

SAYI / 1

BAHAR / 2000

# LONCA

"Bir  
Başkent..."



HERKES ONA KOŞUYOR!

# Lezzet nerede, herkes orada!



Bu makarna, bildiğiniz gibi değil. Kalitesiyle, lezzetiyle ağızınıza layık bir makarna... Üretim tesisleri süper, teknolojisi mükemmel. %100 altın sarısı kaliteli durum buğdayı ile, yüksek hijyenik standartlarda üretiliyor. Özel kurutma teknolojisi sayesinde yeniden ısıtıldığında bile birbirine yapışmıyor, yeni pişmiş gibi tane tane kalıyor.

Selva, sıfır kolesterol düzeyi, yüksek protein ve karbonhidrat oranıyla sağlıklı beslenmede yeni bir sayfa açıyor. Lezzeti çok, kalitesi çok, çeşidi ise bir o kadar çok! Kısacası Selva sadece makarna değil, fazlasıyla makarna... Siz de deneyin, test edin, aynı sonuca varacaksınız.

Bu makarna, yeni nesil makarna... Herkes burada, çünkü lezzet burada!



Türkiye'nin en modern makarna üretim tesislerinde üretilen Selva, tüketiciye saygılı bir üretim felsefesinin ürünüdür.

En ileri teknolojiyle, yüksek hijyenik koşullarda üretilen Selva, tüketiciye saygılı bir üretim felsefesinin ürünüdür.

Anadolunun çeşitli yörelerinden toplanan kaliteli durum buğdayı, özel işlemler ve fırınlama tekniği ile mükemmel bir makarnaya dönüşür.

Selva'nın lezzet ve kalite üstünlüğü, çeşit üstünlüğüne de yansımaktadır. Makarnada aradığınız ne varsa, Selva'da fazlasıyla vardır.



# Konya Sanayi Odası

Meclis Başkanı **Kerim ÖZKUL**  
1959 Konya doğumlu

Yönetim Kurulu Başkanı **Hasan ANGI**  
1559 Konya doğumlu

Meclis Başkan Vekili **Tahir ŞAHİN**  
1961 Konya ili  
Kulu doğumlu

Yön. Krl. Bşk. Yrd. **Ahmet ŞEKEROĞLU**  
1952 Konya doğumlu

Meclis Başkan Vekili **Ali Rıza ÖLMEZ**  
1949 Konya doğumlu

Yön. Krl. Bşk. Yrd. **Mehmet Ali KORKMAZ**  
1959 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **A. Recai BÜYÜKBAYRAM**  
1957 Konya doğumlu

Yön. Krl. Muhasip Üye **Mehmet ÇOLAK**  
1959 Konya ili  
Çumra doğumlu

Meclis Üyesi **Murat KOYUNCU**  
1969 Konya İli  
Çumra doğumlu

Yön. Krl. Üyesi **Mustafa YILMAZ**  
1952 Konya  
doğumlu

Meclis Üyesi **Z. Abidin ŞİMŞEK**  
1971 Konya doğumlu

Yön. Krl. Üyesi **Rahim YAMAN**  
1956 Konya  
doğumlu

Meclis Üyesi **Nurettin ÖZTEKİN**  
1963 Konya  
Altınekin doğumlu

Yön. Krl. Üyesi **Süleyman KÜRKCÜ**  
1954 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Mehmet DUMAN**  
1949 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Osman ESER**  
1952 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Hüseyin TOSUNOĞLU**  
1962 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Abidin TAŞKAZAN**  
1955 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **A.Rifat HEKİMOĞLU**  
1966 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Mehmet KILIÇ**  
1958 Konya ili  
Kadınhanı doğumlu

Meclis Üyesi **Süleyman TEMİZCI**  
1954 Konya doğumlu

Meclis Üyesi **Mustafa FİLİ**  
1949 Konya doğumlu

# KONTENSAN

KONYA TENEKE KUTU AMBALAJ VE MAKİNA SAN. TİC. A.Ş.

“Metalin sanata dönüştüğü mekan”

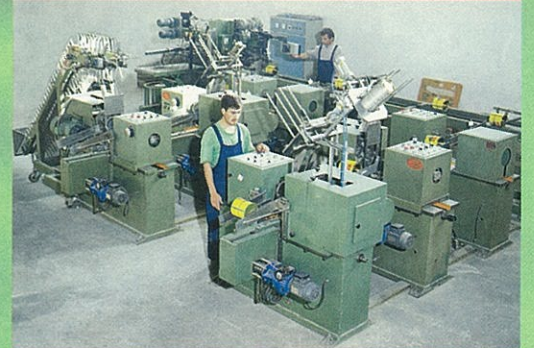
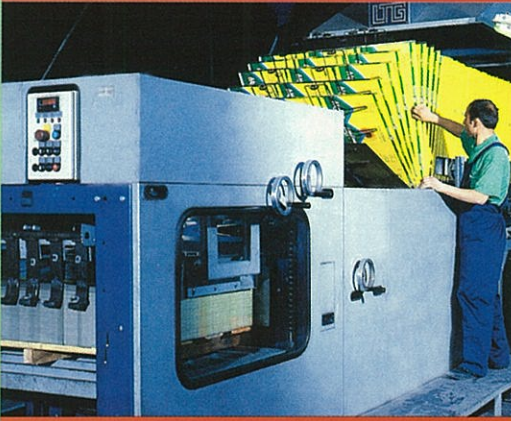
Uluslararası Kalite Standartlarıyla Sektöründe Öncü Kuruluş

K-Q  
TSE-ISO-EN  
9000

Ç-E  
TSE-ISO-EN  
14000

TSE-ISO-EN  
45000

TSEK



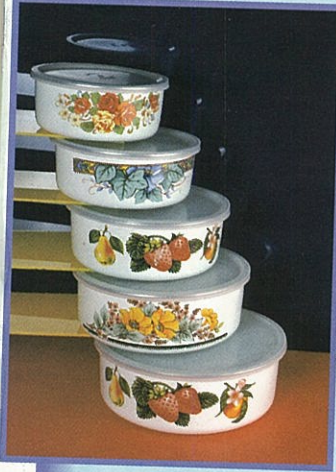
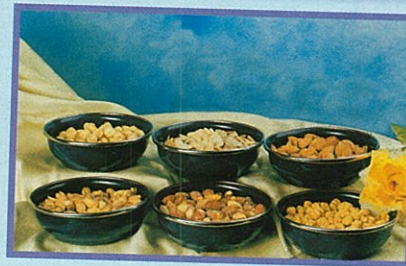
Tlf.: + 90. 332. 239 01 65 (6 hat/line) Fax: + 90. 332. 239 01 64

Adres: İkinci Organize Sanayi Bölgesi Kırım Caddesi No. 4 P.K. 311 42002 • Selçuklu / KONYA

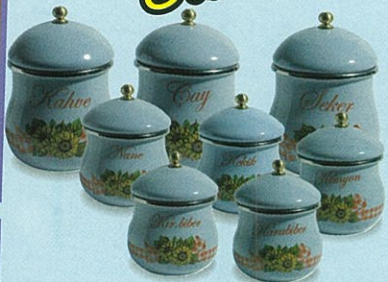
Tlf.: + 90. 212. 672 11 04 (4 hat/line) Fax: + 90. 212. 672 10 41

Adres: Esenyurt Evren Oto Sanayi Sitesi Yanı 34850 Esenyurt / İSTANBUL

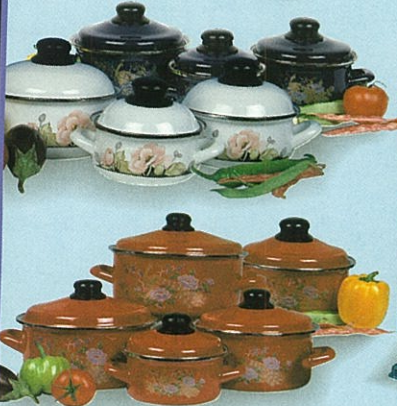
İnternet: www.kontensan.com.tr. e-mail : kontensan @ kontensan com.tr.



*Söz dinleyen;*



*misafir metalleri*



**Savaşan**<sup>®</sup>  
ENAMEL KITCHENWARES

Tatlıcak Mah. Taştepe Sok. No: 50 42020 Konya / Türkiye  
Tel: +90.332.355 24 85 (pbx) Fax: +90.332.355 24 87  
http: //www.savaşan.com e-mail: savaşan@savaşan.com



## Dosya

### TÜRKİYE -AB İLİŞKİLERİ

“ AB üyeliğinin boyutlarının tam olarak anlaşılabilmesini söylemek zor.”

6



## Dosya

### AHİLİK VE LONCA

“Ahilik ve Lonca teşkilatlarının en fazla etki alanı ve ağırlık merkezi Konya olmuştur. Çünkü Konya Selçukluların başkentidir.”

30



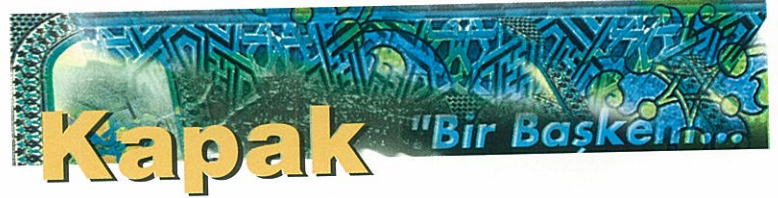
## Portre

### ALİ AKKAYA'NIN DÜNYASI

“ Türkiye resmi devlet ağırlıklı idarenin yönettiği bir ülke oldu. Bunun milletin teşebbüs kabiliyetini sindirdiğini düşünüyorum. Yapılan her teşebbüs gerekli desteği bulamamıştır.”

54

# İçindekiler



## Kapak

CANER ARABACI

“Anadolu Selçuklularına Başkentlik yapan Konya'nın tarih şuurunda her zaman daha iyiye, daha mükemmele, daha güzele doğru bir temayül, bir tercih her zaman olmuştur.”

20



## Gündem

PAZARLAMA'DAKİ SORUNLAR

“ Pazarlama stratejisini sağlıklı bir şekilde yürütebilmek için beyin gücü yüksek elemanlara ihtiyaç vardır. Üst yönetimin makro sorunlarla uğraşması gerekir. Bizde yöneticiler bir vidasına kadar üretimin her aşamasıyla uğraşmaya kalkmaktadırlar.”

48



# LONCA

Sayı 1 / Bahar / 2000

SAHİBİ  
Konya Sanayi Odası Adına  
Hasan ANĞI

Genel Yayın Yönetmeni Refik TUZCUOĞLU

Sorumlu  
Yazı İşleri Müdürü Murat PEKERGİN

Yayın Kurulu Ahmet ŞEKEROĞLU  
Mehmet ÇOLAK  
Refik TUZCUOĞLU  
Murat PEKERGİN  
Mustafa KÜÇÜKDERE  
İhsan KAYSERİLİ

Tasarım Uygulama EKİN Ajans  
Tel: 0.332.235 27 15  
Baskı NUROL Matbaacılık



LONCA Dergisi  
Konya Sanayi Odasının Bir Yayın Organıdır.  
1. Organize Sanayi İstikamet Cad 42300 / KONYA  
Tel:+90.332. 251 06 70 (5 Hat) Fax:248 93 51  
E-Mail:kso@kso.org.tr



## Lonca'dan Merhaba...

Bir dergi çıkarmanın heyecanını bilir misiniz? Hele de bu dergi ilk kez görücüye çıkacaksa.. Öylesine yayınlanacak bir dergi değilse.. Yeni bir misyona, yeni bir vizyona soyunacak ise. Sorumluluğunu üstlendiğiniz kesimin ihtiyaçlarını tesbit ve onlara cevap arama yükümlülüğünü taşıyacaksa.

İşte yeni bir dergi doğdu yayın hayatına.

Sizlere çileli ve yoğun bir çabanın ardından Lonca ile Merhaba diyoruz.

Dergilerin ismi hep merak konusudur. İsimle-Misyon bağdaştırılmaya çalışılır. Adıyla işlevi mantık terazisine konur. Eskilerin tabiriyle "ismiyle müsemma" mı ona bakılır.

Haklı olarak merak edenlerin işini kolaylaştıralım. Lonca, bu gün Batı dünyasındaki meslek örgütlerine bile kaynaklık eden medeniyetimizin doğduğu esnaf teşkilatlarının tarihteki adı. Ahilikle doğdu gelişti daha sonra Lonca ile tam bir teşkilata kavuştu. Bu günkü Oda'ların kökenini tarihsel olarak arştırdığımızda Lonca ve Ahilik teşkilatlarına ulaşırız. Lonca ismi tarih bilincimizden kaynaklanan bir karar oldu. Sanıyoruz iyi de oldu. İlk sayımız olması nedeniyle Lonca konusuna bir açıklık getirmek istedik ve merak edenlerin zevkle okuyacakları bir dosya konusu hazırladık. Böylece ismimizle misyonumuz arasındaki bağ daha iyi algılanabilecek.

Bu ilk sayımızda ülke gündemini uzun bir süredir tekelinde tutan AB-Türkiye ilişkilerini gündemimize aldık. Bu konunun daha uzun yıllar ülke gündeminde kalacağını şimdiden söylemek mümkün. AB konusunun kamuoyunda yeterince anlaşılabilirdiğini söylemek zor. Bu konuda henüz yeterli bir bilinç düzeyi oluşmuş değil. Sokaktaki sade vatandaş bir tarafa, aydınlarımızdaki çok seslilik bile bu tesbiti doğruluyor. Osmanlı döneminde bir takım İslahatlarla başlayıp Tanzimatla devam eden kabaca ifade ile karambole dahşlarımız devam ediyor. AB ile üyelik konusundaki ilişkilerimizi işin uzmanları ve yetkilileriyle görüşüp farklı bilgi ve düşünceleri sizlere aktarmaya çalıştık.

Uzun zamandır futbol değerlendirmelerimizde ortaya çıkan "çok iyiydik ama son vuruşu yapamadık" bahanesinin sanıyorum sanayideki yansıması Pazarlama. Bir türlü son vuruşu yapamıyoruz. Üretim var, kalite iyi ama, Pazarlamada sıkıntılar bitmek bilmiyor. Lonca konuyla ilgili akademisyenlerin ve uzmanların görüşlerini aldı, lobi sohbetleri düzenledi. Bu bölümde Pazarlama konusunda yenilikçi ve modern bir takım yöntemleri bulabilirsiniz.

Kapak konumuz "Bir Başkent..." Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Konya gezi notlarında yer alan "Bir Başkent Her Zaman Başkent'tir" yorumu değerlendiriliyor. Caner Arabacı'nın edebi üslubundan dünü ve bugünü ile Konya, bir solukta okuyacağınız bir yazı.

Bu sayıda sürpriz bir röportaj sizleri Konya Sanayi Odasının doğuşunu hazırlayan günlere taşıyacak. O günden bu güne gelinen noktayı Oda'nın ilk kurucularından, ilginç ve renkli kişiliği ile Ali Akkaya'nın dünyasından tanyacaksınız.

Dergimizin diğer konularını da sizleri sıkmayacak formatlarda hazırladık. Bankacılıktan Borsaya, E-Ticaretten İnsan Kaynaklarına varıncaya kadar bilgi edinebileceğiniz bölümleri yine derginizin sayfaları arasında bulabilirsiniz.

Lonca'nın bu ilk sayısında yapıcı eleştirilerinize açık olduğumuzu belirtmek isterim. Ve bundan sonraki sayılarda daha güzele daha mükemmel hep birlikte ulaşmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak ümidiyle hepinize mutluluklar dilerim...

*Refik*

Editörden / Refik Tuzcuoğlu.....	3
Meclisten Bir Ses / Kerim Özkul.....	4
Bir Oda /Bir Söz / Hasan Anđı.....	5
Uzun İnce Bir Yol / Lütfi Arslan.....	6-7
AB Türkiye'yi Oyalıyor / Abdullah Gül.....	8-10
Hükümetin elindeki olanaklar sınırlı / Prf.Dr. Erol Manısalı.....	10
Türkiye'nin Sicili Çok Karışık / Karen Fogg .....	11
AB'ne Katılım / Dış İşleri Bak. İsmail Cem .....	12-13
Türkiye Uyum Çalışmaları / Devlet Bakanı Yüksel Yalova.....	14-15
Avrupa Yolunda Helsinki Kararları / Dr.Şaban Çalış.....	16-19
Bir Başkent / Caner Arabacı.....	20-23
E-Ticaret Bir Yeni Ticaret Alanı / Akif Vezir.....	25-26
E-Ticaret Dalgaları / Charles Thurston.....	28-29
Esnaf Teşkilatları/Ahilik ve Lonca / Gülfettin Çelik.....	30
Teşkilatlanmanın nüvesini ... / Dr. Ahmet Kal'a.....	31
Ahilik ve Konya / Dr. Hasan Özönder.....	32-37
Eski Türklerde Ahilik / Prf.Dr. Ahmet Tabakoğlu.....	38-40
Offshore Bank / Dr. İbrahim Arslan.....	41-43
Wap Teknolojisi / Mustafa Küçükdere.....	44
Ey Kavmim / Ahmet Altan.....	45
Değişim İletişim / Lütfi Akman.....	46-47
Yurtdışını tanımayan../ KTO Başkanı Hüseyin Üzülmöz.....	47
Lobi Sohbeti / Pazarlama Üzerine.....	48-51
Portre / Ali Akkaya ile.....	54-57
İMKB'ye Bakış / Metin Taşçoğlu.....	58
İnsan Güç, Kaynak, Sermaye / Akif Vezir.....	59
Terminoloji / S.Müjgan Atar.....	60
Yargı Köşesi / Doç. Dr. Yavuz Atar.....	61
KSO Seçimleri Yapıldı.....	62
KSO Yönetim Kurulu.....	63

## Meclis'ten Bir Yorum



**Kerim Özkul**

San. Od. Meclis Bşk.

Değerli Okuyucularımız,

Ülkemiz son zamanlarda bir dizi Oda seçimine şahid oldu. Konya Sanayi Odası da böyle bir seçim heyecanı yaşadı ve yeni dönemin yöneticilerini belirledi. Odamızın yeni hizmet neferleri olarak sizleri selamlamak istiyorum.

Bu arada özellikle Cumhurbaşkanlığı seçimleriyle ilgili birkaç noktayı vurgulamak istiyorum. Demirel'in görev süresinin tamamlanmasından sonra Çankaya yeni konuğuna kavuştu. TBMM'de yapılan oylamada Ahmet Necdet SEZER Türkiye'nin 10. Cumhurbaşkanı olarak seçildi. Yeni Cumhurbaşkanımıza görevinde başarılar dilerim. Bir hukuk bilimcisinin Cumhurbaşkanı olmasının ülkemize daha fazla demokrasi, daha fazla insan hakları ve hukuk alanında daha iyi bir düzeye gelmemiz açısından bir şans olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Sayın Demirel'i uğurlarken, ülkemize vermiş olduğu hizmetlerden dolayı da teşekkür etmek istiyorum.

Hızla değişen ve gelişen bir dünyada yaşıyoruz. Bu hıza ayak uydurmak için bilgi odaklı faaliyet yürüten bir çok aktörün eşgüdümlü ve organize bir şekilde çalışması gerekiyor. Bunun için gerek ekonomik gerekse siyasi anlamda ciddi yapılanmalar ülkemizin gelişmesi için şart. Bu anlamda Sanayi ve Ticaret Odalarına önemli görevler düşüyor. Üyelerine kaliteli hizmet sunmak.. Onların ufkunu açmak ve bakışlarını geleceğin dünyasına odaklayarak, gerek üretim gerekse yönetim açısından gerekli olan donanım kavuşmaları için danışman rolü üstlenmek.. Böylece hem bölge hem ülke ekonomisine katkıda bulunmak..

Konya Sanayi Odası olarak böyle bir davaya soyunmuş kadroyla, yapılan demokratik seçimler sonucu hizmeti devraldık. Odamıza ve sanayicilerimize yadsınamaz hizmetler sunan ve hizmet bayrağını bu günlere taşıyarak bizlere teslim eden tüm büyüklerimize teşekkür etmenin bir vefa borcu olduğunu düşünüyorum. Ayrıca bizi bu göreve layık gören tüm dostlarımıza şükranlarımızı arz etmek ve üzerimize yüklenen mesuliyetin farkında ve gereğini yapma azminde olacağımızı ifade etmek istiyorum.

Bu göreve bir heyecan ile soyunduk. Bu bir hizmet heyecanıdır. Bunu klasikleşmiş bir slogan olmaktan öte, içi doldurulmuş, pratiğe yansımış somut bir eylem olarak ortaya koyma anlayışındayız. Nasıl ki insanlık tarihi hep daha iyiye doğru daha mükemmelle doğru bir arayışı tarih boyunca sürdürmüşse... Biz de böyle bir arayışla kendimizi bağlı hissetmeliyiz diye düşünüyorum. Herkes kendi bulunduğu konumda üzerine düşeni en iyi şekilde yapma kararlılığında olursa, bu ülkenin ve insanların varını daha aydınlık olacaktır.

Dünya bilgi odaklı bir sisteme dönüştü. Bu sistem her alanda kendini gösteriyor. 20 yüzyıl tanımlarından biri "Bilgi Çağı" olmuştur. Çağ öyle bir noktaya geldi ki artık dünya üzerinde data transferleri saniyelerle ölçülecek bir hıza ulaştı. Gelecek yüzyılda bilginin önemi daha da artacaktır. Bilgiyi elinde tutan rekabet gücünü de elinde tutacaktır. Belki KSO olarak en önemli fonksiyonlarımızdan biri bilgiye hızla ulaşmak ve üyelerimize ulaştırmak olacaktır. Bu anlamda yeni bir çehre ve yeni bir muhteva ile yayın hayatına başlayan LONCA isimli dergimiz önemli misyonlar üstlenecektir.

Kavga değil barışın, düşmanlık değil kardeşliğin, nefretin değil sevginin hakim olacağı bir dünya dilekleriyle...



## Bir Oda / Bir Söz



**Hasan Anđı**  
San.Od.Yön.Krl.Bşk.

Yeni bir dönemde, yeni bin yıla birlikte merhaba demekten mutluyum. Umut dolu beklentilerle girdiğimiz bu miladın ülkemiz içinde yeni başarılarla başlangıç olmasını diliyorum.

Küreselleşme süreciyle birlikte Dünya yeni bir yapıya doğru akmaktadır. 21. yüzyıl yeni dünya düzeninin şekilleneceği bir yüzyıl olacaktır. Türkiye'nin her dönemde olduğu gibi 21. yüzyıl dünyasında da önemli bir ülke olacağını söylemek kehanet olmasa gerek. ABD Başkanı Clinton'un 21. yüzyılın yapılanmasını, Türkiye'nin tavrının belirleyeceği şeklindeki açıklamalarını bu anlamda önemsiyorum.

Bu arada ülkemiz AB ile yeni bir döneme girdi. "Türkiye Avrupasız, Avrupa Türkiyesiz düşünülemez" şeklinde ifadelendirilen stratejide Türkiye'nin edilgen olmayan, aktif, kararlı ve ne istediğini bilen politikalarının sürecin sonucunu belirleyeceğini düşünüyorum. Konya'mıza ve Konya Sanayi Odası ile ilgili gelişmelere gelince;

Hızla büyüyen Konya sanayimizin, hızına yetişecek bir yönetim anlayışı ile şehrimize ve ülkemize hizmet etmek amacıyla, 27 Kasım 1999 tarihinde yapılan seçimlerle, genç, dürüst, çalışkan ve vizyon sahibi bir kadroyla yönetime geldik.

Devraldığımız bu bayrağı daha üst seviyelere taşımamızın sorumluluk ve bilinci içinde olduğumuzu ifade etmeliyim. Bu emanetin omuzlarımıza yüklediği mesuliyet duygusu ile Konya Sanayi Odası'nı ulusal ve uluslararası platformlarda layık olduğu düzeye çıkarmak, üyelerimize ve kamuoyuna kaliteli hizmet sunmak hedefimizdir.

Konya Sanayi Odası, henüz 27 senelik bir tarihe sahip olmasına rağmen, köklü bir sanayi hareketinin nüvesi olmuştur. Kısa denilebilecek bu süre içerisinde oluşturduğu gelenek ve bilgi birikimiyle önemli bir deneyime sahiptir. Bizlerden önce bu bayrağı taşıyarak, bu güne getiren ve bizlere teslim eden tüm yöneticileri takdir ve tebrik ediyorum.

Odamız; kökü tarihin derinliklerine dayanan gerçek bir hizmet kurumudur. İnançımız şu ki; üyelerimize sunacağımız hizmetin kalitesi, Konya Sanayimizde ki verimliliğe doğrudan yansımaktır. Bu noktadan hareketle, tüm üyelerimizle, bir bütün olma zamanının geldiğini düşünüyorum. Oluşturacağımız katılım, uzlaşım ve paylaşım ortamı ile Konya Sanayisini yeni bin yıla hazırlayacağımızı ümit ediyorum. Bu anlamda hayata geçirdiğimiz Yüksek İstişare Kurulu etkin ve önemli fonksiyonlar icra edecektir. Bu kurul

daha önceki dönemlerde Odamıza emeği geçmiş büyüklerimizin deneyim ve tecrübelerinden faydalanarak Konya Sanayisinin sorunlarına çözüm üretecek bir misyonu üstlenecektir.

Odamızın elde ettiği birikimler ışığında yönetim anlayışımızı kısaca şu şekilde özetlemek mümkün:

- Demokratik ve katılımcı bir yönetim anlayışı ilkimiz olacaktır.

-Türk sanayisinin temel problemi olan, rant ekonomisinden üretim ekonomisine geçişin hızlandırılması için gerekli gayretler gösterilecektir.

- Sanayi-Üniversite işbirliğinin canlandırılarak hayata geçirilmesi için çaba sarf edilecektir.

- Sanayicimizin ihtiyacı olan her türlü enerji ve hammaddenin uygun şartlarda temini için resmi kurumlar ile ilişkiler arttırılmaya çalışılacaktır.

- İşletme ve finansman gibi konularda kariyer sahibi isimler kanalıyla, Konya Sanayi Odası üyelerine danışmanlık hizmeti verilmektedir ve bu hizmetimiz devam edecektir.

- Konya meselelerinin tesbiti ve çözüm yolları için bütün odalarla, siyasi parti temsilcileriyle, sivil toplum örgütleriyle ortak çalışma zemini hazırlanmaktadır.

- Konya sanayimizde üretilen malların yurt içi ve yurt dışı satış kanalları araştırılarak, yeni yöntemlerin geliştirilmesinin yanında, sanayicimizin hammadde temininde çektiği sıkıntuların giderilmesine çalışılmaktadır.

- Ara sınıf ve üst düzey eleman yetiştirmede sanayicimize rehberlik yapılacak, onunla işbirliği içerisinde periyodik olarak eğitim seminerleri düzenlenecektir.

- Konya Sanayi Odası'nı üyeler nezdinde danışman bir kuruluş haline getirerek, Oda üyeliği cazip kılınacak, Oda-üye bütünleşmesi sağlanacaktır.

- Ekonomik hayatın, üyelerin menfaatlerine uygun şekilde gelişme göstermesi için, gereken çalışmaları yaparak, üye menfaatlerini, ülke menfaatleriyle buluşturarak hizmet etmek daima hedefimiz olacaktır.

Konya Sanayi Odası, yeni bin yılın ihtiyaçlarına uygun vizyon çerçevesinde, insan kaynaklı gelişimleri ön planda tutarak, üyelerimizin var olduğu her alanda, çalışmalarına hızla devam edecektir.

Gelenekler unutulmadan, yeniliklere doğru açılacak bu yelkenin, Konya Sanayisinin dışı açılmasına daha çok katkı sağlayacağını umuyorum.

Sağlık ve başarı dilekleriyle...



# TÜRKİYE - AB

*Özal "uzun ince bir yol" diye tanımlamıştı AB sürecini.  
Tam üyelik iki tarafta gayret gösterse bile uzun yıllar  
alacak bir süreç gibi görünüyor.*

**Hazırlayan**  
Lütfi ARSLAN  
Refik TUZCUOĞLU

**A**vrupa Birliği'ne tam adaylık müracaatı yaptığımız tarihte, zamanın Başbakanı Turgut Özal'ın, AB ile ilişkilerimizin bundan sonraki seyri konusundaki sözlerini herkes hatırlayacaktır. Özal, tam üyelik sürecini "uzun, ince bir yol" sözleri ile özetlemişti. 1959'da başlayan, 1963'de bir takvime bağlanan, ancak karşılıklı yükümlülüklerin yerine getirilmemesi ile 1980'lere sarkan, 1996'da Gümrük Birliği ile yeniden başlayan, 14 Nisan 1987'de tam üyelik müracaatımız ile devam eden "uzun, ince yolculuk bugün farklı bir dönemeçte. Çünkü 11 Aralık 1999'da Helsinki'de adaylık statüsüne kabul edilmemiz ile Türkiye-AB ilişkilerinde yeni bir dönem başladı. Kamuoyunda büyük bir heyecanla karşılanan adaylık statüsü ilk günlerde çok konuşuldu. Medya olayın magazin boyutunu öne çıkarırken, özel ve kamu kesiminde adaylığın bundan sonraki döneme ilişkin ne tür gelişmelere yol açacağı üzerinde durulmaya çalışıldı. Bu tartışmalar şimdilik durulmuş görünüyor. Halbuki adaylık sürecinin mümkün olduğu kadar kısa zamanda geçilebilmesi iki tarafın karşılıklı gayretlerine bağlı olduğu kadar, özellikle aday ülke olarak bizim yükümlülüklerimizi yerine getirmemizle yakından ilgili. Bu ise ancak AB'ne üyeliğin önce ne anlama geldiğine dair bir bilincin kamuoyuna yerleşmesi, daha sonra da bu bilinç doğrultusunda tüm toplumsal kesimlerin eş zamanlı gayretleri ile mümkün olabilecek.

Doğrusu bu anlamda AB üyeliğinin boyutlarının tam olarak anlaşılabilirdiğini söylemek zor. Standartlar Birliği egemenlik kavramından başlayarak ciddi kamusal düzenlemeleri, belirli bir ekonomik düzeyi, sosyal bilinci

ve yapıyı gerektiren zor bir ev ödevi bekliyor bizi. Bu ev ödevinin yarına bırakılması da mümkün. Ama bunun, yarın yapılması gerekenleri sonraki güne bırakacağını hesap ederek cesaret etmeli buna. Çünkü en basit ifadesi ile AB üyeliği bir standartlar birliğine girmek anlamına geliyor ve standartlar her geçen gün biraz daha yükseliyor.

"Çağdaş Uygarlık Düzeyi" diye genel olarak ifade edilen bu standartlar büyük gayretler ve fedakarlıklarla varılmış noktalar. Bu günden başlayarak yapılacak çalışmalarla o standartlara ulaşmak, tabiidir ki, daha büyük gayretler ve birikimler istiyor. Ama günümüzün rekabetçi koşulları ve değişim ortamı bunu da yeterli saymamıza imkan vermiyor. Bugünün standartlarının yarın yerli yerince duracağını düşünmek büyük bir hayal; çünkü değişim -hem de hızlanarak- sürüyor. Yarının Standartları bir yönetim bilimcinin ifade ettiği gibi, değişim karşısında Apollo'nun astronotları gibi proaktif bir tutum takınmak gerekiyor. Apollo'nun astronotları Ay'a gitmeyi hedeflediklerinde rotalarını Ay'ın bulunduğu koordinatlara yöneltmemişlerdi. Apollo'yu öyle bir noktaya yöneltmişlerdi ki, o noktaya vardıklarında Ay kendilerini orada bekliyor olacaktı. Değişimi öngörmek olarak özetlenebilecek bu örnek AB ile ilişkilerimizin bundan sonraki seyri konusunda oldukça öğretici.

Bugün herkes kabul ediyor ki küreselleşme şartları, yerel kültürlere ve etnik kimliklere büyük bir açılım sunarken, diğer taraftan, paradoksal bir biçimde, rekabetin boyutlarını bloklar arasına taşıyor. Avrupa Birliği de, öncelikle bir ekonomik birliktelik olarak, kendisini ortaya

# İnce Bir Yol

**Yarını düşünerek adım atmanın yanısıra kamuoyunda AB üyeliği konusunda bir bilinçlenme oluşması gerekiyor. Bu hem adaylığın gereklerinin yerine getirilmesini kolaylaştıracak, hem de tüm toplumsal kesimlerin üzerine düşen fedakarlıklara şimdiden hazır olmalarını sağlayacak.**

çıkarıcı zorunlulukların baskısını daha çok hissedecek gibi gözüküyor. Batısında Amerika'nın başını çektiği Kuzey Amerika eksenli güç ve Doğu'da Pasifik Havzası'nda ortaya çıkan diğer ekonomik güçlerin oluşturduğu rekabetçi koşullara karşı, AB de standartlarını yükseltmek durumunda. İşte Türkiye'nin kendisini AB standartlarına ulaşmak zorunda hissettiği bugünlerde, sadece bugünü değil yarını da düşünerek adım atması bu açıdan önemli.

## İnce ve Uzun Bir Yol

Yarını düşünerek adım atmanın yanısıra kamuoyunda AB üyeliği konusunda bir bilinçlenme oluşmasını da beraberinde getiriyor. Bu hem adaylığın gereklerinin yerine getirilmesini kolaylaştıracak, hem de tüm toplumsal kesimlerin üzerine düşen fedakarlıklara şimdiden hazır olmalarını sağlayacak.

Ne yazık ki, Helsinki'de aday ülke olarak ilan edilmemiz bizde alınıp takılıverilmiş bir kimlik kartı gibi Avrupalılığımızın tescilli olarak görüldü. Hatta bazı yetkililer tarafından o günlerin heyecanı ile olsa gerek, önümüzde aday olmayı bekleyen çoğu eski doğu bloku üyesi on iki ülke olmasına rağmen üyelikle ilgili işlemlerin 2004'e kadar tamamlanabileceği ifade edildi. Halbuki her iki taraf da çok gayret gösterse bile tam üyelik çok uzun yıllar sürebilecek bir süreçten sonra mümkün olabilecektir. Sadece Kopenhag Kriterleri'nde ifade edilen hedeflere varmak için Türkiye'nin çok işler yapması gerekiyor. Kaldı ki yüzbinlerce sayfadan oluşan birlik mevzuatına uyum sağlayabilmek için tüm alanlarda çok ciddi çalışmalar ihtiyacı var. Bu da çok uzun bir süreci gerektiriyor.

Çeşitli vesilelerle AB üyeliğimiz hakkında konuşan kimi Avrupalı yetkililerin de 2015'den önce bir tarih verememeleri de gösteriyor ki

AB üyeliğine giden yol gerçekten ince ve uzun bir yol. O yüzden kamuoyunun ve kurumların bu sürece hem psikolojik anlamda hem de zihinsel anlamda hazırlanması gerekiyor. Avrupalıların 2015'den öncesine pek tarih verememeleri boşuna değil; çünkü siyasi ve hukuki eksiklerimiz bir yana ekonomik açıdan AB standartları ile aramızda büyük bir uçurum var. Nüfus büyüklüğümüze rağmen ekonomik göstergelerimiz AB'nin ekonomik göstergeleri ile kıyas dahi kabul etmiyor. 1999'da ekonomimizin % 6.4 küçülmesine rağmen,

*"AB üyeliğinin boyutlarının tam olarak anlaşılabilirdiğini söylemek zor. Standartlar Birliği, egemenlik kavramından başlayarak ciddi kamusal düzenlemeleri, belirli bir ekonomik ve sosyal bilinç düzeyini gerektiren zor bir ev ödevi bizi bekliyor."*

büyüme gösteren birkaç iyi sektörden biri olan mali sektörle ilgili bir karşılaştırma bu sözü doğrulayacak bir bilgi sunuyor.

Türkiye'nin tüm bankalarının toplam büyüklüğü ancak orta ölçekli bir Avrupa bankası kadar. Bununla beraber 1 Ocak 1996 tarihinde tesis olunan Gümrük Birliği bir avantaj olarak gözüküyor. Türkiye, her sene 2,5 milyar dolarlık, bu güne kadar da toplam 10 milyar dolarlık bir gelir kaybını göze alarak girdiği Gümrük Birliği'nde, aday ülkeler içerisindeki tek ülke. Diğer taraftan Türk

ekonomisi hem bu kadar büyük bir kaybın üstesinden gelerek, hem de Gümrük Birliği'nin gerektirdiği büyük bir mevzuatı ve kamu-özel sektör işbirliğini gerçekleştirerek büyük bir sınavı başarı ile verdi.

Adaylık Sürecinde Ne Yapıyoruz?

Peki Türkiye adaylık süreci içerisinde şu an ne yapıyor? Hükümet, adaylık statüsünün belirlenmesinden sonra 26 Ocak 2000'de bir genelge yayınladı ve ilgili kurumların kendi alanları ile ilgili çalışmalarını yapmaları için bir dağılım belirledi. Bu çalışmalar tamamlanırsa Ekim 2000'de AB ile "Katılım Ortaklığı Belgesi" hazırlanacak. Ardından Kasım veya Aralık 2000'de de bir Ulusal Program oluşturularak, bundan sonra yapılması gerekenler belirlenecek. Türkiye resmi takvim dahilinde bunları yapıyor. Fakat bu çalışmaların tek taraflı olduğunu düşünmemek lazım. Konunun bir de Avrupa boyutu var ve o boyutun da çok net bir tavra sahip olduğunu söylemek zor. Çünkü Avrupa Birliği dendiği zaman tek bir anlayıştan söz etmek imkansız. AB, farklı sosyal önceliklerden farklı piyasa algılamalarının oluşan bir milli gruplar bütünü. Nitekim Türkiye'nin tam adaylık statüsüne kavuşmasının Avrupa Birliği içerisinde Hristiyan Demokratların geri plana düşmesi ile eş zamanlı gerçekleşmesi örneğinde görüldüğü gibi Türkiye'ye yönelik değişken tutumlarla yüz yüze kalmak mümkün. Nitekim Gümrük Birliği sürecinde tüm yükümlülüklerimizi yerine getirmemize rağmen Yunanistan vetosunu bahane eden Birlik üzerine düşen mali yükümlülükleri yerine getirmemişti. Bugün yeni statü çerçevesinde AB'nin üzerine düşen mali yükümlülükler artmış durumda. Önümüzdeki günlerde bu yükümlülüklerin yerine gelip gelmediğini hep birlikte göreceğiz.

Lütfi ARSLAN

## LONCA

AB'ye üyelik süreci 11 Aralık 1999'da Helsinki'de adaylık stütüsüne alınmamız ile yeni bir döneme girdi. Bu yaklaşık 200 yıllık rotasını Batı'ya göre ayarlayan Türkiye için son derece önemli bir gelişme. Hedef Batı blokuyla, Batı'nın öngördüğü, global olarak nitelen değerler etrafında siyasi, ekonomik ve toplumsal bütünlüğün bir parçası olmak.

Lonca ilk sayısında ülkemiz açısından son derece önemli olan bu konuyu masaya yatırdı. Günü ve bu güne kadar yaşanan süreci tahlil etmek, geleceğe emin ve kararlı adımlarla gidilmesi için şart. Lonca, okurları için hazırladığı AB - Türkiye dosyasında bir bilinç düzeyi yakalamayı hedefledi. Ve AB sürecinin önemli tanıklarına sorular sordu. Akademisyen ve fikir adamlarımızın değerlendirmelerini sayfalarına taşıdı.

İşte Lonca'nın cevabını aradığı sorular ve görüşlerine başvurulmuş isimlerin verdiği cevaplar

- ▶ 1. Aday ülke statüsüne alınmamız 1963'te başlayan AB maceramızda ne anlam ifade ediyor.
- ▶ 2. Adaylık statüsünde kamu veya özel tüm ekonomik aktörler açısından genel olarak yapılması gerekenler nelerdir?
- ▶ 3. Daha önceki dönemlere göre hükümetin AB'ye üyelik konusunda kararlı olduğu ifade ediliyor. Bu kararlılığın üyeliğe girmek için yapılması gerekenlerin yapılmaya başlanması noktasına da yansıdığını düşünüyor musunuz?
- ▶ 4. AB'ye uyum konusunda özel sektörün kamuya göre daha donanımlı olduğu gözde çarpıyor. Düşünceleriniz nedir?
- ▶ 5. Gümrük Birliği süreci AB ile ekonomik ilişkilerimiz açısından hangi noktalardan faydalı oldu?
- ▶ 6. Üyeliğin bir an önce gerçekleşmesi noktasında siyasi ve toplumsal yapının mı, yoksa ekonomik yapının mı öncelikli olduğunu düşünüyorsunuz?
- ▶ 7. AB bir standartlar birliği. Üyelik, ekonomik zihniyet olarak bu tür bir standartlar ülkesi olabilmemize bağlı. Dolayısıyla yapısal reformların yanında zihni reformların da önemli olduğu bir değişimle karşı karşıyayız. Nasıl başaracağız?
- ▶ 8. Türkiye - AB ekonomik büyüklükleri karşılaştırıldığında, ekonomik büyüklüklerimiz AB'ninkiler karşısında çok mütevazı kalıyor. Diğer taraftan iş gücü, potansiyel pazar vd. özellikleri itibarıyla nüfusumuz büyük avantaj. Bunlar dikkate alındığında AB - Türkiye ekonomik birlikteliği her iki taraf açısından ne anlamlar ifade ediyor?

Abdullah GÜL ile...



# AB Türkiye

**AB Türkiye'ye karşı bir oyalama politikası izlemektedir. Türkiye'yi dış kapıda bekletmek ve içeriye alacağı vaadiyle her istediğini yaptırmak istemektedir.**

**LONCA:** Öncelikle dergimizin röportaj isteğini krmadığınız için teşekkür ederek başlamak istiyorum. İlk sorum şu olacak. Sizce AB'ye adaylık statüsüne alınmamız ne anlam ifade ediyor.

**GÜL:** AB ile ilişkilerimizin neredeyse 40 yıllık bir geçmişi vardır. Avrupa Ekonomik Topluluğunun 1958'de kurulmasından kısa bir süre sonra, Temmuz 1959'da, Türkiye Topluluğa tam üye olmak için başvurmuştur. Ülkemizin kalkınmışlık düzeyinin, üyeliğin gereklerinin yerine getirmeye yeterli olmadığı gerekçesiyle AET, tam üyelik başvurumuzu reddetmiş; ancak bir ortaklık anlaşması imzalanmasını önermiştir. 12 Eylül 1963'de imzalanan Ankara Anlaşması, Türkiye'nin AET'ye üyelik sürecinin, hazırlık dönemi, geçiş dönemi ve nihai dönem olmak üzere üç devrede ele almış; hazırlık döneminin sona ermesiyle birlikte, 1970'de imzalanan ancak 1973'de yürürlüğe giren Katma Protokol ile geçiş dönemi hükümleri ve her iki tarafın yükümlülükleri belirlenmiştir. Ancak her iki anlaşma öngörülmediği şekilde uygulanmamıştır. Türkiye'nin 1970'li yıllarda içinde bulunduğu olağanüstü ekonomik ve siyasi şartların yanında; içe dönük, ithalat ikamesine dayalı politikalar şeklinde kendini gösteren ve AET ile ilişkilerimize soğuk bakan siyasi irade, ülkemizin Katma Protokol'den kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirememesi sonucunu doğurmuştur. Başta sadece ekonomik ilişkilerde baş gösteren bu sorunlar, 12 Eylül 1980 ihtilali ve yine aynı yıl Yunanistan'ın topluluğa üye olması ile siyasi bir boyut kazanmış ve sonuçta, AET ile ilişkilerimiz dondurulmuştur.

