykırı olarak bireylerin doğal haklarını sınırlandırmaya teşebbüs ederse meşru olmaktan çıkacak; bireylerin böylesi bir iktidara karşı direnme hakkı doğacaktır (Ashcraft, 1994: 227).

Locke'da, Hobbes'da da olduğu gibi, sivil/politik topluma geçiş, aynı zamanda siyasi iktidarı olan bir yaşama, yani toplumsal yaşama geçiş anlamı taşımaktadır. Fakat Locke'un, devleti görev ve meşruiyetini belirli şartlarla bağlayarak sivil toplum karşısında sınırlandırması, politik teoride sivil-politik toplum ve devlet arasındaki Hegel ile netleşecek ayrımın ilk işaretlerini de içerisinde taşımaktadır. Locke ile birlikte, sivil toplumun devlet olarak organize olmuş toplum anlamına gelecek şekilde geleneksel kullanımı muğlak da olsa bozulmaya başlamıştır. Devlet, toplum öncesinde yapılan sözleşmenin şartlarına uygun olarak davranmak, bireylerin doğal durumda dahi sahip oldukları haklarını ihlal etmemek zorundadır; bu haklara aykırı davranmaya başlarsa, meşruiyetini kaybedecek, bireylerin böylesi bir devlete karşı direnme hakları meşrulaşacaktır (Cohen, Arato, 1992: 88-89). Locke'un bu düşüncelerinin, aynı zamanda, sözleşmeyi gerçekleştiren bireylerin siyasi iktidarın kaynağını oluşturduğu görüşünü de pekiştirdiğini belirtmek gerekmektedir (Asraft, 1994: 229-230; Forsyth, 1994: 42-43).

Üretim ilişkilerinde kapitalizmin egemen hale gelmesi, bir yandan sivil toplumun Batı'nın içerisinde bulunduğu bir toplumsal aşama, bir medeniyet düzeyi olarak yorumlanmaya başlanmasına, diğer yandan da kapitalizmin temel ögesini oluşturan piyasanın devlet-toplum ilişkisi ile ilgili teorilere eklenmesine yol açtı. Hiç kuşkusuz dönemin gittikçe belirgin hale gelen üretim ilişkisi –kapitalizm- sözleşmecî teorisyenlerin de ilgi alanı içerisindeydi. Nitekim özel mülkiyet ve piyasa toplumu ile ilgili analizleri, özel mülkiyeti

bireyin doğal haklarından biri olarak tanımlayan Locke da, Hobbes'un birbirleriyle kendi ihtiyaç ve arzuları çerçevesinde hareket eden doğal durum insanında veya sivil toplumun mucidinin bir toprak parçasını çevirerek oranın kendisine ait olduğunu söylemeyi keşfeden ilk kişi olduğunu söyleyen Rousseau'da da bulmak mümkündür (Jennings 1994: 116). Yine de sözleşmecî teorisyenlerin ilgisi, dönemin ekonomik ilişkilerin –piyasanın– devlet müdahalesinden nasıl korunacağını açıklanması vb. yönünde değil, iktidarın temelini insanların iradesi ile açıklanması yönündeydi. Bu noktada, toplumun (yarı) doğallığı ve özel mülkiyetin doğal durumda olan ve sivil toplumda da devleti sınırlandıran, onun uyması gereken kurallardan biri olması gerektiği konusunda Locke'un diğer sözleşmecî düşünürlerden kısmen de olsa ayrılması gerektiğini bir kez daha vurgulamak gerekmektedir. Nitekim, Klasik Ekonomistlerin ve İskoç Aydınlanmacılarının da Locke'un açtığı bu yoldan ilerlediklerini söylemek mümkündür: Bu yoldan geçen Ferguson, piyasaya dayalı bir sivil toplum tasarımının tehlikelerine dikkat çekecek; Smith ise piyasayı sivil toplumun kurucu unsuru olarak ele alacaktır (Ehrenberg, 1999: 109).

I.5. Devlet Sivil Toplum Dualizminin Doğuşu: Ferguson ve Smith

Sivil toplumun bir sözleşme ile “oluşturulmuş” olmayıp, doğal bir kurum olduğunu belirten ve onu ahlaki bir kategori olarak değerlendiren Ferguson, sivil toplumun bir medeniyet ve bir ilişkiler bütünü olduğunu vurgular (Tester, 1992: 46): Toplum, bilinçli bir çabanın ürünü olarak kurulmuş olmadığı gibi, toplum öncesi bir dönem yaşanmadığı için de doğal bir kategoridir. Toplumun doğallığı, insanın toplumsallığı ile doğrudan ilişkilidir ve insan yaradılış itibarıyla “toplumsal” bir canlıdır. Ferguson, insanın toplumsallığını ise yine onun doğasında var olan *kendisini başkasının yerine koyabilme, dünyayı onun gözleriyle görebilme* yeteneği ile, yani *duygudaşlıkla* açıklar ve bu duygudaşlık yeteneğini de sivil toplumun temellerine yerleştirir. Duygudaşlık (yeteneği) bireylere, diğerlerinin yaşamlarına katılma ve paylaşılan ahlaki değerler ile oluşturulan sivil toplum içinde uzlaşma yoluyla ahlaki yargılarda bulunabilme imkanı vermektedir (Ehrenberg, 1999: 91).

Ekonomik ilişkilerin sivil toplumu temellendirilemeyeceğini savunan Ferguson'a göre kişisel çıkar kavramı, sosyal bağların tamamını tanımlamak ve medeni yaşamı üzerine kurmak için yeterli olmayan kavramlardır. Kişisel çıkara dayalı ilişkilerin hakim olduğu ekonomik yaşam ve işbölümü insanları yalnızlığa iterken, bizi çevremizdekilerden ayıracaktır. Oysa dayanışma kişiye, bir topluluğa ait olduğu hissini kazandıracaktır (Ehrenberg, 1999: 92).

Ferguson'un sivil toplumun ekonomik ilişkiler temelinde savunulamayacağı görüşü ile iş bölümünün toplumu yozlaştırdığı görüşü bir

arada değerlendirilmelidir. Ferguson'un tehlikelerinden bahsettiği iş bölümü basit ekonomik iş bölümü değildir. Yazar, görece ilkel toplumlarda görülmeyen iş bölümünün, bir diğer deyişle, devlet adamlığının vatandaşlıktan, savaş sanatının politikadan ayrılması gibi modern topluma özgü iş bölümünün toplumu yozlaştırdığı görüşündedir. İş bölümünün artması toplumsal yozlaşmaya yol açarken, bu aynı zamanda despotik rejimlere zemin hazırlayacaktır. Fakat ekonomik ilişkiler yozlaşmanın tek nedeni de değildirler (Forbes, 1966: 238-235).

Ferguson sivil toplumu ekonomik ilişkilerden çok karşılıklı duygudaşlık ilişkileri ile açıklamasına ve medeni toplumlarda iş bölümünün topluma verdiği zararlara dikkat çekmesine karşın asıl amacı, sivil toplumu kapitalist ekonomik tamamen ilişkilerin dışında tanımlamak değildir. Aksine, Ferguson'un amacı, bir yandan Batı toplumlarını diğer toplum türlerinden ayıran temel noktanın ne olduğu sorusuna cevap aramak, diğer yandan da medeni toplum olarak adlandırdığı Avrupa'nın medeniliğinin tek ölçütünün ticari ve ekonomik ilişkileri olamayacağını altını çizmek; medeni toplumdaki bu ekonomik ilişkilerin doğal sonucu olarak ortaya çıkan iş bölümünün sosyal sonuçlarının despotik bir yönetime dahi zemin hazırlayabileceği tehlikesine dikkat çekmektedir.

Özetle Ferguson'un ekonomik ilişkilerin sivil toplumun temelini oluşturamayacağı şeklindeki görüşlerini 18. yüzyıl Avrupa'sındaki ekonomik ilişkilerin kendisine yönelik bir eleştiri olmaktan çok, sivil toplumun kapitalist ekonomi ile açıklanmasına yönelik bir tepki olarak ele almak daha doğru olacaktır. Bu eleştirinin hedefi ise Ferguson'un çağdaşı ve Klasik Ekonomi ekolünün kurucularından Adam Smith'dir. Smith'in çabası ekonomik faaliyetler ve piyasa sürecini medeni yaşamın otonomisinin genel kavranışı içinde bir araya getirmek olmuştur.

Merkantilizmi eleştirerek devletin müdahale etmediği bir piyasanın ulusal refahın, milletlerin zenginliğinin sağlanmasında daha etkin bir yol olduğu noktasından hareket eden Smith, sivil toplumu devletten ayrı, piyasa ile örgütlenen bir alan olarak tanımlamaktadır (Ehrenberg,1999: 97). Bu nedenle devletin görevi ekonomik faaliyetleri yerine getirmek değil, barış ve istikrar şartları içerisinde insanların kendi çıkarlarını kovalayacakları düzeni tesis etmektir. İş bölümünün ve ticari ilişkilerin insanlar arasındaki tek ilişki olmasının siyasal sonuçlarına ve tehlikelerine dikkat çeken Ferguson'un tersine Smith, iş bölümünü sivil toplumun ve onun ahlaki gelişiminin temelini yerleştirir: İş bölümü, insanların yeteneklerinin çoğalmasına ve karşılıklı bağımlılığın düzenlenmesine imkan sağlayan bir mekanizmadır. Piyasadaki ilişkilerle şekillenen sivil toplumun bireyi ise kendi çıkarlarını maksimize etmeye çalışan "ekonomik-insan" dır (Gordon,2000: 95).

Smith'in Ferguson'dan ayrıldığı nokta da budur: Sivil toplum ahlaki kriterlere göre değil, kişisel çıkar arayışı ile işler; çünkü bizler, Smith'e göre, akşam yemeğimizi fırıncının iyilikseverliğinden değil, bu onun kendi çıkarı ile ilgili olduğundan yiyebilmekteyiz (Aktaran Ehrenberg, 1999: 101) ve medeni yaşam, tamamen özgür bireylerin gönüllü mübadeleleri üzerine bina edilmektedir. Nitekim çıkarları peşinde koşan bireylerin karşılıklı ilişkisi, piyasa mekanizması aracılığıyla yeni bir sosyal düzene dönüştürülür.

Smith, kişisel çıkar arayışındaki bireylerin karşılıklı bağımlılığına dayanan bir sosyal yapı ile temellendirdiği sivil toplumun varlığını sürdürebilmesi için devlete önemli görevler düştüğü inancındadır: Devlet, sivil topluma dışarıdan gelecek tehlikelere karşı onu korumalı; sivil toplumun bir başka üyesinden gelecek gayri adil davranışı mümkün olduğunca önlemeli; kamusal kuruluşları ve onların kamusal çalışmalarını yükseltmelerini ve bunları sürdürmelerini sağlamalıdır (Ehrenberg, 1999: 104).

I.6. Devlet Sivil Toplum Dualizminin Aşılması

I.6.1. Devletin Sivil Toplumu Kapsaması: Hegel

Locke ile başlayan ve Smith ile devam eden sivil toplumun devletin dışında bir alan olarak tanımlanması eğilimi, Hegel ile son noktasına ulaşır (Gordon, 2000:85). Hegel, aile, devlet ve sivil toplumu birbirinden tamamen ayırarak sivil toplumu farklılaşmış ve kompleks bir sosyal düzenin teorisi olarak ele alır (Pelczynski, 1984: 1). Doğal hukuk geleneğinden hakların taşıyıcısı olarak birey anlayışını devralan Hegel, Klasik Ekonomistler ve İskoç aydınlanmacılarından sivil toplumun ihtiyaçların karşılandığı alan olarak ele alınması görüşünü devralmış ve bunları yeniden yorumlamıştır (Inwood, 1984: 40). Fransız devrimi ile gelen yeni sosyo-ekonomik ve siyasal şartlar ise Hegel'in siyasal düşüncesini ve fenomolojisini etkileyen bir diğer önemli kaynaktır.

Hegel, aile, sivil toplum ve devlet olmak üzere üç farklı etik alan öngörmektedir ki bunların her biri, bireyin yaşamını farklı düzlemlerde kurmakta ve etkilemektedirler: Ailedeki ilişkileri sevgi, saygı ve tolerans yönlendirirken, sivil toplumu yönlendiren kişisel çıkardır. Devlet ise siyasal yaşamın organik birliği; tez (aile) ile antitezin (sivil toplum) sentezidir (Hyppolite, 1969: 109). Sivil toplum Hegel'in şemasında, devlet ile aile arasında kalan ve bu alandaki tüm ilişkileri kapsayan bir ağ, bireylerin ekonomik olarak özgür ve bağımsız kişiler olarak katıldıkları sosyal ilişkiler sistemi olarak tanımlanmaktadır (Kortion, 1984: 198). Bu alandaki ilişkilerin temel güdüleyicisi ise insanlar arasındaki karşılıklı ilişkileri zorunlu hale getiren "ihtiyaç"tır.

Hegel sivil toplumun iç işleyişini yorumlayışında Klasik Ekonomist görüşü büyük oranda paylaşmakla birlikte, ona eleştirel yaklaşır: Hegel'e göre de sivil toplumun temel dinamiği kişisel ihtiyaç ve çıkarların tatminidir ve birey bu alanda kendi çıkarını düşünerek hareket eder; özel mülkiyet ise kişinin iradesinin nesneye yönelmesidir (Güriz,1985: 241). Fakat Hegel'e göre, sivil toplumun sadece piyasa dolayımı ile oluşan bir sosyal düzene, her bir bireyin diğer bireyleri kendi amacına ulaşmak için araç haline getirdiği bir sosyal düzene indirgenerek açıklanması da mümkün değildir (Gordon, 2000: 89). Özetle Hegel, kapitalizmin sivil toplum içindeki yerini belirtir, fakat Hegel'in kapitalizm sivil toplum arasında kurduğu ilişki tarihin ruhunun kendini oluşturması olarak tanımladığı devlet tasarımını açıklamak için kullandığı bir kategori olarak kalır. Farklı bir deyişle Hegel, Roma'nın son dönemlerinden bu yana insan yaşamının *özel yaşam* ve *yurttaş olarak yaşam* olarak ikiye bölündüğünü, bireyin kendisini şehirden ayrı tutup, kendi özel mülkiyeti ve emeğinden geri çekildiğini, özetle yabancılaştığını belirtmektedir. Bu aynı zamanda sivil yaşam ile siyasal yaşamın birbirinden ayrılması anlamına da gelmektedir. Ve Hegel'in amacı bu dualizmi aşmak; yurttaş ve birey olarak harmoni içerisinde birleştirilmiş yaşam alanlarında, bireyin kendi iradesini doğrudan genel iradeye iletebilmesini sağlayacak ve böylece devleti bireye dışsal bir güç olmaktan çıkaracak bir yapıyı, sistemi kurabilmektir (Neocleous, 1996: 2).

Hegel, devletin sivil topluma akli denetim ve bir ahlaki boyut kazandırdığını belirterek hem Ferguson'un izlediği yolu farklı bir güzergahtan takip etmekte, hem de onun işaret ettiği tehlikelere çözüm önermektedir: Batı toplumlarının temeli sadece bireysel çıkar ve buna dayalı ekonomik ilişkilerle tanımlanamaz. Ferguson, iş bölümünün ortaya çıkarabileceği tehlikeleri ortaya koyarak etik kavramlarla sivil toplumu öne çıkarır, onun aynı zamanda bir medeniyet olma özelliğini vurgularken; Hegel yine etik boyuttan yola çıkarak devletin evrenselliği ile bunu açıklamaya yönelir. Evrenselliği ve objektifliği sağlayan yegane kurum olarak devlet, sivil toplumun kendi içi dinamiklerinden kaynaklanacak bir denetim mekanizması görevi görür.

I.6.2. Sivil Toplumun Devleti Kapsaması: Marx

Hegel'in temel kaygısı sivil toplumun kendi kendini tahrip etme potansiyeliydi. Bulduğu çözüm ise akıl ve evrenselliği bir araya getiren sınıflar üstü bir devlet fikri. Hegel'in çözümü Marx'ın eleştirilerinin başlangıç noktasını oluşturmaktadır ve Marx işe, Hegel'in evrensel devletini ve insanı ele alışını eleştirerek başlar (Marx, 1977: 26-35; O'Neill, 1969: xii; Ilting,1984: 93). Marx'ın ilk eleştirisi, Hegel'in sivil toplumun aracı kurumları olarak tanımladığı (polis, adalet, yönetim mekanizması gibi) kurumların aslında sivil toplumun değil devletin kurumları olduğudur. ikinci temel eleştirisi ise Hegel'in

devleti tarihin temel öznesi; tarihin ruhunun (geist) kendini aşkın bir biçimde oluşturarak evrensel olarak ele almasıdır (Marx,1977: 26). Marx, tarihteki gerçek mücadele ve gelişme alanının devlet değil, sivil toplum olduğu düşüncesindedir. Üçüncü olarak ise, Marx'a göre, Hegel'in devlet sivil toplum dikotomisini aşma metodu da soruludur: Bu ayrım ya tümünden reddedilmeli ya da üzerinde yeniden düşünülmalıdır (Neocleous, 1996: 14-15).

Marx, Hegel'e yönelik bu eleştirilerle (1) toplumun, dahası medeniyetin, garanti altına alınamayacağını; (2) burjuva toplum ve ekonomik yapısının doğal olmayıp tarihsel bir kategori olduğunu ve son olarak da (3) kamusal ve özel kavramlarının kendi kendilerini kanıtlayan kavramlar olmayıp bunların (aralarındaki ilişkilerin) hayli problematik olduğunu vurgulamaya çalışmaktadır (Tester, 1992: 20-21). Bu eleştiriler dolayımı ile Marx'ın yöneldiği hedef, sivil toplumu kullanarak daha iyi bir topluma doğru yol almaktır. Bir diğer ifade ile Marx, devleti sivil toplumun önüne koyan Hegel'in tersine, sivil toplumu devletin önüne koyarak (Çaha, 1996: 33); sivil toplumla devleti yeniden bir araya getirmeye çalışmaktadır (Seligman, 1992: 56-57).

Marx, Hegel'in, devleti evrenselin ortaya çıkışı olarak yorumlamasına ve onu tarafsız sınıflar üstü ve toplumsal harmoniyi sağlayacak bir tarihsel kategori olarak analiz etmesine karşıdır (Marx, 1977: 30; Johnson,1986: 52; Miller,1991: 65) ve *Alman İdeolojisi'nde* (1977) sivil toplumu, Hegel'in tersine, üretici güçlerin tarihin belirli bir aşamasındaki gelişimiyle, bireylerin tüm maddi ilişkileri bağlamında açıklar. Marx (1977: Bölüm B)'a göre sivil toplum, burjuvazinin güçlendiği, mülkiyet ilişkilerinin Orta Çağ dönemindeki bağlarından kurtulduğu bir tarihsel dönemde ortaya çıkmış ve toplum bu aşamada siyasal karakterini yitirmiştir. Marx'ın sivil toplumun doğuşuyla ilgili analizleri, bir yandan Hegel'in evrensel ve paternalistik devletine (Ilting, 1984: 103), diğer yandan da kapitalizmin doğal/evrensel bir kurum olduğu yönündeki tartışmalara eleştiri niteliğindedir (Seligman, 1992: 52). Aynı zamanda Marx, sivil toplumun modern burjuva döneminin bir tezahürü olarak ortaya çıktığını belirtirken, Hegel'in de tartıştığı (ve aşmaya çalıştığı) bir sorunu yeniden tartışma gündemine taşır: Üretim ilişkilerinin sonucu olarak ortaya çıkan sivil toplum, bireyin yaşamını iki ana parçaya böler ve böylece, bireyin siyasal cemaatin üyesi olmaktan kaynaklanan yaşamı ile, sivil toplum içerisindeki yaşamını birbirinden kopar. Bir başka ifade ile insanın insan türü olarak doğası ile maddi doğası birbirinden koparılır. Bu alanda bireyin kendisini, diğerleri tarafından saygı gösterilen gerçek birey olarak hissetmesi sağlanmaya çalışılır. Gerçekte birey bir illüzyondan ibaret olan egemenliğin hayali üyesi halindedir. Oysa birey, Marx'a göre, siyasal cemaat içerisinde kamusal anlam bulabilir ve bireyin yurttaş ve birey karakteri sadece yurttaşlığın siyasal alanı içerisinde karakter kazanabilir; sivil toplum içerisinde değil. Marx, bu konuda Hegel ile paralel düşünmektedir (Hyppolite, 1969: 110). Fakat eleştirisi Hegel'in evrensel

devletinin ve aracı kurumların bu ayrımı aşmak için kullanılamayacağı; burjuvazinin gelişmesi sonrasında bahsedilebilecek özgül bir toplumsal tip olarak sivil toplumun devletinin, evrensel değil, hakim sınıfın çıkarlarına hizmet eden bir devlet olacağı yönünde olmuştur.

Özetle Hegel'in de bahsettiği, sivil toplum içerisinde gerçekleşen ve onun sonunu hazırlayacak olan çatışma, Hegel'in öngördüğü gibi devlet yoluyla çözülemeyecek, doğrudan doğruya devletin yapısına yansıtacaktır. Diğer bir deyişle sosyal çıkarlar politik eylemin içeriğini etkilemektedir (Seligman, 1992: 53; Miller, 1991: 69). Sonuçta Marx için Hegel'in evrensel devleti, burjuva toplumunun yani sivil toplumun gelişiminin en son haline bir cevap olmaktan öteye gidemeyecek; formel/suni bir yapıdır (Hyppolite, 1972: 117). Çünkü toplum (birey) ve devlet (yurttaş) arasındaki mevcut ayrımın temeli, devletin soyutlanmasının ve özel mülkiyetin gelişmesinin bir ürünüdür. Marx'a göre Hegel de bu sorunun farkındadır fakat sorunu çözmek yerine problemi yeni bir forma dönüştürmektedir (Neocleous, 1996: 14).

Marx'ın önerdiği çözüm ise sivil toplum/burjuva toplumu ve devlet dualizminin aşılmasıdır. Bunun yolu ise Hegel'in önerdiği şekilde değil; proletaryanın gerçekleştireceği devrimdir. Marx'ın, sivil toplum devlet ikilemini aşabilmek için proletaryayı görevlendirmesi proletaryanın burjuva/sivil toplum içindeki özel konumu nedeniyledir. Çünkü proletarya sivil toplumun sorumluluğunu taşımasına (içinde yaşamasına) rağmen, onun avantajlarından faydalanamayan (parçası olmayan) tek sınıftır (Habermas, 1997: 230; Neocleous, 1996: 10; Neocleous, 1995: 398).

Marx sivil toplum kavramı içerisinde kamusal ve özel kavramlarının kendi anlamlarına sahip olmaktan çok birbirlerine gönderme yapan kavramlar - kamusal alanın, özel alanın dışındaki alan, anlamında kullanılması- olarak kullanıldığı üzerinde de hassasiyetle durur (Tester, 1992: 21). Ekonomik ilişkiler ve sivil toplum arasındaki ilişki Marx'da tek yönlü değildir. Kapitalist ekonomik ilişkiler sivil toplumun ortaya çıkması için gerekli zemini hazırlarken, Orta Çağ'dan sonra birey ile yurttaşın birbirinden kopmaya başlaması sermaye birikimi için de gerekli koşulları hazırlamıştır: Orta Çağ'ın toplumsal tabakaları ortadan kalktıktan, endüstriyel dünya ortaya bir kez çıktıktan sonra bu dünya, ancak kişisel çıkarların çatışması ile karakterize edilebilir ve modern devlet de bu aşamada ortaya çıkar. Bu devletin görünümü, Marx'a göre, birliğin biçimsel prensibi şeklindedir, fakat özde bu devlet insanın gerçek özünün, kendisine yabancılaşmasından başka bir şey olamayacaktır (Hyppolite, 1992: 118). Fakat sivil toplumun üyesi olarak bireyin, siyasi cemaatin üyesi olarak yurttaştan ayrılması insanı yabancılaştırmakla birlikte, modern toplumun gereksindiği sermaye birikiminin sağlanabilmesi için ihtiyaç duyulan meşruiyeti de ona sağlamıştır.

Marx'ın Hegel eleştirilerini, onun Hegel'in ulaşmak istediği noktaya farklı bir yoldan ulaşmaya çalışma çabası olarak da okumak mümkündür. Çünkü eleştirileri Hegel'in sivil toplum-devlet dualizmini aşma çabasına değil, bunun aşılma biçimine yönelmiş eleştirilerdir. Bu açıdan sivil toplum konusundaki temel öncüller konusunda da Marx'ın döneminin temel yargılarını paylaştığını söylemek yanlış olmayacaktır.

I.6.3. Aracı Kategori Olarak Siyasal Toplum: Tocqueville

Marx'ın sivil toplum devlet dualizmini aşmaya yöneldiği dönemde çağdaşı Tocqueville⁴(1962: 5), Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'ni tanıtmaya, oradaki sosyo-politik ve kültürel yaşamı analiz etmeye çalışıyordu. Tocqueville'ye göre, temelinde şartların eşitliği ilkesinin yer aldığı demokratik rejim insanlık için vazgeçilmezdir. Bu önü alınamaz gelişmenin karşısında demokrasiyi durdurmak istemek ona göre “...bizzat Allah'a karşı savaşmak” (Tocqueville,1962: 5) gibi nafil bir çabadır. Bu nedenle demokrasiyi anlamak ve onu siyaset biliminin temeline yerleştirmek gerekmektedir.

Tocqueville bu amaçla ABD'deki, milli egemenlik, yerel yönetim (federal yönetim), yargı, yürütme, siyasi partiler, basın özgürlükleri, dernekler ve sivil yaşamdan örnekler verir ve bu arada da Amerika'daki ile Avrupa'daki sosyo-politik ve kültürel yaşam karşılaştırılır. Karşılaştırmalarını, demokrasinin işleyişi ve sürekliliği açısından değerlendirerek analiz eder. Amerika ziyareti sırasında onu derinden etkileyen ise Avrupa'nın tersine devletin zayıf, toplumunsa güçlü ve dinamik oluşudur. ABD ile ilgili gözlemleri sonucunda Tocqueville, devlet ve sivil toplumdan ayrı olarak bir siyasi toplum kategorisini oluşturur. Sivil toplum, devletin dışında, toplumun kendi kendine örgütlenme yeteneğine ve düzeyine işaret ederken, siyasal toplum, bir idari mekanizma olan devlet ile sivil toplum arasında yer alır ve gücünü sivil toplumdaki örgütlenmelerden alır. Yazara göre sivil toplum ile siyasi toplum, birbirini güçlendiren destekleyen ve birbirinden beslenen kategorilerdir (Whittington, 1998: 21-22).

Eşitlik ve örgütlenmenin birbirlerinin panzehirleri (Tocqueville, 1962: 85) olduğunu savunan Tocqueville, eşitliğin insanların aralarında bir bağ olmaksızın yan yana getirilmeleri anlamına geldiğini (1962: 69), eşit hale getirilerek güçsüzleştirilen ve iktidarın baskılarına karşı savunmasız hale getirilen bireylerin ancak örgütlenerek iktidara karşı bir savunma alanı oluşturabildiklerini belirtir. Benzer şekilde, eşitlik ve özgürlük de birbirini dengeleyen kavramlardır: Özgürlüğü, çağın ayırt edici özelliği olarak adlandırılan Tocqueville (1962: 74), onu eşitlik anlayışının zararlı sonuçlarını törpüleyen bir kurum olarak ele alır.

Amerika'nın geleneklerinde yer alan örgütlenme, özgürlüklerin imkan verdiği bir ortamda siyasi sonuçlar da doğurmaktadır. Yurttaşların kendi ortak sorunlarını çözmek veya bir işi gerçekleştirmek için kendi aralarında oluşturdukları örgütler salt siyasi nitelikli değildir. Nitekim sivil toplumu oluşturan da temelde budur (Tocqueville,1962: 82). Bu örgütlenmeler, siyasi toplumun varlığının ve canlılığının da temelini oluşturmakta; örgütlenme yoluyla insanlar birbirleri üzerinde etkide bulunarak fikirler, hisler tazelenmekte; insan zihni bu yolla gelişme kaydetmektedir. Siyasal toplum, böylece, sivil toplumun temelini oluşturmakta; sivil toplum ise, varlığını ve canlılığını siyasi topluma ve bu alan içindeki örgütlenme hak ve özgürlüğüne dayandırmaktadır. Tocqueville bunu siyasi haklar olmadan sivil alanda örgütlenmenin güdük kalması, sivil alanda örgütlenmenin de siyasi alandaki örgütlenme haklarını dayanıyor olmasıyla açıklar. Çünkü ancak bu yolla belirli çıkarları etrafında bir araya gelmiş insanlardan oluşan bireyler, çıkarlarını siyasi siteme aktarabilmektedirler.

Sivil toplum-siyasi toplum arasındaki bu karşılıklı ilişki, bireylerin dernekler yoluyla kanun koyucuyu ve devletin diğer kurumlarını tahrik etmesini sağlamakta; böylece ortaya çıkan siyasi hareket, tüm halkı, evrensel bir hareketin bir parçası haline getirmektedir.

Özetle Tocqueville, özgürlük ve eşitliğin devletin sivil topluma veya sivil toplumun devlete feda edilmesi yoluyla sağlanabileceğini reddeder (Keane,1994: 80). Eşitlik demokratik toplumlarda bireyi güçsüzleştirmekle birlikte, eşitlik ve onu tamamlayan özgürlük bir yandan demokratik kurumların istikrar ve sürekliliğini sağlarken, diğer yandan da demokratik kurumlar içerisinde bir anlam ve işlev kazanır. Örgütlenme hakkının arkasında duran eşitlik ve özgürlük, hem demokratik sistemi destekleyerek onu istenilir hale getirir, hem de ondan destek görererek kendi varlığını garanti altına alır.

1.6.4. Sivil Toplumun Devlete Doğru Genişlemesi: Gramsci

Gramsci sivil toplum-devlet dualizmini sivil toplumu devlete doğru genişletip, devletin *sönmesini*, ortadan kalkmasını, sağlayarak aşmaya çalışmıştır. Bunu da Tocqueville'den ödünç aldığı siyasi toplum kavramını, Hegel'den aldığı etik devletle bir araya getirip, tüm bunları Marx'ın proletarya devrimi düşüncesi ile birlikte yorumlayarak gerçekleştirmeye çalışır. Hegemonya kavramı ise bu analizlerin kilit noktasında yer alır. İtalyan sosyalist hareketinin sorunları üzerinde duran ve İtalya'nın sosyal ve politik koşullarına özgü bir devrim stratejisi oluşturmayı hedefleyen Gramsci, bu amaçla Batı ve Doğu toplumlarının sosyo politik yapılarını karşılaştırmış, Rus devrimini incelemiş ve araştırmalarından İtalya için dersler çıkarmaya çabalamıştır.

Gramsci'nin sivil toplum üzerine teorik çalışmaları da bu bağlam içerisine yerleşir. Sivil toplum, siyasal toplum ve hegemonya ile ilgili çalışmalarıyla devlet-sivil toplum-siyasal toplum ilişkisinin Doğu toplumları ve Batı Avrupa arasında farklı nitelikler taşıdığını ortaya koymuştur. Doğu ve Batı arasında, bu konudaki temel farklılığı Gramsci şu şekilde özetler: “*Doğuda devlet her şey olduğundan, sivil toplum ilkel ve peltemsiydi; Batı’da devlet ve sivil toplum arasında usa yatkın bir ilişki vardı ve sallanan bir devlet yapısı içinde sarsılmaz bir sivil toplum yapısı hemen seçiliyordu* (Gramsci, 1986: 159)”.

Örgütlü konsensus (Cohen-Arato, 1992: 144) olarak tanımladığı hegemonya kavramı Gramsci’de iki işleve sahiptir. İlk hegemonya, gerek sivil toplum içerisindeki rıza yoluyla, gerekse devletin baskı ve zorlama kurum ve araçları yani politik toplum yoluyla, sistemin kendisini yeniden üretmesine işaret etmektedir (Gramsci, 1986: 318). Gramsci’ye göre, devlet sadece burjuva sınıfının hizmetinde çalışan bir baskı aracı olarak ele alınamaz. Çünkü devlet kendisini sadece baskı ve zorlama ile değil, örgütlü rıza ile de ayakta tutar ve yeniden üretir. Devletin ikna edici gücünün görüldüğü, sivil toplum alanı ile, devletin zorlayıcı, emredici gücünün görüldüğü politik toplum bir araya gelerek devleti, yani zorlayıcı güce sahip hegemonyayı oluşturmaktadır. Ne sadece politik toplumda zorlayıcı gücünü kullanarak, ne de sadece sivil toplumda hegemonya kurarak devlet ayakta durabilir.

Sivil toplum Gramsci’de, yönetimin dışındaki kamusal alanı yani okullar, sendikalar, klüpler, medya ve kiliseler gibi kurumları kapsamaktadır. Bu alan kendini bir denetim alanı olarak ortaya koyar ve bir sınıfın diğer sınıf üzerindeki tahakkümü burada kültürel, entelektüel ve moral olarak meşrularır. Gramsci’ye göre burjuvazinin hegemonik olduğu yerde sivil toplum da burjuva toplumuna denk düşer ve bu sistemin anayasal garantileri, parlamento temsili gibi siyasal ifadeleri burjuva yönetiminin birer vitrin süsü olmaktan başka anlama gelmez (Cohen-Arato,1992: 146).

İkinci işleviyle hegemonya, bu sistemin sosyalizme doğru dönüşümünün bir aracı olarak kurgulanır ve mevcut düzen içinde yaratılan ve yeniden üretilen sosyal entegrasyon formlarının yıkılıp alternatif entegrasyon/konsensus formlarının yaratılmasına tekabül eder (Johnson, 1986: 59; Larrain, 1983: 81-83).

Özetle Gramsci, Marxist geleneğin sivil toplum analizlerinin temelini oluşturan sivil toplum ve alt yapı ilişkisini kopartmıştır. Gramsci için sivil toplum, politik toplumla birlikte üst yapının bir parçasını oluşturmaktadır. Böylece sivil toplum hem mevcut düzenin devamı ile ilgili, hem de sosyalist toplumsal düzenin kuruluşunun bir aracı haline getirilir. Gramsci, sivil toplumu burjuva ekonomik düzeninin doğrudan yansıması olmaktan çıkararak Marx’a,

sivil toplumu siyasal topluma doğru genişleterek Hegel'e cevap vermeyi amaçlamaktadır. Böylece Gramsci hegemonyayı sadece sınıf baskısının sağlandığı yer olmaktan çıkararak onun aşılmasının da aracı haline getirmiş olur.

II. SİVİL TOPLUM VE DEMOKRASİ

Sivil toplum kavramı Batılı toplumlar için yeni bir kavram olmamakla birlikte, hem Batılı toplumların içinde buldukları toplumsal şartların 19. yüzyıldakinden derin farklılıklar taşıması, hem de sivil toplum kavramının 1980 sonrasında sadece Batı'nın kendisini ifade eden bir kavram olmaktan çıkıp, küresel bir karaktere bürünmeye başlaması, 1990'larda yeniden bilimsel gündeme eklenen (çağdaş) sivil toplum kavramının 19. yüzyıldakinden farklı bir takım işlevlerle donatılmasını da zorunlu hale getirmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası kurumsallaşan soğuk savaş döneminin devlet toplum ilişkilerine bir tepki olarak da gelişen çağdaş sivil toplum kavramı, artık sadece Batı'nın kendi medeni/sivilleşmiş (civilized) toplumunu diğer, yani medenileşmemiş/sivilleşmemiş (uncivilized) toplumlarından ayırmaya yarayan bir ideal tip, bir kriter olmaktan çıkarak evrenselleşmiş; dünya üzerindeki devlet-toplum ilişkilerini ve bir demokratik sistemin etkinlik ve verimliliğini analiz etmek için kullanılan bir teorik araç, devlet-toplum ilişkilerinin olması gereken biçimlerine göndermeler yapan küresel bir söylem, otoriter rejimleri eleştiren siyasal hareketler için cazip bir siyasal-dil niteliği kazanmıştır. Cohen ve Arato (1992: 29-82) sivil toplum kavramının Batı akademik ve siyasal çevrelerinde demokrasi ile ilgili tartışmaların temel kavramlarından biri haline gelmesinin dört temel nedeni olduğu düşüncesindedirler. Bu nedenler (1) Polonya'daki demokratik muhalefet, (2) Fransa'da ikinci solun ideolojisi, (3) Batı Alman Yeşilleri ve (4) Latin Amerika'daki siyasal dönüşümlerdir.

Benzer bir sorunla İbrahim (1995a: 37-38;1995b: 51-52) de ilgilenmekte, sivil toplum ve demokratikleşme tartışmalarının tüm dünyada popüler hale gelmesinin nedenlerini tartışmaktadır⁵. İbrahim'e göre sivil toplum tartışmalarının tüm dünyaya yayılmasının üç temel nedeni vardır: (1) soğuk savaşın sona ermesi, (2) dünyanın farklı bölgelerindeki demokratikleşme hareketlerinin gösterim etkisi ve (3) yeni bir orta sınıfın meydana çıkması.

Sivil toplum kavramının 1980'li yıllardan bu yana demokratikleşme ile ilgili tartışmaların merkezinde yer almasında, hem Batılı kapitalist ülkelerdeki temsili demokrasi anlayışı ve refah devleti uygulamalarına, hem de sosyalist Doğu Bloku ülkelerde toplumu siyasal değişimin (sosyalizme/komünizme ulaşmanın) nesnesi olarak ele alan toplum mühendisliği uygulamalarına yönelik eleştirilerin önemli bir rolü olduğunu da vurgulamak gerekmektedir. Çünkü

sivil toplumu demokratikleşmenin vazgeçilmez, zorunlu bir ögesi olarak ele alan analizleri harekete geçiren temel nedenler arasında kutbun her iki yakasındaki ulus devletlerin başarısızlıklarının önemli bir rolü olmuştur: Isaac (1993: 359)'in de vurguladığı gibi kapitalist ya da sosyalist veya Batılı ya da Batılı olmamasından bağımsız olarak modern ulus devletler, toplum içerisindeki insani gücü ortaya çıkarmakta başarısız olmuşlar; bürokratik organizasyonlar ortaya çıkararak kitlelerin siyasal örgütlerini güçsüzleştirmişler ve merkezi devlet yapısını temel siyasal veri olarak kabul etmişlerdir: Ne liberal devletler temsili kurumlar aracılığıyla otonom bireyin siyasal süreçlere katılımını sağlamakta, ne de sosyalist devletler ilerici işçi sınıfının komünizme geçişte öncü rolü üstlenmesinde başarılı ve hatta istekli olmuşlardır.

