

# banka ve EKONOMİK yorumlar

AYLIK DERGİ • MAYIS 1989 • YIL : 26 • SAYI : 5 • 2000 LİRA (KDV DAHİL)

Okurlara Mektup / 3

Ekonomik Göstergeler (İç) / 4

AÇIK OTURUM / 5

**Prof. Dr. Emre Kongar**

**Dr. Nezih H. Neyzi**

**Bulent H. Tanla**

**Tunc Tayanc**

**Dr. Sezgin Tüzün**

Sermaye Piyasası / 31

**Yrd. Doç. Dr. Mehmet Bolak**

Baker Planı'ndan Brady

Planı'na: Borç Krizine

Yeni Alternatif / 37

**Yrd. Doç. Dr. Suat Oktar**

Dış Basından / 43

**Doc. Dr. Nilsen Altıntaş**

Ekonomik Göstergeler (Dış) / 46

Ayın Ekonomik Olayları / 47

**Dr. Yıldırım Kılıç**

Avrupa Topluluğu'nun Ortak

Tarım Politikasının

Yönleri / 53

**Havva Tunc**

Yeni Yayınlar / 63

**Necdet Durakbaşı**

KAMUOYU  
ARASTIRMALARI  
Nedir? Ne değildir?

# ÇELİK HALAT

EN BÜYÜK ÜRETİCİ  
OLMANIN  
SORUMLULUĞUNU  
TAŞIYOR.



ÇOKDEMETLİ HALAT  
MONOTORON  
ÖNGERİLİMLİ BETON TELİ  
YAYLIK TEL  
GALVANİZLİ TEL ve  
LASTİK TELİ

Öncü oluşumuzu bize duyduğunuz güvene borçluyuz.

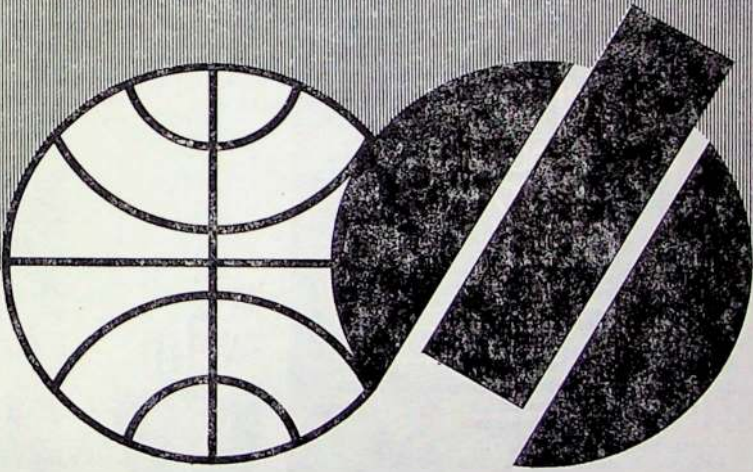


ÇELİK HALAT  
ve  
TEL SANAYİİ A.Ş.

Kabalaş, Setüsü No:27 80040-Istanbul

Tel: (1) 152 45 00 (4 hat) Tlx: 24230 ceha tr Fax: (1) 149 89 22

# DÜNYANIN TANIDIĞI TÜRK BANKASI DIŞBANK



Modern bankacılık yönetimi,  
çağdaş bankacılık sistemleri,  
dünya ticaret ve finans merkezleriyle  
kurulmuş güçlü işbirliği...

Dış ticaretiniz, dış bankacılık  
işlemlerinizi ve tasarruflarınız için..

Yarının olanaklarından bugün  
yararlanın



## DIŞBANK

BANKACILIKTA ENERJİ

Mücan/Ogilvy

Genel Müdürlük . Yıldız Posta Cad. 54 80280 Gayrettepe - İstanbul P.K. 131 80692 Beşiktaş - İstanbul  
Teletraf : Dişbankum - İstanbul Telex : 27992 tdib tr - 27951 disp tr Teletex : (18) 938007 disc tr Telefax : 172 52 78-79  
Telefon : 174 42 80 (20 Hat) 175 40 25 (10 Hat) 172 52 93 (7 Hat)

# Selin<sup>®</sup>

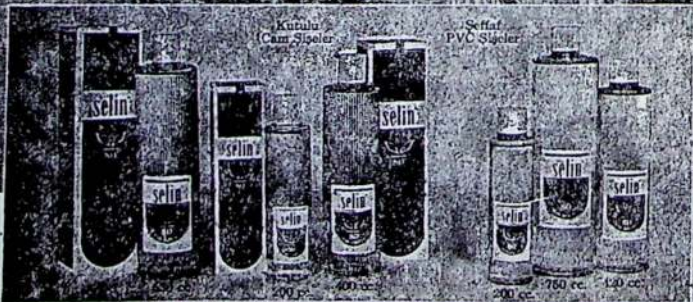
LİMON KOLONYASI



*Doğanın  
Saf Damlası*

Bir yaşantı düşleyim - Serinlik ormanında  
Kolların pınarında -  
Doğanın kaynağında.

Selin'in her damlasında  
bir doğa parçası gizlidir.



# banka ve ekonomik yorumlar

Aylık Dergi

Ekonomik ve Sosyal Yayınlar A.Ş.  
Adına İmtiyaz Sahibi

KEMAL KURDAŞ

Yazı İşleri Müdürü

DR. ÖZTİN AKGÜÇ

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Asaf Savaş Akat • Prof. Dr. Erdoğan Alkin • Dr. Orhan Altan • Prof. Dr. Osman Fikret Arkan • Prof. Dr. Mustafa A. Aysan • Dr. Metin Berk • Prof. Dr. Unal Bozkurt • Prof. Dr. Kenan Bulutoglu • Prof. Dr. Nusuhi Bursal • Ege Cansen • Haluk Ceyhan • Prof. Dr. Latif Çakacı • Mehmet Gün Çalika • Şinasi Çelikkol • Özer U. Çiller • Bülend Çorapçı • Ahmet Demirel • Zeki Döşlüoğlu • Necdet Durakhaşa • A. Aydın Dünder • Kaya Erdem • Tarhan Erdem • Oktay Ersoy • Prof. Dr. Cunnhur Ferhan • Prof. Dr. Atilla Gönelli • Prof. Dr. Emre Gönensay • Prof. Dr. Zeyyat Hatiboğlu • Erhan Işıl • Prof. Dr. Haluk A. Kabaaloğlu • Prof. Dr. Müh. Kemal Kafalı • Adnan Başer Kafaoglu • Y. Doç. Dr. Ahmet S. Kalın • A. Nazif Keyman • Prof. Dr. Yıldırım Kılıç • Prof. Dr. Tamer Koçel • Prof. Dr. Kemal Kurtuluş • Nuh Kuşçulu • Prof. Dr. Erol Manisalı • Prof. Dr. Orhan Morçil • Prof. Dr. Erdoğan Moroğlu • Ziya Nebioğlu • Ergin Neng • Rahmi Onen • Prof. Dr. İsmail Özanslan • M. Celalettin Özgen • Ertan Özgür • Tuncay Özilhan • Selâhattin Özmen • Prof. Dr. Ergun Özsunay • Doç. Dr. Merih Paya • Prof. Dr. Reha Poroy • Prof. Dr. Dündar Sağlam • Halit Soydan • Prof. Dr. Mehmet Şükür Tekbaş • Osman N. Torun • Prof. Dr. Kemal Tosun • Fikret M. Tuncer • Nezir Tunçşiper • Prof. Dr. Gül G. Turan • Doç. Dr. Şeref Türen • Doç. Dr. T. Güngör • Uras • İbrahim Ülkem • Dr. Cüneyt Ülsever • A. Doğan Yalın • Y. Doç. Dr. Güksel Yücel • Doç. Dr. Ahmet Yüksel

Basım-Yayım Danışmanı

M. Tarık Yaşa

## OKURLARA MEKTUP

Sevgili Okurlarımız,

Bu sayıda yer alan «Açık Oturum'da, güncel bir konu olan «Kamuoyu Araştırmaları» üzerinde durulmaktadır. Toplantının yöneticisi ve konuşmacıları, konunun değerli uzmanlarıdır. Bu nedenle, konuyu tartışırken, «Kamuoyu araştırmaları nedir ne değildir?» sorusunu çok yönlü ve ayrıntılı biçimde cevaplandırmaktadırlar.