1983 yılında sivil idarenin başa geçmesi ve Rahmetli Özal'ın insiyatifi ile ülkemizin dışa açılma sürecinin başlatılması ile, Türkiye ile AT arasındaki ilişkiler yeni ve bugün için artık geri dönülmez sürece girmiş;

14 Nisan 1987'de de ülkemiz, yeni adıyla Avrupa Birliği'ne tam üyelik müracaatında bulunmuştur.

1987'de yaptığımız bu tam üyelik başvurusuna AB, sizin de bildiğiniz gibi, tam 12 yıl sonra, 11 Aralık 1999'da Helsinki zirvesinde olumlu yanıt vermiş ve Türkiye'yi aday ülke statüsüne kabul ettiğini ilan etmiştir. Her ne kadar bazı çevrelerce sanki adaylığa değil de, üyeliğe kabul edilmişiz gibi lanse edilmişse de, 12 yıl gibi bir sürede Türkiye, AB'ye ancak adaylığını, biraz da zoraki, kabul ettirebilmiştir. İşin ilginç yanı, aday ülke olarak kabul edilmesine karşın, Türkiye'nin AB'ye tam üye olup olamayacağı halen şüphelidir. Halihazırdaki durum, ülkemizin AB'ye tam üyelik konusunda eskisinden daha fazla bir şans olmadığı iddiasını destekler niteliktedir. Neden mi? Çünkü diğer tüm aday ülkeler için tam üyelik görüşmelerinin takvimi belirlenmişken Türkiye için henüz üyelik görüşmeleri konusunda hiçbir tarih belli değildir. Üstelik bu konuda AB tarafından kaygı verici açıklamaların arkası kesilmemektedir. En son Alman Dışişleri Bakanı Fischer "Türkler (üyelik konusunda) çok aceleci. Oysa biz Türkiye'yi kabul etmeye henüz hazır değiliz" sözleri ile, AB'nin en azından bilinen ya da öngörülen bir zaman içinde Türkiye'yi üyeliğe kabul



# ye'yi Oyalıyor!

etme niyetinde olmadığını ifade etmiştir. Bunun yanında, 1980'den bu yana, AB tarafından Türkiye'ye 2.593 milyon EURO verilmesi öngörülmüş; 760 milyon Euro verilmesi taahhüt edilmiş; ancak şimdiye kadar sadece 347 milyon EURO fiilen kullanılmıştır. Avrupa Parlamentosu bütçesinde Türkiye halen, aday ülkeler birinci faslında değil, aday olmayan ülkeler ikinci faslında değerlendirilmektedir. Birliğin aday ülkelere verdiği büyük fonlarda da Türkiye'ye karşı yapılan ayrımcılık göze çarpmaktadır. Polonya'ya 400 milyon EURO verilirken, aday ülkelerin en büyüğü olan Türkiye'ye, Gümrük Birliğini de 1996'da gerçekleştirmiş olmasına rağmen, sadece 170 milyon EURO verilmesi öngörülmüştür.

Baştaki soruya dönecek olursak, AB'ye aday ülke statüsüne kabul edilmiş olmamız, 40 yıllık AB maceramızın en kayda değer kazanımlarımızdan birisidir. Ancak elimizdeki veriler ve AB'den gelen sinyaller, Türkiye'nin Birliğe üyeliğinin kısa ya da orta vadede gerçekleşmeyeceğini göstermektedir. Evet, 11 Aralık 1999'da Türkiye'nin AB'ye aday ülke olduğu kabul edilmiş; ancak fiili durumda herhangi bir değişiklik

olmamıştır. AB, Türkiye'ye karşı bir oyalama politikası izlemektedir. Türkiye'yi dış kapıda bekletmek ve içeriye alacağı vadiyle her istediğini yaptırmak istemektedir. Nitekim Helsinki'de Türkiye'yi aday ülke olarak ilan etmesine karşılık Kıbrıs ve Ege konularında istediği tavizi almış ve böylece, Güney Kıbrıs'ın Birliğe tam üyeliği konusunda ileride ortaya çıkacak Türkiye engelini şimdiden ortadan kaldırmıştır.

AB kapıları Türkiye'ye bir gün mutlaka açılacaktır. Ancak bu kapılar açıldığında, Türkiye artık bu kapılara sığamayacak kadar büyük olacaktır.

**LONCA:** Kamu veya özel sektörü ekonomik aktörler açısından değerlendirdiğinizde neler söyleyeceksiniz?

**GÜL:** Açıkçası benim özel sektör açısından ciddi bir endişem yok, daha doğrusu, yoktu. Özel sektörümüz, kamu sektörünün sırtına yüklediği ağır yüke rağmen son döneme kadar kendisinden bekleneni fazlasıyla yerine getirmiştir. Ancak geçen ay Devlet İstatistik Enstitüsü'nün açıkladığı rakamlar bize şunu göstermektedir ki, artık Türk özel sektörünün kamuyu taşımaya daha fazla mecali kalmamıştır. AB'ye adaylık statüsü kazandığımız ve üyelik için rüştümüzü en fazla ispat etmemizin gerektiği 1999 yılında Türk ekonomisi bir önceki yıla göre yüzde 6.4 oranında küçülmüştür. Bu rakam İkinci Dünya Savaşından bu yana yaşanan en büyük küçülmeyi göstermektedir. 1994 yılında yaşadığımız ve dünyadaki global ekonomik kriz nedeniyle bir ölçüde mazur görülebilen küçülmeden bile daha büyük olan bu rakam tek başına aslında, demokrasi ve insan hakları alanında AB'ye girme rüştünü henüz ispatlayamamış olan ülkemizin belki de üyelik konusunda en önemli avantajı olan ekonomik büyüme gücünü de giderek kaybettiğini, dolayısıyla, tam da adaylığa kabul edildiği dönemde üyelik şartlarından biraz daha uzaklaştığını ispat etmektedir. Bu bağlamda, size çok daha ilginç bir rakam vermek isterim. DİE'nin istatistiklerine tüketim harcamaları

açısından bakıldığında, özel sektör harcamalarının bir önceki yıla göre yüzde 3.1 oranında azalmasına karşılık, devlet tüketim harcamalarının yüzde 6.5 oranında arttığı görülmektedir. Bu demektir ki, devlet kendi harcamalarını, işçinin, esnafın, köylünün, sanayicinin cebinden aldığı parayla finanse etmektedir ki, bu şartlarla Türkiye'nin bırakın Avrupa'ya entegrasyonunu gerçekleştirmeyi, kendi ayakları üzerinde durabilen, bağımsız bir devlet olarak bile yoluna devam edebilmesi güç olacaktır.

Başta halkımıza layık olduğu refah düzeyini sağlamak ki, bu en başta, devletin özel sektör üstündeki bu dayanılmaz ağırlığını kaldırmakla olur, daha sonra da AB'ye girebilmek için yapılması gereken en öncelikli iş, kamu vicdanını rahatsız etmeyecek bir şekilde, eşitlik ve hakkaniyet kurallarına riayet ederek KİT'leri

özelleştirmek, yani devleti ekonomik hayatın dışına taşımak, asli vazifesine döndürmek elzemdir. 21. Yüzyıla girdiğimiz şu dönemde modern devletin işi şeker, çimento üretmek değildir; Türkiye Cumhuriyeti'nin de olmamalıdır. Yalnız bir noktanın altını çizmek isterim: Demokrasi ve insan hakları alanlarında olduğu gibi, ekonomik alanda da yapılacak reformlar, en başta kendi halkımızın refahı, daha iyi yaşaması, daha özgür olması amacıyla yönelik olmalıdır. Yoksa 18. Yüzyıldan bu yana yapılageldiği gibi, bütün bu reformlar sırf Batıyı memnun etmek, spesifik olarak da AB'ye girmek için yapılırsa, tıpkı eskiden olduğu gibi, hiçbir işe yaramayacaktır. Türkiye AB'ye girmek için ekonomisini düzeltmeli, enflasyonu düşürmeli; insan hakları ve özgürlükler alanını genişletmeli, demokrasi standardını yükseltmeli değildir. Türkiye, ekonomik kalkınmasını gerçekleştirdiği, enflasyonu düşürdüğü; temel insan hakları ve özgürlükler alanında dünya standartlarını yakaladığı ve modern, gerçek anlamda demokratik bir devlet olduğu için AB'ye girmelidir ki, zaten bu standartları yakaladığımız zaman kapıda bekleyen biz değil, AB olacaktır.

*"AB, Helsinki'de Türkiye'yi aday ülke olarak ilan etmesine karşılık Kıbrıs ve Ege konularında istediği tavizi almıştır."*

**LONCA:** Hükümetin AB'ye üyelik konusunda kararlı olduğu ifade ediliyor. Sizin kanaatleriniz neler? Sizce hükümet atılması

gerekten adımları atıyor mu?

**GÜL:** Ziya Paşa'nın meşhur dizelerini bilirsiniz:

*"Ayinesi iştir kişinin lafa bakılmaz.  
Şahsın görünür rübe-i aklı eserinde"*

Son 55 yılın en kötü rakamları ile ekonomiyi -6.4 küçültmüş; Türkiye'yi kişi başına düşen gayri safi milli hasıla sıralamasında dünya 93.lüğüne geriletmiş; uzun yıllardan sonra ilk kez, kişi başına düşen yıllık geliri 3000 \$ altına düşürerek 2878 \$ olarak gerçekleştirmiş; kısaca Türk halkını uzun yıllardan beri ilk kez bu kadar fakirleştirmiş; ülkenin demokrasi ve insan hakları standardını kaygı verici bir şekilde düşürmüş; bırakın sokaktaki vatandaş TBMM'deki milletvekillerinin bile iradelerine ipotek koymaya kalkmış bir hükümetin,

AB'ye üyelik konusunda nasıl bir kararlılık içinde olduğunuzu doğrusu ben henüz anlayamadım. Bütün bu icraatlarına bakılırsa Sayın Bülent Ecevit başkanlığındaki hükümet, Türkiye'nin AB'ye girmesi değil, AB'den uzaklaşması konusunda kararlı gözükmektedir.

**LONCA:** Gümrük Birliği süreci AB ile ekonomik ilişkilerimiz

açısından hangi noktalardan faydalı oldu?

**GÜL:** Türkiye ile AB arasındaki Gümrük

Birliği, bildiğiniz gibi, 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Aslında Gümrük Birliği'nin tamamlanmasıyla ülkemiz AB ile entegrasyon istikametinde önemli bir adım atmıştır. En azından Türk ekonomisi ve sanayii, Gümrük Birliği'ni gerçekleştirerek tam üyeliğin gerektireceği yükümlülükleride zaman içinde üstlenebileceğini göstermiştir. Bir yerde Gümrük Birliği, Türk ekonomisi için bir test olmuş ve bütün olumsuzluklara rağmen Türkiye bu sınavdan başarıyla çıkmıştır. Ülkemiz AB ile Gümrük Birliği'ne girebilmiş üçüncü ülkedir. Ancak madalyonun öteki yüzünde, Gümrük Birliği'nin ağır faturasının tamamen Türkiye'ye kesildiği; ticaret açığının önemli ölçüde büyüdüğü ve bütün bunlara karşılık AB'nin Gümrük Birliği'ni gerçekleştirebilmesi için, 5 yıl içinde Türkiye'ye vermeyi taahhüt ettiği 375 milyon EURO'luk hibeyi vermediği görülmektedir. Kısaca, Türkiye Gümrük Birliği'nin ağır faturasını kendi vatandaşına ödetmiş; ama yinede yükümlülüklerini yerine getirmiş; AB ise Yunanistan vetosunu bahane göstererek Gümrük Birliği'nden kaynaklanan hiçbir yükümlülüğünü yerine getirmemiştir. Aslında bu, AB'nin Türkiye'yi üyeliğe kabul

etme noktasında, ne kadar ciddi olduğunun da bir göstergesidir.

**LONCA:** Üyeliğin bir an önce gerçekleşmesi noktasında siyasi ve toplumsal yapının mı yoksa ekonomik yapının mı öncelikli olduğunu düşünüyorsunuz?

**GÜL:** Her ikisi de önemli. Birliğe girebilmek için hem güçlü ve istikrarlı bir ekonomik yapıya hem de çağdaş bir demokrasiye sahip olmamız gerekli. Bu açıdan AB'ye girebilmemiz için ekonomik alanda özelleştirme ne kadar gerekliyse, siyasi ve toplumsal alanda da sivilleşme, bireyi hak ve özgürlükleri ile devletin önüne geçirme; tıpkı ekonomide olduğu gibi sosyal alanda da, toplumsal hayatın en küçük, en bireysel noktasına kadar müdahale eden "kutsal devlet"i küçültme ve Batı'nın demokrasi, insan hakları ve özgürlükler standardını yakalamış, birey merkezli modern devlet anlayışını yakalama zaruridir.

**LONCA:** Verdiğiniz bilgiler için teşekkür ediyoruz. □

# Hükümetin elindeki olanaklar sınırlıdır

**Prof. Dr. Erol MANİSALI**

- 1963 Ankara Anlaşması ile Türkiye, "6 üyeli A.E.T.'nin, bir üyesi gibi" AET'ye katılmak amacını güdüyordu.
- İkinci Dünya Savaşı, Avrupa'daki ekonomik ve siyasal kurumlarda yer alan Türkiye, AET'ye de katılmak istemişti. "Genel eğilimin" bir uzantısı olarak bu anlaşma yapılmıştı.
- Hükümetin elindeki olanaklar sınırlıdır. Esas belirleyici üye, AB'nin Türkiye'ye karşı tutumu olacaktır. AB'nin Türkiye'yi "aday ülke" yapması, AB'ye doğrudan bir yükümlülük getirmiyor.
- Olayı bir bütün olarak görmek gerekir. Yararlı İlişkiler, "dengeli ve karşılıklı çıkarları koruyan ve kollayan" anlaşmalarda olur. Gümrük Birliği belgesi ise tek yanlıdır.
- Özel sektör "rekabet koşullarının" oluşturulmasına ağırlık vermelidir. Kamu sektörü ise, özellikle "tarım" alanında, "Türk tarımının ezilmemesi için" önem almalıdır.
- Bu, hükümetin donanımından çok "siyasal tercihi" dayanıyor. Bu tercihin oluşmasında ise medya ve büyük sermaye etkili oldu.
- Tam üyeliğin gerçekleşmesi Türkiye'ye değil AB'ye bağlıdır. Bana göre AB Türkiye'yi uzun dönemde de tam üye yapmayacaktır.
- Türkiye "Standartlara uyumu", kendi iyiliği için yapmak zorundadır. Yukarıda da belirttiğim gibi, Türkiye tam üye yapılmayacaktır.
- Türk girişimcisi AB karşısında, "Ulusal bir politika" izleyerek, AB'nin büyük ölçekli firmalarının ekonomimizi denetim altına almalarını engelleyebilir.



# Türkiye'nin sicili çok karışık

**LONCA:** Türkiye'nin AB üyeliğine aday olarak tanınması için 1963 Ankara Anlaşması'ndan beri niye bu kadar uzun bir zaman geçti?

**Karen Fogg:** Ankara Anlaşması, Türkiye'ye kesinlikle bir tam üyelik perspektifi veriyor ve, esas olarak bir gümrük birliğine hazırlanmak için tarife indirimleri yoluyla, bütünleşmeyi destekleyecek adımlar öngörüyordu. Ancak, bir AB adayı olmak, en azından AB'nin geçmişteki bütün genişlemelerinde, üyeliğe ve dolayısıyla ayrıntılı görüşmelere fiilen hazır olmak anlamına gelmiştir. Türkiye 1987'de üyelik için resmen başvurduğunda, hazır kabul edilmedi. Türkiye'nin adaylığı konusu, 1995 yılında gerçekleşmiş olan Gümrük Birliği'nin tamamlanmasından sonra ele alınacaktı. Şimdi, Berlin Duvarı'nın çökmesinden sonra ve komünizmin boyunduruğundan kurtulan Doğu Avrupa ülkelerinin üyelik başvurusu için adeta hücum etmeleriyle, AB, genişleme konusunda daha geniş bir yaklaşım geliştirmiştir. Bu yaklaşımda, üyeliğin bütün şartlarına, yani Kopenhag kriterlerine uymayı somut biçimde taahhüt eden ülkeler aday olarak kabul edilmektedir. Türkiye'nin bu yöndeki taahhüdü ve dolayısıyla bir Türk adaylığının kredibilitesi, Türkiye ve Yunanistan arasında yapıcı bir diyalogun başlangıçları dahil, politika reformuna yönelik bir taahhüdün diğer göstergeleriyle birlikte, ancak geçen Mayıs ayında Türk Başbakanı Ecevit ile Başbakan Gerhard Schroeder uhdesindeki AB Başkanlığı arasında gerçekleşen yazışmadan sonra belirlendi. Bu durum, Helsinki zirvesinde Türkiye'nin adaylığının teyit edilmesi için gerekli

AB uzlaşmasının sağlanmasına yardım etti.

**LONCA:** Kopenhag kriterlerinin yerine getirilmesinde Türkiye'nin ilerlemesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

**Karen Fogg:** Haziran 1998'deki Cardiff zirvesinden beri Türkiye'yi bir aday olarak görmüş olan komisyon, onüç aday ülkenin her biri tarafından kaydedilen ilerleme hakkında her yıl bir değerlendirme yapmaktadır. En son değerlendirme raporları Ekim 99'da yayımlandı. Türkiye'nin oldukça dengesiz bir ilerleme yaptığı görülmüştü:

\* Sağlıklı, rekabet gücüne sahip bir piyasa ekonomisini gerektiren ekonomik kriterler açısından, ilerleme olumlu. Makroekonomik dengeleme, özelleştirme ve bankacılık sektöründe reform ilerlemekteydi. Bununla birlikte, ekonominin bütün sektörlerinde ve alanlarında daha dengeli büyüme gerekiyordu;

\* Hukukun üstünlüğü ve insan haklarına saygı ile birlikte, işleyen, istikrarlı bir demokrasiyi gerektiren politik kriterler açısından, bazı ilerleme işaretleri vardı fakat pek çok çelişkili gösterge de vardı;

\* "Müktesebat" denilen spesifik AB kuralları, standartları ve politikalarının kabul edilmesi alanında, **Türkiye'nin çok karışık bir sicili vardır.** Rekabet politikası ve fikri mülkiyet gibi konularda iyi gidilmekte, fakat çevre, sosyal politika, sınır kontrolleri ve iltica gibi pek çok alanda henüz pek az yakınlaşma işareti görülmektedir.

Benim izlenimim odur ki tablo son rapordan bu yana pek fazla değişmemiştir.

**LONCA:** Türkiye izlenimleriniz temelinde, Türkiye'nin önündeki ihtimalleri nasıl görüyorsunuz?

**Karen Fogg:** AB kriterlerinin karşılanmasında ilerleme ve reform temposu Türkiye'ye bağlıdır, fakat süreci etkileyebilecek pek çok oyuncu vardır. TBMM ile birlikte Hükümet, çok sayıda yeni politikalar, teknik kurallar ve düzenlemeler planlamalı, yasalaştırılmalı ve uygulamalıdır.

Bunun için, çok etkili bir kamu yönetimi ve bütün bakanların ve tercihen, bütün siyasi partilerin tam bir kararlılık içinde olmaları

gereklidir. Yeni kurallar ve standartların uygulanmasının sağlanması için, yeterli miktarlarda kaynak ayrılması ve etkili bir yargı elzemdir. Türk devleti, çeşitli durumlarda, örneğin Gümrük Birliği konusunda, geniş kapsamlı reformlar yapabildiğini göstermiş olsa da, katılım sürecinin karmaşıklığının henüz tam olarak kavranmış olduğunu sanmıyorum. Türk sisteminin, önünde duran görevler için ne kadar iyi bir şekilde organize olacağını henüz bilemiyoruz.

Her durumda, gündemdeki reformlar toplumda uzlaşma kurulmasını gerektirecektir. Toplum, katılımla ilgili reformlar için uzmanlık sağlayabilir ve baskı yapabilir. Burada hayli iyimserim. Türk ekonomisi, bir süredir, büyük bir dinamizm, esneklik ve girişim kapasitesi göstermiştir. Türk iş dünyası daha sıkı ekonomik bütünleşme istiyor gibi görünmektedir. Ekonomide daha fazla şeffaflığa ve rekabete yol açacak gerekli reformları desteklemeye devam edeceklerini umuyorum. Türk halkı ve sivil toplumu da, özellikle İzmit depreminden sonra, güçlü bir insani dayanışma göstermiş ve ayrıca hoşgörü ve çoğulculuk için, bazı siyasi elitlerce tahmin edilenin ötesinde bir kapasite sergilemiştir. Toplumda, daha çok demokrasi ve adalet için adeta bir açlık vardır. Bunun, reformların hızlanmasına ve dincilik ve ayrılıkçılık korkularının azaltılmasına yardım edebileceğini umuyorum.

**LONCA:** Türkiye Kopenhag kriterlerini yerine getirdikten sonra AB tarafından üyeliğe kabul edilecek mi?

**Karen Fogg:** AB'ye yeni bir üyenin katılması kararı, sadece hükümetlerin anlaşmasını değil, aynı zamanda tüm üye devletlerin parlamentolarının ve Avrupa Parlamentosu'nun onayını gerektirir. Dolayısıyla, şimdiki genişleme sürecinin ne birinci ne de sonuncu aşaması için kesin bir yargıda bulunmak mümkün değildir. AB'nin üye devletlerinde kamuoyunun genişlemenin faydaları ve maliyetleri hakkında yeterince bilgilencesini sağlamak Avrupa Komisyonu için artan önemde bir konudur. İşsizlik hakkında, göç hakkında, Avrupa değerlerinin ve standartlarının sulandırılması hakkında, yanıtlanması gereken ve kesinlikle sadece Türkiye üzerinde odaklanılmayan korkular vardır. Tam da bu sebeple, Kopenhag kriterleri, aday ülkelerde olduğu gibi AB içinde de kamuoyu için bir referans noktasıdır. Gelecek yıllarda, üyelik için hazırlanırken, Türkiye, bir ülke olarak bu Avrupa değerlerini ve standartlarını anladığını ve kabul ettiğini AB'ye inandırmak için gayret etmek durumunda olacaktır. Din ile ilgili konular, ne AB ne de Türkiye tarafından işin içine girmemelidir.



Dışişleri Bakanı İsmail Cem ile...

# AB'ne katılım Kope

**AB'ne adaylık statüsünün resmen ve hiçbir önkoşul olmaksızın kabul ve ilan etmesi Türkiye-AB ilişkilerinde yeni bir başlangıca vesile olmuştur.**

Türkiye'nin bu konuda göreceli bir avantaja ve güvenceye sahip olduğu söylenebilir. Gerçekten, dördüncü yılını tamamlayan Gümrük Birliği dolayısıyla Türkiye Topluluk müktesabatına uyum çalışmalarını büyük ölçüde ve başarıyla tamamlayabilmiştir. Bu istikrarlı ve verimli gidişatın sürmesi halinde, ülkemiz AB'ne üyelik müzakerelerini başlatabilecek aşamaya gelebilecektir.

Özetle, AB'ne tam üyelik, Türkiye'nin öncelikli dış politika hedeflerinden birini teşkil etmektedir ve AB adaylığı ve üyeliği Türkiye'nin çağrı paylaşma yönündeki çabalarına güç ve hız katacaktır.

**LONCA:** Adaylık statüsünde kamu veya özel, tüm ekonomik aktörler açısından genel olarak yapılması gerekenler nelerdir?

**CEM:** Helsinki Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi, Türkiye'nin AB'ne adaylık statüsünü resmen ve hiçbir önkoşul olmaksızın kabul ve ilan etmek suretiyle, Türkiye-AB ilişkilerinde yeni bir başlangıca vesile olmuştur.

Öncelikle, Avrupa Birliği Komisyonu ile yakın temas halinde bir Katılım Ortaklığının ve aynı doğrultuda, AB müktesabatının üstlenebilmesi için bir Ulusal Programın hazırlanması gerekmektedir. Katılım Ortaklığından kastedilen, aday ülkenin AB edinimine uyum sağlaması amacıyla, her alanda neler yapılabileceğini belirli bir zaman dilimi içinde değerlendiren bir stratejinin oluşturulmasıdır. Katılım ortaklığı, aday ülke ile AB Komisyonu tarafından birlikte hazırlanmaktadır. Ulusal Program'da ise, aday ülke, Katılım Ortaklığında belirlenen alanlardaki hususları nasıl ve hangi süre içinde yerine getireceğini ayrıntılı bir biçimde ortaya koymaktadır. Ulusal Programı hazırlama sorumluluğu, yine AB Komisyonu ile danışma halinde aday ülkeye aittir.

Kısaca özetlemeye gayret ettiğim bu süreç, oldukça kapsamlı ve teknik çalışmalar gerektirmektedir. Ancak, Türkiye bu süreçte önemli bir avantaja sahiptir. Dördüncü yılını tamamlayan Gümrük Birliği dolayısıyla, Türkiye Topluluk müktesabatının en önemli alanlarından birini teşkil eden bu konuda AB ile uyum çalışmalarını büyük ölçüde tamamlamıştır. Türkiye'nin diğer adaylara göre AB ile Gümrük Birliği'ni başarıyla gerçekleştirebilmiş tek ülke olduğunu vurgulamak isterim. AB ile mevcut ilişkilerimiz çerçevesinde, AB kurumları ve bilhassa Komisyon ile ilgili kuruluşlarımız arasında esasen yakın işbirliği

**LONCA:** AB'ne aday ülke statüsüne alınmamız 1963'te başlayan AB sürecinde ne anlam ifade ediyor?

**İSMAİL CEM:** Türkiye, 1957 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulmasının ardından, Topluluğa tam üyeliği de öncelikli dış politika hedeflerinden birisi olarak tespit etmiş ve 1963 yılında imzaladığı Ankara Anlaşması ile Topluluk'la bir ortaklık ilişkisi içine girmiştir. Avrupa Birliği ile ilişkilerimizi geliştirme yönündeki kararlılık, son 37 yılda kurulmuş bütün hükümetlerimizin programlarında ifade edilmiştir. Türkiye'nin Helsinki Zirvesi'nde bu kere gerçek bir aday olarak tescil edilmesi kuşkusuz tarihi bir gelişmedir.

1963 tarihli ortaklık Anlaşması çerçevesinde üstlendiği hukuki yükümlülüklerini yerine getiren ve sözkonusu Anlaşmanın 23. maddesinde ifadesini bulan AB'ne tam üyelik hedefine ulaşma hususunda tüm kurumlarıyla ve var gücüyle çaba gösteren ülkemiz, AB Helsinki Zirvesi ile başlayan dönemin, bir kulübe aidiyetin kurallarına uyum yükümlülüğünü beraberinde getiren bir süreç anlamına geldiğinin bilincindedir. Esasen, ülkemiz, AB ile ilişkilerinden bağımsız olarak, kendi halkı ve ihtiyaçları için bu adımları zaten atmaktadır. Adaylık, AB ile işbirliği halinde ve AB'nin yapıcı desteğiyle, bu hedefe ulaşılmasını tabiatıyla kısaltıcı ve kolaylaştırıcı bir etki yapabilecektir.

Katılma süreci, kapsamlı ve teknik çalışmalar kadar, siyasi hazırlığa da ihtiyaç göstermektedir. AB ile katılma müzakerelerinin başlatılabilmesi Kopenhag kriterlerinin esas itibarıyla yerine getirilmiş olmasına bağlıdır.





# İthalat Kriterlerine Bağlı

mevcuttur. Bu işbirliği hızlanarak devam edecek ve karşılıklı temaslar büyük ölçüde artacaktır.

**LONCA:** *Daha önceki dönemlere göre hükümetin AB'ye üyelik konusunda kararlı olduğu ifade ediliyor. Bu kararlılığının üyeliğe girmek için yapılması gerekenlerin yapılmasına başlanması noktasına da yansıdığını düşünüyorsunuz?*

**CEM:** Türkiye, adaylık süreci içinde üyelik koşullarını karşılaması gerektiğinin bilincindedir. Öte yandan, AB müktesebatına uyum ile ilgili çalışmaların ilgili kamu kurum ve kuruluşlarımız arasında eşgüdümünü sağlamak üzere kurumsal yapılanma çalışmaları da gerçekleştirilmektedir. Bu çerçevede, Başbakanlık, Ulusal Programın hazırlanması ve Topluluk müktesebatının 31 alanını ilgilendiren Tarama Süreci ile ilgili çalışmaların eşgüdümünü teminen, 26 Ocak 2000 tarihinde yayımladığı bir genelge ile, çalışmalarının ilgili kurum ve kuruluşlarımız arasında dağılımını belirlemiştir. Bu kapsamda, dış ilişkilerin koordinasyonu ile birlikte, AB ile ilişkilerimizin dış siyaset boyutu ve katılma müzakereleri dahil olmak üzere, bütün müzakereler Dışişleri Bakanlığınca yürütülecektir. Avrupa Birliği ile tam üyeliğe yönelik ilişkilerimizin teknik ve ekonomik boyutlarının eşgüdümü de, Dışişleri Bakanlığınca bağlı bir Genel Sekreter marifetiyle, ilgili Bakanlık ve kuruluşlarımızın katılacakları, İç Koordinasyon ve Uyum Komitesi, Avrupa Birliği Danışma Kurulu ve Danışmanlar Grubu tarafından yerine getirilecektir. Bütün bu yapılanma, Başbakanın başkanlığında, Koalisyon ortaklarından herbirine mensup üç Bakandan oluşan Avrupa Birliği İç Ekonomik ve Teknik Koordinasyon Kurulu'nda alınacak kararlar doğrultusunda faaliyet gösterecektir. Diğer yandan, Türkiye'nin sürdürdüğü AB müktesebatına uyum çalışmalarının, Türkiye'ye karşı mali yükümlülüklerini yerine getirmek suretiyle AB tarafından desteklenmesinin büyük önem taşıdığını da belirtmek isterim. Önümüzdeki dönemde, ilişkilerimizin bu veçhesinin de gelişeceği temennisini taşıyoruz. Helsinki Zirvesi'nde, Türkiye'ye katılma adayı statüsü verilmesi, mali işbirliğini de yeni bir boyuta taşımaktadır. Zira, ilişkilerimizin boyutu, içeriği ve gerektirdiği mali

kaynaklar, eskiye kıyasla büyük ölçüde gelişme göstermiştir. Helsinki Zirve Sonuçlarında, AB'nin tüm katılım öncesi yardımlarının tek bir çerçeve altında toplanması da karara bağlanmıştır. AB yetkilileri, Birliğe aday ülkeler için katılma öncesi stratejisi içinde öngörülen meblağın iki katına çıkarılacağını, buna paralel olarak Türkiye'nin faydalanacağı mali katkının da artacağını bize söylemişlerdir.

**LONCA:** *Gümrük Birliği süreci AB ile ekonomik ilişkilerimiz açısından hangi noktalarda faydalı oldu?*

**CEM:** Gümrük Birliği, ülkemizin yıllardır sürdürdüğü dış ticareti serbestleştirme çabalarının belki de en önemli parçasıdır. Türkiye, Gümrük Birliği uyarınca AB'nin Ortak Gümrük tarifesini üstlenmiş ve koruma oranlarında ciddi indirimler gerçekleştirmiştir. Ülkemizde, Gümrük Birliği ile birlikte bu derece kapsamlı bir liberalizasyon hamlesi gerçekleştirilirken, bazı sektörlerin olumsuz etkileneceği ve dış ticarete ithalat ağırlıklı gelişmelerin yaşanacağı yönünde tahminler yapılagelmiştir. Ancak, ticari ilişkilerimiz çerçevesinde salt Gümrük Birliğinden kaynaklanan hayati ve kalıcı bir sorunla karşı karşıya kalmamıştır. Aksine, Gümrük Birliği, Türk ekonomisinin ve özellikle esnek yapıları sayesinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerimizin pek çok alanda altyapısını ve

rekabet gücünü önemli ölçüde geliştirebildiğini göstermiştir.

Genel ticaret rakamlarına baktığımızda, Avrupa Birliği'nden yapılan ithalatın, Gümrük Birliğinin yürürlüğe girdiği 1996 yılında, önceki yıla göre yüzde 37.2 arttığını, ihracatımızın ise, yüzde 4.2 gelişme gösterdiğini görüyoruz. 1998 yılına geldiğimizde ise, Avrupa Birliğinden ithalatımızda artış değil, yüzde 3.1 oranında gerileme görülmüş, buna karşılık ihracatımızda yüzde 9.7 oranında büyüme kaydedilmiştir. Görüleceği üzere, rakamsal veriler, sözkonusu iddiaların aksine, Gümrük Birliğinin dış ticaretimizdeki etkisinin dengeli bir seyir izlediğini işaret etmektedir.

*"Gümrük Birliği Türk ekonomisinin ve işletmelerimizin pek çok alanda altyapısını ve rekabet gücünü artırmıştır"*

Burada AB ülkelerinden yapılan ithalatımızın yapısına da bakmak gerekir. İthalatımızın yaklaşık %29.8'i yatırım mallarına, % 55.2'si ara mallarına gitmekte, tüketim malları ithalatı ise %15.04'lük bir tutar oluşturmaktadır. Esasen ithal edilen yatırım ve ara malları, sanayimiz tarafından ihracata dönük üretimde kullanılmaktadır.

Gümrük Birliği, ülkemizin, rekabet, fikri ve sınai mülkiyet hakları, standartlar, yapısal reformlar gibi dış dünya ile bütünleşme yönünde, kendi iç dinamiklerini kullanarak atması zaten gerekli olan adımları hızlandıran bir girişim olmaktan öteye, Ortaklık anlaşmamız uyarınca ülkemizin 22 yıllık bir geçiş süreci sonunda elde ettiği bir haktır. Bu itibarla, bu hakkın kullanılmasında sırasında ekonomimiz açısından ortaya çıkabilecek güçlüklerin, hak ve menfaatlerimizin, mevcut ahdi çerçeve içinde kararlı bir şekilde takip edilmesi suretiyle aşılması en akılcı yoldur. Dört yıldır başarıyla uyguladığımız Gümrük Birliği'nin bize tam üyelik yolunda büyük avantaj sağladığını belirtmek isterim.

**LONCA:** *Üyeliğin bir an önce gerçekleşmesi noktasında siyasi ve toplumsal yapının mı yoksa ekonomik yapının mı öncelikli olduğunu düşünüyorsunuz?*

**CEM:** Üyelik kriterleri sadece siyasi alandaki reformlardan ibaret değildir. Ekonomik kriterlerin karşılanması ve AB müktesebatına uyumun sağlanması gibi yükümlülüklerimiz aynı anda, birçok alanda çalışmamızı gerektirmektedir. □



*İstikrarlı ve verimli gidişatın sürmesi halinde, ülkemiz AB'ne üyelik müzakerelerini başlatabilecek aşamaya gelecektir"*

# “Türkiye uyum çalışmalarını yerine getirebilecek kararlılığa ve güce sahiptir”

Türkiye ilk kuruluş yıllarından itibaren Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ile gerek siyasi gerek ekonomik sebeplerden dolayı ilişki kurma ihtiyacı hissetmiştir. Bu doğrultuda, 12 Eylül 1963'te imzalanıp, 1 Aralık 1964 tarihinde yürürlüğe giren Ankara Anlaşması ile Türkiye, AET ile ortaklık ilişkisini tesis etmiştir.

Türkiye-AET ortaklığının genel çerçevesini belirleyen bu anlaşmanın öngördüğü hazırlık dönemini müteakiben 1 Ocak 1973 tarihinde yürürlüğe giren Katma Protokol ile, taraflar arasında zaman içerisinde bir gümrük birliği kurulmasını amaçlayan bir geçiş dönemi başlatılmıştır.

Türkiye-AET ortaklık ilişkileri, günümüze kadar Türkiye lehine, Gümrük Birliği'nin yükünü dengeleyecek aşamalı bir model çerçevesinde, bütünüyle tam üyelik hedefine uygun bir süreç içerisinde gelişmiştir. Bu kapsamda sanayi mamulleri ihracatına tam serbestlik, tarım ürünlerine çeşitli ihracat kolaylıkları, zaman içerisinde serbest dolaşım izni ve Türk ekonomisine mali yardım öngörülürken, karşılığında da Türkiye'nin 22 yıla yayılan bir takvim içerisinde Gümrük Birliği'ni gerçekleştirme ve ekonomisini AET'ye hazırlama yükümlülüğü getirmiştir.

Bu çerçevede, Gümrük Birliği 2/99 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı ile kabul edilip, 1 Ocak 1996 tarihinde tesis olunmuştur. Özet

olarak bu yeni bir husus olmayıp, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile 35 yıllık bütünleşme politikası doğrultusunda önemli bir aşamadır.

Gümrük Birliği'nin Türk ekonomisine olan etkilerini, kamuoyumuza yerleşmiş tek taraflı ve olumsuz ifadesi ile Gümrük Birliği'ne girişim maliyetini tartışırken, evvela girmemenin uzun vadeli ve yapısal maliyetlerini de hesaba katıp, değerlendirmeyi buna göre yapmalıyız.

Türkiye, Gümrük Birliği'ne girdikten sonra, AB ile olan ticaretinde gümrük ve fon gelirlerinden ortalama 2,5 (iki buçuk) milyar dolar gelir kaybına uğramaktadır. Bu da günümüze kadar 10 milyar dolarlık bir zarar anlamına gelir.

Bu rakam Türkiye'nin kaybı olmakla beraber, dünya pazarlarıyla serbest rekabet ortamına girmesi açısından Türkiye'nin uzun vadeli kazancı olarak değerlendirilmelidir.

Gümrük Birliği'nin dış ticaretimizdeki dört yıllık seyri incelendiğinde, Avrupa Birliği'ni, Türkiye'nin dış ticaret hacmi içindeki ağırlığını arttırarak sürdürdüğü görülmektedir.

1993 yılında %45,2 olan Avrupa Birliği'nin Türk ticaretindeki payı, 1995 yılında %48,7'ye, 1996 yılında ise % 51,9'a ulaşmış. 1997 yılında ise % 49,6 olmuştur. 1998 yılı için bu oran % 51,6 ve 1999 yılının ilk on bir ayı için ise % 53,1 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği dış ticaretinde

ki önemine baktığımızda, Avrupa Birliği'nin mal aldığı ülkeler sıralamasında Türkiye 1980 yılında 46. sıradan 1990 yılında ise 17. sıraya, 1997 yılında ise 12. sıraya yerleştiği görülmektedir. Bu Türk ihracatı açısından küçümsenmeyecek bir hamledir. Diğer yandan, Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin ihracatındaki önemi de giderek artmaktadır. Türkiye 1980'de 25. sıradayken 1990'da 9. sıraya, 1997 yılında ise 7. sıraya yükselmiştir.

Türkiye'nin toplam ihracatının % 50'sini Avrupa Birliği pazarına yönelmiş olduğu ve Avrupa Birliği'ndeki ekonomik durgunluğu, ithalattaki daralmayı ve üçüncü ülkelerin rekabetine rağmen AB'ne ihracatın her yıl ortalama % 6 oranında arttığı göz önüne alındığında, AB'nin Türk İhraç malları için istikrarlı bir pazar imkanı yarattığı ortaya çıkmaktadır. Gümrük Birliği ile bu durum daha da netleşmiş ve nitekim, son yıllarda global ekonomik kriz ile üçüncü ülkelere yönelik ihracatımızda yaşanan azalış, Avrupa Birliği ülkelerine yönelik, ihracatımızdaki artış ile dengelenmiştir.

Avrupa Birliği'nden olan ithalatımızın önemli bir miktarının ise yurt içi üretimde kullanılan ara mallardan ve hammaddelerden oluştuğunu vurgulamalıyız. Ayrıca, AB-Türkiye arasındaki ticarete rekabetten çok birbirini tamamlayan mallar işlem görmektedir. Örneğin, Türkiye tekstil makinelerini Avrupa Birliği'nden ithal edip, tekstil ürünlerini AB'ne satmaktadır. Bu yüzden Türkiye'nin rakibi Avrupalı üretici değil, aynı pazara mal çıkaran diğer ülkelerdir. Gümrük Birliği işte tam bu noktada Türkiye'nin üçüncü ülkeler karşısındaki rekabet konumunu olumlu etkilemektedir.

İşte biraz önce altı çizilerek ifade edilen bu iki faktör, 1996 yılından itibaren ihracatımızda, nicelik olarak çok büyük olmasa da, geleneksel ihraç ürünleri dışındaki sektörlerde (trikotaj, elektrik-elektronik makine cihaz ve sanayi ürünleri, kauçuk, demir çelik) gerçekleşen oransal olarak artışlara neden olmuştur.

Diğer yandan, Türkiye, Gümrük Birliği'ne geçişle birlikte üstlenmeyi kabul ettiği Ortak Gümrük Tarifeleri sonucunda çok sayıda serbest ticaret anlaşması imzalanmıştır Bu çerçevede

■  
“Gümrük Birliği süreci, Türk sanayinin uluslararası ticarete rekabet edebildiğinin ve sağlıklı bir yapıya sahip olduğunun göstergesi olmuştur”





12 ülke ile serbest ticaret anlaşmasına geçilmiştir. Ayrıca, 7 ülke ile bu türden anlaşmalar için müzakereler devam etmektedir. Bu anlaşmalar, Türkiye'nin dış ticareti açısından yeni pazarlar ve günümüzde AB'ne aşırı endekslenmiş dış ticaretinde bir hareket serbestisi anlamına gelmektedir.

Ayrıca, Gümrük Birliği kapsamında bulunmayan demir-çelik ürünleri ticaretine ilişkin olarak AB ile imzalanan serbest ticaret anlaşması sayesinde Türk demir-çelik ürünlerinin AB pazarına gümrüksüz girişi de temin edilmiştir. Öte yandan Türk Sanayini

yoğun uluslararası rekabet ile karşı karşıya bırakan Gümrük Birliği, aynı zamanda ülkemizin yeni dünya düzeni ile entegre olmasını sağlayacak zorlayıcı bir süreci de başlatmıştır.

Yapılan araştırmalar Gümrük Birliği'ne bağlı olarak Türk firmalarının arasında herhangi bir iflasın yaşanmadığını göstermektedir. 24 Ocak 1980 ekonominin liberalizasyonuna ilişkin olarak alınan kararlardan bu yana en köklü değişimi getiren Gümrük Birliği ertesinde Türk sanayisinin dinamik yapısı ve üretim elastikiyeti sayesinde ayakta kalabilmesi, Türk sanayinin uluslararası ticarete rekabet edebildiğinin ve sağlıklı bir yapıya sahip olduğunun göstergesidir.

Gümrük Birliği, her ne kadar ticari bir entegrasyon olarak değerlendirilse de basit anlamda gümrük duvarlarının kaldırılmasının çok ötesine geçmiş ve yapısal değişimlere de yol açmıştır. Gümrük Birliği'ne geçiş için yapılması gereken yasal düzenlemeler, 80'li yıllardan bu yana ağır aksak işleyen serbest rekabet ortamının yoğun ve etkin bir sürece girmesini beraberinde getirmektedir.

1/95 sayılı Türkiye-AB Ortaklık Konseyi Kararı ile beraber ülkemizde başta Patent Enstitüsü ve Rekabet kurumu'nun tesisi olmak üzere iç piyasamızı korumaya yönelik bir çok düzenleme yapılmış ve halihazırda da yapılmaya devam etmektedir. Bu çalışmalar ile, yalnızca gümrük duvarları kaldırılıp piyasamıza düzen getirilmemiş, aynı zamanda Türk özel sektörünün ve bürokrasisinin aralarındaki iş birliğini geliştiren yeni bir alan yaratılmıştır.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse, ortaklık ilişkilerinin ilk yıllarından itibaren, Avrupa Birliği'nin dış ticaretimiz içerisindeki yerine göz atıldığında, 1967-1995 yılları ortalamasının % 44, 1995-2000 yılları ortalamasının ise % 50 olduğu görülmektedir. Dünya ticaret hacminin % 40'ını elinde bulunduran Avrupa Birliği piyasasında sahip olduğu yeri bu

ekonomik ve siyasi bloğa entegrasyon ile sağlamıştır. Aralık 1999 AB zirvesinde Türkiye'nin AB adaylığına kabulü durumundaki gelişmeler ise şu şekilde özetlenebilir.

***"Türkiye, AB ilişkilerinde çok da deneyimsiz değildir. AB üyeliği konusunda muhtemel rakipleri olan Orta-Doğu Avrupa Ülkeleri'nden bazı avantajları vardır. AB, bu ülkeler yönünde çok ciddi değerlendirmeler yapmıştır. Başka bir ekonomik ve siyasi sistemden geldiklerinden dolayı, ODAÜ'de sıfırdan bir yapılanma başlatılmıştır"***

Kopenhag Kriteri olarak adlandırılan tam üyeliğe kabul şartları siyasi ekonomik ve müktesabat çalışmaları olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Siyasi kriterler aday ülkelerin tarafından tam üyeliğe kabul edilmeden peşinen uygulamaya konulması gereken ön koşullardır. Bu konular başta kişi hak ve özgürlüklerinin korunması ve demokratik kurumların idame ettirilmesi

gibi Avrupa Birliği genelinde kabul görmüş, siyasi ve sosyal hayatın birer parçası olan "olmazsa olmazlardır."