Çağdaş siyasal sistemlerin, toplumsal sorunların belirlenmesi ve çözüme kavuşturulması sürecinde tüm toplum kesimlerinin etkin katılımına imkan verecek demokratik mekanizmaları ortaya çıkarmadaki görece başarısızlıklarını, tek başına liberalizm ve/veya sosyalizmin başarısızlığı ile açıklamak da mümkün değildir: Nitekim, Isaac'ın de vurguladığı gibi sorun hangi ideolojinin soğuk savaştan galip çıktığı değil, Batılı, Batılı olmayan, sosyalist ya da kapitalist “modern ulus devlet”in kendi doğası ile de çok yakından ilgilidir⁶: Modern devletin, kamusal alanı kaplayarak topluma müdahale eden, onu yönlendiren ve maniple eden karakteri, Batılı kapitalist toplumlarda refah devleti uygulamaları ve bu uygulamaların siyasal sonuçları ile kendini gösterirken; Batılı olmayan toplumlarda ise bu, (ister kapitalist, ister sosyalist olsun) belirli bir hedefe (modern veya komünist topluma) ulaşmayı kendine amaç edinmiş devletin, toplumu bir amaç etrafında mobilize etmeye, onu yönlendirmeye ve kendi çizdiği amaçlara uygun hale getirmeye (bürokrasi önderliğinde modernleştirmeye veya komünizm aşamasına ulaştırmaya) yönelik otoriter uygulamaları ile ortaya çıkmıştır⁷. Modern devletin sivil topluma müdahaleci karakteri, görece yeni bağımsızlığını kazanan ulus devletlerde de kendini yoğun olarak hissettirmiştir. Özellikle 1. Dünya Savaşı'nı takiben bağımsızlıklarını kazanmaya başlayan ulus devletlerin modernleşme, ilerleme, kalkınma, Batılılaşma gibi adlar altında sürdürdükleri “dönüşüm” çabaları, çoğu zaman, böylesi bir amaç etrafında toplumu mobilize edecek, yönlendirecek, hatta gerektiğinde zorlayabilecek bir siyasi ve bürokratik gücü de zorunlu kılmıştır. Bu ulus devletlerde kurulan siyasi sistemler ise sivil toplumdaki örgütlenme ve ilişkilere duyarlı olmak bir yana, bu toplumsal kurum ve örgütlenme alışkanlıklarını baştan ayağa değiştirmeye, maniple etmeye çalışmışlardır.

Bu çerçevede 1980'lerde yeniden literatüre giren sivil toplum (ile ilgili tartışmalar), iki amaca birden hizmet eder hale gelmiştir. Bu tartışmalar bir yandan iktidarı elinde bulunduran ve toplumu kendi kapitalist ve/veya sosyalist siyasal amaçları doğrultusunda kalkındırmaya/dönüştürmeye çalışan kadronun

siyasal amaçlarının dışında “da” bir toplumun yaşamakta olduğunu, toplum denilen örgütlenmenin siyasal amaçların nesnesi haline getirilemeyeceğini; diğer yandan da toplumu kalıcı olarak dönüştürmenin yegane yolunun devlet mekanizmasını ele geçirerek toplumu dönüştürmek değil, toplumsal süreçlerde hakim hale gelerek devlet kurumunu dönüştürmeye mecbur bırakmak olduğunu vurgulamanın bir aracı, popüler bir ifadesi olarak kullanılmışlardır.

Çağdaş sivil toplum kavramını ve pratikte bu kavrama 1980 sonrasında yüklenen yeni işlev ve rolleri tartışabilmek amacıyla, Doğu Avrupa’daki otoriter rejimlerin demokratik siyasal yapılara dönüşmesinde önemli roller oynayan muhalefet hareketlerinin temel felsefesini oluşturan *siyasal karşıtı siyaset* (anti political politics) kavramına vurgulamadan geçmemek gerekir. Siyasal karşıtı siyaset kavramı bir yandan Doğu Avrupa’lı muhaliflerin siyasal sisteme bakışını ve otoriter sisteme karşı tavrını açıklamakta, diğer yandan da demokratik bir siyasal sistemde sivil toplumun üstlenmesi gereken rol ve işlevlerle ilgili ipuçları vermektedir. Çek muhalefetine önderi Vaclav Havel (1988: 398)’in tanımlamasıyla siyasal karşıtı siyaset, aşağıdan yukarı doğru yapılan siyasettir; bir başka deyişle kurum ve kuruluşların (apparatus) siyaseti değil, tam da onun yerine konmaya çalışılan insanların siyasetini ifade etmektedir. Havel (1988: 398) siyasal karşıtı siyaseti tanımlamak için *tezde* değil *kalpte* yeşeren bir siyaset tanımlamasını kullanmaktadır.

Jorgensen (1992: 32-60) de siyasal karşıtı siyaset kavramından yola çıkarak Doğu Avrupa’daki muhalefet hareketlerini ve bölgedeki siyasal dönüşümü analiz etmeye çalışır. Siyasal karşıtı siyaset kavramdan yola çıkarak bölgedeki demokratik dönüşümü tartışırken Jorgensen, Marxist-Gramscist ideoloji teorisinden, Manheim’in relativizminden ve Pareto’nun elit teorisinden hareketle geliştirdiği kuramsal çerçeveyi kullanır. Jorgensen’e göre Doğu Avrupa’daki muhalefet hareketleri içerisinden siyaset karşıtı bir siyasal hareket ortaya çıkmıştır. Bir başka deyişle buradaki siyasal hareketler siyaseti, siyasal iktidarı ele geçirme aracı, manipülasyon veya iyiye ulaşma sanatı olarak kullanmayıp, siyaseti anlamlı bir yaşama ulaşmanın, yaşamı koruyabilmenin ve ona hizmet etmenin yollarının aranmasına dair kolektif bir çaba olarak görmektedirler. Siyasal karşıtı siyaset, aynı zamanda, sivil toplum ve demokrasi arasındaki ilişkiyi de betimleyen, demokratik bir siyasal sistem içerisinde sivil topluma biçilen yeni rolü de tanımlayan bir kavramsal çerçevedir. Jorgensen, bir sivil toplum hareketi olarak bu muhalefet hareketlerinin sivil topluma bakışlarının, Tocquavelli’nin kullandığı anlamda bir sivil toplum kavramına denk düşmeyip -yani daha çok ekonomik temelli ve toplumun kendi iç sorunlarına dönük hareketler olmaktan çok- doğrudan doğruya sivil toplumun kendisinden kaynaklanan ve oradan beslenen siyasi hareketler olduğunu vurgulamaktadır. Bir başka deyişle bu hareketler sivil toplumu sadece demokratikleşme hedefine ulaşmak için bir araç olarak düşünmemekte, bu

siyasal hareketler içerisinde sivil toplum, bir yandan temel hakları garanti altına alan bir siyasal düzeni, diğer yandan da iktidarı toplum lehine değiştiren piyasa mekanizmasının kurulmasına yönelik düşünceleri ifade etmek için de kullanılmıştır.

Macar muhalefet hareketinin önde gelen isimlerinden George Konrad da siyasal karşıtı siyaset kavramı ile yakından ilgilenmektedir. Konrad'a göre siyasal karşıtı bir siyaset demek, siyasetin totaliter devletin dışında tanımlanması ve orada yapılması anlamına gelir. Konrad'ın siyasal karşıtı siyaset anlayışını analiz eden Kumar (1993: 102), Konrad'ın totaliter yönetimin dışında bir alanda gerçekleştirilen siyaset olarak tanımladığı siyasal karşıtı siyaset anlayışının, sivil toplum içerisinde bir araya gelen bireylerin kendi yaşam biçimlerini devletin siyaset yapılan mekanizmaları dışında bir yere oturtması ve bu mekanizmaları kullanmaksızın siyaset yapması olarak anlaşılması gerektiğini belirtmektedir.

Siyasal karşıtı siyaset kavramı ilk başta, toplumun yukarıdan aşağıya yeniden biçimlendirildiği Doğu Avrupa'daki rejimlere bir tepki olarak çıkmakla birlikte, kavram daha sonra, demokrasiyi usuller ve kurallar dizgesi olarak tanımlayan temsili kapitalist demokrasiyi eleştirmek amacıyla da kullanılmıştır. Bir başka deyişle siyasal karşıtı siyaset, temsili demokrasinin “de” demokratikleştirilmesi gerektiği tartışmalarını harekete geçirirken, siyasetin kurallar ve kurumların da ötesinde insanların kendi yaşam biçimlerinin yeniden örgütlenmesi ile ilgili bir faaliyet olarak organize edilmesi gerektiğini vurgulamak için kullanılmıştır.

Sivil toplumun, hem temsili demokrasiyi yeniden demokratikleştirecek, onu toplumsal alana doğru genişletecek bir kavram olarak, hem de totaliter/otoriter yönetimlere karşı toplumsal olanın bir tepkisi olarak yeniden tanımlanması, sadece siyasal karşıtı siyaset kavramı dolayımı ile olmamıştır. Modern ulus devletin doğasından hareket eden görüşler de farklı açılardan sivil toplum demokrasi ilişkisini irdelemişler ve soğuk savaş sonrası dönemde nasıl bir demokrasi olması gerektiğini tartışmışlardır. 20. yüzyıl, bir yandan modern ulus devletin özel alana müdahale araçlarını çeşitlendirirken, diğer yandan da özel alana ait çıkar çatışmaları siyasal alana taşınmaya, devlet otoritesi toplumsal güçlerin eline geçmeye başlamıştır. Sonuçta modern devletin toplum üzerinde etkinliğini artırması ile birlikte devlet toplumsallaşırken (özel alanda çözülecek sorunların çözüm mekanı olurken), baskı gruplarının gelişmesiyle birlikte toplum devletleşmeye (özel alanda çözeceği soruları devlete taşımaya) başlamıştır. Nitekim 20. yüzyılın son çeyreğinde (yeniden) tartışmaya açılan sivil toplum kavramı da buna bir tepki olarak doğmuş; bu konudaki tartışmalar, devletin ortadan kalkması ve/veya onun etkinliğinin asgari düzeye indirilmesi değil, devlet ve toplumsal alan arasındaki sınırların, devlet toplum arasındaki

ilişkilerin ve siyasal dönüşümün dinamiklerinin yeniden çizilmesi konusunda yoğunlaşmıştır. Başka bir deyişle sivil toplum, temsili kapitalist demokrasinin taşıdığı eksikliklerin devlet toplum ilişkilerinin yeniden düşünülmesi ile nasıl aşılabileceğine, daha katılımcı bir demokrasiye, denetlenebilir, öngörülebilir bir devlet yönetimine nasıl ulaşılabilceğine ve otoriter yönetimlerin nasıl demokratikleştirilebileceğine ilişkin tartışmalar içerisindeki temel kavram haline gelmiştir (Naidoo-Tandon, 1999: 1)⁸.

Sivil toplumu demokrasinin diyalog alanı olarak tanımlayan görüşler de bu çerçeveden bakıldığında anlam kazanmaktadır. Demokratik pazarlığın, tartışmanın, uzlaşmanın ve denetimin, kısaca demokratik diyalogun gerçekleştiği tek alan olarak sivil toplum, ancak bu sayede demokrasiyi usuller ve kurallar dizgesi olmaktan çıkararak, onu toplumun özgür katılımı ile gerçekleştirilen bir süreç olarak tanımlamaya izin vermektedir (Chandhoke 1995: 242). Bu yargının altında ise hiç kuşkusuz, sivil toplumun ancak demokratik bir devlet içerisinde gerçek işlevlerini üstelenebileceği; bir devletin de aktif ve canlı bir sivil toplumun varlığı ile gerçekten demokratik bir yapıya kavuşabileceği yargısı yatmaktadır (Walzer, 1995: 104). Bununla birlikte demokrasiye ilişkin tartışmaların yapılması, görüşlerin dile getirilmesi sivil toplumun tek işlevi değildir. Demokrasinin toplumsallaştırılması ve denetlenebilir bir kamu yönetiminin ortaya çıkması gibi siyasi işlevleri yanında sivil toplum, gönüllü örgütler aracılığıyla kamusal işlerin yerine getirildiği bir alanı da ifade etmektedir. Farklı bir ifade ile sivil toplum, bir yandan siyasal alanı beslerken, diğer yandan da kamusal hizmetlerin yerine getirilmesini sağlamaktadır (Then-Walkenhorst, 1999: 124).

Çağdaş sivil toplumun demokrasi ve kamusal hizmetlerin yerine getirilmesi bağlamında tanımlanması, aynı zamanda o topluma *sivil* sıfatını veren niteliklerin belirlenmesi açısından da önem taşımaktadır. Bir *toplumu*, *sivil* bir toplum olarak tanımlamaya imkan veren koşullar o toplumda, bireysel haklar, kişi dokunulmazlıkları, gönüllü örgütlenmeler, biçimsel meşruiyet, çoğulculuk ve özgür girişimin yasal bir zeminde tanımlanması (Cohen-Arato 1992: 38) ve bireyin sosyal gelişmenin temel taşlarından biri kabul edilmesidir (Ball-Knight, 1999: 22). Sivil toplum içerisinde bu haklara sahip bireyler, komşuluk ilişkileri, karşılıklı yardım örgütleri, ortak hizmetlerin yerine getirilmesi gibi sınıf ilişkilerini dikine kesen sosyal örgütlenmelerle ve aralarında çatışmalar olan otonom grupların kolektif seçenekler üzerindeki müzakere ve tartışmaları ile sivil toplumu dinamik ve canlı tutmaktadırlar. (Tester, 1992: 136-139). Sivil toplumu, sıradan bir toplumdan ayıran da o toplumun bu işlevlerle ve bu işlevleri yerine getirirken sahip olması gereken haklarla donanmış olmasıdır.

Sivil toplumun, katılımcı bir demokrasinin sağlanması olarak tanımlanan amacına ulaşabilmesi ve bireylerin gönüllü örgütler çevresinde örgütlenerek kamusal sorunlara ilişkin çözümler/düşünceler üretebilmesi, toplum içerisinde bulunan aktörlerin temel hak ve özgürlüklerinin anayasal olarak tanımlanmış olmasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü sivil toplum, bir toplumdaki sosyal ilişkilerin olağan ve kendiliğinden ortaya çıkan sonuçları olarak tanımlanamayacağı gibi, kusursuz bir biçimde önceden tasarlanmış sosyal düzen olarak da tanımlanamaz. Sivil toplum kavramı ile, sadece kamusal problemler ve sosyal çıkarlarla ilgili olarak demokratik siyasal yapı içerisinde gerçekleştirilecek eşitler arası tartışma ve müzakere süreci kastedilmemekte (Naidoo-Tandon, 1999: 4), aynı zamanda da, belirli haklara sahip bireylerin sınırlandırılmamış örgütlenme ve müzakere özgürlüğünün öneminin de altı çizilmektedir. Bu nedenle de, Ball ve Knight (1999: 21)'in da belirttiği, kendi başına izlenmesi gereken önceden tanımlanmış kusursuz bir modeli, mükemmel bir siyasal örgütlenme biçimini veya bir ideolojik ön kabulü ifade etmez. Bu özelliğiyle de sivil toplum, Walzer (1995: 97-98)'in kelimeleriyle, “*herkesin içerisinde yer alacağı bir iyi yaşam için ortamların oluşturulması çabası*” halini alır.

Sivil toplum kavramının konuşlandırıldığı, kendiliğinden düzen ile önceden tasarlanmış düzen arasındaki noktayı daha iyi açıklayabilmek için *yansıma* (reflexivite), *simetrik karşılıklılık* (smetric reciprocity), ve *genelleştirilmiş toplumsal güven* (generalized social trust) kavramlarından yararlanmak mümkündür. Tester (1992: 96-108), yansıma ve simetrik karşılıklılığın dinamik sivil toplumun ortaya çıkması için gerekli olduğunu tartışmaktadır.

Soruyu soranın, cevabın da içerisinde yer alması şeklinde tanımlanan (Tester, 1992: 96-97,108) (sosyal) yansıma kavramı, toplum içerisinde bir sorunu/tartışmayı dile getiren kişi ya da grupların aynı zamanda çözümün içerisinde de yer alması anlamına gelmektedir. Böylece yansıma kavramı, sivil toplumun hem siyasal hem de kamu hizmetlerinin yerine getirilmesinde üstlendiği işlevlerin temeline yerleşir. Yani, yönetim kavramıyla ifade edilen devlet-toplum-birey ilişkisini de kapsayacak şekilde kullanılan ve Tester'in sivil toplumun vazgeçilmez koşullarından biri olarak adlandırdığı yansıma, kamusal sorunların, o sorunları dile getiren ve soruna muhatap olanların “*da*” katılımıyla çözülebileceği ilkesinin farklı bir ifadesi olarak karşımıza çıkar. Ve bu şekilde tanımlanan kavram, vatandaşların dahil oldukları, katıldıkları bir siyasal cemaatin –yani demokratik devletin- iyi bir yaşamın kurulmasının aracı olduğu yargısını destekler (Walzer, 1995: 91). Simetrik karşılıklılık kavramı ise sosyal ilişki içerisindeki kişi/gruplar arasındaki ilişkilerin yatay, yani eşitlerin ilişkisi şeklinde gerçekleşmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Eşitler arası ilişkiler

kavramının açılımı dinamik bir sivil toplumun var olabilmesi için gerekli bir çok alt kuralı içinde barındırmaktadır.

Tester (1992: 28-29) bu kavramın sosyal ilişki içerisinde bulunan kişi, grup ve örgütlerin birbirleriyle eşit ve karşılıklı hak/sorumluluklara sahip olması anlamına geldiğini belirtmektedir. Bu eşitlik aynı zamanda, patronaj ilişkilerinin ve diğer hiyerarşik toplumsal ilişkilerin sivil toplum içerisinde geçerliliğinin olmadığını da ifade eder. Toplum içerisinde dikey hiyerarşik ilişkilerin değil, eşitler arasındaki yatay ilişkilerin birincil hale getirilmesi kişi, grup ve kuruluşların otonomisini de garanti altına alır ve meşruiyetlerini devlet otoritesinin dışında bulan gönüllü örgütlenmelerin örgütlü devlet gücü karşısında kendilerini koruyabilmeleri konusunda da önemli işlevler üstlenir (Kumar, 1993: 386). Çünkü ancak eşitler arasındaki bir ilişkide emir-itaat ilişkisinden değil, müzakereden bahsedilebilecektir. Otonominin, simetrik eşitlik ilkesi ile garanti altına alınması, sivil toplum içerisindeki faaliyetlerin gönüllülüğü ilkesini de açıklamaktadır (Bell, 1999: 29). Çünkü, emir-itaat ilişkisinin olmadığı bir toplumsal yapıda, otonom ve benzer haklara sahip özneleri kamusal faaliyete o öznenin kendi iradesinden başka bir neden yönlendiremeyecektir. Böylece etnik grup, dini cemaat gibi kişinin belirli/sabit nitelikleri nedeniyle girdiği ve o örgütlenmelerden ayrılmasının kendisine oldukça fazla bir toplumsal maliyet yükleyebileceği kuruluşların aksine sivil toplum örgütlerine katılmak ve ayrılmak, otonom kamu özneleri (bireyler vb..) için bir hak olarak ortaya çıkmaktadır.

Dinamik bir sivil toplumun ortaya çıkması ve varlığını koruması için gerekli şartların neler olduğu konusunda Naidoo ve Tandon (1999: 10-12)'un kriterleri de Tester (1992) Foley ve Edward (1998)'in analizlerini destekler ve sivil toplumun bir süreç, bir kültür olma niteliğinin altını çizer. Yazarlar bu kriterleri: (1) gönüllü örgütlenme ve örgütsel otonomi, (2) kuruluşların çoğulculuğu, (3) uzmanlaşma ve farklılaşma, (4) değerler alanı olarak ortaya koymaktadırlar.

Naidoo ve Tandon (1999: 10-11), uzmanlaşma ve farklılaşmayı sivil toplumun yapısal ve işlevsel boyutu olarak tanımlamaktadırlar. Bu çerçevede uzmanlaşma ve farklılaşma, toplumdaki örgütsel yoğunluk ve çeşitlilik olarak tanımlanmaktadır: Belirli bir konuda faaliyet gösteren örgütlerin sayısı ne kadar çok ise ve ne kadar farklı konular toplumsal örgütlenmeler tarafından dile getiriliyorsa sivil toplumun o kadar uzmanlaşmış ve farklılaşmış olduğundan bahsetmek mümkündür.

Sivil toplumun bir değerler alanı oluşu –bu yazarlara göre- sivil toplumun normatif boyutunu oluşturmaktadır. Sivil toplumun varlığının bir ölçütü olarak normatif boyut, sivil toplumun, devlet ve piyasadan ayrı ondan bağımsız bir

kültür, değer üretebilmesi ile ilişkilendirilmektedir. Bu değerler, demokratik pratiklerin sivil toplum içerisindeki kamusal öznelerin kendi aralarında uymayı taahhüt ettikleri (sivil) normlar olarak ortaya çıkmaktadır. Kumar (1993: 383), sivil toplumun bu niteliğinin demokratik katılım için bireyleri eğitici bir niteliği olduğuna belirtmektedir. Naidoo ve Tandon (1999)'un kriterleri ve Tester (1992)'in tartıştığı simetrik karşılıklık ve geri dönüşlülük kavramları bir arada ele alınarak değerlendirildiğinde, bu kavramların genelleştirilmiş toplumsal güveni vurguladığı söylenilebilir. Genelleştirilmiş toplumsal güven kavramı, toplum içerisindeki insanların birbirlerine, hükümete, kamu kurumlarına karşı duydukları genel güven, iyimserlik ve tolerans duygusu olarak tanımlanabilir (Foley-Edward, 1998: 13). Bu tam da Giddens'in tanımladığı aktif güven kavramına denk düşmektedir. Bu genel güven havasıdır ki bireyleri siyasal sisteme ve kamusal alana katılmaya sevk ederek sivil toplumu, kültürel bir süreç ve demokrasinin sosyal sermayesi olarak tanımlamaya imkan vermektedir.

SONUÇ: ÇAĞDAŞ BİR SİVİL TOPLUM TANIMI ÜZERİNE

Soğuk savaşın sona erdiği 1980'lerden bu yana sivil toplum kavramını demokrasi ile ilgili tartışmaların merkezine oturtan temel neden, öncesindeki dönemde "toplum"un farklı biçimlerde de olsa nesneleştirilmesine duyulan tepkidir. Daha önce de üzerinde durulduğu gibi, Batılı veya Batılı olmayan, kapitalist veya sosyalist tüm modern ulus devletler, farklı düzey ve/veya mekanizmalarla da olsa, toplumu dönüştürmeye, ona biçim vermeye, manipüle etmeye çalışmışlardır. Bir başka ifade ile, gerçek demokrasinin sadece kendi siyasal örgütlenme biçimleri ve dünya görüşleri etrafında gerçekleştirilebileceğini savunan Birinci Dünya (Batılı kapitalist ülkeler) ve İkinci Dünya (sosyalist blok) ülkeleri ve ülkelerini (kapitalist veya sosyalist yoldan) kalkındırmaya, modernleştirmeye, ilerletmeye, Batılılaştırmaya... çalışan Üçüncü Dünya ülkeleri, toplumun kendisinin -demos'un- iktidarını gerçekleştirmekte yeterince başarılı, hatta Isaac (1993: 359)'ın da vurguladığı gibi istekli dahi olamamışlardır, aksine, soğuk savaşın keskin ideolojik rekabet ortamında kendi toplumlarını, siyasal düşüncelerinin nesnesi olarak göyerek dönüştürmeye çabalamışlardır.

Hem otoriter ve totaliter yönetimlere karşı demokratik bir siyasal sistemin varlığını ve istikrarını garanti altına alabilecek, hem de demokrasiyi kurallar, kurumlar ve usuller dizgesi olmaktan çıkararak onu toplumsal alana doğru genişletebilecek temel öğenin aktif ve dinamik bir sivil toplum olduğu düşüncesi, tüm dünyanın soğuk savaştan çıkardığı bir "kıssadan hisse" olmuştur. Bu nedenle çağdaş bir sivil toplum tanımının da, tüm dünyanın soğuk savaştan çıkardığı bu kıssadan hisseyi bünyesinde taşıması, demokrasiyi,

yurttaşların eşit haklara sahip olarak katıldıkları gönüllü örgütlenmeler ve toplumsal müzakerelerle temellendirmesi gerekmektedir. Ancak, demokrasi tanımına aktif ve dinamik bir sivil toplum, sivil toplum tanımına da yurttaşın sınırlandırılmamış örgütlenme, müzakere ve ifade özgürlüklerini eklemeksizin, demokrasinin varlığını, etkililiğini ve verimliliğini güvence altına alacak bir sivil toplum olgusundan bahsetmek mümkün değildir.

Tüm bu tartışmalardan yola çıkarak, 1980'lerle birlikte sivil toplum kavramının tüm dünyada popüler hale gelmesine yol açan tüm nedenleri ve çağdaş sivil toplumun yukarıda tartışılan işlevlerini de dikkate alarak, çağdaş bir sivil toplum tanımı yapılmaya çalışılırsa, en genel ifade ile şunlar söylenilebilir:

Sivil toplum, devletin, ekonominin ve özel alanın dışında fakat onları dinamik olarak besleyen ve onlardan beslenen, herkesinkiyle aynı ve yasal zeminde güvence altına alınmış haklara sahip bireylerin gönüllülük esasına dayanan yatay ilişkileri temelinde yükselen bir toplumsal örgütlenme alanı; önceden belirlenmiş kusursuz bir düzen ile insanı ilişkilerin kendiliğinden sonuçları arasında duran ve bireylerin eşitler arası ilişkileriyle kurdukları örgütlerin sınırlandırılmamış müzakere süreçleriyle oluşturdukları bir ilişkiler ağı ve bu ilişkiler ağı ile oluşan bir hegemonya alanı olarak tanımlanabilir.

NOTLAR:

¹ Antik Yunan'da özel ve kamusal alanla ilgili tanımlamalar ve özel/kamusal alan farklılığı için ayrıca bkz., Habermas (1997: 60); Inwood (1984: 40) ve Şenel (1970: 93).

² Sosyal sözleşme kavramı literatürde, meşru yönetimi, devleti, özgür ahlaki bireylerin gönüllü sözleşmelerinin insan yapımı ürünü olarak ele alan teoriler için kullanılmaktadır. Bu konu için ayrıca bkz. Miller (1991: 478-480); Lessnof (1990: 3-8); Forsyth (1994: 48-49); Boucher ve Kelly (1994: 2) sosyal sözleşme düşüncesinin temellerini Antik Yunan'a kadar götürür.

³ Hampton (1986:256) sözleşme teorilerini iki kategori altında sınıflandırır. *Temsilci* türdeki sözleşme teorileri insanların somut, temel ihtiyaçlarını karşılamak şartıyla kendi iktidarlarını siyasal yöneticilere ödünç verdiğini iddia ederlerken; *yabancılaşmacı türdeki* sözleşme teorileri ise insanların, somut temel ihtiyaçlarının karşılanması beklentisiyle kendi iktidarını siyasal yöneticilere devrettiğini varsayarak mutlak devleti meşrulaştırmaktadırlar. Bir başka deyişle temsilci sözleşme teorileri bir yöneten-yönetilen ilişkisi tasarlarlarken; Hobbes ve Rousseau'nun da aralarında yer aldığı yabancılaşmacı sosyal sözleşme teorileri bir efendi/köle ilişkisi tasarlamaktadırlar.

⁴ Tocqueville'nin sivil toplum, devlet ve siyasal toplumla ilgili düşünceleriyle ilgili analizler için bkz: Keane (1994: 79-82); Zabcı (1997: 40-43); Ehrenberg (1999: 160-167); Cohen,-Arato (115-117); Isaac (1993: 356); Kumar (1993: 381); Foley-Edward (1998: 7); Whittington (1998: 21-24).

⁵ Schwedler (1995: 7) sivil toplum ve demokratikleşme kavramlarının tüm dünyaya yayılma nedenlerini Orta Doğu bağlamında analiz eder. Yazar 1980'in ilk yıllarından bu yana Orta Doğu üzerine yapılan çalışmalarda üç problematik etrafında yoğunlaştığını belirtir. Bu sorunlar Bu bölgede sivil toplum var mıydı? Mevcut idari otoriteye karşı durabilir mi? Ne tür gruplar sivil toplumun parçası olarak ele alınmalıdır? Norton (1995: 9)'da Orta doğu da sivil toplum var mı sorusunu tartışırken bir çok yazarın bu konuda derin endişeler taşıdığını ve üstelik yakın gelecekte de özellikle Arap toplumlarında aktif, hareketli bir sivil toplumun ortaya çıkması konusunda ortak bir iyimserliğin olmadığını altını çizmektedir. Afrika özelinde sivil toplum ile ilgili sorunları tartışan Ostrom (1990: 228-244) ise konuyu anayasal haklar bağlamında değerlendirmektedir. Yine aynı konuda Harbeson (1990: 174-192). Hudson (1995: 61-76) ve Anderson (1995: 77-92) da Arap toplumlarında sivil toplumun ortaya çıkması ile siyasal kültür arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmaktadırlar.

⁶ Gerek Batılı, gerekse Batılı olmayan toplumlarda modern ulus devlet kurumlarında ortaya çıkan otoriter, merkezileşmeci ve müdahaleci etkinin sivil toplum kavramı çerçevesindeki eleştirileri için bkz. Hirst (1994: 244-245); Hall (2000: 48-49) ve Habermas (1997).

⁷ Gerek Batı'da ve gerekse Batı'lı olmayan toplumlarda modern ulus devlet kurumlarında ortaya çıkan otoriter, merkezileşmeci ve müdahaleci etkinin sivil toplum kavramı çerçevesinde yapılan eleştirileri için bkz. Hirst (1994: 244-245); Hall (2000: 48-49); Shills (1992: 7); Habermas (1997).

⁸ Sivil toplumun geliştirilmesinin sıradan insanların deneyim ve algılarındaki gelişmeyle ilgili olduğunu belirten Ball ve Knight (1999: 24-25), global düzeyde sivil toplumun geliştirilmesi için sıradan insanların şu soruları yanıtlaması gerektiğini belirtmektedirler: (1) İyi bir toplum görüşünüz nedir? Bugünün toplumları o ideale nasıl ulaşabilir; (2) iyi bir toplumda yurttaşların hükümetleri ve piyasaların sorumluluk ve rolleri ne olmalıdır? (3) böyle bir topluma ulaşabilmek için ne yapılması gerekmektedir?

KAYNAKÇA

Akal, C.B. (2000) **İktidarın Üç Yüzü**, Ankara: Dost Yayınları.

Anderson, L. (1995) "Democracy in The Arap World: Critique of the Political Culture Approach" in R. Brynen, B. Korany, P. Noble, Lynne (eds.), **Political Liberatization And Democratization in The Arap World**, Vol. 1, London: Rienner Publ.

Arendt, H. (1958) **Human Condition**, Chicago: Chicago University Press.

Arendt, H. (1996) **Geçmişle Gelecek Arasında**, (Çev: B.S. Şener), İstanbul: İletişim Yayınları.

Aristoteles, (1990) **Politika**, (Çev: M. Tunçay), İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Ashcraft, R. (1994) "Locke's Political Philosophy" in V. Chappell (ed.), **The Cambridge Companion To John Locke**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ball C., Knight, B. (1999) "Why We Listen To Citizens" in E. Mbogori (ed.), **Civil Society at the Millenium**, Connecticut: Kumarian Press, 17-26.
- Bell, M. (1999) "Volunteering: Underpinning Social Action in Civil Society for the New Millennium" in E. Mbogori (ed.), **Civil Society at the Millenium**, Connecticut: Kumarian Press, 27-42.
- Boucher, D. and Kelly, P. (1994) "The Social Contract and its Critics: An Overview" in D. Boucher and P. Kelly (eds.), **The Social Contract from Hobbes to Rawls**, London: Routledge Inc.
- Cassirer, E. (1984) **Devlet Efsanesi**, (Çev: N. Arat), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Chandhoke, N. (1995) **State And Civil Society: Explanation in Political Theory**, New Delhi: Sage.
- Cohen, J. and A. Arato (1992) **Civil Society and Political Theory**, Cambridge: MIT Press.
- Çaha, Ö. (1996) **Sivil Kadın**, Ankara: Vadi.
- Ehrenberg, J. (1999) **Civil Society The Critical History of the Idea**, New York: New York University Press.
- Flyvbjerg, B. (1998) "Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society", **British Journal of Society**, 49, June Issue.
- Foley, M. and B. Edward (1998) "Beyond Tocqueville: Civil Society and Social Capital in Comparative Perspective", **American Behavioral Scientist**, 42, (September), 5-20.
- Forbes, H.R. (1966) **Towards a Dynamic Economics: Some Recent Developments of Economic Theory**, New York: Macmillan-St Martin's Press.
- Forsyth, M. (1994) " 'Hobbes' Contractarianism: A Comparative Analysis" in D. Boucher and P. Kelly (eds.), **The Social Contract From Hobbes To Rawls**, Ed., London: Routledge, 35-51.

- Gordon, R. (2000), "Kant, Smith And Hegel The Market And The Categorical Imperative" in F. Trentmann (ed.), **Paradoxes of Civil Society New Perspectives on Modern German and Britain History**, New York: Berghahn Books.
- Gramsci, A. (1986) **Hapishane Defterleri**, (çev: K. Somer), İstanbul: Onur Yay.
- Güriz, A. (1985) **Hukuk Felsefesi**, Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Habermas, J. (1997) **Kamusalığın Yapısal Dönüşümü**, (çev: T. Bora ve M. Sancar), İstanbul: İletişim Yay.
- Hall, J.A. (2000) "Reflections on the Making of Civil Society" in F. Trentmann (ed.), **Paradoxes of Civil Society New Perspectives on Modern German and British History**, New York: Berghahn Books.
- Hampton, J. (1986) **Hobbes and the Social Contract Tradition**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Harbeson, J.W. (1990) "Centralization And Development in Eastern Africa" in J. Wunsch and D. Oluwu (eds.), **The Failure of Centralized State, Institutions and Self Governance in Africa**, Boulder: Westview Press.
- Hirst, P. (1994) "Associative Democracy", **Dissent**, Spring Issue, 241-247.
- Hudson, M.C. (1995) "The Political Culture Approach to Arab Democratization: The Case for Bringing it Back in, Carefully" in R. Brynen, B. Korany and P. Noble Lynne (eds.), **Political Liberatization and Democratization in the Arap World**, Vol: 1, London: Rienner.
- Hyppolite, J. (1969) **Studies on Marx and Hegel**, (Trans. J. O'Neill), New York: Basic Books Inc.
- Ibrahim, S.E. (1995a) "Democratisation in the Arap World" in J. Schwedler (ed.), **Toward a Civil Society in the Middle East? A Premier**, London: Rienner.
- Ibrahim, S.E. (1995b) "Democratisation in the Arap World" in A.R. Norton (ed.), **Civil Sociey in the Middle East** Vol. 1, New York: E.J. Brill.
- Iltting, K.H. (1984) "Hegel's Conception of State and Marx Early Critique" in Z.A. Pelczynski (ed.), **The State & Civil Society Studies in Hegel's Political Philosophy**, Cambridge: Cambridge University Press.

- Inwood, M.J. (1984) "Hegel, Plato and Greek Sittlichkeit" in Z.A. Pelczynski (ed.), **The State & Civil Society Studies in Hegel's Political Philosophy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Isaac, Jeffery C. (1993) "Civil Society and the Spirit of Revolt" **Dissent**, Summer Issue, 357-367.
- Jennings, J. (1994) "Rousseau, Social Contract and the Modern Leviathan" in D. Boucher and P. Kelly (eds.) **The Social Contract From Hobbes To Rawls**, London: Routledge, 115-132.
- Johnson, L. (1986) **Marxism Class Analysis and Socialist Pluralism: a Theoretical and Political Critique of Marxist Conception of Politics**, Winchester: Allen&Unwin.
- Keane, J. (1994) **Demokrasi ve Sivil Toplum**, (çev: N. Erdoğan), İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Kortion, G. (1984) "Subjectivity and Civil Society" in Z.A. Pelczynski (ed.), **The State & Civil Society Studies in Hegel's Political Philosophy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Köker, L. ve M.A. Ağaogulları (1990), **İmparatorluktan Tanrı Devletine**, Ankara: İmge.
- Kumar, K. (1993) "Civil Society: An Inquiry into Usefulness of an Historical Term", **British Journal of Sociology**, 44 (September), 375-395.
- Larrain, J. (1983) **Marxism and Ideology**, Hong Kong: Humanities Press.
- Lessnoff, M. (1990) "Introduction: Social Contract" in M. Lessnoff (ed.), **Social Contract Theory**, Worcester: Billing&Sons Ltd.
- Marshall, John. (1994) **John Locke, Resistance, Religion and Responsibility**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Marx, K. (1977) "German Ideology" in D. Mcellan (ed.), **Karl Marx: Selected Works**, Oxford: Oxford University Press, 159-191.
- Miller, D. (1991) "Social and Political Theory: Class, State, Revolution" in T. Carvey (ed.), **The Cambridge Companion to Marx**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Naidoo K-Tandon, R. (1999) "Promise of Civil Society" in E. Mbogori (ed.), **Civil Society at the Millenium**, Connecticut: Kumarian Press, 1-16.

- Neocleous, M. (1995) "From Civil Society to Social", **British Journal of Sociology**, 46, 395-408.
- Neocleous, M. (1996) **Administering Civil Society: Towards a Theory of State Power**, London: Macmillan Press.
- Norton, R.A. (1995) "Introduction" in R.A. Norton (ed.), **Civil Society in the Middle East**, Newyork , Köln: E.J. Brill Inc.
- O'Neill, J. (1969) "Introduction: Hegel And Marx on History as Human History", **Studies on Marx and Hegel**, (Trans: J. O'Neill), New York: Basic Books Inc.
- Ostrom, V. (1990) "The Problem for Sovereignty In Human Affairs" in J. Wunsch, D. Oluwu (eds.), **The Failure of Centralized State, Institutions and Self Governance in Africa**, Westview Press. Boulder.
- Pelczynski, Z.A. (1984) "Introduction The Significance Of Hegel's Separation Of State And Civil Society" in Z.A. Pelczynski (ed.), **The State & Civil Society Studies in Hegel's Political Philosophy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Popper, K. (1989) **Açık Toplum ve Düşmanları**, Cilt 1, (Çev: M. Tunçay), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Russel, B. (1945) **A History of Western Philosophy**, (8th ed.), New York: Simon and Schuster Inc.
- Schwedler, J. (1995) "Introduction: Civil Society and the Study of Middle East Politics" in J. Schwedler (ed.), **Toward Civil Society in the Middle East? A Primer**, Newyork: Lynne.
- Seligman, A. (1992) **The Idea of Civil Society**, New York: Free Press.
- Senett, (1996) **Kamusal İnsanın Çöküşü**, (Çev: S. Durak ve A. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shills, E. (1992) "Civility And Civil Society" in E.C. Banfield (ed.), **Civility And Citizenship In Liberal Democratic Societies**, New York: Paragan House, 1-15.
- Şenel, A. (1995) **Siyasal Düşünceler Tarihi**, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Şenel, A. (1970) **Eski Yunan'da Eşitlik ve Eşitsizlik Üzerine**, Ankara: Sevinç Matbaası.