Ülkemizde kamuoyu araştırmaları, 1983 seçimlerinden sonra, özellikle gazetelerin bu alana ilgi duymalarıyla yaygınlaşmış gelişmiştir. Birbirini izleyen referandum ve seçimler, gazeteleri, sonuçları önceden kestirmek ve okurlarına güvenilir bilgiler ulaştırmak açısından bir araç olarak kamuoyu araştırmalarından yararlanmaya yöneltmiştir. Ancak, bir konuşmacının da belirttiği gibi; «artık kamuoyu araştırmaları, sadece seçim ölçümleriyle sınırlanmış, sınırlı kalan çalışmaları olmayıp, «kamuoyunun ilgilendiği birçok değişik konuda yapılan çalışmalarla gelişen bir uğraş alanına dönüşmektedir.» Bu gelişmenin diğer bir sonucu ise, ülkemizde kamuoyu araştırmaları yapan bağımsız kuruluşların sayısının artmasıdır.

Diğer bir konuşmacının ifade ettiği gibi; «örnekleme dayalı araştırmalar, temsili bir küçük grubun eğilimlerini ölçme yoluyla, hakkındaki bilgi edinmek istediğimiz büyük grubun niteliklerinin belirlenmesidir.» «Kamuoyu araştırmaları demokrasinin bir kurumudur; ayrılmaz, vazgeçilmez, kıstılanamaz ve sınırlanamaz bir parçasıdır.» Bununla beraber, gerçekte ağırbaşlı ve sistimli bir çalışma isteyen, olumlu sonuçlar alabilmek için önemli miktarlarda harcama yapılmasını gerektiren kamuoyu araştırmaları; bazı dersizlerin ve kapaççıların elinde, yönlenden sapırılabilir ve sırasında toplum için tehlikeli bir araç haline gelebilir.

Öte yandan, Dergi'de sunulan diğer yazıların da, her zaman olduğu gibi ilginizi çekeceğini umuyoruz. Bu araçta «Baker Planı'ndan Brady Planı'na» Borç Krizine Yeni Alternatif» başlıklı yazıyı okumanızı özellikle tavsiye ederiz.

Saygılarımızla,

AYLIK DERGİ MAYIS 1989 YIL : 26 SAYI : 5 2000 LİRA (KDV DAHİL)

İDARE YERİ : Bımbırdirek Mahallesi, Suterazı Sokak No. 6 Kat 2; Sultanahmet - İstanbul • TELEFON : 526 34 11 • YAZIŞMA : P.K. 769; Karaköy - İstanbul • AÇIKLAMA : Dergi'de çıkan yazılar kaynak göstermek koşuluyla alınabilir • KDV DAHİL YILLIK ABONE : 24.000.— TL; ÖĞRENCİLERE : 12.000.— TL. • İLAN FİYATLARI : Arka Kapak 500.000.— TL, Ön Kapak içi 300.000.— TL, Arka Kapak içi 250.000.— TL, Tam Sayfa (Ekonomik Yorumlar bölümü öncesi ve içi) 200.000.— TL, Tam Sayfa 175.000.— TL, Yarım Sayfa 100.000.— TL, Çeyrek Sayfa 50.000.— TL, Renk Farkı 100.000 TL. • NOT : İlan fiyatlarına % 10 oranında KDV ilave edilecektir. • BANKA HESAP NUMARALARI (İstanbul): Akbank Türbe Şubesi 443, İş Bankası Türbe Şubesi 15410, Ziraat Bankası Beyoğlu Şubesi 768 • DIZGI - TERTİP - BASKI : Mct/Er Matbaası • Telefon : 528 28 90 • CİLT : ŞEMA, Telefon : 556 31 09 • BASKI TARİHİ : 26 Mayıs 1989 • SAYISI : 6000

# ekonomik göstergeler

	1986	1987	1988	1989	
				Ocak	Şubat
<b>T.C. MERKEZ BANKASI</b>					
Döviz ve Altın Mevcudu (milyon \$)	3545.7	2998.5	3689.3	3674.6	3878.7
Banknot Miktarı (milyar TL.)	2021.1	3018.3	4485.1	4329.5	4676.2
T.C. Merkez Bankası Kredileri (milyar TL.)	1828.0	3438.7	5142.3	5125.8	5238.4
Hazineye Kısa Vadeli Avans (milyar TL.)	1051.5	1406.6	2081.9	2247.2	2305.4
<b>BANKALAR (milyar TL.)</b>					
<b>Toplam Mevduat</b>	<b>13235.3</b>	<b>18565.1</b>	<b>28540.4</b>		
Ticari Kuruluşlar Mevduatı	3192.3	5179.0	6574.0		
Tasarruf Mevduatı	5752.6	6929.2	12683.5		
Vadesiz Tasarruf Mevduatı	889.5	1512.1	1888.1		
Vadeli Tasarruf Mevduatı	4863.1	5417.1	10795.4		
Mevduat Sertifikası	787.7	1392.1	1263.8		
Resmi Kuruluş Mevduatı	1325.3	2237.3	1775.1		
Bankalar Mevduatı	1654.3	2035.8	2785.5		
Diğer Kuruluşlar Mevduatı	523.2	791.6	3458.6		
Döviz Tevdiatı	2592.5	5598.1	9438.4		
<b>Toplam Krediler</b>	<b>11517.2</b>	<b>18709.6</b>	<b>26530.6</b>		
Tarım	1773.2	2758.6	4478.3		
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	1491.6	2312.7	3941.4		
Mesleki (Küçük Esnaf ve Sanatkâr)	431.9	686.1	929.2		
Gayrimenkul (İpotek Karşılığı)	791.7	1539.1	2150.4		
Denizcilik	58.6	59.7	79.3		
Ticari, Sınai, Sair	6970.1	11353.1	14951.4		
<b>PARA ARZI (milyar TL.)</b>	<b>4361.8</b>	<b>6593.0</b>	<b>11243.3</b>	<b>9377.2</b>	
<b>FİYATLAR (DİE Toptan Eşya 1981 = 100, Tüketici 1978 — 1979 = 100)</b>					
Toptan Eşya Fiyatları İndeksi (Genel)	504.7	751.9	1274.2	1372.7	1442.9
Tarım (Genel)	446.3	654.0	1073.9	1175.6	1320.9
İmalat Sanayii (Genel)	509.4	755.0	1345.5	1432.9	1470.2
Tüketici Fiyatları (Türkiye)	1561.0	2767.2	4848.3	5112.8	5334.4
Tüketici Fiyatları (İstanbul)	1765.7	3194.4	5636.8	5914.3	6127.9
<b>DIŞ ÖDEMELER (milyon \$)</b>					
Dışalım (CIF)	11104.8	14163.1	14339.7	1063.2	2108.2
Dışsatım (FOB)	7456.7	10190.0	11662.1	771.6	1724.6
İşçi Dövizleri	1633.0	2021.0	1755.0	157.0	354.0

**Notlar :** (1) TCMB altın ve döviz mevcuduna, altın stokunun yeniden değerlendirilmesinden doğan değer artışları dahildir. (2) TCMB kredilerine, borç tahkimleri (konsolide edilen krediler) dahil değildir. (3) Sosyal güvenlik kurumları mevduatı, Ekim 1988'den itibaren, Resmî Kuruluşlar Mevduatı'ndan Diğer Kuruluşlar Mevduatı grubuna alınmıştır. (4) Banka kredilerine, Türkiye İhracat Kredi Bankası (Eximbank, eski DYB) kredileri dahildir. (5) Para arzı (M<sub>1</sub>) dar tanımlıdır. (6) Dışalım rakamlarına altın dışalımını da dahildir.

# AÇIK OTURUM

## KAMUOYU ARAŞTIRMALARI

NEDİR?

NE DEĞİLDİR?

### KATILANLAR :

- **Prof. Dr. Emre KONGAR**

KAMAR Kamuoyu  
Araştırma A.Ş.  
Yönetim Kurulu Başkanı

- **Bülent H. TANLA**

SİAR Sosyal İktisadi  
Araştırmalar Ltd. Şti.  
Kurucusu

- **Tunç TAYANÇ**

ESDA Ekonomik ve  
Sosyal Dokümantasyon  
ve Araştırma A.Ş.  
Yönetim Kurulu Başkanı

- **Dr. Sezgin TÜZÜN**

VERİ ARAŞTIRMA  
Danışmanlık Eğitim ve  
Yayıncılık Ticaret A.Ş.  
Yönetim Kurulu Başkanı

### YÖNETEN :

- **Dr. Nezh H. NEYZİ**

PEVA Ltd. Şti.  
Yönetim Kurulu Başkanı :  
Pazarlama ve Kamuoyu  
Araştırmaları Derneği  
Başkanı

## Birinci Tur :

**NEYZİ** — Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmaları Derneği Başkanı olarak hepimize hoş geldiniz demek isterim. Derneğimiz Avrupa Kamuoyu ve Pazar Araştırmacıları Birliği (ESOMAR) ile yakın temastadır. Bugünkü toplantımızda yalnız kamuoyu araştırmalarını tartışacağız. Belediye seçimlerinin yaklaştığı şu günlerde kamuoyu

araştırmaları giderek önem kazanıyor. Genel seçimler olmamakla beraber, genel politika bakımından bence bu seçimler de «endikatif» olacak. Senelerdir pazar araştırmaları yapıyoruz. Onlar, mahrem oldukları için pek açıklanmaz, duyulmaz. Fakat son 4-5 senedir, kamuoyu araştırmaları başladıktan sonra bu konu daha bir tartışılır oldu. Şöyle bir tarihçesine bakacak olursak, kamuoyu araştırmaları başladıktan sonra gazetelerin bu ko-

nuya ilgileri arttı. İşte Hürriyet KAMAR'ı, Milliyet KONDA'yı, Cumhuriyet VERİ'yi kurdu. Başlangıçta Sabah ve Günaydın SİAR ile çalıştılar.