Ekonomik kriterleri ise; resmi adaylık sürecini takiben başlayıp esas olarak serbest piyasa şartlarının hakim olduğu AB içindeki rekabet koşulları ile başa çıkabilecek bir ekonomik yapının oluşturulması olarak ifade edilebilir.

Üç yıl sonunda Türkiye ekonomisinin AB ekonomik kıstaslarına uyumlu hale getirecek ve IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarının da desteğini alan bir ekonomik istikrar programı bu yıl başında uygulamaya konulmuştur. AB müktesabatına uyum ve tüm üyelik hedefi doğrultusunda kronolojik bir eylem planı hazırlanması ve 5000 civarında bir hukuki düzenleme yapılması, AB'ye tam üyelik yolunda Türkiye'nin yerine getirmesi gereken üçüncü koşuldur. Bu konuda kaydedilen ve önümüzdeki bir yıl içerisinde olması planlanan muhtemel gelişmeler şöyledir.

Haziran 1998 tarihli Cardiff Zirvesi'nden sonra, AB Komisyonu Türkiye ve diğer aday ülkeler için iki adet ilerleme Raporu (IR) hazırlamıştır. AB Komisyonu, bu raporlar ile aday ülkelerin üyelik yolundaki ilerlemelerini, eksiklerini veya olumlu yönlerini belirlemektedir.

Helsinki Zirvesi'nde Türkiye'nin resmi aday olarak ilan edilmesi sonrasında ele alınması gereken ilk konu her aday ülke için olduğu gibi, bir Katılım Ortaklığı Belgesi (KOB)'nin hazırlanmasıdır. KOB'de orta ve uzun vadeli hedefler ortaya konulmaktadır. AB Komisyonu bu belgeyi aday ülkeye danışarak hazırlamaktadır. Talep edilmesi halinde burada revizyona gidilebilir. Tüm yetki ve sorumluluk Komisyon'a aittir.

KOB önümüzdeki Ekim ayında AB ile beraber hazırlanacaktır. Mayıs ayında 1. Temas, Temmuz ayında 2. Temas, Eylül ayında ise 3. temas toplantıları yapılacaktır.

Aday ülke ise, AB teknik desteği ile AB

müktesabatına uyum önceliklerini ve bunun kurumsal ve finansal yansımalarının ortaya konulduğu bir Ulusal Program hazırlamaktadır. (National Programme for the Adoption of the Acquis=Topluluk Müktesabatına Uyum İçin Ulusal Program)

KOB hazırlandıktan sonra, Türkiye tarafından, takriben Kasım-Aralık 2000 tarihlerinde Ulusal Program (UR) hazırlanacaktır. Bu Ulusal Rapor da, Katılma Ortaklığı Belgesi ve İlerleme Raporu'nda belirtilen uyum çalışmalarının neler olduğu, ne kadar sürede ve nasıl yapılacağı Türkiye tarafından belirtilecektir. Diğer aday ülkelerde aynı yöntemi izlemişlerdir. Örneğin Polonya 1000, Macaristan ise 600 sayfalık Ulusal Rapor'lar hazırlamışlardır.

Özet olarak,

Türkiye, AB ilişkilerin de çok da deneyimsiz değildir. AB üyeliği konusunda muhtemel rakipleri olan Orta-Doğu Avrupa Ülkeleri'nden bazı avantajları vardır. AB, bu ülkeler yönünde çok ciddi değerlendirmeler yapmıştır. Başka bir ekonomik ve siyasi sistemden geldiklerinden dolayı, ODAÜ'de sıfırdan bir yapılanma başlatılmıştır.

Türkiye ise serbest piyasa ekonomisini uzun bir süreden beri uygulamaktadır. Türkiye için sıfırdan başlamak gereksizdir. Türkiye'nin yapması gereken, var olanı geliştirmek veya uyum sağlamaktır.

Büyük bir parlamento ve kamuoyu desteğine sahip olan Hükümetimiz tüm bu uyum çalışmalarını yerine getirebilecek kararlılığa ve güce sahiptir. □



# AVRUPA YOLUNDA Helsinki Kararları



## Helsinki'de Ayrıyeten Ne oldu?

Türkiye-Avrupa Birliği ilişkileri geçen yılın Aralık ayında yapılan AB Konseyinin Helsinki Zirvesinden sonra yeni bir döneme girmiştir. 10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de gerçekleştirilen zirve toplantısında Türkiye'ye de AB üyeliğine adaylık statüsü verilmesi kabul edilmiştir.

Ancak, Finlandiya'nın dönem başkanlığında gerçekleştirilen bu Avrupa Konseyi toplantısının sonuç bildirgesinde yer alan ifadeler, analiz edilmeye muhtaçtır. Metnin bütününe bakılmaksızın yapılacak yorumlar ya hamasatten öte bir ifade taşımayacak ya da çok sığ kalacaktır. Bu zirve toplantısında 15 AB üyesi ülke, Bildirge'nin ilgili paragrafına bakılırsa, "Türkiye'de yaşanan olumlu gelişmelerden ve Kopenhag kriterleri çerçevesinde Türkiye'nin reformlara devam etme kararlılığından duyduğu memnuniyeti dile getirmiş ve Türkiye'nin diğer aday ülkelerle eşit koşullar altında AB üyeliğine aday olduğunu ifade etmiştir."

Buna binaen, Türkiye'de bazı çevrelerin yaptığı gibi bir yorum yapılacak olursa "AB'nin en sonunda Türkiye'yi koşulsuz olarak üyeliğe davet ettiği" gibi ne idüğü belirsiz bir sonuca ulaşılabilir. Oysaki Sonuç Bildirgesi'ni bir bütün olarak okuduğumuz zaman işin gündelik politik söylem ve söylemlerle geçitirilemeyecek kadar ciddi olduğu anlaşılacaktır. Sonuç Bildirge'sinin

analizine geçmeden önce bildirgenin yansımalarıyla ilgili bir not'un düşünülmesi lazım. Çünkü, zirve toplantısının sona erdiği ve bildirinin yayımlandığı gün medyaya yansıdığı şekliyle yapılan yorumlar ve gözlemler bu bildirinin Türkiye açısından taşıdığı anlamı değerlendirme açısından önemli ip uçları taşımakta. Anlaşıldığı kadarıyla bu bildiriden AB genel olarak, Finlandiya da dönem başkanı olarak memnundu. ABD memnun. Yunanistan ve Güney Kıbrıslı Rumlar genelde coşkuyla karşılanmışlardı haberi. Ankara da öyle görünüyordu. Helsinki bildirgesinden açıkça olumsuz etkilenen ve bunu da yansıtan bir tek KKTC Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş vardı. Sebebi basitti. Yunanistan "evet" der görünerek istediklerini elde etmiş ve bu isteklerin başında yer alan Kıbrıs Rum kesiminin AB adaylığı yolunu sonuna kadar açmıştı. Bildirgeye göre Avrupa Birliği, BM Genel Sekreteri'nin Kıbrıs sorununun çözümüne ilişkin çabalarını desteklemekte ancak BM'nin denetiminde gerçekleştirilen görüşmelerin 2002'ye kadar sonuçlanmaması halinde "Kıbrıs'ın katılımına ilişkin kararını, sorunu bir önkoşul olarak değerlendirmeksizin vereceğini" vurgulamaktaydı. Helsinki'de alınan kararlar ayrıca, Kıbrıs'ta kısa vadede bir çözüm bulunamasa da Kıbrıs Rum kesimi tüm aday temsilen ve Türk toplumunu hiçe sayarak AB'ye üye olacaktı.

Bu Yunanistan'ın yıllardır her yolu deneyerek gerçekleştiremediği Enonisi'ni hayata geçirmek ve Kıbrıslı Rumlarla arka bahçeyi kullanarak birleşmeyi gerçekleştirmesinden başka bir anlam ifade etmiyor aslında. İşin enteresan tarafı Yunanistan bununla da yetinmemiş, yine Türkiye'ye adaylık statüsü tanınmasına evet diyerek, AB'yi arkasına almayı başarıp Türkiye'ye Ege koşulunu da dayatmasını bilmişti. Ege sorunlarının çözümü Türkiye'nin önüne bundan önceki metinlerde yer aldığından daha kesin bir üyelik şartı olarak konulmuştu. Helsinki kararlarında daha başka şartlar da vardı. Her şeyden önce "aday ülkelerden Birliğin değer ve amaçlarını paylaşmaları" istenmekteydi. Helsinki'de de açıkça "Kopenhag zirvesinde belirtilen siyasi kriterlere uyumun, katılım müzakerelerine başlamak için

bir ön koşul olduğu ve birliğe katılım temelini oluşturduğu" hatırlatılmaktaydı. İşin aslı, demek ki söylenenlerin aksine, Türkiye açısından Helsinki bir şartlar belgesidir. Yanlış anlaşılmasın üyelik için değil adaylık için ön şartlar manzumesi. Hem de daha önce istenilenlerden en ufak bir geri adım atılmadan oluşturulmuş bir belge. Ancak bütün bunların ne anlama geldiğini anlayabilmek için önceye yani tarihe kısa bir gönderme yapmaya ve bazı konuları biraz daha açmaya ihtiyaç var. Özellikle Kopenhag kriterlerine gelinen çizgide Türkiye-AB ilişkilerinin en azından kısa bir panoramik değerlendirmesini sunmak, ne dendiğini ve ne demek istendiğini anlamak açısından zaruri görünüyor.

## Ankara Antlaşması: Bir Serüvenin Kilometre Taşı

Türkiye-AB ilişkilerinin üyelik açısından resmi başlangıç tarihi 31 Temmuz 1959'dur. Acil sebep Yunanistan'ın yaz başlarında, Haziran 1959'da, Altıların başkenti Brüksel'e üyelik için yaptığı başvuru. O dönemde Türkiye'de iktidarda olan DP'nin Dışişleri Bakanı rahmetli Fatin Rüştü Zorlu, Yunanistan'ı yalnız bırakmama düşüncesinden hareket ederek bürokratlarına "eğer Yunanlılar bir havuza atlıyorsa siz de atlayacaksınız. Velez ki havuz boş olsa bile" diyecek ve Türkiye AET'ye başvuracaktır. Ekonomik ve mali sebeplerle Yunanistan'ın başvurusu etkili olmuştur ama, Türkiye'yi AET'ye doğru iten tarihsel ve ideolojik gerekçeler de vardır. 1959'da Türkiye AET'ye başvurduğunda da bu, aşağı yukarı yüzelli yıllık bir batılılaşma serüveninin doğal bir sonucu olarak görülmekteydi. Fakat müracaatın akabinde acı hadiseler yaşanmış özellikle Türkiye'deki anti-demokratik gelişmeler, 1960 ihtilali ve Menderes ve arkadaşlarının idamı, Ankara-Brüksel hattında görüşmelerin kesintiye ve gecikmeye uğramasına yol açmıştı. Yunanlılar 1961 yılında görüşmeleri tamamlayıp Atina Antlaşmasını imzalarken, Türkiye ancak 12 Eylül 1963 yılında "AET ile Türkiye arasında bir ortaklık tesis eden" Ankara Antlaşmasını imzalayabilmiştir. Ankara Antlaşması kısaca, AET ile tedricen bütünleşmeyi hedefleyen bir ortaklık



# O yağ, işte bu yağ!



**Türkiye'de ilk defa  
TS-EN-ISO 14001,  
TS-EN- 45001 ve  
TSE-EN-9001  
Kalite  
belgesi alan  
ilk yağ üreticisi**

1994'te Türkiye'de ISO 9002 Kalite Belgesi'ni alan ilk yağ üretim tesisi olan Zade Ayçiçek Yağı Tesisleri, 1997'de bu belgeyi Türkiye'de sektöründe "sıfır hata" ile yenileyen ilk üretim tesisi oldu.

## **İşte bu yağ, Zade Ayçiçek Yağı.**

# **ZADE®**

antlaşmasıdır, denebilir. Ama Toplulukla kırk yıllık ilişkilerimizdeki aksaklıkların ve problemlerin temel nedenlerinden birisi işte bizatihi bu Ankara Antlaşması'dır. Çünkü metindeki ifadeler muğlak hedeflere nasıl ulaşılabileceği belirsizdir. Ancak bu antlaşma bir kenara, ilişkilerimizi belirleyen en önemli faktörlerden birisi, Türkiye'deki elitlerin Avrupa konusundaki temel inançları ve algılarıdır. Duygusaldırlar. Batılılaşma aşkı platonik, emperyalizm söylemleri nefretle örülmüştür. Bu ruh hali olayları rasyonel olarak değerlendirmelerine engel olmakta ve işi çığıırından çıkararak abartılar yapılmaktadır. Dolayısıyla 1960'ların Türkiye'sinde ezici bir çoğunluk Ankara Antlaşmasından sonra "Bu iş tamam. Şimdi Avrupalı olduk" sloganına sarılırken küçük ama etkili bir kesim de "Onlar Ortak! Biz Pazar" diye sokakları

dolduracaktır. İşin aslı ne Türkiye'yi AET'ye alan vardır ne de Türkiye'yi emperyalistlere satan. Topluluk'la aramızda gümrük birliğini hedefleyen başlangıcı basit ve fakat uzun vadede her iki kesime de ciddi yükler getiren bir dönemdi 1963'te imzalanıp 1964'te başlatılan

**Geçiş Aşaması:** 1970'li yıllarda Bozulan denge. İşte böyle bir atmosferde Türkiye 5 yıl olarak Antlaşma'da yer alan hazırlık dönemini yaşamış, Geçiş dönemini başlatmak için Brüksel'e başvuruda bulunmuştu, 1968 yılında. Neticede bu sürecin nasıl uygulanacağını gösteren Katma Protokol 23 Kasım 1970'de Belçika'da imzalandı. Ankara Antlaşmasına binaen akdedilen Katma Protokol'ün amacı da gümrük birliğinin tedricen yerleştirilmesi idi. Yani sorun Türkiye'nin Topluluğa üye olup olmaması değil. Bu üyeliğe Türkiye'nin nasıl hazırlanacağını çözme sorunuydu. Bütün muğlaklığın rağmen Ankara Antlaşması'nda olduğu gibi Katma Protokol'ün hedefi de Türkiye'yi üyeliğe ekonomik yönden hazırlamaktı. Bu yüzden de Ankara Antlaşması'ndan daha kapsamlı bir mahiyet arz etmekteydi. Malların serbest dolaşımının usul, sıra ve sürelerinin belirlenmesinin yanında kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımına ilişkin hükümler de yer almaktaydı. Ayrıca ulaştırma, rekabet, vergileme usul ve esasları, tüm mevzuatın, tarım, ekonomi ve ticaret politikalarının uyumlaştırılması konuları da bu dönemde ele alınacaktı. Ancak kendisinden önce gelen hazırlık döneminin aksine ilgili tüm tarafların 12 veya 22 yıl içinde yerine getirmesi gerekli karşılıklı yükümlülüklerle de yer verilmişti. Ancak ne yazık ki bu protokolü izleyen yıllarda ortaya çıkan iç ve dış politik gelişmeler ve

ulusal, bölgesel ve uluslararası sorunlar Türkiye ile Topluluk arasındaki ilişkilerin antlaşmalarda kabul edilen bir düzen içerisinde gelişmesini engellemiştir. Özellikle Türkiye'nin içine yuvarlandığı terör paralelinde gelişen ekonomik ve siyasal istikrarsızlık, ilişkileri sekteye uğratmıştır. Özellikle Kıbrıs Barış hareketi ve Yunanistan'ın 1981 yılında gerçekleşen üyeliği ile Türkiye'ye yönelik AT kararları hem hep Yunanistan'ın izlerini taşımış, hem de ciddi bir içerik değişimine uğramıştır. Topluluğun

**"Gelinen aşamada Türkiye'nin, 200 yıllık rüyasını gerçeğe dönüştürme fırsatını yakaladığını farketmesi, AB'nin de Türkiye'yi bir kenara koymanın imkansızlığını anlaması gerekir"**

önceki dönemlerde Türkiye'ye hayır derken kullandığı ekonomik gerekçelerin yanına siyasal gerekçeler de eklenmiş, demokrasi, insan hakları, azınlıklar gibi aslında Yunanistan'ı çok da ilgilendirmeyen ama Kıbrıs gibi hayati önem taşıyan konular da artık konuşulur olmuştur. Fakat aynı dönem içerisinde Ankara'nın Toplulukla ilişkilerini bozan

ve bu ilişkilere Yunanistan'ın eklediği politik gerekçeleri daha da derinleştiren Türkiye'nin bizatihi kendisi olacaktı. Helsinki'ye kadar gelen süreçte en önemli rol 12 Eylül 1980 askeri darbesi ve bunu izleyen demokratik olmayan uygulamalara ait.

### **Tam Üyelik Başvurusu: Özal'ın Diktiği Kilometre Taşı**

1980'li yıllarda ortaya çıkan terör ise olayın tuzu-biberi olacak, genelde Topluluğun bakış açısını değiştirmeye özel de ilişkilere yeni bir ivme/yön kazandırmaya yönelik çabalarsa yine Helsinki'ye kadar sonuçsuz kalacaktı. 1987 yılında Özal hükümetinin yaptığı tam üyelik başvurusu da değiştirmeyecekti sonucu. 1989'da Türkiye'nin bu yanıtına cevap veren AT Komisyonu, Türkiye'ye üyelik için "ehil" (eligible) demişti ama biraz ekonomik ve çok fazla da politik gerekçelerle hayır "şimdi olmaz" demişti. Bu cevap Türkiye için bir hayal kırıklığına sebep olmuştu. Ankara'ya genişlemeye hayır mesajı yollayan Topluluk kısa sürede hem Doğu Almanya'yı sindirecek ve hem de yeni özgürlüğüne kavuşmuş doğulu kuzenlerine yeşil ışık yakacaktı. Dahası İsviçre Finlandiya ve Avusturya'yı üyelik listesine kaydedecekti. Topluluk bu çerçevede içerisinde öncelikle daha fazla genişlemenin yollarını ararken bir yandan da üyelik standartları oluşturmaya başladı. İşte Türkiye açısından Helsinki'ye giden yolda iki önemli kararın daha çıktığı süreç böyle başlayacaktı; 1993 yılında kabul edilen Kopenhag Kriterleri ve 1997 Lüksemburg kararları.

Bu önemli iki karar arasında Türkiye 1989'daki hayır cevabına rağmen toplulukla ilişkilerini kesmemeye özel bir önem atfetmiş ve üyelik olmazsa en azından Ankara Antlaşması

hedeflerinden olan toplulukla-Türkiye arasında Gümrük Birliğinin bir an önce tamamlanması yolunu tercih etmiştir. 1995 yılında alınan bir kararla da 1996'da Gümrük Birliğine geçilmiştir. Konu çok tartışmalı bir yön içerdiği için biz sadece zikredip geçelim.

### **Kopenhag Kriterleri: Üyelik Maliyeti ve AB Standartları**

Kopenhag Kriterlerine göre Birliğe üye olmak isteyen ülkelerin şu üç başlık altında toplanabilecek asgari şartları taşımaları gerekiyordu; Birincisi siyasal kriterlerden oluşmaktaydı. İlgili ülke demokratik bir rejimle yönetilecekti. Özgür seçimlerin yapıldığı, rakip siyasal partilerin var olduğu ve hukukun üstünlüğüne dayanan bir sistem gerekiyordu. Tabii ki bu sistemin insan haklarına bağlı ve azınlıkların korunduğu bir sistem olması da esastı. İkinci grup kriterler ekonomi ile ilgiliydi. Ekonomi; işleyen bir piyasa ekonomisi olacaktı. Ayrıca Birliğe dahil olduğunda rekabete dayanabilecek ve serbest piyasa şartlarında yaşayabilecek bir kapasiteye de sahip olması gerekiyordu. Üçüncüsü ise, ilgili ülke üyelik yükümlülüklerini üstlenme istek ve yeteneğinde olacak ve birlik müktesabatını her alanda benimseyecekti.

Bu standartları bir ülkenin taşıyıp taşımadığına ise elbette Birlik ilgili organları aracılığıyla karar verecekti. İşte 1997 tarihinde Lüksemburg'daki zirve toplantısında yaptığı değerlendirmeye göre AB Konseyi 10 Merkezi ve Doğu Avrupa ülkesi ile Kıbrıs'ı üyeliğe değer görürken Türkiye'yi medeniyetin bu standartlarına uygun görmemiş ve bir kenara atıvermiştir.

Gerçekten de başlangıcından günümüze kadar ana hatlarıyla analiz etmeye çalıştığımız AB ile kırk yıllık ilişki tarihimiz açısından bakıldığında Türkiye'yi hiçe saymakla eşdeğerdi 1997 yılında Lüksemburg'da söylenenler. Çünkü her ne kadar muğlak ve bulanık da olsa yukarıda da anlattığımız gibi Türkiye'nin üyelik için aday olduğu 1963'te yapılan Ankara Antlaşması'nda kabul edilmekteydi. Tek sorun o dönemde Türkiye'nin ekonomik az gelişmişliği idi. 1970'te imzalanan Katma Protokol geçiş aşamasını başlatarak açıkça bunu teyit etmekte ve ekonomik açıdan Türkiye'yi topluluğa hazırlamaktaydı. Adı üstünde Türkiye AB'ye geçişe başlamıştı. Her ne kadar bu gerçekleri örtmeye yönelik izler taşısa da 1989'da Komisyon'un Türkiye'ye yönelik hazırladığı tam üyelik başvurusuna ilişkin görüşünde de Türkiye'nin ehil olduğu ama ekonomik açıdan yeterli olmadığı vurgulanıyor ve ilaveten siyasal gerekçeler de ortaya konuyordu. Ama Türkiye ile gümrük birliği sürecini başlatmakla da her ne kadar aksi bazı çevrelerce iddia edilse de Türkiye'nin AB'ye üyeliğininin adaylığına değil bizatihi üyeliğine bir kapı aralanıyordu. Açık ki AET antlaşmasının bile en açık



zikredilen hükme o antlaşmanın amacının ilgili devletler arasında bir gümrük birliği olmasıydı. Gümrük Birliği iç pazar bütünlüğünü sağlamanın ilk şartı ve ekonomik birliğin de olmazsa olmaz alt yapısıydı. Kopenhag kriterlerine uyma sorununa gelince bu kriterlerin illaki üye olmadan tamamlanması gerekemeyebilirdi. Çünkü, demokrasiyi, insan haklarını ve diğer kriterleri Yunanistan, İspanya ve Portekiz üye olarak ancak sağlayabildiler. AB ülkesi üyeler de bu ülkelerin tam üyelik başvurularını kabul ederken bunları bir ön şart olarak değil de olur demenin ve kamuoyunu ikna etmenin birer gerekçesi olarak kullanmışlardı. Hatta herkes bilmekteydi ki özellikle bu genişlemelerde demokratikleşme çabalarını destekleme gerekçesi ekonomik kriterleri bile bir kenara bırakacak kadar baskındı. Ama bütün bunlar onlara evet demenin gerekçesi olarak kullanılırken Türkiye'ye ise hayır demenin gerekçesi olarak kullanılmıştır.

**Netice: Daha Fazla Çağdaşlık Daha Fazla Anlayış**  
Açıkçası Helsinki'ye gelinceye kadar Türkiye'ye daha önce verilen ne varsa geri alınmış ve Lüksemburg zirvesinde bu durum hat safhaya ulaşmıştı. Helsinki'de yapılan aslında bir yandan, Türkiye'ye 1963'te vad edilenlerin basit bir tekrarı olurken, öte yandan da, 1959'dan 1999'a gelinceye kadar Türkiye'ye dayatılan tüm şartların bir yeniden ve topluca vurgulanmasından ibarettir. Ama bu sadece analitik bir yargıdır. İşin özüne bakıldığı zaman ne iyidir ne de kötü. Türkiye'de bu aşamada aklı selimle olayların tahlil edilmeye ihtiyacı vardır ve bu bağlamda da Helsinki Kararları soğuk kanlılıkla analiz edilmelidir. Tekrar olacak ama Helsinki'de istenen şeyler Türkiye'nin en azından iki yüzyıldır yapmaya çalışıp da kendi iç dinamikleriyle bir türlü gerçekleştirmediği konuları kapsamaktadır. Türkiye modernleşecektir. Çağdaşlaşacak. Çağdaşlığın asgari şartları artık bilinmektedir. Çoğulcu bir demokrasi, temel nitelikteki evrensel hak ve özgürlükleri sağlayan, insan haklarına bağlı ve hukukun üstünlüğü temelinde dayalı bir siyasal sistem değilse, çağdaşlık nedir ki? Ekonomik şartlara gelince detayları tartışılabilir bir konu olmakla birlikte hür teşebbüse dayalı, liberal bir ekonomik yapı ve global rekabete açık bir kalkınma modeli de artık çağdaşlaşmanın asgari şartlarından. Soğuk savaştan sonra daha da anlaşılmalıdır ki Dünya'da sadece siyasal alanda değil ekonomik alanda da karşılıklı bağımlılık esasına dayalı ilişkiler geçerli ve uzun vadeli. Global olmak sıfır toplamlı mantıkla bir arada gitmiyor. Ancak Türkiye ve AB ilişkileri bağlamında bu noktada mutlaka ifade edilmesi gereken bir psikolojik ve operasyonel engel var. Hem Türkiye'deki otoriteler ve hem de AB'li yetkililer ilişkileri zaman zaman bir sağır

diyaloguna çevirmekte ve yine zaman zaman aynı kelimeleri kullandıkları halde farklı şeyleri söylemeye çalışmaktadırlar. Hatta daha vahim olan bir nokta, birbirlerine karşı günü kurtarmak için bilerek yanlış izlenimlere yol açan saptırmalar da yapmaları. Mesela 1963 yılında Ankara Antlaşması yapılırken bunu Türkiye, Avrupa'ya girişinin bir belgesi olarak görmüş ve metinde geçen bazı ifadeleri de bunun bir delili saymıştı. O dönemde bu değerlendirmeleri yapıldığı ortamlarda bulunan AET'li yetkililer de bunu teyit etmişlerdi. Katma Protokol çerçevesinde 1986 yılında işçilere serbest dolaşma hakkı verilmesi gerekirken basitçe inkar edebildiler. Elbette her şey de tek taraflı olmadı. Yanlış yapanlar sadece Avrupalılar değildi. Yine mesela, AB yetkilileri demokrasi, insan hakları ve azınlıklar derken bunu yalnızca Türkiye'deki etnik gruplar ve marjinal kesimleri içerecek şekilde kullanmakta, Türk yetkililer de demokratik reformlar derken ne kadar anti-demokratik uygulama varsa bunlara yasal zemin hazırlamayı kastedmektedirler. AB ile Türkiye'nin ilişkilerinde en büyük handikaplardan biridir bu. Her iki tarafında bu konuda birbirlerini anlamaya ve ortak bir dil kullanmaya acil gereksinimlerinin olduğu inkar edilemez bir gerçektir. Bu aşamada Türkiye'nin, 200 yıllık rüyasını gerçeğe dönüştürme fırsatını yakaladığını farketmesi, AB'nin de Türkiye'yi bir kenara koymanın

*“Sanayiciler yakın bir gelecekte AB standartlarını taşımayan malları üretseler bile, Türkiye’de dahil, bu pazarda satamayacaklarının artık farkına varmalıdırlar”*

imkansızlığını anlaması gerekir. özellikle AB açısından Lüksemburg'da yapılan yanlışın Helsinki'de düzeltilmiş olması önemlidir. Elbette ki Yunanistan'ın tavır önemli olmuştur ama hem Kıbrıs sorununun çözümü açısından ve hem de AB'nin gelişirmeye çalıştığı Avrupa Savunma ve Güvenlik kimliği açısından Türkiye AB'ye ne kadar muhtaçsa AB'de Türkiye'ye o kadar muhtaçtır. Sanayici olarak ise Helsinki kararlarının Türkiye açısından ve sanayiciler açısından ek olarak getirdiği çok fazla bir yenilik yok. Eğer sanayiciler içinde bulunulan gümrük birliği konusunun farkında iseler zaten çok şeyi de halletmiş olmalı. Tam üyelik bu açıdan çok az şeyi değiştirecek. Şu an itibarıyla de zaten Türkiye'nin ne zaman ve nasıl AB'ye üye olacağı da belli değil. Ama sanayiciler olarak

bazı şeylere hazırlıklı olmak gerekir. Her şeyden önce özellikle bir sınıf bilincinin olmadığı ve bu bağlamda da sınıfsal çıkarları konusunda hassas olamayan Türk toplumunun en dinamik ve örgütlü olabilecek kesimlerinden birisidir sanayiciler. Sınıfsal olmasa bile global düzeyde tüm dünyada ve özellikle de Avrupa'da ağırlıklarının hissettiren sivil toplum örgütü olarak sanayiciler, odalarıyla ve dernekleriyle ilişkilerin hem yönünün ve hem de içeriğinin belirlenmesinde aktif bir rol alabilirler. Tabii ki her şeyden önce üyelerini AB konusunda eğitim yoluyla bilgilendirme ve bilinçlendirmeye tabi tutarlarsa. Yukarıda da belirttiğimiz gibi gelecekteki üyelikten ziyade sanayiciler için aslında içinde bulunduğumuz gümrük birliği konusu büyük önem taşıyor. Özellikle dünyanın ürün ve üretim kalitesi konusunda en hassas bölgelerinden biri olan AB pazarı toplam kalite açısından dikkate takip edilmelidir. Sanayiciler yakın bir gelecekte AB standartlarını taşımayan malları üretseler bile, Türkiye'de dahil, bu pazarda satamayacaklarının artık farkına varmalıdırlar. Gümrük Birliği Ortak Gümrük tarifesi anlamını da taşıdığı için Türkiye AB'ye üye olmadan da hem AB ülkelerinin ve hem de AB'nin serbest ticaret antlaşmaları yaptığı ülkelerin rekabetine açıktır ve olmaya da devam edecektir. Türkiye Gümrük Birliğinden kaynaklanan yükümlülükleri dolayısıyla aslında pek çok ülkeyle bu tür antlaşmalar yapmıştır ve halen yapmaktadır. Bunun uzun vadede sanayiciler için anlamı aslında tüm dünya ile rekabet demektir. Ulusal korunma duvarları olmadan ve aslında ulusal otoritelere de sorulmadan Türk sanayicileri böyle bir rekabete de hazır olmalıdırlar. Oldukça sınırlı imkan ve sayıda da olsa özellikle küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri için önümüzdeki dönemlerde AB'nin değişik fonlarından daha fazla yararlanma imkanları doğabilir. Türkiye üyelik sürecini başlatmak için müzakereleri beklerken yapılabilecek en iyi hizmetlerden birisi, AB ile Türkiye arasındaki gümrük birliği vesile edilerek Birliğin sektörel yardım düzeneğine ve değişik destek fonlarına Türk sanayisinin de dahil edilmesi olacaktır. Sanayici olarak değişik projelerin ve özellikle de eğitim, çevresel etkileri azaltan yatırımlar, araştırma ve geliştirme faaliyetleri, gümrük birliğinden olumsuz etkilenen sektörlerin zararlarının tazmini gibi mekanizmaları harekete geçirebilecek doğrudan veya dolaylı çalışmaların yapılması gerekmektedir. Eğer sanayiciler bunu birilerinin ilgisine ve insafına terk ederlerse hem içinde bulunduğumuz gümrük birliği süreci ve hem de geleceğini umut ettiğimiz tam üyelik süreci daha çetin ve ağır geçecek demektir. □

Caner Arabacı

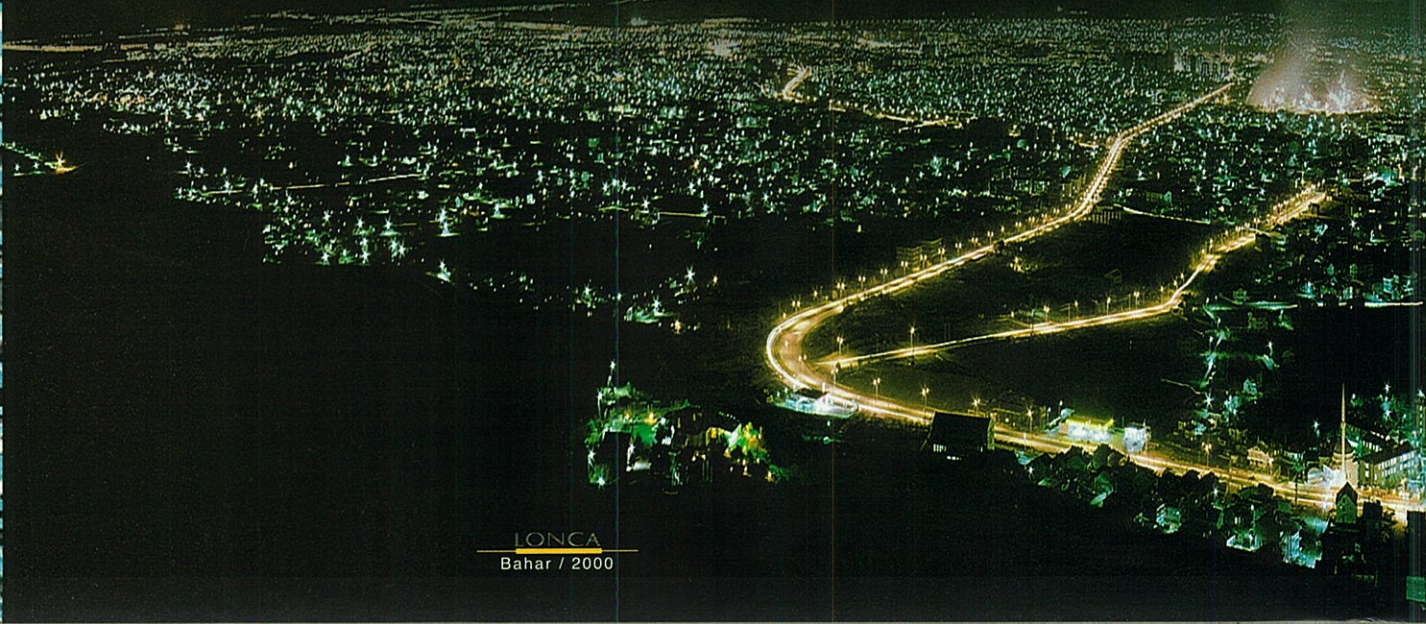
# "Bir Başkent..."

"Bir başkent daima başkenttir.  
Ne kadar susturulursa susturulsun yine konuşur."  
Ahmet Hamdi TANPINAR

**B**ir başkent nasıl doğar? "Sen devlet merkezisin" dediğiniz belde, hemen başkent olur mu? Başkent olmanın kendine has safhaları, şartları var mıdır?

Geçmişte, Ötüken nasıl merkez olmuştur? Ötüken'in her yıl dikilerek çoğaltılan kayın ormanlığına kutsiyet kazandıran esas nedir? Ya da İstanbul'un "taşı toprağı" niçin "altın"dır? Hâlâ söylenen "İstanbul'u çok seviyorum" şarkısının gerisinde "payitaht" olduğu günlere uzanan bir duygusallık yok mudur? Bursa'da, göğe bir burç gibi uzanıncasına yükselen Ulu Camii çevresine sinen yüceliğin içinde dolaşırken, hissedilen vakarın sebebi nedir? Başkent, bir ülkenin, bir toplumun sorumluluklarını sırtlayan şehirdir.. Sorumluluk almak, gereğini yerine getirecek seviyede maddi-manevi donanımda olmak demektir. Değilse, arzulanan seviyeye erişme yolunda olmalıdır. Bu halin, "olmasa da olur"u yoktur.. "Olmasa da

olur", vücut üzerinde kafa eksikliğini sineye çekmek gibidir. Göz-kulak-beyin olmadan, kuru kafatasının bulunması, yük olmaktan gayrı neye yarayacaktır? İşlevsiz bir organ kalabalığı, vücudu nereye, nasıl taşıyacaktır? Onun için başkent in eksikliği olmaz. Başkentse eğer, mutlaka çok yönlü donanımlı olacaktır. Toplum ayakta tutan müesseseleri barındıracak, bunların en görkemlileri kendisini süsleyecektir. Görkem sadece binalarda mı olacaktır? Taşların saygınlığı, işlenmiş sanatlı olmasındansa; bu hüküm, insanlar ve diğer varlıklar üzerinde de geçerli olacaktır. Başkent, taşın işlenmiş gibi, insanların da saygın ve görkemli olanlarını toplayacaktır. Ümeranın büyükleri, ulemânın uluları orada bulunacaktır. Tavır ve davranışlara sinen asalet; küçükten-büyüğe herkeste belli oranlarda bile olsa hissedilecektir. Başkent bu yönüyle, sadece yönetme kazanma hırslarının değil, başka insani cazibelerin de merkezidir. Değilse, alnında iki sureyi dolaştırıp, âdeta yükselişimizin







kader çizgisine düğüm atan İnce Minare'nin hemen Alâeddin Camii ve Konya köşkü'nün (saray) yanı başında yer almasının hikmeti nasıl açıklanırdı? Aynı soru; gökyüzünü kubbesinin içine sığdırmaya yeltenen Büyük Karatay, ayak izi kalan Küçük Karatay, Sırçalı, İplikçi, Hatuniye için sorulamaz mı?

Sultan'ı- Ulemâ'ya, Lârende'de (Karaman) gösterilen saygı bellidir. Adına medrese, vefat eden eşine türbe yaptırılıp, oğluna eş verilen bu beldeden onu,

Konya'ya kalkıp göçüren nedir? Büyük âlimin, mevkii-makam-para gibi hırslardan kendisini koruduğu bu yüzden davet edildiği halde saraylara konarak misafir bile olmadığı bilinmektedir. Öyleyse Bahâeddin Veled'i, İplikçi'nin şimdi kible duvarı kıyısında yapayalnız kimsesiz gibi duran kubbeli mekâna yani medreseye indiren nedir? İlim-irfan meşalesi olacaksınız bile yolunuzu başkente uğratacaksınız.. Orada bir ocak yakıptüttüreceksiniz.

Başkent, dıştan bakılınca, kuru binalar topluluğu; bayındırlık hizmetlerinin diğer yerlere göre daha iyi uğradığı bir mamure midir?

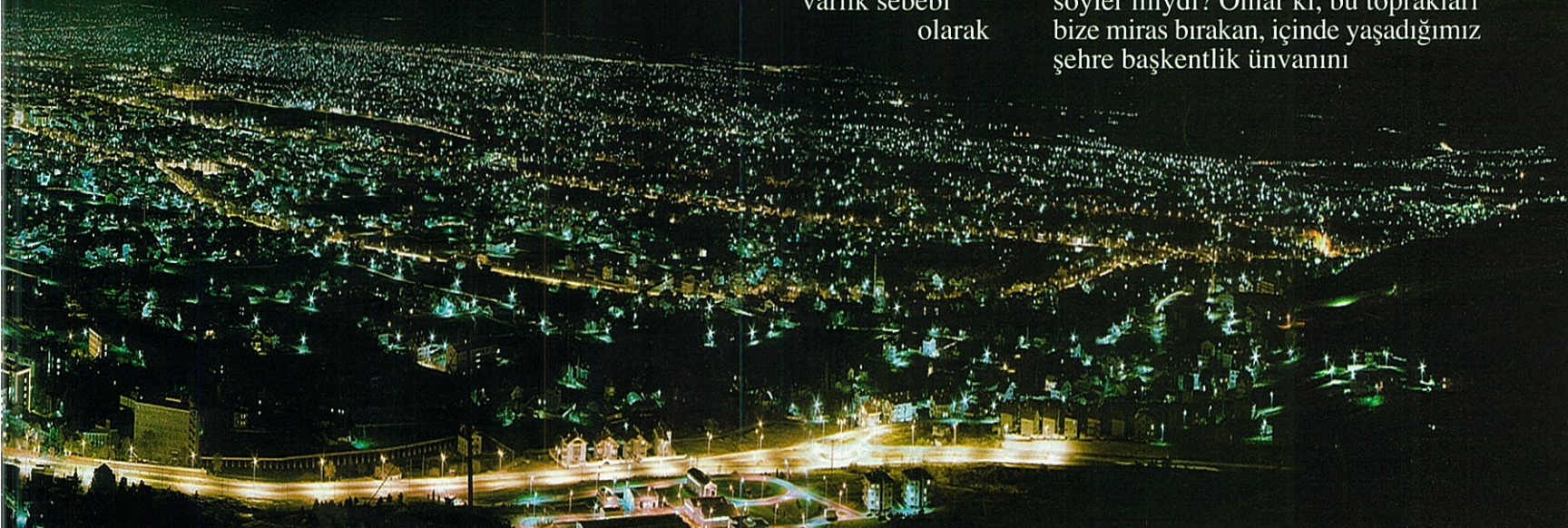
“ Moğol tahakkümü devrinde de başkent, sözünü söylemiştir. O kanlı susturma devrinde söz söyleme üslubu değişiktir. Hilât, tabl ve sancak eşliğinde hanlığı “uc”a Söğüt'e göndermiştir. Göndermiştir ki, müstevlilerin gücünün ulaşamadığı yerlerde milli varlık yaşamaya devam etsin.”

Hayır. Asıl, başkenti başkent yapan üstlendiği misyondur. O misyonun yüceliği, etkisi oranında başkent de toplumun kalbinde yer tutmaktadır. Anadolu'yu vatan yapmaya gelen Selçuklu'nun misyonu, Müslüman Türk kimliği; hâlâ Konya'nın manevi

şahsiyetinde belirleyici rol oynamakta ve sökülüp atılamamaktadır. Kostantin şehrinin “İslâm-bol”u gibi.. Adlara, genetik yapıya bile işleyen bir kimlik.. Dünya liderliğine oynayan

Osmanlı'nın yedi tepeye yaydığı mamureler, şimdi de cihana yükseklerden bakar gibidir. O çeken-eriten cazibe, Napolyon'a dünya başkenti olarak İstanbul'u lâıyk gördürmemiş miydi? Ya da işgal altındaki vatanın istiklâl mücadelesi Ankara'dan yürütülmeseydi, “Ankara'nın taşına bak” denir miydi? O bataklık, sivrisinek merkezi, tozlu büyücek Orta Anadolu kasabası, devlet merkezliğine soyunabilir miydi? Üstlendikleri misyon, başkentlerin manevi şahsiyetiyle bütünleşmekte, hatta zamanla varlık sebebi bile olmaktadır. Manevi şahsiyet, başkentlik sırası geçtikten sonra da “varlık sebebi” olarak

yaşamaya devam etmektedir. Zamanında millete rehberlik, ağılık-hanlık yapmış, gün görmüş başkentler; üzerlerine alıp benimsedikleri o asalet unsurlarını daha sonra da yeşertmeye devam etmektedirler. En olumsuz zamanlarda bile bu böy ledir. Misyonla örtüşen görevleri, eğitim-kültür merkezliği, ticaret-sanayi merkezliği, ulaşımda uğrak yerliği.. devam etmektedir. Başkentlik sırasında kazandığı, fitri yapısına işlenen buyurganlık, çekicilik, cazibe merkezi oluş pörsümelere rağmen sonra da sürmektedir. Çocukluğumdan hatırlarım. Dünyada bir yeniden doğuş uyanış başlayacaksa bunun Türkiye'den çıkacağı; Türkiye'de de Konya'da başlayabileceği söylenirdi.. Burada, sözün doğru veya eğriliği değildir önemli olan. Başkent imaj ve saygınlığının asırlar sonra bile devam etmesidir. Diyelim ki, İstanbul niçin halen kültür-sanat, ticaret merkezidir? Limanı, hava alanı olmadığı halde Konya niçin ticari ortaklıklara önderlik etmektedir? Zamanımızın hızlı işleyen çarkında liman ve hava alanı yokluğuna başka olumsuzluklar da eklenebilecekken o rağbetin kaynağında ne vardır? Çünkü, “bir başkent daima başkenttir.” olumsuzluklara rağmen de.. Acaba defalarca Konya'ya gelen Tanpınar, Anadolu Selçuklu sultanlarının cesetlerini, atıldığı mezbelelikte köpekler tarafından çekiştirilir halde görseydi yine böyle söyler miydi? Onlar ki, bu toprakları bize miras bırakan, içinde yaşadığımız şehre başkentlik ünvanını



kazandıran “ata”lardı.. Mumyalı cesedin sırtındaki kılıç yarasından Gıyaseddin Keyhüsrev (Ö.1211) olduğu anlaşılan şehit devlet başkanı da köpek dişlerine emanet edilenler arasında idi. Bizans’a karşı zafer kazanan ordunun, askeri önünde “bir kule gibi gidip devrilen şehitti o.