- Tester, K. (1992) **Civil Society**, London: Routledge Inc.
- Then, V., and Walkenhorst, P. (1999) "Strengthening Civil Society's Capacity to Promote Democratic Governance: The Role of Foundations" in E. Mbogori (ed.), **Civil Society at the Millenium**, Connecticut: Kumarian Press, 123-136.
- Tocqueville, A. De (1962) **Amerikan Demokrasisi**, (çev: T. Timur), İstanbul: Türk Siyasi İlimler Derneği Yay.
- Walzer, M. (1992) "Civil Society Argument" in C. Moufe (ed.), **Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community**, London: Verso, 89-107.
- Whittington, K.E. (1998) "Revisiting Tocqueville's America, Society, Politics, and Association in The Nineteenth Century", **American Behavioural Science**, 42 (September), 21-32.
- Zabcı, F.Ç. (1997) **Siyasal Alanda Kamusal Alan Sorunsalı: Habermas ve Arendt**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi.

**STAFF CUTBACK AS A STRATEGY OF THE POLICY
OF THE WITHDRAWAL OF GOVERNMENT: A
GENERAL ASSESSMENT OF THE MOTHERLAND
PARTY GOVERNMENTS' STRATEGY OF STAFF
CUTBACK IN THE TURKISH CIVIL SERVICE
(1984-1990)***

Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN†

Abstract

In the face of fierce criticisms against the role, size and performance of government, searching strategies to limit the role and size and improve the performance of government has been one of the fundamental goals of many governments all over the world since the early 1980s. Staff cutback is also considered as one the basic strategies of the policy of the withdrawal of government since the staffing aspect of government is a significant element of the problem of government size and performance. With the effect of criticisms against the size and widespread dissatisfaction with the performance of the Turkish Civil Service, the Motherland Party (MP) Governments under the premiership of Mr. Turgut Özal aimed to have a smaller size and more efficient-effective bureaucracy. In this paper, the staff cutback strategy pursued by the MP Governments in the Turkish Civil Service in the period of 1984-1990 has been examined. Despite their New Rightist rhetoric, the MP Governments could not cutback the staff size of the Turkish Civil Service in both absolute and relative terms. The existence of civil service guarantees and the populist policies pursued in the face of increased political competition towards the end of period were the most significant obstacles to the success of the MP Governments. However, the overall effects of the MP

* This paper is produced from the PhD thesis of the author, titled as "Staff Cutback as a Strategy of the Policy of the Withdrawal of Government: An Analysis of the Motherland Party Governments' Strategy of Staff Cutbacks in the Turkish Civil Service (1984-1990) (unpublished PhD Thesis, 2000, Leicester University, Public Sector Economics Research Centre/Management Centre, Leicester, U.K.).

† Dr., Hacettepe University, Department of Public Administration, 06800, Beytepe-ANKARA, omur@hacettepe.edu.tr

governments on the growth of the Turkish Civil Service was quite restrictive. Therefore, this period can be considered as the restraint years since the rate of increase in the Turkish Civil Service staff was lowered significantly rather than as a period of cutback.

Keywords: The withdrawal of government, staff cutback strategy, public sector employment, the civil service, the Motherland (MP) Party, Turgut Özal.

Öz

Devletin Küçültülmesi Politikasının Bir Stratejisi Olarak Personel Azaltma: Anavatan Partisi Hükümetlerinin Türk Merkezi Kamu Yönetiminde Personel Azaltma Stratejisinin Genel Bir Değerlendirmesi

Devletin rolü, boyutu ve performansına ilişkin şiddetli eleştiriler karşısında, Devletin rolünü ve boyutunu sınırlamaya ve performansını iyileştirmeye yönelik stratejilerin araştırılması 1980'lerin başlarından itibaren dünya çapında pek çok hükümetin asli amaçlarından birisidir. Personel azaltma da, kamu istihdamı Devletin boyut ve performans sorununun önemli bir unsuru olduğu için Devletin küçültülmesi politikasına ilişkin temel stratejilerden biri olarak görülür. Türk Merkezi Kamu Yönetiminin boyutuna yönelik eleştirilerin ve onun performansına ilişkin yaygın tatminsizliğin etkisiyle, Turgut Özal'ın Başbakanlığını yaptığı Anavatan Partisi (ANAP) Hükümetleri daha küçük boyutlu ve daha etkin ve etkili bir bürokrasiye sahip olmayı amaçlamışlardır. Bu makalede, ANAP Hükümetleri tarafından Türk Merkezi Kamu Yönetiminde 1984-1990 döneminde takip edilen personel (devlet memuru) azaltma stratejisi incelenmiştir. Yeni Sağcı söylemine rağmen, ANAP Hükümetleri, Türk Merkezi Kamu Yönetimi personelini hem mutlak hem de nispi değerler açısından azaltamamışlardır. Memur güvencelerinin varlığı ve dönemin sonuna doğru artan siyasi rekabet karşısında izlenen popülist politikalar ANAP Hükümetleri'nin başarısı önündeki en büyük engelleri oluşturmuşlardır. Bununla birlikte, ANAP Hükümetleri'nin Türk Merkezi Kamu Yönetiminin büyümesi üzerindeki etkisi oldukça kısıtlayıcı olmuştur. Bu sebeple, bu dönem bir personel azaltma döneminden ziyade, Türk Merkezi Kamu Yönetimi personelindeki artış oranının önemli ölçüde azaltıldığı kısıtlama yılları olarak görülebilir.

Anahtar Sözcükler: Devletin küçültülmesi, personel azaltma stratejisi, kamu sektörü istihdamı, merkezi kamu yönetimi-devlet memurluğu, Anavatan Partisi (ANAP), Turgut Özal.

INTRODUCTION

The public sector has become topical issue because of profound changes in its economic and political-ideological conditions since the late 1970s.¹ In many countries, especially in the Western world, the renewed interest of political and academic circles in the public sector result from a number of factors, inter-linked in a variety of combinations. The economic and financial challenges and difficulties of the 1970s and 1980s, including slowing down growth rates, changing international commodity market and increasing international competition originated by mainly East Asian economies, made it increasingly difficult for Western governments to control their economies and to extract revenue from them by mainly reaping the private economy. This led to budgetary deficits, then sharp increase in public sector borrowing, foreign debts and interest rates, and eventually high inflation and unemployment. This situation became more serious with the rising demands for welfare services and their increasing costs. This gave rise to the changes in ideological perceptions about the role of government in social and economic life and then the collapse of post-war consensus based on Keynesian economic management and the institutional-universal welfare state in the Western world. All these developments placed new demands on cutback and privatisation policies at first stage and then on the search for the most suitable efficiency scrutiny and improvement programmes for the public sector. The collapse of command-and-control economies in the former Soviet Union and Central-Eastern Europe and the failure of government-dominated development strategies in developing countries in the late 1980s and early 1990s completed the picture. Thus, in practice, economic and political-ideological conditions overlapped and reinforced each other. As a consequence, the whole landscape of the public sector has changed over the last two decades.

The issue of government size and performance (i.e. public sector efficiency) is, in fact, nothing new. This perpetual problem is reflected very well by the views of general public, politicians and academics on government and its bureaucracy (see Downs and Larkey, 1986; Goodsell, 1994). However, reform efforts in the public sector before 1980s were undertaken as mainly a technical activity to improve the ability of government within the sphere of the traditional public administration understanding. The size and performance of government has become a lively issue again since the late 1970s between politicians, academics and practitioners with the simultaneous and contradictory effects of budget deficits and taxpayers' pressures. Since then, governmental failure has been considered as a political-ideological problem in addition to its technical (economic-managerial) aspect. The debate of the post-1980 period has, therefore, been about the appropriate role, size and capacity of government in society. In other words, it has been about redefining the boundaries between

the public and private sectors in favour of the latter in the face of governmental failure and improving the capacity of government in undertaking the new role envisaged for it within the limits of its new size. With the effect of this debate, the opposition to the “big government” (see Rose, 1984) has gained ground since the late 1970s; and then the “withdrawal of government” (see Christensen, 1988), developed to overcome the problem of big government, has become the official policy of many liberal-conservative governments in Western Europe and North America. This ideological climate has spread to other countries and affected even some social democrat governments. Under these conditions, the role, size, values, structure and functioning of national public sectors and civil services have been affected deeply all over the world.

Purpose of the Paper: In the post-war period, it was not commonly acceptable to question the size and performance of the public sector. The unions reacted strongly against the idea and most policy-makers tacitly accepted their arguments (Rosen, 1984). In the last quarter of the twentieth century, however, significant change in this attitude can be observed at both academic and political circles (Christensen, 1988: 56). In the face of strong criticisms against the size and performance of government, efficiency, in both allocative and productive senses, has become a global pressure on governments (Welch and Wong, 1998). At the beginning of 1980s, Sir Bancroft (1981), then Head of the British Home Civil Service, was talking about a “smaller”, “leaner” and also “fitter” civil service. With the impacts of this global pressure appeared in many different parts of the world, cutting back the size of the civil service and searching efficiency-oriented institutions and mechanisms within the civil service, has become a favourite goal of many governments since the early 1980s.

As in the case of other national civil services, the Turkish Civil Service has long been attacked by political, academic and business circles, and media from different ideological standpoints on several grounds. It has strongly been argued that the Turkish Civil Service has been oversized, overstaffed, bloated and cumbersome; has become self-interested and unresponsive to the public; has been infected by widespread corruption; and, therefore, has lost its ability to manage public affairs efficiently. It has also been claimed that the Turkish Civil Service has become one of the main obstacles to the economic development that has been mainly fuelled by the Turkish private sector recently (see Güner, 1975; TÜSİAD, 1983; Çapoğlu, 1997; Aktan, 1999a). While Turkey is a member of the OECD and the G-20 and an official candidate for full membership of the EU, some of her socio-political and administrative features (e.g. political spoil and nepotism, corruption, and widespread waste in public bureaucracy) still resemble those of developing countries. Therefore, the origin of a need for a comprehensive civil service reform programme aiming efficiency in Turkey comes from both severe pressures from outside circles, mainly the EU and

international financial institutions such as the IMF, the OECD and the World Bank (see Güler, 1996), and endogenously perceived requirements for development objective based on the private sector which are mainly articulated by the Turkish bourgeoisie (see TÜSİAD, 1983). Taking the general trend on this issue within the OECD and, in particular, the EU regions as a yardstick, Turkey clearly does need to take a serious action in this direction.

In brief, the fierce criticisms against the role and size and widespread dissatisfaction with the structure, operation, and performance of the Turkish Civil Service lead us to analyse the staffing aspect of the Turkish Civil Service. Unfortunately, there is no simple and objective way to establish an optimal size of civil service and debates on the issues of governmental and organisational size still continue (see Lane, 1993; Goodsell, 1994). It cannot be denied, however, that civil service staffing is inseparable part of the size and performance problems of the civil service. Staff cutback strategy should be examined in order to get some clues in sorting out these problems. In this paper, staff cutback strategy will be examined with special reference to the strategy pursued by the Motherland Party (MP) (*Anavatan Partisi-ANAP*) Governments under Mr. Turgut Özal's premiership in the period of 1984-1990 in Turkey.

In order to solve heavy political and economic crises experienced in the late 1970s the New Rightist movement, constituted itself in the MP, tried to establish a "new hegemony" (see Jessop, 1983) in Turkey during the 1980s. With its liberal orientation in economic issues and conservative orientation in moral issues, the MP under the leadership of Mr. Özal was an agent ready for action. Partly with the personal ideological choice of Mr. Özal and partly as a result of the worldwide tendency, the MP pursued such an aim enthusiastically (see Tünay, 1993). As in the many Western cases, this attempt was identified with the policy of withdrawal of government.

Staff cutback strategy pursued in many Western countries is mainly based on two aims: ideological aim (i.e. to reduce the size and the role of government) and economic aim (i.e. economic efficiency). These anti-government aims were shared by the MP governments in Turkey as well. The MP Governments aimed to have a smaller size and more efficient-effective bureaucracy with the effect of New Right ideology. However, a certain political interest (i.e. rendering the bureaucracy into a loyal and party-book one) was also sought by them through the pressure of staff cutback over the bureaucracy. Thus, the staff cutback strategy was also used as an indirect tool to achieve this political-party interest.

Many strategies of the MP Governments pursued within the framework of the policy of the withdrawal of government (e.g. trade liberalisation and privatisation) produced reactions in national and international public opinions.

In order to avoid any possible reactions from the opposition parties and the civil servants, the MP governments, however, preferred to follow a “low-profile strategy” in the field of staff cutback. As a matter of fact, the elimination and purge operations of the Military Regime (1980-1983) and the transition from the civil service status to the contracted personnel status in the state owned enterprises and public utilities during the MP Governments attracted more attention of some writers (see, for example, Dodd, 1990: 52; Younis, Ibrahim and McLean, 1992: 27-30). Whereas, the staff cutback strategy pursued by the MP Governments was the most significant attempt, with that of the previous Military Regime, in the modern history of the Turkish Civil Service. Moreover, the MP Governments were the most important civilian governments attempted to cut the size of the Civil Service under the conditions of competitive politics. Therefore, it is worthy to examine this strategy in the face of the importance of its political-ideological and economic aims and its affects on the Civil Service.

Since the MP Governments shared similar ideological aims and followed, more or less, similar socio-economic policies adopted by many liberal-conservative governments in Western countries, it is expected that the MP Governments (1984-1990) could cutback the size of the Turkish Civil Service in terms of employment or, at least, restrain the growth of the Civil Service staff. The purpose of this paper is, therefore, to find out: **(i)** empirically whether and to what extent the Turkish public sector in general and Turkish Civil Service in particular was cutback by the MP Governments in terms of its staff aspect; **(ii)** what sorts of (e.g. historical-political, socio-economic, legal, and bureaucratic) constraints and opportunities appeared on the road of staff cutback strategy; and **(iii)** basic patterns of change in the size of staff in the Turkish Civil Service as a result of the implementation of the staff cutback strategy during this period.

Scope of the Paper: The scope of the paper is restricted in several points. **(i)** Since the Civil Service is the main body of the Turkish public sector; and civil service staff is seen as an undeniable part of the size and performance problems of the public sector, this study has been devoted to the analysis of the staff cutback strategy pursued in the Turkish Civil Service.

(ii) Although the staff cutback strategy was used by the Military Regime in the early 1980s, only the 1984-1990 period, so-called the “Özal Period”², has been analysed. However, some general comparisons have been made between the period of Military Regime (1980-1984) and the period of MP Governments (1984-1990) in order to understand the general trends in public employment in the Turkish public sector as a whole as well as in the Turkish Civil Service.

(iii) Since the staff cutback strategy of the MP Governments has been analysed at one aspect of macro-level (i.e. the general effects of the staff

cutback strategy on the “size” of the staff in whole civil service), the other aspect (i.e. “composition” of the civil service staff) of macro level has been omitted.³ Meso-level (i.e. departmental or agency level effects of the cutbacks) and micro-level (i.e. professional or individual effects of the cutbacks) issues have, in principle, also been excluded from the analysis. Therefore, apart from some general remarks, empirical efficiency results and detailed explanations about organisational, intra-organisational, professional and individual aspects of staff cutback strategy have not been included in this paper.

Perspective and Method of the Paper: The civil service has a kaleidoscopic nature because the issues concerning the civil service go beyond legal-bureaucratic problems and arise from economic-financial difficulties and problems of a political-ideological in nature. The civil service is, therefore, at the point of intersection of various disciplines such as political science, public law, public administration, administrative history, economics, and management. In this paper, the civil service has been mainly treated from the point of view of political economy of bureaucracy. However, the importance of a historical-comparative perspective of bureaucracy has always kept in mind.⁴ It is believed, therefore, that our perspective is broad enough to accommodate the various dimensions of the civil service (e.g. political interactions; institutional arrangements and managerial practices; bureaucratic culture) in order to explain the staff cutback strategy properly. This differentiates our study considering the interrelationships between economics, politics and management from narrow economic or management studies on cutback management and from conventional reform studies based on traditional public administration concepts. With such a perspective, some powerful insights can be sought by going beyond the artificially created disciplinary boundaries in order to understand the true nature of the economics, politics and management of staff cutback strategy.

The determination of this perspective is very important but not an adequate step since the staff cutback strategy needs to be examined empirically in this paper. Politicians and their policy advisers have spoken of the need to cut public employment in the face of government growth in almost every country. However, cutback is not an easy task. A great deal of academic thought has been given to explain the problem of government growth, but there has been no comparable attention paid to explain how to achieve cutbacks; and how to analyse cutback strategy and its results. In this paper, a theoretical framework has been developed through reviewing the literature on “cutback management” (Dunsire and Hood, 1989) and “bureaumerics” (Hood and Dunsire, 1981) in order to empirically examine this strategy pursued in the Turkish Civil Service.

Basic Concepts of the Paper: Although some basic concepts for this paper (e.g. the policy of the withdrawal of government, staff cutback strategy)

have been defined in detail in sections concerned, another basic or key concept, “civil service”, needs to be clarified at this stage. The civil service has been part of the day to day vocabulary of public affairs but the underlying meaning of the term has been elastic both in English and Turkish.⁵ Since there is no well-established term in the Turkish language corresponding to the “civil service” in English, we can approach this problem in three ways in respect to the Turkish case: “Organisational structure”, “budget”, and “personnel”. Although the term civil service has never been defined both in the literature and legal-official documents in terms of organisational structure, the main part of the central government, excluding the Ministry of Defence and other bodies related to the Armed Forces, and some quasi-governmental bodies is considered as the equivalent of the British Civil Service. However, the Turkish central government covers many public services such as health, education, social security and internal security that are mainly provided by the central or local authorities-outside the Civil Service-in the U.K. Central government departments which are financed by the consolidated government budget (general and annexed budgets), special budgets and revolving budgets; and some civil central government bodies which are financed by fund budgets form the Turkish Civil Service in terms of budget allocations. Local governments, state-owned enterprises and public utilities, and some quasi-governmental bodies that are financed by their own resources as well as by the consolidated budget are out of the scope of the Civil Service. The Civil Servants’ Law (CSL) dated 1965 and numbered 657 (art. 4) has brought a broad definition of civil servant for personnel employed in the state-owned enterprises-public utilities, local governments as well as ones employed in the central government. This definition covers almost all public employees except workers, contracted and temporary personnel in the Turkish public sector and it goes beyond the scope of the paper since our main concern is the central government.

What we mean by the Civil Service for Turkey in this paper is that the central government departments (*merkezi hükümet kuruluşları/merkezi kamu yönetimi*)-except the Ministry of Defence and other bodies related to the Armed Forces and some quasi-governmental bodies-which are financed by the consolidated, special, revolving and fund budgets; and personnel (civil servants/*devlet memurları*) employed in those departments and universities, excluding ministers and members of the Parliament, members of the Armed Forces, civilian personnel employed in the Ministry of Defence and the National Intelligence Organisation, judicial officials, academic officials, personnel employed in the Presidential Office and the Parliament and personnel employed in some quasi-governmental bodies. Thus, it can be said that the Turkish Civil Service embraces civilian public servants (civil servants) of certain central government departments that are employed on a permanent statutory basis (see also Mihçioğlu, 1964: 90, 92). In this context, civilian public servants that are

employed on a similar permanent statutory basis in local governments and the state owned enterprises and public utilities are kept out of scope of the Civil Service. Also, some types of public servants (i.e. contracted personnel, temporary personnel, and workers) that are employed on a contractual basis in different levels of government do not normally take place in the scope of the Civil Service. In brief, the term Turkish Civil Service covers only central government departments and civil servants employed in those departments in this paper.

Structure of the Paper: In order to achieve the purpose of this paper mentioned above, **(i)** in the first section, political-ideological, economic and managerial background of staff cutback strategy will be examined within the general framework of the policy of withdrawal of government; the role and effects of staff cutback strategy in creating a limited and efficiency-oriented government (and civil service) will be established; and staff cutback experiences in the OECD region⁶, in particular the striking British experience in the period of the Thatcher Governments (1979-1990) which corresponds to the period in which the Military Regime (1980-1983) and the MP Governments (1984-1990) pursued similar strategies in Turkey, will also be overviewed; and then **(ii)** in the second section, the staff cutback strategy pursued by the MP Governments under the premiership of Mr. Özal in the Turkish Civil Service will be empirically examined in this context.

This endeavour will help us to understand the approach of the MP as an anti-bureaucracy political party to the Turkish public bureaucracy in general and to the issue of employment in the Turkish Civil Service in particular.

I. THE POLICY OF THE WITHDRAWAL OF GOVERNMENT: POLITICAL-IDEOLOGICAL, ECONOMIC AND MANAGERIAL BACKGROUND OF STAFF CUTBACK STRATEGY

Staff cutback strategy pursued in the public sector in general and in the civil service in particular is a highly controversial and intricate topic because of its political-ideological, economic and managerial dimensions. These dimensions of staff cutback strategy can only be understood if it is evaluated within the context of the general policy of the withdrawal of government.

I.1. The Policy of the Withdrawal of Government: Political- Ideological, Economic, and Managerial Dimensions

Since the opposition to the big government has gained political ground since the late 1970s, the withdrawal of government has become official policy of liberal-conservative governments in many countries. It should be pointed out

that the withdrawal of government is not a completely coherent policy because there is no clear-cut consensus on the phenomenon of big government. Therefore, governments have responded to the phenomenon of big government through various strategies. As Christensen states, withdrawal of government: «is an apt term used to characterise a multitude of political goals and policy strategies to which many governments of the 1980s adhere. What unites them is the belief that the public sector has grown too fat, and that a withdrawal of government from some of its present activities and from its present size will cure some of the evils for which they blame the public sector and more specifically the welfare state» (1988: 40). With this policy, government has been asked to return to the line of its traditional functions and to perform them efficiently. It has, therefore, important implications for national public bureaucracies since the role, authority and resources granted them have been more and more questioned and tried to be restricted (Rosenau, 1982: 256).

Variations in institutional structures and political-bureaucratic cultures among countries also explain why some governments put special emphasis on certain parts of this policy and therefore why they are successful in such areas. Despite such variations, this policy has political, economic and managerial dimensions evolved since the early 1980s. We can categorise its main sets of goals and strategies to achieve these goals (Christensen, 1988) as follows:

I.1.1. Redefinition of the Role of Government

The “government failure” (see Peirce, 1981; Le Grand, 1991; Pitelis, 1991; Wolf, 1993) and the “crisis of the welfare state” (see George and Wilding, 1984; Mishra, 1984, 1990; Taylor-Gooby, 1985; Pierson, 1991) have been main arguments to justify the “redefinition of the role of government” since the late 1970s. Government intervention in economy is usually justified on the ground of market failures. Government intervention may, however, introduce other distortions into the economy. It may result in a failure to achieve an efficient allocation of resources; a failure to satisfy consumers’ preferences; and an increase in bureaucratic waste and X-inefficiency. Thus, government failure has been a common problem as much as market failure. In close relation with government failure, the welfare state has been questioned and challenged in the face of efficiency and legitimacy problems concerning the state welfare provision. Welfare pluralism (i.e. commercial, voluntary and informal sectors beside government) has been encouraged to overcome the crisis of the welfare state. Demands to attribute less producing and regulatory role but more co-ordinating, facilitating and financing role for government have increased.

In this context, the following strategies have been pursued in order to redefine the role of government: **a)** “Deregulation of the economy” (i.e. lifting

regulatory constraints on the economy and abolishing public regulatory institutions and mechanisms; liberalisation and market reforms; transition from statutory regime to flexible regime in public employment); and **b)** “dismantling the institutional-universal welfare state” (i.e. replacing the institutional-universal welfare model with the residual-selective one through substituting income transfers for state provided and subsidised institutional services).

I.1.2. Rolling Back the Frontiers of the Public Sector

Since the public sector was considered too large by the liberal-conservative governments in the face of the new role assigned to government, the policy of rolling back the frontiers of the public sector has been pursued since the early 1980s (see Oxley and Martin, 1991; Jackson, 2003). This is not simply a case of reducing the provision of public services, but generally it emphasises transferring service provision to the private sector as much as possible and making whole economy more responsive to market discipline.

Within this framework, the following strategies have been used: **a)** “Reducing legislative and executive activities” (i.e. cutting down the number of legal-administrative documents); **b)** “reducing the scope of administrative structure” (i.e. cutting down the number and size of public organisations and the scope of whole administrative structure); **c)** “cutting back public expenditure” (i.e. budget cuts; efficiency savings; public sector pay freezes); **d)** “cutting back public employment” (i.e. recruitment freeze, early retirement; dropping or curtailing functions; rational use of workforce; contracting-out; hiving-off); **e)** “privatisation” (i.e. transferring ownership; the application of market principles into the public services; encouraging non-statutory, mainly private, provision of public services through franchising, contracting-out, user charges); and **f)** “tax reform” (i.e. tax cuts, reduction of tax scales, redesign of tax structure).

I.1.3. Changes in Values, Structures, Processes, Practices and Techniques in the Public Sector: The New Public Management

In addition to the demands for redrawing the role and size of government, there have been strong pressures to change the way of management of the public sector. Even if the public sector is downsized, whatever remained in the public sector could still function in a traditional bureaucratic way. Thus, the problem of management (i.e. efficient and effective use of resources) in this smaller public sector has still been waiting to resolve. This reality has forced governments to search a new system of management for this new public sector. The search for more efficient provision of public services has been expanded to a “general crusade” to reorganise the public sector and to introduce new forms of management to the civil service (Christensen, 1988: 55). Therefore, another

anti-governmental trend against the traditional values, structures, processes and techniques has gained ground and deeply affected national public sectors and civil services all over the world. A cost-conscious, de-bureaucratized, market-oriented and customer-favoured public service has become an “ideal” system to build. The provision of public services by more able managers and more flexible structures and processes in accordance with both efficiency criteria and wishes of consumers has become the central theme with the effect of the “new public management” (NPM) approach (see Hood, 1991; Pollitt, 1993; Aucoin, 1995; Ferlie *et al.*, 1996; Minogue, Polidano and Hulme, 1998; Ömürgönülşen, 1997, 2000b) which have hitherto dominated academic thinking and the practice of public administration globally (Gray and Jenkins, 1995: 75-76).

Within this framework, the main debate and the related strategies developed around this debate are as follows: **a)** “Paradigmatic change in the approach to the public sector” (i.e. the critique of the traditional public administration approach and the emergence of the new public management approach); and **b)** “changes in values, attitudes, structures, processes, practices and techniques in the public sector” (i.e. importing business culture; the application of market-type mechanisms and managerial techniques).

I.2. Staff Cutback as one of the Significant Strategies of the Policy of the Withdrawal of Government

Staff cutback is one of the strategies of the policy of the withdrawal of government since the staff aspect of government is considered as one of the significant elements of the problem of big government.

I.2.1. The Strategy of Staff Cutback: Technical Aspects

The term “cutback” refers to actions associated with expenditure and staff reductions⁷ in the public sector since the late 1970s (see Hood, Dunsire and Thomson, 1988; Dunsire and Hood, 1989). The need for contraction of budgetary resources is the overriding factor behind staff cutback as well as expenditure cutback. The financial result of staff cutback strategy is particularly important since there is a direct relation between the number and type of staff and its financial burden on governmental budgets (see Hildreth, 1993).

Several factors affect the success of a cutback strategy in the public sector (see Ross, 1997: 176; Jones, 1998: 167-171): **a)** Consensus on political and economic necessities of cutbacks (e.g. political preferences and priorities; financial deficits); **b)** the political commitment and the technical ability of political power; **c)** bureaucratic traditions (e.g. bureaucratic resistance to change); **d)** social traditions (e.g. social values protecting all or certain groups

of employee in society); **e**) legal constraints (e.g. civil service regulations); **f**) the selection and use of cutback techniques.

There are various cutback techniques to be used by public managers authorised by the government. Each cutback technique has its own advantage and disadvantage. The combination of these techniques also affects the success of a staff cutback strategy. These techniques can be classified in different ways (see Levine, 1978; Rubin, 1985; Jones, 1998): **a**) "Voluntary-natural staff cuts" are based on either the personal will of public employee as in the case of early retirement schemes with benefits or natural attrition through retirement, resignation and death. Staff cut based on the will of public employee is the easiest way of staff cutback since it does not hurt anyone. **b**) "Non-voluntary staff cuts" are done by public managers without any consultation with public employees as in the cases of cuts based on performance, contracting-out and hiving-off. Since public employees are forced to leave their offices or, most importantly, their jobs, this type of cut is the most difficult way of cutback. **c**) "Across-the-board cuts" refer to "sharing the pain" by all public organisations, their sub-units, and all public employees, irrespective of impacts of cuts on the long-term capacity of the organisation and their sub-units. This type of cuts is easier for political and bureaucratic authorities because it is socially acceptable, easier to justify, and involves few decision-making costs. **d**) "Selective cuts" refer to making cuts in accordance with the contributions of organisational sub-units and public employees to organisational performance, irrespective of their distribution. Therefore, they involve costly process of decision-making.

Cutback techniques can also be grouped from the simplest one to the most difficult one: **a**) "Natural attrition" reduces the size of staff through resignation, retirement, and death. **b**) "Hiring freezes" and "personnel ceilings" prohibit an agency from filling vacated positions and authorising new ones. They are convenient short-run strategies to buy time and preserve options without hurting anyone already employed because they rely on natural attrition to diminish the staff size. In the long-run, however, they are barely the most equitable or efficient ways to seal down staff size. They may harm organisations, organisational sub-units and professional groups differently since attrition is likely to occur at different rates among them. **c**) "Hiving-off" is a transfer of staff to other in-house units, other public organisations or other employment status. Some degree of "creative accounting" or "statistical re-classification" usually creeps into figures of cuts. Therefore, it can be regarded as a way of "massaging" staff figures since the total size of employment is not changed even if the size of staff in a certain organisation or in a certain level of the government is reduced. **d**) "Early retirement" is a scheme in which public employees are encouraged or forced to retire if they are at a certain age and/or complete a certain length of service. In its voluntary type, an encouraging

benefit scheme is provided for them. If a generous early retirement programme is offered, the result is likely that anybody who is capable of getting a job in the private sector go off, while the mediocre stay behind. e) Various forms of “privatisation” (e.g. load-shedding; contracting-out) are very influential in diminishing the staff size. f) “Non-voluntary cuts-in-force” is the most difficult technique for cutback. The principal criteria used for decisions on such cuts fall into four groups: functional area (e.g. technical staff vs. general administrative staff; white collars vs. blue collars); positional level (e.g. higher ranks vs. lower ranks); service length (e.g. tenured employees vs. newcomers); performance.

I.2.2. Staff Cutback as a Tool for Limited and Efficiency-Oriented Civil Service

The problem with government is about both its role and size in social and economic affairs (“what are the functions that governments should involved in?”) and its way of operation (“how should government do its functions?). It has often been claimed that government is inefficient because either resources are allocated wrongly or public services are not supplied at minimum cost. Within this context, public sector managers face two efficiency problems in practice: First, they need to decide what kind and how much a public service should be produced (i.e. allocative efficiency); and second, they need to produce it at minimum cost (i.e. X-efficiency) (Jackson, 1988: 6-8; Jackson and Palmer, 1988: 200; Mulreany, 1991). Therefore, it has been argued that public spending and employment should be cut or, at least, restrained and the bureaucracy should be forced to work more efficiently.

First type of efficiency problem is more normative since there is no objective way to establish an optimal and universally accepted size for government. The mixture of financial difficulties and anti-government political orientation has led to the commitment to “cut” government through cutbacks and privatisation. The second type of efficiency problem is more operational-instrumental. Searching answer to this problem has led to the “performance improvement programmes”. However, these two problems are closely interrelated. In other words, first, government must be downsized (i.e. reduction in the relative share of the government in the national economy); and second, whatever remained in this smaller public sector should be better managed (i.e. providing at least the same level of public service with relatively fewer resources). Thus, the first problem has an external and economic nature; the second problem has an internal and managerial nature. The policy of withdrawal of government contains various strategies dealing with both of these problems. Staff cutback strategy is directly related to the size of civil service and affects the allocative efficiency of civil service through staff cuts. At the same time, it is indirectly related to the performance of civil service and affects the X-

efficiency of civil service through changing the composition and activity of civil service staff. Thus, the significance of staff cutback strategy in terms of both the size and performance (i.e. both allocative and X-efficiencies) of the civil service is quite obvious. However, as it can be expected, main attention has been given to the first problem in this paper since staff cutback is more often regarded as a strategy concerned with the reducing the size of the civil service within the general framework of the policy of withdrawal of government.

Although the staff cutback strategy of the MP governments will not be evaluated quantitatively in terms of its empirical efficiency results, the role and effect of this strategy in creating limited and efficiency-oriented civil service should be established since this strategy changes the size, structure and composition and then affects the operation of a civil service. It is certainly a tool which has a potential for betterment in terms of overall efficiency in comparison to the present situation by removing the factors considered as the sources of both allocative and X-inefficiencies in the civil service.⁸ Therefore, like many other strategies of the policy of withdrawal of government, staff cutback can be considered as a tool for a limited and efficiency-oriented civil service.

I.3. Main Trends in Public Sector Employment and Staff Cutback Experiences in the OECD Region during the 1980s

The main trends in public sector employment and overall results of staff cutback experiences will be examined with special reference to the 1980s that was the heyday of cutbacks especially in the OECD region. This brief examination of the liberal-conservative governments' cutback attempts in this period is likely to give some useful insights when the staff cutback record of the MP governments (1984-1990) is evaluated.

Public employment is one of the fundamental components of the public sector. Firstly, public employees provide services ranging from traditional public services to modern welfare services. Secondly, public employment is a substantial portion of total employment and it tends to grow faster than employment in the private sector. Thirdly, public employment is the principal source of income of millions of people and the pay of public employees makes a major claim upon tax revenues (Rose, 1986: 69). Fourthly, government is the biggest employer in an economy and the membership of trade union is quite high among public employees (Fredman and Morris, 1989). Finally, voting behaviour of public employees is considered as a reason for public sector expansion by public choice writers (Blais, Blake and Dion, 1991, 1997). All these factors bring an economic and political dimension to public employment.

Although there are some difficulties in defining public employment in terms of all levels and forms of government for a comparative study⁹, it can be said that over the post-war period, big government on an employment dimension has arrived in Western countries (see Rose, 1985). In most individual countries and for the OECD region as a whole, the share of general government employment¹⁰ in total employment increased steadily between the years of 1960 and 1980 (e.g. the OECD average is 11.0 percent in 1960; 13.2 percent in 1970; 15.3 percent in 1975; and 17.2 percent in 1980) (Saunders and Klau, 1985: 63). Public employment increased particularly in welfare services such as health and education (Rose, 1986: 79-80). As a matter of fact, the growth of public sector employment and financial burden of personnel expenditure on national economies in the 1970s (Oxley and Martin, 1991: 165-168) draw the liberal-conservative governments' attention to public sector employment.¹¹

The New Rightist political and academic circles have long argued that the public sector is overstaffed, public employees are overpaid and extremely well-protected by statutory laws and therefore they are not motivated to work efficiently (see Downs and Larkey, 1986: Chp.1). They have considered that "overstaffing" and "overpaying" are the basic reasons for inefficiency in the public sector. The size question was debated extensively including the desirable ratio of civil servants to total public employment, total labour force and total population; the total cost of civil service (i.e. personnel expenditure) to GDP; and techniques for ensuring the optimum use of civil servants. In this context, the staff cutback strategy took a significant place in the agenda of the liberal-conservative governments in the 1980s. Almost all OECD countries, whether they had liberal-conservative governments or not, tried to streamline the public sector; to freeze or reduce public employment; and to use civil service staff rationally through various measures in those years (see Rubin, 1985: Chp.1,2; Dunsire and Hood, 1989; Gore, 1993; OECD, 1993a, 1994, 1995; Jones, 1998: Chp.1). As "civil service" was considered as the most prominent status of public employment, a cutback strategy was pursued in national civil services as well as in the rest of the public sector. For example, both the Reagan and Thatcher administrations tried to "de-privilege" and then "discipline" their national civil services through cutback measures and private sector practices (see Pollitt, 1993: Chp.3). Thus, the size, composition and cost of civil service have become controversial matters. However, all these governments had to bear the worsening problem of unemployment in their minds while pursuing such strategies (Muhammad, 1988: 25; see also Dunsire and Hood, 1989).

As a result of the staff cutback strategy, employment growth in the general government sectors of OECD countries slowed substantially during the 1980s compared with the 1970s. As it is seen in Table (I.1), the average share of general government employment in total employment rose between 1979 (16.5

percent) and 1984 (18.0 percent), and stabilised thereafter at around 18.0 percent. However, the OECD average (weighted-15.6 percent and unweighted-18.2 percent) in 1990 was still higher than the average in 1979 (weighted-15.3 percent and unweighted 16.5 percent). Only in the U.S., the U.K., Australia and Japan, it fell slightly below the level of 1979. The British record (declined from 21.2 percent to 19.6 percent) also diverged from continental European cases.

Table-I.1: General Government Sector Employment in Some Selected OECD Countries (Share in Total Employment, %)

Countries	1979	1984	1990 (1)
Australia (2)	16.2	17.4	15.6
Belgium (3)	18.3	19.9	19.9
Canada	19.5	20.8	20.6
Denmark	26.9	30.2	30.1
France (2)	19.9	22.1	22.8
Germany	14.7	15.5	15.6
Italy (2)	15.8	16.6	17.4
Japan	8.8	8.7	8.1
Netherlands (2)	14.7	16.1	15.1
Sweden (3)	29.9	32.9	31.8
United Kingdom (2)	21.2	21.8	19.6
United States	16.1	15.3	15.5
Unweighted average for			
OECD (4)	16.5	18.0	18.2
Weighted average for			
OECD (4)	15.3	15.6	15.6

Source: Oxley and Martin (1991: 168)

Notes: (1) On latest year available

(2) Last year available is 1989

(3) Last year available is 1988

(4) Excluding Turkey. The share of general government employment (the central government and local governments) in total civilian employment in Turkey rose between 1984 (8.6 percent) and 1990 (9.1 percent) (see Table II.3 and II.4). This is not very different from some individual cases in the OECD region. It should be pointed out, however, that the level of general government employment in Turkey is almost half of the OECD average.