**KONGAR** — Efendim affedersiniz, bir düzeltme yapacağım. Hürriyet kurmadı KAMAR'ı, Hürriyet ortağımız değil. Sadece centilmenlik anlaşması var aramızda.

**TÜZÜN** — VERİ ARAŞTIRMA da benim tarafımdan kurulmuş bağımsız bir araştırma kuruluşudur. Cumhuriyet gazetesi ile ilişkisi, gazete olarak yalnızca Cumhuriyet'e hizmet vermemizden geliyor.

**NEYZİ** — Bu açıklamalardan sonra suraya gelmek istiyorum: Giderek kamuoyu araştırmaları yaygınlaştı. Gerçekte kamuoyu araştırmaları liberal rejimin bir sonucu. Kamuoyu araştırmaları için imkânlar şimdi daha geniş. Daha evvel askeri yönetimler, sıkıyönetimler ve benzeri nedenlerle imkân bulamıyorduk kamuoyu araştırması yapmaya. İzin almak gerekiyordu. Ticari anket yapmak için bile izin almanın gerektiği zamanlar oldu. Ona rağmen biz bazı kamuoyu anketleri yapabiliyorduk. Ancak çalışmayı çabucak yapıyor, işi hemen bitiriyor ve pivasada gözükmüyorduk. O zamanlar Vali olan Sayın Nevzat Ayaz'ı ziyaret eder, araştırmamızı bildirir, böylece çalışırdık. Kamuoyu araştırmaları bu şekilde yapılırdı, yarı gizli olurdu. Neşredilmezdi gazetelerde. Neşredilirse, kötü sonuçları olabilirdi. Bugün geline nokta büyük bir aşamadır. Şimdi arkadaşlardan görüşlerini rica edeceğim. Biliyorum ki hepimiz bu işin içinde bulunan araştırmacılarıyız. Buyurun Sayın Tanla.

**TANLA** — Ben öncelikle sizin açış konuşmasında değindiğiniz noktaları esas alarak birkaç şey söylemek istiyorum. Bizlerin Avrupa'da bağlı bu-

lunduğu kuruluş ESOMAR'dır. Dolayısıyla güzel bir başlangıç yaptınız. Ben Sayın Neyzi ile PEVA'da çalışmaya başladım, piyasa araştırmaları yaptım. 1969-1989 yılları arasında. 1977 seçimlerinde Türkiye'de ilk kamuoyu araştırmasını Politika gazetesine yaptık, daha sonra Tercüman gazetesine yaptığımız bir araştırmada Cumhuriyet Halk Partisi'nin oylarını % 42.17 şeklinde, binde 3 gibi çok küçük bir hata payı ile ölçebilmeyi başardık. Ancak ifade ettiğiniz gibi o zaman bu tür kamuoyu araştırmaları ilgi çekmedi. Siyasetin daha yoğun, politikacıların daha bilgili ve tutarlı, toplumun da politikayı daha ölçülebilir mekanizmalar ile kontrol edebildiği bir ortamda, bir anlamda politikanın temiz olduğu bir dönemde yapıldığından, bu araştırmalar etkili olmadı. Bu etkisizlik yayımlanma biçimi ve yayınlandıkları gazetelerin çok fazla etkinlik alanları olmamasına ve tirajlarının düşüklüğüne de bağlanabilir. Daha sonra 1983 yılında, yeni partilerin kurulmasının ardından Milliyet gazetesi için, 1983 Kasım ayında yapılacak olan seçimlerle ilgili araştırmalar yapmaya başladık. Bunun yanında Nokta Dergisi için popülerite araştırmaları gerçekleştirdik. Hatırlarsınız, liderlerin imajları, açık oturumlar, televizyon toplantıları gibi konularla ilgili birtakım sonuçlar açıkladık ve bunlar yoğun bir şekilde ilgi görmeye başladı. Bu araştırmaların hemen ardından liderlerin imajı ve kamuoyu araştırmaları yapmaya başladık; ancak o dönemde Konya bölgesinde yaşanan tahlihsiz bir olav nedeniyle bu araştırmalara belli bir süre ara vermek zorunda bırakıldık.

Daha sonra propaganda ve seçim dönemlerinde, sıkıyönetimin daha rahatlatıcı kararlarından da yararlanarak, Milliyet gazetesi için araştırmalara yeniden başladık. O



dönemde bütün Türkiye'nin seçimi kazanacağını düşündüğü MDP yerine Anavatan Partisi'nin 1983 seçimlerinden birinci parti olarak çıkacağını son yayınıımızın durdurulmasına rağmen altı hafta evvelinden tespit ettik ve bunun yükselen tirmanışlarını ve trendlerini göstererek kamuoyu araştırmalarının güvenilirdir çok çalışma alanı ve ölçüm tekniği olduğunu kamuoyuna kanıtladık.

Aynı dönemde Sayın Kongar yönetimindeki -o zaman Hürriyet gazetesi bünyesinde olan- araştırma grubu da 1983 seçimleriyle ilgili, bizim bulgularımızı pekiştiren çok başarılı ölçümler yaptı ve bu sonuçlar araştırma kuruluşlarını bir anda gazetelerin ilgi odağı haline getirdi; tabii bu çalışmaları ve sonuçlarını bütün kamuoyu izledi, sonuçta belli kamuoyunda belli bir güven oluştu.

Burada numune veya örnek diye ifade ettiğimiz bir konu var 1969'dan bu yana piyasa araştırmasının, sonuçları ölçülemediği için sadece araştırmayı yapan kuruluş ile yaptırılan firma arasında gizlilik içinde cereyan eden bir çalışma halinde kalmasından her zaman rahatsız oldum. Bir araştırma kuruluşu, herhangi bir firma için bir araştırma yaptığı zaman sonuçları en azından demontolojik kurallar çerçevesinde, o firma için iyi veya kötü sonuçlarının dahi mülaka kamuoyuna açıklanması veya iş dünyasına yansıtılması gerekir. Örneğin bir araştırma şirketi A petrol şirketine bir araştırma yaptı, ya da B gazetesine bir araştırma yaptı. Gazetenin satışları bu araştırmaların sonucunda geliştirilen politikalar nedeniyle düştü, ya da arttı denildiğinde, hem araştırmalara duyulan saygının artması sağlanır, hem de bunlar için geniş pazar payları ve ilgi alanları oluşturulabilir. 1983 seçimlerinde PİAR kamuoyu araştırmalarında cesaretle ortaya çıkarak kamuoyuna so-

nuçların ölçülebilmesi gerektiği mesajını verdi.

Bu piyasanın yavaş gelişmesinin bence önemli nedenlerinden biri de araştırmaların sonuçlarının kullanıcılar tarafından somut biçimde görülememesi olmalıdır. Tabii bazı firmalar özellikle yabancı orijinli olanlar, bunların sonuçlarını merkezlerinden aktardıkları için çok rahat bilebilmekte ve görüşlerini, objektiflerini araştırmayı yaptıran şirkete yansıtılmakta ve ne istediklerini bilmektedirler. Buna karşın yerli kuruluşlar bu bilgilere sahip olamadıklarından, araştırmalardan çıkacak sonuçların ne olacağını da önceden kestiremedikleri için, bu pazara ilgi gösterip bir talepte bulunmamışlardır. Dolayısıyla 1983 yılından sonra Türk araştırma pazarındaki önemli gelişmeyi, seçim sonuçlarında elde edilen başarılı çalışmalara ve bu sonuçların kamuoyunda izlenmesine bağlıyoruz. Bunu kendi firmalarımızın, en azından PİAR ve SİAR'ın, ulaştığı iş hacmi ve cirolardan izlemek durumundayım.