Dünkü devlet başkanlarının yedi asır sonra, “tahnitli” olduğu için çürümeyen cesetlerinin Alaeddin Tepesi’ndeki türbeden alınarak, parmağında takılı olduğu söylenen kıymetli yüzüğe tamaen Tacü’l-Vezir önlerine indirilip atıldığı bir şehire, yine de başkent denebilir miydi?

Ya Delibaş Vak’ası’na sahne olan yere nasıl başkent denecekti?

Evet...

Aslında, “başkent daima başkenttir” diyen, “Batıcı” olduğunu da vurgulayan yazar, bu hadiselerden sonra Konya’yı görüp öyle yazmıştı.

“Bozkırdaki çekirdek” misali, nice günleri, bahar, yaz ve kışları yaşamıştı Konya. Gecelerin kuru, dondurucu ayazından, baharın tebessüm edip-iç gönendiren tatlı esintili yeşilliğine, çiçekli günlerine kadar görmüş bir şehirdi. Karamanoğlu eliyle tahta çıkan Siyavuş’un, derisine saman doldurulduğunu gördüğünde öyle yedi asır geçmemişti başkentliğinin üstünden. Söğüt’e hanlık verdiği günlerin

arafesindeydi. Başkentliği devam ediyordu. Silifke deresinde boğulan Alman İmparatoru, Moğol işgalleri dahil nice badirelere tanıklık etmişti. Kavalalı’nın askeri, başa gürleştiği yıllar Konya’dan geçmişti. İtalyan-İngiliz işgalini görmüştü.. Devirleri deviren tarihin, zaman tünelinden geçerken talihsizlikler yaşayan şehir, yine başkent miydi? Evet!...

Şapkaları tüylü İtalyan kapitanoları, kısa donlu İskoç bölükleri Konya caddelerinde resmi geçit yaparken onları seyreden bir yaşlı Konyalının söyledikleri tarihe geçmiştir.. Sırtarak, kırtarak yürüten; oynak, yılışık işgalcileri gözleyen ihtiyaç; “Alimallah pöh demeden kaçarlar” der. O işgalcileri üvendireyle koğacak dirayettedir. İşte başkentlik güngörmüşlüğüünün, zor anlarda ortaya çıkan izidir bu.. M.Şevki Yazman, hatıratında ihtiyarın adını vermez. Ama yaşlı Konyalı, kerpiç duvarlı, toprak damlı Konya’nın bir prototipidir.

Tanpınar da 1920’li, 1940’lı yılların Konya’sını içeriden tanıyarak yazmıştır o cümleleri. Bir edip hassasiyetinin ölçüğüyle.. Şaşa da kargaşa da genetik yapıyı bozmaya güç yetiştirememiştir. Kültürel doku, dokuz canlılık örneğini Konya’da vermektedir. Öldüğü sanılan zamanlarda uç verip yeşerivermektedir. Başkentliğin, belirleyici kültürel moleküllerini benliğinde koruyan şehir, artık badireler üstü olmaktadır. Anadolu Selçuklu’ya, Karamanoğullarına taht şehri olması, Fatih’in

oğullarının yönetiminde eyalet merkezliği yapması, kariyerine eklenen ünvanlar gibidir. Misyonunu bilen nâzım şehir, gösterişe gürültüye ihtiyaç duymadan rolünü ifaya devam eder. Elinde başkentlik olmasa bile “duruşuna” sürekli bakılan şehir olur. Aslında onun duruşuna bakış, farklı duruşları da etkileme şekillendirme demektir. Tenkitlerin, yergilerin düzeyi; etkisinin boyutu ile alâkalıdır. Görmezden gelinme, suçlanarak dışlanma da.. Karşıya telkin ettiği gizli komplekstir. Başkentliğe kadar uzanan ruh asaletinin ürünüdür. Elbette niyet; üç çeyrek asır önce yazılmış bir cümleyi doğrulamak değildir. Kültürel başkentlik bilinç ve sorumluluğunu hatırlamak, onun yüklediği vakarı sürdürmektir. Zira şehir tarihidir. Yani dokuz asır öncekilerle, şimdikilerin aynı mekâmı paylaştığı, aynı havayı teneffüs ettiği beldedir. Hızlı büyümenin, dünyevileşmenin çarpıklığı bile tarihilik özelliğini ortadan kaldıramamaktadır. Bu şehrin sokakları, dün Kutalmışoğlu Süleyman Şah’ın, Kılıç Arslan’ların at teptiği mekanlardır. Hemen İplikçi kuzeyi, “İki denizin birbirine kavuştuğu” yer değil midir? Tebrizli Ali ile Celâleddin Rumi’nin asırlar süren dostluğu orada başlamamış mıdır? Uluğ Keykubad’ın, yasak meyvenin çekiciliğine kapılır gibi “bir gözleri





ahü"ye tutulması burada değil midir? O gün boyu yürümekle bitirilemeyen surların, burçların üstünde hep dolaşmıyor muyuz? İmam hatip önünden Musalla'ya gidişin yol uğrağı değil mi? Ya can taşıyan su arkları, ırmaklar.. Sanki cadde ve sokakların tatlı kıvrımlarında eski şırıltılarını saklar gibidirler.

Nehr-i Kâfur, Tırılırmak, Ulurmak, Çaybaşı, Hapishane Caddesi.. hep su güzergahları..

Asfalt toprağı kapatsa da su yollarının atmosferini kapatmak ne mümkün? Su ile toprağı kaynaşarak, havaya yeşil tebensümler dağıtan yerler; eskiden olduğu dönemeçlerdeki çağılıtlarıyla değil, şimdi tatlı-su çeşmeleriyle isbatı vücut ediyor. Sahib Ata'nın "emzikli muslukları"ndan kana kana içilen şerbet, tadını şehir içi çeşmelerine dağıtmış. "Bir"den beşyüze taksim olmanın dozuyla tabii.. Bu anlamda siz, Yavuz Selim'in çeşmelerinden hiç su içtiniz mi? Sahi o bahadır devlet

adamının, Konya'dan geçerken hatıra bıraktığı çeşmelerinin kaç yasıyor ve hangisinin farkındayız? Fakat bigâneliğimiz hepsini yok edememiş. Diyelim ki 19 Mayıs İlköğretim Okulu'nun güneydoğu köşesinden hiç su içmediniz mi? Müze olan Mevlânâ Dergâhı önündeki şadırvanda yüz yuyup-serinlemediniz mi? Onlar hep Yavuz'un eserleri. İstanbul'u değil, er meyanlarını mesken tutmuş bir devlet büyüğünün beş asra tanık hatıraları.

II. Selim'den Selimiye'yi, pehlivan devlet başkanı Abdülaziz ve annesinden Aziziye'yi, Piri Mehmet Paşa'dan cami ve zaviyesini, Kesikbaşları, Ulaş Babaları, Tahir Paşaları, mecsidler, hanları, hamamları, buzhanelere varıncaya kadar insanı hayrete düşüren çeşnideki hizmet eserlerini saymaya takat yetirebilir miyiz bilmiyorum. İşte o geçmişe saygı duyulmaz, onun "hayır-hizmet" duyguları paylaşılmaz da ne yapılır?

Ama Haciveyiszâde, saygının her türünde zirveyi yakaladığı gibi mekânı anlamlandırmada da üst seviyeleri tutturmuştur.. O'nun papuçlarını eline alarak saygı için yalın ayak yürüdüğü mekânlara ne demeli.. Bir şehre, manevi şahsiyet kazandırmanın şahikasıdır bu tavır. Örnek alınan bir kimse olarak; gören ve duyanlara, edebli olmayı, sürekliliğini kontrolü hatırlatan bir teyakküz hali. İlk bakışta aşırı gelebilecek tavrın gerisinde müthiş bir tenbih var: "Ol şehri Konya ki.. Peygamber yatağıdır.. Veliler meskenidir.. Bastığın yerlere dikkat et.

O toprağı, sokağı tükürme, kâğıt, naylon poşet atma. Aklında, kalbinde hiralık taşıma. Daima güzellik, nezihlik yoldaşın olsun. Bu şehre o yakışır. Bu belde.."

O tenbihi, kalplerden hiç çıkmayacak şekilde vermiyor mu Haciveyiszâde Mustafa Efendi?

"Bin kitaptan bir kalp çıkmaz ama bir kalpten bin kitap çıkabilir" sözünün sahibi; kalplere hasbi davranışı ile hükmetmenin yolunu göstermiyor mu?

Hayatı paylaşmak.. Tanıdığını tanımadığı, sarhoş, Ermeni, Rum ayırmadan insanlara merhaba demek, selâmlaş-p-konuşmak.. Aynı şehrin sakinleri olmanın bilincini yeşertmek.. Hemşehri olmanın hukukunu gözetmek.. Kendi şöhet olduğu halde sıradan insanlarla ilişkisini, "ezen-ezilen"- "efendi-köle" hoyratlığından gönül bağına çevirmek.. Tarihi şehir, "dün"ü "hal"de yaşayan şehirdir. Konya, Anadolu Selçuklu başkenti olarak sözünü iki asır söylemiş. Bu toprakların fethi, vatanlaşması, Müslüman Türk yurdu haline gelmesi o dönem gerçekleşmiş. Anadolu'nun bağrına vurulan aidiyet mühürleri, o zamanlar kazanmaya başlanmış. Çifte Minare, Gök Medrese, Yivli Minare'ye, yani Erzurum, Sivas, Kayseri, Antalya'daki damgalara Konya'dakileri katmadan edebilir misiniz? Çifte minare, Yivli Minare ile İnce Minare'nin medeniyet ve kültürel kimlik açısından farkı nedir? Tuğla, taş ve mermerlerin "nabzına"

işleyen "tekbir seslerini" bunlarda görmemek mümkün müdür?

Moğol tahakkümü devrinde de başkent, sözünü söylemiştir. O kanlı susturma devrinde söz söyleme üslubu değişiktir. Ama başkent olarak yine sözünü söylemiştir. Hilât, tabl ve sancak eşliğinde hanlığı "uc" a Söğüt'e göndermiştir.

Göndermiştir ki, müstevlilerin gücünün

ulaşmadığı yerlerde milli varlık yaşamaya devam etsin. O başkent sözü, altı asırlık cihan devletinin doğuş mustusu gibidir.

Sonraki devirlerde de Konya'nın eski başkent olarak söylediği sözler vardır. Kültür, ticaret merkezi olarak hep üstüne düşeni yapmaya çalışmıştır.

Bir devir gelir devran döner, Çok değişiklikler gören şehir, uzun kara günlerde kalır. Cihan devletinin eyalet merkezi iken Batı emperyalizminin öncülere tarafından işgal edilir.

Tüylü-etekli askerler, Konya Lisesi'ni İstasyon'u karargâh edinirler. Yalnız işgale uğrayan sadece Konya değildir. Vatanın büyük ekseriyeti talandadır. Eski başkent, dün Moğol istilasına karşı uclara el vererek sözünü söylemişti. Bugün de söylenecek sözü

olmalıdır. Susturulma çalışmasına karşı bir şeyler demelidir. Söyler de. Kanıyla canıyla konuşur bu defa. Sadece Tahtatepen'den, Seferberlik'e kırk yügit gitmiş dördü dönüştür. O dördünü de İstiklâl Harbi'ne, Yunan cephesine

*"Şehir tarihidir. Dokuz asır öncekilerle, şimdikilerin aynı mekânı paylaştığı, aynı havayı teneffüs ettiği beldedir. Hızlı büyümenin çarpıklığı bile tarihilik özelliğini ortadan kaldıramamaktadır. Bu şehrin sokakları, dün Kutalmışoğlu Süleyman Şah'ın, Kılıç Arslan'ların at teptiği mekanlardır."*

yollar. Milli Mücadele'de en çok şehit veren şehir olarak öne çıkar. Çünkü vatansız, istiklâlsiz, bayraksız olmak, olmamaktır. İşgalci güçlere, anladıkları dilden bir sözün söylenmesi gerekmektedir. Söylemiştir. Cephe gerisini kadınıyla kızıyla tutan, asker çamaşırından, yiyeceğine kadar temin eden fedakârlık bölgesi olduğunu, topyekün katkıda bulunduğunu belirtmeye ne hacet. O yapması gerekeni yapmanın sadeliği, olgunluğu içindedir. Fakat Konya kurtuluş sonrasında, önceki devirlerde görmediği bir horlayıcı-dışlayıcı tavrın muhatabı olur. Sanki Türk kültürünün her yönüyle merkezi değilmiş gibi bir iticilikle karşı karşıya gelir. Temel değerlerdeki kırılma, değerleri koruma-yıkma cephelerini doğurmuştur. Ama gün görmüş başkent, çapula pes etmeyecek görgüye sahiptir. Özünü, varlık sebebini horlayan mübtezele, bu defa sözünü çok farklı bir dilden söyler. İnsiyatifini kullanıp, sivil kurumlaşmayı şaşılacak düzeyde artırarak mesajını vermeye çalışır. Dayanışmanın getireceği faydayı, ekonomik güç birliktelikleri ile ortaya kor. Pozitivizmin kutsal tanımazı oldukları halde, menfaate tapınmadan vazgeçemeyenlere; tanrıların cebinde olduğunu gösterir. Zayıfsız götürebilirse, holdingleşme merkezi eski başkent; yeni zamanda söz söylemeye devam edecektir.

Sözün böylesi, herhalde başkentlerden çıkabilirdi. Konya ma'şeri vicdanındakileri, devir devir söyledi. Onlar hep sorumluluğunun gereği idi. Vazifesini, konumunu idrak eden bir şehrin söyleyecek sözleri elbette bulunmalıdır. Onun için Tanpınar'a hak vermemek, Konya'ya haksızlık olacaktır. □

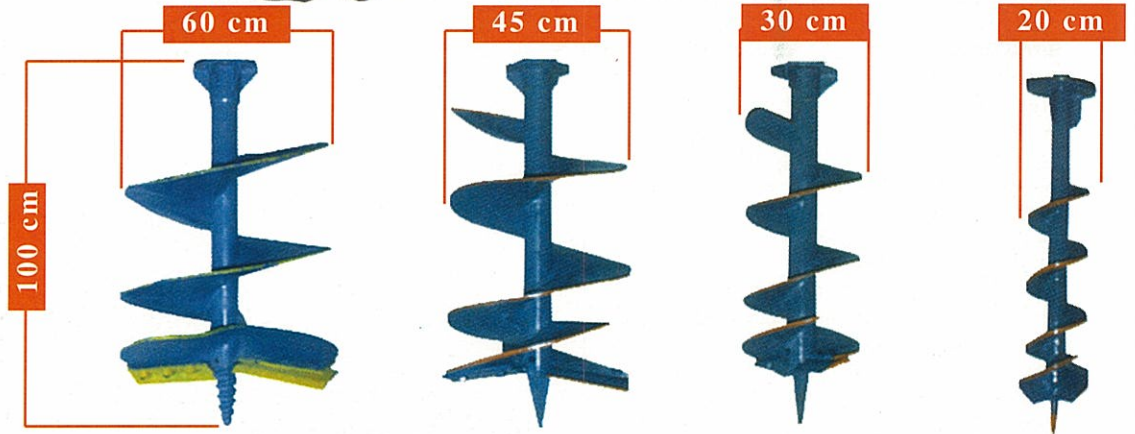


# TO P R A K B U R G U S U

# ARICISAN



## DELİCİ MATKAPLAR



# ARICISAN

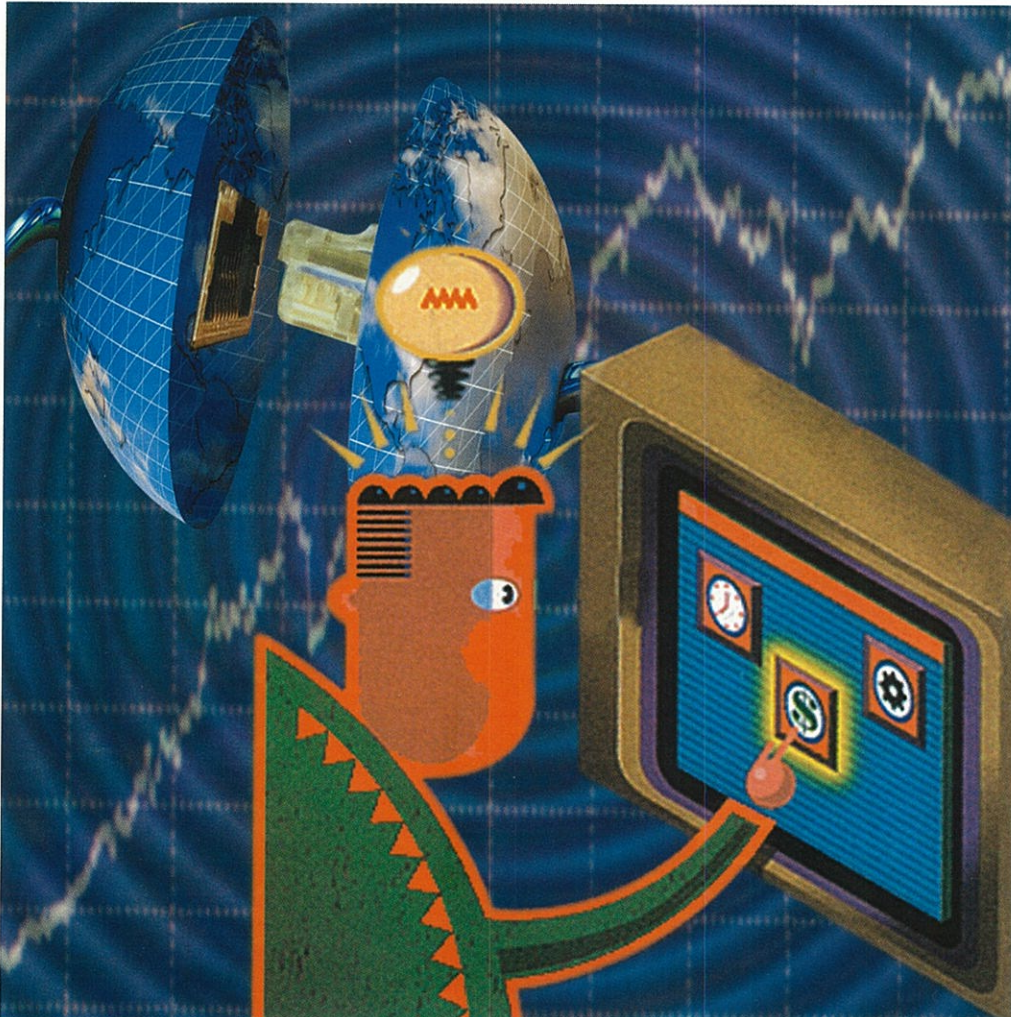
## MAKİNA ELEKTRONİK SAN. ve TİC. LTD.ŞTİ.

Anadolu Sanayi Bölgesi Burak Sokak No:7 P.K.42300 Selçuklu  
Tel:+90 (0.332) 248 10 48 - Fax: 251 68 52 KONYA / TÜRKİYE

# E -Ticaret

## Bir yeni ticaret alanı

*“Bu işte gelecek var” yaklaşımı bir popülariteyi çoktan aşmış durumda. Sanal ortamın tirilyonları dünyanın bir ucundan diğer ucuna saniyelerle gidip geliyor. Artık E-Ticaret konusu ciddi olarak yatırım alternatifleri arasında değerlendiriliyor, bütçelerden önemli ölçüde pay alıyor. E-Ticaret herkesin üzerinde uzlaştığı geleceğin ticareti olarak şekilleniyor.*



İnternetin hayatımıza iyice girmesiyle tanıştığımız yeni bir kavram var: E-Ticaret. İnternet aracılığıyla mal ve hizmet alımı, satımı ve ortaklarla yürütülen faaliyetleri ifade eden e-ticaret teknolojik gelişmeler ve küreselleşme sonucu ortaya çıkan "yeni ekonomi" nin en önemli unsurlarından birisi ve gayet de popüler. Bu, daha altı ay öncesine kadar gözlenen "Bu işte gelecek var" yaklaşımından kaynaklanan bir popülariteyi çoktan aşmış durumda. Artık e-ticaret konusu ciddi olarak yatırım alternatifleri arasında değerlendirilen, reklam harcamalarında bütçeden pay alan bir konu. Herkesin de üzerinde uzlaştığı gibi geleceğin ticareti bu kavram etrafında şekillenecek. Gelişimi bu kadar hızlı seyreden e-ticaretin tarihi ise oldukça yeni. Kavram olarak, ilk defa IBM tarafından 1997 yılında kullanılmış. Yüzyılın son çeyreğinde savunma amaçlarına hizmet amacıyla ortaya çıkan internetin iletişime getirdiği imkanlardan faydalanılarak yaygınlık kazanmış.

Önceleri sadece alternatif ve cazip bir kolaylık olarak görülürken, bugün çift tarafı da keskin bir kılıç, E-ticaret. Klasik işletme kavramlarını alt üst eden yapısıyla hem işletmelerin önünde çok büyük bir fırsat olarak duruyor hem de varlıklarını tehdit ediyor. E-Ticaret, genel olarak İşletmeden son kullanıcıya (Business to Consumer - B2C) ve işletmeler arasında (Business to Business -B2B) olmak üzere iki ana başlık altında inceleniyor. E-Ticaretin B2C adı verilen dalı, web siteleri ile son kullanıcıya mal ve hizmet ulaştırılması iken, B2B adı verilen dalı işletmeler veya ortaklar arası işbirliği ve

alışverişi ifade ediyor.

E-Ticaret ile ilgili yapılan bir takım tahminler işletmelerin bu yeni ticaret dalına niçin önem verdiklerini gösterir nitelikte. Gartner Group'a göre, dünya çapında, 1999 yılında 145 Milyar Dolar olan işletmeden-işletmeye elektronik ticaret hacmi, 2004 yılında 7.29 Trilyon Dolar'a çıkacak. Boston'da faaliyet gösteren bir araştırma şirketi olan Forrester'in yaptığı bir araştırmaya göre ise ABD'de elektronik ticaretin hacmi 2003'de 1.3 trilyon doları bulacak.

Klasik büyüme rakamlarını alt üst eden bir gelişme eğilimi var e-ticaretin. Bu yüzden de hacminin 10 yılda 7 bin kat artmasının ciddi bir beklenti olmasına kimse dudak bükemiyor. Diğer taraftan ABD ekonomisi 5 yılda sadece %15,4 büyürken, internet ekonomisinin 5 yılda 5 milyar dolardan 507 milyar dolara ulaşması da e-ticarete yönelik bu gerçeği güçlendiriyor. Zaten finansal piyasalarla sanal dünyanın birlikteliğinin gözle görülür bir mesafe katetmiş olması da bu son tahmini destekleyen bir veri sunuyor bize: Yapılan hesaplamalara göre dünya üzerindeki 6,1 trilyon dolarlık para hareketinin 2,1 trilyon dolarlık kısmı e-para ile yapılıyor. Peki e-ticarette kim ne yapıyor? Kuzey Amerika bu konuda açık ara önde. Geçen sene, işletmeden işletmeye yapılan tüm e-ticaret işlemlerinin %63'ü bu bölgede yapıldı. Bununla beraber, dünyanın diğer bölgelerinin de e-ticarete yoğunlaşmaları durumunda bu oranın %39'a kadar gerileyeceği tahmin ediliyor.

Kuzey Amerika'nın ardından, sırasıyla özellikle İskandinavya ülkelerinin ağırlığı ile Avrupa, Asya Pasifik Bölgesi ve Latin Amerika e-ticaret hacmine göre önde gelen bölgeler.

Aslında bu olağanüstü gelişme seyrinin ve eğilimin gerekçesi belli. E-Ticaret kolay, etkin ve maliyeti az bir hizmet sunuyor işletmelere. Maliyeti az; çünkü internet üzerinde finansal bir işlem yapmak sadece bir sente mal oluyor. Bu ATM'lerde 27 sente, telefonla 54 sente, banka şubesi maliyetinde ise 1 dolar 7 sente çıkabiliyor. Hız da önemli bir gösterge: Malezya, Tayvan ve Tayland'da 6 saatte gerçekleşen bir gümrük işlemi internet ile sadece üç dakikada gerçekleştiriliyor. Sanal ortamın etkinliği ve kolay ulaşılabilir yapısı da -en azından alt yapısı olan bölgeler için- internet ekonomisinin sırrını ele veren noktalardan bir kaç. Sadece ABD'de yılda 12 trilyon evrak yaratılıyor ve bunun %90'ı sanal ortamlarda tutuluyor.

Tüm olumlu tahminlere ve beklentilere rağmen E-ticaret konusunda bir takım soru işaretleri bulunuyor. Soru işaretlerinin ilki e-ticaretin güvenliği konusunda. İnternet, kuralları yeni şekillenmeye başlayan bir dünya. Kimse bu dünyada iki adım sonra ne olacağını kestiremiyor; çünkü sanal da olsa bu dünyada herkes kendi başına buyruk bir efendi gibi davranabiliyor. İnternet, kendi kurallarını iyi öğrenmiş, ama niyeti kötü birisine -ki bunlara hacker deniyor- istediğini yapabilecek derecede özgür bir ortam sağlıyor. "Hacker" lar bir internet kullanıcısının kredi kartı bilgileri, adresi ve telefon numaraları gibi özel bilgilerini ele geçirebilecek veya ağ üzerinde yer alan sitelerin içeriğine müdahale edebilecek bir "özgür ortam" bulabiliyorlar. Bu yüzden e-ticaretin geleceğini tehdit eden bu müdahalelere karşı büyük bütçelerle güvenlik önlemleri geliştiriliyor. Ticaret ve finansal işlemlerin yürütüldüğü sitelerde kullanılan

**"Önceleri sadece alternatif ve cazip bir kolaylık. Bu gün ise çift tarafı keskin bir kılıç. Klasik işletme kavramlarını altüst eden yapısıyla hem işletmelerin önünde çok büyük bir alternatif olarak duruyor hem de varlıklarını tehdit ediyor."**

şifreleme yöntemleri, dijital imza ve dijital sertifika internette güvenlik konusunda şimdilik geliştirilmiş çözümler. SSL (Secure Socket Layer) ve SET (Secure Electronic Transaction) kullanılan şifreleme yöntemlerinden en önde gelenleri. Kredi kartı bilgilerinin güvenliği ve gizliliğini sağlamak için yaygın olarak kullanılan SSL bilgi transferi sırasında güvenlik ve gizliliğin sağlanması amacıyla Netscape tarafından geliştirilmiş bir güvenlik protokolü. SET ise banka kartları ve ödemeler ile ilgili bilgilerin güvenliğini sağlamak amacıyla Visa, Mastercard, Microsoft, Netscape, GTE, IBM,

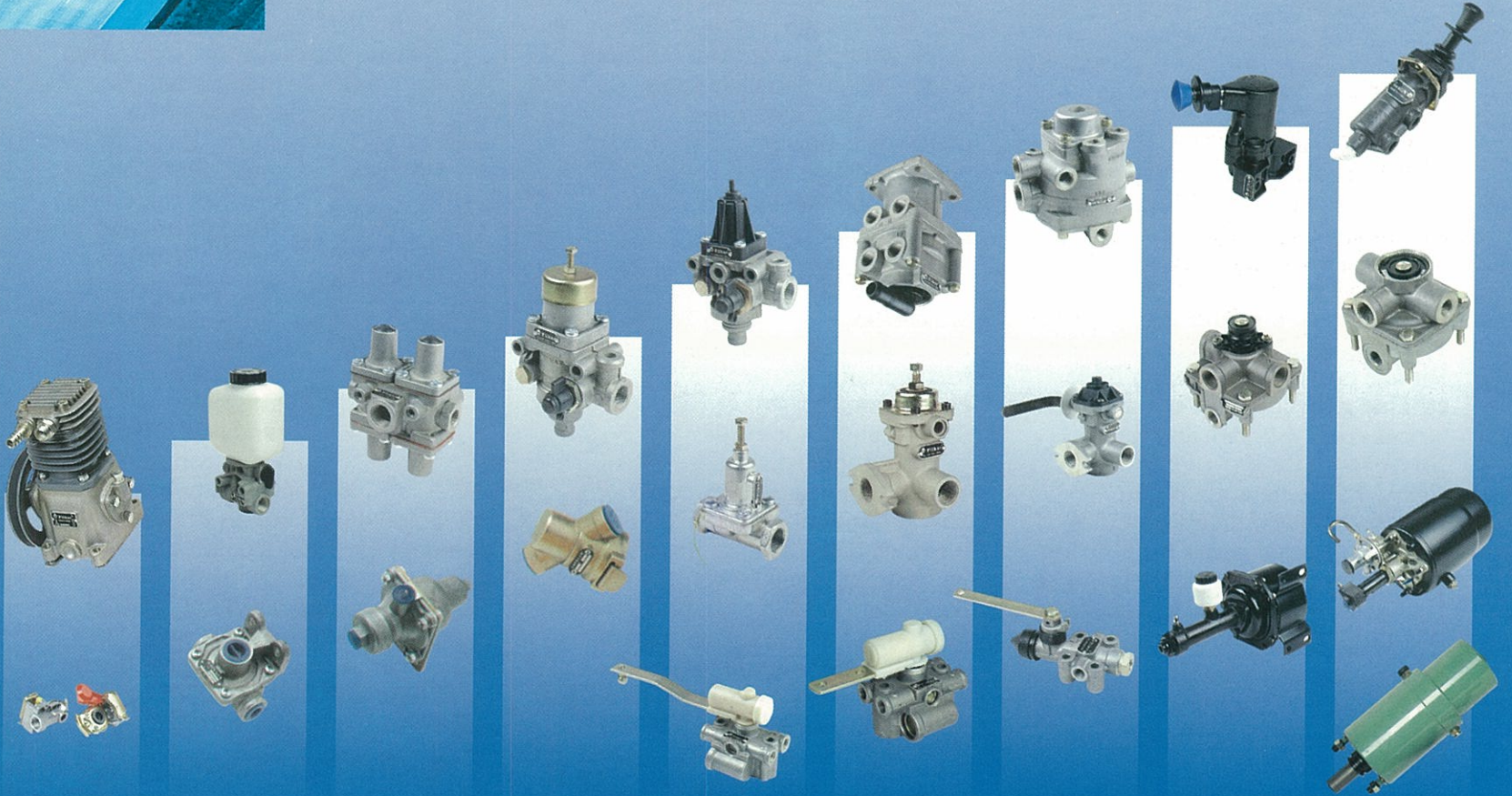
SAIC, Terisa Systems ve Verisign'ın katılımıyla oluşan bir konsorsiyum tarafından geliştirilmiş bir güvenlik sistemi. Bu sistemler internet üzerinden yapılan parasal işlemleri büyük ölçüde güvenilir kılıyor. Bu sistemler şifreli bilgi kullanıyorlar. Şifreli bilgilerin caydırıcı yönü, ele geçse bile çözümlerinin büyük maliyetler gerektirmesi. E-Ticaretin dezavantajlarından birisi de internetin henüz istenen seviyede yaygın olmaması. Küreselleşme başlığı altında internetin yepyeni bir bilgi devrimine yol açtığı bir vakia olsa da internetin henüz "seçkinlere" has bir imkan olarak kaldığı gözden kaçmıyor; çünkü dünya nüfusunun sadece %3,6'sı internet kullanma imkanına sahip. Bundan daha vahimi var: Dünya nüfusunun 2 milyarlık bir kısmı henüz telefonla tanışmamış bile. Aslında bu rakamlar bir yönüyle e-ticaretin önümüzdeki yıllarda teknolojinin gelişmesi ve dünyanın geri kalmış bölgelerinin de internetle tanışması halinde çok daha büyük gelişme potansiyeli taşıdığı şeklinde de yorumlanabilir. Ama sonuçta e-ticaretle bugün iş yapılabilecek alanlar ve bölgeler kısıtlı. E-Ticaretle ilgili dezavantajlar güvenilirlik ve yaygınlıkla sınırlı değil. Bir site açık dünya pazarına açılmak kaçıt üstünde mümkün belki ama döviz değişim oranları, malların teslimatı, servis sağlayıcı firmaların yetersizliği, bağlantı sorunları, müşterilerin güvenilirliği, kredi kartının her tarafta aynı yaygınlıkta olmaması, dil ve kültür farklılıkları gibi bir çok etken e-ticaretin önündeki engeller olarak duruyor.

Peki Türkiye'de durum ne? Uzmanlara göre Türkiye'de halen 300.000 internet kullanıcısı var. Fakat bu sayının kısa zamanda artacağı tahmin ediliyor. Ülkemizde internetin büyüme hızı yaklaşık 4 kat ve 15 milyon telefon abonesi var. Kaldı ki dünya ortalamalarına göre Türkiye'de internet kullanımı oldukça düşük: % 1. Bu oran Amerika'da %30, Kanada'da %31, Finlandiya'da %35, İngiltere'de %12.8 ve Almanya'da %7.3.

Dolayısıyla tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de e-ticaretin önü oldukça açık. Büyük şirketler artarda bu alana yatırıma yöneliyorlar. Diğer taraftan kamuda da bu konuda çalışmalar var. E-Ticaretin yasal altyapısını oluşturmak amacıyla bir İnternet Üst Kurulu ve Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu oluşturulmuş durumda. □

# Fren Ekipmanları

- Tek silindirli hava kompresörleri
- Havalı fren valfleri
- Fren servosu
- Pistonlu hidro pnömatikler
- Tek devreli fren ana merkezleri
- Park fren körükleri
- Boş hava tüpleri
- Havalı fren parçaları tamir takımları



think  
again...



OTOMOTİV SAN. ve TİC. A.Ş.

Genel Merkez :

Oto Parçacılar Sit. Boyluca Sk. No:6  
42300 Konya / TÜRKİYE  
Tel: +90.332.233 01 87 - 236 22 27  
Fax : +90.332.235 15 46

Fabrika :

2. Organize San. Bölgesi Kocadere Sk. No:7  
42002 Konya / TÜRKİYE  
Tel : +90.332.239 07 61 (3 Lines)  
Fax: +90.332.239 07 64

# E-Ticaret dalgaları

Elektronik ticaret uzmanları sık sık, Boston'da faaliyet gösteren bir think-tank kuruluşu olan Forrester Research'un bir gelecek tahminini kullanıyorlar. Buna göre ABD'de şirketler arası e-ticaret 2003 yılında 1,3 trilyon dolarlık bir hacme ulaşacak. Bir kaç e-ticaret uzmanının ifade ettiğine göre çok uzak olmayan bir tarihte ABD dışı e-ticaret de bu seviyeye ulaşacak. Eğer ABD, e-ticaretin bütün kategorilerinde gelişime öncülük ediyorsa, nerede ne tür bir e-ticaret ABD'deki gelişimin önüne geçecek? Uzmanlar, orta vadede, Kuzey Avrupa, Asya'nın bazı bölümleri ve Latin

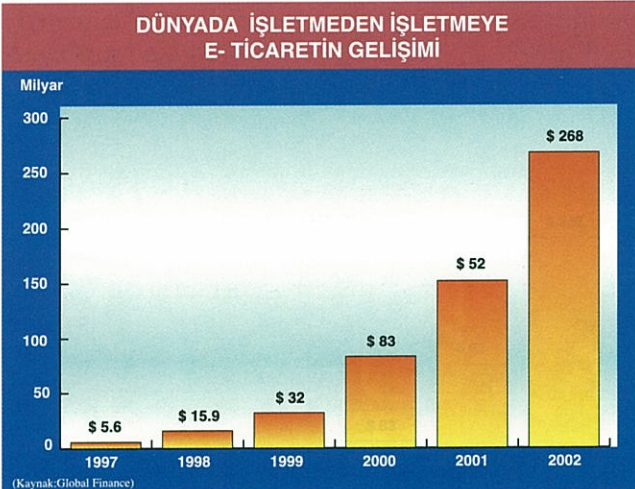
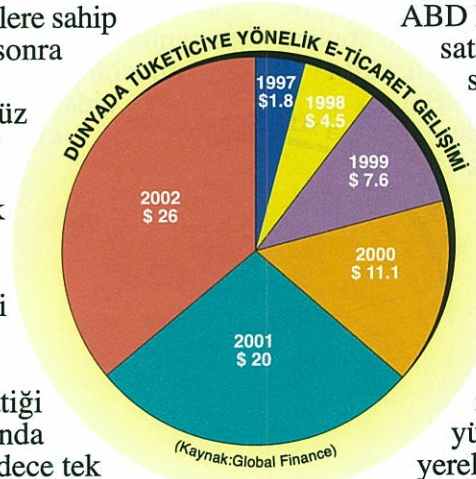
Amerika'daki bazı ülkelerin e-ticaretteki muhtemel bir patlamaya katkıda bulunabileceğini düşünüyorlar. İskandinavya gibi internet kullanımının ve kişisel bilgisayarların etkisinin büyük olduğu bölgelere sahip Avrupa, ABD'den sonra en büyük e-ticaret piyasası. Fakat henüz daha bütünleşik bir ekonomik birlik görüntüsünden uzak Avrupa'da ülkeler arasındaki farklılıklar buradaki hızlı gelişimi engelliyor. Bir danışmanın ifade ettiği gibi "Avrupa hakkında konuştuğunuzda sadece tek kavramlar dizininden veya tek birlikten bahsedemezsiniz. Pazara girme noktasında farklı sosyal özelliklere sahip farklı milli gruplar var; bu yüzden karşılaşacağınız değişkenlik olacak."

Cep telefonunun ve dijital asistanların büyük kullanımına sahip olduğu Asya'da ise aynı şekilde e-ticaretin bazı dallarında büyük gelişme rakamları göze çarpıyor. Hükümet desteği bazı Asya ülkelerinde e-ticaretin gelişmesine olumlu katkıda bulundu. Latin Amerika'da da bir kaç ülke e-ticaret konusunda öncülük yapıyor. Uluslararası E-Ticaretin

Gelişiminin Önündeki Sınırlamalar Kuzey Amerika ve AB dışındaki bölgelerde e-ticaretin gelişiminin önünde bir dizi engel bulunuyor.

Muhtemelen bunların en öne çıkanı ABD kaynaklı sanal satışların cazibesinin sınırlılığı. IMR Global'den Scott White'ın ifadesiyle "Herkes bir web sitesi oluşturup küreselleşileceğini söylüyor ama döviz kurları gibi meselelerle uğraşmak zorundasınız. Bu yüzden öncelikli olarak yerel ihtiyaçlara hitap eden bir siteniz olmalı ki internette herhangi bir ürünün dağıtımına ve teslimatına muvaffak olabilesiniz." Bir diğer uzman, USWeb/CKS'den Antonin Robert ise "Mal sevkiyatı ABD dışında büyük problem" diyor ve ekliyor: "Mahalli düzeyde özel dağıtım şirketlerinin varlığı avantaj ama bu kurumsal düzeyde oldukça maliyetli bir iş"

Mal sevkiyatı ile ilgili bir diğer problem de müşterilerden alınan bilgilerin güvenilirliğinin düşük olması. Bir iletişim şirketinin sahibi olan John Siegman "ABD'de internet üzerinde alışveriş yapan müşterilere bakıldığında görüyoruz ki müşterinin verdiği bilgilerden elde edilen adreslerin %15'i doğru değil." diyor. Alt yapı eksikliği AB ve ABD dışındaki e-ticaretin gelişimini engelleyen en





büyük sorunlardan. KPMG Danışmanlık'tan Robin G. Palmer "Eğer Çin yeterli alt yapıya sahip

bağlantıların ortaklığı yüzünden pek fazla farklı değil. Fakat şirketin dört duvarının dışına çıktığımızda

ellerinde yeterli bilgi bulunmuyor. Bizim için bu karar süresi ABD'deki D&B gibi data kaynakları sayesinde

# tüm kıyıllara vuruyor

olsaydı gelecek milenyumda internetteki iş çözümleri açısından büyük bir fırsata sahip olacaktı. Bu ülkeye yakından baktığımızda tüm şehirlerde yeterli telekomünikasyon alt yapısı olmadığı görülüyor, dolayısıyla internetteki imkanları sınırlı. "Latin Amerika'ya ait bir alt yapı problemi de internet desteği veya ana servis sağlayıcılar arasındaki karşılıklı ilişkiler noktasında. Dünyanın küreselleşme standartlarından uzak diğer bölgelerinde, e-ticaretin gelişimi daha yavaş seyredecek gibi gözüküyor. Pakistan gibi üçüncü dünya ülkeleri veya Afrika gibi bölgeler e-ticarete çok daha az ilgi gösteriyorlar; çünkü talebi karşılayacak düzeyde telekomünikasyon altyapısına sahip değiller.

Kredi kartına dayalı finansın göreceli evrimi de e-ticaretin gelişiminin önündeki bir diğer engel. Bir uzman "Mesela Singapur ve Malezya'da, ABD'deki gibi aynı düzeyde bir kredi kartı kabulü veya internet bağlantısı yaygınlığına sahip değilsiniz" diyor. Son olarak, bir çok ülkede e-ticareti geliştirmek için gereken sermayenin yokluğu da bir engel olarak göze çarpıyor. Dorfmeister Bilgi Teknolojisi'nden Stephan Dorfmeister'in dediği gibi "Doğu Avrupa temel sanayi dallarında yatırım sıkıntısı olan bir bölge ve bir çok bölge e-ticaret için gerekli sermayeye sahip değil."

ABD dışındaki e-ticaret sistemlerinin temel konfigürasyonu uluslararası bilinen web sağlayıcı şirketlerin, Unix veya NT Platformlarının ve temel

benzerlikler azalıyor. Robert, ağ hizmeti veren kuruluşun kapasitesi, bağlantı süresi ve müşterinin başka bir siteye kapılması gibi dezavantajlara dikkat çekiyor.

E-ticaretin bölgesel gelişimi, küresel geçiş noktaları ile mahalli değişimlerin üstesinden gelmeyi başaran e-ticaret yazılımlarını daha kompleksleşme gereksinimine zorluyor. Finansal, linguistik ve yasal normlar ülkeden ülkeye değiştikçe Amerikan modeli kullanan işletmeler değişime hızla ayak uydurmak zorunda hissediyorlar kendilerini. EDS'den Marv Richardson "Şu an İngilizce tüm internet kullanıcılarının %57'sinin kullandığı bir dil. Fakat bu hep böyle kalmayacak; çünkü dünyanın diğer bölgeleri hızla geliyor. ABD dışındaki büyüme oranlarına göre 2001 veya 2002 yılında İngilizce en önemli internet dili olmaktan çıkacak." diyor.