The Thatcher Governments' staff cutback strategy (1979-1990) in the UK is a striking example of staff cutback strategy in the OECD region (see Dunsire and Hood, 1989; Hood, 1995; Ömürgönülşen, 1995: 8-12). The Thatcher Governments came to office pledged to reduce not only public expenditure but also the size of public employment including that of the British Civil Service

(Dunsire and Hood, 1989: 13, 15). Thatcherists argued that the contraction of the Civil Service was vital for Britain's economic recovery; and believed that the civil servants were inherently privileged because they enjoyed job and income security (Wilson, 1991: 331-332). As a consequence of this strategy, public sector employment in the U.K. suffered from a relative contraction as well as an absolute one in this period. The Civil Service figures were more striking. The staff number in the Civil Service declined relatively as well as absolutely in the same period (see OECD, 1981, 1993b; Central Statistical Office, 1990, 1992; Treasury, HM, 1993). As Dunsire and Hood emphasised, «experience on staff reductions appears to be a story of remarkable success» (1989: 18). Even allowing for a certain amount of massaging (hiving-off, contracting-out, etc.), most of the cuts were achieved by changing methods, dropping or curtailing some functions, change in ownership and instilling efficiency spirit (see Reed and Ellis, 1987; Dunsire and Hood, 1989: Chp.6; Fry, 1986). This trend continued during the 1990s as well (see Cabinet Office, 1998/99).

The question raised in mind is concerned with to which extent liberal-conservative governments could implement their own policy prescriptions in the field of employment. In spite of the forceful rhetoric on the rolling back the frontiers of the public sector, including public employment, the overall result of this policy for the period of 1980-1990, except some sectional gains in few countries (e.g. the civil service staff cuts in the U.K.), seems not very successful. How can the limited effects of the cutback strategies, in particular that of staff cutback strategy, be explained? First of all, in spite of the anti-government climate, governments could not easily translate the ideological change into practicable policy proposals and then into the policy outcomes (see Marsh and Rhodes, 1992; Mullard, 1993). Secondly, the effective resistance of the beneficiaries of public services, service producers, politicians and bureaucrats could be the most important reason for this result (see Butler, 1985; Brown, 1988: 14-15; Le Grand and Winter, 1987; Piven and Cloward, 1988). Many politicians could have not the courage to cut some public services and public service positions by considering their political fortune (Foster and Plowden, 1996: 6-7). Staff cutback was also perceived as an attack on the premises and privileges of bureaucrats. With the other strategies of the policy of withdrawal of government, it has been counterattacked by bureaucrats, at various degrees and in various successes in different countries, with mixed feelings of protecting the public interest and their own departmental and self-interests (Christensen, 1988). Thirdly, the cutback efforts were also defeated by institutionally complex structure of the welfare state, the structural features of Western societies over which policy makers have little control, and by an increase in unemployment due to recessions in the 1980s (Brown, 1988: 14-15). Finally, technical difficulties with planning mechanism (e.g. manpower and staffing planning, expenditure planning for wages and salaries, redundancy and

early retirement programmes) and practical difficulties with implementing cutback strategies could have formed another reason for the limited effect of the cutback strategies. In the face of such difficulties, many governments preferred to pursue “cosmetic” or “window-dressing” type cutback programmes as well as “real” cutbacks (Dunsire and Hood, 1989: 7-11).

If the overall effect of staff cutback strategy on national public sectors is taken into account, this can be observed in the last two decades: Public sector employment, in particular employment in the civil service, has faced serious cutback attempts though it could not be rolled back; and thus, the level of public employment, more or less, has been stabilised through cutback strategies. In this context, it can be said that the rhetoric of the liberal-conservative governments guided by the New Right ideology exceeded its achievement in the period of 1980-1990. This is true, but the significance of the recent changes occurred in the role of government and the landscape of the public sector cannot be denied. Since the early 1980s, the public sector has experienced a wide-range “restructuring”, not only in the Western world but also in transitional economies and developing countries including Turkey (see World Bank, 1997). The changes in the size and composition of public sector employment, and of the civil service, should also be taken into consideration within this context (see Ömürgönülşen, 2000a: Chp. I).

II. A GENERAL ASSESSMENT OF THE MOTHERLAND PARTY GOVERNMENTS' STRATEGY OF STAFF CUTBACK IN THE TURKISH CIVIL SERVICE (1984-1990)

Since the early 1980s, the dominant opinion about the Turkish public sector is that it is too big, overstaffed and cumbersome. The Turkish public administration system, including the Civil Service which has traditionally been the most significant part of the Turkish public sector, has lost its flexibility to adapt itself to the requirements of social and economic development due to the political and economic crises of the 1970s. It has also been far from fulfilling its functions properly since it has suffered from the inadequacies in the positive law concerning its structure and personnel, and from over-politicisation. Therefore, public expenditure and public employment increased faster than the economic growth and the scope and quality of public services. Then, the Turkish public administration became a financial burden to the economy (see, for example, TÜSİAD, 1983).

The size and structure of the Turkish Civil Service was one of the areas with serious problems within the whole public administration system. In accordance with their claims to be striving towards the goal of withdrawal of government, the Technocratic Government of the Military Regime and the MP Governments pursued strategies to downsize and reshape the Civil Service. Before doing a

general assessment of the MP Governments' staff cutback strategy in the Turkish Civil Service in the period of 1984-1990, it may be useful to make some remarks on the general attitude of the Military Regime (1980-1984) towards the size of employment in the whole public sector as well as the size of employment in the Civil Service in order to understand and explain this strategy with its all aspects.

II.1. Some General Remarks on the Record of Military Regime's Staff Cutback Strategy (1980-1984)

While the Military Regime was rearranging the Civil Service regime in the early 1980s (see Emre, 1986; Karaer, 1987), it took some measures through the Technocratic Government to reduce the size of the Civil Service staff. In addition to the early purges made in the first year of the Military Regime in order to "clean up" the politicised civil bureaucracy (i.e. get rid of civil servants who were considered as inconvenient), some further cutbacks came to the agenda when the administrative reforms were announced in 1982. Although Prime Minister Mr. Bülend Ulusu disclaimed any intention to initiate mass cutbacks (Dodd, 1990: 58), it was stated in his Government's Programme that the Civil Service was much larger than was necessary and overstaffing would be eliminated gradually (Başbakanlık, 1982: 277). This approach to the civil bureaucracy was an upshot of the fact that, unlike the earlier ones, the Military Regime had, particularly in economic matters, "a less *étatist* orientation" (Heper, 1994: 669). This new orientation was, in fact, an extension of the economic policy, which was formed by Mr. Özal who was a technocrat at that time and put forward in 1980 by the Minority Government of the Justice Party (*Adalet Partisi*) under the premiership of Mr. Süleyman Demirel.

The Military Regime had three significant measures to achieve these aims. First, the Martial Order Law numbered 1402, which was put into effect in the period of 1980-1983, granted great authority to the martial law commanders to discharge civil servants from the public service. Moreover, the right to defence was not recognised to civil servants; and the ways of administrative objection and judicial review were closed. Within the first year of the Military Regime, a total of 18,000 public employees including the civil servants were either taken into custody or arrested and convicted and then received either administrative or penal punishments due to their illegal and/or partisan activities before the 1980 military intervention (*Yeni Forum*, III, No. 57, 15 January 1982; see also Heper, 1984: 66). 2,314 civil servants in the whole public sector (including 2065 civil servants in the central government-so called the Turkish Civil Service) lost their jobs in the period of 1980-1983 (DPB, 1988: 64-67). Second, the Law dated 1981 and numbered 2559 encouraged civil servants to be retired and granted an authority to the administration to retire civil servants who had completed twenty years in service; or who had completed ten years in

service and who were more than the age of fifty-five on January 31, 1982. A considerable number of public employees including civil servants were offered certain inducements for voluntary retirement; some who did not wish to leave, however, were forced to do so by unilateral action. It is clear that this Law aimed to eliminate some civil servants with political considerations and to reduce the number of civil servants (Çarıklı, 1981: 2-4). These two measures threatened the security of tenure in the Civil Service (Ömürgönülşen, 1989: Chp. III/V) but resulted in a limited achievement in terms of cutback. Third, the Military Regime also used hiring freezes as an effective means to reduce, or at least, not to increase the number of civil servants in the period of 1981-1983.

As a result, for the first time in the recent history of Turkish Civil Service, the number of civil servants decreased from 1,312,000 to 1,294,000 in the whole public sector (Table II.1); and decreased from 995,000 to 991,000 in the Civil Service (i.e. the civil servants in the central government) (Table II.2) in the period of 1980-1982. Although the number of civil servants increased in both sections (+2.90 and +1.11 percent annually on an average respectively) between the years of 1982-1984, the rates of increase were very low in comparison with the rates before 1980 (Table II.1 and Table II.2). This increase can be explained by zigzags in the economic stabilisation programme and the general elections held in the fall of 1983. When we look at the whole period (1980-1984), we can see that the Military Regime, more or less, achieved its goal in terms of cutbacks. Although it could not roll-back employment in the public sector and in the Civil Service staffing, the rate of increase declined sharply: 0.50 percent annual average increase in total civilian public sector employment (from 1,940,000 to 1,979,000, Table II.3); 1.09 percent annual average increase in the numbers of civil servants in the Turkish public sector (from 1,312,000 to 1,369,000, Table II.1); 0.45 percent annual average increase in the Civil Service staff (from 995,000 to 1,013,000, Table II.2). The annual average rate of increase in the Civil Service staff in the 1970-1980 period was extremely high (11.77 percent) when it is compared with that in the 1980-84 period (0.45 percent) (Table II.2).

The size of the public sector and the Civil Service in terms of employment decreased in relative terms as well in the period of 1980-1984. The figures in Table (II.3) show that the share of civilian public sector employment in both total civilian employment (from 14.04 percent to 13.18 percent), total civilian labour force (from 12.42 percent to 11.62 percent) and total population (from 4.37 percent to 4.03 percent) decreased slightly. Also, the share of civil servants employed in the Civil Service both in total civilian employment (from 7.20 percent to 6.74 percent), total civilian labour force (from 6.37 percent to 5.95 percent) and total population (from 2.24 percent to 2.06 percent) decreased.

Table-II.1: Increase in the Numbers of Civil Servants in the Turkish Public Sector (1970-1990) (Thousands) (1)

Period/Year	Civil Servants	Annual Average Increase (%)
1) The Coalition Governments Period (1970-1980)		+10.00
1970	656	
		+ 7.80
1976	963	
		+ 3.95
1978	1,039	
		+13.14
1980	1,312	
2) The Military Regime Period (1980-1984)		+1.09
1980	1,312	
		- 0.69
1982	1,294	
		+ 2.90
1984	1,369	
3) The MP Governments Period (1984-1990)		+ 0.49
1984	1,369	
		- 4.38
1986	1,249	
		+ 7.31
1988	1,434	
		- 0.87
1990	1,409	

Source: DİE (1970a); DPD (1976, 1978, 1980, 1982); DPB (1984, 1986, 1988, 1990a, 1990b).

Note: (1) Figures indicate the staff numbers in post either in January or in July.

Table-II.2: The Evolution of the Numbers of Civil Servants in the Central Government (the Civil Service) of Turkey (1931-1990) (Thousands)

Period/Year	Civil Servants	Annual Aver. Increase (%)	Population per Civil Servants
1) Before 1970		+13.06	
1931	75		196.7
		+ 2.48	
1938	88		192.2
		+9.09	
1946	152		125.5
		+4.53	
1963	269		110.2
		+9.98	
1970	457		77.3
2) The Coalition Governments Period (1970-1980)		+11.77	
1970	457		77.3
		+ 8.64	
1976	694		59.0
		+ 4.25	
1978	753		56.6
		+16.07	
1980	995		44.7
3) The Military Regime Period (1980-1984)		+ 0.45	
1980	995		44.7
		- 0.20	
1982	991		47.1
		+ 1.11	
1984	1,013		48.4
4)The MP Governments Period (1984-1990)		+ 4.52	
1984	1,013		48.4
		- 4.35	
1986	925		55.6
		+14.16	
1988	1,187		45.3
		+ 4.25	
1990	1,288		43.6

Source: DİE (1931, 1938, 1946, 1963-64-65, 1970a, 1991); DPD (1976, 1978, 1980, 1982); DPB (1984, 1986, 1988, 1990b).

Table-II.3: Turkish Civilian Public Sector Employment in Comparison with Total Civilian Employment, Total Civilian Labour Force and Total Population (1970-1990) (Thousands) (1)

Categories	1970	1980	1984	(1990) (2)	1990
1) Civilian Public Sector Employment	-	1,940	1,979	(2,430)	2,325
a) The Central Government	-	-	1,232		1,557
b) The Civil Service (Civil Servants in the Central Government)	457	995	1,013		1,288
2) Total Civilian Employment (3)	12,583	13,813	15,019		17,935
3) Total Civilian Labour Force (3)	14,375	15,619	17,024		19,487
4) Total Population (4)	35,321	44,438	49,070		56,098
5) 1/2 (%)	-	14.04	13.18	(13.55)	12.96
6) 1a/2 (%)	-	-	8.20		8.68
7) 1b/2 (%)	3.63	7.20	6.74		7.18
8) 1/3	-	12.42	11.62	(12.47)	11.93
9) 1a/3	-	-	7.24		7.99
10) 1b/3	3.18	6.37	5.95		6.61
11) 1/4	-	4.37	4.03	(4.33)	4.14
12) 1a/4	-	-	2.51		2.78
13) 1b/4	1.29	2.24	2.06		2.30

Source: DİE (1970a, 1970b, 1980, 1984, 1990); DPD (1980); DPB (1984, 1990a, 1990b); DPT (1989).

Notes: (1) The figures do not include disguised unemployment; if it is included, the figures are expected to be doubled.

(2) For an explanation for this column, see Table (II.4), Note (1).

(3) Age 15+

(4) Estimates of mid-year population.

In brief, the Military Regime succeeded in not increasing the absolute size of the Civil Service and in reducing its relative size slightly. This is particularly so when one considers the absolute and relative increase in the size of the public sector and in that of the Civil Service, in the 1970s. While the Military Regime was trying to control the Civil Service and reduce its size, its efforts in this direction nevertheless had dysfunctional effects upon the latter. The morale of the civil servants was adversely affected. Many senior civil servants were alienated while at the same time a tendency of exodus from the Civil Service became more remarkable. There had been a long trend among senior civil servants to leave the Civil Service for better posts elsewhere (see Canman, 1975 and Bozkurt, 1980: 143-148) but the exodus in the early years of 1980s far surpassed the earlier trend (Heper, 1984: 68, footnote 17).

II.2 Some General Remarks on the Record of Motherland Party Governments' Staff Cutback Strategy (1984-1990)

After the restoration of democracy in the late 1983, the newly established MP under the leadership of Mr. Özal easily captured the power with its anti-government and anti-bureaucracy vision and rhetoric (see Ergüder, 1991). The MP Governments, at least in the first term of office, followed, more or less, the same restrictive policy pursued by the Military Regime concerning the size of the Civil Service. It was not surprising since Prime Minister Özal was as a forceful proponent of the policy of withdrawal of government followed by the liberal-conservative governments in Western countries (see Kuruç, 1985; Uras, 1993). Staff cutback strategy as well as the other strategies of this policy (e.g. privatisation, liberalisation) should be treated within this framework.

The Turkish Civil Service was severely criticised like the whole administrative system by the MP due to its over-centralised, over-bureaucratic, wasteful and inefficient, and overstaffed characteristics in the official party documents and in the public addresses of Mr. Özal (see, ANAP, 1983a, 1983b). In fact, the MP's general opinion about the Turkish Civil Service was in parallel with the views expressed in the TÜSİAD Report (1983) containing the private sector's criticisms of and reform proposals for the bureaucracy. It was argued in this Report that the Turkish public bureaucracy was over-bureaucratic, over-centralised, cumbersome, and overstaffed with unqualified and incompetent employees who received high salaries that they did not deserve as well as authoritarian and hostile to private enterprise. According to TÜSİAD, it was better for government to undertake only its traditional functions since the private sector was ready to undertake services to the public apart from these traditional functions. Furthermore, the public administration had to be in the service of the private sector. Therefore, the downsizing of the bureaucracy had

to be one of the crucial goals of any proposed reorganisation project. Many suggestions of the Report, including reducing the staff size of the Civil Service (1983: 23-30; see also Çitçi, 1982-1983: 122), found an opportunity to be put into practice when the MP came to power in the end of 1983.

The MP governments mainly used hiring freezes and personnel ceilings for certain segments of the Civil Service rather than across-the-board cuts within a given target. In fact, civil service guarantees (i.e. the security of tenure) provided for civil servants by the 1982 Constitution and the CSL numbered 657 were the legal obstacles for such cuts. Performance appraisal process was not operated properly since it was traditionally considered as a quarrel with one's bread and butter (see Ömürgönülşen, 1989: Chp. II/H, III/V). The MP Governments could overcome this issue only in the state owned enterprises and public utilities through contracted personnel system. In the Civil Service, some legal and technical limits were imposed to establish new positions and filling in vacant positions. These techniques were even sometimes applied in non-officially articulated manner. Despite the fact that there was not any pressure of labour union under the restrictive constitutional-legal rules on the rights of civil servants to establish labour union and participate in administration and that public opinion kept itself distant from political protest movements as a consequence of authoritarian legal measures enacted and de-politicisation policy pursued by the Military Regime, the MP governments preferred to follow a low-profile strategy. In order to avoid any possible reactions from the opposition parties and not to directly challenge the traditionally secure atmosphere of the Civil Service, the first MP government did not set a specific target for staff cuts. While such a strategy was minimising reactions in the beginning, it became a main obstacle in the long-run in convincing the civil servants and public opinion for the necessity of cuts since it did not clearly show the commitment of political power in this matter.

The record of the MP Governments should be examined in two periods: 1984-1986 and 1986-1990. In the period of 1984-1986, the economic stabilisation and structural adjustment programme was followed enthusiastically by the first MP Government. Within this framework, the staff cutback strategy was pursued strictly. Serious efforts were made to standardise the titles of civil service positions, to reduce the numbers of these titles, and to define functions, authorities, and responsibilities clearly. The authority of establishing new civil service staff positions was transferred from the executive body to the legislative body by the Decree having the force of law dated 1984 and numbered 190 (DPT, 1991: 36-37). Since the establishment of a civil service position could be possible with an act instead of a government decree, this put a significant break on the demands of individual departments from the Government to increase the number of civil service positions in their departments and to fill in them immediately. Recruitment freezes and natural wastage also helped the Government cutback the

number of civil service staff. The number of the civil servants in the Turkish public sector decreased from 1,369,000 to 1,249,000 (-4.38 percent annually on an average, Table II.1); the number of civil servants in the Civil Service also decreased from 1,013,000 to 925,000 (-4.35 percent annually on an average, Table II.2). The Government's rhetoric is supported by the figures for this period.

However, it is impossible to reach the same result for the period of 1986-1990. The number of civil servants in the whole public sector increased from 1,249,000 to 1,409,000 (+3.20 percent annual average increase, Table II.1); the number of civil servants in the Civil Service also increased from 925,000 to 1,288,000 (+9.81 percent annual average increase, Table II.2). Although between the years of 1988-1990 there was a small decrease (from 1,434,000 to 1,409,000; -0.87 percent annual average decrease, Table II.1) in the number of the civil servants in the Turkish public sector, this decrease almost entirely came from the re-classification activity in the state-owned enterprises and public utilities conducted by the second MP Government. Since 1985, only contracted personnel have been recruited for the state-owned enterprises and public utilities and the existing civil servants have been encouraged to be contracted personnel through additional financial incentives. As it is shown in Table (II.4), the number of civil servants declined sharply (-83.7 percent) and the number of contracted personnel increased remarkably (+34,728.6 percent) in the period of 1984-1990. If we look at the number of civil servants in the Civil Service, there was not any decrease between the years of 1988-1990; in contrast the size of Civil Service increased gradually (+4.25 percent annual average increase, Table II.2) (see Ömürgönülşen, 1990). However, when it is compared to the 1986-1988 period (+14.16 percent annual average increase, Table II.2), the period 1988-1990 can be called as a period of "restraint".

When we evaluate the whole period (1984-1990), it can be said that the achievement of the MP Governments was well behind their rhetoric: 2.91 percent annual average increase in total civilian public sector employment (from 1,979,000 to 2,325,000, Table II.3); 0.49 percent annual average increase in the numbers of civil servants in the Turkish public sector (from 1,369,000 to 1,409,000, Table II.1); 4.52 percent annual average increase in the numbers of civil servants in the Civil Service (from 1,013,000 to 1,288,000, Table II.2). The annual average rate of increase in the Civil Service (4.52 percent) in the 1984-1990 period was higher than that of the 1980-1984 period (0.45 percent), but it was still markedly lower than that of the 1970-1980 period (11.77 percent) (see Table II.2).

Table-II.4: Turkish Civilian Public Sector Employment (1984-1990)
(Thousands)

Categories	1984	(%)	1990(1)	(%)	Absolute Change (%)
1) The Central Government	1,231.8	62.2	1,557.2	67.0	+26.4
a) The Civil Service (Civil Servants)	1,012.5	(51.2)	1,287.7	(53.0)	+27.2
b) Contracted Personnel	3.6		17.4		+383.3
c) Temporary Personnel	12.8		42.8		+234.4
d) Workers	172.9		164.3		-5.0
e) Others (2)	30.0		45.0		+50.0
2) Local Governments	60.7	3.1	72.5	3.1	+19.4
a) Civil Servants	60.7		72.5		+19.4
b) Contracted Personnel	N/A		(0.8)		-
c) Temporary Personnel	N/A		(26.7)		-
d) Workers	N/A		(77.5)		-
3) State-Owned Enterprises and Public Utilities	686.1	34.7	695.5	29.9	+1.4
a) Civil Servants	296.2		48.4		-83.7
b) Contracted Personnel	0.7		243.8		+34,728.6
c) Temporary Personnel	62.9		20.5		-67.4
d) Workers	326.3		382.8		+17.3
4) Total Public Servants	1,978.6	100.0	2,325.2	100.0	+17.5
			(2,430.2)		
a) Civil Servants	1,369.4	(69.2)	1,408.6	(60.6)	+2.9
b) Contracted Personnel	4.3		261.2		+5,974.4
			(262.0)		
c) Temporary Personnel	75.7		63.3		-16.4
			(90.0)		
d) Workers	499.2		547.1		+9.6
			(624.6)		
e) Others	30.0		45.0		+50.0

Source: DİE (1991); DPB (1984, 1988, 1990a, 1990b).

Notes: (1) The 1984 figures do not include the staff (except the civil servants) employed in the local governments due to the lack of data. Also the 1990 figures for the public sector might be smaller than actual figures due to some central government departments and local governments did not hand in their actual staff numbers. The 1990 figures for the civil servants in the central government is corrected by using data published by the State Personnel Department in 1990 (DPB, 1990b). The 1988 figures are used for local governments for the year 1990. Therefore, the 1990 figures, in particular, for local governments are smaller than actual figures (est. approx. 50,000).

(2) This category mainly includes academic and judicial personnel and personnel employed in the Presidential Office and the Grand National Assembly. Civilian personnel employed in the Ministry of Defence, the Armed Forces and the National Intelligence Organisation are not included due to both the lack of data and the secrecy of data. Figures for this category are calculated by the author.

When we look at the relative size of the public sector employment including the Civil Service, the figures indicate an increase in this period. The shares of civilian public sector employment and the Civil Service employment (i.e. civil servants in the central government) both in total civilian employment (from 13.18 percent to 13.55 percent and from 6.74 percent to 7.18 percent respectively), total civilian labour force (from 11.62 percent to 11.93 percent and from 5.95 percent to 6.61 percent respectively) and total population (from 4.03 percent to 4.14 percent and from 2.06 percent to 2.30 percent respectively) increased slightly despite the rhetoric (see Table II.3). The gains made during the Military Regime were lost in this period. In addition, the weight of the central government and the Civil Service in civilian public sector employment increased (from 62.2 percent to 67.0 percent and from 51.2 percent to 53.0 percent) at the expense of local governments and, in particular, state-owned enterprises and public utilities in this period (see Table II.4). This result is in accordance with the policy of the MP Governments concerning the reducing the role and size of government in economic activities but also indicates further centralisation of government in terms of public employment. This result also made the decentralisation and cutback programmes in the Civil Service more urgent in the near future.

It is generally accepted that factors such as the expansion in the role of government; the search for finding at least a partial solution for the unemployment problem; the lack of manpower planning at both country and departmental levels; and the attempts by governments to create civil service positions for their sympathisers contribute to the increase in the number of civil servants (see Gülmez, 1973; Topçuoğlu, 1975; Şaylan, 1980; Tutum, 1980; Güran, 1980; Oktay, 1983, 1986; Çitçi, 1988; Ömürgönülşen, 1990). The figures for the second half of 1980s show that these factors are of importance in the Turkish Civil Service. Also, the increase in the number of civil servants went in parallel with the economic difficulties in the 1970s and the second half of the 1980s. While the 1980-86 period was relatively stable in terms of economic and political life, the economic stabilisation and structural adjustment programme was jeopardised by alarming economic indicators (e.g. high inflation, increase in public expenditure, public sector borrowing requirements and external debts) in the 1986-1990 period (see DPT, 1993) due to mainly populist policy of the MP Governments in the face of successive general, local and by-elections and referenda. This correlation indicates the need for further research about political business cycles in terms of public employment as well as public expenditure.

Some points should also be clarified for the period of 1984-1990 in terms of staff cutback strategy. It is usually claimed that in developed Western countries the ratio of civil servants in total population is about 1.0 percent and it is argued that this ratio has already been exceeded in Turkey (see TÜSİAD, 1983). When we consider all the civil servants in the public sector (1,408,600), this ratio was 2.51

percent in 1990; when we take into account only the civil servants in the central government (so-called the Turkish Civil Service) (1,287,700), this ratio was 2.30 percent in 1990 (see Table II.2 and Table II.3). However, as Çitçi neatly points out, some truths are hidden while talking about the ratio of the number of civil servants to the total population being 1.0 percent in developed Western countries (1982-83: 126). For example, the “Civil Service” is considered in the U.K. as only one part of the public services. Apart from the Civil Service, education, police and social services are provided by local governments and health service is undertaken by the NHS. When the increase in the number of civil servants is discussed, those areas are not counted. Therefore, the size of the British Civil Service was only 1.01 percent in 1990. If we take into account health, education, police, and social services, in addition to the Civil Service, which are mainly provided by the central government in Turkey, this ratio would be 6.71 percent in 1990 (see Ömürgönülşen, 1995: 31; 2000a: 329).¹² As for the U.S. and Germany, it is observed that a similar mistake is made when only federal personnel-not state governments’ and local governments’ personnel—are considered as civil servants.¹³

In our opinion, it is more logical to treat the subject in terms of the ratio of civilian public sector employment in total civilian employment, total civilian labour force and total population. For example, the ratios in the U.K. in 1990 were respectively: 21.9 percent; 20.4 percent, 10.0 percent (see Ömürgönülşen, 1995: 10; 2000a: 82).¹⁴ In Turkey those ratios in 1990 were respectively: 12.9 percent, 11.9 percent, 4.1 percent (see Table II.3). The share of general government employment in total civilian employment in Turkey for 1990 is 9.1 percent whereas this ratio for the weighted average for the OECD region is 15.6 percent (and for the unweighted average is 18.2 percent) for the same year (see Table I.1). Although the ratios of Turkish public sector employment increased in the 1970s and stabilised in the 1980s, they have not reached the average ratios of developed countries.

One of the serious problems of the Turkish public sector is that it is unbalanced in respect to the distribution of staff to the different levels of government (the central government and the state owned enterprises-public utilities vs. local governments), different regions (developed regions vs. underdeveloped regions), public services and programmes (administrative and subsidiary services vs. technical and welfare services), and public organisations and their sub-units (headquarters vs. local offices). While demand for welfare services (e.g. education and health) and some local services is very high, their levels of supply are quite low and varied due to inadequate budget appropriations and staff numbers (see Oktay, 1983: Chp.3, 4, 1986). This unbalanced staff structure of the Turkish public sector (and the Civil Service) has always been very influential on overstaffing arguments. Therefore, the issue of overstaffing in the Turkish public sector should be examined very carefully.

CONCLUSION

The 1980s were the heyday of the policy of the withdrawal of the government pursued by the liberal-conservative governments in many Western countries. Staff cutback was also used enthusiastically by those governments as one of the strategies of this policy in accordance with New Right ideology. In the face of the crisis of Turkish economy and the heavy politicisation of Turkish bureaucracy, a pragmatic strategy of elimination and staff cutbacks was also adopted and carried out by the Technocratic Government of the Military Regime (1980-1983) in Turkey. This attempt eased the political resistance to following ideology-driven cutback attempt of MP governments (1984-1990) within the framework of the withdrawal of government.

Elimination and purges in the Turkish civil bureaucracy had generally been made either directly by the military as a part of the state elite or the civilian part of the state elite with the help of the military under the extraordinary political conditions. Under the conditions of competitive democratic politics, the effects of the elimination and cutback programmes of governments formed by anti-bureaucracy parties were rather limited. On the one hand, *étatist* or government-led mixed-economy policies pursued by governments and the prominent place of the civil bureaucracy in the state elite protected the civil bureaucracy against serious attempts of elimination, purges and cutbacks. Also, the post-1960 constitutional and legal arrangements about the security of tenure provided the civil servants with enough legal protection against such attempts. On the other hand, the governments formed by anti-bureaucracy parties did not seriously attempt to launch cutback programmes since they gradually invaded the civil bureaucracy with their sympathisers and followed populist rather than efficiency-oriented employment policies in the 1960s and 1970s. This pattern had continued until the economic stabilisation and structural adjustment programme put forward in the early 1980 in the face of serious economic crisis of the late 1970s. In the 1980s, with the serious decline both in the reputation of *étatist* and government-led mixed economy policies and their political and socio-economic prestige, the civil bureaucracy in general and the Civil Service in particular became more vulnerable to ideologically-oriented and large-scale staff cuts. If we put the pragmatic and depoliticising elimination and staff cutback strategy of the Technocratic Government of the Military Regime aside, the MP Governments was the most important civilian governments attempted to cut the size of the Civil Service.

In this paper, we have attempted to analyse the staff cutback strategy of the MP Governments in the period of 1984-1990. According to the findings of this study, despite the New Rightist rhetoric of the MP Governments, their staff cutback strategy was not successful enough. The MP Governments could not

cutback the size of the Turkish Civil Service in terms of employment. The civilian public sector employment in general and the Civil Service employment in particular increased in both absolute and relative terms in this period. However, the overall effects of the MP governments on the growth of the Turkish Civil Service was much restrictive than the previous governments except the Technocratic Government of the Military Regime.

If the record of the MP Governments is examined in two periods, 1984-1986 and 1986-1990, the first MP Government for the 1984-1986 period can be considered as the most successful one in terms of staff cutbacks in the modern history of the Turkish Civil Service. Therefore, this short-period can be called as a period of “cutback”. However, the political will of the Government on this issue was melted away after 1986 in the face of increased political competition and bureaucratic resistance. In the first half of the 1986-1990 period (i.e. 1986-1988), the numbers of civil servants increased sharply, but this increase was put under pressure in the second half of the period (i.e. 1988-1990). Therefore, it is not possible to name the whole period (1984-1990) as a period of cutback but it would not be a mistake to call as the “restraint years” since the rate of increase in the Turkish Civil Service staff was lowered remarkably. It should also be noted that the development of the staff cutback strategy was also in good accordance with the general tendency of macro economic indicators under the MP Governments. The 1984-1986 period was more successful than the 1986-1990 period in terms of both staff cutback and macro-economic indicators.

There are various factors affected the record of staff cutback strategy of the MP Governments. Firstly, in spite of the relative weakness of the civil bureaucracy in the 1980s in comparison to previous decades as a consequence of the increased fragmentation within the civil bureaucracy in terms of its legal status, socio-cultural origins and economic rights in the post-1950 period, the resistance of the traditional bureaucratic elite, which was the legacy of the bureaucratic ruling tradition, was the one of the most significant obstacles to the success of the staff cutback strategy of the MP Governments. In the face of the lack of support from political parties, labour unions and public opinion, the only serious opposition and resistance against this strategy came from the traditional bureaucratic elite, which was not sympathetic to the programme of the MP Governments (Heper, 1990a: 326; Heper and Sancar, 1998: 150-151). It should be, however, emphasised that because of the fragmentation in the civil bureaucracy, the bureaucratic elite was no longer an advocate of all civil servants in the Civil Service. Thus, middle and lower echelons of the traditional Civil Service could not get enough support against cutbacks and reorganisations from the higher echelons of the Civil Service in general and newly created alternative economic bureaucracy of Mr. Özal in particular.¹⁵

Secondly, the civil service guarantees (i.e. the security of tenure) provided for civil servants by the 1982 Constitution and the CSL numbered 657 was other main obstacle in achieving large-scale cuts in the Civil Service. Since the MP Governments could not manage to change constitutional and legal rules in order to reduce the effect of civil service guarantees and ensure the proper operation of performance appraisal process, their attempts were limited with the modest contributions of natural attrition, hiring freezes and personnel ceilings.

Thirdly, some socio-economic and bureaucratic factors such as the higher demands for welfare services, the pressure of persistent unemployment problem on governments, the persistence of political patronage in the recruitment system of the Civil Service, and the lack of manpower planning in the personnel administration system of the Civil Service, which are usually considered as the main causes of the growth of public employment in Turkey, can also be counted as other important reasons for the limited effect of the staff cutback strategy of the MP Governments.

Fourthly, in order to avoid any possible reactions from the opposition parties and the civil servants, the first MP government did not set a specific target for staff cuts before starting the cuts. However, such targets were clearly determined in the successful cases of staff cutbacks (e.g. the British case). While the MP governments' low-profile strategy was minimising reactions in the short-run, it became a main obstacle in the long-run in convincing the civil servants and public opinion for the necessity of cuts since it did not clearly indicate the commitment of political power on this issue.

Finally, the Office of the Prime Ministry, the Ministry of Finance, and the State Personnel Department were main agents in designing and implementing the staff cutback strategy. However, a top-down approach was adopted and initiatives at departmental level were not encouraged. Cultural and motivational aspects of the strategy were ignored to a large extent as well. Since the meso and micro-level analyses of the staff cutback strategy are out of scope of this paper, we are not able to make any judgement about the certain effects of motivational factors at individual and departmental levels on the level of success of the staff cutback strategy. However, it seems that these factors were likely to be influential on the limited success of the staff cutback strategy.

In brief, like other liberal-conservative governments' attempts in many countries with few exceptions (e.g. the Thatcher Governments in the U.K.) for the same period, the attempts of the MP governments under the premiership of Mr. Özal to have a smaller size and more efficient-effective bureaucracy with the effect of the New Right ideology failed eventually since their cutback strategy did not produce all intended results. The MP Governments "could not cutback" the staff size of the Turkish Civil Service but "restrained" the growth

of the Civil Service staff. It can also be said that the assumed efficiency gain could not be achieved in terms of allocative efficiency due to the failure in cutting back the size of the Civil service staff. Despite this disappointing result for the MP Governments in the short-run, it should be admitted that the size, composition and performance of the Turkish bureaucracy and the Turkish Civil Service has been seriously questioned for the first time in Turkey. Some legal-administrative guarantees and social-economic rights of public servants and civil servants were restricted in this period (see Ömürgönülşen, 1989: Chp.III/V; Arslan, 2005: Second Chp./III). This was the most significant legacy of the MP Governments under the premiership of Mr. Özal.

What is the future of cutback policy? By considering political developments, demographic trends, and technical improvements concerning public services, various scenarios about the future of cutbacks can be developed. As Dunsire and Hood indicate there might be three scenarios: First, civil service cutbacks will appear as a temporary hiccup in the long-term development of government growth as a result of the erosion in the political commitment and energy in the long-run. Second, cutbacks will bottom out relatively soon into a new lower plateau due to both practical limits of automation and contracting-out of government operations and bureau-shaping strategies to be followed. Third, it presages a continuing process of cuts in the civil service well into the twenty-first century due to a profound shift in popular expectations of the role of government, further managerialism of civil service culture, and the flowering of the information technology and automation (1989: 208-217).

We are expecting a gradual increase in the numbers of civil servants in the short-term in Turkey, and actually which is happening in the first half of the 2000s, due to increasing welfare needs of the public (e.g. education and health); internal security and socio-economic development needs of the Eastern and South Eastern regions of Turkey. As a matter of fact, a large number of positions were created in order to win general and local elections and to crackdown on the separatist and sectarian terrorist activities in the 1990s (see DPB, 2000 and onwards). Moreover, the issue of overstaffing in the Turkish Civil Service should be examined very carefully. Although the ratios of Turkish Civil Service employment sharply increased in the 1970s and more or less stabilised in the 1980s, they have not reached the average ratios of developed countries if the scope of Civil Service in Turkey is taken into consideration. One of the serious problems of the Civil Service is that it is unbalanced in respect to the distribution of staff to different geographical regions, public services, and public organisations and their sub-units. The Civil Service staff in general administrative and subsidiary services at the headquarters of the civil service departments is relatively fat in comparison to those in technical and welfare services at provincial/regional offices. While demands for welfare services and

local public works are very high, the levels of supply of these services are quite low and varied due to inadequate budget appropriations and staff numbers. This unbalanced staff structure of the Turkish the Civil Service has always been very influential on overstaffing arguments.

However, staff cutback is likely to return to the agenda of governments in the face of economic difficulties. As a matter of fact, the prolonged economic crises of the late 1990s and early 2000s have already forced the recent Turkish Governments to reconsider the size of the Civil Service by considering the prescriptions of the IMF and the World Bank as happened in the 1980s. Turkey's resolution to become a full member of the European Union has also obliged these Governments to upgrade the efficiency of the Civil Service in terms of its size, structure and composition, and operation. In the medium and long-terms, the Turkish Civil Service is likely to face cutbacks as happened in 1980-1982 and 1984-1986. These cutbacks, at least, will be achieved in general administrative and subsidiary services that are the focus of debates about bloated government and that are more suitable for contracting-out and hiving-off as a consequence of the progress in the automation and information technologies. It should be, however, emphasised that if the security of tenure regime for civil servants is not modified in accordance with modern performance appraisal systems, coming governments will be content with modest staff cuts based on hiring freeze and early retirement and cosmetic staff cuts based on contracting-out and hiving-off.

Many Western governments as well as the MP Governments made almost all possible mistakes in staff cutbacks. Thus, Turkish governments in near future will have a considerable advantage to derive lessons from the experience of former governments. Staff cuts should trim fat but not cripple the Civil Service. Otherwise, public services cannot be provided in the intended manner and quality, particularly if the lower bureaucratisation level (i.e. the ratios of public sector employment) of Turkey is taken into account. Therefore, a great deal of work for national-level studies and cross-national comparisons is needed to understand the various factors affecting a staff cutback strategy.

NOTES

¹ For a detailed analysis of recent changes in the public sector and its effect on public sector employment, see Ömürgönülşen (2000a: Introduction, Chp.I). For a comparative analysis, for example, see OECD (1995); Löffler (1997); Pollitt and Bouckaert (2000).