Şunu söylemek istiyorum: Örneğin önemi, tekniklerin önemi Türkiye'de zaten yeteri kadar tartışıldı. Bunun için gerekli olan bilincin bulunduğu görüşündeyim. Birtakım gerekli yayınlarla da bu bilincin artması ve gelişmesi için çalışmalar yapıyoruz; diğer araştırmacı arkadaşlarımızın da bu çabayı gösterdiklerine inanıyorum. Şimdi bu noktada seçim araştırmalarının, seçim ölçümlerinin veya kamuoyu araştırmalarının kamuoyu tarafından ölçülebilir nitelikte olması, yani seçimlerin belli bir dönemde yapılması ve sonuçların hemen görülmesi; araştırmalara olan ilgi ve güveni arttırmıştır. Bunu da ben araştırmaların açıklığına, yani bunların yayını ve ölçülebilmesi konusuna bağlıyorum. Şunu da ifade etmek isterim: Bizim ve diğer meslektaşlarımızın ölçümleriyle ilgili çalışmalarından her

zaman çok ters ve yanlış sonuçlar çıkma ihtimali yüksektir. Bu, artık Türkiye'de araştırmalara olan inancı ve güvenci sarsmamalıdır. Belli bir yoğunluk kazanan araştırma taleplerini daha iyi gerçekleştirebilecek düzenlemelerle desteklenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bugün Türkiye'de yapılmakta olan ve yapılacak araştırmaların önemli bir kısmı, yayınlanmalı, sonuçları ölçülebilir. Hatta ticari araştırmaların dahi, gizlilik çerçevesi içinde kalmakla birlikte, sonuçlarının bunu uygulayan firmalar için verimli olup olmadığı en azından makalelerle, bilimsel toplantılarla, isim ve ayrıntı verilmeden, Batı'da vakaları önemli bir kısmı, dergilerde ortaya konulduğu gibi, açıklanmasında yarar görüyorum. Bunların açıklanması hem araştırmacıların bu konuda biraz daha açıklayıcı bilgileri piyasa içinden almalarını, hem de sektördeki gelişmeleri yakından takip etmiş olmalarını sağlayacaktır.

Sayın Neyzi'nin açık konuşmasının da ifade ettiği gibi araştırma kuruluşları gazetelerle birlikte anılmaya başlandı, burada bir araştırmacı olarak Sayın Neyzi de yanlışla düştü; Hürriyet'in kurduğu KAMAR, Cumhuriyet'in kurduğu VERİ, Milliyet'in kurduğu KONDA dediler. Aslında bir rekabet ortamı oluştu, bir gazetenin yaptığını diğer gazetenin hemen izlemesi ve gecikmemiş olmak için haber atılmamak ilkesinin uzantısı olarak gazetelerin her birinin bir araştırma şirketi ile çalışması ihtiyacı doğdu. Bu ihtiyacın duyulmuş olması, gazetenin bir araştırma kuruluşu ile anlaşması zorunluluğunu getirdi, dolayısıyla KONDA, KAMAR ve VERİ başlıca ve özel kuruluşlar olmakla birlikte sözkonusu gazetelerle iş yaptıkları için sizin de ifade ettiğiniz gibi kamuoyunda isimleri beraber anılmaya başlandı, bir yanlış imaj oluştu.

### TAYANÇ — Özdeşleştirme...

TANLA — Özdeşleştirme oldu, evet. Sayın Tayanç'ın ifadesiyle özdeşleştirme diyelim; bu, bizim kamuoyu araştırmalarına bir olumsuz yön getirdi. Aslında bu sektörde gazetelerin ilgisinin yoğunlaşması, gazeteler arasındaki rekabetin araştırmacılar arasında bir rekabete, ancak sadece sonuçların rekabetine dönüşmesine neden oldu. Yani; «Sen bilemedin, ben daha iyi tahmin ettim. Benim gazetem sonuçları daha inandırıcı ve güvenilir.» tartışması yaratıldı. Ve sonuçta da «Ben bildim.» yaklaşımıyla müşteri almaya, müşteri talep etmeye kalkışıldı ya da bu strateji izlemeye çalışıldı. Tabii bunun araştırmacı kuruluşlar üzerinde, araştırma teknikleri, modelleri hatta araştırmalar üzerinde, olumsuz etkileri oldu. Bunu açık şekilde 1984'ten sonra yapılan seçimler ve referandumlarla ilgili gazetelerde yer alan sonuçlardan görmek mümkün. Fakat şimdi sevinçle izlemekteyiz ki, artık kamuoyu araştırmaları, sadece seçim ölçümleriyle özdeşleşen, sınırlı kalan çalışmalar olarak kalmamakta; kamuoyunun ilgilendiği birçok değişik konuda yapılan çalışmalarla gelişen bir uğraş alanına dönüşmektedir.

NEYZİ — Şimdi sizin görüşleriniz rica edelim Sayın Tayanç.

TAYANÇ — Türkiye'deki genel anlamda araştırmaya 1960'dan bu yana şöyle bir baktığımızda, hep devletin ekonominin doğal dışında müdahalelerini gözlemliyoruz. Şunu demek istiyorum. 1960'larda, 27 Mayıs'ı izleyen günlerde Devlet Planlama Teşkilatı kuruldu. Ekonomiye ve toplumsal olaylara yoğun bir ilgi başladı. Bazı yabancı kuruluşlar, Türkiye'deki birtakım kuruluşlarla birlikte kamu ya da özel araştırma fonlarını kullanmaya başladılar. Üniversiteler de buna dahil. Böylece kendi

doğal akışına girmeden dışardan bir müdahale ile araştırmaya karşı bir talep doğdu diye düşünüyorum. Ve 1960'lı yıllar, daha çok makro ya da sektörel diyebileceğim araştırmaların yoğunlaştığı yıllar oldu. Bu dönemde toplumun ekonomik ya da sosyal hat- ta siyasal gelişme yönüne ışık tutan verimli araştırmalar yapılmadı.

1960'ların sonunda ikinci bir müdahale geldi. Teşvik uygulaması denilen, araştırma bilincinin gelişmesini çok olumsuz yönde etkilediğini düşündüğüm bir uygulama başlatıldı. Buna bağlı olarak da devletten teşvik alabilmek için belli koşulların yanı sıra bir yapılabirlik çalışması zorunluluğu da getirildi. Bunun sonucu olarak da pazar araştırmalarına, ister istemez, dışarıdan müdahale sonucu yoğun bir ilgi doğdu. Ancak bu, uzun yıllar süren bir olumsuzluğu da birlikte getirdi. Araştırma talebinde bulunan kuruluşlar, gerçekten yapacakları yatırımın yapılabilir olup olmadığından çok, teşvik belgesini almakla ilgili idiler. O nedenle araştırmayı dışarıdan zorlama ile gelen, kerhen kabullendikleri bir olay olarak gördüler. Bu tür araştırmalara, Devlet Planlama Teşkilatı ya da ilgili diğer kuruluşlar biraz da âdet yerini bulsun anlayışı ile baktılar. Tabii bunun dışında olan kuruluşlar da vardır, bütün kuruluşları aynı kefeye koymak istemiyorum; ama genel olarak araştırmaya, böyle olumsuz, kanununun getirdiği bir gereksinmenin karşılanması olarak bakıldı.

1980'li yıllar üçüncü bir oluşuma neden oldu. Birincisi, 12 Eylül'den sonra kesintiye uğrayan demokratik sürecin 1983 seçimleriyle bir ölçüde yeniden açılması oldu. Eski kadrolar ortada yoktu. Yeni birtakım oluşumlar vardı ve bir bilinmeyen söz konusuydu. Seçimlere birtakım bilinmeyenlerle giriliyordu. O nedenle bu bilinmeyenleri biraz aydınlatmak, «Ka-

mu nasıl görüyor?», «Kamuoyunun eğilimi nedir?» türü, Sayın Tanla'nın da söylediği kamuoyu araştırmalarının siyasal boyutunu oluşturan eğilim ortaya çıktı.

Bunun yanı sıra, yine 24 Ocak'tan sonra girilen yeni ekonomik politikalar da artık yatırımcıların öyle rahatlıkla yatırım yapabilecekleri ortamı ortadan kaldırmıştı. Yatırım için ya da herhangi bir faaliyet için harcanacak paranın getirisini, olası getirisini önceden bilmek gereği ortaya çıkmıştı. Bu biraz gecikmeli olarak belki 1980'lerin ortasına yansdı. Daha 1980'lerin başında olması gereken bir süreçti. Kapsamlı, geleceğe yönelik pazar araştırmalarına duyulan ihtiyaç bana göre biraz gecikmeli olarak 1980'lerin ortasında yoğunlaştı. Ve bugünlerde de giderek ivmesini ve şirketlerin cirolarını da artırarak sürüyor. Hatta öyle ki, son iki üç yıldır yoğunlaşan Türkiye'ye yabancı sermayenin ilgisiz ya da bugünün modası şirket evlilikleri, yabancı araştırma şirketlerinin de, Türkiye pazarına şu ya da bu şekilde olumlu, daha önceki yıllarla karşılaştırıldığında daha farklı bir şekilde bakmalarına yol açtı.