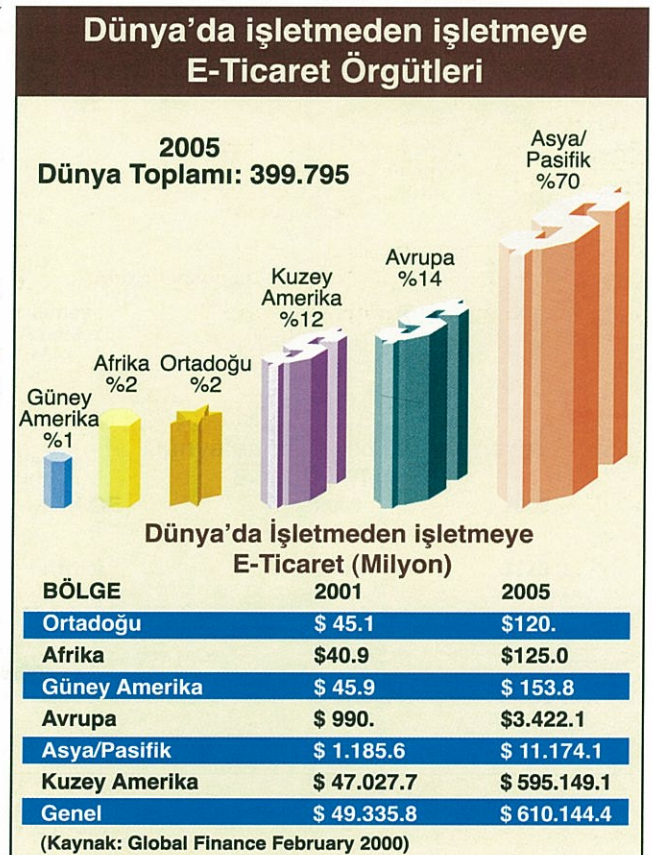
Güvenlik konusunda ise bir sanal müşterinin bilgilerinin doğruluğunu teyitten, hacker'ları sistemden uzak tutmaya kadar bir dizi mesele var. E-ticaret yayıldıkça bu tip sorunlar da hızla yayılıyor.

Güvenilirlik, e-ticaret ile mal talebi olan şirketler için ana sorun. eCredit.Com'dan Susan Hickey, "Avrupa ile ABD arasındaki temel fark şu: Şirketlerin güvenilirlik kararı vermek için oldukça az zamanları var. Çünkü

sadece 15 saniye" diye bunu örneklendiriyor. Kıta ülkelerinde güvenilir bilgi seviyesi oldukça iyi olmasına rağmen bu, diğer bölgelerdeki ülkelerde yok denecek seviyelerde.

E-ticaret sistemlerinin korunması da bir diğer mesele. Ernst and Young'dan Günhan Ünal bunu, "Güvenlik konusunda şahit olduğumuz gelişme şirketlerin internet ve e-ticaret eğilimlerinde daha çok koruma sistemlerine yoğunlaşmış olmaları" diye açıklıyor.

(Çeviri:Global Finance / A.Vezir)



Hazırlayan  
Yrd.Doç.Dr.  
Gülfetin Çelik-  
M.Ü. İktisat Fak.



# ESNAF TEŞKİLATLARI

## Ahilik & Lonca

**S**iyasal yapılanmada merkezi üniter, ekonomide ise özel teşebbüse dayalı bir yapı oluşturan Osmanlı Devleti bu yapıyı devletin ekonomiye her düzeyde yön verebildiği, kontrol edebildiği bir nitelikte kılmıştır. Bu genel yaklaşım içinde ziraat, sanayi ve ticarete özel sektörün öncülüğünün kabul edilmesine rağmen devletin belirleyiciliği her alanda hissedilir. Bu belirleyicilik, yön vericiliği aşan, tayin edici, yerine göre emredici niteliktedir. Önemli addedilen bazı alanlarda ise üretim doğrudan devlet eliyle yapılmaktadır.

Özel teşebbüs ile devletin ekonominin her düzeyinde bir arada bulunduğu bu yapıda Osmanlı Devleti işletmelerin organizasyonundan, onların hammadde, yarı mamul mal teminleri, nihai ürünün kalite ve fiyat oluşumunu, tüketiciye sunumunu her aşamada kontrol altına almaya çalışmıştır. Bunu yaparken de siyasal örgütlenme içinde, varolan devlet kurumları, sosyal ve ekonomik yapıların ürünü diğer kurumlardan olan ahilik-lonca müessesesini de kullanmıştır.

Mevcut üretim organizasyonu ve taşıma teknolojisinin gerekli kıldığı üretim ve dağıtım düzeninin en uygun şekilde ortaya çıkmasına imkan veren bu müesseseler reaya yanında askeri zümrenin ve onların kurumlarının da ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılayabilecek nitelikte olmuştur.

Sanayi ve ziraatte küçük ölçekli işletmecilik devlet tarafından desteklenmekte ve korunmaktadır. Çifhane sistemi içindeki küçük zirai aile işletmeleri, ve sanayideki küçük işletmeler özsermaye ekonomisinin işletmeleridirler. Kredilendirme ortaklıklar şeklinde yapılmaktadır.

Bir hukuk devleti olarak Osmanlı Devleti öncelikle hukuki altyapıyı oluşturmuştur. İlişkilerdeki düzeni sağlayan hukuki çerçeve her bölgenin kendine özgü yapısının bir sonucu olarak her sancak için çıkarılan kanunnamelerle oluşturulmak istenmiştir. Eyaletler seviyesindeki bu düzenlemeler yanında, üretim altyapılarının hukuki çerçevesi, ahilik müessesesinin yaygın olduğu dönemlerde bu kurumun örfünce, esnaf örgütlenmesinin lonca düzeyinde kabul edildiği dönemlerde ise örfün de gözetildiği kanunnamelerle düzenlenmiştir.

İster teşkilatlanmış esnafın müşterek odasına veya meclisine verilen isim olsun, isterse teşkilatlanmış esnaf anlamında kullanılsın lonca kelimesi Selçuklulardan Osmanlılara geçen İslam iş düzeni ve ahlakının genel yaklaşımını /çerçevesini içeren bir karakteri ve örgütlenmeyi ifade eder. Bu karakter bir yönü ile devletin yukarıda vurgulanan tayin edici yönü ve tabandan yansıyan özelliklerin şekillenmesi ile ortaya çıkmıştır.

Devlet esnaf örgütlenmesini düzenlerken bu müesseseleri hem kendi üyelerini hem de ülke genelinin üretim yapısına yararlı kılmaya çalışmıştır. Esnaf örgütlerinin ürünlerinin hammadde temin alanlarını ve yollarını, elde edilen ürünün fiyatlarını, kalitesini, miktar ve pazar alanını tayin etmeye çalışmıştır.

Sosyal hareketliliği, üretim ve taşıma teknolojisindeki yenilenmeyi içermeyen bu yapı nüfus hareketleri, dış dünyada ortaya çıkan üretim ve taşıma teknolojisindeki değişim ile bozulmaya başladığı zamana kadar istikrarlı bir üretim ve tüketim yapısı oluşturmaya katkıda bulunmuştur.

Günümüz ve gelecek Türkiye'sindeki esnaf teşkilatlanmasının taşınması gereken özellikleri, bu konuda uygulanacak politikaları belirlemede katkısı olacak bu konu bu yönleri ile yeniden gündeme getirilme ve incelenme ihtiyacındadır. □

# Teşkilatlanmanın Nüvesini



## Ortak nizamlar oluşturdu

**LONCA:** Efendim esnaf örgütlenmesi Osmanlı üretim düzeni içinde ne tür yararlar sağlayan bir örgütlenme olarak ortaya çıkmaktaydı?

Ahmet KAL'A: Efendim belirli iş koluna ait belirli mal ve hizmetleri daha uygun şartlarda üretebilmek için meslekle ilgili esnafın bir araya gelerek kendi alanlarında faaliyet göstermek üzere kendi esnaf birliklerini oluşturmaları gerekiyordu. Kısaca esnaf tekel haklarından yararlanabilmek, mesleki menfaatlerini korumak ve genişletmek için teşkilatlanmak zorundaydı. İşkollarının alt birimlerinde teşkilatlanan esnaf birliklerinin kurallarını, genel hukuk ve zabıta kurallarıyla beraber, birliğin faaliyetiyle ilgili örf ve adetler ile o birliği oluşturan çalışanların ortaklaşa oluşturdukları kural ve nizamlar belirlemekteydi.

**LONCA:** Bu yönüyle, özerk nitelikteki Osmanlı esnaf örgütlenmesinin genel olarak mevcut sosyo- ekonomik yapı ile bütünleşen bir karakter taşıması gerekiyordu herhalde?

KAL'A: Evet. Esnaf otonomisi ile belirlenen bu kaide, kural ve uygulamaların genel hukuk ve zabıta kurallarına ters düşmemesi, ensaf birlikleri arasında ve diğer mal ve hizmet üreten kesimler ve organizasyonlar arasındaki ilişkileri bozucu değil tamamlayıcı olması gerekiyordu. Ancak bu sınırlar esnaf birliklerini aştuklarından zorunlu olarak devletin tüm ekonomiye şamil mal ve hizmet üretim ve tüketiminde uygulanacak genel kaide ve kuralları belirlemiş olmasını gerektiriyordu.

**LONCA:** Teşkilatlanmanın resmi bir nitelik kazanabilmesi nasıl olmaktadır?

KAL'A: Teşkilatlanma yolunda atılan ilk adım, teorik olarak belirli bir bölgede aynı mesleği icra eden esnafın ortak bir nizam

çerçevesinde bir araya gelerek esnaf gurubu oluşturmasıydı. Teşkilatlanmanın nüvesini, esnaf gurubuna dahil her esnafın uyacağı ve uygulayacağı ortak nizamları oluşturmaktaydı. Esnaf gurubu arasında kendilerinin uyguladığı ilk nizam, aynen onaylanarak veya bazı yeni hususlar da ilave edilerek çoğunlukla kadı tarafından bazen de doğrudan sadrazam tarafından yapılan tespit ve verilen onay üzere Divan-ı Hümayûn kalemelerinden birine kaydedilip, kaydedilen nizamı havi fermanın esnafa verilmesiyle resmi, devletçe onaylanmış bir hüviyet kazanıyor, resmi esnaf nizamı haline geliyordu.

**LONCA:** Bu nizam ne gibi hususlar içeriyordu.

KAL'A: Bunlar genel üretim politikalarına



uygun düzenlemeler getiriyordu. Bu nizamlarda kaydedilen hususları üç ayrı gurubta toplayabiliriz;

a- Mal ve hizmeti üretme hakkının kimlere, nasıl verileceğine dair kaideler ve nizamlar.

b- Hammadde, mal ve hizmetlerin temini, tevzii ve satılması ile ilgili kaide ve nizamlar.

c- Esnaf birliklerinin yönetimi ve denetimi ile ilgili kaide ve nizamlar.

**LONCA:** Üretime ilişkin hususları biraz açacak olursan ne gibi hususlar, neler dikkate alınarak nizamlarda düzenlenmekteydi?

KAL'A: Devlet koyduğu nizamlar ile genel olarak esnaf üretiminin bütün alanlarını, her aşamada düzenlemeye çalışmıştır. Üretimin kalitesinin korunmasına ilişkin olarak imal edilen ürünün, imal eden esnaf birliğinin, imal eden ustanın, imal edilen yerin en ince ayrıntılarına kadar belirlenmesine çalışılmıştır. Bu çerçevede standart belirleyerek üretim kalitesini tayin etmiştir. Mesela İstanbul'daki Kılıççı esnafının üretim nizamında kılıç kabzasının kara demirden olmayıp abanoz, sakız, balık, fil dişi, yenedünya ve sandal ağaçlarından olması kendi renginde olup boyama olmaması gerekiyordu. Benzer şekilde kadayıfçı esnafı ilgili üretim nizamında kadayıfın hazırlanmasında temizliğe riayet edilmesi, kadayıfın pişirilmesi ve yangın tehlikesine karşı ateşe dikkat edilmesi hususları düzenlenmiştir. Yine; İstanbul'daki bakırcı esnafın üretim nizamında dükkanlarında kalitesiz ve kızartma bakır bulundurmamaları, bakırdan bastırma tabir edilen çekiçle çekiçlenmemesi, bu şekilde çekiçlenen bakır varsa satılmaması, yamalı bakır kapların imha edilmesi, kazan, güğüm ve bakraca yapılan kaynağın temiz ve sağlam olması belirtiliyordu. □

# Ahilik ve Konya

*Ahilik ve Lonca teşkilatlarının en fazla etki alanı ve ağırlık merkezi Konya olmuştur. Çünkü Konya Selçukluların başkentidir. Osmanlı döneminin de önemli kentlerinden birisidir. Çinden gelen İpekyolu ile Hindistan'a uzanan Baharat yolunun bulunduğu bir mekan olmuştur.*

Yıllar boyunca Konya coğrafyasına, "Tarım Havzası" olarak bakılmış. Yaklaşık yirmi yıl öncesine kadar devlet yayınlarında, Konya'yı tanımlamayı amaçlayan kitaplarda bile, "Türkiye'nin Buğday Anbarı" ifadesi tercih edilmiş. Konya'nın uçsuz-bucaksız gibi görünen ovası idarecilerin aklına hep "Tarım Sektörü"nü getirmiş. Halkın geçimi ve istikbali, yalnız toprağa bağlanmış. Bunun dışında bir gelir kaynağını düşünmek bile mümkün olmadığı için, köylüye başka gelir kapıları, alternatif ekonomiler öğretilmemiş. Bunlara

dair gerekli yatırım ve sökterlere kapı dahi aralanmamıştır. Neticede Konya köylüsü, Konyalılar, Allah'ın lutfu ile, toprağın cömertliği gibi iki uç arasında ömür dokumakla muvazaf kılınmıştır. Mevlâ lutfeder de yağmurunu yağdırırsa; Toprak-ana da kıskançlık yapmaz, cömert davranır bereketini esirgemezse, ekinler, yıllar "şen" olmuştur. Aksi olduğu zamanlarda halk, köylüsüyle, kentlisiyle fakr-u zarurete düçar olmuşlardır. Hele üst üste gelen "kıtlık" yıllarında halk, bir lokma ekmeğe, tarlasını, tapanını değişir hale

gelmiştir. Biçare insanlar, faizcilerin, tefecilerin, bankaların mecburu, mahkumu ve makhuru durumuna uğramıştır. "Aşık Edebiyatı", halk edebiyatının en güçlü dalıdır. Çünkü halkın dilidir. Araştıranlar bilirler ki, yurdumuzda, Konya kadar halk edebiyatında "Kıtlık Destanı" olan bir şehir yoktur. Mısralar, beyitler, dörtlükler ve nihayet sayfalar dolusu açlık, kıtlık, yokluk, yoksulluk, çaresizlik, yiyecek, giyecek bulamadığı akşamların soğukluğundan korunmak için halk, bağrından çıkardığı, haline tercüman





# POLKİM KİMYA SAN.veTİC.LTD.ŞTİ.

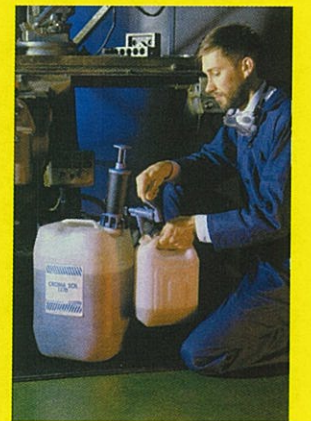
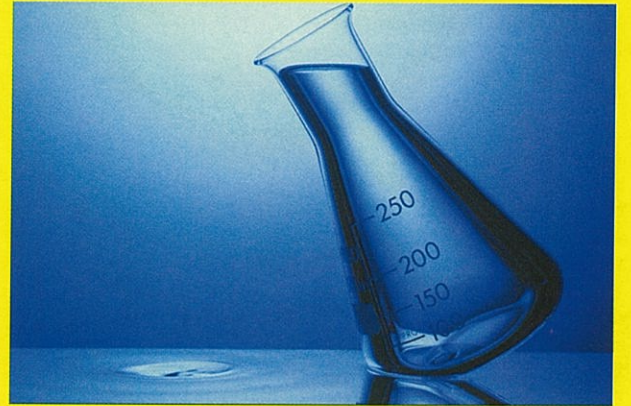
- TİTAN RUTİL
- PRINTEX U
- PRINTEX 30
- GREEN GH
- ORANGE 3840
- YELLOW 10 G
- YELLOW 20 7G
- YELLOW 3411 - G
- KSILOL
- WHITE SPIRIT
- İSOPROPİL ALKOL
- ETİL GLİKOL
- ASETON
- HEKZAN
- BUTİL GLİKOZ
- İZOBUTİL ASETAT
- NORMAL BUTANOL
- METİL ETİL KETON
- MONO ETİLEN GLİKOL
- ETİL GLİKOL ASETAT
- SENTETİK TİNER
- SELÜLOZİK TİNER
- ENDÜSTRİYEL TİNER
- TEMİZLİK TİNERİ
- RAPİT TİNER

*“Daha  
Kaliteli,*

*Daha  
Güvenli*

*Hizmet*

*İçin”*



Girne Bulvarı Zafer Apt. No. 85 Kat 2 Daire 4 Karşıyaka - İZMİR  
Tel: 0 (232) 369 24 00 (pbx) - 369 95 75 - 369 22 21 - 369 67 87  
Fax : 0 (232) 369 62 96 e-mail : polkimunimedya.net.tr.

gördüğü aşıkların bu mısralarına bürünerek ısınmaya ve açlığını unutmaya çalışmıştır. Ucuza malolsun ve herkes alabilsin diye küçük kasaba matbaalarında, düşük kaliteli kağıtlara basılmış bu “Kıtlık Destanları”nı, cuma namazından çıkan cemaate, köşe başlarında durarak, gelip geçenlere yanık sesleriyle satan aşık veya satıcıları, yaşı ellinin üzerinde olanlar rahatlıkla hatırlayacaklardır.

Konyalı'nın dilinde yağmur, bunun için “Rahmet”tir. Allah'ın lutf-u ihsanıdır. Değişen mevsimlere ayak uyduramayan köylüler, şerha şerha olan topraklarına rahmet indirmesi için, dua ede ede şerha şerha çatlamış dil ve dudaklarıyla Allah'ı yakarırlar. “Yağmur Duası (İstiska)”, tek ümid Allah'da olan halkın ömür boyu hafızasında derin izler bırakır. Musalla'da toplanan yediden yetmişe kadınıyla erkeğiyle, çoluğuyla, çocuğuyla yalvarıp yakaran günahsız ve biçarelerin duaları, iniltileri ve gözyaşları, en çok köylünün içyağını eritir. Uzun yıllar Konya Halkı bu ömrü yaşamıştır. Alternatif ekonomiler, ne kendilerinin ve ne de idarecilerinin hatırına gelmiştir. Çünkü idareciler uzun yıllar Türkiye'nin bir “Tarım Ülkesi” olmasını; Konya'nın da bir “Tahıl anbarı” olarak kalmasını uygun görmüşlerdir. 1955 yılından sonra idari parolamız “Sanayi Türkiyesi” şeklini almıştır. Batı ile yakın temaslar ve dünya ekonomisinin geleceğine dair projeler; konjektördeki gelişmeler sonucunda Türkiye de, “sanayi” dünyasında hissesine düşen dilimi almak üzere gerekli girişimleri başlattı. Tarımın yanısıra, bazı seçilmiş bölgelerde gerçekleştirilen alt yapı ve yatırımlar, kısa bir süre sonra semere vermeye başlayınca, bu gelişmelerden daha da cesaret alınarak, “Sanayi Ekonomisi”ni, yurdun başka yerlerine yayılmasıyla Konya'da, hayli gecikmenin ardından da olsa nasibini almaya başladı.

Neticede bu gün Konya, büyük ölçüde bir “sanayi kenti” olma hazırlığında ve yolundadır. Hem de bu yolda hayli mesafe almış bulunmaktadır. Gerek tarıma dayalı ve gerekse diğer mustakil sanayi branşlarında, yurdumuzda hatırı sayılır bir yere ve öneme sahiptir. Hele son on-onbeş yılda, “Atıl para”ların biraraya getirilerek teşkil edilişiyle faaliyete geçen geniş çaplı şirketler ve özellikle holdingler, kuruluş, altyapı ve yatırım dönemlerini bir bir ve başarı ile geçerek, önümüzdeki beş-on yıl içerisinde, Konya'nın makus talihini değiştireceğine inandığımız büyük sanayi atılımlarını gerçekleştireceklerdir.

Çünkü Konya, sanayi söktürünün muhtaç olduğu altyapı dinamiklerinin çoğuna sahip bulunmaktadır. Bunlardan bazılarını şöylece sıralayabiliriz:

1) **İŞÇİ VE İŞVEREN AHLAKI:** Türk ticaret sektörünün tarihi kökeni, dini inancın yanısıra, “Lonca” ve “Ahilik” teşkilatlarına dayanır. Bunlar Anadolu'da, yaklaşık bin yıllık iki

muhteşem kuruluştur. Yüzyıllar boyunca işçi ve işveren; satıcı-alıcı münasebetlerini en iyi şekilde organize etmiştir. Her meslek erbabı “Şeyh”, “Yiğit-başı” ve “Esnaf Kahyası”ndan oluşan bir komisyon tarafından devamlı olarak takip edilip, yönlendirilmiştir. Sonuçta, meslek erbabı işinin hakkını vermeye; alıcı da kalitenin değerini ödemeye son derecede hassasiyet göstermiştir. Çalışmasının her safhasında, aldığı eğitim ve terbiye gereği olarak her iş sahibi, her an Cenab-ı Hakk'ın kendisinden haberdar olduğunun ve “Ahi Şeyhi”nin her anına vaakıf bulunduğu idraki içerisinde, mesleğinin hakkını en iyi şekilde vermiştir. Hile, aldatmaca, yalancılık, fahiş fiat gibi iş hayatını felce uğratan haram, basit ve gayr-i meşru iş ve yollara tenezzül ve

“Konya” olmuştur. Çünkü Konya, Selçukluların başkentidir. Beylik ve Osmanlı dönemlerinin başta gelen kentlerinden birisidir. Ahi Evren'in hayatında Konya'nın müstesna bir yeri ve mevkii vardır. Yakınları, konya'da medfundur.

İşte bu mesleki ahlak, eğitim ve teşvik kurumları olan müesseseler bin yıldan beri Konya'da da hüküm-ferman olmuştur. İnanç, ahlak ve maneviyat destekli bu kurumlar, Ahilik kurumları, meslekte, işde, çalışmada, sanatta ve günlük yaşayışın her safhasında fert ve topluma ruh ve yön verdiği için, yüksek mesaj, prensip ve öğretileri şehrin suyuna, havasına, toprağına bile sinercesine son derecede müessir olmuştur. Bu terbiye kuralları babadan oğula, ustadan çırağına tevarüs ettiği



tevessülden kaçınmışlardır. İşveren bu yüce eğitim ve terbiyenin idraki ile, işyerinde çalışanlara, Allah'ın bir emaneti gözü ile bakmıştır. İşçiler de, eline teslim edilen işyerini, alet ve edavatın kendisine bir yed-i emin gibi emanet edildiği anlayışı içerisinde mesai yapmıştır. “Veli-i nimet kapısı” telakki edilen işyeri, mubarek bir rızık kaynağı olarak, herşeyden üstün tutulmuştur. İşyeri açmak için “Ahi” olmak; Ahi olmak için de “Müslüman” olmak şartı ana kural olduğu için memleketin ticari hayatı müslümanların yönetiminde bulundurulmuştur. Neticede halkın refah seviyesi devamlı yükselmiş; Buna bağlı olarak da, sosyal, kültürel ve estetik hayat düzenli bir gelişme ve yükselme içerisinde bulunmuştur. İşte ülke okonimisini ayakta tutan temel taşlardan olan Ahilik ve Lonca teşkilatlarının en fazla etki alanı ve ağırlık rmerkezi,

için, yüzyıllar boyunca gönül, zehin ve ellere egemen olmuştur. Bu gün de bu güzellikleri sezme görmek ve farketmek mümkündür. Bu iş fazileti kuralları, sanayinin de temel dinamiklerindedir. Sadece maddeye endeksli, yalnız fiziğe değer veren sanayi kuruluşlarının sarsılmasına, çökmesine; Sanayi topluluklarının kaoslara düşer olmasına sebeplerin başında, manevi ideal, manevi tokluk, metafizik değerlere de önem verme gibi metafizik duygu ve düşüncelerin rolü büyüktür. Maneviyatın, hak ve hukukun, ulvi değerlerin bulunmadığı yerde gerçek, daimi ve karşılıklı mutluluktan, saadetten ve huzurdan bahsetmek mümkün değildir. Dolayısıyla ideal bir hayatı sağlayacak mükemmel bir sanayi hayatından ve onun her zaman ayakta kalacağından bahsetmek ve ümitvar olmak sözkonusu olamaz. Nümayişler, protestolar, grevler, lokavtlarla

# akplas

İlgın Akın Plastik San. Ve Tic. Ltd.Şti.

Ürününüz Ne Olursa Olsun  
Borunuz akplas Olsun!!!



Plastik Yağmurlama Boruları  
ve Ekipmanları

Adres: Mezbağa Yanı Şeker Fabrikası Yolu Üzeri 1.Km  
Tel: 882 77 88 Fax: 881 32 19 İlgın/KONYA

sarsılmalar, işkaller tenditler, boykotlar, tahripler birbirini takibedecektir. Neticede milli gelirler heba olacak; ekonomik düzen ve buna bağlı olarak da sosyal ve kültürel hayat felce ve inkızaza düşürülecektir.

Dünya sanayi ve ekonomi tarihi bunun acı, ama pek acı örnekleriyle doludur.

2) **JEO-STRATEJİK DURUMU:** Konya, İç Anadolu bölgesinin ortasında yer almıştır. Dolayısıyla yurdumuzun dört yönüne de aşağı yukarı eşit uzaklıktadır. Bu ulaşım ve taşımacılık sektörü için çok önemli bir avantajdır, Entegrasyon içinde. Karayolu ağı sağlam ve muntazamdır. Demiryolu mevcuduyla, genişletilip artırılmasıyla her türlü çağdaşlaşmaya elverişlidir. Hava yolu için müsait imkanlara sahiptir. Seydişehir-Manavgat güzergahı ile, Alanya'ya olsun Antalya'ya olsun eşit mesafede ve yakındır. bu büyük koz, deniz ulaşımından da yeterince faydalanma avantajlarını saklı bulundurmaktadır. Avrupa ile Asya ülkeleri arasında bir köprü olma misyonuyla tanınan ve ün yapan Türkiye'nin bu uluslar ve ülkelerarası trafiklerinin buluşma noktasıdır, Konya. Bir başkent, her zaman başkenttir; Dolayısıyla, uzun yıllar Anadolu Selçukluları'na başkentlik yapan Konya'nın ve dolayısıyla Konyalı'nın tarih şuurunda her zaman daha iyiye, daha mükemmele, daha güzele ve daha büyüğe doğru bir temayül, bir tercih, bir taraftarlık her zaman olmuştur. Her zaman da olacaktır. Çünkü, şehir unutmaz.

Selçuklular döneminde en randımanlı seviyesini elde eden; Devlete ve halka azami derecede sosyal, kültürel ve ekonomik refahı temin eden ülkelerarası iki ana transit yol olan Çin'den gelen "ipek Yolu" ile Hindistan'a kadar uzanan "Baharat Yolu", onbinlerce kilometrelik mesafelerden sonra, her ikisi de gelip, Konya topraklarında buluşuyorlardı. Tabiri caiz ise arının aylarca uğraşp doldurduğu kovanlar burada boşaltılıyor; Ve yine tabiri caiz ise aylarca, yıllarca beslenen görüp-gözetilen bereketin sembolü süt ineği,

*"İnanç, ahlak ve maneviyat destekli Ahilik kurumları; meslekte, iş'te, çalışmada, sanatta ve günlük hayatın her safhasında fert ve topluma ruh ve yön verdiği için yüksek mesaj, prensip ve öğretileri şehrin suyuna, havasına, toprağına bile sinecek derecede müessir olmuştur."*

Konya'da sağlıyordu.

Bu programların gerçekleşmesi için devletce hazırlanan "İğdiş", "Menzil", "Derbent" ve "Kervansaray" teşkilatları bir saat gibi hassasiyetle işliyor ve halkın olsun, devletin olsun kesesine sürekli ve düzenli gelirler temin ediyordu. Bu kurum ve kuruluşların çoğu bu gün de bir yer, coğrafya ve mimari olarak hala anılmaktadır.

Bütün bu mükemmellikler, şehir ve halka, "Kültür" ve "Medeniyet" olarak yansımıştır. Bunlar bu gün Konya şehrinin su, hava ve toprağının kimyasında bu gün de mündemiçtir.

Bunlardan alacağımız bir örnekdeki asalet ve otorite, diğerleri hakkında da bir fikir verecektir; Ele alacağımız örnek, "Kervansaraylar" dır. Şehirler, uluslar ve ülkelerarası karayolları üzerinde yapılmış "Konaklama", "Bakım-Onarım", "Alış-veriş" ve "Savunma" yerleridir. Bütün bu görevlere elverişli, dayanıklı plan ve programda yapılmışlardır.

Birbirlerine, yolcuların ve coğrafyanın ihtiyaçlarına cevap verecek şekil ve biçimde inşa edilmişlerdir. Sağlam, muhkem ve muhteşem bir mimariye sahiptirler. uzun bir karayolculuğu ile kervansarayla giren kervan mensupları, son derecede güleryüz ve tatlı dille karşılanırdı. Hayvanları ahıra çekilirdi. İnsanlara da yatak odaları gösterilerek, hamamda yıkanıp, dinlenmeleri sağlanırdı. Hayvan ve vasıtaların bakım, onarım ve tedavileri yapıldı. Yolculardan hasta, yaralı, alakaya, tedaviye muhtaç olanlar, oranın hekimi, tabibi tarafından muayene edilir, gerekli ilaçları hazırlanarak, verilir. En leziz yemekler ikram edilir, kar gibi beyaz tertemiz çarşafly yataklarda, mevsimine göre serin ve havadar veya sıcak oda ve salonlarda istirahatleri temin olunurdu. Böylece herkes kervansarayın, kütüphanesinden tutunuz da, hamamına; doktor ve nalbantına varıncaya kadar her türlü imkanından istediği kadar, çekinmeden faydalanırdı. Kervan mensupları, işleri bitip de ayrılma zamanı gelinceye kadar günlerce faydalandığı bunca imkanların karşılığında hiçbir ücret ödemedi. Yapılan onca hizmetlerden dolayı hiçbir bedel ve karşılık beklenemez ve istenilmezdi.

Kervan mensuplarının bütün ihtiyaçları

devlet tarafından ve devletin oraya görevlendirdiği memur, işçi, yönetici kişiler tarafından giderilirdi.

Bütün bunların sonunda kervan mensuplarının yaptıkları sadece bir gelenek vardı; O da kervansaraydan çıkacaklarında yapılan kısa duadır. Bu duada bunca nimeti kendilerine bolca bezleden; Mevla'ya şükredilir; Bunca imkanları hiçbir karşılık beklemeden ve almadan sağlayan devlete dua edilir; Hizmeti geçenlerin de geçmişlerinin ruhlarına Fatiha okunurdu.

Kısacası, bazan günler ve haftalarca süren nan-u ni'metle dolu misafirliklerin her türlü giderleri, gayet ehil ellerde, sonderece dakik biçimde işleyen Maliye Bakanlığı "müstevfi divanı" tarafından yürütülür ve karşılanırdı. Amaç, hak rızası için halka hizmet bir, bir de gelip geçenlerden alınan; alanında, verenin de memnun olduğu oranda belirlenmiş "vergiler"le geliri yine halka döndürmek suretiyle sosyal ve ticari refahı temin etmek. Yani, "Hakk" ve "Halka Hizmet"..

Bu yüksek hizmet anlayışı o kadar üst seviyede ki, olmaz olmaması için her türlü önlem alınmış ama, yine de bir ihtimal iki kervansaray arasında şayet bir hırsızlık, soygun, mal ve can telefıyatı meydana gelecek olursa, yapılan incelemeler sonunda her hangi bir suistimal görülmezse, halkın uğradığı maddi ve manevi her türlü zarar, kuruşuna varıncaya kadar devlet tarafından karşılanılıyordu. Devlet bunu tanzim etmekle yükümlü idi; Mecbur idi.

Maliye Bakanlığının (Müstevfi Divanı'nın) gerek "Derbent" ve gerekse yurt içindeki teşkilatları aracılığıyla topladığı diğer vergiler ve devletin genel hazinesi, "Kervansaraylar"ın her türlü masraflarını rahatlıkla karşıladığı gibi, çoğu zaman kara da geçiyor idi.







Karayolları üzerinde yürütülen bu rahat, huzur ve güven ortamı; yolcuların her türlü ihtiyacını karşılayan kurum ve kuruluşlar; Devlet görevlilerinin tatlı dil ve güler yüzü, işbirlikleri yerli, yabancı halkı ticarete teşvik ediyordu. Halkın bu memnuniyet ve aşırı rağbeti, ticareti bir cazibe merkezi haline getirmişti. Bunun sonucunda, halk da, devlet de son derecede karlı çıkmıştır.

Yapılan bunca hizmetlerden hiçbir karşılık beklemeden Devlet, halka hizmeti kendisi için mukaddes bir görev bilmiştir. Nitekim, Konya-Aksaray yolu üzerindeki, bu gün de olanca ihtişamı ile ayakta durmakta olan ünlü "Sultan Kervansarayı (Hani)"nın muhteşem, musanna' ve muazzam taçkapısı (portali)nin en üst kısmındaki alınlıkta yazılı olan: "*El-Minnetü Lillah*" (Minnet ve şükran ancak Allah'adır." ibaresi, işin özünü ve amacını belirlemektedir. Yani, bütün bu hizmetleri ben sizlere yapmakla görevliyim; Benim varlığımın gayesi bu. Ben buna mecburum ve memurum! Bu benim halkıma, bir devlet olma görevimdir. Binaenaleyh bütün bu hizmetlerimden dolayı bana teşekkür bile borçlu değilsiniz. Ben görevimi yapmaya çalışıyorum. Şayet minnet ve şükran duyguları yönetilecek birisi varsa o sadece "Allah"dır, gibi gerçekten son derece önemli, büyük devlet olma kimliğine yaraşır ve yakışır bir anlayış sergilenmiş olmaktadır.

Bütün bu yüksek duygu, yaklaşım, fikir ve uygulamaları yüzyıllarca yaşayan, daha nice büyüklüklere şahit ve sahne olan Konya ve Konyalıların şuur ve hafızaları, 2000. yılın modern ve çağdaş sanayi ve ticaret sektörünün muhtaç olduğu fikri ve ruhi alt-yapıyı; bu konuda ihtiyaç duyulan dinamikleri, bu gün de benliğinde muhafaza edip, yaşatmaktadır.

### 3) KURUM VE KURULUŞ AŞINALIĞI:

Konya, gerek jeo-politik ve gerekse jeo-stratejik özellikleri sebebiyle tarihi boyunca daima "büyük" olmuştur. Başkent ve başta gelen kent olma vasıfları sebebiyle, devlet dinamızının her türlü ihtiyacı olan kurum ve kuruluşlara sahip olmuştur. Bu sahibiyet Konya ve Konyalı'ya her makul, her güzel, her istikbal vadeden kurum ve kuruluşları kolayca benimseme, gerçekleştirme ve destekleyip, ilerletme ruhunu kazandırmıştır. Bir örnek vermek gerekirse Selçuklular döneminde Konya'nın "İpek" ve "İpekcilik" hayatını gösterebiliriz. Çin'de büyük fedakarlık ve cansiperane cesaretlerle çıkarılıp, zamanla etrafa yayılan "İpek", Konya'da büyük alaka görmüştür. Uzun yılların, zahmetlerin ve yolların sonunda bütün dünyada olduğu gibi Konya'da da bu mensucat malzemesi, daima yakın ilgi ve alaka bulmuştur. Selçuklu Konyası'nın ünlü hanları arasındaki "Suk-ı Atık" de bulunan "Penbe Furuşan", "İplikçiler" gibi ünlü hanların arasında bilhassa "Gazzazlar" çarşısının ayrı bir değeri vardı. "Tanınmış "Bezzazlar Hani"nin yanısıra, "İpek" ticaretiyle meşgul

olan "Gazzazlar", şehir ve yurt ekonomisinde büyük rol oynuyarlardı. Konya'da istihlal ve imal edilen "İpek ve "İpekliler", halkın ihtiyacına cevap verdiği gibi, ihraç da ediliyordu. Ünlü ipek tüccarları arasında bilinmektedir. Bunlar o kadar güç kazanmışlardı ki. Zaman içerisinde ülkenin politik hayatında da etkili olmuşlardır. Ahi Ahmet Gazzaz gibi.

Konya'da "İpek" istihlal ve mensucatın geliştirmek için, gayet geniş alanlarda "Dutluklar" hazırlanmıştır. İpek böceklerinin gıdası olan dut yapraklarını yetiştirmek üzere, binlerce dutağacının dikildiği bu dutluklar, tüccarların ihtiyacını karşılayacak kapasitede

*"Bir Başkent her zaman Başkenttir. Uzun yıllar Anadolu Selçuklularına Başkentlik yapan Konya'nın tarih şuurunda her zaman daha iyiye, daha mükemmele, daha güzele doğru bir temayül, bir tercih her zaman olmuştur. Çünkü şehir unutmaz."*

idiler. Bol miktarda dut ağaçlarıyla kaplı bu alanlar, bu gün de bilinmekte ve aynı isimle anılmaktalarsa da, bu gün için, o binlerce dut ağacının dikildiği bu dutluklar, tüccarların ihtiyacını karşılayacak kapasitede idiler. Bol miktarda dut ağaçlarıyla kaplı bu alanlar, bu gün de bilinmekte ve aynı isimle anılmaktalarsa da, bu gün için, o binlerce dut ağacından hemen hemen hiçbirşey kalmamış vaziyettedir. Meram'ın üst tarafında bu gün de "Tutlu (Dutlu, Dutluk)" adıyla bilinen geniş alanlı yöre, o günlerin ismen ve tarihen hatıralarını taşıyan şahit mevkidir.

İpek ve ipekcilik konularında yurdumuzda müstakil semt ve konuma sahip olan şehirlerden birisi Konya'dır. Selçuklu'dan bu yana Konya'daki "Gazezler" semti, şehirdeki ipekcilerin önemli mahitidir. Konya'ya dair yayımlanmış eserlerin hiçbirisinde hakkında bilgi bulunmayan ve ilim dünyasına ilk defa tarafımızdan etraflıca tanıtılan (I) "Gazezler Tekkesi" bu semtte idi. "el-Gazzu", Arapça: "İpek, ham ipek, bükülmüş ibrişim"; "el Gazzâz", "İpekcî- İpek işleyen, İpek bükücü, İpek Satan; "Dudi'l Gazzî", "İpek böceği" anlamındadır. Böyle olunca, "Gazezler Tekkesi", "İpekçiler Tekkesi anlamına gelir.

Günümüzün ifadesi ile, "İpekciler lokali" "İpekciler odası" demektir. Yöneticiler, İpekçiler, üyeler burada toplanırlar ve meselelerini burada konuşur, tartışır ve gerekli çözüm yollarını burada üretirlerdi. Zamanla önem ve mahiyetini kaybeden bu çevrede bu gün de "Dut" ağacı en yaygın ağaç türüdür. 1985 yılında yaptığımız araştırmalar sırasında varlığını müşahade ettiğimiz "Gazezler Tekkesi", aynı isimle bilinen caminin kuzeyinde idi. Taş temel üzerine kerpiçe inşa edilmiş, kargir bir yapı durumunda idi. Genel görünümü itibariyle XVIII. yüzyıl Konya yapılarında kullanılan inşai ve tezyini özelliklere sahip idi. Biz bu yapıdan önce, burada Selçuklular'dan kalan bir binanın bulunduğunu ve aradan geçen uzun asırlar sonunda, diğer birçok benzeri eserler gibi yıpranıp yıkıldığı ve yerine bahis ve tarif ettiğimiz bu binanın inşaa edildiği kanaatindeyiz. Kapısının üzerinde 106 X 42 cm. ebadındaki mermer üzerine Ta'lık hatla yazılmış onbir satırlık nefis kitabesi, 1259 tarihini taşıyordu.

Vakıflar Müdürlüğü arşivinde yaptığımız araştırmalar sonunda elde ettiğimiz kayıtlardan da anlaşıldığı gibi "Gazezler Tekkesi", Konya'nın sosyal hayatında olduğu gibi, ekonomik hayatında da tarihi yerli olan müessesese özelliği ile tarihe intikal etmiştir. Derin mazisi içerisinde tarihi "İpek Yolu"nun Konya'daki izlerini taşıyan çok önemli mimari belgelerden. Zamanla mana ve mahiyet değiştiren bu tekke (zaviye), son otuz yıldır kendi mukadderatına terk edilmiş vaziyette iken, 1991 yılında yanarak harap olmuştur. Bir süre bu halde kalan tekke, daha sonra tamamiyle kaybolmuştur.

Gerek mimari tarihi ve gerekse yediyüz yıllık sosyo-ekonomik mazisi ve etkinlikleri sebebiyle "Gazezler Tekkesi", çok önemli bir tüccar odası olarak yardım, iletişim ve dayanışma kurul ve kurum görevini yerine getirmiştir.

Böylesine derin, köklü ve başarılı bir müessesenin varlığı baz olarak alınacak olursa, şu örnek bile Konya esnafındaki kurum, kuruluş ve yapılanma şuur, alışkanlığı, disiplini olarak, modern sanayi sektörünün son derecede muhtaç olduğu önemli bir dinamizmi de temsil etmektedir. □

(I) Geniş bilgi için bkz. : Hasan ÖZÖNDER, "İpekyolu'nun Konya'daki İzlerine Dair Yeni Belgeler ve Bilgiler", V. Milletlerarası Türkiye Sosyal ve İktisat Tarihi Kongresi, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırma ve Uygulama Merkezi, İstanbul, 21-25 Ağustos 1989, Tebliğler Kitabı, T.T.Kurumu Basımevi, 1990, Sf.:551- 559; H. Özönder, "Konya'da Gazezler Tekkesi", S.Ü. Selçuklu Araştırmaları Merkezi, Prof. Dr. Yılmaz Önge Armağanı, Konya, 1993, Sf.:339-357.



nizamı diyoruz. Diyelim ki bir ipekli kumaş üretilecek, o kumaş ancak Bursa ipliğinden veya İran ipliğinden dokunur, başka iplik kullanılamaz. Günümüzdeki toplam kalite denen olayı o zaman esnaf teşkilatı uyguluyordu.

Esnaf arasında da bir işbölümü var. Mesela bakkal esnafı turşu satamaz. Esnafın birbirlerinin sahalarına taşmaları yasaktır. Bu, esnaf nizamını ihlal sayılır. Ayrıca esnaf kendi evinde iş yapamaz; ancak dükkanında çalışabilir ki, görülsün ve denetlensin. Sonuçta haksız rekabetin engellenmesi amaçlanmıştır. İçerisi kapalı bu yapıda gelenekçilik var. Bu var ama tüm dünyanın birikimlerinden istifade etme anlayışı da var. Bu yüzden kalifiye elemanlar dünyanın neresinden olursa olsun, Osmanlı'da kendine yer buluyor. Osmanlı sistemi dünyanın en kaliteli insanlarını istihdam ediyor. Beyin göçü Osmanlıya doğru. Çünkü Osmanlı yeteneğe büyük önem veriyor. Dünya gücü olmanın temel sebebi zaten budur. ABD'nin dünya gücü olmasında ki temel sebep de budur. Emeği kullanabiliyor. Emeği kullanamayan, emeği aşağılayan sistemlerin yükselme imkanı yoktur. Beyin göçü veren ülkeler bunu tersine çeviremedikçe, başarılı olma şansı yoktur.

**LONCA:** Son olarak Esnaf Teşkilatlarının gerilemesi hakkında neler diyeceksiniz?

**TABAKOĞLU:** Osmanlı'da savaşın büyük bir yeri olduğu için savaş zamanlarında esnafın ordu ile de ilişkisi söz konusu. Orducu esnaf var. Ahilikte, biraz orducu esnafın etkisiyle

yeniçeri emeklilerinin ek gelir elde etmeleri bu kurumun bozulmasına yol açmıştır, diyebiliriz.

Batı'da korporasyon, yani lonca sistemi çöküyor ve özellikle İngiltere'de lonca sistemi kuruluyor. Osmanlı'da esnaf teşkilatı geriliyor ama yerine büyük sanayi kuruluyor.



Tanzimat'la sanayileşme hareketleri ile esnaf teşkilatları kaldırılmak istenmiştir ama şöyle de bir şey var: Tanzimat'la yapılan bu sanayileşme hareketleri esnaf teşkilatları vasıtası ile yapılmak istenmiştir. Hem kaldırılmak istenmiş ama en örgütlü sistem de esnaf sistemi; o yüzden ondan faydalanılmak istenmiştir. Sonuçta şöyle bir şey söylenebilir.