² The MP was founded in 1983 with the transition to democracy after the three-year long Military Regime and stayed in power between December 1983 and November 1991. The first two MP Governments (December 1983-December 1987; December 1987-October 1989) were led by Mr. Özal; the third MP Government (November 1989-June 1991) was led by Mr. Yıldırım Akbulut; and the fourth MP Government (June

1991-November 1991) was led by Mr. Mesut Yılmaz. In this paper, only the 1984-1990 period in which the cutback strategy was pursued has been covered. Although Mr. Özal was elected by the Turkish parliament as the President in November 1989 and this is a politically neutral post according to the 1982 Constitution, he acted as a backseat driver of the Akbulut Government. The Akbulut Government was, at least in its first year, guided by Mr. Özal without any diversion of policies of the second Özal Government. This influence gradually eroded towards the end of 1990 and, in particular, during the Yılmaz Government in the second half of 1991. In the face of this reality, the first year (1990) of the Akbulut Government has been included in the analysis, but 1991 has been omitted. In other words, the Özal period (i.e. the first and second MP governments) has mainly been subject to examination. However, year 1990 has also been included in the analysis since the first year of the Akbulut Government is usually considered as an extension of the second Özal Government. In addition to the policy continuation, a technical necessity about official data used in this paper has forced us to include the 1990 figures in our analysis but omit the 1989 and 1991 figures from the analysis. Reliable official figures were published biennially by the State Personnel Department in the 1980s and 1990s. The 1990 figures in *Public Personnel Survey* (DPB, 1990a) were also partially corrected by the figures in *Civil Servants' Occupied and Vacant Positions Statistics* (DPB, 1990b). Therefore, year 1990 for which civil service staff data is available has been chosen as an end of the period instead of 1989, in which the premiership of Mr. Özal came to an end, or 1991, in which the MP was ousted from political power. Furthermore, the economic policies of the third and fourth MP Government's were substantially distorted by the indirect effects of the Gulf War in 1991 (see DPT, 1993) and they did not show any serious intention for staff cutbacks in 1991. The period of Coalition Governments (1991 onwards) has also been excluded from the analysis since the Coalition Governments did not pursue such a strategy.

³ Staff cutback strategy affects not only the "size" of the civil service but also its "composition". A reduction of a certain percentage overall does not necessarily mean that each civil service department, bureau or professional group lost staff by that amount (Dunsire and Hood, 1989: 20). We cannot understand fully what the staff cutback has meant unless we break down the figures. However, this attempt goes beyond the aim and scope of this paper. Political ideologies, competition among political parties, social and economic trends, financial difficulties, and the self-interest-seeking behaviour of politicians and bureaucrats shape the basic patterns in staff cutback management. A set of explanations for the patterns of change in the size and composition of staff in a civil service (i.e. the conventional-popular party-political explanations, the social-economic trend explanations, the bureaucratic process explanations and bureaucratic self-interest explanations) and some related hypotheses can be developed through reviewing the literature of "bureaometrics" (see Hood and Dunsire, 1981) and "cutback management" (see Dunsire and Hood, 1989) in public bureaucracies in order to empirically analyse the staff cutback strategy pursued in the Turkish Civil Service. For the first comprehensive attempt in the Turkish literature to analyse the staff cutback strategy of a government with many aspects by means of a theoretical model, see Ömürgönülşen (1995; 2000a). For the application of this approach to the British case, see Dunsire and Hood (1989); Hood (1995); Dunleavy (1989a, 1989b).

⁴ Although the MP Governments put the staff cutback strategy into effect with similar ideological and economic aims shared by many liberal-conservative governments in various Western countries, this strategy should be analysed in the context of historical-traditional characteristics of the Turkish Civil Service. It is not likely that the economic and administrative experiences of one set of countries, especially those of Western countries, will be repeated elsewhere (Heper, 1977: 66-67). Without considering their cultural relativeness, reform programmes and strategies should not be transferred from Western countries, in particular Anglo-American countries, to other countries (Hood, 1995a). This is particularly true for staff cutback strategy since it is closely related with political-bureaucratic traditions and socio-economic circumstances of a country. Otherwise, an analysis of staff cutback strategy would be a futile attempt of playing some quantitative figures in historical-cultural vacuum. Therefore, any analysis of the bureaucracy in Turkey cannot be attempted without reference to the "strong state" and "historical bureaucratic ruling" traditions inherited from the Ottoman Empire (see Heper, 1974; 1985) and the effects of this heritage on the contemporary setting (see Heper, 1987). In brief, the staff cutback strategy of the MP Governments, which can be considered as a significant part of the political-ideological and economic programme of an anti-bureaucracy political party to put the Turkish Civil Service under its control and tame, should be examined within this context. Due to the page-limit, such a historical-comparative perspective could not be developed enough in this paper; but even its mention when it is necessary supports our approach. For a detailed analysis on this issue, see Ömürgönülşen (2000a).

⁵ Although the Civil Service is regarded as the most important part of the British central government, there is a lack of clarity about this term in the British public administration literature (Wood, 1981: 480; Drewry and Butcher 1991: 9-17; Dowding, 1995: 17-20). Similar problems arise when we try to compare the size of civil service between countries, using the British vocabulary with reference to the central bureaucracies of other Western countries. Some public employees are not really part of the civil service at all, even though they are locally classified as civil servants (Rose, 1983: 164).

⁶ For international comparisons in terms of developed countries, more reliable and comprehensive OECD figures are preferred in this paper.

⁷ Several terms such as decline, retrenchment, downsizing and cutback have often been used synonymously to refer actions associated with expenditure and staff reductions since the late 1970s (Jones, 1998: 6). The term cutback is often used for those actions in the public sector. Others involve structural-behavioural changes as well as expenditure and staff reductions. Scholarly interest in such actions in the public sector is, in fact, relatively new. The literature suffers from being non-cumulative, widely dispersed, fragmented, confusing and sometimes contradictory (Jones, 1998: 8). Some studies are only interested in organisational level analysis but others choose broader perspective to cover the whole or certain sections of the public sector. For more information about technical and socio-psychological difficulties with planning and implementing such strategies, see Levine (1978; 1979); Levine, Rubin and Wolohojian, (1982); Robinson (1985); Rubin (1985); Dunsire and Hood (1989); Hardy (1989); Jones (1998).

⁸ It should be, however, emphasised that staff cutback strategy may not automatically ensure efficiency in the civil service. If it is not applied with necessary care, it may result in decline in morale and performance. Although staff cutback is advocated on the

ground of limited and efficient government, there is no well established consensus on how cutback affects organisational performance and the morale of staff. The “leaner means fitter” (i.e. higher efficiency) argument is sometimes counterattacked by the “leaner means weaker” (i.e. greying and demoralised bureaucracy) argument (see Hood; Roberts and Chilvers, 1990). In this paper, we do not deal with these issues but some dysfunctional effects of staff cutback are theoretically discussed and/or empirically determined by some studies in the British (see Reed and Ellis, 1987; Hood, Dunsire and Thomson, 1988; Hennessy, 1990: 680-687) and American contexts (see Levine, Rubin and Wolohojian, 1982; Rubin, 1985; Volcker Commission Report, 1990; Jones, 1998).

⁹ Public employment is a quite concrete measure of people working for government from the viewpoint of economists in comparison to more volatile measure of public expenditure, Public employment/total employment, public employment/total labour force, public employment/population ratios, and public employment per capita are also important relative measures. However, even this measure has its own practical difficulties for the purpose of comparison in terms of defining the boundaries of the terms such as government employee, public employee or civil service employee due to the different status of public corporations, local governments, quasi-independent agencies in different countries and in terms of counting part-time, seasonal or contractual employees (see Heller and Tait, 1983: Chp.III; Rowat, 1990: 212-213).

¹⁰ General government employment only covers employees in the central, state and local governments. Public sector employment as a broader term also covers employees in the state owned enterprises and public utilities (Heller and Tait, 1983: 6).

¹¹ Rose (1985) revealed large differences between developed OECD countries, in the proportion of public employment in total employment, in the proportion of employee working for the different levels, parts and services of government, and in the rate of growth of public employment. There are also significant differences in terms of absolute and relative measures of public employment between developed and developing countries and great variations among developing countries (Heller and Tait, 1983: Chp.III,IX; Özgediz, 1983:8,Table.3). Wealth, geographical size and population directly affect the size and composition of the public employment in a country (Rowat, 1990).

¹² For the figures for the U.K., see Central Statistical Office (1990, 1992); OECD (1993b).

¹³ For country cases, see OECD (1993a).

¹⁴ For the figures for the U.K., see Central Statistical Office (1990; 1992); OECD (1993b).

¹⁵ For a detailed analysis of this relatively “new” phenomenon which represents the breaking point in the modern history of Turkish bureaucracy, see Ömürğönülşen (2000a: Chp. III,IV,V). Also see Heper (1989: 466-468; 1990a: 326, 330; 1990b: 611); Güler (1996: 60-64). This “alternative bureaucracy” is an outcome of transition from statutory regime to flexible regime in public sector employment in Turkey in the post-1980 period (see Aslan, 2005: Second Chp./III).

REFERENCES

- Aktan, C.C. (1999) *Müdahaleci Devletten Sınırlı Devlete*, Ankara: Yeni Türkiye.
- ANAP (1983a) *Anavatan Partisi Programı, 1983*, Ankara: ANAP.

- ANAP (1983b) **Anavatan Partisi 6 Kasım 1983 Seçim Beyannamesi**, Ankara: ANAP.
- Aslan, O.E. (2005) **Kamu Personel Rejimi: Statü Hukukundan Esnekliğe**, Ankara: TODAİE.
- Aucoin, P. (1995) **The New Public Management: Canada in Comparative Perspective**, Montreal, Quebec: Institute for Research on Public Policy.
- Bancroft, I. (1981) "The Civil Service in the 1980s", an address to RIPA Annual Meeting at 9 December 1980", **Public Administration**, 59(Summer), 139-151.
- Başbakanlık, T.C. (1982) "Devlet Başkanı, Genel Kurmay Başkanı ve Milli Güvenlik Konseyi Başkanı Orgeneral S. Kenan Evren'in Türk Milletine Açıklaması", **MGK'ce Kabul Edilen Kanunlar, Yayınlanan Bildiri ve Kararları ile Önemli Mevzuat**, Ankara: Başbakanlık.
- Blais, A., D.E. Blake and S. Dion (1991) "The Voting Behaviour of Bureaucrats" in A. Blais and S. Dion (eds.), **The Budget-Maximizing Bureaucrat: Appraisals and Evidence**, Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press.
- Blais, A., D.E. Blake and S. Dion (1997) **Governments, Parties, and Public Sector Employees: Canada, United States, Britain, and Canada**, Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press.
- Bozkurt, Ö. (1980) **Memurlar: Türkiye'de Kamu Bürokrasisinin Sosyolojik Görünümü**, Ankara: TODAİE.
- Brown, M.K. (1988) "Remaking the Welfare State: A Comparative Perspective" in M.K. Brown (ed.), **Remaking the Welfare State: Retrenchment and Social Policy in America and Europe**, Philadelphia: Temple University Press.
- Butler, S.M. (1985) **Privatizing Federal Spending: A Strategy to Eliminate the Deficit**, New York, Universe Books.
- Cabinet Office (1998/99) **The 31st Civil Service Year Book, 1998/1999**, London: The Stationary Office.
- Canman, D. (1975) **Türkiye'de Kesimlerarası İnsan Gücü Hareketliliği**, Ankara: TODAİE.
- Central Statistical Office (1990) **Economic Trends**, December Issue, London: HMSO.
- Central Statistical Office (1992) **Economic Trends: 1992 Annual Supplement**, London: HMSO.
- Christensen, J.G. (1988) "Withdrawal of Government: A Critical Survey of an Administrative Problem in its Political Context", **International Review of Administrative Science**, 54(1), 37-65.
- Çapoğlu, G (1997) **Yepyeni Bir Türkiye İçin**, Ankara: Ansav.
- Çarıklı, T (1981) "Devlet Memurlarının Emekliliğe Özendirilmesi veya Res'en Sevkedilmesine Dair Kanunun Düşündürdükleri", **Mülkiyeliler Birliği Dergisi**, 64-65, 2-4.

- Çitçi, O. (1982-1983) "The Private Sector's Views on Public Bureaucracy and an Evaluation of Those Views", **Turkish Public Administration Annual**, 9-10, 110-139.
- Çitçi, O. (1988), "Türkiye'de Kamu Görevlilerinin Sayısal Görünümü", **Amme İdaresi Dergisi**, 21(3), 39-59.
- DİE (1931) **Memur İstatistikleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1938) **Memur İstatistikleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1946) **Memur İstatistikleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1963-64-65) **Memur İstatistikleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1970a) **Memur İstatistikleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1970b) **Hanehalkı İşgücü Anketleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1980) **Hanehalkı İşgücü Anketleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1984) **Hanehalkı İşgücü Anketleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1990) **Hanehalkı İşgücü Anketleri**, Ankara: DİE.
- DİE (1991) **Türkiye İstatistik Yılığ/Statistical Yearbook of Turkey**, Ankara: DİE.
- Dodd, C.H. (1990) **The Crisis of Turkish Democracy**, (2nd ed.), Huntingdon: The Eothen Press.
- Dowding, K. (1995) **The Civil Service**, London: Routledge.
- Downs, G.W. and T.D. Larkey (1986) **The Search for Government Efficiency: From Hubris to Helplessness**, New York: Random House.
- DPB (1984) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPB.
- DPB (1986) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPB.
- DPB (1988) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPB.
- DPB (1990a) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPB.
- DPB (1990b) **Devlet Memurları Dolu-Boş Durumu**, Ankara: DPB.
- DPB (2000) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPB.
- DPD (1976) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPD.
- DPD (1978) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPD.
- DPD (1980) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPD.

- DPD (1982) **Kamu Personeli Anket Sonuçları**, Ankara: DPD.
- DPT (1989) **VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesi Gelişmeler**, Ankara: DPT.
- DPT (1991) **Hükümet Programları ve Kalkınma Planlarında Kamu Yönetimi Yaklaşımları**, (Ed. M. Acar), Ankara: DPT.
- DPT (1993) **Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-1992)**, Ankara: DPT.
- Drewry, G. and T. Butcher (1991) **The Civil Service Today**, (2nd ed.), Oxford: Basic Blackwell.
- Dunleavy, P. (1989a) "The Architecture of the British Central State, Part I: Framework for Analysis", **Public Administration**, 67(Autumn), 249-275.
- Dunleavy, P. (1989b) "The Architecture of the British Central State, Part II: Empirical Findings", **Public Administration**, 67(Winter), 391-417.
- Dunsire, A. and C. Hood (1989) **Cutback Management in Public Bureaucracies: Popular Theories and Observed Outcomes in Whitehall**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Emre, C. (1986) **Yönetimin Yeniden Düzenlenmesi: 12 Eylül'den Sonra**, (unpublished Master's Thesis), Ankara: Ankara University, Ankara-Turkey.
- Ergüder, Ü. (1991) "The Motherland Party, 1983-1989" in M. Heper and J.M. Landau (eds.), **Political Parties and Democracy in Turkey**, London: I.B. Tauris&Co. Ltd.
- Ferlie, E. *et al.* (1996) **The New Public Management in Action**, Oxford: Oxford University Press.
- Foster, C.D. and F.J. Plowden (1996) **The State Under Stress: Can the Hollow State be Good Government?**, Buckingham: Open University Press.
- Fredman, S. and G.S. Morris (1989) **The State as Employer: Labour Law in the Public Services**, London: Mansel.
- Fry, G.K. (1986) "The British Career Civil Service under Challenge", **Political Studies**, 34(4), 533-535.
- George, V. and P. Wilding (1984) **The Impact of Social Policy**, London: Routledge &Kegan Paul.
- Giersch, H. (ed.). (1997) **Reforming the Welfare State**, Berlin: Springer.
- Goodsell, C.T. (1994) **The Case for Bureaucracy: A Public Administration Polemic**, (3rd ed.), Chatham, N.J.: Chatham.
- Gore, A. (1993) **From Red Tape to Results: Creating a Government that Works Better&Costs Less, Report of the National Performance Review**, New York: Time Books/Random House.

- Gray A. and B. Jenkins (1995) "From Public Administration to Public Management: Reassessing a Revolution?", **Public Administration**, 73(Spring), 75-99.
- Güler, B.A. (1996) **Yeni Sağ ve Devletin Değişimi: Yapısal Uyarılama Politikaları**, Ankara: TODAİE.
- Gülmez, M. (1973) "Türk Kamu Görevlilerinin Sayısal Evrimi", **Amme İdaresi Dergisi**, 6(3), 27-47.
- Güner, A.O. (1975) **İsraf Ekonomisi**, İstanbul: Damla Yayınevi.
- Güran, S. (1980) **Memur Hukukunda Kayırma ve Liyakat Sistemleri**, İstanbul: İ.Ü. H.F. İdare Hukuku ve İdare İlimleri Enstitüsü.
- Hardy, C. (1989) **Strategies for Retrenchment and Turnaround: The Politics of Survival**, New York: Walter de Gruyter.
- Heller, P.S. and A.A. Tait (1983) "Government Employment and Pay: Some International Comparisons", IMF Occasional Paper, No. 24, Washington, D.C.: IMF.
- Hennessy, P. (1990) **Whitehall**, London: Fontana.
- Heper, M. (1974) **Bürokratik Yönetim Geleneği: Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nde Gelişimi ve Niteliği**, Ankara: ODTÜ.
- Heper, M. (1977) "Negative Bureaucratic Politics in a Modernizing Context: The Turkish Case", **Journal of South Asian and Middle Eastern Studies**, 1(1), 65-84.
- Heper, M. (1984) "Bureaucrats, Politicians and Officers in Turkey: Dilemmas of a New Political Paradigm" in A. Evin (ed.), **Modern Turkey: Continuity and Change**, Opladen: Leske und Budrich.
- Heper, M. (1985) **The State Tradition in Turkey**, Walkington, NH: The Eothen Press.
- Heper, M. (1987) "State, Democracy, and Bureaucracy in Turkey" in M. Heper (ed.), **The State and Public Bureaucracies: A Comparative Perspective**, London: Greenwood Press.
- Heper, M. (1989) "Motherland Party Governments and Bureaucracy in Turkey, 1983-1988", Country Report, **Governance**, 2(4), 460-471.
- Heper, M. (1990a) "The State, Political Party and Society in post-1983 Turkey", **Government and Opposition**, 25(3), 321-333.
- Heper, M. (1990b) "The State and Debureaucratization: The Case of Turkey", **International Social Science Journal**, 126, 605-615.
- Heper, M. (1994) "Bureaucracy in the Ottoman-Turkish Polity", A. Farazmand (ed.), **Handbook of Bureaucracy**, New York: Marcel Dekker, Inc.

- Heper, M. and M. S. Sancar (1998) "Is Legal-Rational Bureaucracy a Prerequisite for a Rational-Productive Bureaucracy? The Case of Turkey", **Administration&Society**, 30(2), 143-165.
- Hildreth, W.B. (1993) "Budgeting the Work Force: Influences, Elements, Disclosure Strategies, and Roles", **International Journal of Public Administration**, 16(7), 985-1014.
- Hood, C. (1991) "A Public Management for All Seasons", **Public Administration**, 69(Spring), 3-19.
- Hood, C. (1995) "'Deprivileging' the UK Civil Service in the 1980: Dream or Reality?" in J. Pierre (ed.), **Bureaucracy in the Modern State An Introduction to Comparative Public Administration**, Aldershot, Hants.: Edward Elgar.
- Hood, C. and A. Dunsire (1981) **Bureaometrics: The Quantitative Comparison of British Central Government Agencies**, Westmead, Hants.: Gower.
- Hood, C., A. Dunsire and L. Thomson (1988) "Rolling Back the State: Thatcherism, Fraserism and Bureaucracy", **Governance**, 1(2), 243-270.
- Hood, C., P. Roberts and M. Chilvers (1990) "Cutbacks and Public Bureaucracy: Consequences in Australia", **Journal of Public Policy**, 10(2), 133-163.
- Jackson, P.M. (1988) "**Measuring the Efficiency of the Public Sector**", Paper presented at Manchester Statistical Society, Manchester, U.K., 13 Dec. 1988.
- Jackson, P.M. (2003) "The Size and Scope of the Public Sector: An International Comparison", T. Bovaird and E. Löffler (eds.), **Public Management and Governance**, London: Routledge.
- Jackson, P.M. and A.J. Palmer (1988) "The Economics of Internal Organisation: The Efficiency of Parastatals in LDCs" in P. Cook and C. Kirkpatrick (eds.), **Privatisation in Less Developed Countries**, Sussex: Wheatsheaf Books.
- Jessop, B. (1983) "Accumulation Strategies, State Forms, and Hegemonic Projects", **Kapitalistate**, 10-11, 89-111.
- Jones, G.W. (1989) "A Revolution in Whitehall? Changes in British Central Government since 1979", **West European Politics**, 12.
- Karaer, T. (1987) "12 Eylül ve Türk Kamu Yönetiminin Yeniden Düzenlenmesi", **Amme İdaresi Dergisi**, 20(2), 47-74.
- Kuruç, B. *et al.*, (1985) **Bırakınız Yapınları Bırakınız Geçsinler: Türkiye Ekonomisi, 1980-1985**, İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Lane, J.E. (1993) **The Public Sector: Concepts, Models and Approaches**, London: Sage.
- Le Grand, J. (1991) **The Theory of Government Failure**, Bristol: Saus.

- Le Grand, J. and D. Winter (1987) "The Middle Classes and the Defence of the British Welfare State", in R.E. Goodin and J. Le Grand (eds.), **Not Only the Poor**, London: Allen & Unwin.
- Levine, C.H. (1978) "Organizational Decline and Cutback Management", **Public Administration Review**, 38(4), 316-325.
- Levine, C.H. (1979) "More on Cutback Management", **Public Administration Review**, 39(2), 179-183.
- Levine, C.H., I.S. Rubin and G.G. Wolohojian (1982) "Managing Organizational Retrenchment: Preconditions, Deficiencies, and Adaptations in the Public Sector", **Administration & Society**, 14(1), 101-136.
- Löffler, E. (1997) **The Modernization of the Public Sector in an International Comparative Perspective: Implementation in Germany, Great Britain and the United States**, Germany: Speyer.
- Marsh, D. and R.A.W. Rhodes (eds.) (1992) **Implementing Thatcherite Policies**, Buckingham: Open University Press.
- Mihçioğlu, C. (1964) "The Civil Service in Turkey", **A.Ü. S.B.F. Dergisi**, XVI(1), 89-125.
- Minogue, M., C. Polidano and D. Hulme (eds.) (1998) **Beyond the New Public Management: Changing Ideas and Practices in Governance**, Cheltenham, Glos.: Edward Elgar.
- Mishra, R. (1984), **The Welfare State in Crisis**, Brighton: Wheatsheaf Books.
- Mishra, R. (1990) **The Welfare State in Capitalist Society: Policies of Retrenchment and Maintenance in Europe: North America and Australia**, London: Harvester Wheatsheaf.
- Muhammad, F. (1988) "Public Administration: Prevailing Perceptions and Priorities", **International Review of Administrative Sciences**, 54(1), 3-36.
- Mulreany, M. (1991) "Economy, Efficiency and Effectiveness in the Public Sector: Key Issues" in T.P. Hardiman and M. Mulreany (eds.), **Efficiency & Effectiveness in the Public Domain**, Dublin: Institute of Public Administration.
- OECD (1981) **Economic Surveys: United Kingdom**, Paris: OECD.
- OECD (1993a) **Public Management: OECD Country Profiles**, Paris: OECD.
- OECD (1993b) **Economic Surveys: United Kingdom**, Paris: OECD.
- OECD (1994) **Public Management Development Survey, 1994**, Paris: OECD.
- OECD (1995) **Governance in Transition: Public Management Reforms in OECD Countries**, Paris: Puma-OECD.

- Oktaç, C. (1983) **Yükselen İstemler Karşısında Türk Siyasal Sistemi ve Kamu Bürokrasisi**, İstanbul: İ.Ü. S.B.F.
- Oktaç, C. (1986) "Türkiye'de Yönetimsel Yayılma Olgusu ve Doğurduğu Sorunlar" in E. Kalaycıoğlu (ed.), **Türk Siyasal Hayatının Gelişimi**, İstanbul: Beta.
- Oxley, H. and J.P. Martin (1991) "Controlling Government Spending and Deficits: Trends in the 1980s and Prospects for the 1990s" in **OECD Economic Studies**, No. 17, Paris: OECD.
- Ömürganülşen, U. (1989) **The Evolution of Security of Tenure in the Turkish Civil Service**, (unpublished Master's Thesis), METU, Ankara, Turkey.
- Ömürganülşen, U. (1990) "Türkiye'de Kamu Görevlilerinin Sayısal Evrimi ve 1980 Sonrasında Kamu Görevlilerinin Azaltılmasına Yönelik Politikalar Üzerine Düşünceler", **Mülkiyeliler Birliği Dergisi**, 125, 35-40.
- Ömürganülşen, U. (1995) "**An Analysis of the Government's Strategy Concerning the Staff Cutbacks in the Turkish Civil Service: Cutback or Restraint?**", Discussion Paper in Public Sector Economics, Faculty of Social Sciences, Public Sector Economics Research Centre, No.95/4, Leicester University, U.K.
- Ömürganülşen, U. (1997) "The Emergence of a New Approach to the Public Sector: The New Public Management", **Prof. Dr. Cemal Mihçioğlu'na Armağan**, (A.Ü. S.B.F. Dergisi), 52(1-4), 517-565.
- Ömürganülşen, U. (2000a) **Staff Cutback as a Strategy of the Policy of the Withdrawal of Government: An Analysis of the Motherland Party Governments' Strategy of Staff Cutbacks in the Turkish Civil Service (1984-1990)**, (unpublished PhD Thesis), Leicester: Leicester University, U.K.
- Ömürganülşen, U. (2000b) "**The New Public Management: A 'New Fashion' or an 'Irreversible Change' in the Public Sector**", Discussion Paper in Management and Organization Studies, Faculty of Social Sciences, Management Centre, No. 00/06, Leicester University, U.K.
- Özgediz, S. (1983) "**Managing the Public Service in Developing Countries: Issues and Prospects**", World Bank Staff Working Paper, No. 583, Washington, D.C.: The World Bank.
- Peirce, W.S. (1981) **Bureaucratic Failure and Public Expenditure**, New York: Academic Press.
- Pierson, C. (1991) **Beyond the Welfare State? The New Political Economy of Welfare**, Cambridge: Polity Press.
- Pitelis, C. (1991) **Market and Non-market Hierarchies: Theory of Institutional Failure**, Oxford: Blackwell.
- Piven, F.F. and R.A. Cloward (1988) "Popular Power and the Welfare State" in M.K. Brown (ed.), **Remaking the Welfare State**, Philadelphia: Temple Uni. Press.

- Pollitt, C. (1993) **Managerialism and Public Services**, (2nd. ed.), Oxford: Blackwell.
- Pollitt, C. and G. Bouckaert (2000) **Public Management Reform: A Comparative Analysis**, Oxford: Oxford University Press.
- Robinson, I. (1985) "Managing Retrenchment in a Public Service Organization", **Canadian Public Administration**, 28(24), 513-530.
- Rose, R. (1983) "Disaggregating the Concept of Government" in C.L. Taylor (ed.), **Why Governments Grow: Measuring Public Sector Size**, London: Sage.
- Rose, R. (1984) **Understanding Big Government: The Programme Approach**, London: Sage.
- Rose, R. (ed.) (1985) **Public Employment in Western Nations**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rose, R. (1986) "Public Employment and Public Expenditure", in J. Bristow and D. McDonagh (eds.) **Public Expenditure: Key Issues**, Dublin: The Institute of Public Administration.
- Rosen, E.D. (1984) "Productivity: Concepts and Measurement" in M. Holzer and S. S. Nagel (eds.), **Productivity and Public Policy**, Beverly Hills, Cal.: Sage.
- Rosenau, J.N. (1982) "The Relocation of Authority in a Shrinking World", **Comparative Politics**, 24(3), 253-272.
- Ross, F. (1997) "Cutting Public Expenditure in Advanced Industrial Democracies: The Importance of Avoiding Blame", **Governance**, 10(2), 175-200.
- Rowat, D.C. (1990) "Comparing Bureaucracies in Developed and Developing Countries: A Statistical Analysis", **International Review of Administrative Sciences**, 56(2), 211-236.
- Rubin, I.S. (1985) **Shrinking the Federal State: The Effects of Cutbacks on Five Federal Agencies**, New York: Longman.
- Saunders, P. and F. Klau (1985) **The Role of the Public Sector: Causes and Consequences of the Growth of Government**, Paris: OECD.
- Şaylan, G. (1980) "Türkiye'de Devlet Kapitalizminin Bunalımı ve KİT'ler", **Amme İdaresi Dergisi**, 13(3), 79-94.
- Taylor-Gooby, P. (1985) **Public Opinion, Ideology and State Welfare**, London: Routledge&Kegan Paul.
- Topçuoğlu, A. (1975) "Kamu Görevlilerinin Sayısal Evrimi Ne Zamana Kadar Devam Edecek?", **Mali Hukuk**, 6(32), 11-15.
- Treasury, HM (1993) **Civil Service Statistics**, London: HMSO.
- Tutum, C. (1980) "Türk Personel Sisteminin Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım", **Amme İdaresi Dergisi**, 13(3), 95-107.

- Tünay, M. (1993) "The Turkish New Right's Attempt at Hegemony" in A. Eralp, M. Tünay, and B. Yeşilada (eds.), **The Political and Socioeconomic Transformation of Turkey**, Westport, C.T.: Praeger.
- TÜSİAD (1983) **Kamu Bürokrasisi**, İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Uras, G. T. (1993) **Ekonomide Özal'lı Yıllar**, İstanbul: Afa Yayınları.
- Volcker Commission Report (1990) **Leadership for America: Rebuilding the Public Service**, P.A. Volcker (Chairman), Lexington, M.A.: Lexington Books.
- Welch, E. and W. Wong (1998) "Public Administration in a Global Context: Bridging the Gaps of Theory and Practice between Western and Non-Western Nations", **Public Administration Review**, 58(1), 40-49.
- Wilson, G.K. (1991) "Prospects for the Public Service in Britain: Major to the Rescue?", **International Review of Administrative Sciences**, 57(3), 327-344.
- Wolf, C., Jr. (1993) **Markets or Governments: Choosing between Imperfect Alternatives**, (2nd ed.), A RAND Research Study, Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Wood, G. (1981) "Examining Statistics on the Higher Civil Service", **Public Administration**, 59(3), 473-480.
- World Bank (1997) **The State in a Changing World, World Development Report, 1997**, New York: Oxford University Press.
- Younis, T., S.A.M. Ibrahim and M.A. McLean (1992) Administrative Development and Reform in Turkey: A Historical Overview (Part II), **International Journal of Public Sector Management**, 5(2), 21-31.

THE ROMAN CATHOLIC CHURCH IN THE POST-1989 PERIOD OF POLAND

Hakan SAMUR*

Abstract

Post-1989 transformation process of Poland as well as other Central and East European Countries implies, beyond an institutional-legal adjustment, the normative reconstruction of the domestic environment according to the democratic-liberal principles of Western Europe. Transforming socio-political and economic identity of a state is a very difficult task and requires, first of all, the attainment and adoption of the new principles by the constituent actors of the state. In other words, the actors in the social, political and economic realm of the country whether individuals or institutions should learn the essential principles of the new system and, then, adapt themselves to this system normatively. This study aims to unfold that to what extent a prominent national-religious actor in Poland, namely Roman Catholic Church, has achieved such an adaption in the course of the post-1989 democratic-liberal transformation of the country. There is no comparative approach in the article. However, bearing in mind the religious-social actors and structures in Turkey that experiences a similar changing process like Poland on the way of EU integration, the story of the Roman Catholic Church is expected to be useful for the reader in Turkey.

Keywords: Poland, Roman Catholic Church, democracy, transformation.

Öz

Polonya'nın 1989 sonrası değişim süreci, kurumsal-hukuki bir uyarılamanın yapılmasının ötesinde, ülkenin, Batı Avrupa'nın demokratik-liberal prensipleri doğrultusunda normatif yönden yeniden inşasını vurgulamaktadır. Bir ülkenin sosyo-politik ve ekonomik kimliğini değiştirme çok zor bir iştir ve herşeyden önce yeni prensiplerin, devleti oluşturan aktörler tarafından benimsenmesini gerektirir. Başka bir deyişle, ülkenin sosyal, politik ya da ekonomik alanında yer alan kişi ve kurumlar, yeni sistemin temel prensiplerini öğrenmeli ve kendilerini normatif olarak bu sisteme adapte etmelidirler. Bu çalışma, Polonya'da önemli bir milli ve

* Dr., Dicle Üniversitesi, Diyarbakır Meslek Yüksekokulu, Kampus-DİYARBAKIR, hsamur@hotmail.com

dini kurum olan Roman Katolik Kilisesi'nin, ülkenin 1989 sonrası demokratik-liberal değişim sürecinde (Avrupalılaşıma), ne dereceye kadar böyle bir adaptasyonu gerçekleştirebildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Makalede herhangi bir mukayese yapılmamış olmakla birlikte, Roman Katolik Kilisesi'nin hikayesinin, AB yolunda Polonya ile benzer bir değişim sürecini yaşayan Türkiye' deki dini-sosyal yapılar hatırlandığında, okuyucu için yararlı olacağı ümit edilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Polonya, Roman Katolik Kilisesi, demokrasi, değişim.

INTRODUCTION

The post-Cold War transformation process of Poland has been considered as the construction of a civic-democratic model of a nation-state, which proposes that a state should be based upon such principles as democracy, rule of law, respect for human rights and liberal market economy. This is particularly because Poland re-directed her route to Western Europe to realise her historical dream of unification with the political system of this part of the continent and all those principles are at the same time the building blocks of ongoing European integration process. As the concept transformation implies, this process of change is multi-faceted and multi-levelled. It is a matter of institutional-legal-procedural and normative-cultural changes at macro (systemic, constitutional), meso (societal) and micro (individual) levels. In this circumstance, to achieve this domestic transformation, actors (individuals or organisations) in the country participate in a social learning process through interaction with newly introduced norms and, then, these norms constrain, change and re-define the interests and preferences of those actors (Checkel, 1999a; 1999b). That is to say they (ought to) re-evaluate their places and roles in and, therefore, adapt themselves to the new system. Not only in the post-1989 period but also throughout history, the Roman Catholic Church has always become one of the most prominents of those actors of social and political developments in Poland. As with the other actors, the Church has been experiencing the political and economic transformation in the country and it has been expected to re-evaluate and adapt itself to the new paradigms of the era too.

The aim of this study is to focus on the political and doctrinal role and influence of the Roman Catholic Church in the post-1989 period of Poland. However, this task cannot be complete without mentioning the impact of the Church on the history of the country. Therefore, the first section of the article gives a historical account of the Church in Poland and, then, in the second

section, it scrutinises the place and role of this significant societal actor in the era of post-1989 democratic transformation.

I. A PROMINENT ACTOR IN THE HISTORY OF POLAND

Although the first evidence of Polish existence in her current lands can be traced back to earlier times, it is generally accepted in the Polish history that the written record of the Polish nation starts with the adoption of Catholic Christianity by King Mieszko I of the Piast Dynasty for himself and for his kingdom in the year AD 966. Beyond a symbolic meaning, the choice of this date as a landmark denotes the fact that not only in recent centuries but also since the medieval period, Christianity had been significant in the development of Polish political culture within the sphere of Latin Christendom, not Byzantium; had ensured that she would emerge as *antemurale christianitatis*; and, through this mission, had shaped her relations with the Western part of the continent.

There is no doubt that this pro-European view has, for centuries, been preserved and promoted primarily by the elites. Since as early as the 15th century, Polish intellectuals have configured Poland's place in the cultural sphere of Western Europe basically through Latin Christendom. Despite the influential reformation of the late 16th and early 17th centuries that resulted in considerable amount of conversion from catholicism, a successful Counter-Reformation was completed by 1632. This movement restored religious unity to a large degree, strengthened the Church and united the country against potential enemies.

In 1795, Poland ceased to exist due to the completion of its partition among Prussia, Russia, and Austria (Habsburg Empire), and disappeared as a sovereign state until the end of World War I. However, the loss of statehood did not mean that nationalist values had found no ground to sustain their use on these territories. In the lack of 'state's patriotism', 'nation's patriotism' focusing on cultural values and national identity with romantic overtones functioned as the driving force of collective consciousness (Szczepanski, 1987). In this circumstance, during the long lasting partition period, given the lack of substantial state organisations and a broad civil society that could preserve and convey the national identity and consciousness, a more established institution, namely the Roman Catholic Church, fulfilled this function (Wehling, 1996; Prizel, 1998). The fact that it was the only institution allowed to use the Polish language even after the partition emphasises this function of the Church (Kennedy and Simon, 1983). In spite of the partition of the Poles, the monolithic existence of the Church and its practices connected the people of

partitioned regions. The ideology of romantic nationalism, then, was coloured by a messianic spirit that Poles as ‘the Christ of nations’ were suffering for the salvation of other nations. After over a century of non-independence, the subsequent establishment of Poland was realised soon after World War I. In this interwar state, the Church continued to become a significant social institution in the life of the Polish people.

After World War II, Poland remained under the influence of a completely different political, economic and social discourse of communist ideology through the ‘big brotherhood’ of the Soviet Union. In the light of communist ideals and principles, Poles depended upon the absolute power of the Polish United Workers’ Party and its nomenclature to direct all the activities of society, to impose the official discourse and to create absolute loyalty to the state. On the other hand, Polish society’s own political values, mainly emanating from the national legacy of resistance to oppression, and anti-state orientation stood as a counter-culture. It was this culture and opposition movement hinged upon this culture that is widely accepted as one of the main factors bringing the end of communism a few decades later not only in the country but also in the whole region.

At the beginning and during the whole period, the Roman Catholic Church had a very prominent role in promoting and supporting the opposition movement. Despite the flagging of people’s interest in religion due to industrialisation and the materialist teaching system (the accessibility of education was one of the crucial successes of the communist government), the significant position of the Church as the protector of national identity against oppressive enemies continued to strengthen during the communist period. This is firstly because the ethnic homogenisation of Poland after the Second World War at the same time meant that the population remained exclusively Catholic (more than 90 per cent of the population) and strengthened the role of the Church as the representative of the Polish nation. Secondly, the increase in the Church’s popularity concurred with the legitimacy-seeking efforts of the regime and a real *modus vivendi* emerged after 1956. Beginning in 1957, the launch of a massive programme including teaching campaigns, pilgrimages, Christian weeks and seminaries supported by the Catholic press to celebrate the 1966 millennium of Christianity in Poland led to both the revitalisation of Polish self-consciousness and the enhancement of the Church’s prestige in the eyes of the secular intelligentsia as well as traditionalists (Prizel, 1998: 92). Especially after the Church’s backing of students in the 1968 uprising, very diverse groups of intellectuals, even non-believers, approached the Church as a bulwark against the communist regime.