Tabii araştırma bilincinin gelişmesinde, 1983 seçimlerinden sonra yoğunluk kazanan ve aşağı yukarı her seçim, ara seçim, yerel seçim sırasında gazetelerin «olmazsa olmaz» gibi sarıldıkları siyasal içerikli kamuoyu yoklamaları, daha doğrusu «Seçimi kim kazanacak?» gibi soruların yanıtının aranması da etkili oldu. Tabii burada bir olumsuz faktör var; kamuoyunda şöyle bir kullanıma oldu: «İşte bu siyasal içerikli kamuoyu yoklaması yapan kuruluşlar, şirketler bunu daha önce bilirler. Böylece seçimi kimin kazanacağını önceden biz de öğrenmiş oluruz.» Her gazete de kendisinin ne kadar isabetli olarak daha önceden bildiğini ön plana çıkarmaya çalıştı.

Aslında siyasal içerikli kamuoyu yoklamaları bir eğilimi, araştırmanın yapıldığı andaki bir eğilimi yansıtır. Oysa o eğilimin seçim günü sandığa sıynen girip girmeyeceği aradaki bir takım değişimlere de bağlı. Tabii bu değişimleri yakalamak, ancak son dakikaya kadar bir araştırma yapmakla mümkün olabilir. O da bizim koşullarımızda en azından teknolojik olarak mümkün değil. Büyük bir olasılıkla bizde TRT'nin yapması gereken bir iş. Yabancı ülkelerde bu, son dakikaya kadar yapılabilen bir olay. Bizde bu tür siyasal içerikli kamuoyu yoklamalarında başarılı olmak ya da olmamanın ölçütü: «En yakın tahmini kim tutturdu?» ya da «En yakın tahmini kim tutturamadı?»ya döndü. Bu aslında bence sakıncalı. Çünkü, belli bir anda belli bir kesiti göstermektedir yapılan araştırma. Farklı bir anda farklı bir kesitte başka bir sonuç çıkabilir.

**NEYZİ** — Evet Sayın Tüzün, sizden de görüşlerinizi alabilir miyim?

**TÜZÜN** — Seçimlerle ilgili olan kamuoyu araştırmalarında olayın sonuca indirgenmesi, önemli sorunları da beraberinde getirir. Türkiye'de bu araştırmalar seçimin yerine ikame edilebilmiş gibi gündeme getirildi ve bu doğrultuda da birbirinden oldukça farklı değerlendirmeler yapıldı. Bunda kuşkusuz çok önemli oran da gazetelerin bu araştırmaları kullandığı biçimleri de etkili oldu. Oysa seçimlerle ilgili kamuoyu araştırmaları, sadece seçim sonuçlarına ilişkin bir belirleme değil, bunun ötesinde eğilimi yönsemeyi ve bunun değişme biçimlerini de araştıran boyutları gündeme getirmeliydi. Ve bunlar da gündeme gelmedi değil, bunlar da gündeme geldi. Dolayısıyla bu yapı, eskiye göre Türkiye'de daha iyi irdelenebilir boyutlar kazandı, atılımlar kazandı. Bu atılım kazanma süreci içerisinde de artık sadece seçim-

lerle ilişkili değil, bunun ötesindeki konuların da irdelenmesi yavaş yavaş basın açısından gündeme getirilmeye başlandı. Gazeteler, dergiler, radyo, televizyon -genelde yayın organları- olaya daha geniş bir çerçevede bakarak, onlar da seslendikleri kesimlere yönelik olarak daha ayrıntılı, kapsamlı çalışmalar gereğini gündeme getirdiler.

Bu süreçte, 1980 sonrasında gazetelerin bu kamuoyu araştırmalarına yönelişinde, şöyle bir nokta da söz konusu olabilir: 1980 sonrasında birçok kurum ortadan kaldırıldı. Dernekler ortadan kaldırıldı. Siyasi partilerin etkinlikleri azaldı. Dolayısıyla bu kamuoyu araştırmaları belirli bir çerçevede de olsa çeşitli konularda kitlenin görüşlerinin gündeme getirilmesi işlevini de yükledi. Bu açıdan da araştırmalar önemli boyutlar kazandı. Ama aynı süreçte belirli eksiklikler, belirli yanlışlıklar da ne yazık ki gündeme geldi. Öylesine boyutlara ulaştı ki bu yanlışlıklar, belirli kuruluşlar: «Bir hafta içerisinde 8-10 bin kişi ile görüşüp, şu sonucu aldık.» gibi gerçekle son derece çelişen açıklamalarda bulunmaya başladılar. Oysa araştırmalarda uyulması gereken asgari kurallar var. Bunlara mutlaka ve mutlaka uymak gerekiyor. Ve bu çerçevede de yapılan araştırmanın yapısı, örneklem planlaması kesinlikle açıklanmalı. Bunların bilinmesi hem bu araştırmaları kullanacak olanlar açısından, hem de bu araştırmaları yapanlar açısından son derece önemli. Birbirimizi bu yönüyle irdelleyebilir ve birbirimizle bu yönde tartışabiliriz. Türkiye'deki araştırmaların gelişmesi ve sağlıklı olması açısından bunlar son derece önemli.

1980'den sonra, özellikle 1983'lerde yoğun olarak gündeme gelen bu araştırma çerçevesi, giderik gazetelerdeki yaygınlıkla birlikte diğer

alanlarda da ağırlık kazanmaya başladı. Ki bu noktada da Sayın Tayanç'ın belirttiği noktalar oldukça önem kazanıyor. Türkiye'deki yabancı kuruluşlarla olan ilişkiler çerçevesinde araştırma talepleri önemli yoğunluk kazanmaya başladı. Çünkü artık gündeme gelen kaynakların en rasyonel biçimde kullanımı idi. Kaynakların en rasyonel biçimde kullanımı için, belirli plânlamaları sağlıklı yapabilmemiz için de, doğru verilere gereksinimiz var. Bunun için kaynağın nasıl kullanılabileceği ve hangi alana yatırım yapılacağı ve buna ilişkin uzun dönemli plânlamaların ne olacağı gündeme geldi. Bu gelişmelerin gereken hızla gündeme gelip gelmediği soruları elbette ortada. Bunların yeterince gündeme geldiğini söylemek oldukça zor. Şu anda Türkiye'de 20'nin üstünde araştırma kuruluşu var ve çeşitli kuruluşlarda da bu araştırmaları kullanacak elemanlar var. Ama bunlar yeterli değil. Daha sağlıklı araştırmalar yapabilmek için daha sağlıklı verilere gereksinimimiz var. İstatistik Enstitüsü'nün kaynaklarına dayanmak zorundayız. Tüm bunlar giderek oturan, çerçeveleri belirlenmiş, denenmiş örneklem plânlarını gündeme getiren bir yapıyı oluşturacak ve önümüzdeki yıllar, Türkiye'de, bence araştırmanın daha hızlı gelişeceği bir dönem olacaktır.

**NEYZİ** — Buyurun Sayın Kongar, şimdi de sizin görüşlerinizi alalım.

**KONGAR** — Efendim, şimdi ben söyleyeceklerimi altı ana noktada topladım. Birinci ana nokta, «Bu kamuoyu araştırmaları nedir, ne değildir?» diye kaba bir şey söylemek istiyorum. Hemen şunu belirteyim. Araştırma araştırmadır. Bunun kamuoyu araştırması veya piyasa araştırması olarak ayrılması yöntem ba-

kimından yanlıştır. Her iki araştırmanın da, yani piyasa araştırmasının da kamuoyu araştırmasının da yöntemleri aynıdır. Tabii yöntemlerinin aynı olması illâ her firmanın bu iki alanda da uzmanlaşması demek değildir. Aynı yöntemler kullanılmakla beraber bazı firmalar isterlerse yalnız piyasa araştırmalarında, bazı firmalar da mümkünse yalnız kamuoyu araştırmalarında uzmanlaşabilirler. Ona bir engel yok. Ama araştırmanın yapısı gereği, bu araştırmalar esas itibarıyla aynı yönetime dayalı aynı nitelikli şeylerdir. O halde genelde araştırmadan söz edeceğiz.