Belki bir şirketleşme olmamıştır ama esnafın işçi sınıfına dönüşmesi de olmamıştır. Birkaç grev hareketi var ama işçi sınıfından söz etmek mümkün değildir. Bunlar iç dinamiklerin değil, biraz Batı etkisi ile ortaya çıkan olaylardır. Osmanlı'da esnaf teşkilatının gerilemesi var ama çöküşü söz konusu değildir. 1879'da

Sanayi Odası, Ticaret Odası kuruluyor, Esnaf Cemiyeti Talimatnamesi çıkarılıyor. Odalar Birliği, belki bir ölçüde sendikalar bu teşkilatın bir devamı gibi görülebilir burada; ama rahatlıkla söyleyebileceğimiz, Osmanlı esnafının sadece gerilediği, çökmediğidir.

1917'de Moskova'da toplanan III. Enternasyonel esnaf birliklerinden faydalanmak istemiştir. 20.yy'ın başlarında bile Osmanlı esnaf teşkilatı gerilemiş olmakla birlikte hala örgütlü bir teşkilattır ve dünyadaki emekçi kuruluşların en

önemlilerinden birisidir. Günümüzde de bu böyledir: Türkiye'de en önemli faaliyet gösteren kesim KOBİ'lerdir. Türkiye'deki üretimin %90'dan fazlasını KOBİ'ler üretiyor. Ama onların sesi çıkmıyor, daha çok büyük sanayinin sesi çıkıyor.

**LONCA:** Verdiğiniz bilgiler için teşekkür ederiz. □

### KONYA'DA TERTİP EDİLEN ESNAF GRUPLARI VE ESNAF GÖREVLİLERİ

ESNAF GRUPLARI	ESNAF GRUBUNUN KETHÜDASI	ESNAF GRUBUNUN YİĞİTBAŞISI
1-Attarân	Hacı Şeyh Efendi	Hacı Emin
2-Babucyân	Mustafa	Süleyman
3-Bakkalân	Ali	Ali
4-Berberân	Hacı Seyyid	Ali Usta
5-Bıçakcıyân	Abdulvahha	Mehmet Ağa
6-Çizmeciyân	Mehmed	Süleyman
7-Çırakcıyân	Ebubekir	Mehmet
8-Debbağân	Mehmet	Çil Mehmet
9- Dellâlân	Mehmed Efendi	Ahmet
10-Eskiciyân	Veli	Veli

### KONYA'DA ÇEŞİTLİ TARİHLERDE BAKKALAN ESNAFI İÇİN VERİLEN NARH ÖRNEĞİ

BAKKALAN	KIYYE	AKÇE
1-Revgan-ı Bezir	1	54
2- Revgan-ı Zeyt	1	66
3-Revgan-ı Sade	1	102
4-Yağlı Peynir	1	21
5-Yağsız Peynir	1	18
6-Keçi Pastırması	1	54
6-Kaba Kadayıf	1	18
6-Pirinç	1	36
7-Bulgur	1	12
8-Soğan	1	6
9-Kuru Üzüm	1	17
10-Sabun	1	108

# Offshore Bank

## Kıyı bankacılığı ve önemi

**K**uruluşu ve işleyişi daha önceki yıllara dayanmakla beraber, 2000 yılının ilk günlerinden beri Türk kamuoyunu ilgilendiren konulardan birisi de “offshore bankacılık” veya “kıyı bankacılığı”dır. Son ayların güncel bir konusu olarak ortaya çıkmasının sebebi, bu yılın ilk günlerinde yönetimi Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na (FON) devredilen beş bankadan bir kısmının bu yöntemi kullanarak bazı mevduat sahiplerinin önemli ölçüde zarara uğratılmış olmasıdır. Offshore bankacılık ile ilgili olarak ülkemizde son



yoğun bir şekilde gerçekleşen ticari faaliyetlerin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan bankacılık faaliyetlerinin alelade bankalar veya şubeleri tarafından yerine getirilebileceği anlaşılmaktadır. Bu sonuca bağlı olarak, serbest bölgelerde gerçekleşen mevduat, akreditif, aval, teminat mektubu gibi bankacılık faaliyetleri için özel bir düzenlemeye gerek yoktur ve bununla ilgili hususlarda yurtiçindeki işlemlerde normal olarak uygulanan Bankalar Kanunu hükümleri serbest bölgelerde de uygulanacaktır. İlk olarak Amerikan hukukunda ortaya çıkan ve esasında “yatırım fonları”nı ifade etmek için kullanılan offshore

aylarda meydana gelen olaylar, bu konudaki düzenlemelerin çok gecikmiş olduğunu açıkça göstermektedir. Bilindiği gibi, 2000 yılının ilk günlerinde beş adet bankaya devlet tarafından el konulmuş ve bu bankaların yönetimi FON’a devredilmiştir. Bunun üzerine paniğe kapılan tasarruf sahiplerinden bir kısmı paralarını çekmek istemişlerdir. Devlet, Bankalar Kanununa tabi olan hesaplardaki paranın tamamının FON tarafından sigorta edildiğini hatırlatmak suretiyle ortalığı sakinleştirmiş ve panik büyümeden önlemiştir. Ancak bir kısım tasarruf sahibi, bankalarına gittiklerinde hesaplarının sigorta kapsamı dışında olduğunu öğrenmişler ve paralarını kurtarmanın yollarını aramaya başlamışlardır. Devlet yetkilileri de yaptıkları açıklamalarla offshore hesaplarda bulunan mevduatın tasarruf Mevduatı Sigortası kapsamında bulunmadığı gerçeğini açıklamıştır. Bunun üzerine, offshore hesaplar ve offshore bankacılık konuları gündeme gelmiş ve tartışmalar başlamıştır. Burada teknik ve hukuki ayrıntıya girmeden, ana hatlarıyla konunun okuyuculara tanıtılmasına çalışılacaktır. Konuyla ilgili olarak hem “offshore bankacılık” hem de “kıyı

bankacılığı” kavramları kullanılmaktadır. Bu yazıda, kavramda yeknesaklık sağlamak bakımından, hemen hemen tüm dünyada ortak bir kavram olarak kullanılan “offshore bankacılık” ifadesi tercih edilecektir. **OFFSHORE BANKACILIK ve ANLAMI** “Offshore bankacılık” kavramıyla ifade edilmek istenen esas konu, başka ülkelerden elde edilen fonların yine başka ülkelerdeki kişi ve kuruluşlara kullandırılmasıdır. *Başka bir ifadeyle, zaten yurtiçi mevduat, kredi ve fon akışını sağlayan mevduat bankacılığı yöntemine ilave olarak kullanılan ve bankanın yerleşik bulunduğu ülkenin vatandaşları haricindeki kişilere yönelik olan bankacılık faaliyetleri “offshore bankacılık” olarak adlandırılır.* Bu bankalar münhasıran bu iş için kurulur ve başka bir faaliyette bulunamazlar. “Offshore bankacılık” ile “serbest bölge bankacılığı”nı birbirine karıştırmamak gerekir. Gerçi Bankalar Kanunu offshore bankacılığı esasen serbest bölgelerdeki faaliyetler içinde düzenlemiştir ama hemen arkasından, bu iki faaliyet türünün farklılıklarına da yer vermiştir. Konuyla ilgili olarak, Bankalar Kanununun 7/5. maddesine bakıldığında, serbest bölgelerde

bankacılık kavramı sonradan birçok ülkeye yayılmıştır. Bu yayılma daha çok, dünyanın “vergi cenneti” olarak nitelendirilen ülkelerde veya belirli bölgelerde gerçekleşmektedir. Türkiye açısından bu bölgeler “serbest bölge” olarak adlandırılır. Ülkemizde serbest bölgelerin kurulması yönünde uzun zamandan beri çalışmalar devam etmekte ve bu bölgelerin mevcut sayısının artırılmasına çaba harcanmaktadır.

Bir nevi özel statü tanınan bu tür bölgelerin başlıca özellikleri şunlardır:

- \* Şirket kuruluşları kolaylaştırılmıştır.
- \* Ülke sathında faaliyet gösteren bankaların ödemesi gereken kesinti, fon ve benzeri mali yükümlülükler bu bölgelerde önemli ölçüde azaltılmış veya kaldırılmıştır.
- \* Ülkenin diğer kısımlarında yürürlükte olan banka ve ticaret hukuku kuralları bu bölgelerde daha yumuşak bir şekilde uygulanır.
- \* İhracatın önemli araçlarından biri olması sebebiyle ülkeye döviz girdisi sağlanır.
- \* Burada gerçekleşen ticari faaliyetlerden elde edilen harç ve gelirlerle devlet bütçesine önemli katkılarda bulunulur.

\* Özellikle bu tür bölgelerde kurulan ve özel statülü olarak nitelendirilebilen offshore bankalar aracılığıyla yurtdışından sağlanan fonlar yine yurtdışındaki müşterilere aktarılır. **OFFSHORE BANKACILIĞIN TÜRKİYE'DEKİ DURUMU**

Offshore bankacılık ile ilgili olarak Türk mevzuatında ayrıntılı düzenlemelere yer verilmemiştir. Mevcut düzenlemelere bakıldığında, offshore bankacılığın "kıyı bankacılığı" şeklinde adlandırıldığı fakat banka olarak nitelendirilmesine rağmen Bankalar Kanununa tabi tutulmadığı görülür. Türk hukukunda konuyla ilgili temel düzenleme, 23.6.1999 tarihinde yayımlanan 4389 sayılı Bankalar Kanununun 7/5. maddesinde yer almaktadır. Bu maddede, münhasıran kıyı bankacılığı (offshore) faaliyetinde bulunan bankaların, bu Kanunun uygulanması bakımından kapsam dışı bırakıldığı görülür. Yani, Türkiye'de bir banka sadece kıyı bankacılığı yapmak üzere kurulacaksa gerek kuruluş gerek işleyiş ve gerekse sona erme bakımından diğer bankalardan farklı bir düzenlemeye tabi tutulacaktır. Zira ülke çapında faaliyet gösteren diğer bankalar doğal olarak Bankalar Kanunu hükümlerine göre kurulur ve işleyişlerini sürdürür. Bu durumda bankalar üzerinde haklı olarak yoğun bir denetim ve veri baskısı hüküm sürer. Offshore bankalar için ise bir belirsizlik söz konusudur. Gerçi offshore bankaları hakkında Bankalar Kanunu hükümlerinin uygulanmaması, bunlar üzerindeki denetimin hiç olmayacağı anlamına gelmez. Bilakis, bu tür bankalarda belki denetimin daha fazla olması gerekir. Bu denetimlerin asıl amacı, güvenin çok önemli bir yer tuttuğu sektörde, kamuoyunun duygularını sarsmamaktır. Böylece, şahısların fazla tereddüt etmeden bankalara paralarını emanet etmeleri sağlanmış olacaktır. Doğal olarak, bankalarda biriken paralar, krediye ihtiyaç duyanlara kredi şeklinde kullanılacaktır.

Offshore bankalar, Bankalar Kanununa tabi olmadıklarına göre ne olacaktır? Bankalar kanununun 7/5. maddesi bu konudaki yetkiyi Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kuruluna vermiştir. Ancak, bu kurul daha birkaç hafta öncesinde teşekkül ettirilmiştir. Dolayısıyla, böyle bir düzenleme çıkarılmış değildir. Bu kurulun yeni bir düzenleme çıkarıp çıkarmayacağı bilinmez ama çıkarılıncaya kadar eski düzenlemelerin uygulanacağı kuşkusuzdur. Mevcut duruma göre, offshore bankacılık ile ilgili düzenlemeler daha çok, serbest bölgelerle ilgili yönetmeliklerde yer almaktadır. Bu yönetmelikler ise münhasıran ilgili bulunduğu bölgeler (Antalya serbest Bölge Yönetmeliği, Mersin serbest bölge Yönetmeliği... gibi) için çıkarılmaktadır. Söz konusu yönetmelikler, ilgili bölgelerdeki serbest ticaret kuralının ayrıntılarına ve bölgelerin işleyiş esaslarına yer vermektedir. Bu

bölgelerde aynı zamanda bankacılık faaliyetleri de yürütüldüğü için, Bankalar Kanununa bağlı kalmak şartıyla, ihtiyaç duyulan ayrıntılar yönetmelikte yer almaktadır. Doğrudan doğruya offshore bankacılığını düzenleyen kurallar bugüne kadar yürürlüğe konulmamıştır. Oysa, son gelişmeler de göstermektedir ki, offshore bankacılık ile ilgili düzenlemeler bankacılık mevzuatı ile birlikte dikkate alınmalı ve hukuki çerçeveye içine oturtulmalıdır. Aksi halde, bir cümlelik ifadelerle yetinildiği sürece sektöre yönelik eleştiriler haklı olarak devam

**"Burada, bazı bankaların tasarruf sahiplerini açıkça yanıltma sürükledikleri hususu elbette tartışma konusu yapılamaz. Hatta bu bankalar kötü niyetli olarak yüksek faiz teklif etmek suretiyle diğer dürüst çalışan bankalar aleyhine rekabet hakkını kötüye kullanmış sayılmalıdır."**

edecek ve tasarruf sahipleri sürekli bir ikilem içinde bırakılmış olacaktır. Hukuki çerçevenin oluşturulması durumunda, parasını bu hesaplara yatırarak yüksek faiz geliri elde eden tasarruf sahipleri sonuçlarına da katlanmak zorunda kalacaktır.

Offshore hesaplar ile ilgili olarak toplumu meşgul eden belli başlı iki husus vardır. Birincisi, bu hesaplara para yatıran tasarruf sahiplerinin bunu bilerek yapıp yapmadıklarıdır. Gerçekten, sayıları binlerce ifade edilen offshore hesap sahipleri (offshore'zede) arasında iki grubun bulunduğu söylenebilir. Hesap sahiplerinden bir kısmı, söz konusu hesapları bilen ve tanyan, riskini öngörebilen kişilerdir. Bunlar, yatırdıkları paranın işlem yaptıkları bankanın hesaplarına değil Kıbrıs veya bir başka ülkedeki offshore hesaplara ait olduğunu bilirler. Bu işlemi yaparken de, riskini üstlenmek şartıyla daha fazla faiz geliri elde etmeyi kendilerine hedef olarak seçerler. İşler yolunda gittiği sürece bir sorun çıkmaz ve yüksek faiz geliri devam eder.

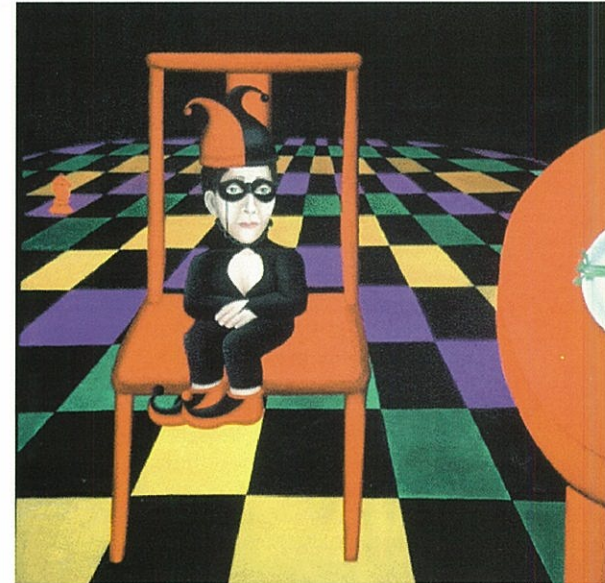
Offshoredeler arasında yer alan ikinci grup hesap sahipleri ise, gerçekte sürekli çalıştığı bankaya para yatırdığını zannetmekle beraber, yüksek faizin cazibesine kapılarak bu hesapları açtırlar. Bunlar genellikle offshore kavramını bilmedikleri gibi başka ülkedeki offshore bankadan da haberdar değildir. Türkiye'deki banka tarafından mudilerine yine kendi adını

taşıyan, buradaki bankanın orijinal logosunu, markasını ve renklerini taşıyan hesap kartları verildiği için, içerisinde bulunduğu tehlikeyi hissedecek bir şey bırakılmamaktadır. Serbest faiz politikasının bir sonucu olarak gördüğü için, elindeki parayı en yüksek faizi veren bankada değerlendirmek duygusuyla hareket ederler. Miktar olarak olmasa da sayı itibarıyla bu tür hesap sahiplerinin daha fazla olduğu kanaatindeyiz.

Offshore hesaplara daha fazla faiz verilmesi dolayısıyla devletin ve toplumun hesap sahiplerine bakış açısı değişmektedir. Bütün hesap sahipleri sırf yüksek faizin peşine takılmış kimseler olarak görülmekte ve sonuçlarına katlanmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Bunda elbette doğruluk payı vardır ama yukarıdaki değerlendirmeyi ve ayırımı unutmamak gerekir.

Burada, bazı bankaların tasarruf sahiplerini açıkça yanıltma sürükledikleri hususu elbette tartışma konusu yapılamaz. Hatta bu bankalar kötü niyetli olarak yüksek faiz teklif etmek suretiyle diğer dürüst çalışan bankalar aleyhine rekabet hakkını kötüye kullanmış sayılmalıdır. Ancak devletin ihmali görmezlikten gelmek mümkün değildir. Devletin görevlerinden biri de tasarruf sahiplerinin menfaatlerini korumaktır. Enflasyonun düşürülmesi çalışmalarının hızlandığı bir dönemde aşırı faiz tekliflerine rağmen söz konusu bankalara müdahale edilmemiş ve kamuoyu uyarılmamıştır. Bu ihmalin ağır faturası dolaylı şekilde, vatandaş olarak omuzlarımızı yüklenmiştir.

İkinci husus, Tasarruf Mevduatı sigorta Fonunun offshore hesapları kapsayıp kapsamadığıdır. Aslında, hesap sahiplerini ilgilendiren en önemli husus budur. Eğer bu soru olumlu cevaplanacak olursa hesap sahipleri mevduatlarını FON'dan alacaklar ve "offshorzede" olmaktan kurtulacaklardır.





Böylelikle devletin ve vatandaşın sırtına ağır bir yük daha yüklenmiş olacaktır. Sorunun olumsuz cevaplandırılması durumunda offshorzedeler yatırdıkları paranın muhtemelen tamamını kaybetmiş olacaktır. Netice itibarıyla her ikisi de tatsız sonuçlardır. Bilindiği gibi, bankalara yatırılan tasarruf mevduatı FON tarafından sigorta edilmiş sayılmaktadır. Bankalar Kanununun 15/6 (a) maddesine göre, hesapların ne miktarda sigorta edildiğini belirleme yetkisi Bakanlar Kuruluna aittir. Daha önceleri belirli bir miktar para ile sınırlı olan sigorta kapsamı 1994 yılında yaşanan 5 Nisan ekonomik krizinden sonra bütün bankalardaki mevduatın tamamını kapsar hale getirilmiştir. Bu hükmün en kısa zaman içerisinde değiştirilmesi ve makul bir miktarla sınırlı hale getirilmesi kaçınılmazdır. Başka hiçbir ülkede bulunmayan bu düzenlemeyle gerçi hesap sahipleri koruma altına alınmıştır ama banka sahipleri ve üst düzey yöneticileri önemli ölçüde rahatlatılmıştır. Zira, borcu devlet ödedikten sonra sorumlulara rücu edecektir. Banka sahipleri ve yöneticileri kusurlu bulunursa ve yeteri kadar malvarlığı

varsa tazmin yoluna gidilecektir. Bankalar Kanunundaki offshore hesaplarla ilgili tek hüküm 7/5. maddedir. Bu maddenin kesin ve açık hükmüne göre, offshore hesaplarda bulunan mevduat, FON'un kapsamı dışındadır. Nitekim bu açıklık sebebiyledir ki, devletin ilgili kişi ve kurumları, herhangi bir ödeme yükümlülüğü bulunmamasına rağmen belirli bir miktara kadar mevduatın FON tarafından karşılanması için çalışmalar yapıldığını beyan etmektedirler. Bu miktarın dışında kalan miktar için ise genel hükümler çerçevesinde yasal yollara başvurmaktan başka çıkış bulunmadığı söylenebilir. **SONUÇ** Ülkemizde zaman zaman yaşanan acı olaylardan biri de offshore hesaplar dolayısıyla binlerce kişinin zarar görmesi olmuştur. Daha önceki tecrübelerimizden olan banker skandalı kadar büyük olmasa da birçok ailenin güç duruma düştüğü bir gerçektir. Bu tür sıkıntıların sosyal olay olarak kabul edilmesi ve topluma maledilmesi gerekir. Günümüzde offshorzedeler bazı kimseler tarafından katı bir şekilde eleştirilmekte ve bu sonuçlara

katlanması gereği vurgulanmaktadır. Bunda doğruluk payının bulunduğu bir gerçektir. Ama bunun ölçüsünü kaçırmamak gerekir. Günümüzde öyle bir noktaya gelinmiştir ki, parasını kaybeden bazı hesap sahipleri eleştirilmekten korktuğu ve bazıları da çevresinden utandığı için durumunu dahi açıklamamaktadır. Bu tür davranışların sosyal yaşantıyı ve aile hayatını olumsuz etkileyeceği bir gerçektir. Kanaatimizce burada devlete önemli görevler düşmektedir. Devletin yapması gereken şey, krizi vatandaştan daha önce görerek gerekli tedbirleri almaktır. Konuyla ilgili yasal düzenlemelerin yapılması ve bunun kötüye kullanılmaması için de denetim mekanizmasının iyi işletilmesi gerekmektedir. Sermaye Piyasası Kanununun 1. maddesinde yer alan "küçük tasarruf sahiplerinin korunması" ve "kamunun aydınlatılması" ülkelerinin başka alanlarda ve bilhassa bankacılık sektöründe de titizlikle uygulanması gerekir. □

# TEKNOLOJİDEN...KISA...KISA...TEKNOLOJİDEN...KISA...KI

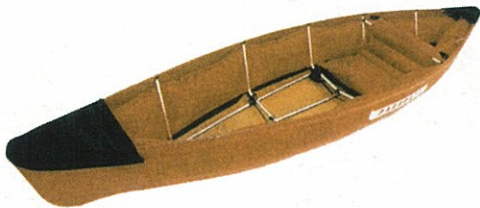
## HA GAYRET BEDAVA INTERNET...



Geçtiğimiz haftalarda İxir'in piyasaya girmesi ile birinci Türkiye internet savaşları başlığında bir haber çıkmıştı ve rekabetin öncelikle fiyat çarpışmalarına sahne olacağı söylenmişti. Bu haberin ardından Suparonline fiyatını neredeyse yarı yarıya indirdi. Ardından Aknet ile Turk Nokta Net cephesi hizmetlerinin fiyatlarını düşürdü. Fiyatlarda son darbe ise Uzan Grubu'na ait Webbee ile RT Net'ten geldi. Ayda 2 dolar. Yıllık abone olanlara ise ayda bir dolar. Hadi gene iyisiniz, birileri "bedava internet" diye çıktı çıkacak.

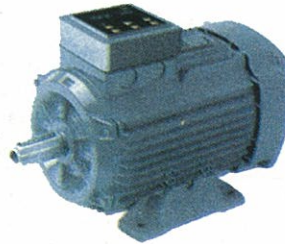
## ÇANTANIZA SIĞABİLİR

SconSports ürünü Puffin, portatif bir kano. Yaklaşık 10 kiloluk ağırlığıyla plastikten yapılmış benzerlerinin yarı ağırlığında. Otomobille taşınması gerektiğinde ayrıca römork veya tavan bagajı bağlantısı vb. gerektirmiyor: 71x31x31 cm boyutlarında bir kaba sığdırılabiliyor. Kurulup şişirildiğinde uzunluğu 315 cm'ye ulaşıyor. Fiyatı 800 dolar.



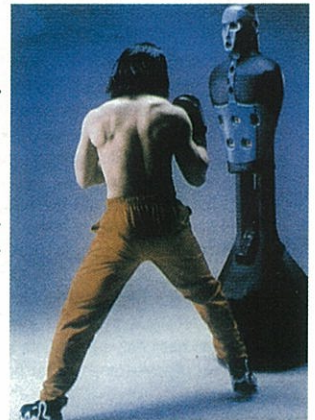
## DAHİ MOTOR GÖRÜCÜYE ÇIKTI

Geçen yılın ikinci yarısında Arçelik'in teknoloji firması Artesis dünyada bir ilk olan motorların hata ve arızalarını önceden tespit edebilen MCM (Motor Beyinleri) teknolojisini geliştirmişti. Yüz binlerce dolarlık üretim kayıplarını sadece bin 500 dolar gibi bir rakama indirebilen bu teknoloji, ticari olarak 20-25 Mart tarihlerinde Hanoover'daki fuarda görücüye çıktı. Ayrıca geçen yıl Arçelik'in bünyesine katılan Türk Elektrik, bu teknolojiyi kullanarak ürettiği motoru tanıtacak.



## DÖVEREK STRES ATINI!

Malum, iş dünyası binbir gerilim kaynağı insan yaşamında. Bu gerilimi çevrenizdekilere yansıttığınızda da üzücü olabiliyor. Oysa sinirlendiğinizde deşarj olmanızı sağlayacak sessiz ve dayanıklı bir ürün var. Tunturi firmasının Slam-Man'i daha çok dövüş teknikleriyle ilgilenenlere yönelik. Ama olsun; "kafanız bozulduğunda" girişin, 1.80 metrelik sert görünümlü bu adamı sopalamanın da ayrı bir keyfi vardır herhalde. Yüksek yoğunluklu polietilenden yapılmış cihazın içine 120 kg kum dolduruluyor. Sekiz tane algılayıcısı var, bunlarla vuruş başarınızı ölçebiliyorsunuz. Algılama hızını ayarlayarak kondisyonunuza uygun çalışma yapabiliyorsunuz. Fiyatı 200 sterlin.



# WAP ta neyin nesi

Haberleşme teknolojisi hızla gelişmelerine devam ederken, günümüzün vazgeçilmez aletlerinden biri olma yolunda hızla adımlar atan cep telefonları da bu gelişmeden nasibini alıyor. Son olarak kısaca WAP olarak adlandırılan ve "Wireless Application Protocol" kelimelerinin baş harflerinden oluşan sistem, kablosuz iletişim ve telefon hizmetleri için, mevcut internet standartları olan XML ve IP gibi standartlarla uyum sağlayarak iletişim kurulmasını sağlıyor. WAP, mobil telefon kullanıcılarının kolay bir şekilde interaktif enformasyon sistemlerine veya uygulamalarına, telefonun ekranını kullanarak erişilmesini sağlıyor.

## Nasıl Oluşturdu?

Dünyanın en büyük üç mobil telefon üreticisi Ericsson, Motorola ve Nokia 1997 yılının Haziran ayında mobil telefonlara internet tabanlı hizmetleri sunabilmek için WAP Forum'u kurdular ve Eylül 1997'de de bu standardın mimarisini yayınladılar. 1998 Ocak ayında kurucu şirketler Wap spesifikasyonunu yönetmek için WAP Forum Ltd.'yi kurdular ve tüm dünyadan katkıları kolaylaştırmak için bu kuruluşa üyelik ihdas ettiler. Mayıs 1998'de de ilk defa WAP 1.0 spesifikasyonu ve diğer teknik dökümantasyonu açıklandı.

## WAP'ın amacı nedir?

Mobil telefon kullanıcılarına gerekli bilgi ve hizmeti sunmaktır.

## WAP ne gibi aletler kullanır?

En alt seviyeden en üst düzeye kadar cep telefonu, telsiz telefon, radyo, akıllı telefon gibi telsiz aletler.

## WAP'ı neden kullanmalı?

WAP, hızlı ve güvenli bir şekilde online olarak bilgi hizmetlerine ve diğer kullanıcılara ulaşmayı sağlar.

## WAP, kullanarak ne gibi hizmetlere ulaşılabilir?

Bürodan çıkıp havalanına gidiyorsunuz. WAP sistemli aletinizi kullanarak, trafik sıkışıklığını denetleyebilir, havaalanına giden tren tarifelerini öğrenip biletinizi satın alabilir, Uçaktaki koltuğunuz için yerinizi ayırıp check-in yapabilir ve kendinize özel bir menü de sipariş edebilirsiniz. Ayrıca gideceğiniz yerdeki hava durumunu öğrenip pardesünüzü alma kararını daha emin bir şekilde verebilirsiniz. WAP teknolojisini kullanabilecek diğer hizmetler ise mesaj iletileri, e-mail,

haritalandırma ve yer belirleme hava ve trafik uyarıları, haberler, spor ve bilgi servisleri, elektronik ticaret ve bankacılık hizmetleri, online adres defterleri, kurumsal iletişim uygulamaları.

## Yazın geliştirmecileri neden WAP için uygulama yazıyorlar?

WAP yazılım geliştirenler için gerekli teknolojiyi sunmaktadır. 2000 yılı sonuna kadar bu teknolojiyi kullananların sayısının 100 milyonu aşması beklenmektedir. Bu nedenle yazılımcılar için de önemli bir gelir kaynağı ortaya çıkmıştır.

## Ekipman imalatçıları neden WAP ile ilgilenmektedir?

Global ve açık bir spesifikasyona sahip olması nedeniyle WAP birçok imalatçının gündemine girmiştir. Yeni ürünler ve pazarlama imkanlarını yaratarak gelir artmasına neden olacağı düşünülmektedir.

## WAP ile donatılmış aletlerin fiyatı artacak mıdır?

WAP bugün mevcut olan kablosuz iletişim aletleri için yapılmıştır. Temel dizayn değişiklikleri gerektirmemektedir. Çok az bir hafıza eklentisi gerektirmektedir. Hacimli üretimde pazarın tümüne hitap edebilecek fiyat oluşacaktır.

## WAP güvenlidir?

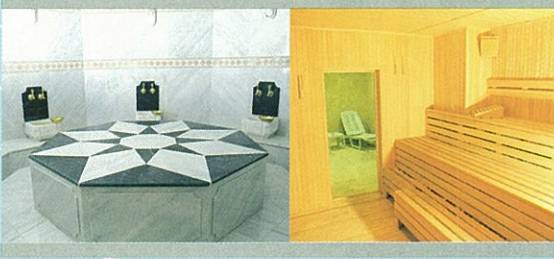
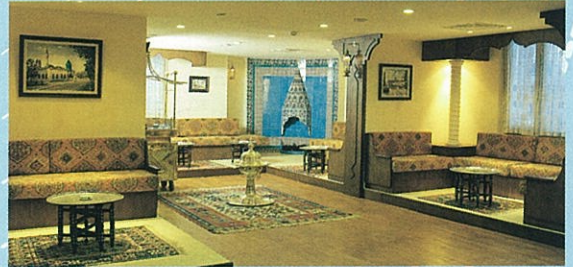
WAP güvenlik için WTLS adlı bir spesifikasyon kullanmaktadır. Bu sayede mesaj özgünlüğü ve kriptosu denetlenebilmektedir.

## WAP'ın geleceği için ne düşünülüyor?

Şu anda güvenlik, akıllı kart uygulamaları, bağlantı esası transport protokolleri, faturalama imkanları konuşulmaktadır. WAP Forum adı altında kurulmuş olan organizasyonun çalışmaları sistemin geleceğine yön verecek diğer uygulamaları da ortaya çıkaracaktır.

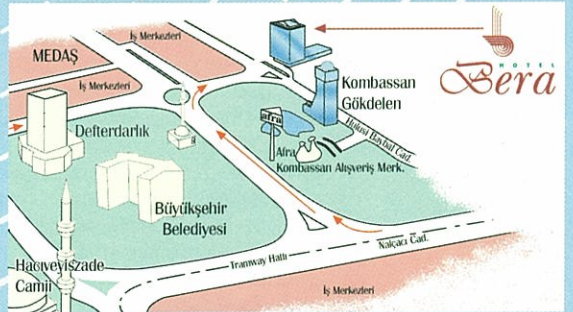


# Önemli buluşmalar, görkemli mekanlar... Biz, sizin oteliniz olmak istiyoruz.



- 100 standart oda, 40 suit, 1 kral dairesi
- Bay ve bayan saunaları, Türk hamamı
- Sadabat restaurant (400 kişi)
- Firuze roof (200 kişi)
- Akvaryum kahvaltı salonu (200 kişi)
- Osmanlı kahvesi (100 kişi)
- Kongre salonu (600 kişi)
- 2 adet toplantı salonu (35 - 100 kişi)

  
HOTEL  
**Bera**



Rahatlık ve huzurun egemen olduğu, evinizi veya ofisinizi aratmayacak sıcak ortamlarda, konforun teknoloji ile bütünleştiği bu mekanlarda saygı dolu kusursuz hizmetler sunuyoruz.

Sizi kalmaya değil, konaklamaya davet ediyoruz.

**Çünkü biz, sizin oteliniz olmak istiyoruz.**



# DEĞİŞİM, İLETİŞİM,

## Nitelikli İnsan



Lütfi AKMAN / Pazarlama ve Halkla İlişkiler Uzmanı

Bir süredir Konya'da Pazarlama Yönetimi üzerinde görev yapıyorum. Bulduğum konumdan Konya'daki sanayicilerin sorunlarını gözleme ve değerlendirme fırsatım oldu. Bu gözlemlerimin sonucunda son derece önemli üç temel unsurun yer aldığını tesbit ettim. Belki ele alınması gereken daha birçok sorunun varlığından söz etmek mümkün. Fakat bu yazının konusu bu üç temel ögeyi irdelemek olacaktır.

Öncelikle Pazarlama'nın genel bir tanımını yapmak gerek. Günümüz anlayışına en uygun tariflerden biri şudur. Pazarlama; "tüketicinin istek ve gereksinimlerini tatmin edecek değişimleri sağlamak, kıyasıya mücadele edebilecek nitelikli ürünler meydana getirmek ve bu ürünlerle tüketici arasındaki iletişimi koparmadan pazarlamak ve satmaktır" diyebiliriz. Tanımda da açıkça görülebileceği gibi pazarlamanın temel öğelerinden birini değişim oluşturmaktadır. Bu değişimi sağlayan ve kolaylaştıran en önemli öge ise kuşkusuz taraflar arasında iletişimin sağlanabilmesidir. İletişim ise ancak nitelikli insanlarla oluşturulması mümkün olan bir ağıdır.

Konya Sanayisinin, Pazarlamanın kalbi olan bu üç hayati unsuru uygulamada tam olarak başarılı olduğu söylenemez. Günümüz Pazarlama iyi bir ürün geliştirip hedef kitleye cazip gelecek bir fiyatla sunmaktan çok daha fazlasını istemektedir. Konyadaki gözlemlerimden elde ettiğim sonuçlardan biri şudur. Nitelikli ürünler

*"Nitelikli İnsan rakiplerin kopyalayamayacağı bir piyasa avantajıdır. Rakipler teknolojiyi, Ürün modelini ve satış politikasını kopyalayabilirler. Ancak nitelikli insan için bunu söylemek mümkün değildir."*

meydana getirmede rakiplerinden hiç de aşağı kalmayacak derecede başarılı, hatta fiyat gibi önemli bir avantaja da sahip bir sanayi hareketi mevcuttur. Ancak bu başarı pazarlamaya yansımayan bir yapıyı da bünyesinde barındırıyor. Şu halde genel tesbit pazarlama aşamasına kadar başarılı ancak pazarlamada tıkanıklık gösteren bir tablo ortaya çıkartıyor. Bu tıkanıklığı aşmanın en önemli saç ayağı bu üç maddede toplanıyor. Sorunun çözümü

değişim, iletişim ve nitelikli insan organizasyonundaki başarıya bağlı. Öyleyse bu üç maddeyi doğru tanımlamak ve ne yapılmalıdır sorularına sağlıklı cevaplar bulmak gerekecektir.

Değişim; üretilen ürünlerin teknolojik gelişmelerini takip ederek, ürünleri tüketicilere cevap verecek hale getirmektir. Değişim işletmenin diğer birimlerinden bağımsız yaşanacak bir süreç değildir. Değişimdeki başarıyı destekleyen en önemli olgulardan birisi, kurumun bünyesinde bulunan diğer tüm departmanların da gelişen ve değişen dünyaya ayak uydurmalarındaki başarıyla eşgüdümlüdür. Değişime ayak uydurup kendini yenileyemeyen firmalar küresel rakipleriyle mücadeleyi sürdüremezler. Özellikle AB ile bütünleşme sürecini yaşayan Türkiye'de yerli sermayenin, işletmeciliğin evrensel kriterleriyle donanması kaçınılmazdır. Değişimi kurum kimliğimizin bir ögesi olarak benimsemeye isek işimiz çok zorlaşacaktır.

İletişim, ilişki içinde olduğumuz bireyler ya da kurumlar arasında biz ve onlar olarak tanımlanan ticari ve insani olguları bütünleştirerek "BİZ" yapabilmeyi başarmaktır. Bu başarının maddi ve manevi katkıları şüphesiz taraflara olumlu manada yansımaktadır. Pazarlamadaki iletişimin tanımı ise yukarıdaki genel tanımdan biraz daha farklılık arzeder. "Herhangi bir vasıta aracılığıyla ileti göndererek hedeflerle

*Pazarlama Konusunda Görüşler ve Lobi sohbetleri*



ortak ilişki kurmak amacıyla yapılan çabaların tümüne iletişim” diyebiliriz. İletişim kurma çabalarını ise 8 ayrı başlık altında toplamak mümkündür.

1- Reklam, 2- Halkla İlişkiler, 3- Satış Geliştirme, 4- Kişisel Satış, 5- Ürün, 6- Fiyat, 7- Ambalaj, 8- Dağıtım.

Bu karışım içerisinde öğelerin hiç biri satışa tek başına hükmedemezler. Başarı ancak tüm öğelerin uyum içerisinde bir araya getirilmesiyle yakalanabilir. Bunu örneklendirmemiz gerekirse tek bir öge, tek bir iplik gibidir. Tek başına oldukça zayıftır. Fakat diğer iplerle bir araya geldiğinde bir halatın gücü ve tesirine ulaşır. Pazarlamadaki önemi tartışılmaz olan değişim ve iletişim kavramlarının çok iyi anlaşılması ve başarıya ulaşması tabiki “nitelikli insanlarla” mümkündür.

Nitelikli insana sahip olmak işletmelerin en

önemli artı değerlerinden biridir. İşletmeler aynı zamanda nitelikli insan yetiştiren eğitim kurumları fonksiyonunu üstlenmelidir. Bu, insana yatırım yapmak anlamına gelir. İnsana yapılan yatırım ise yatırımların en pahalı ve en riskli olanıdır. Ancak işletme bünyesinde yapılan yatırımların en kıymetli ve en önemlilerinden biri olduğunu da unutmamak gerekir. Her birimine profesyonellerin kumanda ettiği bir işletme oyunu kurallarına göre oynayacak bir donanımına sahip demektir. Dünya çapında başarıya ulaşmış tüm kurum ve kuruluşların altında mutlaka profesyonel yöneticiler yer alır. Sistemler insanlarla kaim olduğu gibi müesseselerde başarılı insanlarla gelişir. Bu anlamda İttifak Holdin’in başlatmış olduğu eğitim çalışmalarının son derece önemli bir adım olduğunu vurgulamak istiyorum.

Nitelikli insan rakiplerin kopyalayamayacağı

bir piyasa avantajıdır. Rakipler, teknolojiyi ürün modelini ve satış politikasını kopyalayabilirler. Ancak nitelikli insan için bunu söylemek mümkün değildir.

Sonuç olarak günümüz pazarlama anlayışı çerçevesinde hem de toplam kalite anlayışı gereği şirketlerimizin hak ettiği yere ulaşmasında ciddi katkısı olacağına inandığım;

1- Değişime açık olmak

2- İletişimi gereği gibi kurmak

3- Rakiplerimizin kopyalayamayacağı bir piyasa avantajına (nitelikli insana) sahip olmak durumundayız.

Ben Konya Sanayici ve yöneticilerinin bunları en iyi şekilde organize edip iç ve dış pazarda hak ettiği yere en kısa sürede geleceğine inanıyorum. □

Konya Ticaret Odası Başkanı **Hüseyin ÜZÜLMEZ**

# “Yurtdışını tanımayan insanların, kendilerine güveni yoktur.”



**LONCA:** Sayın Başkan. Konya sanayisi kaliteli ürünlere sahip olmakla birlikte pazarlama ve satış noktasında sıkıntılar yaşıyor. Bu konuda tesbit ve çözüm önerileriniz nelerdir?

**ÜZÜLMEZ:** Konya, sanayide oldukça ileri gitmiş, üretim noktasında sıkıntısı olmayan bir vilayetimiz. Konya sanayisi zaten müteşebbistir. Ancak belirttiğiniz üzere Konya'nın problemi pazarlama ve satış problemidir. Satış problemini aşabilmenin de bazı yolları var. Bu problemlerin aşılabilmesi için, öncelikle üretimde kalite ve teknolojiyi artırmak, yani kalite kontrolünü getirmek, ikinci olarak ta; işletmecileri modern işletmecilik noktasında eğitmek gerekiyor. Bundan sonrası ise Konya'nın ticari olarak ürettiği malları gerek yurt içinde gerekse yurt dışında tanıtmak ve satmak. Bu da reklam ve

pazarlamadan geçer. Bunu daha önceden tesbit ettiğimiz için Konya Ticaret Odası olarak yaptığımız bazı faaliyetler var. Birincisi yurt dışı iş gezileri. Yani üretim yapan sanayici ve işadamlarımızı dış dünya ile birebir karşılaştırıp bunların alış-verişlerini sağlamak. Sonra yine üretilen malların yurtdışında satılabilmesi için yurtdışı fuarları teşkil etmek. Bu noktada hükümetimiz Dış Ticaret Müsteşarlığı kanalıyla bazı destekler sağlıyor. Ancak bunu yeterli görmediğimiz için Türkiye'de bir ilki başlatarak geçtiğimiz 2,5 yıl içerisinde daha önce tesbit edilen hedef ülkelerde fuarlara katılan üretici firmalarımıza destek sağladık. Yani yurtdışı fuarlarına katılım desteği verdik. Bu destek Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından geliştirilmeli ve zenginleştirilmelidir.

Yurtdışında istenilen pazarı oluşturabilmek amacıyla müracaatçı olan üretici firmalara Eksimbank kanalıyla daha uygun ve uzun vadeli kredi imkanları sağlanmalı. Bizim yurtiçine yönelik faaliyetlerimizden biri ise; yöneticilere dünyanın en son pazarlama yöntem ve stratejilerini öğreten eğitim seminerlerinin tertibidir. Bunun yanında yurt içi fuarlara ve bölgesel fuarlara ehemmiyet vererek üretici firmaların mutlaka buralara katılımlarını teşvik ediyoruz. Yurt içi fuarlar noktasında da üyelerimize desteklerimiz oldu, bundan sonra da olacak. Pazarlama aracı olarak fuarları son derece önemli gördüğümüz için

bu olayın çözümünü noktasında da Konya'da uluslararası bir fuar alanının çalışmalarını başlattık, temellerini attık, önümüzdeki günlerde de biten bölümlerini hizmete açacağız. **LONCA:** İşletme yönetiminde bulunanların dışarıya açılma noktasında tedirgin oldukları gözleniyor. Bu konuda neler söyleyeceksiniz? **ÜZÜLMEZ:** Böyle bir tesbitimiz var. Yurtdışı gezilerimizin amacı bu terirginliği atarak daha aktif bir işletmeciliğin kapılarını aralamak. Yurtdışını tanımayan insanların kendilerine güveni yoktur. Kendine güveni olmayan da yurtdışında satış için pazar pazar dolaşamaz. İnsanların yurtdışı imkanlarını tanınması oranın şartlarını bilmesi hatta ihracat yapacağı ülkenin kültür yapısına, insanların hobilerine kadar bir takım tesbitlere ulaşması lazım. Ama bizim insanımız eğer hiç yurtdışına gitmemiş veya belli bir düzeyde kalmış ise yeni tanıdığı ülkelere de korkarak gidiyor. İnsan korkmadan kendine öz güven duyarak istenilen hedefe yürümelidir. Bu öz güveni sağlayabilmek için yurtdışı iş gezileri organize ediyoruz. Bunun sonucu olarak oradaki insanları ve ülkelerini tanıyor “ben bu ülkeye mal satabilirim” diyor. Dışardaki mal kalitesi zayıfsa daha kaliteli yaptığında işi bitirebileceğine inanıyor. Ve kendine bir hedef çizmiş oluyor. Sanayici ve işadamlarımızın sık sık yurtdışına çıkması gerektiğini düşünüyorum. □

# Üretimdeki amaç,

**T**UZCUOĞLU: Efendim öncelikle Lonca dergisinin düzenlediği sohbet toplantımıza katıldığımız için teşekkür ederim.

Sohbetimizin konusu genel anlamda Pazarlama ve Konya'daki sanayici ve işadamlarımızın Pazarlama konusundaki sorunları ve bunların aşılması için çözüm arayışları. Oturumun yönetmenliğini Ahmet Diken hocamızdan istihham ediyoruz.