Although they sometimes attempted to restrict its activities and weaken its interaction with society, e.g. re-forbidding religious instruction in schools in 1961, the communist governments could not subvert this very popular and rooted institution completely. Contrary to this, the communist governments repeatedly invoked the Church to mitigate upheavals whenever a deep crisis in state-society relations occurred.

The activities of the Church continued to spread during the 1970s and the number of its clergy reached more than 20,000 (Karpinski, 1997). This dominance of the Church and its national-religious vision culminated in the election of Cardinal Karol Wojtyła to the Papacy in October 1978 and his visit in June 1979. So much so that Ash (1990, 133) proposes the date of the Pope's visit to Poland, rather than 1956 or 1968, as a symbol of the 'beginning of the end' for communism in Eastern Europe, in which for the first time a 'massive, sustained, yet supremely peaceful and self-disciplined manifestation of social unity' had been seen.

The 1970s were the increasing years of opposition activities in Poland and these activities finally culminated in the foundation of Solidarity as a result of the summer 1980 strikes. Solidarity, formally titled the Independent Self-Governing Trade Union Solidarity, brought not only the workers but also the intellectual and religious milieus under the same umbrella and became the symbol of the movement of freedom and human rights not only in Poland but also in the whole Communist Bloc. Among the characteristics of Solidarity, its affinity to the Church and religious-traditionalist discourse was observable especially in daily life. Very clear examples of this tendency can be seen among the strikers in the shipyards of Gdansk in 1980 and then during the Solidarity years (Davies, 1984; Plewa, 1992): the use of national and religious icons and emblems; singing of religious and patriotic songs during the strikes; and even Lech Wałęsa's use of a pen with a miniature statue of the Pope whilst signing the agreement with the government.

However, an important point helpful to interpret the developments after 1989 should be stressed here. Different agents of the opposition including the Church were all endorsing the movement basically for more democracy and human rights. If the Helsinki document was one source of the civic social movement for human rights and freedom, the evangelic discourse of the Church was the other, inspired from the spirit of the Second Vatican Council, and this provided a basis for the rapprochement of dissident groups in the 1970s (Stokes, 1993:33; Kubik, 1994: 252; Wloch, 1996). That is why some authors (Szkłarski, 1997:63) set Solidarity and the Church together as the representatives of civic interests. Therefore, people's enthusiasm for the Church was basically because of its representative and also oppositional function against the Communist

order, rather than because of strong religious motives. The high abortion and divorce rates as well as the low birth rates in that time bear out that people were selective while practising the rules of the Roman Catholic Church (Glen, 2001; Miller, 1997:71). The first author continues that Solidarity in its programme referred to the Roman Catholic discourses not to give a special place to religious values in the polity but to strengthen its democratic framework based on the rights of citizens. For instance, John Paul II's Encyclical on Labour was cited to strengthen social justice rather than religious and family values. In the same vein, the above-mentioned religious discourse was only one characteristic of the whole Solidarity movement. Various ideological viewpoints were frequently marked out in the documents of Solidarity together such as "the best traditions the nation, ethical principles of Christianity, political call of democracy, and socialist social thought were four basic sources of Solidarity's inspiration..." (Kozlowski, 1994). Symbolic-romantic-spiritual overtones of nationalism within the Solidarity discourse, in short, as a popular political culture, should be judged as a very significant but additional factor to increase the cohesion and mobilisation of the masses instead of as the core aim of the social movement.

During martial law and thereafter, the Church continued to serve both as a shelter for the regime's opponents and as a subsidiary to the authorities in mitigating unrest and finding solutions. In consequence of this, it found a seat as a mediator between the two groups in the Round Table negotiations that led the country to 1989 elections.

II. THE ROMAN CATHOLIC CHURCH IN THE ERA OF DEMOCRATIC-LIBERAL TRANSFORMATION

The ultimate aim of the European unification project launched after the Second World War is to be a fully-fledged political community and as already mentioned in the introduction section, the building principles of this project are civic-democratic values, rule of law, human rights, multiculturalism and market economy. According to many scholars as well as to the official discourse of the EU, despite the prominence of cross-national differences between any sources of differentiation, a common European citizenship within a supra-national (or post-national) context should be constructed on a shared political future and aims, hinging upon all those political and economic values (Habermas, 1992;1994; Heater 1990;1992; Keane, 1992; Laffan, 1996; Delanty 1995; Waever, 1995;1996; Rose, 1996; Weiler, 1997a;1997b; Emerson, 1998; Shore, 2000; Kostakapoulou, 2001). This multiculturalist and democratic discourse is at the same time implies a secularist understanding that does not favour any particular religious form but aims to establish a common political culture that

impedes the antagonisms emerging from all those differences and makes possible the peaceful co-existence of people as equal subjects under the common title of European citizenship. The Constitution of the EU in Article I-52 states that the Union respects and does not prejudice the status under national law of churches and religious associations or communities in the Member States.

While the EU aims to construct such a political culture at a supra-national level, there is another fact that should be underscored before going to the Polish domestic realm. First secularisation and then modernism and post-modernism as a condition as well as a way of thinking, day by day, have diverted or weakened the link between people and religion (Christianity) in the West European countries as well as in the other developed countries. Comparison of the responses to a Eurobarometer survey question asked both in 1973 and 1991 in EC9 countries underlines this argument for the near past (Table 1) (Reif, 1993: 137). As seen, belonging to a religion has considerably declined in the EC countries within two decades. Even if identification with Christianity continues, affiliation to a Church and religious practice has declined and some Churches have even had trouble in maintaining their buildings and recruiting clergy (Mallion, 2000: 53). A theology specialist at Cambridge University, Stephen Plant confirms this fact. As in the past, the picture of Europe can be different in different European countries depending upon the sort of Christianity dominant in that country (Catholic, Protestant or Orthodox). However, Europe in general, according to Plant, had responded to modern times differently from Latin America, Africa and Asia as becoming more developed but less religious (cited in Hill, 2005). In addition, the role of the Churches and other religious communities in the present realm of democratic-pluralist EU seems to be interest articulation and lobbying through their representatives in Brussels. The Churches engage in daily social regulation less and less and claiming the Christian heritage of the continent as the source of today's EU values seems to be only tool for them to ascertain a stronger place for Christianity in the construction of the Union (Foret and Schelesinger, 2003).

Table-1: Religious Affiliation in the European Community, 1973 and 1991Question: Do you consider yourself as belonging to a particular religion? ¹

Year	F	B	NL	G(W)	I	L	DK	IR	GB	EC9
1973	11	14	38	5	0	6	16	1	24	11
1991	30	28	51	23	10	6	21	4	35	22
%91-%73	+19	+14	+13	+18	+10	+0	+5	+3	+9	+11

¹Entries are the percentages of interviewees who regard themselves as *not* belonging to a particular religion.

Source: CEC (1973) **European Community Study**; CEC (1991) **Eurobarometer 36**.

All these explanations about the constructing principles of the EU, religiousness in Western Europe and the situation of the Churches in the current structure of the Union have been given because of some reasons: First of all, in this section the venture of a strong religious body, the Roman Catholic Church of Poland in the era of democratisation and liberalisation will be told. Secondly, contrary to democratic-pluralist direction of the EU, this Church has some different dreams for the EU as well for its own country. Finally, unlike the aforementioned western European populations, Poland was a country where 96 per cent of population were describing themselves as believers and members of the Catholic Church and about 90 per cent of them were participating in religious practices regularly or occasionally (CBOS, 2001/4). The fall of communism excited and activated other Churches in other Central and East European Countries as well to fulfil the value vacuum by religious discourse and to gain their powers as in the pre-communist times i.e. Hungary, Czech Republic, Croatia. However, such a strong position of Church and homogenous and high rate of religiosity have not been seen not only in the western sphere of the continent but also in the eastern one. Thus, as one author (Grabowska, 1994) argued, without considering the place of the Church in the country, any comparison between Poland and any other country whether in the region or not would be misleading. Again, to her, the involvement of the Church in the political and social issues after 1989 seems more intensive than both its engagement in the history and the engagement of any of its counterparts in Western countries. Whether these arguments are true or not, exploration of the dynamics of the post-Cold War Poland necessitates the monitoring of the stance of the Church while Polish political identity goes through a critical metamorphosis.

Beyond any doubt, the Roman Catholic Church, as the most powerful institution and highest moral authority in the country, became one of the determiners of the change of regime in the late 1980s. Moreover, the Church arrived in the new state with an autonomous position and more privileges that were granted by the ex-regime through the 'Statute on the Relationship between the Catholic Church and the State' in May 1989.

A church and its mostly voluntary services are, by definition, part of civil society. On the other hand, one of the most important aspects of post-Communist transformation was to develop a civil society through the separation between governmental and private spheres. Therefore, the anticipated role from the Church in the new era was to demonstrate and strengthen its such civil society function. The economic conditions of the transition period, especially during the initial years put the masses in desperate situation and this was in a sense a convenient circumstance for the Church to help all those people in need through its services and to show its social and volunteer function. However, despite the considerable financial sources of the Church, such kind of social activities was quite limited and had no significant impact on fighting with the inherited or newly-emerged social problems (Miller, 1997). The observation of an author (Wilkerson, 1999) depicts this: "Another high government official told me he had called into his office some of the hierarchy of the Catholic Church to enlist their help in fighting drugs and alcohol. They refused! He bitterly complained about the lack of social concern by the Catholic Church in Poland. Only a few Evangelicals had offered to help; also, some of the young Catholic priests who are becoming disillusioned with high bishops living like royalty, living in palatial residences, while the poor and addicted suffer."

Furthermore, as the only non-governmental institution of the communist era and the most respected societal agent in the country with its country-wide facilities, the Church could be a leading figure in the new period for the structural and cultural development of new civil society organisations. Nonetheless, despite the fact that within this pluralist environment of the new state, thousands of self-organising formations of different size, level, aim and activity have come into being, development of non-governmental organisations (NGOs) was not satisfactory according to a report prepared by an influential civil society organisation in Eastern Europe (CSDF, 2000: 34). Of course, the attitude of the Church and its clergies cannot be denoted as the mere reason for this. However, it should be pointed out that the Church had somewhat an arrogant stance rather than helpful towards other civil society enterprises of the new era and did not want to be called simply an agent of civil society (Horvat, 2004).

Thus, instead of strengthening its identity as a civil society actor, increasing social services and assistance to the public and developing its ties with other NGOs, the Roman Catholic Church has appeared to a great extent in the post-1989 period as a politically-motivated force that strives to impose unrestricted religious freedom and Catholic discourse. After the emergence of an axiological vacuum with the removal of the communist ideology and practice that was comprising almost every aspect of an individual's life, as the most respected and also institutionalised societal agent, the Church and religious axiology did not hesitate to attempt to fill this vacuum (Wnuk-Lipinski, 1994: 158). The mission of the Church was manifested by Cardinal Jozef Glemp, the Polish Primate, in 1992 (Millard, 1999: 126) as follows: "We are not prepared to be pushed into a corner to wait patiently for the time when we shall again be needed...we are needed now to transmit to the Nation the spiritual values which are vital to it in this unusually difficult period". As part of this manifestation, an interwar type of democratic Poland based upon Polish nationalism and Catholicism was frequently promoted within the Church milieu. To carry out this mission, the Church did not wait long to start action and from the initial years of transition, using its influence on Solidarity governments that were mainly affiliated to the national-traditional mission, advanced its policies on a political ground. The Church was no longer above the political battlefield but now a component of it.

As a matter of fact, beyond this domestic task, the Roman Catholic Church burdened itself with a wider mission of realising a unified Catholic Europe (Byrnes, 1997). In spite of growing opposition and antipathy during the transformation against the very involvement of the Church in the politics of the country, the rationale for the persistence of the Church in pushing its policies somewhat militantly, according to the author, lies in this wider mission. It means that to claim Christian values and rules for a European-wide realm and to create a Poland sitting at the centre of this new Europe (as a continuation of her so-called historical role), the basics of Catholic Christianity had first to be revitalised in the country. Whether this wider mission in such a stronger form has been the main driving force or not, the involvement of the Church from constitution-making to elections, in every aspect of political life, has been seen to a large extent.

On the other hand, the new era brought some – probably more - negative conditions for the Church. The dynamics of this new period were extremely different from any in the past with respect to pluralism (including free media) and democratic establishment. New patterns of liberal-individualistic orientations (and their misleading practice, pathologies and emergent spontaneous orientations) undermined the moral values and cohesion of the society on which the Church had established its specific position. "Both the

value system and institutional arrangements propagated by the Church are aimed at establishing in Poland a new public morale and normative foundations of community whose principles are very often opposed to liberal-democratic ideals and civil society” (Dziubka, 1999: 225).

Besides, the Church lost its function as a harbour or umbrella. It no longer carried the distinction of being the legitimate voice of public claims. There was no need for different social and political groups to maintain or to ally their activities under the auspices of the Church. The Church also ceased its role as mediator between state and society and took a side in the political debates over shaping the new state. The end of the communist threat also shrank Western support for this crucial anti-communist institution, and ‘militant Catholicism’ and the Church has lost its influence in the new pluralist-democratic frame of the European order (Szczepanski, 1991: 67).

As noted, despite all these negative dynamics, the Church has made its influence felt in certain public policy areas. Specifically it insisted on its own perspectives on the issues of religious education, abortion and partial censorship, legalised them in a *fait accompli* method using its impact on the allied parties, and this generated prolonged discussions in the country.

The Church and its allied parties on the right wing were also involved in the constitution-making process and proposed their alternative ‘citizen’s draft’, which referred to nationalist-religious principles very often and enunciated church-state togetherness. According to Bidwell¹, because of the insistent and pugnacious efforts of this alliance, the final draft that came into force on 2nd April 1997 as the new Polish Constitution² signified ‘God’ in the preamble as ‘the source of truth, justice, good and beauty’ and also appealed to the Christian heritage of the Nation. Furthermore, the Constitution included some other demands of the Roman Catholic Church, e.g. religious education in schools. However, as some authors (Eberts, 1998: 834) pointed out, the preamble was also covering non-believers who could derive the above-mentioned values from other sources and was not referring specifically to ‘Catholicism’ or ‘the Church’ as the carrier of Christian heritage. Furthermore, article 25/2 states the impartiality of the public authorities on their personal convictions with respect to religious or philosophical matters. As with the preamble, Article 25/3 declares respective independence and autonomy, not separation, between the state and churches and other religious organisations.

As seen, these provisions do not specify the Roman Catholic Church. However, as Eberts (1998) noted, the constitution mentions another document, namely the Concordat - an agreement between Poland and the Holy See that gives a privileged position to the Roman Catholic Church within the state and

among the other denominations. Truly, the Concordat, signed in 1993 but waited until 1998 for ratification, expands state obligations towards the Roman Catholic Church (subsidies and financial support), gives a large autonomy to the Church for the pursuit of religious education in public schools, accepts canon law marriages as civil marriages and so on (Eberts, 1998).

Another channel through which the Church could take part in designing the new state was getting involved in the election campaigns by supporting certain parties and candidates. However, this politicisation of the Church was unable to attract positive backing from society. Apart from the first semi-free election of 1989 that was basically approval or disapproval of the Communist regime, in the 1991 and 1993 parliamentary elections and 1995 presidential election, the Poles tended to vote for the candidates who were not endorsed by the Church officially or non-officially. Among the reasons that carried the succeeding Communist parties to power only four years after the revolution, disapproval of the Church and its allied parties in regard to their forced and fanatical strategies played an important role (Kozłowski, 1994).³ After experiencing these defeats, the Church followed a more prudent method for the 1997 election, and the pro-Church Solidarity Electoral Action (AWS) became the first party with a small margin where it was uncertain whether the success could be attributable to the support of the Church (Eberts, 1998). Perhaps the answer to this question was clarified in the 2000 presidential elections, in which Jan Łopuszanski, a radical Catholic, and the legendary Lech Wałęsa, always the favourite candidate of Catholic milieus, gained only 0.79 and 1.01 per cent of the votes respectively. Finally, the winner of the last parliamentary elections in 2001 was the post-communist SLD with 41 per cent of the votes. These results show at least how the public ignored, if not rejected, the Church's getting involved in political life to impose its views in shaping the new Poland.

Some public opinion results support this argument. According to the results of a survey carried out during autumn 1994 and again in spring 1995, the Church ranked behind the army, the police, radio, and television broadcasting in terms of trustworthiness whereas it was the most trusted institution in the country during the 1970s and 1980s. The trustworthiness of the Church had fallen to 50 per cent whereas it was 90 per cent before the regime change (Taras, 1995: 200). The decline of positive attitudes towards the Church continued in the following years. According to a survey (CBOS, 1999/5),⁴ the percentage of the respondents believing that the Church had a significant influence on the affairs of the country increased from two fifths in 1988 to two thirds in 1999. The same survey reveals that the respondents were not happy with the involvement of the Church and 61 per cent of them said that this influence should have been reduced while only 5 per cent supported an increase in its influence.

As a matter of fact, to the losers of the economic-material life in the new system, the religious-nationalist discourse as well as other symbolic-populist arguments had a possibility to offer some superior emotions for the self-righteousness and something of their own. Nevertheless, not only the Church's direct involvement in the political arena but also the language and methods of this involvement, somewhat cryptic, uncompromising and *fait accompli*, have increased popular discontent over the Church. This was the first time that the Catholic Church had encountered huge criticism directed from different segments of society; that is why it defined all these as attacks on or disrespect for the Church (Janina, 1996: 159). Contrary to the new democratic and pluralist orientation of the era, as Michael (1991: 151) argued, there were some analogies between the techniques which the Church applied to assert its views and the old regime: threats to withhold sacraments, efforts to manipulate xenophobic and anti-Semitic sentiments and endeavours to overlook public opinion. In the same vein, the language of the Church in the new era was also criticised so that, as Adam Michnik (cited by Paradowska, 1991: 96) put it, the supporters of abortion were compared with the inventors of concentration camps, or the removal of a minister through a democratic mechanism was put side by side with the imprisonment of Cardinal Wyszyński in the Stalinist period. A well-educated Polish lady, who describes herself as a good Catholic, affirmed this fact with very plain words: "the Church was imposing and forcing its views, rather than persuading. The people of this country would accept anything but coercion or imposition." That is why, according to her, "so many people even in the rural districts were taking a dislike to the activities of the Church."⁵ At most, the Church was endorsing democracy provided that democracy helps to realise its own objectives (Eberts, 1998: 836).

It has been said that the idea of Christianising Europe was a very significant target for the Church. Under the driving force of this feverishly embraced target, specifically in the initial years of the transformation, the Church milieu had an inflexible opposition to the already existent and developing structure of the EU, which was defined by the Pope John Paul II as 'the civilisation of desire and consumption' (cited in Byrnes, 1997: 34). In the following years, however, a relative softening in the rigid opposition of the Church and the Church-backed parties against European integration was observed. Instead of an uncompromising rejection of EU integration, the argument that the Polish Church should play a positive role through European integration in the 're-Christianisation' of Europe became prevalent among the bishops (Millard, 1999: 210). While Bishop Bronisław Pieronek, spokesman for the episcopate, revealed this evolution of official Church views: "Europe should be accepted as a wonderful opportunity, a difficult challenge and a great apostolic assignment for the Church", the Primate of Poland, Joseph Glemp, supported him: "The Church is not afraid of a united Europe, quite the reverse,

it looks on this process with hope” (Stadtmuller, 2000: 36). Nonetheless, the fluctuating declarations of the Church milieu put many Poles in an ambiguous position in the matter of the Church’s stance to EU integration of the country. A survey question to articulate this was responded to by 16 per cent as ‘neither supports nor against’ and by 28 per cent as ‘don’t know’ (Roguska, 2001: 145).

CONCLUSION

Transformation of any political culture necessitates a long time and the Roman Catholic Church has become at the very centre of the formation of Polish political culture for centuries. Considering these facts, the examination of orientational restructuring of the Roman Catholic Church in Poland with respect to the civic-democratic paradigm of post-1989 period has shown that the Church has not been successful till now in adjusting itself to the requisites of democracy and civic statehood.

Furthermore, the weakening of the Church’s popularity in the post-communist period has not taken place in a peaceful (compromising) and healthy way (for both the Church milieus and pro-democratic elites). That is why it could not have helped in the construction of democratic culture but made a non-ignorable contribution to the intensification of uncertainty in the country and the confusion of individual minds.

In the same vein, it is true that modernisation and post-modernisation weaken (or even deform) the ties between an individual and his/her religious affinities. The Poles have been confronted with the bombardment of different facets of western (post-) modernism and globalism within a very short time, while the religious axiology was at the same time striving for supremacy in the country. In this manner, either, the outcome was not something encouraging for the construction of democratic citizenship and stable development of democratic culture in the country but duality and axiological disorder.

Despite the relative changing of the strategy about the EU as well as on domestic political issues and despite the weakening popularity of the Church in the new period, the Church does not seem to have given up its position on and aspiration to design society on its own principles, and it will be likely to make its influence felt in the years to come. There is no doubt that such an influence or the tension between new secular-democratic groups and denominational ones will not take the country to an impasse or riot. Along with this, especially after the accession of Poland to the EU membership, it cannot be expected that the Church will return to its explicit and strict antagonism to the Union. However, the Church will definitely persist its ambition to preserve and spread the

Catholic discourse and values. It will continue to criticise consumerism, free media and some other novelties of democratic-liberal system. If the economic and political expectations of the Poles are not fulfilled from the keenly-awaited EU membership, if the negative economic conditions do not change despite this membership, then, the efforts and influence of the Church might be felt more in the coming years, specifically among the small farmers who seem to be closer to the Catholic traditions. Of course, there is another condition to get this result. The Church has to understand that the parameters of the new democratic-pluralist culture are quite different and, thus, it has to change its strategy and way of dialogue with other social institutions and wider public.

In Western democracies, the roles of the main state or society institutions, e.g. army, religious organisations, NGOs, are determined and well understood by all. In the course of further EU integration, presumably, every domestic institution in these Western member states re-evaluated and re-designed its objects and communications but this did not provoke any role conflicts or severe disputes within the operation of the domestic structure due to the already established role distribution and the stabilised and internalised democratic-liberal principles. With their stabilised and internalised democratic-civic culture, they are expected to take part in the social construction of supranational EU community. In Poland, anyhow, the Church before all else will continue to be the actors in role and power conflicts. These conflicts also have an inevitable retarding effect on the construction of democratic citizenship in Poland and, therefore, on the establishment of a political identity in the EU.

NOTLAR

¹ Interview with Professor Sybill Bidwell, University of Wrocław, 05. 04. 2003. Also she claims that such a development in Poland encouraged the proponents in putting Christianity as a reference to the draft constitution of the EU.

² For the English version of the Constitution:

<http://www.sejm.gov.pl/english/konstytucja/kon1.htm>

³ For an opposite view, see the article; Wade, Larry L., Peter Lavelle and Alexander J. Growth. According to the article, the post-communist Democratic Left Alliance (SLD), the first party in 1993 elections, had received the highest votes from the northern districts and the lowest votes from the southern ones but the number of practising Christians was two times more in the latter than in the former. The Church presence had continued to reinforce the positions of right and centre but not left.

⁴ CBOS (1999/5). Centrum Badań Opinii Społecznej (Public Opinion Research Center) is publicly funded and one of the most prominent independent research centres in Poland.

⁵ Interview with Katarzyna Szota, a PhD student at the University of Warsaw at the time of the interview, 24. 10. 2001.

REFERENCES

- Ash, T.G. (1990) **We the People-The Revolution of 1989**, London: Granta Books.
- Byrnes, T.A. (1997) "The Catholic Church and Poland's Return to Europe", **East European Quarterly**, 30(4), 433-448.
- CBOS, 1999/5, www.cbos.pl
- CBOS, 2001/4, www.cbos.pl
- CEC (Commission of the European Communities) (1973) **European Community Study**, Brussels: CEC.
- CEC (1991) **Eurobarometer 36**, Brussels: CEC.
- Checkel, J.T. (1999a) "Social Construction and Integration", **Journal of European Public Policy**, 6(4), 545-560.
- Checkel, J.T. (1999b) "(Regional) Norms and (Domestic) Social Mobilization: Citizenship Politics in Post-Maastricht, Post-Cold War Germany", **Arena Working Papers 99/3**, Oslo: University of Oslo.
- CSDF (Civil Society Development Foundation) (2000) **Building Bridges: Phare and Civil Society Development in Central and Eastern Europe**, Slovakia: CSDF.
- Davies, N. (1984) **Heart of Europe: A Short History of Poland**, Oxford: Oxford University Press.
- Delanty, G. (1995) **Inventing Europe: Idea, Identity, Reality**, London: Macmillan.
- Dziubka, K. (1999) "Polish Society: Towards A New Sense of Political Community", in A. Koryushkin and G. Meyer (eds.), **Communitarianism, Liberalism and the Quest for Democracy in Post-Communist Societies**, Petersburg: St. Petersburg University Press, 207-228.
- Eberts, M.W. (1998) "The Roman Catholic Church and Democracy in Poland" in **Europe-Asia Studies**, 50(5), 817-842.
- Emerson, M. (1998) **Redrawing the Map of Europe**, London: Macmillan.
- Foret, F. and Schelesinger, P. (2003) "From Spirituality to Governance? Religion, Identity and the European Public Sphere" in www.arena.uio.no/cidel/WorkshopStirling/PaperSchlesingerAndForet.pdf

- Fras, J. (1996) "Political Discourse as an Expression of the Polish Political Culture After 1989" in A.W. Jablonski and G. Meyer (eds.), **The Political Culture of Poland in Transition**, Wroclaw: University of Wroclaw Press, 151-163.
- Glenn, J. K. (2001) **Framing Democracy: Civil Society and Civic Movements in Eastern Europe**, Stanford: Stanford University Press.
- Grabowska, M. (1994) "The Church in Times of Change" in M. Alestalo *et al.* (eds.), **The Transformation of Europe: Social Conditions and Consequences**, Warsaw: Ifis Publishers, 253-266.
- Habermas, J. (1992) "Citizenship and National Identity: Some Reflections on the Future of Europe", **Praxis International**, 12(1), 1-19.
- Habermas, J. (1994) "Citizenship and National Identity" in B. van Steenberghe (ed.), **The Condition of Citizenship**, London: Sage, 20-36.
- Heater, D. (1990) **Citizenship: The Civic Ideal in World History, Politics and Education**, London: Longman.
- Heater, D. (1992) **The Idea of European Unity**, Leicester: Leicester University Press.
- Hill, D. (2005) "EU: Scholars Ponder Religion's Role in the New Europe" in www.exorthodoxforchrist.com/religion_and_europe.htm
- Horvat, V., (2004) "Church in Democratic Transition between the State and Civil Society" in **Religion in Eastern Europe**, 24(2), 1-18.
- Karpinski, J. (1997) "In Poland, A Long-standing Tradition of Resistance" in **Transition**, 3(3), 14-19.
- Keane, J. (1992) "Questions for Europe", in B. Nelson *et al* (eds.), **The Idea of Europe**, Oxford: Berg, 55-61.
- Kennedy, M.D. and M. D. Simon (1983) "Church and Nation in Socialist Poland" in P. H. Merkl and N. Smart (eds.), **Religion and Politics in the Modern World**, New York: New York University Press, 121-151.
- Kostakopoulou, T. (2001) **Citizenship, Identity and Immigration in the European Union**, Manchester: Manchester University Press.
- Kozlowski, S.G. (1994) "Why Has Left Won in Poland", **Polish Political Science**, 24(1), 37-48.
- Kubik, J. (1994) **The Power of Symbols Against the Symbols of Power: Cultural Roots of Solidarity**, Pennsylvania: Pennsylvania Press.

- Kurczewska, J. and H. Bojar (1995) "A New Society? Reflections on Democracy and Pluralism in Poland" in C. G. Bryant and E. Mokrzycki (eds.), **Democracy, Civil Society and Pluralism**, Warsaw: Ifis Publishers, 143-203.
- Laffan, B. (1996) "The Politics of Identity and Political Order in Europe" in **Journal of Common Market Studies** 34(1), 81-102.
- Mallion, D. (2000) "European Society: Power to the People" in D. Gowland, B. O'Neill and R. Dunphy (eds.), **The European Mosaic: Contemporary Politics, Economics and Culture**, Essex: Pearson Education.
- Michael, J. (1991) "The Intellectual in Uncivil Society: Michnik, Poland, and Community" in **Telos** 88, 141-154.
- Millard, F. (1999b) **Polish Politics and Society**, London: Routledge.
- Miller, S.S. (1997) "Religion and Politics in Poland: The Abortion Issue" **Canadian Slavonic Papers**, 39(1-2): 63-87.
- Paradowska, J. (1991) "The Three Cards Game: An Interview with Adam Michnik", **Telos** 88, 95-103.
- Plewa, B.T. (1992) **The Wheel of Polish Fortune**, Lund: Lund University.
- Prizel, I. (1998) **National Identity and Foreign Policy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Reif, K. (1993) "Cultural Convergence and Cultural Diversity as Factors in European Identity" in S. Garcia (ed.), **European identity and the Search for Legitimacy**, London: Pinter and Royal Institute of International Affairs, 131-153.
- Roguska, B. (2001) "Perceptions of the Political Elite in the Context of Integration" in L. Kolarska-Bobinska (ed.), **Before the Great Change-Polish Public Opinion and EU Enlargement**, Warsaw: IPA, 143-155.
- Rose, R. (1996) **What Is Europe? A Dynamic Perspective**, London: Harpercollins.
- Shore, C. (2000) **Building Europe**, London: Routledge.
- Stadtmüller, E. (2000) "Polish Perceptions of the European Union in the 1990s" in Karl Cordell (ed.), **Poland and the European Union**, London: Routledge, 86-105.
- Stokes, G. (1993) **The Walls Came Tumbling Down**, Oxford: Oxford University Press.

- Szczepanski, J. (1987) "The Non-Political Elements of the Nation's Future" in Adam Broke (ed.), **The Meaning and Uses of Polish History**, New York: Columbia University Press, 169-177.
- Szczepanski, J. (1991) "The Quest for New Identity" in Antoni Kuklinski (ed.), **Poland -the Quest for New Identity and Competitive Advantage**, Warsaw: Polish Association for the Club of Rome, 61-97.
- Szklarski, B. (1997) **Semi-public Democracy: Articulation of Interests and Systemic Transformation**, Warsaw: ISP.
- Taras, R. (1995) **Consolidating Democracy in Poland**, Oxford: Westview Press.
- Wade, L.L., P. Lavelle and A. J. Growth (1995) "Searching for Voting Patterns in Post-communist Poland's Sejm Elections" in **Communist and Post-communist Studies**, 28(4), 411-425.
- Waever, O. (1995) "Identity, Integration and Security", **Journal of International Affairs** 48(2), 389-431.
- Waever, O. (1996) "European Security Identities", **Journal of Common Market Studies**, 34(1), 103-130.
- Weiler, J.H.H. (1997a) "The Reformation of European Constitutionalism" **Journal of Common Market Studies**, 35(1), 97-131.
- Weiler, J.H.H. (1997b) "To Be A European Citizen-Eros and Civilization", **Journal of European Public Policy** 4(4), 495-519.
- Wehling, H. (1996) "A Historical and Regionalist Approach: National and Regional Dimensions of Polish Political Culture" in A. W. Jablonski and G. Meyer (eds.), **The Political Culture of Poland in Transition**, Wroclaw: University of Wroclaw Press, 53-65.
- Wilkerson, David. (1999) **Poland Report**,
www.tsculpitseries.org/english/undated/tspoland
- Wloch, B. (1996) "The Political Culture of Opposition: the Case of Solidarity in Wroclaw 1980/81" in A. W. Jablonski and G. Meyer (eds.), **The Political Culture of Poland in Transition**, Wroclaw: University of Wroclaw Press, 121-139.
- Wnuk-Lipinski, E (1994) "Fundamentalism Versus Pragmatism: Two responses To A Radical Social Change" in Matti Alestalo *et al* (eds.), **The Transformation of Europe: Social Conditions and Consequences**, Warsaw: Ifis Publishers, 154-164.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE VAZGEÇİLEMİYEN KAVRAM: ULUSAL ÇIKAR

Mitat ÇELİKPALA*

Öz

Bu çalışmada, bir olgu olarak “ulusal çıkar” kavramının kökenlerinin, evrensel politik bir şifre olarak kabul edilmesinin ardında yatan sebeplerin ve belki bir düzeyde de olsa ulusal çıkar şeklinde nitelenen tercihlerin/ politikaların/değerlerin meşru kabul edilmesini sağlayan tarihsel sürecin tanımlanması hedeflenmiştir. Bu çerçevede genel olarak gerçekçi yaklaşımın ulusal çıkarı tanımlama ve meşrulaştırma çabasına paralel bir bakış açısıyla kavramın tarihsel kökenleri değerlendirilmiştir. 20. Yüzyıl boyunca, dünya siyasetinin ve uluslar arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesinde ortak bir temel politik felsefeyi ifade etmesi nedeniyle, kilit kavramlardan biri kabul edilen “ulusal çıkar” kavramı, ulus-devletin artık etkinliğini ve hatta varlık sebebini kaybettiğinin tartışıldığı 21. Yüzyıl’ın başında, evrensel bir şifre olarak önemini hala muhafaza etmektedir. Ulusal çıkar, güç ve güvenlik ile birlikte uluslararası ilişkiler disiplininin en kapsamlı genel teorisi şeklinde nitelenen ‘Gerçekçi (Realist) Yaklaşım’ın devletlerarası ilişkileri anlamada kullandığı en temel kavramdır, dış politika kararlarının altında yatan temel itici güçtür. Bu ulusal çıkarı günümüzün küreselleşen dünyasında hala vazgeçilemeyen bir kavram olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Çıkar, ulusal çıkar, gerçekçilik.

Abstract

A Perennial Concept: National Interest

This paper aims to observe the origins of the “national interest” concept as a phenomenon, and tries to identify the historical processes that caused its acceptance as a universal political code and culminated in the legitimization of the preferences/policies/values usually referred as the national interest. In this framework, the genealogy of the concept is evaluated from a perspective that is parallel to the realist tradition’s attempts to define and legitimize the concept. “National interest” was admittedly a key concept throughout the 20th Century, since it reflected a

*Dr., Hacettepe Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, 06800, Beytepe-ANKARA, mitat@hacettepe.edu.tr

shared basic political philosophy that helped understand the world politics and relations among the nations during this era. Nonetheless, this concept retains its significance in the 21st Century, when the efficacy and even the very existence of the nation-state is being debated. National interest, along with power and security, is among the fundamental concepts of Realism, which could be considered as the most comprehensive theory in International Relations discipline. It also is the underlying momentum for foreign policy decisions. Thus, the term 'national interest' emerges as a fundamental concept in contemporary global affairs.

Keywords: Interest, national interest, realism.

GİRİŞ

20. Yüzyıl boyunca, dünya siyasetinin ve uluslar arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesinde ortak bir temel politik felsefeyi ifade etmesi nedeniyle, kilit kavramlardan biri kabul edilen “ulusal çıkar” kavramı, ulus-devletin artık etkinliğini ve hatta varlık sebebini kaybettiğinin tartışıldığı 21. Yüzyıl’ın başında, evrensel bir şifre olarak önemini hala muhafaza etmektedir. Her ne kadar uluslararası örgütlerin, sivil toplum örgütlerinin, çokuluslu şirketlerin, uluslar üstü siyasi birliklerin ve hatta mikro milliyetçiliklerin gittikçe artan miktardaki varlıkları ve buna bağlı olarak etkinlikleri dünya sisteminde yeni ilişki zincirleri yaratmaktaysa da, ulus-devletlerin ve buna bağlı olarak ulusal çıkarların ikame edilmesi çok da kolaymış gibi gözükmemektedir.

Ulusal çıkar, güç ve güvenlik ile birlikte uluslararası ilişkiler disiplininin en kapsamlı genel teorisi şeklinde nitelenen ‘Gerçekçi (Realist) Yaklaşım’ın devletlerarası ilişkileri anlamada kullandığı en temel kavramdır (Donnelly, 2000; Aydın, 2004). Gerçekçi yaklaşım, I. Dünya Savaşı’nın ardından uluslararası ilişkiler disiplinine hakim olan ‘İdealist Yaklaşım’ın (Eralp, 1996) dünyanın ve insanlığın sorunlarına çare olamadığını varsaymakta ve bu nedenle de olayların gelişimine ve bireylerle devletlerin politika yapma süreçlerine farklı ve gerçekçi bir yanıt bulmayı öngörmekteydi. Edward H. Carr’ın ilk baskısı 1939’da yapılan çalışması *The Twenty Years’ Crisis, 1919-1939: An Introduction to the Study of International Relations* bu çerçevede idealist yaklaşımın değerlendirmelerine bir alternatif olarak çıktı. Carr’ı takiben, 20. Yüzyıl’ın önde gelen gerçekçi düşünürü Hans J. Morgenthau önemli klasiği *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*’de siyaset ve buna bağlı olarak uluslararası ilişkileri güç ve güçle iç içe geçmiş bir çerçevede çıkar kavramı ile niteledi. Morgenthau’nun değerlendirmesiyle (1985: 5):

“Uluslararası politikanın genel gidişatında, siyasal gerçekçiliğin yolunu bulmasında yardımcı olan temel göstergeler güç ile nitelenerek tanımlanan çıkar kavramıdır. Bu kavram anlaşılacak gerçeklikler ile uluslararası politikayı anlamaya çabalayan akıl arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır. ...Böyle bir kavram olmadan, iç veya dış politika teorisi tamamen imkansızlaşmaktadır. Kavramın yokluğunda ne siyasal ve ne de siyasal olmayan gerçeklikler arasında bir ayrım yapabiliriz, ne de siyasal çerçeveye en azından sistemik bir düzen ölçütü getirebiliriz”.

Bu düstur bağlamında gerçekçiler evrensel olduğunu varsaydıkları bir varsayım çerçevesinde uluslararası politikayı ve ilişkileri tanımlamaya, açıklamaya ve yorumlamaya çalışmışlardır. Ulusal çıkar kavramı da bu çerçevede bütüncül, ve rasyonel bir aktör olan devletin önceliklerini, alternatiflerini ve hareket tarzlarını anlamada önemli bir olgu olarak belirginleşmiştir. Gerçekçilik açısından ulusal çıkar, dış politika kararlarının altında yatan temel itici güçtür. Aynı zamanda akademik anlamda da faydalı bir analitik kavram olarak görülmüştür. Bu bağlamda “devletler arasında sürekli dostluklar değil sürekli çıkarlar vardır”, “her devlet çıkarı doğrultusunda davranır” türünden sloganvari deyimler günümüzde kabul görmekte ve sık sık kullanılmaktadır (Uzgel, 2004: 15-69). Bu noktada ulus devlet olgusu ile birlikte karşımıza çıkan ve içinde bulunduğumuz döneme kadar önemini muhafaza eden ulusal çıkar kavramının anlaşılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada ulusal çıkarın ne olduğu, nasıl bir süreçte tanımlandığı, kim tarafından tanımlandığı ve hangi süreçlerle işlevsellik kazanarak uygulandığı gibi konular üzerinde durulmayacaktır. Bu yazı ile hedeflenen, bir olgu olarak “ulusal çıkar” kavramının kökenlerini, evrensel politik bir şifre olarak kabul edilmesinin ardında yatan sebepleri ve belki bir düzeyde de olsa ulusal çıkar şeklinde nitelenen tercihlerin/politikaların/değerlerin meşru kabul edilmesini sağlayan tarihsel süreci tanımlamaktır. Bu çerçevede genel olarak gerçekçi yaklaşımın ulusal çıkarı tanımlama ve meşrulaştırma çabasına paralel bir bakış açısıyla kavramın tarihsel kökenleri değerlendirilmiştir.