Nedir bu örnekleme dayalı araştırmalar? Örnekleme dayalı araştırmalar temsili bir küçük grubun eğilimlerini ölçmek yoluyla, hakkında bilgi edinmek istediğimiz büyük grubun niteliklerinin belirlenmesidir. «Türkiye'de margarin kimler yiyor? Margarin tercihi nasıl belirleniyor?» diye bir araştırma yapıyorsak, bunun evreni, bunun genel grubu Türkiye'de margarin yiyenlerdir. Biz tüm margarin yiyenlerin eğilimlerini tespit etmek için belli sayıda insan seçerek bir araştırma yaparız ve bu belli sayıdaki insanın eğilimlerini belirleriz. Aynı şekilde «Hangi parti kazanacak?» dedi Sayın Tayanç. Bu o kadar basit değil. «Hangi parti kazanacak?» değil de «Hangi parti yüzde kaç oy alacak?» diye biraz daha genelleyelim. Çünkü orada büyük kavgalar kopuyor. «Hangi parti yüzde kaç alacak?» sorusunda söz konusu olan evren de, grup da tüm Türk seçmenidir. Biz bunu belli sayıda –ki onun sayısını da telaffuz edelim– genellikle 1000 ile 2000 arasında değişen bir rakamdaki seçmenle konuşarak tespit etmeye çalışırız; 25 milyon seçmenin eğilimini. Bu işin esası, belli sayıda, temsili sayıda insanla konuşarak daha büyük

grupların eğilimlerini tespit etmektedir. Seçim araştırmaları bunların en büyük grubunu oluşturuyor; 25 milyon seçmenin eğilimini 1500 kişi ile veya 2000 kişi ile konuşarak tespit ediyoruz. Şimdi halkın merak ettiği «Nasıl oluyor bu? 25 milyonun eğilimini sen 1500 kişi ile 2000 kişi ile konuşarak nasıl tespit edersin?» sorusunun cevabı bir ayrı tartışma konusudur. Bunu bırakıyorum, ama yapılan iş budur. İster margarin tüketicileri olsun ister Türk seçmeni olsun ister otomobil sahipleri olsun; 1000-2000 kişi ile konuşarak büyük grubun eğilimini tespit ettir. Birinci belirlemek istediğim olay bu.

İkinci olarak, özellikle kamuoyu yoklamalarının günümüzde gündeme gelmesi olayına değinmek istiyorum. Bunun iki nedeni var. Bir tanesi, Türkiye'deki demokratikleşme süreci. Ancak garip bir süre, sıçraya sıçraya gidiyor. Bir tekdüze eğilim biçiminde değil de kesintilerle, belki aşılılarak, belki geriye budanarak gidiyor. Her budanmada aşılına olmuyor çünkü. Böyle sıçraya sıçraya gidiyor. En sonunda 1970'lerde görülen kamuoyu ölçme eğilimleri, 1980 budanmasından sonra, yani askeri darbeden sonra birdenbire bir filiz verdi. Ve demokrasinin bir kurumu olarak kamuoyu yoklamaları ortaya çıktı. Bu çok önemli bir gelişme. Kamuoyu yoklamaları, 1980 sonrası tekrar sıçrama aşamasında olan, âdeta gerilerek tekrar sıçramaya çalışan Türk demokrasisinin bir kuruluşu, bir kurumu olarak ortaya çıktı. Bu, Batı'daki örneklerine kıyasla, özellikle siyaset alanında gecikmişti; ama belki de geciktiği için birden âdeta bir patlama biçiminde ortaya çıktı. İkinci belirtmek istediğim nokta da budur. Kamuoyu araştırmaları demokrasinin bir kurumudur. Ayrılmaz, vazgeçilmez, kısıtlanamaz, sınırlanamaz bir parçasıdır. Örneğin Birleşik

Amerika'da anayasa maddesidir. Herhangi bir kamuoyu araştırması yapılmasının ve yayınlanmasının hiçbir biçimde sınırlanamayacağı anayasanın değişmez maddelerinden biridir.

Üçüncü olarak, KAMAR'dan önceki Hürriyet çalışmalarında başından geçen bir olayı anlatarak Türkiye'nin durumunu kısaca belirtmek istiyorum. 1983 seçimlerinde ben Hürriyet adına, Hürriyet içinde araştırma yapıyordum. Biraz evvel Sayın Tanla'nın da belirttiği gibi, belki herkes MDP'nin birinci parti olmasını istiyor veya bekliyordu. Belki de birinci parti olacağı zannediliyordu. Fakat biz araştırmamızda ANAP'ın % 45 oy alarak birinci parti olacağını tespit ettik ve yayına da başladık. İlk gün örneklememizi anlattık. Sayın Tüzün'ün ısrarla üstünde durduğu bu örneklem nedir, nasıl yapılır? Şehirleri sınıfladık, örnekleri seçtik, âdeta teorik hazırlık yaptık. Ertesi gün yüzdeleri açıklamaya hazırlanıyorduk ki, Sıkıyönetim yasağı geldi gün diye. Ben onun üzerine aldım elimdeki müsvedde kâğıdını -bunu birkaç yerde anlattım ama burada da tekrarlamak istiyorum- Noter'e götürdüm; tasdik ettirdim. Hâlâ o belge elimdedir. Orada çok net olarak ANAP'ın % 45 oy alarak kazanacağı gözüktüyordu.

Şimdi bunu niçin anlatıyorum? Birkaç nedenle anlatıyorum. Bir defa kamuoyu araştırmaları konusunda bir sürü haksızlık yapılıyor. Kamuoyu araştırmacılarına bir sürü haksızlık yapılıyor. Bunların en önemlilerinden biri, «Kamuoyu araştırması değil, kamuoyu oluşturması yaptıkları.» şeklindedir. Güya hangi partinin kazanacağı belirlenirse ve bu ilan edilirse, bu etkililyormuş kamuoyunu. İşte örnek: Hürriyet gibi Türkiye'nin en büyük gazetesi, 1983 yılında % 45 ile ANAP'ın birinci par-

ti olduğunu söylemeye hazırlanırken, yasaklandı, söyleyemedi. Ve ANAP tak diye % 45'i aldı o seçimde. Yine Sayın Tanla ve Sayın Tüzün'le bir açık oturumda beraberdik ve ben PİAR'ın Milliyet'te ANAP'ın birinci parti olduğunu ilan ettiğini hatırlamıyordum. Fakat o gün dosyama açtım ki, gerçekten Sayın Tanla PİAR olarak Milliyet'te sıkıyönetimin yasaklama yapmayı aklına getirmediği dönemde, araştırmasını yayınlamış ve ANAP birinci parti gözüküyor.

Şunu da söylemek istiyorum. Bu mesele, Bülent Tanla, Emre Kongar, PİAR, KAMAR, SİAR, PEVA, VERİ veya ESTA meselesi değildir. Tüm seçmen davranışının karanlıkta bulunduğu, partilerin kapatıldığı, yepyeni partilerin kurulduğu ve elinizde hemen hemen hiçbir ipucunun bulunmadığı karanlık bir dönemde, iki araştırma grubu, inanılmaz derecede kesine yakın biçimde yepyeni partilerin sonucunu buldu. Tekrar ediyorum, bu bir marka, bu bir insan meselesi değildir. Bu, toplumun bir potansiyeli meselesidir. Eminim ki o sırada Sayın Tüzün'ün de böyle bir kurumu olsa idi, o da bulacaktı. Bundan sonra da bulabiliriz. Üçüncü belirtmek istediğim nokta budur. Türkiye'de beyin gücü olarak araştırmacılar, ki Sayın Nezi Neyzi 1960'dan beri bu işin içindedir, çok yeterli bir donanım sahibidir, beyin gücü olarak. Zaten bu araştırma işi öyle bir iştir ki, bunun mekanik donanımı da çok önemli değildir. Üçüncü olarak belirtmek istediğim nokta, Türkiye'de araştırma sektörü, dünyadaki evrensel düzeyinin hiç de gerisinde değildir. Hele hele kamuoyu araştırmaları konusunda...

**TAYANÇ** — Araştırmacılar açısından.

**KONGAR** — Tabii, tabii araştırmacılar açısından. Ancak, gelenek

eksikliği felaket sorunlar doğuruyor. Dördüncü belirtmek istediğim nokta, buradaki arkadaşların hepsinin söylediği ve Sayın Neyzi'nin de haklı olarak üzerinde durduğu, basın ve kamuoyu araştırmaları ilişkisidir. Bunu ayrı bir grup olarak ele aldım ve bunu da ikiye ayıracağım. Basın ve kamuoyu araştırmalarında basına haksızlık etmeyelim. Bir defa önce hakkını teslim edelim. Bu dördüncü konumu; (a) Olumlu etkiler, (b) Olumsuz etkiler; olarak ele alıyorum.