**Dr. Ahmet DİKEN:** Pazarlama konusundaki problemlerimizi iki başlık altında toplamak mümkün. Firma içi ve firmanın dışından kaynaklanan problemler. Makro ve mikro problemler şeklinde de değerlendirilebilir. Biz makro problemler üzerinde durmayacağız. Yani devletin politikası ve konjunktürel dalgalanmalar üzerinde durmak istemiyorum. Mikro düzeydeki problemlerle ilgili tesbitlerim şunlar. Her şeyden önce Konya'da yönetsel problemler

**“Pazarlama stratejisini sağlıklı bir şekilde yürütebilmek için beyin gücü yüksek elemanlara ihtiyaç vardır. Şimdi burada bir şey daha ortaya çıkıyor, kariyer planlama. Yönetimin insan kaynakları planlaması yapması gerekiyor. Bunlar komplike sorunlar. Üst yönetimin makro sorunlarla uğraşması gerekir. Bizde yöneticiler bir vidasına kadar üretimin her aşamasıyla uğraşmaya kalkmaktadırlar.”**

var. Ekip çalışmasının olmayışı, planlama eksikliği ve amaçlarda belirsizlik, işletme dışı ilişkilerin zayıf oluşu. Üst yönetimin kuruluş faaliyetini bilmemesi ve öğrenmedeki isteksizlik, gereğinden az veya çok toplantı yapmak, program dışı günlük müdahalelerin sıkça yapılmış olması ki bu da personelin motivasyonunu kırar ve zaman zaman bunalmasına neden olabilir.

İkinci olarak örgütsel problemler var. Örgüt yapısının geleneksel oluşu ve modernleştirilememesi. Yani önceden 30 kişi muhasebede çalıştırırken bilgisayar geldikten sonra bunu 5'e indirmeniz lazım. Veya eskiden gerekli olan bir yapı mevcut gelişmeler içerisinde yeni bir çehreye bürünmesi gerekir. Böyle olunca örgüt yapısında bir değişikliğe gitmeniz gerekecektir. Konya'da yeniden yapılandırılma noktasının pek rağbet görmediğini söylemek mümkün. Toplam kalite yönetimine uygun yapılanışın olmadığını



# tüketiciye ulaşmaktır

görüyoruz. Tedarikçi ve müşteri eğitiminin eksikliği. Bu da örgütsel problemler içerisinde değerlendirilebilecek bir sorun. Mali ve Finansal problemlere gelince. İnsanlar kar hesaplarken Kar=gelir-gider şeklinde değerlendirir. İşletmelerin gider hanesinin çok sağlıklı değerlendirilmediği kanaatindeyim. İnsanların kar dedikleri şey çoğu zaman fikir karı olabiliyor. Veya reel kar olmayabiliyor. Pek çok işletmede bütçe ve kontrol sistemi mevcut değil, yani ben bu yıl reklama ne kadar, seyahatlere ne kadar bütçe ayıracağım hedeflediğim kar ne olacak gibi. İşçilik emeği ve kredi gibi girdi maliyetinin yüksek oluşu da Türkiye'nin genelinde olduğu gibi burada da ciddi bir sorun olmaktadır. Sermaya yetersizliği yine KOBİ'lerin önemli bir sıkıntısıdır. Ama Konya'da enteresan bir nokta, genellikle holding işletmelerinde sermaye önemli bir problem değil. Aksine mevcut fonların verimsiz bir şekilde kullanılması sözkonusudur. Alacak yönetiminde yetersizlik. Eğer alacaklarınızı zamanında tahsil edemezseniz belirli bir aşamadan sonra fon krizine girersiniz. Üretimle ilgili problemlere gelince. Kaliteli üretim yapmama ve kalite kontrol cihazlarının eksik oluşu. Bu gün işletmelerimizi dolaşsanız çoğu düşük kapasiteyle çalışıyor. Bunun en önemli nedeni kaliteli üretim yapamayı ve dış ticaret kültürünün olmayışıdır. Bakım onarım ve teknik işgücü bir sonraki başlıkta yetmişmiş iş gücü problemi Konya'da ciddi manada yaşanmaktadır. Bence Konya'nın temel sorunu, Paranın iyi kullanılmayı ve yetmişmiş iş gücü yetersizliği diye düşünüyorum. Bir de Konya'da Ar-Ge problemleri var. Bu problemlerin dışında karşımıza çıkan sorun Pazarlama problemi mi? Biz de bu gün bunu tartışacağız. Şimdi ben bu noktada Sayın Çağatay hocamıza dönmek istiyorum. Hocam Pazarlama nedir? **Doç. Dr. ÇAĞATAY ÜNÜSAN:** Şimdi efendim Peter Drucker'ın bir sözü var: "İşletmelerin iki önemli faaliyeti vardır. Bunlardan biri yenilik yapmak diğeri ise Pazarlama. Bunun dışında her şey maliyettir" diyor. Bu derece pazarlamanın önemini algılamış bir bilim adamıdır. Bu gün Pazarlama gerçekten en önemli işletme fonksiyonlarından biridir. Ülke geliştikçe bu kavram daha da öne çıkmaktadır. Pazarlama nedir? "Üretim tüketici arzu ve ihtiyaçlarını dikkate alınarak planlanması ve tüketicinin maksimum memnuniyetini sağlamaya yönelik çabalarıdır." Tabi burada müşteriyi memnun etmek, kar elde etmeyeceğiz anlamına gelmez. İşletmelerin asli gayesi kar elde etmektir, ama müşteri memnuniyeti de çok önemli bir noktadır. Amerikan Kalite Vakfı'nın geçen yıl yaptığı araştırmada firmaların üçte ikisi kaliteye yaptıkları yatırımın boşa gittiğini belirtmiştir. Kalite önemli ama, esas önemli olan müşterinin memnuniyettir. Toplam Kalitede son ISO çalışmalarında Pazarlama da değerlendirme kapsamına alındı. Doğrusu da budur. Bu noktada Türkiye şu aşamada diyemiyoruz. Mesala Modern pazarlama aşamasında diyemiyoruz. Firmalardan firmalara değişkenlik göstermektedir.

Problem de orada. Tabi burada neler yapılmalı? Bir kere Konya Sanayisinin ne yöne gittiği belli değil. Ticaret Odası, Sanayi Odası ve ilgili kamu kuruluşlarının bir araya gelerek **Konya Sanayi Konseyi**'ni oluşturmaları gerekmektedir. Bu konseyin Konya Sanayisinin gidiş yönünü kontrol altına almaları gerekmektedir. Örneğin anlamsız sanayi çarşıları yapılmaktadır. Ne yapılacağı belli değil. Bir bakıyorsunuz her yer un fabrikası dolmuş. Ve herkes aynı işi yapıyor. Hangi işler yapılmalı boyutunu bu meclis ve konseylerde yoğun bir şekilde tartışmak lazım. Dünyaya baktığımızda bir yandan

**"Gelinen noktada, günümüzdeki toptancılar kendilerini distribütörlük yapacak seviyeye getirmek durumundadır. Eğer toptancılığı hobi olarak sürdüreceklerse uzun dönemde, toz şeker ya da spot meşrubat satmaya mahkum olacaklardır."**

yoğun rekabete doğru gidiyor ama bir yandan da şirketler arası birlikler evlilikler geliyor. Zaten Konya'da holdinglerin kuruluşuyla belli bir ölçüde bu yaşandı. Bir de eğitilmiş personeller istihdam edilmeli. İletişim köprülerini iyi oluşturamazsak pazar hakkında yeterli bilgiye ulaşamayız. Benim 1995 yılında Otomotiv yan sanayine yönelik yaptığım araştırmada firmaların % 70'i pazarlama stratejisini belirlemiyor. % 85'i pazar hakkında yeterli veri toplamıyor. Yine % 90'ı dağıtım kanallarının izlenmesinde problemlere sahip. İfade etmek istediğim bir diğer önemli nokta proje yönetimine önem vermek lazım. İşletmecilik şuna benzer. Siz artık sahanın içindesiniz ve en fazla görev bildiğiniz karşı takımın oyuncularını. Seyircileri bile göremezsiniz. Hedefiniz karşı kaleye gol atmaktır. O yüzden akıllı işleyen pazarlama bilgi sistemleri oluşturmanız gerekmektedir. Bir de iletişim ve işletmecilik alanında yetmişmiş gençlere yer verilmesi lazım. İşletmecilik bir bilimdir. Pazarlama stratejisini sağlıklı bir şekilde yürütebilmek için beyin gücü yüksek elemanlara ihtiyaç vardır. Burada bir şey daha ortaya çıkıyor, kariyer planlama. Yönetimin insan kaynakları planlaması yapması gerekiyor. Üst yönetimin makro

sorunlarla uğraşması gerekir. Bizde yöneticiler bir vidasına kadar üretimin her aşamasıyla uğraşmaktadırlar. Firmalardaki yapılanmaların başarıya ulaşması için genel müdür düzeyinde proje geliştiren enforme eden bilgi odaklı sistemlerin kurulması lazım. Bunu yapanlar başarılı yapamayanlar ise başarısızlığa mahkumdur. Eğitim en önemli sorunlardan biridir. Konya'da değişim istiyorsak Makro sorunları da gözardı edemeyiz. Sosyal aktiviteyi artırmak lazım. Mesala oteller noktasında bir gelişme var. Havaalanında ise sıkıntı var. Hem mekan olarak uygun değil hem de günlük seferleri ikiye çıkartmanın çaresini bulmak gerekir. Sosyal tesisleri geliştirmek lazım. Bu gibi konularda ortak yatırımlar önerilebilir.

**TUZCUOĞLU:** Eğitim konuları üzerinde sıkça duruldu. Konya'da eğitilmiş eleman noktasında ciddi sıkıntılar var. Burada önemli olan bir diğer soru eğitime ihtiyaç hissediliyor mu? Bu konuda firma yöneticilerini ve toplumu istekli görüyor musunuz? Yoksa geleneksel bir takım yöntemlerle biz bu işi götürürüz mantığı mı hakim?

**DİKEN:** Ben bu konuda bir açlık olduğunu görüyorum. Ancak usulüne uygun yapmak gerekiyor. Danışmanlık şirketlerinin bir takım girişimleri oldu ama yeterli kadar başarıya ulaşamadılar. İletişim kurmak gerekiyor. Gidilip konuşuluyor ama hitap edilemiyor. Problemleri acele etmeden çerçeveyi çok iyi oturttu sonra uygulamaya geçmek lazım. Ticaret Odasında 1997 başında böyle bir eğitim programı tertipledik. Başlangıçta çok tereddüt ettik. Hatta katılım 10 kişiyi geçmez ise bu program yapılmayacaktır diye ilan edelim mi diye tartışmalar da oldu. Neticede bu programlara 820 kişi başvurdu.

**MEHMET:** Bence de eğitime ihtiyaç hissediliyor. Ancak genel anlamda değişime karşı geleneksel yapının korunmasına yönelik direnç eğitim ihtiyacının giderilmesi konusunda kendini gösteriyor. Yani bu noktada eğitimle ilgili planlama yok. Personel eğitimi ile ilgili daha yeni yeni planlamalar ve organizasyonlar yapılmaktadır. Özellikle yeni nesil ve alt düzey yöneticiler eğitim konusunda daha istekli görünüyor.

**ÜNÜSAN:** Bence bu konuda bir takım bakış açısı yanlışlıkları da oluyor. Başkent Üniversitesinde ders verirken Amerikan Üniversitesi'nden gelen profesör Barbara Birt, şunu anlatmıştı; Amerikada iş hayatına iş diye girenlerin kazandığını, para diye girenlerin kaybettiğini tesbit etmişler. Türkiye'de de böyle. Yani işe iş diye bakmak lazım. Bizde para odaklı bir bakış açısı var. Hemen sonuç bekleniyor. Bu ilişkilerde yanısıyor. Örneğin ben bu yöneticinin bilgisini öğreninceye kadar çalıştırırım sonra ona yol veririz diyor. Halbuki bilgi sürekli geliyor. Kanalları sürekli açık tutmak lazım. Kanalları açık tutan kazanacak Avrupa Birliği süreci Türkiye için kaçınılmaz. Türkiye'nin başka bir geleceği de yok görünüyor. Yüzde 60 ihracaatta oraya gerçekleşiyor. Şu halde sadece Avrupayı tamamlayan bir sanayi değilde bir Avrupa sanayisi olmak gerekiyor.

**DİKEN:** Hocam isterseniz yavaş, yavaş pazarlama

karmasına gelelim.

**ÜNÜSAN:** Efendim hayatta her şey öğrenilebilir. Pazarlama da öğrenilebilir. Zaman zaman satış olayı bilgi midir, yetenek midir? diye sorulur. Ben bilgi olduğu kanaatindeyim. İşletmeciliğin en kötü yanı yaptığımız şeyler sonuç olarak gözüküyor. Pazarlama bir yönetim işi. Tüketicinin arzu ve isteklerinin değerlendirilmesi ve üretimin ona göre şekillenmesi ve müşteri memnuniyeti ile karın maksimize edilmesi gerekir. Bu süreç pazarlama karması ögesinin çok iyi yürütülmesine bağlı. Pazarlama karması nedir? Ürün, Dağıtım kanalları, Tutundurma ve Fiyat. Bir defa bizim aldığımız bir hedef pazar veya pazar birimlerimiz var. O pazardan tepki alabilmemiz için bu dörtlüyü çok iyi bir şekilde birleştirmemiz lazım. Örneğin reklam yaptınız, satışlarınız artmadı. Acaba problem orada mıydı? Onun analizini yapmak gerekir. Pazarlama karmasının birini yapalım diğerini yapmayalım. Bu da olmaz. İşletme içi ve işletme dışıyla sıcak diyaloglar kuramazsanız "firmanız batıyor" diye bir ayyuka çıkarırlar ve gerçekten firmanız batar. Dağıtım kanalları gönümüzün en önemli olayları içine girdi. Dağıtım kanalı yönetiminde iyi bir sistem kuramazsanız örneğin bilgisayarla desteklemezseniz o da çalışmaz. Bilgisayarlarla ağırları örmek de yetmez. Ona göre personel yetiştirmeniz gerekmektedir. Ürün ve kalite konusunu konuşmuşuk. Ürünü tutundurma noktasında pazarlamanın çok iyi olması yetiyor mu? Bu da yetmez. Şimdi ürünü pazara sunarken toplumun kültürel ve geleneksel dokusunu da hesaba katmak gerekir. Makarna alışkanlığı olmayan bir yerde ürünü nasıl tutunduracaksınız. Bu defa karşınıza ne çıkıyor? Tutundurma planlaması çıkıyor. Bizdeki en önemli sorun pazarlamayı çok önemsiz görüyorlar. Bu gün pazarlama yöneticisinin başarılı olabilmesi için çok önemli iki elemana ihtiyaç var. Birincisi; Pazarlama bilgi yöneticisi ikincisi ise; Pazarlama planlama yöneticisi. Konya'daki işletmelerin hiç birisinde bu ikisini bulmanız mümkün değil. Ne oluyor o zaman. Futbol sahasının içerisinde oluyorsunuz. Ve olayın ne boyuta gittiğini göremiyorsunuz. Olay kontrolünüzden çıkıyor. Ama bu eksikliği algılayan ve bu noktada çaba içerisinde olan işletmeler de var. Sadece yurtiçi pazar değil yurtdışı pazara da açılmak gerekiyor. Tabi yurtdışı pazara çıktığınızda her bir ülke için pazarlama karması dediğimiz 4P'nin yeniden formüle edilmesi gerekiyor.

**DIKEN:** Hocam uluslararası pazar konusu açılmışken şunu ilave etmek isterim. Bir ülkeye gittiğinizde o ülkenin kültürel yapısını bilmeniz gerekmektedir.

**ÜNÜSAN:** Kesinlikle öyle. Pek çok şey değişiyor. Yemek kültürü değişiyor, alışkanlıklar değişiyor. Bir adım atmadan önce o konuyla ilgili bilgi toplayıp ondan sonra adım atılmalı. Düzenli bir iş hayatı sürdürmediğimiz için sıkıştığımızda aman şunu ihraç edelim diyoruz.

**ERGİN:** Bu konu tüketici alışkanlıkları ile ilgili bir konu. Pazarlamada ulusal olsun uluslararası olsun bir ürünü satacaksanız ürünün, satacağınız kitlenin duyarlıklarına, alışkanlıklarına paralellik arzemesi gerekir. Bizde bir söz vardır; "müslüman mahallesinde salyangoz satılmaz" diye. Bu temelde doğrudur. Ancak bunun istisnaları da pazarlama alanında yaşanabilmektedir. Bu gün Türkiye'de neredeyse bütün evlere küvet girmiştir. Oysa bunun Türk gelenek ve göreneklerine uygun bir ürün olduğunu söylemek mümkün değil. İşin enteresan olan tarafı bu küvet evlerde kullanılmamaktadır. Öyleyse pazara nasıl girmiştir diye soracak olursak

cevabı bir özenti ürünü olarak girdiği şeklindedir. O zaman şöyle bir sonuç çıkıyor. Tüketici yapısı o kadar özel ki bazan anlamak mümkün olmuyor. Bunun yanında alışkanlıklarda yer almayan ürünlerin pazara girmesi gereceği vardır. Ve bir süre sonra bu tür ürünlerin toplumların hayatında yeni tüketim alışkanlıkları olarak yer edindiğini görüyoruz. Buradaki en önemli etken ise tutundurmada reklam ve tanıtım dediğimiz alanlardaki üretici firmanın izlediği strateji ve politikalarıdır. Türk toplumunun geleneğinde içecek olarak bir zamanlar ayran ve şıra vardı. Bu gün ise cola ve meşrubatlar onların yerini almıştır.

**DIKEN:** Zaman zaman karşılaşılan bir yanlışta dış ticaret elemanı almıyor ve bir ay sonra niye satış yapmıyorsun? diye hesap soruluyor. Bizde hemen performans ve hemen sonuç isteniyor.

**ÜNÜSAN:** Bu yanlış. Bazı işletme yöneticileri personel için yaptıkları giderleri boşa yapılan harcamalar olarak görme alışkanlığı içindeler. Ama o harcama boşa gitmeyecektir. İşletme faaliyetlerinde kısa vadeli değil uzun vadeli bir bakış açısı içinde olunmalı. Böyle davranıldığında başarı kaçınılmazdır. Sanayi işletmeleri personel eğitimi konusunda çok önem vermelidirler. Üniversiteler bu konuda iyi bir kaynaktır. Üniversitemiz, Üniversite Sanayi İşbirliği konusunda yeterli bilgi ve birikime sahiptir.

**DIKEN:** Bu dağıtım kanallarına gelince ulusal mağazalar zincirinin artmasıyla toptancı dediğimiz kesimin yavaş yavaş ortadan kalkmaya doğru gittiğini görüyoruz. Üreticiden tüketiciye doğru bir gidiş var. Bu konuda neler söyleyeceğiz.

**ÜNÜSAN:** Dağıtım kanallarının yapısı değişiyor. Amerika'ya baktığımızda Franchising sistemi Amerikan perakende ticaretinin üçte ikisini oluşturuyor. Perakende boyutunda bir gelişme var. Türkiye'de de bu olacak. başka yolu yok. Toptancılık dediğimiz gibi sayısal olarak azalacak. Firmalar ise büyük tüketiciye ulaşmak için uğraşacaklar. Franchising sistemi neden gelişiyor? Düşünün bir Mc Donald's Türkiye büyüklüğünde bir ülkede direkt şubelerle çalışmaya kalksa kontrol etmesi son derece zor olacaktır. Bir de insanları memur mantığıyla çalışacaklar. Onun yerine sizin sisteminiz altında çalışacak insanlar bularak yola çıkmak daha mantıklı oluyor. Tabi bu arada kültür değişir mi? diye soracaksınız. Değişiyor. Ne kadar değiştirmeyelim desek de hamburgerler geldi. Ama Avrupa'da döner gitti. Avrupa'da döner satışları hamburgerin üç katı. Şimdi çeşitlilik olacak. Çeşitliliğin en iyi tarafı iş alanı açması.

**ERGİN:** Bu soruyla ilgili olarak şunları söylemek isterim. Son yıllarda pazar ortamında yaşanan değişiklikler üretici firmaların anlayış ve yaklaşımlarını da değiştirmiştir. Bu gelişmelerden doğal olarak klasik yapıdaki dağıtım kanalı zinciri de nasibini alacaktır. Ancak özellikle tüketim mamüllerinin çoğunda olay hemen üreticiden tüketiciye şeklinde cereyan etmemektedir. Toptancı sayısının azaldığı doğrudur. Ancak günümüzde dağıtım kanalında çok sayıda toptancının yerine tek başına ama organize olmuş distribütör yani tek dağıtıcı ortaya çıkıyor. Son yıllarda üretici firmalar belli coğrafi bölgelerde kanal yaratma sorumluluğunu paylaşacak kurumsallaşmış dağıtıcı firmalarla çalışmaya başladılar. Söz konusu dağıtıcı



**Doç. Dr. Çağatay ÜNÜSAN**  
S.Ü. Öğr. Üyesi

firmalar üretici firmaya karşı satış ve dağıtım ile ilgili bazı sorumlulukları yerine getirme karşılığında belli oranda kar marjı almaktadırlar. Bu firmalar dağıtım kanalı zincirinin sadece klasik bir üyesi değiller tabi. Üretici firma ile tüketici arasındaki ilişkinin uzun soluklu ve başarılı olmasını sağlayan faktör olma işlevini de yerine getirmektedirler. Bu çerçevede distribütör yapısı gelinen bir seviye dağıtım anlamında. Bu yapının el araba ve at arabası ile başlayan bir süreç olduğu düşünüldürse distribütörlük sisteminin gelinen bir nokta olduğu daha net bir şekilde anlaşılabilir. Gelinen bu noktada günümüzdeki toptancılar kendilerini distribütörlük yapacak seviyeye getirmek durumundadır. Hem organizasyon, hem fiziksel, hem de anlayış anlamında kendilerini geliştiremezlerse yok olmaya mahkumdurlar. Eğer toptancılığı hobi olarak sürdürceklerse toz şeker ya da spot meşrubat satmaya mahkum olacaklardır uzun dönemde.

**DIKEN:** Tutundurma ile ilgili olarak bir şey var Konya'da. İnsanlar ürünlerinin reklamları yerine holdinglerinin reklamları yapıyor.

**ÜNÜSAN:** O da çok enteresan. Tabi yanlış. Ama anadolu sermayesinin gelişmesi lazım. Türkiye'nin Almanya olabilmesi için 40 adet Koç büyüklüğünde firmaya ihtiyaç vardır. Türkiye üç beş tane holdingle



**Mehmet ERGİN**  
Marsa KJS İstanbul Bölge Müdürlüğü  
Distribütör Yöneticisi / Şef



**Dr. Ahmet DİKEN**  
Selva Makarna Genel Müdürü

Biraz önce hocamızın da söylediği gibi sizin internet üzerinden pazarlama yapmanız yetmiyor. Genel kitlenin yanında hitap edeceğiniz kitlenin bu konuda geldiği nokta önemli. Eğer hitap edeceğiniz pazarda yeterli seviyede internet kullanıcısı yoksa elektronik ortamda kime ürün satacaksınız. Yani tüketim mallarında ev hanımlarının internet kullanıcısı olarak seviyesi önemli. Tabi bu üretici, satıcı, ya da perakendeci firma olarak hiç bir şey yapmayacağız anlamına gelmemeli. Arzu edilen seviyenin kendiliğinden oluşmasını beklemek de pazarlama stratejisi açısından doğru bir yöntem değil. Bir defa pazarlamada ürün ya da ürün dağıtım kanalı anlamında geleceğe yatırım anlayışı var. Burada toplumda bilgisayar kullanıcısı noktasında geline bir nokta varsa ve bunun daha ileriye gideceği şeklindeki bir tesbit de doğrusu olay bitmiştir. Bu konuda geleceğe dönük olarak süratle yatırım hazırlığına gidilebilir. Zaten pazarlamadaki rekabet anlayışında ürün ya da hizmette ilk olmak önemlidir. Bu rakiplere karşı rekabetçi bir üstünlük sağlar. Müşteriye sunulacak sanal ortamda alışveriş alternatifini firmaya farklı bir hizmet anlayışı daha kazandırır. Migros'un yaptığı şey bu anlattıklarımızdır. Bu gün tüketim mamulleri dağıtım kanalında sanal ortamda alışveriş şansını sunan ilk ve tek olma özelliğini Migros elinde tutmaktadır. Tabi burada talebin yatırımı henüz karşılayabildiğini söylemek henüz güç.

**DİKEN:** Elektronik ticaret konusunda Konya perakendecilerini nerede görüyorsunuz.

**ERGİN:** Konya'da somut olarak bu konuda bir yatırım yok. Biraz önce sohbetimizde de ifade edildiği gibi pazarlama konusunda Konya'da yönetsel problemler var. Ben buna işlevsel anlamda eksik ve aksak organizasyon ifadesini eklemek istiyorum. Elektronik ticaret deyinince işlevlerin tamamının bilgisayar tarafından yapıldığı düşünülmesin. Yani burada da yine insan faktörü baş aktörlüğü bırakmıyor. Sadece rol oynanırken bilgisayar insana önemli ölçüde yardımcı

oluyor o kadar. İnternet üzerinden gelen siparişlerin derlenmesi, hazırlanması, teslimat periyoduna göre yetiştirilmesi ve bizzat teslimat işlevini insan faktörü yerine getiriyor. Dolayısıyla burada normal self anlayışa göre organize olunmuş yapıda bir de bu bölümün de bilgi, tecrübe ve eğitimle iyi bir şekilde organize edilmesi gerekiyor.

Bu konuda Konya perakendecilerinin durumuna gelince sözkonusu alanda katedilmiş bir yol henüz yok görünüyor. Tabi bu konunun henüz çok yeni olması ile de ilgili. Fakat neden olmasın. Perakende sektörünün Konya'da son 5 yıldır hızlı gelişimini bizzat yaşayan birisi olarak bu alanda da yol alınabileceğini düşünüyorum. Ancak bundan önce mevcut self anlayışında müşteri ile ilişkiler, reklam ve tanıtım, stok yönetimi, raf yönetimi sipariş yönetimi ve fiyat yönetimi gibi konulardaki eksikliklerin tamamlanması gerekmektedir. Çünkü marketine gelen tüketiciye profesyonel hizmet sunamayan organizasyon bir de buna elektronik satış boyutu eklenirse ne yapar. İşin içinde birisi olarak doğrusu ben de merak ediyorum. Gerek tek market gerekse zincir marketler şeklinde bir takım noksanlıklar olmakla birlikte belli bir yol katetmiş perakendeciler var Konya'da. □

büyük ülke olamaz. Türkiye'nin her şehrinde holdingler kurulmalı.

**DİKEN:** Yavaş yavaş sona doğru geliyoruz. Fiyat konusunda maliyet hesapları sağlıklı yapılamadığı için bazan çok afaki rakamlar ortaya çıkabiliyor. Sonra tabi tıkanmalar oluyor ve ardından bir değer yitirmesiyle karşı karşıya kalınıyor. Fiyat oluşturulurken neler yapılmalı?

**ÜNÜSAN:** Yerel maliyet için çok ciddi sorunlar yok. Yerel pazarda aşağı yukarı fiyat belli. Burada üretim teknolojisi, hız maliyet konusu etki ediyor fiyata. Bence uluslararası fiyatlandırmada ciddi yanlışlıklar yapılıyor. Örneğin bir firmanın merkezi bir kuruluşu veya pazarlama şirketi bir fiyat veriyor aynı fiyatı fabrikadan istediklerinde o farklı bir fiyat veriyor. Bu o firmanın dejenere olması için yapılan korkunç bir yanlış. O yüzden fiyatlandırmada merkezi bir sistemin olması gerekir.

**DİKEN:** İnternet üzerinden pazarlama konusuna değinsek. Son yıllarda çok gelişti. İnsanlar web sitelerini oluşturuyorlar. Bu bir anlamda maliyet düşüklüğüne de yol açıyor.

**ÜNÜSAN:** Bu avantajlar sağlıyor. Ama sektörden sektöre değişiyor. Sanayiye yönelik üretim yapan firmaların mutlak surette web sitelerini oluşturmaları şart. Bu konuda odaların katkıları olabilir. Ancak

olayı internette perakende alışveriş olarak ele aldığımızda o sadece İstanbul'da belirli bir semtte geçerli. Türkiye'de çok dağınık bir perakende yapı var. Örneğin oturduğunuz apartmanın girişinde bakkal var. Bir de Türkiye'de mutfağa yönelik tüketim mallarında karar verici ev hanımıdır. Dolayısıyla öncelikle hanımların bilgisayar kullanıcısı olması gerekmektedir. Şu an için 35 yaş üzerinin buna adapte olmaları çok güç. Ama bu zaman içinde değişecektir.

**ERGİN:** İnternet üzerinden pazarlama; bir başka deyişle elektronik ticaret. Türkiye açısından çok yeni ve geniş bir konu. Konya açısından daha da yeni. Tüketici davranışları değişmiştir. Değişmeye de devam edecektir. Artık tüketici alışveriş yaparken alternatifler arasından tercih yapmak istiyor. Hem kalite hem çeşit hem de fiyat anlamında. Bu arada alışverişini bir eğlenceye dönüştürmek istiyor. Afra'nın fiziksel yapısı bu anlattıklarımıza paralellik arzeder. Dolayısıyla üretici ya da satıcı firmaların farklılık arzedecek uygulamalara ihtiyacı var. İşte günümüzde teknolojik gelişmeye paralel olarak visa, mastercard gibi ödeme anlayışında post nokta gelinen bir düzey olmuştur. Ödeme anlayışında geline bu noktayı teknolojik iletişim ürünü internet tamamlayınca karşımıza internet pazarlama çıkıyor.

**EY KAVMİM**  
Ahmet ALTAN

Sen ki  
peygamberlerini  
bile dinlemedin, beni hiç  
dinlemezsin  
Dönüpte bakmazsın ölülerine  
Lut kavminden de değilsin sen, hazdan  
olmayacak mahvın  
Acıyla karıldı harcın, ama acıya yabancısın  
Ağtuları sen yakarsın, ama Kendi Kulakların duymaz  
Kendi ağıtını  
Bir koyun sürüsünden çalar gibi çalarsın insanlarını ve  
sen koyun sürüsü gibi bakarsın çalınanlara  
Tanrıya yakarır, ama firavunlara taparsın  
Musa Kızıldeniz'i açsa o denizden geçmezsin.  
Ey Kavmim...  
Sen ki peygamberlerini bile dinlemedin, beni hiç dinlemezsin  
Korkarsın kendinden olmayan herkesten.  
Ve sen kendinden bile korkarsın...  
Hazret-i İbrahim olsan, sana gönderilen kurbanı sen  
pazarda satarsın Hazret-i İsa'ı gözüünün önünde camıha  
gerseler, sen başka bir şeylere ağılarsın Gündüzleri Maria  
Magdalena'ı orospu diye taşlar, geceleri koymuna gümeğe  
çabalarsın.  
Zebur'u, Tevrat'ı, İncil'i, Kur'an-ı bilirsin  
Hazret-i Davut için üzülür, ama Golyat'ı tutarsın  
Ey Kavmim...  
Sen ki peygamberlerini bile dinlemedin, beni hiç dinlemezsin.  
Dönüpte bakmazsın ölülerine  
Lut kavminden de değilsin, hazdan olmayacak mahvın  
Ama sen kendi acına da yabancısın  
Kadınların sıyahı giyer, kederle solar tenleri, ama onları göremezsin  
Her kuytulukta bir çocuğun vurulur, aldınmazsın.  
Merhamet diler, şefkat diler, para dilerisın  
Ve nefret edersin dilencilerden  
Utancı bilir ama utanmazsın  
Tanrıya inanır ama firavunlara taparsın  
Bütün seslerin arasında yalnızca kırbaç sesini dinlersin sen  
Ey Kavmim...  
Sen ki peygamberlerini bile dinlemedin, beni hiç dinlemezsin.  
Sana yapılmadıkça işkenceye karşı çıkmazsın.  
Senin bedenine dokunmadıkça hiçbir acıyı duymazsın  
Örümcek olsan Hazret-i Muhammed'in saklandığı mağaraya bir  
ağ ömezsin  
Her koyun gibi kendi bacağından asılır, her koyun gibi  
mellersin.  
Hazret-i Hüseyin'in kellesine sen vumazsın ama vurunu alkışlarsın  
Muaviye'ye kızar ama ayaklanmazsın  
Hazret-i Ömer'i bıcağlayan ele sen hiç ak olursun.  
Ey Kavmim...  
Sen ki peygamberlerini bile dinlemedin, beni hiç dinlemezsin  
Ölülerine dönüpte bakmazsın.  
Lut kavminden de değilsin sen, hazdan olmayacak mahvın  
Ama arkana baktığın için taş kesileceksin  
Ve sen kendine bile ağlamayacaksın  
Komşun aç yatarken sen tok olmağın haya etmezsin  
Musa önünde Kızıldeniz'i açsa o denizden geçmezsin  
Tanrıya inanır ama firavunlara taparsın  
Ey Kavmim...  
Sen ki peygamberlerini bile dinlemedin, beni hiç dinlemezsin  
Ey Kavmim...  
Tek tek öldürülürken insanların  
sen korkudan öldürüleceksin.

çağın teknolojisi, üretimde istikrar ve kalite prensibiyle ;

ürününe biz sahip çıkıyoruz....



**Ambalaj  
Dünyası**

ambalaj sizin için ne ifade ediyorsa, biz size onu üretiyoruz....



**ŞEKEROĞLU**

kimya-plastik sanayi ve tic. a.ş.

# YAPILAN H gerekli dest

“Bizi iş elbiseleriyle karşılayacak kadar doğal bir insan. Renkli bir hayat. Hizmeti esas alan bir dünya görüşü. Önemli başarılarla imza atmış, ülkesine aşık bir mücadele adamı. Çağdaş bir ahi, aynı zamanda bir aydın, bir o kadar mütevazi. İşte Ali Akkaya'nın dünyası.”

RÖP:Murat PEKERGİN - Refik TUZCUOĞLU

*LONCA: Efendim, Lonca dergisinin bu ilk sayısında hem Konya'mızın mümtaz şahsiyetlerinden biri, hem de Konya Sanayi Odası'nın ilk kurucusu olarak hayatınızı, yaşadığınız tecrübeleri sayfalarımıza taşımak istedik. İsterseniz bu söyleşiye nerede doğduğunuzdan, çocukluk ve eğitim hayatınızdan başlayalım.*

**AKKAYA:** Efendim ben 1940 yılında Konya'nın bir kenar mahallesi olan Topraklık'ta doğmuşum. O zamanın şartları gereği çocukluğumuz fakir bir aile ortamı içinde geçti.

*LONCA: Babanız ne işle uğraşırdı?*

**AKKAYA:** Benim babam marangozdu. Belli bir dükkanı olmayan tamirat ve ufak tefek doğrama işleri yapan birisiydi. Sonradan babam kariyerini geliştirerek müteahhitlik işlerine başlamıştı ama biz artık yetişkin bir genç olmuştuk. Çocukluk yıllarımızda Topraklık'ın tozlu yollarında ayakkabısız dolaştığımız günler olmuştur.

İlkokulu Akçeşme ilkokulu'nda okudum. İlkokul hocamız Çanakkale ve Kurtuluş muharebelerine katılmış inançlı bir insandı. Anlattığı menkıbeler bizim memleket sevgisiyle dolu kişiler olarak yetişmemize vesile oldu. İlkokulu Akçeşme'de tamamlayamadım. İkinci safhada İnönü İlkokulunda okudum. Necati Bey diye bir hocamızla eğitimlerimize devam ettik ki o da çok kıymetli bir insandı. Necati bey aynı zamanda bir mevlevi idi. İnsana olan saygı ve sevgiyi ondan öğrendik. Daha sonra rutin olarak Karma ortaokulunda okuduk. Orada farklı dünya görüşüne sahip hocalarımız vardı. Ama onların da bizim yetişmemize katkısı oldu. Hiç değilse bu farklı görüşleri mukayese imkanı bularak kendimize belirleyeceğimiz yol hususunda isabetli bir karara varmamıza vesile oldu. o yüzden oradaki hocalarımızı da rahmetle anarım. Liseyi Gazi lisesinde okudum.

Lise'de en fazla tesirinde kaldığım hoca Selman Erdem isminde sosyoloji hocamızdı. Bu hocamızdan düşünemeyi ve geniş bir perspektiften konuları incelemeyi öğrendim.

Sonrasında İstanbul Teknik Üniversitesinde tahsil hayatımı devam



# ER TEŞEBBÜS

## eği bulamamıştır

ettirdim. Orada da hocalarımızın yetişmemiz üzerinde önemli katkıları oldu. Bir tanesi Bekir Düzoğlu diye bir hocamızı. O da “ilmin en son ulaştığı merhalede köke bağlı kalarak kafa yormamız gerektiğini” sıkça vurgulardı. Kendisi uzay mekaniği üzerinde araştırmalar yapıyordu. Araştırmaları esnasında ulaştığı bir mefhumu isim bulma noktasında kütüphanede bir çalışma yapıyormuş. Ben de yardım babında yanına gittim. Hoca merdiven üzerinde kitapları tetkik ediyor lazım olanı bana veriyor, lazım olmayanı tekrar yerine koyuyordu. Bu arada biraz fasıllı bir tetkik yaptı ben de önümdeki kitapları gözetmeye başladım. O sırada Osmanlıca bir esere rastladım ve okumaya başladım. Bir matematik kitabıydı. Benim Osmanlıca okuduğumu farkedince “Ne o sen o yazıyı okuyabiliyor musun?” dedi. “Hocam okuyabiliyorum ama anlamakta güçlük çekiyorum, Arapça ve Farsça ağırlıklı kelimeler var” dedim. “Bu yazıyı nasıl öğrendin?” dedi. “Dedem de hoca idi ondan biraz okudum” dedim. Bana dedi ki; “Ulaştığım mefhumu isim bulmak için işte bu Arapça, Farsça kelimelere bakıyorum. Çünkü bir gün olacak dünyada ilim o kadar ileriye gidecek ki yeni bulunan mefhumlara isim bulma noktasında Latince güçlük çekecek. O zaman işte bu gün kilitlediğimiz Arapça çekmecesini açarak mefhumlara orada isim aramaktan başka çare kalmayacak” dedi.

Şunu söylemeden geçemeyeceğim benim 17 yıllık bir tahsil hayatım var. Bu 17 yıl içerisinde de hakikaten çok değerli insanlardan ilim öğrendik. Ancak bir şey var ki bütün tahsil hayatımı terazinin bir kefesine, diğerine de anlatacağım hadiseyi koysak hepsinden ağır basar. Ninem beni

dini bilgilerimi öğrenmek için Hasibe Göksuçukur isimli bir hocahanıma gönderirdi. Allah her ikisine de rahmet etsin. Öğle saatlerinde benim oyundan alınıp ta götürülmem problem olmaya başladı. Bir gün oyunun en heyecanlı zamanında ninemi uzaktan gördüm. “Eyvah” dedim “beni yine yakalayıp

*“Avusturya'daki stajımda çalışma nedir, üretim nedir, bir mühendis nasıl çalışmalıdır gibi konuların yanısıra, mühendisliğin bir masa başı insan olmadığı, bir işçiden daha fazla üretime katkıda bulunan kişi olması gerektiğini öğrendim.”*

götürecek”. Ben başladım kaçmaya. Ninem de yakalamak için peşimden koşuyor. Uzun bir kovalamacadan sonra yakaladı. Ama kan ter içinde kalmıştı. Ben hem ninemin o perişan haline bakıyor hem de kurtulup kaçmak için çare arıyordum. Ayağındaki lastikle şalvarın arasından bilek kemiği görünüyordu. “Oraya vurursam beni o acıyla bırakır” diye düşündüm ve başladım orayı tekmelemeye. Ninem tabi yetişkin olduğu için o acıya dayandı. Ben bir müddet daha vurduktan sonra ninem bana baktı ve hayatım boyunca unutamadığım şu sözleri söyledi. “Vur vur. Yarın ben öldükten sonra kabrime gel yine iki tekme vur. Ama bir Yasin oku da git” dedi.

İşte bu hadise dünya nedir? İnsan nedir?

Hayat nedir? sorularını idrak etmeme vesile olmuştur. Benim için bu cümle büyük bir filozofun söyleyeceği bir cümle idi ama, ihtiyar bir kadının ferasetinden dökülmüştür.

*LONCA: Efendim İstanbul Teknik Üniversitesi ve ondan sonraki hayatınıza dönecek olursak neler söylersiniz?*

*AKKAYA: İstanbul Teknik Üniversitesi'ndeki beş yıllık tahsil hayatımdan sonra Avusturya'ya gittim. Avusturya'daki stajımda çalışma nedir? Üretim nedir? Disiplin nedir? Bir mühendis nasıl çalışmalıdır? gibi konuları öğrendim. Mühendisin bir masa başı insan olmadığı, bir işçiden daha fazla üretime katıldığını gördüm.*

*LONCA: Ne tür bir faaliyet yürütüyordu bu fabrika.*

*AKKAYA: Bir yay fabrikasıydı. Bütün Avrupa'nın oto yan sanayine sübap yayları üretiyordu. Bu fabrika çelik malzemeyi Alpina diye bir başka fabrikadan alıyordu. Ben bu çelik fabrikasında da çalışmak istedim. Sağolsunlar anlayışla karşıladılar. O fabrikada da onbeş gün çalıştım. Orada da çeliği demiri, çeliğin nasıl ıslah edilip nasıl şartlandırıldığını, çeşitli maksatlar için nasıl imal edildiğini öğrendim. Tabi bunları yeni neslin kendi kabuğunu kırıp dışarıya çıkması lazım geldiği mesajını vermek için anlatıyorum. Oradan Amerika'ya gittim. Şimdi mümessilliğini yaptığım firmada çalıştım. Bu firmanın İtalya'daki fabrikasında yine bir müddet çalıştım.*

*LONCA: Bu firmalarda çalışırken ücret aldınız mı?*

*AKKAYA: Ücretsiz değil ama verilen para karın doyurma mesabesinde bir miktardı. Nihayetinde araştırma yapıyordum. Direkt olarak üretimde sürekli çalışmak işime gelmiyordu, çünkü çeşitli*

kademe ve bantlarda bilgimi görgümü artırmak niyetindeydim. Tabi bu kesik kesik çalışma onların bana net ücret vermelerine mani idi. Hepten perişan olmadım ama o zor şartlara dayandım, çünkü elde ettiğim bilgiye değerdi.

**LONCA:** Türkiye'ye ne zaman döndünüz?

**AKKAYA:** 1964 yılında Türkiye'ye döndüm. O zamanlar mühendis denilince inşaat mühendisi anlaşılırdı. Makine mühendisi denilince biraz garip bakılırdı. Özel sektörde iş bulmak mümkün değildi. Su İşleri'ne çalışmak için girdim. Keççeli kazıcı vardı kanal boyunda. Onlar arızalı bekliyor dediler bana. Niye dedim? Kuleyi döndüren pinyon dişlisi vardır. O arızalanmış. Türkiye'nin o zamanki durumu da ithalata elvermiyormuş, Su İşleri'nin stoklarında da kalmamış. İlk tecrübem makine imalatında o pinyon dişlilerini imal etmek oldu. Hem de en olumsuz şartlarda. Alpina çelik fabrikasındaki bilgilerime istinaden burada çeliğe kömürle sementasyonu yaptım. Böylece makineler çalışmaya başladı.