Bu çabaya, politika kurallarının bir çoğunun köklerinin dayandığına inanılan insan doğasının ve dolayısıyla bu kuralların, keşfedilebilmesi yönünde çabanın sarf edildiği kadim dönemlerden günümüze değişmediği prensibine başvurularak, kavramın temellerini buralarda aramakla girişilebilir. Bu çerçevede kavramın kökenleri ilk olarak Eski Yunan’da ve İtalyan şehir devletleri düzeninde aranacaktır. Thucydides ve Machiavelli’nin öncü isimler olarak kısa bir değerlendirmesi yapılacaktır. Takiben çıkar kavramının ulusal çıkara doğru geçirdiği dönüşüm Aydınlanma, Westphalia ve Avrupa Uyumu gibi dönemlerde şekillenen modern uluslararası sistemle açıklanmaya çalışılacaktır. Sonuç olarak ise bu sürecin günümüz dünyasına yansımaları gösterilmeye çalışılacaktır.

I. ESKİ YUNAN, THUCYDİDES VE ÇIKAR KAVRAMININ KÖKENLERİ

Çıkar kavramının, doğal olarak önünde ulusal sıfatı yer almadan ilk kullanılışı geriye, Yunan şehir devletleri dönemine ve Yunan tarihçilerine dek götürülebilir. Anthony D. Smith'in de üzerinde dikkatle durduğu üzere, her ne kadar Eski Yunan'da, günümüzden farklı olarak ulusal ya da siyasal anlamda ulusa dayalı devletlerin varlığından söz etmek mümkün değilse de, etnik ve kültürel cemaatlere dayalı, her biri kendi egemenliğine tutkuyla bağlı kent-devletlerden oluşan ve günümüzün sistemini andıran bir devletler topluluğundan bahsetmek mümkündür (1999: 24).

Bu yapılar arasındaki ilişkiler ile bunun günümüz sistemiyle arasındaki benzerlik ve farklılıkları anlamayı olanaklı kılan isimler arasında yer alan Thucydides (İ.Ö. 471-400?) tekrar eden ve evrensel boyutlu olan devletlerarası ilişkilerin anlaşılması konusunda ilk ve en özgün isimlerden bir tanesi olarak günümüz dünyasında büyük bir saygınlığa sahiptir. Thucydides'in teorisinin temel varsayımlar olarak kabullendiği unsurları en geniş anlamıyla içerisinde barındırdığı için gerçekçiliğin en önemli klasikleri arasında sayılan eseri *Pelepones Savaşları Tarihi*, İ.Ö. 5. Yüzyıl'da, dönemin süper güçleri olarak kabul edebileceğimiz, Atinalılar liderliğindeki koalisyon ile Sparta tarafından yönlendirilen rakipleri arasındaki büyük savaşın sebeplerini açıklamaya çalışmaktadır.

Thucydides, Atinalılarla Spartalıları savaşa götüren sebepleri açıklarken Spartalıların Atina'nın gittikçe büyüyen gücünün bir noktadan sonra kendi çıkarlarının karşısına çıkmasından korktuklarını ve bu çerçevede gelişen olaylar üzerine de sahip oldukları nüfuzlarını bu olayların akışını dönüştürmede kullanmaya karar verdiklerini vurgulamaktadır (Keohane, 1986: 7). Bu çerçevede Thucydides Atinalı hatiplerin ağzından, hedeflerini elde etme adına çatışmaya taraf olan büyük şehir devletlerinin davranışlarını açıklamaya çalışmıştır. Bu açıklamaları yaparken de daha sonra günümüz ulus devletini tanımlamakta kullanılan kavramlar ve bu bağlamda da çıkar olgusu üzerinde durmaktadır.

Thucydides, bu önemli eserinde tek bir olayı tanımlamanın ötesinde, insan davranışlarının ardında yatan mantığı anlamaya ve vurgulamaya çalışmaktadır. Bu çerçevede devlet, devletin şekillenmesi ve devletlerin hareket tarzları üzerinde durur ve bunlar arasındaki bağları tanımlamaya çalışır. Thucydides'e göre bu değerlendirmelerin yapılmasında, ister devletler arasında olsun isterse bireyler, çıkar en temel ve belirleyici bağdır. Çıkar ve güç peşinde mücadele rakip şehir devletler arasındaki mücadelenin asıl belirleyicisidir (Aktaran Forde, 1995).

Çıkar kavramı çerçevesinde onun çalışmasının en önemli yönü, devletin işleyişini şekillendiren faktörün Yunan şehir devletleri arasındaki güç dağılımı ve bunun vatandaşların (ulusun) çıkarları üzerindeki etkisinin vurgulanmasıdır. Thucydides'in çıkar kavramı devletin güç durumudur ve bu da zenginlik ve toprak sahipliğiyle ilişkilendirilmiştir. Bu güç aynı zamanda askere/donanmaya dayalı kuvvet ile birleştirilmiş sermaye, ulusal karakter ve liderlik potansiyeli gibi çok çeşitli değişkenlerle kuşatılmıştır. Bu noktada Thucydides modern devletler sisteminin diğer önemli bir olgusuna vurgu yaparak diplomasinin rolünü öne çıkartır. Güç ve çıkar ilişkisi içerisinde diplomasinin görevi, kendi gücünü ya da çıkarını doğru saptayarak, rakiplerinin çıkarları ile karşılaştırmak yoluyla doğru ve akılcı siyasetler geliştirmek olmalıdır. Adalet ile ilişkilendirilen bu değerlendirmede adalet, bir çeşit uluslararası ilişkiler modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki bir sistem olarak adalet, herkesin eşit kabul edilmesini değil aksine herkesin gücüne göre yerini bilmesi gereken bir olgudur (Ağaoğulları, 2000: 111-112; Şenel, 1995: 139; Aydın, 2004: 43-44).

Hıristiyanlığın entelektüel ve siyasal hakimiyetinin söz konusu olduğu takip eden dönemde Thucydides'de ifadesini bulan klasik düşünce sisteminin etkinliği kaybolmuştur. Bu dönemde insanoğlu için öncelik entrikalarla dolu bu dünya olamazdı, gerçek mutluluğun elde edileceği öteki dünya için yaşamak ve yatırım yapmak öncelikliydi. Dolayısıyla çıkar gibi salt bireyle bağlantılı değerler, reddedilmesi gereken olumsuz değerler olarak kabul edilmekteydi. Bununla uyumlu bir biçimde, bireyler için olduğu gibi devletler için de varlık sebebi dar bir çerçeveye sıkıştırılmış çıkarlar olamazdı. Genel kabul gören daha evrensel ve kutsal olan için mücadele olmalıydı. Ara dönem olarak adlandırabileceğimiz ve Reform/Rönesans ile sonlanacak olan bu dönem, çıkar kavramı açısından olumsuz bir dönem oldu.

II. NİCCOLO MACHIAVELLİ, *PRENS* VE ÇIKAR

Bu yaklaşımın sonunu işaret eden en önemli isim Niccolo Machiavelli'dir (1469-1527). 15. Yüzyıl'ın sonlarında ve 16. Yüzyıl'ın başlarında, İtalyan şehir devletlerinin karmaşa içerisinde olduğu bir dönemde, Floransa kent devletinde üst düzey bir görev olan İkinci Sekreterlik görevini 1489-1512 yılları arasında aralıksız 14 yıl süreyle yürüten Machiavelli, daha sonra gözden düştüğü dönemde yazdığı ve iktidardaki Medici ailesine sunduğu ünlü klasiği *Prens*'te kendi sözleriyle "prenslik nedir, türleri nelerdir, nasıl kazanılırlar, nasıl elde tutulurlar, neden kaybedilirler"i tartışır.¹ Machiavelli'nin prenslikle kastettiği günümüzün devletidir. O *Prens*'te devlet kurmanın ve yönetmenin inceliklerini, tecrübelerine dayanarak kaleme alırken, güç ve dolaylı olarak çıkar kavramlarını devletin bütünlük ve kalıcılığında önemli olgular olarak görür.² Aslında Machiavelli çıkar kavramını doğrudan doğruya hiçbir zaman

kullanmaz. Fakat yazılarındaki tarzı, Hıristiyanlığa ve bakış açısına karşı geleneksel değerlere öncelik veren yaklaşımı çıkar kavramına dayalı “yeni” diplomasiye geçişte Machiavelli’ye ayrıcalıklı ve önemli bir konum sağlamaktadır (Meinecke, 1998).

Machiavelli’yi farklı düşünmeye sevk eden, içerisinde yaşadığı ortam ve karmaşık ilişkiler ağıdır. İtalya’nın 1494’de VIII. Charles tarafından işgal edilmesi sonrasında Avrupa’nın içine düştüğü büyük karmaşa Machiavelli’yi İtalya’yı bu durumdan nasıl kurtarabileceği konusunda düşünmeye ve yazmaya iter. Bu dönem İtalya’ında, temel siyasal birimler kent devletleridir ve onlarda büyük bir karmaşa içerisindedirler. Sürekli bir çekişmenin yaşandığı bu devletler arasında ittifaklar, dostluk-düşmanlık ilişkileri ve sınırlar güçler dengesindeki değişimlere bağlı olarak sürekli değişmektedir. Bu da doğal olarak yöneticileri iç ve dış politikada bir takım sıkıntılarla karşı karşıya bırakmaktaydı. Machiavelli tüm bu faktörleri dikkate alarak, siyasi ve idari tecrübelerinin de ışığında, İtalya’nın dağılık durumunu sonlandıracak bir İtalyan birliğinin kurulmasını sağlayacak çareleri üretmeye çalışmaktadır. Nitekim *Prens*’in XXVI. ve son bölümüne verdiği isim bunu yansıtmaktadır: “İtalya’yı Almanya ve Barbarların Elinden Kurtarmaya Çağrı”.

Bu çerçevede Machiavelli’nin üzerinde ısrarla ve dikkatle durduğu kavram devlettir.³ Bir kavram olarak devlet, o dönem için oldukça yenidir. *Prens*’in ilk sekiz bölümünde uzun uzun devletin ne olduğu, çeşitleri ve de özellikle devletlerin hangi yollardan ele geçirildikleri üzerinde durur. Devlet kavramı, o zamana kadar kullanılan prenslik, beylik, krallık ya da imparatorluk gibi terimlerin yanında yeni yeni yerini almaktadır. Machiavelli’de devletle kendi kendine yeterli, diğer devletlerle sürekli ve kalıcı ilişkiler kurabilen ve bu nedenle de güce ihtiyaç duyan bir varlık olarak ilgilenmiştir.

Machiavelli’nin bakış açısıyla insanlar “nankör, değişken, içten pazarlıklı, korkak ve çıkarıcıdır” (1994: 106). Devlet ise insanın bu bencil doğasını, sosyal olarak arzulanan amaçlara yönlendiren en önemli araçtır. Aynı zamanda insanoğlu devlet aracılığıyla güvenliğini ve devamlılığını sağlar. Bu nedenle devlet varlığının ve devamlılığının korunmasının ötesinde daha yüce bir sona, ilahi amaca ya da “çıkarcı”ya sahip değildir.

Prenslerin ya da devlet adamlarının davranışları ve politikaları iktidara gelme, iktidarda tutunma ve iktidarı kullanma sanatı olan siyaset çerçevesinde olmalıdır. Bu bağlamda prenslerin siyasetteki amaçları devletin ele geçirilmesi ve elde tutulmasıdır. Bu hedef doğrultusunda amaca ulaşmada her türlü araca başvurmak mubah sayılır. Prensleri değerlendirirken bakılması gereken, araçlar değil amaçtır. Bu bakış açısıyla prenslerin kararları ve politikaları devletin

varlık sebebine (hikmet-i hükümet-*raison d'état*) yönelik politikalar ve güvenliği öne çıkartan kararlar olmalıdır.

Güvenlik ihtiyacı doğal olarak, devletlerin diğer devletlerin hareketlerini/politikalarını takip etmelerine yol açacak ve dolayısıyla Kıta'da kalıcı diplomatik ilişkiler sisteminin kurulmasını sağlayacaktır. Bu sistemin temelinde ise çatışma, güç ve çıkar kavramları yer almaktadır. Machiavelli'ye göre devletler arasında doğal ve gerekli bir düşmanlık bulunmaktadır. Buna bağlı olarak birinin çıkarlarının gelişmesi zorunlu olarak diğerinin zararınıdır. "Bir başkasının yükselmesine sebep olan kendi sonunu hazırlar; bunun için ustalık ya da güç kullanmış olabilir; ama her biri de sonradan bu yolla güçlenmiş olana artık dayanılmaz hale gelir" (Machiavelli, 1994: 51).

Çare ya da çözüm güçlü devletlerin kurulmasıdır. Güçlü devletten kast ise dinin etkisinden uzakta farklı değerlere dayalı biçimde ortaya çıkan yeni bir yapıdır ve bu bağlamda Machiavelli politikanın dini ve etik yönlerini bir kenara itmiştir. Bu çerçevede Machiavelli'nin *Söylevler*'inde vurguladığı nokta önemlidir: "İtalya'nın hiçbir zaman bir önder buyruğunda toplanmamasının sebebi, ne tüm İtalya'yı kendisi yönetecek kadar güce sahip bulunan ne de herhangi bir gücün bu egemenliği korumasına imkan veren kilisedir" (Şenel, 1995: 310). Machiavelli politikayı Hıristiyan bireyin ya da iyi vatandaşın bakış açısından algılamak yerine, politikaya yöneticinin, devletin ve de yeni oluşmakta olan "ulusun" bakış açısından yaklaşarak güç kavramını öne çıkartmıştır. Yöneticiler "girişimlerini başarıya götürmek için dualarına mı güveniyorlar, güçlerine mi" sorusuna verdiği cevap O'nun bakış açısını açıkça gösterir: "Yalnızca dua gücüyle hareket ediyorlarsa kaçınılmaz bir şekilde yenilgiye mahkumdurlar; ama eğer güçleri varsa yenilgi çok enderdir. İşte bunun içindir ki tüm silahlı peygamberler muzaffer olmuşlardır; silahsız peygamberler ise elleri böğürlerinde kalmışlardır" (Machiavelli, 1994: 60).

Bu cevaptan anlaşılacağı üzere güç, doğrudan doğruya ordu ve bilge prensle eşleştirilmektedir. "Tüm devletleri ayakta tutan başlıca temeller iyi yasalar ve iyi ordulardır. İyi ordular olmadan iyi yasalar olmayacağına göre ve iyi orduların bulunduğu yerde iyi yasaların olması gerektiği için yasalar üzerinde durmayı" (Machiavelli, 1994: 86) ordular üzerinde durulmalıdır. Onun üzerinde "iyi ordu" olarak durduğu ise "öz ordu" şeklinde nitelediği, kendi halkından oluşan günümüzün "ulusal" ordusudur. "Devlet eğer kendi özünden bir orduya sahip olmazsa güvenlikte değildir, tüm yazgısı talihin eline teslim edilmiştir, ...düşmanlıklar karşısında onu savunacak hiçbir güce sahip değildir" (Machiavelli, 1994: 94).

Machiavelli, yukarıda ana hatları verilen genel teorisi içerisinde çıkar kavramını doğrudan doğruya hiçbir yerde kullanmamıştır. O'nun kullandığı

kavram “zaruret”dir (*necessita*). Machiavelli’ye göre zaruret prensleri harekete geçirmekte ve klasik fatihlerin yaptıklarının ve klasik filozofların söylediklerinin tersine, ahlaki özellikleri yeni bir erdeme dönüştürmektedir. Ütopyanın, yani elde edilmesi gereken en iyinin zaruret kavramı ile yer değiştirmesi, çıkarın inşa edilmesi için gerekli olan ilk temel dayanak noktasıdır. Bu bakış açısıyla adı çıkar olarak konmadan çıkar yani zaruret prensleri doğru yöne yönlendiren yeni temel kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla Machiavelli çıkar kavramının kökenidir, yaratıcısı değil (Mansfield, 1995; Forde, 1995).

III. ÇIKARDAN ULUSAL ÇIKARA

Çıkar kavramının başına “ulusal” sıfatının eklenerek günümüzde kullanılan biçimine ve anlamına benzer bir hal alması ise ulus devlet olgusunun ortaya çıkmasıyla birlikte gerçekleşmiştir. Fakat bu gelişme öncesinde, 11-13. Yüzyıllar arası dönemde, Kıta Avrupası’nda hakimiyetini sürdüren *res publica christiana*’nın yerini, yavaş yavaş da olsa ulusal olmayan merkeziyetçi monarşik ve “modern” bağımsız devletler almaya başladı.⁴ Bu sürecin sonunda tüm Kıta’yı kapsayan kalıcı diplomatik ilişkilerin şekillenmeye başladığı 16. Yüzyıl’da, feodalizmin yerel ve parça parça çıkarlarının ötesinde günümüzde “kamu çıkarı” olarak nitelenen “ortak çıkar” olgusu ortaya çıkmıştır (Philpott, 2000: 210).

Bu noktada kısa bir parantez açarak ulus ve ulus devlet kavramları üzerinde durulmalıdır. Modern ulus devletinin ortaya çıkışı ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunların ulus devletinin oluşumu ile ilgili farklı yaklaşımlar sergiledikleri de belirtilmelidir. Fakat bu süreç üzerinde çalışan teorisyenlerin üzerinde uzlaştıkları genel kabul ulusun koşullara bağlı bir olgu olduğudur. Farklı yaklaşımlar ve tartışmalar da bu zeminde ortaya çıkmaktadır. Bu koşulları, Immanuel Wallerstein gibi ekonomik temelden hareketle açıklamaya çalışanlar olduğu gibi, Barth gibi siyasal analizler ya da Benedict Anderson ve Ernest Gellner gibi büyüme yönelimli endüstriyel toplumlar ya da doğal olmayan suni hayali topluluklar ya da cemaatler temelinde anlamlandırma ve tanımlama çabaları bulunmaktadır.⁵

Neredeyse tüm çalışmaların ortaklaşa kabullendiği diğer bir nokta da ulusçuluğun, ulus ve ulus devletinin Batı ya da Avrupa kaynaklı bir biçimde 18. Yüzyıl’da ortaya çıktığıdır (Kedourie, 1960). A.D. Smith (1999: 10 ve 25) “birbiriyle bağlantılı yeni bir tür siyasa –rasyonel devlet- ve yeni bir topluluk türü –teritoryal millet- ilk kez Batı’da ortaya çıktı” değerlendirmesini yapmaktadır. 18. Yüzyıl’da ortaya çıkan bu yeni ve başarılı yapı Avrupa’nın ve dünyanın geri kalanını da özendirdi ve hızla yayıldı (Tilly, 1995).

Her ne kadar 18. Yüzyıl ulus ve ulus devletinin yükselişe geçişi ve ulusçuluğun bir ideoloji haline gelmesinin yüzyılı olsa da, duygusal anlamda ‘ulus’ denilebilecek bir his ya da düşünce birliğine 15. Yüzyıl’ın sonlarından itibaren rastlanmaktadır. Machiavelli ve takipçilerinin önemi de buradan kaynaklanmaktadır. Bu isimler başında ulus sıfatının yer aldığı olguların/kavramların oluşum sürecinin esin kaynakları olarak öne çıkmaktadır. Smith (1999: 137-138), ulus devlet ortaya çıkmadan önce, 16. ve 17. Yüzyıllarda, öncü olarak “milli karakter” ve “milli deha” kavramları kullanılmaya başladığını ve gittikçe artan bir biçimde ilgi ve kabul gördüğünü ileri sürmektedir.

Ulusal çıkar kavramı da bu çerçevede yukarıda değinilen benzeri kavramlarla eş zamanlı bir biçimde 18. Yüzyıl’dan itibaren kullanılmaya ve kabul görmeye başlamıştır. 18. Yüzyıl öncesinde de çıkar kavramı vardı, fakat ulusal çıkar yerine, duruma göre değişmekle birlikte, “prensın amacı”, “hanedan çıkarları” ya da “raison d’état” gibi değişik kavramlar kullanılmaktaydı (Frankel, 1970: 20). Bu kavramlar *ancient regime* boyunca kullanılmış kavramlardı. Nitekim bu bağlamda Charles Beard’de çıkar kavramının modern anlamda ve gerçekçi yaklaşım çerçevesinde tartışıldığı ilk eser olan kitabında “ulusal onur”, “kamu çıkarı” ve “genel amaç” gibi kavramların da ulusal çıkarla birlikte bu dönemde ve ulus devletle birlikte ortaya çıktığını belirtmektedir (Beard, 1934: 20-22). Bu dönemde halkın siyasal sürece gittikçe artan bir biçimde katılımının sonucu olarak ulusal çıkar kavramı neredeyse ulusun tamamını kapsayan bir anlam kazanmaya başlamıştır (Uzgel, 2004: 55).

Bu noktada belirtilmesi gereken 15-18. Yüzyıllar arasında şekillenen ve ulus devlet olarak adlandırılan yapının aslında bürokratik devletten başka bir şey olmadığıdır. Bu üç yüzyıllık süreç, merkezinde özel-profesyonel askeri gücün, eskinin kalıntısı aristokrasi karşısında etkinlik kazanan burjuva sınıfının ve bu sınıfla ittifak içerisindeki entelijansiyanın yer aldığı devletin şekillendirilmesi sürecidir. Bu grupların liderliğinde yürütülen askeri, kültürel ve eğitim alanlarındaki devrim, yani kitlesel eğitim ve zorunlu askerlikle birlikte şekillenen sekülerleşme, ulus devleti yarattı. Dönüşümün temelinde yatan mantık ise devletin bölünmezliği idi. Bu da bütün vatandaşların aynılığını ve homojenliğini gerektirmekteydi. Kısacası ulus kavramının özünde vatandaşlığın yattığı söylenebilir.

Bu çerçevede çıkar kavramının “ulusal çıkar”a yakın bir içerikte kullanımı, ki modern anlamdaki kullanımına çok yakındır, Machiavelli’den etkilenerek “*Tacitus*” adı altında gruplaşan ve bilinen *Tacitist*’lerce olmuştur (Mansfield, 1995: 64). Bu grubun en bilinen isimleri Giovanni Botero (1540-1617) ve Trajano Boccalini (1556-1613)’dir. Çıkar kavramı bu isimlerin çalışmalarında Machiavelli’nin etkisi altında şekillendirilir. Botero, 1589’da

basılan kitabı *Della Ragion di Stato*'da Machiavelli'nin şekillendirmeye çalıştığı devleti kişisellikten, yani prenslerin ya da kralların şahsından kurtararak bağımsız, kendi öncelikleri olan bir yapıya dönüştürmeye çalışır. Bu çerçevede de *ragion di stato* (hikmet-i hükümet) kavramına başvurur. Hükümdarların kararlarına temel teşkil eden kavram artık çıkar kavramıdır (Mansfield, 1995: 64).

Benzer bir biçimde Boccacini'de çıkar kavramını doğrudan doğruya Machiavelli'den etkilenecek şekilde kullanır. Boccacini'ye göre çıkar, zorba olsun ya da olmasın tüm prenslerin ruhuna hakim olan ya da olması gereken “gerçek tiran”dır. Bu, çıkar kavramını nitelemek için Machiavelli'den devralınan temel olgudur. Boccacini tiran ya da tiranlığın getirdiği olumsuz anlam ve havayı ortadan kaldıracak temel kavram olarak çıkarı görmektedir. Çıkar, tiran olsun ya da olmasın hükümdarın kararlarında ya da uygulamalarında temel belirleyicidir. Bu bağlamda çıkarlar çerçevesinde karar alan hükümdar, doğal olarak tiran etiketinden kurtulacaktır. Bu bir anlamda hükümdarların karar ve uygulamalarına meşruiyet yaratmada yeni bir kavramın, yani çıkarın icadı anlamına da gelmektedir (Mansfield, 1995: 51).

Yine bu dönemde, görevi ve konumu nedeniyle, çıkar kavramı üzerinde daha kapsamlı ve etkileri sonraki dönemde de devam edecek şekilde duran önemli bir isim olarak, Dük Henri de Rohan'a (1579-1638) değinilmelidir. De Rohan'ın, merkezi Fransız monarşisinin “devlet çıkarlarının” sembolü kabul ederek Kardinal Richelieu'ya (1585-1642) adadığı, 1638'de yayımlanan monografisi “*De l'interest des Princes et des estats de la Christiente*” çıkar kavramının bir kitabın başlığında kullanıldığı ilk eser olma özelliğine sahiptir (Mansfield, 1995: 64). Bu kitap aynı zamanda çıkar kavramının modern uluslararası politika alanında kullanıldığı ilk eserdir (Clinton, 1994: 7).

Rohan'la birlikte çıkar kavramı, insanların akılcı hesaplarla harekete geçirilen, ihtiyatla takip edilen ve devletin genel amaçlarına uyarlanan isteklerini ifade etmek amacıyla kullanılmaya başlar. Rohan'a göre “...bize yanlış tasarlanmış endişeler veren düzensiz isteklerin, şiddetli arzuların ve batıl fikirlerin karşısındaki güç sadece akıl tarafından idare edilen çıkarlarımızdır” (Aktaran Mansfield, 1995: 64).

Rohan ve kitabı üzerinde durmadan ve kitabın amacımız açısından önemini vurgulamadan önce, Rohan'ın kitabını adadığı Kardinal Richelieu'nun önemini farkında olmak gerekir. Dönemin Fransa'sında bir nevi başbakanlık görevini üstlenmiş olan Richelieu, Fransa'nın, içeride ve dışarıda gerçek egemenlik ve bağımsızlığın elde edildiği noktaya kadar büyütülmesi gerektiği fikrinin, iç ve dış politikanın özünde yer alan asli unsur olduğunu kabul etmekteydi. Bu çerçevede monarşinin gücünün içeride ve dışarıda bulunan

rakilere karşı artırılmasını amaçlamış, Fransız politikasını da bu yönde şekillendirmiştir. Her ne kadar bazı tarihçiler, izlediği politikalar nedeniyle Richelieu'yu Fransız Devrimi'ni yaratan koşulların asli sorumlusu; uluslararası politikanın idealizmden uzaklaşmasının, Avrupa'daki evrenselliğin kaybedilmesinin sebebi ve ilkel kaba gerçekçiliğin zirvesi olarak görseler de Richelieu'nun bıraktığı izin anlaşılması günümüz uluslararası politikasının anlaşılmasında kilit öneme sahiptir (Wight ve Parter, 1991: 122).

Bu bağlamda Henri de Rohan'ın yaşadığı döneme ve ilişkiler zincirine göz atıldığında Hıristiyanlığın yani Papalığın, devletler ve yöneticileri üzerindeki baskısının törpülenmeye başladığını ve seküler devlet anlayışının gittikçe güçlenen bir biçimde ağırlığını hissettirmeye başladığını görmekteyiz. Dinsel önceliklerin ve dış müdahalelerin yavaş yavaş dışlanarak etkisinin silinmeye başladığı bu dönemde vatandaşlık bilincinin de gelişmeye başlamasıyla birlikte, Rohan çıkar olgusunun devlet yapısı içerisindeki etkisini vurgular. Bu çerçevede de dönemin devletler sistemini analiz etmeye ve başlıca büyük güçlerin ya da devletlerin çıkarlarını tanımlamaya çalışır. Buna bağlı olarak başarısız kabul edilen devletlerin başarısızlıklarının ardında hükümdarların devletlerini “objektif” çıkarlar yerine kendi kişisel çıkarlarının/tutkularının esiri olarak yönetmelerinin yattığını ispat etmeye çalışır. Rohan, hanedanların ve hanedanlık ilişkilerinin varolan klasik biçimini farklı bir biçimde yeniden yorumlayarak devletle ve devletin diğer devletlerle olan ilişkileriyle bağlantılandırır. Bu yeni bakış açısıyla “krala ve kralın müttefiklerine dayalı krallığın gücünü belirleyen artık kan bağı değildir, çıkarlardır” (Kratowil, 1982: 12-13).

Rohan'a göre “Prensler insanları idare eder ve çıkarlar da prensleri. Çıkarın bilgisi daha çok prenslerin hareketlerinin üzerinde büyür, aynı kendilerinin insanların üzerinde olması gibi. Prens kendisini kandırabilir, danışmanları kokuşmuş olabilir, fakat çıkar tek başına asla kaybetmez. Doğru ya da yanlış anlaşılmasına bağlı olarak devletleri yaşatır ya da öldürür” (Aktaran, Kratochwil, 1982: 12; Clinton, 1994: 8).

IV. WESTPHALIA, HOBBS VE ÇIKAR

Rohan'ın bu değerlendirmeleri yapmasını mümkün kılan doğal olarak içinde yaşadığı siyasal ortamdır. Bu dönemin Avrupa'sının siyasal ve sosyal hayatını etkisi altına alan 1618-1648 yılları arasında devam eden ve oldukça uzun bir dönemi kapsayan 30 Yıl Savaşları'dır. Bu çekişme ve çatışma dönemini takiben imzalanan Westphalia Anlaşması'yla Avrupa'da devletler sistemi olarak nitelenen sistemin temelleri atılmış ve ulus devlete giden yapının yolu açılmıştır (Morgenthau, 1985: 328-330). Gerçektende Westphalia, ulus

devlet anlayışının büyük bir hızla eskinin kutsal, tanrı ya da yüce varlığa dayalı dinsel içerikli devlet yapısından seküler ve ulusal çıkara dayalı, akılcı modern devlete geçişte dönüm noktasıdır. Westphalia ile toprak ve ekonomiye dayalı özerk bir siyasal otorite sistemi kurulmuştur. Burada toprağa dayalı olma fikriyle, daha önceki dönemlerden farklı bir biçimde tanımlanmış bir coğrafi alanda uygulanan siyasal otorite kastedilmektedir. Özerklik ise devletin sınırları içerisinde devlet dışında hiçbir dış unsurun otoritesinin olmaması anlamındadır. Westphalia'dan sonra Avrupa “kendi yasalarına göre hareket eden, kendi siyasal ve ekonomik çıkarlarını izleyen, serbestlik içinde ittifaklar kuran ve bazen, savaş ile barış arasında, güç dengesi kurallarına göre durum değiştiren, elçi gönderip kabul eden bağımsız ve özgür devletlerden oluşacaktır” (Sander 1994: 74).

Çıkar kavramının gelişerek günümüzdeki anlamına doğru dönüşmesi süreci bu dönemde, yani 17. ve 18. Yüzyıllarda hız kazanır. Artık çağın düşün hayatında ve siyasal literatüründe yer almaya ve yoğun bir biçimde tartışılmaya başlar. Çıkarın sadece politikada kullanılan geçici bir çare olmadığı, insanın yeni evrensel doğasını tanımlamada başvurulması gereken bir olgu olarak önemli bir rolü olduğu değerlendirilmeye başlanmaya başlar (Mansfield, 1995: 51). Bu noktada çıkar kavramın hükümdarların çıkarları olmaktan çıkarak evrensel bir kural olarak devletlerin hedeflerini ya da hareket tarzlarını açıklamada başvuru bir değer olarak kabulünde Thomas Hobbes (1588-1679) ismi öne çıkmaktadır.

İngiltere’de iç savaşın getirdiği sıkıntılı ve sarsıntılı dönemi yaşayan Hobbes ve çağdaşı düşünürlerle birlikte sistem siyasallaşır ve işin içerisine adalet kavramı girer. İçinde yaşadığı dönemin psikolojisi çerçevesinde Hobbes’un önceliği iç savaşların engellenmesidir. Bunun başarılabilmesinin yolu egemenliğin tek elde toplanmasıdır. Bunu sağlayacak en iyi yöntem ise mutlak monarşinin hakim kılınmasıdır (Ağaoğulları ve Köker, 2000: 149-255).

Hobbes’un toplum felsefesinin temelinde kutsal hak teorisi yerine ahlaki ve siyasal zorunluluğa dayalı seküler bir teori yatar. Hobbes’a göre insanın toplum içindeki davranışlarının temelinde yaşamını sürdürmek amacı ve bunun uzantısı olarak güvenlik isteği yatar. Bu durumda asli olan bireylerin çıkarlarıdır. Toplum bireylerin çıkarlarını gerçekleştirmede sadece aracıdır. En öncelikli çıkar ise güvenlidir. Güvenlik isteği insan doğasının temel gereksinimidir. Hobbes’un felsefesini şekillendiren temel anlayış da budur.

“Doğa durumu” ile bilinen Hobbes’un teorisine göre toplum ve devlet ortaya çıkmadan önce güvenlik gereksinimi içerisinde olan ve bu nedenle öteki insanlar üzerinde iktidar kurma isteği ile dolu insanlardan oluşan bir insan kalabalığı söz konusuydu. Bu kalabalık ya da doğa durumundaki insanlar,

“insan insanın kurdudur” prensibi çerçevesinde en azından birbirlerini öldürebilme yeteneğine sahip eşit insanlar olarak yaşamaktaydılar. Fakat eşitlik bir anlamda da eşitsizlik anlamına gelmekteydi ve bu durum insanların içerisinde buldukları güvensizliği yaratan asli nedendi. Bu yüzden insanlar “Doğa Yasası”na uyarak doğa durumundan kurtulmayı tercih ettiler. Hobbes’un doğa yasası ile kastettiği ise rasyonel olan ve insanın kendi yaşamı için zararlı olanı yasaklayan genel kuraldır (Ağaoğulları ve Köker, 2000: 175-187).

Özet olarak, Hobbes’un değerlendirmesiyle, insanlar doğal durumda organize olmadan eşit bir durumda, fakat güvensiz bir ortamda yaşamaktaydılar. Takiben aklın gereği doğa yasasına uyarak bu güvensiz ortamı aşmaya karar verdiler ve bunun aşılmasını sağlayacak yolu da toplum sözleşmesiyle devleti (*Leviathan*) kurarak buldular. Devleti kuran toplum sözleşmesidir. Toplum sözleşmesiyle bireyler tüm haklarını bir egemene devrederler ve böylece uygar toplum durumuna geçerler. Toplum sözleşmesinin varlık nedeni, can ve mal güvenliğinin sağlanmasıdır (Ağaoğulları ve Köker, 2000: 188-197). Bunun için de mutlak egemenlik yoluyla yani bireylerin tüm haklarını devretmeleriyle mümkün olabilecek olan anarşi durumunun ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu bağlamda egemen zorba dahi olsa uyrukların ona itaat etmeleri temel kuraldır. Egemenin temel sorumluluğu da, uyrukların can güvenliğini sağlamaktır (Jackson ve Sorensen, 1999: 73-74).

Hobbes’u, toplum düzeyinden devletlerarası ilişkiler düzeyine geçildiğinde de benzer bir biçimde değerlendirmek olanaklıdır. Doğa yasası ötesinde tüm devletlerin tam özgürlüğünün söz konusu olduğu herhangi bir uluslararası yasa ya da sistem söz konusu değildir. Sistem sözleşmeye dayalıdır fakat özünde anarşiktir. Dolayısıyla bireysel olarak insanların yaşamlarını tanımlayan doğal durum düşüncesi devletlerin birbirleri ile olan ilişkilerini tanımlamada da geçerlidir (Russell, 1990). Tek tek devletlerin diğer devletlerle ilişkileri ve bunun yanı sıra sistem içerisindeki rolleri toplum içindeki bireylerin diğer bireyler ve toplumla ilişkileriyle karşılaştırılarak ele alınabilir. Bireylerin toplum içerisinde kendi çıkarlarını takip etmeleri gibi devletler de bağımsız karar alıcılar olarak anarşik karaktere sahip uluslararası sistem içerisinde kendi çıkarlarını takip ederler. Yine bireylerin çıkarlarının temelinde güvenlik ihtiyacının yer alması gibi devletlerin çıkarlarının da temelinde güvenlik ve bununla ilintili olarak bağımsızlık yer almaktadır. Bunlar hayati çıkarlardır. Kişisel çıkara ve paralel biçimde devletin çıkarına bakış açısı ulusal çıkar kavramının tarihsel gelişim sürecinde Hobbes’a ayrıcalıklı ve öncelikli bir yer kazandırmaktadır.

Bu tür düşüncelerin tartışılıp geliştirildiği 1648 Westphalia sonrası dönem, 1815 Viyana Kongresi’ne dek uzanan süreçte dahil olmak üzere, Avrupa’da ulus devletin yerleştiği, güç ve güç dengesi kavramlarının en etkin

biçimde kullanıldığı dönemdir. Büyük bir hızla gelişen ticaret, burjuvazi ve 1789 Fransız Devrimi'yle birlikte gelişmeye başlayan ulus kavramına dayalı politikalarla birlikte ulusal çıkar kavramı da siyaset sahnesinde önemi gittikçe artan bir kavram olarak yerini almaya başlamıştır. Ulus devlet, ulusal ordu ve ulusçuluk kavramları ile birlikte tek başına birey ya da monark çıkarları yerine yeni bir kavram olarak ulusal çıkarın kullanımına doğru bir dönüşüm yaşanmıştır (Clinton, 1994: 8-10).

V. AYDINLANMA, AVRUPA UYUMU VE ÇIKAR

Tüm bu gelişmeleri çevreleyen ise Aydınlanma dediğimiz, düşünce sisteminde meydana gelen büyük dönüşümler sürecidir. Aydınlanmanın temel değeri olan rasyonalizmle aklın önemi öne çıkartılmış, doğa bilimlerindeki gelişmelere paralel biçimde, devlet adamları ve siyasal düşünürlerce eşit ve düzen içerisindeki bir siyasal dünyada çıkarların dengeli bir biçimde tanımlanabileceği ve bu çerçevede hareket tarzları geliştirilebileceği tartışılmaya başlamıştır. Bu bağlamda diğer devletlerin de kendi çıkarları olabileceği, bunun meşru bir şey olduğu, karşılıklı çıkarların uzlaşabileceği gibi yeni ve hoşgörüyü öne çıkaran bir yaklaşım gelişmeye başlamıştır (Hof, 1995).