Önce olumlu etkiler üzerinde durayım. Eğer basın kamuoyu araştırmalarına önem vermese idi ve gündeminin birinci maddelerinden biri yapmasaydı, ağızdan çıkanı kulağıma duyarak söylüyorum, Sayın Neyzi'nin PEVA'sı bugünkü cirosuna sahip olamazdı. Ki Sayın Neyzi hiç siyasi araştırma yapmıyor. Bunu bileerek söylüyor ve şunu vurgulamak istiyorum: Siyasi kamuoyu araştırmalarını basın gündeme getirerek, araştırmacının önemini ve anlamını Türk kamuoyuna anlatmıştır. Bundan tüm araştırma sektörü yararlanmıştır. Basının hakkını teslim edelim. Şimdi bir olay daha var. Biraz nalıncı keseri olacak ama, izninizle, basınla çalışan firmalara yönelik, bir şövalyelik meselesini de mutlaka vurgulamak istiyorum. Çünkü ondan sonra da olumsuzluklara geçeceğim ve vuracağım. Sayın Tanla söyledi. Örnekleme, yani numune ile çalışan araştırmalar, hiçbir zaman tam sayımla kontrol edilmez. Gereği de yoktur. Zaten tam sayım yapılacak olsa, numune seçilerek veya örneklemeyle dayanılarak araştırma yapılmaz. Bunun yapılmasının sebebi, tam sayımın gereksizliği, pahalılığı, uzunluğu filandır. Yani tam sayım yapılmaz. Bir teki hariç: Siyasi araştırmalar...

Biz örneklememizi alırız, numunemizli alırız, yaparız, bir rakam ortaya koyarız, bir ölçüm yaparız. Deriz ki, «Şu parti şunu alacaktır, bu

parti bunu alacaktır.» Ama belli bir dönemde. Üç gün önce beş gün önce veya yirmi gün önce. Arkadan o için tam sayımı yapılır. Böylece denetlenmiş olur. Dolayısıyla siyasi kamuoyu yoklaması yapmak, bir araştırma şirketi açısından, çok ciddi bir kamuoyu oluşumudur, pazardır, vitrindir, propagandadır, hepsidir ama çok da büyük bir risktir. Bunu yapan şirket diyor ki; «Ey vatandaş bak, ben numune seçerek araştırma yaparım. Sonra gelir siz tam sayımı yaparsınız, benim ne kadar ciddi çalışıp çalışmadığımı da görürsünüz.» Ve bu bir felakete de sonuçlanabilir. Bir firmanın iflasına kadar gidebilir. Ben kendim için söyleyeyim, KAMAR olarak ben üç defa Hürriyet'te yaptım, Oldukça da başarılıydı. Evet yanılığın bir defa yıkamaz, belki iki defa da yıkamaz, ama üç defası götürür. Ben üç defa genel seçimde, bir referandumda, bir yerel seçimde; Türkiye'ye göre de değil, uluslararası standartlara göre üç kere yanıldım mı; bir daha bana ne piyasa iş verir, ne gazete iş verir, üstelik kendi adımın saygınlığı da gider. Dolayısıyla Sezar'ın hakkı Sezar'a, Allah'ın hakkı Allah'a... Bunu da teslim etmek gerekir.

Şimdi bunlar olumlu yönler. Ölümlerin kabul edilebilir hata payları içinde kalması önemli. Tekrar ediyorum, firma isimleri, insan ismi önemli değil. Ben kendimden bir örnek vereyim. KAMAR 1987 seçimlerinde 7 partinin tüm tahminlerinde kendi çalıştığı artı eksi % 3 hata payını toplam binde iki aştı. Düşünebiliyor musunuz uluslararası standartlarda bunu? Gelsin bakayım Gallup da yapsın 7 partinin binde iki sapma ile alacağı oy yüzdesinin tahminini. Hepsini tam üstünde idi bir tek partinin oy oranında binde iki yanıldık. Olacak şey değil. Bir başka firma, karşımda oturuyor, SİAR/PIAR iktidar partisini virgülden son-

raki hane ile tam bildi. Toplam sapması bizden fazla idi ama, bir iktidar partisini, en önemli partiyi virgülden sonraki hane dahil % 36,3 diye bildi. Şimdi kamuoyu bunları zaten birbirine de karıştırıyor. Benim başarım onun başarısını meczediyor. Halk «Yahu bu adamlar bu işi biliyor.» diyor. Tabii aksi de mümkün. Başarısızlıkları da topluyor, bazen. «Yahu bunlar % 17 - % 20 de yanıldılar.» diyor. Ama bu önemli bir şey, piyasanın gelişmesi bakımından.

Şimdi gelelim basının getirdiği olumsuzluklara ki çok daha fazladır. Bir defa yani hiç bağışlayamadığım bir hata, isim falan vermeyeceğim ama, tam 1987 seçimlerinin olduğu gece saat 12'de televizyon bir basın mensubundan, Türkiye'nin en büyük gazetelerinden birinin sorumlusundan beyanat istiyor. 30 saniye konuşacak. Bu zat ki, çok da saydığım, sevdiğim, iyi de gazeteci bir çocuktur; 30 saniyenin içinde seçim yorumu yapacak. Hani hangi parti kazandı? TRT'nin istediği o. Diyor ki; «Bu seçimler aynı zamanda gazetelerin arasındaki araştırma kuruluşların rekabeti olarak gelişti. En iyi de biz bildik.» Üstelik söylediği de doğru değil. Sonradan ortaya çıkıyor ki en iyi onlar bilmemiş, başkaları bilmiş. Şimdi bu hem iyi, hem kötü. Bunu o arkadaşı eleştirmek için söylemiyorum. O kendi mesleğinin gereğini yapıyor tabii. Bir yandan da kamuoyunu gene bu araştırma şirketlerine çekiyor. Tamam o da güzel ama, olayı bir münasebetsiz yarış haline sokuyor.

Sayın Tayanç bütün meslek hayşiyeti ile ve bilgisıyla bir şey söyledi. Zaten bu seçim araştırmaları, seçim sonucunu en iyi bilecek araştırmalar değildir. Belli bir andaki yönelimleri, eğilimleri tespit eden bir araştırmadır. Seçime kadar geçen zaman için değişebilir, bir; ayrıca % 100 kesinlik taşımaz. İşte biz % 3 artı-eksi ile



çalışıyoruz. Yani 6 puanlık yanılığın biz sıfır yanılığın sayıyoruz. İşin bu yönleri gözardı edilip, «Biz daha iyi bildik.» havasına girildi. İşte bu yanlış havası, konuyu saptırdı. Kimisinin gözünde bu araştırma kuruluşları, piyasa araştırması falan unutulup, sanki siyasi tahmin kuruluşları haline geldi. Bu bir olumsuzluk tabii. İkincisi, Sayın Tayanç da bu kelimeyi kullandı ama, gerçekte bunlar tahmin değil ölçümdür. Yanlış varsa, yanlış tahmin değildir; o yanlış ölçümdür. Farklı bir metod kullanmıştır, sonuçta ölçüm yanlıştır. Fakat kamuoyu bunu tahmin ve siyasi tahmin olarak aldı. Bu, sanıyorum, siyaseti sevmeyen birçok insanın gözünde araştırma kuruluşlarının bir bölümü hakkında bir soru işareti doğurdu. Bu da işin bir olumsuz tarafı. Tahmin isabeti lafı yanlış bir laftır. Bu tahmin değil ölçümdür. İsbet söz konusu değildir, sapmalar vardır.

Ayrıca bazı gazeteler, maalesef iki ayrı biçimde «Kamuoyu araştırması yapıyoruz.» diyerek bu işi sulandırdılar. Biri bunu namuslu yaptı. Ne yaptığını ilan ederek dedi ki; «Ben sandık koyuyorum. Gülhane parkına, Taksim meydanına sandık koyuyorum; Elazığ'a sandık koyuyorum. Benim sandıklarında 852 bin 673 oy kullanıldı ve sonuç şöyle çıktı.» Konu ile gayet ilgisiz saçma sapan şeyler yayınladılar. Fakat hiç olmazsa bu namuslu idi. Ne yaptığını söyledi. Ama olayı çok saptırdı tabii. Çünkü biliyorsunuz, bu iş çok ciddi bilimsel yöntemleri olan bir konu, öyle bir iki yere sandık falan koyarak yapılamaz. Bir başka gazete türü ki, bu tek bir gazetedir, şu anda kapanmıştır, daha kötü bir şey yaptı. Nasıl yaptığını açıklamadan, bilimsel yöntemler kullandığı izlenimini verecek kelimeler seçip, yöntemini açıklarken de sanki KAMAR'ın, PİAR'ın yahut PEVA'nın bir araştır-

ması gibi araştırma yaptığı havasını vererek, sonuç yayınladı. Ve bunu yalnızca ve sadece kendi tuttuğu aday desteklemek ve onun önde olduğunu belirtmek için yaptı ve de % 100 yanıldı. Bu hepimiz için çok büyük bir ayıp oldu. Önce basın sektörü için, sonra araştırma kuruluşları için. Ve ben hariç bunun üzerine de kimse gidemedi, korkudan. Ama ben her yerde söyledim, O zaman da söyledim, bugün de söylüyorum. Her zaman da söyleyeceğim. İsim ve gazete belirtmiyorum ama söylüyorum. Bu ayıptır. Birincinden, bilimsel bir yöntem kullanmadan, örneklem planı yapmadan sonuç ilanına göre, daha da ayıptır. Çünkü birincisi hiç olmazsa ne yaptığını namusluca söylüyor. Anlatıyorsunuz, «Kardeşim bu işin yöntemi var. Bu iş öyle sandık koyarak falan olmaz.» diyorsunuz. Öbürü ile başa da çıkamıyorsunuz. Bence ikinci olumsuzluk buydu.