Askerlikten bir müddet sonra 70 metrekarelik bir dükkan kiraladım. Gayem orada demir doğrama, imalat gibi işlerle uğraşmaktı. Dükkanımın levhasına "Makina Yüksek Mühendisi Ali Akkaya" diye yazdırmıştım. Ama tulumu giyip kendim kaynak yapıyor kendim çalışıyordum. İnsanlarda "vay be buradaki kaynak yapan

adam da mühendismi" diye söylenirdi.

1964-1974 arası ben Konya'da hem sanayii tanıdım hem de kalorifer kazanı ve brülör imalatını gerçekleştirdim. Türkiye'de ilk defa diyebilirim akaryakıt brülörünü yüzde 80 oranında imal ettim. O dönemlerde Sanayi Bakanlığı'ndaki arkadaşlar ithalatı azaltmak için yerli yapımları teşvik etmişlerdi. Bu yaklaşım bizi motive etti. Şimdi bazı parçalar hariç olmak üzere dünya ile atbaşı gidecek bir düzeyde brülör imalatımız vardır.

O yıllarda sanayi çarşıları yeni yeni teşkil ediliyordu. Karatay Sanayi bunlar içinde en ağırlıklı olanı idi. Organize Sanayi Bölgesi için 1969 yılında Rahmetli Nalçacı zamanında yer ayrıldı. O zamanlar en küçük dükkanda çalışan bir ustanın gönlünde bile bir fabrika kurma isteği hevesi vardı. Çok büyük atılımlar ve teşebbüsler heves halindeydi. Aslanan zaten bu teşebbüs kabiliyetinin ve arzusunun insanda olması. İşte o arzunun en zirvede olduğu dönemlerde 1. Organize Sanayi kuruldu ve Konya'daki sanayinin temeli oldu.

**LONCA:** Konya Sanayi Odası'nın kuruluş serüveni nasıl gelişti?

**AKKAYA:** O zamanlarda bazı vilayetlerde sanayi odaları mevcut idi. Biz sanayici arkadaşlarla bir araya geldiğimizde tüccarla sanayicinin problemlerinin çok değişik olduğunu konuşuyorduk. Ticaret Odasında problemlerimizi dile getirdiğimizde ticaretle uğraşan arkadaşlarımızın sayısı çok olduğu için gündeme girmesi mümkün olmuyordu. "Ticaret Odası'ndan bağımsız bir Sanayi Odası teşekkül ettirilebilir mi?" düşüncesi hakim oldu. Sanayi Odası'nı kurma maceram böyle başladı. Arkadaşlar bu görevi bize havale ettiler. Böylece 1974 yılında Sanayi Odası kurulmuş oldu. Tabi o dönemdeki Ticaret Odası yöneticileriyle de pek çok mücadeleler vermek zorunda kaldık. Konya'da sanayi olmaz? Ya ticaret ya da tarım olur. Tarım olursa Borsa var Ziraat odası var. Ticaret olursa Ticaret Odası var gibi görüşler öne sürdüler. Ama dönemin valisi ile Sanayi ve Ticaret Bakanı hazırlamış olduğumuz işyeri envanterlerini inceledikten sonra bize destek oldular.

Hazırladığımız envanter ortaya muazzam bir rakam çıkardı, bu rakam bizi kooperatifleşmek suretiyle yan sanayiye imalat yapacak bir sistem arayışına itti, yapılan çalışmalar neticesinde bir motor fabrikası kurmaya karar verdik. İki silindirli dizel motorlarının imalatı için teşebbüse geçtik. Öncelikle Kayhanlar, Eğerciler ve Bizcanlı gibi sanayicilerle sonra tüccar ve sanayici arkadaşlardan Karacihanlılar ve Gündüzler gibi projemize destek verecek arkadaşlarla görüştük. İlk etapta hem sermaye hem de teşebbüs olarak muazzam bir potansiyel keşfettik. Bunların arkasından Avrupada temaslara başladık. Proje, imalat ve finans noktasında ciddi manada destek gördük. Ayrıca finansmanı sağlayacak firma üç yıllık imalatı

satmayı garanti etmişti. Avusturya, İngiltere ve Fransa üçgeninden oluşan bu projenin görüşmeleri Konya'da yapılacaktı. Ve bize bir

*" Türkiye resmi devlet ağırlıklı idarenin yönettiği bir ülke oldu. Bunun milletin teşebbüs kabiliyetini sindirdiğini düşünüyorum. Yapılan her teşebbüs gerekli desteği bulamamıştır."*

mekan ihtiyaç oldu. O an için Ticaret Odası'nın imkanlarından faydalandık. Ama bu günkü Sanayi Odası'nın bulunduğu arsası da bu gibi ihtiyaçlar için temin ettik. Motor fabrikasına dönecek olursak bu proje son aşamaya geldi. Görüşmeler tamamlandı. Herkes ümitli. Gereken hesaplar açıldı. Bankalara ön ödemeler yapıldı. Bu arada İngiltere firması haklı olarak yapacağı ödemelerle ilgili devlet garantisini istedi. Biz 80 milyon lira öz sermaye ile İngiliz firması ise 800 milyon lira ile katlıyordu. Tabi devlet garantisini temin etmek için siyasilere gittik. O zamanlar Erbakan Hoca Başbakan yardımcısı idi. Kendisine durumu anlattık. Erbakan Hoca bize Konya'da büyük bir motor fabrikasının kurulacağını o fabrika kurulduktan sonra bizim zarar edebileceğimizi söyledi. Bizim isteğimizde zaten Konya'da bir sanayinin kurulması idi. Öyle olunca biz bu girişimden vazgeçtik. Ancak Tümosan ismiyle kurulan motor fabrikası bizim o zamanki heyecanla bekle-dığımız seviyeye ulaşamadı.

**LONCA:** Konya Sanayi Odası'ndaki hizmetiniz ne kadar sürdü?

**AKKAYA:** Odadaki hizmetimiz





1974'den 1979'a kadar sürdü. Öyle hizmet ki bundan önce anlattığım hizmetlerin bedelini ben karşıladım. Arkadaşlarımızın bazısı tek başına Oda'nın personel giderlerini karşıladı. Fethi Beyler Hüseyin Alaybeyi, Abdurrahman Öznalcılar, Hasan Bayramoğlu, Aydın İlarıslan ve daha bir çok arkadaşın Sanayi Odası'na ciddi manada emekleri geçmiştir. Bizden sonra görev alan arkadaşlarımızın da önemli hizmetleri olmuştur.

**LONCA:** Efendim ben bu güzel sohbeti bir başka noktaya getirmek istiyorum. Sohbetiniz esnasında bir müteşbbis ruhtan bahsettiniz. O dönemin sanayicilerine baktığımızda bir atılım heyecanı içerisinde olduklarını görüyoruz. Bu günde aynı müteşbbis ruhu sanayicilerimizde görmek mümkün. Ancak Türkiye'nin iktisadi tarihini değerlendirdiğinizde bu girişim ruhuyla doğru orantılı olarak bir gelişme yaşandı mı? Yaşanmadıysa bunu neye bağlıyorsunuz?

**AKKAYA:** Efendim Türkiye resmi devlet ağırlıklı idarenin yönettiği bir ülke oldu. Bu milletin teşebbüs kabiliyetini sindirmiştir. Yapılan her teşebbüs gerekli desteği bulmamıştır. Örneğin adam bir imalathane kurmuş iki tane torna makinası almış. O zamanlar bu makinalar için "Âlâtı Sabitiye vergisi" diye isimlendirilen bir vergiyle girişimcinin neredeyse kazandığının tamamı elinden alınmış. Şimdi öyle olunca adam tutar da sabit bir tezgah kurup imalat yapar mı? Yani sanayinin inkişafı için teşvik olunacak hususları teşvik etmek bir tarafa vazgeçirici bir takım unsurlar ve mükellefiyetler getirilmiştir.

Beşiktaş'ta bir uçak fabrikası vardı mesala. Belçika'ya uçak satmış bir yerd. Ama bu "Âlâtı sabitiye" denilen bir unsurla ortadan kalkmak zorunda kalmıştır. Şimdi de durum çok iyi sayılmaz. Hatta daha kötü.

Bakınız ben Avrupa'ya yaptığım seyahatlerimde şunu gördüm. Mesela fabrika iznini Sanayi Odaları veriyor. Onlarda bir alan içinde bu ihtiyacı karşılayacak başka fabrika var mı ona bakıyor. Fabrika varsa bir daha fabrika kurduruyor. Bunu hem mevcut yatırımı hem



de yeni kurulacak yatırımı korumak için yapıyor. Müteşbbisin tesisini garanti etmek istiyor, onun muvaffakiyetini temin edecek şartları hazırlamak istiyor. Devlet 5 sene vergi almıyor. Yatırım indirimi yapıyor, bütün aldığı makinaların, yaptığı binaların bedeli ödeninceye kadar vergiye mahsup ediyor. Bizde ise böyle bir tesis meydana getirmek istediğinizde en az 153 tane muameleyi takip etmeniz gerekiyor. Ayrıca harç vesaire gibi giderler yatırımın en az %15'ine tekabül ediyor. Daha başlangıçta hiç bir şey yokken para harcıyacaksınız. Muameleler kolay mı? Bu muameleleri yürütmek için hukukçu bulacaksınız, muhasebeci bulacaksınız ve daha bir sürü iş takibi için ödemeler yapacaksınız.

Şimdi sorunuzla ilgili olarak şunu söylemek mümkün. Müteşbbislik tek başına bir şey yapamıyor. Sanayi tesisinin meydana getirilmesinde şu dört unsur gerekli: Teşebbüs, finansman, profesyonel yönetici, devlet desteği. Bunun en az üç ayağının bir araya gelmesi lazım. Müteşbbis var. Bu günlerde finansman da bir ölçüde elde edildi. Profesyonel yönetici neredeyse hiç yok. İnsan kaynağında ciddi manada eksikliklerimiz var. Destek noktasında ise destekten ziyade köstek var.

Şimdi bakınız ömründe hiç vergi vermemiş adam vergi mevzuatı hazırlıyor. Belki maaşından kesiliyor ama cebine girdikten sonra vermeyi yaşamamış. Ticaret ve Sanayi hayatının içine girmemiş. Sermayenin ne kadar büyük zorluklarla teraküm ettiğini bilmiyor. Dolayısıyla "versin efendim" mantığıyla hareket ediliyor.

Sonra imalatçı, müteşbbis veya tüccar olsun zihni sadece işiyle meşgul değil. Ben her zaman "bu gün acaba hangi vergi verilecekti de ben unuttum" diye düşünürüm. Veya yeni çıkartılan hangi vergi vardı, hangi pirim vardı? Oysa bunların hepsi toplanıp tek bir vergi yapılabilir. Bu dünyanın her yerinde 50 yıldır böyledir. Avrupada firmanın başındaki yönetici vereceği vergiyle vereceği pirimi bilir. Bu gün için uzmanı bir mali müşavire gitseniz "yarın hangi vergi var?" deseniz "bir bakayım" der. O bile bilmez. Böyle bir ortamda hangi yenilikleri getirmek ve hangi yatırımları yapmak için kafa yorulabilir. Hani itilmişle kakılmış varya, itilmiş kakılmış insanlar haline geldik ve sersem tavuklar gibi dolaşp duruyoruz.

**LONCA:** Biraz da insan kaynağı üzerinde dursak. çünkü o konuyu da vurguladınız.

**AKKAYA:** Bu konu ciddi bir problem. Okullarda bir takım bilgiler öğretiliyor bu yeterli değil. Okul bir temel veriyor ama sanayicinin istediği insanı okulda yetiştirmek çok zor. Bu çıraklık, kalfalık ustalık dönemi gibi bir şey. Ayrıca yetişmiş insanların transferi de hoş olmuyor. Bir yerden bir yere transferi arkadaşların bırakması lazım. Aksi halde bu durum istikrarsızlığa yol açar. Uzun dönemde de olsa kendi elemanını kendisinin sabırla yetiştirmesi gerekir. Bir de insanları kendi alanlarında istihdam etmek lazım. Muhasebecilik yapan bir adamı finans müdürü yapamazsınız. Bu noktada sanayici ve işadamlarının profesyonelleşmesi gerekir.

**LONCA:** Efendim bu güzel sohbet için teşekkür ediyoruz. □

## Sanayi Odası



# İMKB'ye Bakış

**Y**eni gelişmekte olan borsalardan biri olan İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, yurtdışı borsalar arasında spekülatif yapısıyla tanınıyor.

Gerçekleştirdiğimiz istikrarsız dönemlerin bunda payı büyük. Bu da İMKB'yi dünyadaki tüm borsalar arasında bir sene en çok kazandıran borsa iken sonraki sene en çok zarar ettiren borsa haline getiriveriyor.

Borsada işlem gören şirketlerin toplam piyasa değerleri açısından bakıldığında uluslararası sermaye açısından Avrupa Borsaları arasında İMKB, komşusu Yunanistan ve Rusya gibi ülke piyasaları ile alternatif olarak düşünülüyor. Birbirine alternatif piyasalar ülkelerinin istikrar konusunda gösterdikleri performansa göre yabancı yatırımları kendisine çekiyor. Bu noktada yeni uygulamaya konan ekonomi politikalarının payını vurgulamak gerek: 2000 yılında uygulamaya koyduğu istikrar ve anti-enflasyonist programla Türkiye yabancı yatırımcılar için cazibe merkezi haline geldi. Ama kurulduğu günden bu yana spekülatif yapısı azalma eğiliminde olan İMKB, asıl büyük değişimini Türkiye'nin rating notunun "spekülatif"ten "yatırım yapılabilir"e yükseltilmesiyle yaşayacaktır. Uluslararası piyasalarda ülkenin rating notu, sermayenin gideceği ülke konusunda en önemli kriterlerin başında geliyor. Daha önce spekülatif yapısı nedeniyle Türkiye'den uzak duran önemli miktardaki uluslararası sermaye Türkiye'ye yatırım yapmak amacıyla gelecek. Bu gelişmeyle Türkiye'ye gelen yabancı sermayenin miktarı artarken, vade uzayacak ve bu da sermaye piyasalarının daha istikrarlı bir yapı kazanmasına neden olacak.

Ekim 1999 tarihinde başlayan yükseliş hareketi ile borsa tarihinde hiç kıramadığı bir seviye olan 2 cent'e bile duraksamadan 3,8 cent'e kadar yükselişini sürdürdü. Ülkenin kaderini önemli ölçüde etkileyecek gelişmelerin yaşandığı bir ortamda borsanın yükselişine, faiz cephesinin de düşüşle karşılık vermesi gerekiyordu. Nitekim piyasalar, beklenen tepkiyi verdi. İstanbul Borsası, tarihinde olmadığı kadar büyük bir ivme kazandı ve yeni zirveler arayışına girdi. Ancak unutulmaması gereken önemli bir konu, finansal piyasaların öncü göstergeler olduğudur. İstikrar programının ve buna alınan iç ve dış desteklerin etkisi ile yükselen borsa ve düşen faizler, mutlaka tedbirlerin sonucunu bekleyecektir. Enflasyonla mücadele ve kamu

açıklarını kapatıcı istikrar programının sonuçlarının hemen alınamayacak olması piyasaları kısa vadede yön çizmede bekletip dalgalandırabilir.

Dolayısıyla finansal piyasaların düzenli piyasa formasyonundan düzensiz, kaotik bir piyasa formasyonuna dönüşmekte olduğu düşünülebilir. Buna benzer bir piyasaya ilk defa şahit olmuyoruz. İMKB endeksinin 1800 ile 2650 puan arasında dalgalandığı dönemde de benzer bir görüntü vardı. Borsanın nereye gideceğini kararlaştırması için bir aşağı bir yukarı dalgalanacağı dönemler geçirmesi beklentiler arasında. Bu denli uzun süreli ve hızlı yükselişlerden sonra alıcıların ve satıcıların dengeye oturması için bir süre endeksin dalgalanması kadar doğal bir şey olamaz. O yüzden de önümüzdeki dönemde finansal piyasalarda yön bulunmaya çalışılan ve kimi zaman alıcıların kimi zaman satıcıların birbirlerine baskın geldikleri bir piyasa bekliyor yatırımcıları.

Önümüzdeki dönemde finansal piyasalar, istikrar programının meyvelerini değerlendirerek kendilerine yön bulmaya çalışacaklar. Bona faizlerinde görülen gerileme dövize bono portföyü fonlarının karlılığını ortadan kaldırdı. Dolayısıyla zaman zaman gecelik repo faizlerinde görülen aşırı düşüşler dövize talep getiriyor. Enflasyonun henüz düşüş yönünde bir eğilime girmemiş olması bankacılık sisteminin kâr marjlarını olumsuz etkiliyor. %35 seviyelerindeki bona ve tahvil faizleri bankaların temel kaynak maliyetleri olan mevduatın maliyetlerinin altında. Başka bir deyişle bankalar şu anda negatif kâr marjıyla çalışmaktalar. Bu nedenle bono piyasasında yeni pozisyon almada karlılık kalmayınca faiz cephesinde yükseliş beklenebilir. Dövizde ise serbest piyasanın gereği olan dalgalanmaların yanında Merkez Bankası'nın kontrolünde hedeflenen kurlara doğru bir gidiş göreceğimizi düşünüyoruz. Borsaya gelince, İMKB bileşik endeksinin Dolar bazında 2,5 cent ile 3,5 cent arasında yatay bir bant içerisinde dalgalanacağını düşünüyoruz. Teknik anlamda borsanın 3,5 centi aşması ve eski zirvesi olan 3,8 centi geçmesi borsada uzun vadeli trendin tesbiti anlamına gelir. Bulduğumuz 3 cent seviyelerinde aşağı dönmesi ise orta vadeli bir düşüş trendine girmemize neden olabilir. Borsanın yönü konusunda ne tür bir beklenti gerçekçi olabilir? Görüldüğü kadarıyla hükümet planladığı adımları atmakta kararlı,



Tarım fiyatlarında ve memur maaşlarında populizme kaçılmadan hedef enflasyon kadar artışlar veriliyor. Bütçe hedefleri üçer aylık hedefler paralelinde faiz dışı fazla verecek şekilde ilerliyor. Yurtdışı borçlanma hedefinin büyük bir kısmı ilk iki ayda sağlandı. Kur hedefleri döviz sepeti bazında tutturuluyor. Özelleştirme konusunda önce Petrol Ofisi ardından Tüpraş ve ertesinde GSM lisanslarında da önemli adımlar atılıyor. Uygulanan programda tek şüphe açıklanan enflasyon verilerinin çekirdek enflasyon dışında henüz düşüş yönünde net bir sinyal vermemiş olması gözüküyor. Şimdiye kadar açıklanan aylık enflasyon rakamları hükümetin yıllık enflasyon hedeflerini yukarı revize etmesi gerektiğini gösteriyor. Kurların tutulmasıyla matematiksel olarak enflasyonun düşeceği çok açık bir şekilde görülürken, programın revize edilmemesi halinde devalüasyon hedefi ile gerçekleşecek enflasyon arasındaki farkın büyümesi cari işlemler açığının artması ve ani devalüasyon riskini arttıracaktır. Bu nedenle hükümetin enflasyon hedefini revize etmesi ve enflasyonla devalüasyon arasındaki makasın planlanandan fazla açılmasına izin verilmemelidir.

Sonuç olarak genel piyasa yapısını kaotik ve yatak bulduğumuz borsanın, tüm gelişmelerin planlandığı gibi gitmesi durumunda kısa vadede 3,8 cent zirvesini aşarak 4,5-5 cent seviyesine yükselmesini bekliyoruz. Borsanın üç ay içerisinde tahmin ettiğimiz bu seviyelerine gelmesi halinde borsa yatırımcıları satış yapmalı. Ancak bu yükselişin geçtiğimiz rallide olduğu gibi tüm hisse senetlerinin talep görmesi biçiminde değil daha seçici ve dinlenerek olacağını düşünüyoruz. Yatırımcılara seçici davranmalarını, özelleştirmeleri yakın zamanda gerçekleştirilecek kamu sektörü hisselerinden uzak durmalarını, faizlerin düşmesinden en çok faydalanacak olan sanayi hisselerini ve GSM ihalelerine girecek veya teknoloji sektöründeki büyümeden faydalanacak olan şirket hisselerine yatırım yapmalarını tavsiye ediyoruz. □

# İnsan: Güç, Kaynak, Sermaye...

Akif VEZİR  
İNSAN KAYNAKLARI

İşletmelerde son yıllarda popülerite kazanan kavramlardan birisi de insan kaynakları. Bu kavram, geleneksel personel yönetimi faaliyetlerini, odağına insanı olan bir yaklaşımla geliştirilen ve genişleten bir işleve sahip. Her moda kavram gibi, bunun da bir dönem üzerinde ilgili ilgisiz herkesin konuştuğu bir şöhreti vardı. Hala da var, ama bu ilgi sanki şu sıralar durulmuş gibi görünüyor. Fakat bu, kavramın, ilginin arttığı dönemdeki öneminden bir şey kaybetmesi anlamına gelmiyor. İnsan kaynakları her zaman önemli olacak bir içeriğe ve niteliğe haiz; çünkü bizzat işletmenin öznesi ve hedefi olan insanla ilgileniyor. Kaldı ki, son dönemde bu konu içerisinde öne çıkan "Her yönetici aynı zamanda bir insan kaynakları yöneticisidir" şeklinde dillendirilen yaklaşım da bu kavramı sadece bir yönetici tipinin inhisarına değil, tüm yöneticilerin ilgi sahasına dahil ediyor ki bu da insan kaynaklarını tam da olması gereken yerde, işletmenin faaliyetlerinin merkezinde konuşturuyor.

İnsan kaynakları kavramı, çok önceleri, 20. yüzyılın ikinci çeyreği ile başlayan ve yönetimde insan ilişkilerini öne çıkaran akımlarla işletmelerin gündemine girmeye başladı. Personeli ifade etmek için insan

kaynakları kavramı ta 1950'li yıllarda kullanılmış ama çalışanların kaynak olarak ele alınıp yönetime katılmaları şeklindeki modern yaklaşım 1980'li yıllardan sonra benimsenmeye başlamıştı. Personel yönetimi ve insangücü kavramlarından insan kaynaklarına yönelme şeklindeki değişim bir kavram değişikliğinden öte, insan unsurunu işletmenin en önemli kaynağı olarak görme anlayışının ağırlık kazanması anlamına geliyor.

Bugün insan kaynakları kavramının yerine başka bir takım kavramların da kullanıldığı görülebiliyor. İnsan kabiliyetleri (değerleri) ve daha yaygın olarak

kullanılan insan sermayesi kavramları farklı adlandırmalara verilecek örnekler. Kaynak teriminin tüketilip bitirilen olumsuz bir anlam içerdiğini savunan insan sermayesi kavramı kullanıcılarına göre insan tüketildikçe biten bir kaynak değil aksine kullanıldıkça gelişen bir sermaye.

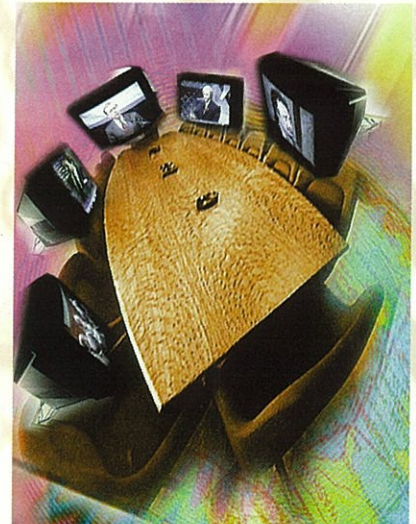
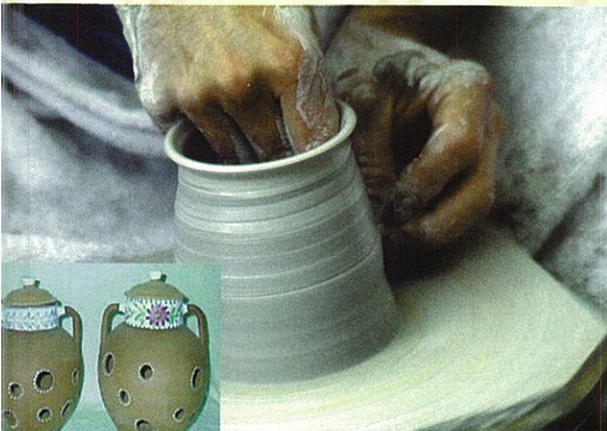
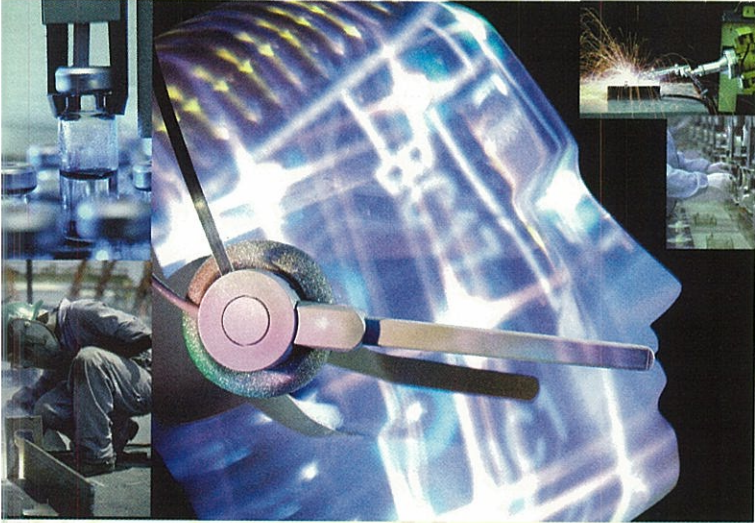
İşletmenin görünmeyen değerleri veya entelektüel sermaye ifadeleri de insan kaynakları kavramının yerine kullanılan diğer kavramlar. Teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan ve bilgiyi öne çıkaran eğilimlerin işletmelerin insan kaynağını daha da önemli hale getirdiğini ifade edenler çalışanların artık insan kaynakları olarak ifade edilemeyeceğini iddia ediyorlar. Charles Handy bunlardan birisi. Handy, bilgiyi elinde bulunduran insanların gelecekte gücü

de elinde bulunduracağını, bunun da insanı kaynak olarak görme eğilimini ortadan kaldıracığını söylüyor.

Aslında tüm kavram çeşitliliğine rağmen anlatılmak istenen bir işletmenin nitelik ve nicelik yönünden insan kaynağı potansiyelinin tümü. Dolayısıyla yeni kullanılmaya başlanan kavramlar önemsiz bazı anlayış farkları dışında 1970'li yıllardan itibaren işletmelerdeki insan unsuruna yönelik olarak gelişen farklı ve olumlu yaklaşımların tümünü içeren ve eş anlamlı olarak görülebilecek kavramlar olarak gözüküyor. Kavram değişikliklerinde en önemli etken hep insan. Değişen ise insanın nitelikleri ve faaliyetleri.

İşletmeler her geçen gün insan kaynaklarının önemini daha çok hissediyorlar ve insan odaklı yaklaşımlara daha çok yer veriyorlar. Bununla beraber ne yazık ki insan kaynakları yöneticilerinin kendi bölümlerinin de bir işe yaradığını ve maliyetlere olumlu katkıda bulunduğunu ispatlama gibi bir meşruiyet problemleri her zaman var. İnsan Kaynaklarının etkinliğinin Ölçülmesi adı altında ortaya çıkan çalışmalar da bu problemin giderilmesine yönelik olarak ortaya çıkıyor. Ama özellikle yaşadığımız dönemde değişimin öyünü ve hızını öngörmenin zorluğu ve çevreye uyumda esnekliğe daha fazla gereksinim duyulması gibi etkenler insan unsuru o kadar önemli hale getirdi ki insan kaynağına yönelik politikaları oluşturan bir bölümün verimliliğe katkısının olmayacağı çok zayıf bir ihtimal. Bununla beraber bu çalışmaların da artarak devam etmesi beklenebilir; çünkü insan kaynakları yöneticilerinin hala yapıp ettiklerinin de pekala karlı faaliyetler olduğunu anlatma gibi bir kadim meseleleri bulunuyor (!)

Sözün özü, insan kaynakları kavramının tüm anlam farklılıklarına rağmen temelde insanın önemine yaptığı vurgu değişmiyor. Değişmeyen bir nokta daha var: Tüm önemine rağmen insan kaynakları yöneticileri işletme yönetiminde hala layık olduğu konumda değil. Kimbilir, belki de bu, yöneticilerin "İnsan kaynakları, sadece insan kaynakları yöneticilerine bırakılacak kadar önemsiz bir işlev değil" anlayışından kaynaklanıyordur! □



S.Müjgân ATAR

## **SANAYİ**

(INDUSTRY);

Üretim-tüketim mallarının üretilmesi, hammaddelerin yarı mamül ve mamül madde haline getirilmesi için gerçekleştirilen iktisadi faaliyetler ile bu süreçte kullanılan araçlar bütününe sanayi denir. Sanayi, gelişmekte olan ülkelerde yoğunluk olarak düşük teknoloji ile yürütülürken gelişmiş ülkelerde otomasyon, mekanizasyon, uzmanlık ve ileri teknolojiye dayanmaktadır. Son 30 yıl boyunca sanayi faaliyetlerindeki temel eğilimler, elektronik ve mikro-elektronik teknolojilerin geliştirilmesi ve off-shore petrol endüstrisinin genişlemesi yönünde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde elektronik mallar ve bilgisayar üretiminde Japonya ve pasifik bölgesi ülkelerinin egemenliği görülmüştür.

## **SANAYİLEŞME**

(INDUSTRIALIZATION);

Sanayinin düzenli olarak gelişmesi, teknolojik düzeyin yükselmesi ve sanayi sektörünün ekonomideki ağırlığının artması sürecine sanayileşme denir.

## **SANAYİLEŞME POLİTİKASI**

(INDUSTRIALIZATION POLICY);

Bir ülkenin sanayileşmesinin hangi yöntemlerle ve nasıl gerçekleştirileceğinin kararlaştırılması ve sanayileşme sürecinde gözetilecek hedefler, araçlar ve önceliklerin belli bir düzen içinde belirlenmesi politikasıdır.

## **SANAYİ DEVRİMİ**

(INDUSTRIAL REVOLUTION);

Avrupa'da buhar makinasının icadı ve bunu tamamlayan diğer teknik buluşların öncülük ettiği makinalaşma süreci nedeniyle bireysel ve küçük ölçekli üretim yöntemleri terk edilerek büyük çapta kütleli üretime geçilmiştir. Teknolojinin egemen olduğu makine medeniyetine geçişin başlangıcı olan ve 18. yüzyılın ikinci yarısında İngiltere'de başlayıp kısa sürede Avrupa'ya yayılan üretim teknolojisindeki bu köklü dönüşüm hareketi sanayi devrimi olarak adlandırılmaktadır. Sanayi devrimi, siyasal gücün toprak sahiplerinden sanayi kapitalistlerine geçmesine ve şehirli bir işçi sınıfının doğmasına yol açmıştır.

## **SANAYİ KAPİTALİZMİ**

(INDUSTRIAL CAPITALISM);

19. yüzyıldan önce ticaret sektöründe yoğunlaşması nedeniyle ticari nitelik taşıyan sermaye, sanayi devrimi sonrası gelişen sanayileşme sürecinin hızlanmasıyla bu sektörde yoğunlaşmış ve kapitalist üretim ilişkilerinin ağırlığının ticaretten sanayiye kaymasına yol açmıştır. Bu nedenle, kapitalistleşme sürecinin ticari kapitalizm döneminden sonraki aşaması sanayi kapitalizmi olarak adlandırılmaktadır.

## **SANAYİ MERKANTİLİZMİ**

(INDUSTRIAL MERCANTILISM);

Altın, gümüş vb. değerli madenlerin bir ülkenin siyasal ve ekonomik gücünün başlıca kaynağı olduğunu ve ülkenin zenginleşmesi ve güçlenmesinin dış ticaret dengesinin fazla vermesine bağlı bulunduğunu, dolayısıyla, ihracatın teşvik edilerek ithalatın kısıtlanmasını, müdahaleci ve korumacı bir ekonomi politikası izlenmesi gerektiğini savunan iktisadi teoriye verilen addır. Bu teori, 16. ve 17. yüzyıllarda Avrupa'da feodalizmin çözüldüğü ve yerine mutlakiyete dayalı milli devletlerin kurulduğu dönemlerde etkili olmuştur. 16. yüzyıl başlarında dünyada coğrafi keşiflerin başlaması, uluslararası ticaretin artması, Avrupa'da yaşayan sosyo kültürel ve siyasal değişiklikler ile dönemin egemen iktisadi yapılanması olan merkantilizm birbirine paralel olarak gelişmiş; bir anlamda merkantilist öğretisi, dış dünyadan hammadde ve kıymetli madenler temin etme girişimleri şeklinde başlayıp sonraları çok daha kapsamlı boyutlara ulaşmış olan sömürgecilik sürecinin düşünsel zeminini hazırlamıştır. Merkantilizmin Fransa'da uygulanan biçimine Kolbertizm, Almanya ve Avusturya'da uygulanan biçimine Kameralizm. İngiltere ve İspanya'da uygulanan biçimine ise Bulyonizm denmektedir. Merkantilist dönem aynı zamanda sanayi kapitalizmini hazırlayan ticari kapitalizm dönemidir.

## **SANAYİ TOPLUMU**

(INDUSTRIAL SOCIETY);

Batı dünyasında, sanayileşme süreciyle birlikte ortaya çıkan ve giderek tüm dünyaya yayılan; ekonomisi sanayiye dayalı, milli bir devlete sahip, belirli ölçülerde kentleşmiş, geçim ekonomisi (üreticilerin üretimlerini pazar için değil kendi ihtiyaçları için yaptığı ekonomi) yerine pazar ekonomisinin egemen olduğu, nüfusun çoğunun okuma yazma bildiği toplum biçimidir.

## **SANAYİ SONRASI TOPLUM**

(POST INDUSTRIAL SOCIETY);

Bilginin üretim ve dolaşım hızıyla karar alma süreçlerindeki öneminin artması, bunun sonucu olarak uzmanlaşmanın ön plana çıkması, mal üretiminden ziyade bilgi üretimi, bunun pazarlanması ve hizmet sektörünün egemen hale gelmesi ile karakterize edilebilecek toplumsal örgütlenme biçimidir.

## **ENDÜSTRİYEL DEMOKRASİ**

(INDUSTRIAL DEMOCRACY);

Fabrika, büro vb. işyerlerinde çalışanlara ve firmayla irtibatlı diğer gruplara, firmanın yatırımı ve faaliyetleri hakkındaki kararların alınması sürecine önemli ölçüde katılma hakkı verilmesini öngören yönetim anlayışıdır.

*Doç. Dr. Yavuz ATAR*

## **DANIŞTAY KARARI**

### **GELİR VE KURUMLAR VERGİSİNDE YATIRIM İNDİRİMİ**

Yatırım indiriminden yararlanabilmek için yatırımların sadece yatırımcının mülkiyetinde bulunan taşınmazlar üzerinde yapılmasına gerek olmayıp, kiralanmış bir fabrikada yapılan yatırım harcamaları da yatırım indiriminden yararlanabilir. [Dn. 4.D. E. 1997/4477, K. 1998/4146, K.T. 13.11.1998]

## **DANIŞTAY KARARI**

### **ÖRTÜLÜ KAZANÇ DAĞITIMI**

Şirket ortaklarına karşılıksız olarak verilen büyük miktarlardaki ödünç paraların büyük bir kısmının uzun bir süre ortakların zimmetinde kalması durumunda şirketin örtülü kazanç dağıtımını yaptığı kabul edilmesi gerekir. [Dn. 3.D. E. 1997/4123, K. 1998/3317, K.T. 13.11.1998]

## **DANIŞTAY KARARI**

### **EMSAL BEDEL TESBİTİ SURETİYLE TARHİYAT**

Karşıt inceleme ve araştırma yapılmadan dayanaksız takdir komisyonu kararıyla emsal bedel tesbiti suretiyle yapılan tarhiyatta hukuka uygunluk bulunmamaktadır. [Dn. V.D.D.G.K- E 1997/62, K. 1998/272, K.T. 23.10.1998]

## **DANIŞTAY KARARI**

### **ATIK SU BEDELİ**

Atık su bedeli 1.1.1994 tarihinden itibaren çevre temizlik vergisinin kapsamına alındığından bu bedel ve dayanağı tarifenin iptali istemiyle açılan davanın vergi mahkemesince karara bağlanması gerekir. [Dn. V.D.D.G.K.-E 1997/406, K. 1998/283, K.T. 23.10.1998]

## **YARGITAY KARARI**

### **EVRAKTA SAHTEKÂRLIK - DOLANDIRICILIK**

1- Sanık hakkında, gerçek kişiler adına düzenlediği sahte bonolardan, kişi sayısınca, Türk Ceza Kanununun 342/1. maddesi gereğince, hayali kişiler adına düzenlediği sahte bonolar nedeniyle de belge adedine göre, T.C.K.nun 342/1 ve 80. maddeleri ile uygulama yapılması gerekir. 2- Sanığın, çalışmış olduğu şirkete ait malların satışı sonucu aldığı paraları şirkete teslim etmeyip bunun yerine sahte bonolar ibraz etmekten ibaret eylemi. T.C.K.nun 510 ve 80. maddelerinde yazılı suç oluşturur. [Yargıtay 6. Ceza D-E 1999/7838, K. 1999/7657, K.T. 20.12.1999]

## **YARGITAY KARARI**

### **MARKA OLMAYACAK SÖZCÜKLER**

Ülkemizdeki şehir, bölge veya maruf mahal isimlerinin, tek bir sözcük olarak bir kişi lehine marka olarak tesciline olanak tanımak, bu isimlerin bundan böyle başkaları tarafından markalarda kullanılmaması sonucunu doğuracağından, davacının sadece "Pendik" sözcüğünün adına marka olarak tescilini içeren talebinin kabulü mümkün değildir. [Yargıtay 11. Hukuk D-E 1999/5790, K. 1999/9590, K.T. 26.11.1999]

## **YARGITAY KARARI**

### **MANEVİ TAZMİNAT-KİŞİLİK HAKLARINA SALDIRI**

1- Manevi Tazminat miktarını etkileyebilecek özel durum ve şartlar her olaya göre değişebileceğinden, hakim bu konuda takdir hakkını kullanırken adil ve objektif ölçüler içinde hareket etmeli ve manevi tazminat miktarında etkili olan nedenleri kararında belirtmelidir. 2- Kişilik hakları, çalışma özgürlüğünün kısıtlanması suretiyle saldırıya uğrayan davacıların manevi tazminat talep etme hakları vardır. [Yargıtay 4.D-E 1999/8861, K.1999/11038, K.T. 13.12.1999]



## Oda seçimleri yapıldı

*Odamızı 21. yüzyıla taşıyacak Yöneticilerimiz, 27 Kasım 1999 tarihinde başlayıp 14 Aralık 1999 tarihinde biten seçimler sonucunda belirlendi.*

**O**damız, Kasım-Aralık 1999'da yapılan seç imlerle 2000'li yılların Meclis ve yönetim kadrolarını belirledi. Büyük bir sağduyu ve demokrasi ortamında gerçekleşen seçimlerde Kerim ÖZKUL Meclis Başkanlığına, Hasan ANĞI'da Yönetim Kurulu Başkanlığına seçildi. Hergün gelişen sanayisi ile bir sanayi şehri olan Konya'nın Meslek Kuruluşu olan Odamız Kasım-Aralık 1999 ayları içerisinde seçim heyecanı yaşadı. 1974 yılında kurulan Odamız 25. yılında Milenyum çağının yöneticilerini seçti. 27 Kasım 1999 Cumartesi günü Odamız binasında üyelerimizin % 85'inin iştirakiyle 11 Meslek Grubunda seçimler yapıldı. Meslek Komitesi seçimlerinin ardından 3

Aralık 1999 Cuma günü Odamız Konferans Salonunda Meclis üyeleri seçimi yapıldı. Bu seçimde de 11 Meslek komitesinden ikişer temsilci olmak üzere toplam 22 kişilik Konya Sanayi Odası Meclisi belirlendi. Yüzde 75 oranında yenilenen Meclisimiz şu üyelerden oluştu. Ahmet Şekeroğlu, Murat Koyuncu, Mustafa Yılmaz, A.Recai Büyükbayram, Mehmet Kılıç, A.Rıfat Hekimoğlu, Ali Rıza Ölmez, Z.Abidin Şimşek, Rahim Yaman, Hüseyin Tosunoğlu, Süleyman Temizci, Osman Eser, Kerim Özkul, Süleyman Kürkçü, Hasan Anđı, Abidin Taşkazan, Nurettin Öztekin, Mehmet Duman, Tahir Şahin, Mehmet Ali Korkmaz, Mustafa Fil ve Mehmet Çolak. Seçim maratonu 9 Aralık 1999 perşembe günü

yapılan Meclis Başkan ve Başkan Vekilleri, Yönetim Kurulu Üyeleri ve TOBB Genel Kurul Delegeleri seçimleriyle devam etti. Meclis Başkanlığına Kerim Özkul seçilirken Başkan Vekilliklerine ise Tahir Şahin ve Ali Rıza Ölmez seçildiler. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Genel kurul Delegeliğine de Kerim Özkul, Hasan Anđı ve Ahmet Şekeroğlu getirildi. Odamız 2000'li yıllara taşıyacak yeni Yönetim Kurulunun Hasan Anđı Yönetim Kurulu Başkanlık görevini üstülenirken, Ahmet Şekeroğlu ve Mehmet Ali Korkmaz Yönetim Kurulu Başkan Vekilliklerine, Mehmet Çolak Muhasip üyeliğe, Mustafa Yılmaz, Rahim Yaman ve Süleyman Kürkçü'de Yönetim Kurulu Üyeliğine getirildi.

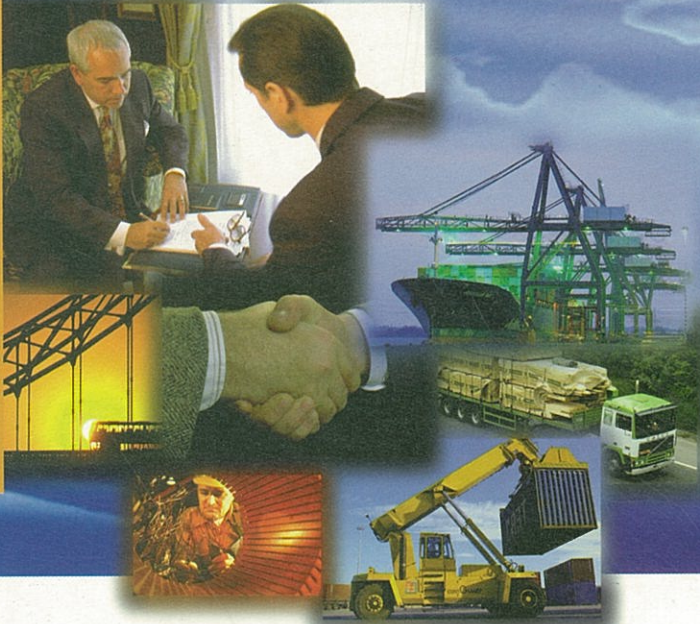




# ALBARAKA TÜRK

Yatırımlarınız  
Albaraka Leasing'le  
bereketlensin

FON KULLANMA



## LEASING

ÜRETİM DESTEĞİ  
KÂR/ZARAR ORTAKLIĞI  
EMEK/SERMAYE ORTAKLIĞI  
FİNANSAL KİRALAMA (LEASING)





**ÇELİK KAPI**

**Sevgiyle açılır, güvenle kapanır**



**KALİTE, GÜVEN, ESTETİK DİZAYN, ERGONOMİ;**



**ÜRÜNLERİMİZ 1 YIL "GERÇEK" GARANTİLİDİR**



Adana - Ereğli Yolu 10. Km. KONYA • Tel: 0.332 355 62 00 (pbx) • Faks: 0.332 355 62 08 • www.enskapi.com • e-mail: info@enskapi.com  
Nalçacı Showroom: 0.332 233 98 82-233 94 86 • Vatan Showroom: 0.332 321 18 27 • Cumhuriyet Showroom: 0.332 251 28 86