Ulusal çıkar bu dönemde hem uygulamacılar olarak devlet adamları, hem de dönemin diplomasi teorisyenlerince sıkça kullanılmaya başlandı. Bu bağlamda Prusya Kralı Büyük Frederick (1712-1786) ve Amerika'nın kurucu isimlerinin önemine değinilmelidir. 1740-1786 döneminde Prusya tahtına geçen II. Frederick, Prusya'yı Alman Birliği öncesindeki güçlü durumuna ulaştıran isim olduğu için Büyük unvanını taşımaktadır. Frederick'in yaklaşımında, eski dönemi andırır biçimde ulusal çıkarın, ülkeyi idare eden hükümdarın çıkarından başka bir şey olamayacağı vurgulanmaktaydı. Bu bir anlamda kutsal bir durumdu. Fakat Frederick aynı zamanda hükümdarın çıkarının öncelikli olduğu eski tarz çıkar algısının da karşısındaydı. Frederick kendisini halkın gerçek hizmetkârı olarak nitelemekteydi ve bu anlamda halkın ve devletin çıkarının dışında kendisinin kişisel herhangi bir çıkarı olabileceğini reddetmekteydi. Bu bir anlamda bir çeşit "aydın" lider olarak çıkarları ve gerçekçi yaklaşımın hikmet-i hükümet anlayışını destekleyen bir değerlendirmedir. Frederick aynı zamanda, Thucydides benzeri bir anlayışla sistemde lider rolü üstlenmiş olan güçlerin sistemin gereklerini de dikkate alarak bir çıkar tanımlaması yapmaları gerektiğini vurgulamaktaydı (Clinton, 1994: 11-12).

Yine bu dönemde, 20. Yüzyıl'ın Amerikan gerçekçilerinden çok daha önce Avrupa'dan bağımsız yeni bir sistem kurma çabası içindeki Amerika'nın kurucu devlet adamlarının ulusal çıkar kavramına sıkça başvurdukları görülmektedir (Rosenau, 1968: 34). Bu isimler her ne kadar Avrupa'dan

bağımsız yeni bir sistemin peşindeyseler de kendilerini Avrupa'nın sistem ve değerlerinden çok da uzaklaştırmamaktaydılar. Çıkar da bu çerçevede Avrupa'daki kullanımıyla eş zamanlı ve benzer bir biçimde Amerika gündeminde yer almaya başladı. Amerikan Devrimi sırasında Amerikan güçlerinin başında yer alan George Washington'ın 1778 tarihli şu açıklaması bunun güzel örneklerinden bir tanesidir:

“İnsanlığın tarihinin ötesinde, insan doğasının küçük bir bilgisi dahi bizi çıkarın insanlığı yönlendiren temel prensip olduğuna kolaylıkla ikna edecektir; ve hemen hemen her insan az çok bunun etkisi altındadır. Kamusal erdemün güdülere bir an için ya da belki belirli bir durumda insanı tamamen tarafsız bir harekette bulunmak üzere harekete geçirebilir; fakat bunlar kendi başlarına sosyal yükümlülüğün rafine olmuş dayatmalarını ve zorunluluklarını koruyacak uyumu üretmek için özel çıkarlarının ya da avantajlarının tüm boyutlarından sürekli olarak özveride bulunabilmektedirler. İnsan doğasının günahkârlığını haykırmak boş bir uğraştır... Her dönemin ve ulusun deneyimleri bunu kanıtlamaktadır ve bizler bunun tersini gerçekleştirmeden önce ana işlem olarak insanlığın anayasasını değiştirmek zorundayız. Muhtemel doğruluğu olan düsturların üzerine kurulu olmayan hiç bir kurum başarılı olamayacaktır (Clinton, 1994: 12; Thompson, 1992: 86)”.

Amerika'da dönemin liderlerinin bakışıyla, kişisel çıkarlar ve bunların birbirleriyle rekabet içerisinde olması gibi devletler de kendi çıkarlarına sahiptirler ve bu çıkarlar uzlaştırılmadığı sürece rekabet halindedir. Fakat bu doğal bir durumdur. Bu bağlamda Amerika'nın kurucuları aslında Avrupa'daki karşıtlarından çok da farklı düşünmemektedirler. Yapmaya çalıştıkları çıkarları bencil istekler olmaktan çıkartıp hesaplanmış, ortakça paylaşılan değerlere dönüştürmektir. Özellikle Avrupa'dan farklı bir siyasi yapıya, yani seçimle gelen demokratik iktidarların yer aldığı sistemin tanımladığı çıkarı barındıran yapıya ve uluslararası sisteme vurgu önemlidir. Bu sürece ve gelişmelere Avrupa'dan farklı bir mecra kazandırmıştır.

Avrupa'da ise 1795-1815 dönemi Napolyon Savaşları'nı takiben toplanan 1815 Viyana Kongresi'nde Avrupa'da sürüp giden savaşların nasıl sona erdirileceği ve çıkar çatışmalarının nasıl dindirileceği üzerinde durulmuş, bu çatışmaların savaşlar yerine diplomatik görüşmelerle yani kongrelerle sona erdirilmesi düşüncesi hakimiyet kazanmıştır. Bu ulusal çıkar kavramına yeni bir bakış açısı getirmiştir. Bu bağlamda Viyana Kongresi'nin yarattığı ve “Avrupa Uyumu” olarak bilinen sistem içerisinde yer alan hiçbir büyük gücün ortaklarının yaşamsal çıkarını, yani güvenliğini ve toprak bütünlüğünü tehdit edememesi ilkesi karşımıza çıkmaktadır. Her büyük güç diğerleri açısından güvenilir olmak durumundadır. Bunu gerçekleştirmek için ortaklar arasındaki tüm çatışmalar alt düzeyde çıkarlar seviyesinde tutulmalıdır. Bu anlaşmazlık

konularının, yani çıkarların pazarlığa ve uzlaşmaya tabi olmasını beraberinde getirmektedir. Ayrıca dönemin sömürgeciliğin zirvesinin yaşandığı dönem olduğunun bilincinde olarak tarafların çıkarlarını tercihen uzak, daha az göze çarpan ve dünyanın henüz üzerinde mücadele edilmeyen alanlarına yönlendirmeleri istenmekteydi (Von Vorys, 1990: 175).

Böylece Viyana Kongresi sonrası, Metternich Dönemi olarak adlandırılan dönemle birlikte, Avrupa'da farklı çıkarlara sahip devletlerin çıkarlarının karşılıklılık ilkesi çerçevesinde tek tek çıkarlardan genel bir çıkarın olduğu dünyaya doğru evrilmesinin zorunluluğu düşüncesi karşımıza çıkmaktadır. Kurulmaya çalışılan yeni dünya düzeni içerisinde savaşın ve çatışmanın bulunmadığı bir dünya için bu gereklilik olarak ortaya atılmaktaydı. Kongrenin var olan devletlerin sınırlarını kutsal ve dokunulamaz sayması bu anlayışın başlangıç noktasıdır. Bu bakış açısı, takip eden dönemin güce ve belirli sınırlar üzerinde kurulu, toprak bütünlüğüne dayalı ulus devletlerin ulusal çıkarları anlayışının da temelidir. Fakat bu düzenin kurucusu Prens Metternich'in (1773-1859) ulus ve dolayısıyla ulusal çıkar anlayışının, temelleri Fransız Devrimi'ne dayanan günümüz anlayışından çok farklı olduğu da bilinmelidir. Metternich'in anlayışının temelinde monarşik-muhafazakar, özünde Hıristiyanlığın öğretilerinin yer aldığı bir düzen inancı ve isteği yatmaktadır. Metternich ve destekçileri Avrupa Uyumu fikriyle ulusçuluk, liberalizm ve demokratikleşme fikirlerinin karşındaydılar. Bu saptama çerçevesinde söylenilebilecek, Metternich ve paydaşlarının bireye ya da tek tek devletlere ait özel çıkarlara karşı tepkileri ve karşıtlıkları nedeniyle tek bir ulusal ya da uluslararası çıkarın olabileceği/olması gerektiği düşüncesine sahip olduklarıdır. Bu anlayışa göre birbirinden bağımsız ve farklı çıkarların varlığı düzensizlik, kontrolsüzlük ve muhtemel savaşlar için yeterli bir sebeptir.

Metternich'in muhafazakar yaklaşımının ve Viyana Düzeni'yle getirilen sistemin en büyük zaafı büyük devletlere bağımlı kalarak, yok etmeyi istediği milliyetçi akımları yeterince dikkate almamasıdır. Viyana Düzeni'nin uzun sayılabilecek bir dönem boyunca Avrupa'da barışı koruduğu doğru olmakla birlikte, düzeni sona erdiren yine bu ortamda serpilip gelişen, korkulan ulusalcı akımlardır. Bu dönemde strateji, güç ve hanedanlık gibi faktörler ulusal ya da ekonomik çıkarlardan üstün tutulmaktaydı.

Bu dönemde devlet bir yapı ve güç merkezi olarak etkinliğini artırmıştır. Fakat hızla gelişen ulusçulukla birlikte kontrol yavaş yavaş hanedanlıklardan ulus devletlere kaptırılmıştır. Her devletin kendi çıkarının bulunduğu ve bunların da karşılıklı olduğunun kabullenilmesi, her bireyin daha güçlü ve kendi çıkarlarını savunan bir devlete sahip olma arzusu ile birleşince ulus devletler daha güçlü ya da en azından güç elde etme hevesinde örgütler olarak hızla geliştiler.

Bunun başarılı bir örneği olarak Prusya'yı ve önemli lideri Otto Edward Leopold von Bismarck'ı (1815-1898) ele alabiliriz. Bismarck, Machiavelli'nin hikmet-i hükümet kavramını güçlü bir silah olarak Prusya'nın gücünü ve büyümesini meşrulaştırmak için kullanmıştır. Bismarck devletler için en yüce değerini ya da yasanın devletin çıkarlarında aranması gerektiğine, bunun da doğrudan doğruya devlet politikalarında hikmet-i hükümet prensibinin temel belirleyici olmasıyla başarılabilmesine inanmaktaydı. Bismarck'a göre "gerçekçi ve başarılı politika sadece devlet adamı ilk olarak kendi devletinin özel ihtiyaçları ve şartlarına baktıktan sonra birikimini bu ihtiyaçların uluslararası arenada nasıl gerçekleştirebileceğine yansıttığında formüle edilebilir" (Aktaran Russell, 1990: 43).

Bu yaklaşım 1815 sonrası dönemde ortaya çıkan düzene karşı fikirlerin, Metternich'in sistemine karşı, 20. Yüzyıl'la birlikte zaferinin belirleyicisidir. Bismarck, Metternich döneminin siyasal romantizmine karşı büyük devlet olmanın gereğini yeniden devlet bencilliği şeklinde nitelediği çıkarlarda aramaktaydı. "Büyük bir devlet için kendi çıkarlarıyla uyuşmayan herhangi bir şey için mücadele etmenin hiçbir değeri olmayacaktır" (Russell, 1990: 44).

Bu sisteme vurulan darbe 1. Dünya Savaşı'dır. Bu dönemin hakim anlayışı, siyasetin, en geniş anlamıyla devletlerin hayati çıkarlarının bilimi olduğu yönündedir. Bu, birbirinden yalıtılmış devletlerin varolamayacağı için devletler topluluğunun yaratılarak günümüzdekine benzer bir sisteme ve çıkar algılamasına dönüşümü işaret eder. Böylece genel çıkarlara dayalı bir biçimde devletler varlıklarını garanti altına alarak bir sistem içerisinde hakim unsurlar olarak yaşamlarını devam ettirirler (Clinton, 1994: 15).

VI. KITA AVRUPASI İLE ANGLO-AMERİKAN FARKLILAŞMASI VE ULUSAL ÇIKAR

1. Dünya Savaşı sonrası dönemde gelişen ve hakimiyet elde eden kabaca iki ayrı yaklaşımdan bahsedebiliriz: Kıta Avrupası ve Anglo-Amerikan yaklaşımları. Bu iki farklı yaklaşım bize ulusal çıkar kavramına bakışta genel bir çerçeve sağlayacaktır. Kıta Avrupası şeklinde nitelenen yaklaşımda, ulusal çıkar olgusuna ve uluslararası ilişkilere bakışta temel kavram yukarıda vurgulandığı biçimde hikmet-i hükümetdir (Russell, 1990: 1-8). Bu kavramın içi; bağımsız devletlerin kendi toprak bütünlüklerini ön koşul olarak kabul ettikleri bir diplomatik yapı ve pratikler bütünü; dışarıdan gelebilecek müdahalelerden bağımsız olarak, pazarlık ya da çatışmalarla çıkarlarını takip etmeleri; güç olgusunun her şeyin önüne geçerek ilişkileri belirlediği anarşik bir devletler sisteminin varlığı; devletin zorunlulukları, gibi kavramlarla doldurulur. Bu kavramlarla birlikte Bismarck döneminin ürünü olarak kabul edilen

'Realpolitik', Kıta Avrupası yaklaşımının özünü oluşturmaktadır. Realpolitik kavramının temel özelliklerini Waltz şu şekilde açıklar:

"Herşeyin başlangıç noktasını idarecilerin ve daha sonra da devletlerin çıkarı sağlar; ...Politika zorunlulukları devletler arasındaki düzenlenmemiş çekişmeden kaynaklanmaktadır; ...Devletin çıkarlarına en iyi biçimde hizmet eden politikalar, bu zorunluluklara dayalı olarak yapılan hesaplamalar ile keşfedilebilir; ...Politikanın en son sağlaması başarıdır ve başarı devleti korumak ve güçlendirmek olarak tanımlanır (1979: 117)".

Bu bağlamda Russell Kıta Avrupası yaklaşımı içerisinde hikmet-i hükümet kavramının uluslararası politika teorisinin ortaya çıkıp gelişmesindeki etkisi üzerine altı temel tema tespit eder (1990: 15): Birinci tema çerçevesinde hikmet-i hükümet "Machiavelli'den Bismarck'a kadar, tek başına yaşayan bireylerin ahlaki eğilimleri ile devletin hem içinde hem de üzerinde yer alan sosyal toplumun ahlaki olmayan doğasını birbirinden kesin bir biçimde ayırma eğilimi olarak karakterize edilmektedir." Dolayısıyla bu yaklaşım içerisinde tek tek bireylerin veya toplumların üzerinde ağırlığını hissettiren ya da grupları yönlendiren ahlaki normların ya da baskının varlığının, devletlerarası sistemde güç ve devletin kendi varlığının korunması dışında, herhangi bir etkisinin reddi söz konusudur. Bu bizi Russell'in ikinci temasına götürmektedir; "devletin kendisi ahlaki bir gücü temsil eder... devlet adamının görevi ise bu siyasal varlık ve onun güvenliğidir. Bunun dışındaki başka ahlaki bir kural değil" (Russell, 1990: 15). Böylece devletin varlığı tek başına önemli bir zorunluluk ve ahlaki norm oluşturduğuna göre, tek bir sistem altında, diğer devletlerin varlığı ve birbirleriyle ilişkileri de önemli bir tema olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu, uluslararası sistemin varlığını bir zorunluluk kılmaktadır. Russell'in değerlendirmesiyle uluslararası çevre vardır ve bir yapıya sahiptir (1990: 15). Yönetici devlet içi yapıya referans vererek politika hedeflerini formüle ederken dış şartlar tarafından da zorlanmaktadır.

Böylesine etkin bir uluslararası sistemin ve etkileşim ortamının kabulüyle birlikte dördüncü tema da belirmektedir. Uluslararası sistem ya da yapı içerisinde karşılıklı olarak devletlerin etkileşimleri söz konusu olunca ortaya kısıtlayıcı ya da hareketi kolaylaştırıcı unsurların, devletleri kıyaslamayı sağlayıcı etmenlerin belirlenmesi gereği çıkmaktadır. Bu da askeri kapasite, savunma gücü gibi kavramlarla birlikte bizi dördüncü noktaya getirmektedir: Güç. Hikmet-i hükümetin "içerdiği fikirler arasında en önemlisi güç kavramıdır. Gücün siyasal hayatın içerisindeki doğasını ve rolünü anlamada güçler dengesi, ulusal çıkar ve diplomasi gibi kavramlar da aynı sonuca giden kavramlar olarak geniş bir biçimde kabul görürler" (Russell, 1990: 16). Bu noktadan sonra uluslararası politikanın böylesine etkin ve kabul görür bir biçimde güç ve güvenlik gibi kavramlarla betimlenebilmesi düşüncesi bizi beşinci temaya

ulaştırır. Bu temanın içerisinde devletlerin ve siyasa oluşturucuların hareketlerini meşrulaştırma yönünde kullandıkları söylemler yer almaktadır. Bu bağlamda, “uluslararası politika en doğru şekilde, güç mücadelesi ve güvenlikle tanımlanır fikrinin en önemli doğal sonucu devlet adamlarının diplomatik sonuçları dini, felsefi, ekonomik ve sosyal hedeflerle tanımlayabileceği fikridir” (Russell 1990: 16).

Bu çerçevede son tema olarak da böylesine bir ortamda karşılaşılabileceğimiz nihai nokta olarak iki ihtimal ortaya çıkmaktadır: Savaş ve barış. Sonuçta, genel olarak Kıta Avrupası teorisinin özünü hikmet-i hükümet olduğu kabul edildiğinde, bu yaklaşım temel özellikleriyle şu şekilde özetlenebilir:

“Harekete geçmeyi sağlayan şey hükümdarın ve onu takiben de devletin çıkarıdır; siyasanın gerekleri devletler arasındaki düzensiz rekabetten kaynaklanır; devletin çıkarına en uygun siyasa bu zorunluluklara dayalı hesaplamalar sayesinde keşfedilebilir; başarı ise siyasanın en önemli sınamasıdır; ve başarı devletin gücünün korunması ve artırılması anlamına gelir (Russell, 1990: 55)”.

Diğer taraftan Anglo-Amerikan tarzı bakış açısında ise, devletin varlığı ve önemi doğal olarak reddedilmemekle birlikte, ahlaki normlar bütünüyle ulusal çıkar ve devlet idaresi kavramları arasındaki sert farklılaşma reddedilmekte, bunlar arasında bir uyum olduğu ya da olabileceği varsayılmaktadır. Ahlaki hareket tarzlarının ulusal çıkarı nitelirmede, kavrama güç ve güçler dengesinin ötesinde bir anlam kazandıracağı ve bunun da önemli bir biçimde gerçek ulusal çıkarı temsil edeceği düşüncesi ortaya atılmaktadır. Böylece, bir anlamıyla Kıta Avrupası sisteminin devleti kutsallaştırması ve devlet ile bağlantılı her kavram ve olguyu zorunluluk ile karşılaması, ulusal çıkara dar, kısıtlayıcı ve zorlayıcı bir anlam yüklerken Amerikan tarzı yaklaşımda göreceli de olsa bir tercih edebilme olgusu ortaya çıkmaktadır.

Kısaca diyebiliriz ki, Amerikan tarzı tek tek, ahlaki normlarla desteklenerek belirlenen, tartışılarak tercihlere konu olabilen, toplumların örf, adet ve ahlaki tercihlerine göre farklılaşan/farklılaşabilen çıkarlar ilkesi, Avrupa tarzı tek köklü, her toplum için özde değişmeyen, tek tek bireyleri baskı altına alma yoluyla devletleri benzeştiren anlayış ile zıt kutupları oluşturur. Daha önce de değinildiği gibi bu “rasyonel, sınırlı devlet şeklindeki çıkar, 19. Yüzyıl’ın ilerlemesi ile birlikte çöker” (Clinton, 1994: 18). Bu çöküşte esas etken Amerika’nın dünya savaşları ile birlikte dünya politikasında gittikçe artan bir biçimde belirginleşen rolüdür. Rosenau’ya göre dünya savaşlarının yaşandığı 20. Yüzyıl’ın ilk yarısı içinde ulusal çıkarın artık bir analiz aracı olarak görülmeye başlanması söz konusudur (1968: 34-35). Savaşların sona ermesiyle

birlikte ulus devletlerin dış politikalarını tanımlama ve açıklamada gerekli ve önemli bir kavram olarak ulusal çıkar daha da bir önem kazanır. Kamu çıkarı ile ulusal çıkar arasında, iç ve dış politikayı nitilemek bağlamında bir ayrışma öngörülmeğe başlar. Dünya savaşlarının çıkış sebeplerinin saptanmasında ulusal çıkarın tanımlanamayışı ya da yanlış tanımlandığı düşüncesiyle birlikte ulusal çıkar kavramının önemi ve analiz edilmesi gereği bir anlamda artar ya da öne çıkar.

SONUÇ

Dünya savaşları sonrası ortaya çıkan Milletler Cemiyeti ve Birleşmiş Milletler önde gelmek üzere 20. Yüzyıl'ın uluslararası örgütleri, ister dünya çapında olsun ister bölgesel, ulusal çıkardan uluslararası çıkar kavramına doğru bir gidiş gibi gözükmektedir, ulusal çıkar kavramının yine de günümüz uluslararası politika ve ilişkilerinin şekillenmesinde hala belirleyici kavram olduğunu görmekteyiz. Ulusal çıkar üzerine yazılmış eserlerin büyük bir çoğunluğu 1950-1960 döneminde yazılmış olmakla birlikte, dış politika yapanlar ve üzerine çalışanların kavramı hala sıklıkla kullanıyor olmaları bunun yansıması olarak kabul edilebilir. Günümüzde dış politikanın amacıyla bağlantılı herhangi bir söz ya da analiz ve ya izlenen değerler kaçınılmaz olarak ulusal çıkara dayandırılmaktadır. Etkin ve yeterli politikaların geçmişi, bugünü ya da geleceği kapsamı her şartta bu politikaların ulusal çıkar ile bağdaştırılmasını önemli ve kabul edilebilir bir zorunluluk olarak karşımıza çıkartmaktadır. Gerçekçi bakış açısıyla “Bazı global eğilimler, uluslararası davranışların ulusal çıkar kavramı ile açıklanması girişimlerinin yararlarını açıkça azaltmaktadır. Fakat yine de ulusal çıkardan tamamen vazgeçilemez” (Rosenau, 1968: 39).

Bu çalışmada “ulusal çıkar” olgusunu ve önemini anlayabilmek adına tarihsel süreçte kavramın gelişimine bakılmıştır. Günümüze dek devlet, güç ve hikmet-i hükümet gibi kavramlarla eş anlamlı bir biçimde açıklanmaya çalışılan çıkara, çeşitli dönemlerde siyasal ortama uygun bir biçimde çeşitli sıfatlar eklenerek bir meşruiyet kazandırılmaya çalışılmıştır. Bu aynı zamanda kavramın önceliğini ve önemini güçlendirme çabası olarak da kabul edilebilir. Kavramın içerisinde hala bir belirsizlik ve tanımlama zorluğu bulunduğu kabul edilmekle birlikte kavramın kökeni sayılan Machiavelli'den Hobbes'a, Metternich'ten günümüzün liderlerine meşruiyet ve hareket zemini kazandırdığı da reddedilemez. Günümüzde hala bireylerin/toplumların/ulusların/devletlerin “hayati çıkarları” vardır ve bu bağlamda ulusal çıkar devletler sisteminin anlaşılabilmesinde kilit öneme sahip kavramlardan bir tanesi konumundadır.

NOTLAR

¹ Machiavelli bu saptamayı, 10 Aralık 1513'de arkadaşı Francesco Venturi'ye yazdığı mektubunda yapmaktadır. Bu mektup Fatih Özgüven tarafından Türkçe'ye çevrilerek *Gergedan Dergisi*'nin Mart 1988 tarihli 13 nolu Rönesans özel sayısında yayınlanmıştır.

² *Prens* ilk defa 1532'de yani Machiavelli öldükten sonra yayımlandı. Yazıldığı ve basıldığı dönemde fazla ilgi görmeyen kitap, daha sonra 1559'da yazarın aforoz edilmesine yol açacak kadar ünlenecektir. Kitabın ve yazarın yıldızı ise Fransız İhtilaliyle parlamış ve 19. Yüzyıl'da zirveye çıkmıştır. Kitap Osmanlı padişahı IV. Murat'ın da ilgisini çekmiş ve Padişah kitabın tamamını Türkçe'ye çevirterek okumuştur. Kitap daha sonra bir çok defalar değişik dillerden çevrilerek Türkçe basılmıştır. Bu metinde Machiavelli'den yapılan alıntılarının tamamı ise *Prens*'in Nazım Güvenç tarafından İtalyanca'dan yapılan çevirisindedir (1994). Bu çeviride yer alan ve çevirmen tarafından kaleme alınan "Sunuş" bölümü Machiavelli ve yaşadığı dönemle ilgili derli toplu bir değerlendirme olarak okunabilir.

³ Bu bağlamda *Prens* İtalyan Birliği'nin sağlanmasıyla ilgili özel bir kitaptır. Machiavelli'nin genel siyasal kuramı ve görüşlerini daha ayrıntılı bir biçimde daha çok Söylevler olarak bilinen *Titus Livius'un İlk On Kitabı Üzerine Söylevler (1513-1517)* başlıklı çalışmasından takip edebiliriz (Şenel, 1995: 309).

⁴ *Res publica Christiana*'da herhangi bir toprak üzerinde tam bağımsız olarak nitelenebilecek herhangi bir mutlak hakimden bahsetmek mümkün değildir. Fakat takip eden üç yüzyıllık süreçte Avrupa'nın tamamında bağımsız devletler hakim unsurlar haline gelmişlerdir. 1517'de, Reformasyonun arifesinde, Britanya, Fransa ve İsveç'te monarşiler kilise ve diğer yerel rakipleri üzerinde tam hakimiyet kurabilmeyi başarmıştır. Sadece İtalya'da bağımsız şehir devletleri yaklaşık bir yüzyıl daha varlıklarını ve bağımsızlıklarını devam ettirebilmişlerdir (Philpott, 2000: 210).

⁵ Ulus, ulusçuluk ve ulus devlet üzerine çalışan bu yazarlar ve diğer bir takım kaynaklara örnek olarak bkz. Thomas Hylland Eriksen (2002), *Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives*, Londra: Pluto Press; Anthony D. Smith, (2000), *The Nation in History: Historiographical Debates about Ethnicity and Nationalism*, Hanover: Un. Press of New England ve (1986), *Ulusların Etnik Kökeni*, çeviren. Sonay Bayramoğlu ve Hülya Kendir, Ankara: Dost; Ernest Gellner (1988), *Milliyetçiliğe Bakmak*, çev. Simten Coşar, İstanbul: İletişim; Hans Kohn (1960), *The Idea of Nationalism: A Study in Its origins and Background*, New York: The Macmillan Company; Nathan Glazer ve Daniel P. Moynihan (1975), *Ethnicity: Theory and Experience*, Massachusetts: Harvard Un. Press; E. J. Hobsbawm (1995), *1780'den Günümüze Milletler ve Milliyetçilik: Program: Mit, Gerçeklik*, çev. Osman Akinhay, İstanbul: Ayrıntı; Benedict Anderson (1995), *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*, çev. İskender Savaşır, İstanbul: Metis.

KAYNAKÇA

Ağaoğulları, M.A. (2000) **Kent Devletinden İmparatorluğa**, Ankara: İmge.

Ağaoğulları, M.A. ve L. Köker (2000) **Kral-Devlet ya da Ölümlü Tanrı**, Ankara: İmge.

- Aydın, M. (2004) “Uluslararası İlişkilerin ‘Gerçekçi’ Teorisi: Kökeni, Kapsamı, Kritiği”, **Uluslararası İlişkiler: Akademik Dergi**, 1(1), 33-60.
- Beard, C. (1934) **The Idea of National Interest: An Analytical Study in American Foreign Policy**, New York: Macmillan.
- Clinton, D. (1994) **The Two Faces of National Interest**, Baton Rouge ve Londra: Louisiana State University Press.
- Donnelly, J. (2000) **Realism and International Relations**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Eralp, A. (1996) “Uluslararası İlişkiler Disiplininin Oluşumu: İdealizm-Realizm Tartışması”, A. Eralp (der.), **Devlet, Sistem, Kimlik: Uluslararası İlişkilerde Temel Yaklaşımlar**, İstanbul: İletişim, 57-88.
- Forde, S. (1995) “International Realism and Science of Politics: Thucydides, Machiavelli, and Neorealism”, **International Studies Quarterly**, 39(2), 141-160.
- Frankel, J. (1970), **National Interest**, New York: Praeger.
- Hof, U. (1995) **Avrupa’da Aydınlanma**, (çev. Ş. Sunar), İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Jackson, R. ve G. Sorensen (1999) **Introduction to International Relations**, Oxford: Oxford University Press.
- Kedourie, E. (1960) **Nationalism**, Londra: Hutchinson.
- Keohane, R.O. (1986) **Neorealism and its Critics**, New York: Columbia University Pres.
- Kratochwil, F. (1982) “On the Notion of ‘Interest’ in International Relations”, **International Organization**, 36(1), 1-30.
- Machiavelli, N. (1994) **Prens**, (çev. Nazım Güvenç), İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Mansfield, H.C. (1995) “Self-Interest Rightly Understood”, **Political Theory**, 23(1), 48-66.
- Meinecke, F. (1998) **Machiavellianism: The Doctrine of ‘Raison d’état and its Place in Modern History**, New Brunswick: Transaction.
- Morgenthau, H.J. (1985) **Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace**, New York: Alfred A. Knopf.

- Philpott, Daniel (2000) "The Religious Roots of Modern International Relations", **World Politics**, 52(1), 206-245.
- Rosenau, J.N. (1968) "National Interest", **International Encyclopedia of the Social Sciences**, Cilt 11, New York: The Macmillan Company ve The Free Press, 34-40.
- Russell, G. (1990) **Hans Morgenthau and the Ethics of American Statecraft**, Baton Rouge ve Londra: Louisiana State University Press.
- Sander, O. (1994) **Siyasi Tarih: İlkçağlardan 1918'e**, Ankara: İmge Kitabevi.
- Smith, A. D. (1999) **Milli Kimlik**, İstanbul: İletişim.
- Şenel, A. (1995) **Siyasal Düşünceler Tarihi: Tarih Öncesinde, İlkçağda, Ortaçağda ve Yeniçağda Toplum ve Siyasal Düşünce**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Thompson, K.W. (1994) **Traditions and Values in Politics and Diplomacy: Theory and Practice**, Baton Rouge ve Londra: Louisiana State University Press.
- Tilly, C. (1995) **Avrupa'da Devrimler 1492-1992**, (çev. Ö. Arıkan), İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Uzgel, İ. (2004) **Ulusal Çıkar ve Dış Politika: Türk Dış Politikasının Belirlenmesinde Ulusal Çıkarın Rolü**, Ankara: İmge.
- Vorys, K. von (1990) **American National Interest: Virtue and Power in Foreign Policy**, New York: Praeger.
- Waltz, K. (1979) **Theory of International Politics**, New York: Random House.
- Wight, M. and B. Parter (1991) **International Theory. The Three Traditions**, Leicester: Leicester University Press.

YAZARLARA DUYURU

1. Dergiye gönderilecek yazılar, makale, çeviri makale ve kitap tanıtma-eleştirisî türlerinde olacaktır.

2. Makaleler, Türkçe veya İngilizce olabilir. Her makalede, ana başlığın hemen altında, biri Türkçe biri İngilizce olmak üzere 150-200 kelimeyi aşmayan iki öz/abstract yer almalıdır. “Öz”lerin altında, altı kelimeyi aşmayan anahtar kelimeler/key words bulunmalıdır. Diğer bir deyişle makaleler, Ana Başlık, Öz, Anahtar Kelimeler, Abstract, Keywords, Makale Metni, Notlar ve Kaynakça sırası ile kaleme alınmış olmalıdırlar.

3. Yazıların 8 000 kelimeyi geçmemesi, A4 kağıdının bir yüzüne çift aralıklı, sol, üst, alt ve sağ marjlar en az 2.5cm olarak yazılmaları gerekmektedir. Tablo ve şekiller başlık ve numara verilmeli, başlıklar tabloların üzerinde, şekillerin ve grafiklerin altında yer almalı, kaynaklar ise tablo ve şekillerin altına yazılmalıdır. Rakamlarda ondalık kesirler nokta ile ayrılmalıdır. Denklemlere verilecek sıra numarası parantez içinde sayfanın sağında yer almalıdır. Denklemlerin türetilişi, yazıda açıkça gösterilmemişse, hakemlerin değerlendirmesi için, türetme işlemi bütün basamaklarıyla ayrı bir sayfada verilmelidir.

4. Yazıların alt başlıkları, küçük harflerle, koyu ve sol marjdan başlamak üzere yazılmalıdır.

5. Yazılar, Yayın Kurulu’na üç kopya olarak gönderilmeli; bir kopya hariç, hakemlere gönderilecek iki kopyaya yazar(lar)ın ad ve soyad(lar)ı yazılmamalıdır. Yazar(lar)ın ad-soyad ve yazışma adres(ler)i ayrı bir A4 kağıdında kopyalara eklenmelidir. Formata uygun makalelerin şu adrese gönderilmesi gereklidir.

Şerife Güran
H.Ü. İİBF Dergisi Yayın Kurulu Sekreterliği
Hacettepe Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
06800 Beytepe/ANKARA

6. Dergi Yayın Kurulu’na ulaşan yazılar, öncelikle içerik, sunum, yazım kuralları vd. yönlerden Yayın Kurulu tarafından incelenir ve daha sonra değerlendirilmek üzere isimsiz (şifre numaralı) olarak konu ile ilgili iki hakeme gönderilir. Hakemlerden gelecek görüşler doğrultusunda yazının doğrudan veya kısmen düzeltilerek yayımlanmasına veya reddine karar verilir ve sonuç yazar(lar)a bildirilir. Düzeltme istenen yazıların, en geç bir ay içinde Yayın Kurulu Sekreterliği’ne ulaştırılması gerekir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar, daha sonraki sayılarda yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilirler.

7. Yayımlanması kabul edilen yazıların, en son, düzeltilmiş biçiminin Word programı ve Times New Roman 12 ile bir adet 3.5” diskette Yayın Kurulu Sekreterliği’ne gönderilmesi gerekir.

8. Yayımlanan yazılar için yazar(lar)a telif ücreti karşılığında her makale için iki adet basılmış dergi ile 10 (on) adet ayrı basım gönderilir ve ilgili yazının telif hakkı Hacettepe Üniversitesi'ne devredilmiş olur. Yayımlanması kabul edilmeyen yazılar geri gönderilmez. Yazar(lar)a bilgi verilir.

9. Yazılarda verilecek dipnotları, yazının sonuna kaynakçadan önce eklenmelidir.

10. Kaynaklara göndermeler, metnin içinde açılacak ayraçlarla yapılmalıdır. Ayraç içindeki sıra şöyle olmalıdır: yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı, sayfa numaraları. Karşılaşılabilecek farklı durumlar şöyle örneklenebilir:

.....ifade edilmiştir (Alkin, 1982).

.....belirtilmiştir (Alkin, 1982: 210-215).

.....Griffin (1970a: 15-20) ileri sürmektedir.

(Gupta vd., 1982: 286-287).

(Einstein ve Amir, 2003: 399-432; Dornbusch, 1980: 19-23).

Metinde gönderme yapılan bütün kaynaklar, kaynakçada belirtilmeli; gönderme yapılmayan kaynaklar, kaynakçaya konmamalıdır. Kaynaklar, ayrı bir sayfada alfabetik sırayla yazılmalıdır. Dergi ve derlemelerdeki makalelerin sayfa numaraları kesinlikle belirtilmelidir. Kaynakçada, aşağıdaki örneklenen biçim kurallarına uyulmalıdır:

Kitaplar: Kenen, P.B. (1989) **The International Economy**, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.

Dergiler: Langeheine, B. and U. Weinstock (1985) "Graduate Integration", **Journal of Common Market Studies**, 23 (3), 185-197.

Derlemeler: Krugman, P. (1995) "The Move Toward Free Trade Zones" in P. King (ed.), **International Economics and International Economic Policy: A Reader**, New York: McGraw-Hill, Inc., 163-182.

Ayata-Güneş, Ayşe (1998) "Etnik Kimlik ve Toplumsal Cinsiyet: Ankara'da Çerkes Kadınlar" iç. Oya Çitçi (der) **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, Ankara: TODAİE Yayın No: 285, 71-80.

Diğer Kaynaklar: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2001) **2002 Yılında Para ve Kur Politikası ve Muhtemel Gelişmeler**, Basın Duyurusu, 2 Ocak, Ankara. <http://www.tcmb.gov.tr/>

NOTES FOR CONTRIBUTORS

1. The Journal publishes academic papers, not published or submitted for publication elsewhere, both in Turkish and English.
2. Manuscripts including bibliography should be double-spaced and typed on one side of A4 sized sheets, with margins at top, bottom and side of at least one inch (25 mm) and should be written in Word format with Times New Roman 12 font. Manuscripts should normally not be longer than 8000 words.
3. The manuscripts should contain; (i) title, (ii) abstracts-both in English and Turkish, no longer than 150 words with key words – no more than 6 words, (iii) text, (iv) notes –if there is any, and (v) bibliography. For authors who do not know Turkish, the Editor can translate their English abstract into Turkish.
4. Tables and figures should be numbered consecutively and contain full references. The titles of the tables should be placed at the heading of the table; they should be placed at the bottom of the graphs and figures. Decimals should be separated by a full-stop. Equations should be numbered consecutively. Equation numbers should appear in parentheses at the right margin. The full derivation of the formulae (if abridged in the text) should be provided on a separate sheet for referee use.
5. The received manuscript will firstly be investigated in terms of format, content and publishing rules by the Editorial Board. The Board has right to refuse improperly prepared manuscripts.
6. Manuscripts that appear in the Journal are subject to the academic process of anonymous reviewing of at least two referees. The refereeing procedure normally takes 2-3 months. To protect anonymity, the name(s) and address(es) of author(s) should be typed on a separate sheet, and three copies of manuscripts should be sent to the following address:

Mrs. Serife Guran, the Secretary
Hacettepe University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Department of Business Administration
06800 Beytepe/Ankara/TURKEY

Phone: + 90-312-297 87 00(01)/134, Fax: +90-312-299 20 84
e-mail: iibf_dergisi@hacettepe.edu.tr - www.iibfdergi.hacettepe.edu.tr
7. All rights are reserved. Except for short passages for the purpose of review and criticism, no part of this publication may be reproduced in any form or by any means without written permission of the Editorial Board.
8. All references should be cited in the text (not in footnotes), and conform to the following examples:

It has been argued (Alkin, 1982: 210-215)....
Griffin (1970a: 15-20) states....
(Gupta *et.al.*, 1982: 286-7).
(Einstein and Amir, 2003: 399-432; Dornbusch, 1980: 19-23).
9. Notes should be given at the end of the text, before Bibliography.

10. References should appear at the end of the text as follows:

Books: Kenen, P.B. (1989) **The International Economy**, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.

Periodicals: Langeheine, B. and U. Weinstock (1985) "Graduate Integration", **Journal of Common Market Studies**, 23(3), 185-197.

Articles in Edited Books: Krugman, P. (1995) "The Move Toward Free Trade Zones" in P. King (ed.), **International Economics and International Economic Policy: A Reader**, New York: McGraw-Hill, Inc., 163-182.

Other sources: Central Bank of the Republic of Turkey (2003) **Financial Stability**, Press Release. March 24. Ankara, <http://www.tcmb.gov.tr/>.