Üçüncü bir olumsuzluk, basın bu işle çok fazla iç içe girdiği zaman, araştırma kuruluşları da –ben de dahil– biraz reklamı biraz propaganda için, siyasi araştırmalara hem fazla ağırlık verdiler hem de bundan çok fazla para kazanamaz hale geldiler. Mesela bizim yıllık ciromuz açısından basınla yaptığımız siyasi araştırmanın ağırlığı fevkalade düşüktür. Bu, piyasadaki yüksek maliyetle çalışma ve bilginin pahalılığı ilkesine zedeleme getirdi. Ben de suçlu ve sorumlu olarak bunu söylüyorum. Biz bir piyasa araştırmasında normalde çalıştığımız maliyetlerin çok altında fiyatlarla gazetelere hizmet verdik. Ve vermeye devam ediyoruz. Belki Sayın Tüzün ve Sayın Tanla bu kadar altında çalışmıyorlardır ama, en azından ben bir hayli düşük fiyatla çalışıyorum ve bu beni rahatsız ediyor. Ama bunu, işte sektörün yeni olması, sektörün duyulması gibi faktörlerle bir ölçüde kabul ediyorum.

Beşinci ve altıncı gruplar gayet küçük, kısa söyleyeceğim. Araştırma piyasası büyüyor. Rekabet çok şiddetli. Araştırma kurumları «Ahlak Yasası» diyebileceğimiz bir kodla, diyelim ki doktorların bir Hipokrat Yemini gibi bir yeminle bağlı olarak çalışmadığı için, bu piyasada rekabet garip şartlarla oluyor. Karalamalar biçiminde, anlamsız fiyat kırmaları biçiminde oluyor. Sonuçta piyasa alt üst oluyor. Olmayacak şey, piyasa araştırması olarak maliyetinin altında fiyatlar teklif ediliyor. Dolayısıyla ciddi çalışma yapmak imkânı olmuyor. Bir de bazı firma sahipleri başka firmalar için gayet çirkin dedikodular yapıyorlar. Gayet suçlayıcı biçimde konuşuyorlar, bunlar çok ayıp şeyler. Ne şekilde olursa olsun, bunların mutlaka önlenmesi lazımdır. Bu piyasada ciddi olarak birim maliyetlerinin filan belirlenmesi lazımdır. Tıpkı İnşaat sektöründe olduğu gibi... Araştırma firmalarının kendi içindeki sorunları, beşinci grup olumsuzlukları oluşturuyor.

Altıncı grup olay, müşterinin yani piyasa araştırması yaptıracak kuruluşların anlayışsızlığıdır. Olacak şey değil; «x» deterjan firması 2 milyar Türk Lirası harcar ilan ve reklamına, bu 2 milyarın % 10'u olan 200 milyonu, bırakınız % 10'u, % 1'i olan 20 milyonu bir araştırma yaptırmaya harcamaz. Yani, 2 milyar sarfetmişsin reklama. Bu nereye gitmiş? Ne kadar etkisi var? Bu, tabii inanılmaz bir bilinçsizliktir. Bunu aşırıyorsunuz söyleye söyleye, nihayet anlamaya başlıyorlar; bu sefer ikinci aşama başlıyor. «Daha ucuz olmaz mı?» Yani reklamı veriyor, fakat etkisini ölçmeye gelince «Daha ucuz olmaz mı?» Anlamıyorlar, görmüyorlar. Halbuki bilgi, dünyada, casusluk bilgisi de dahil, araştırma ile elde edilenler en pahalı maldır. Kompütürden daha pahalıdır. Bilgi pahalı

dır. Bunu anlayacaklar. Bunu henüz anlamış değiller. Ayrıca, piyasa araştırması yaptıran kuruluşun bu tutumunu, beraberinde başka sorunları da getiriyor. Bu bilgiyi kullanacak olan insanlar, kullanacakları teknolojinin yöntemi ve meslek ahlakının da farkında değiller. Meselâ, sizin teklif ettiğiniz fiyatın onda biri fiyat teklif eden adama araştırma yaptırdıkları iddiasındalar. Ve de «Araştırma yaptırıldı» diye geziniyorlar. Tabii ondan sonra araştırmanın sonucu da berbat oluyor. Firma da başarılı olamıyor. Bunlar ters ve yanlış şeyler.

## İkinci Tur :

NEYZİ — Önce dünyadaki gelişme üzerinde bir parçacık durmak istiyorum. Bu ESOMAR (European Society of Market Research) özel araştırmacılar derneği. Bir de dünyada WAPOR (World Association of Public Opinion Research) diye bir dernek var. Bu dernekler ara sıra birleşip iki yılda bir kongre yapıyorlar. Fakat biz Türkiye'de iki ayrı dernek kuramadık. Pazar Araştırmacıları ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği dedik. O şekilde birleştirdik; çünkü piyasa zaten çok dar. Ve birlik bizim pazar araştırması gelişmesinde faydalı oldu. Bütün dünyada önce reklamcılık gelişmiş. Reklam bütçeleri artmış, reklamcılığın içinden pazar araştırmaları doğmuş. Bizde öyle olmadı. Biz ilk 1960'ların başında, «Pazar araştırması yapacağız.» diye ortaya atıldık. Reklamcılar müthiş itiraz ettiler o zaman, infial duyular. «Nasıl yaparsınız Nezih Bey. Sizi İmam Sokak'ta bıcaqlarlar.» dediler. O yıllarda yeni başlamıştı radyo reklamları. Biz radyo reklamlarının önemini ortaya çıkardık. Kurulu çıkarlara ters oldu bu sonuç. Reklamcılar pazar araştırmalarını kendi kontrollerinin altında tutmak isti-

yorlardı ve bu gibi araştırma şirketlerini iyi karşılamadılar. Sonunda onlar da kendi içlerinde araştırma bölümlerini kurdular. Fakat onların kurdukları araştırma bölümleri çok zayıf kaldı. Reklam veren müşteriler araştırmaya karşı çok çekinir oldular. Çoğu da araştırma işini bıraktı. Fakat şimdi reklam bütçeleri müthiş arttı. Sayın Kongar'ın dediği gibi hiç olmazsa bunun bir yüzdesini ayırıp firmaların, «Bu kadar parayı atıyorum ortaya. Acaba bu neye yaradı?» diye sorması, araştırması gerek. Herhalde bir gün gelecek o da kabul edilecek.

Şimdi başka bir konuya geçmek istiyorum. Bu toplantımızın amacı kamuoyu araştırmaları hakkında bir açık oturum; öbür üye arkadaşlarımızı o yönden davet etmedim. Üyelerimiz arasında yalnız piyasa araştırması yapanlar var. Onlarla da ayrı bir toplantı yaparız. Benim merak ettiğim ve ortaya atmak istediğim bir soru; «Bizde dış ülkelerce kamuoyu araştırması yapılıyor mu, yoksa yapılmıyor mu?» Çünkü bazı talepler gelmeye başladı. Mesela «opinion liderler» hakkında bir araştırma isteyen bir firma var. Bir tanesi «minority liderler» hakkında araştırma yapmak istiyor. Acaba sizlere de böyle talepler geliyor mu? Çünkü 1960'larda Emnid ve Gallup ile çalıştığımız zamanlarda, Almanlara, Amerikalılara ve Fransızlara araştırmalar yapılmıştı. Yabancı bir «opinion lider» başkalarıyla kıyaslanınca ne gibi bir imaj ortaya çıkıyor? Böyle araştırmalar yapılıyor idi. Fakat şimdi hiç basında bunu duymuyorum. Acaba gizli mi yapılıyor? Bu konuyu da tartışalım isterseniz. Dünya'da hakikaten gelişen bir konu. Bildiğiniz gibi, mesela 1948'de Gallup büyük bir hata yaptı. Truman - Dewey başkanlık seçimi hâlâ unutulmaz, hâlâ yüzlerine vururlar. «Siz bunu blediniz, Dewey değil Truman kazan-

dı.» diye. Ama oluyor bu, dünyada. Gallup bile, bu kadar tanınmış bir firma bile böyle bir yanılığa düşebiliyor. Allah kimseyi düşürmesin. Ama, şimdi öyle firmalar var ki, mesela Allensbach (Elisabeth Noelle-neuman) senelerdir yapar ve yaklaşık yüzde 0.1 hata ile tutturur. Almanya'da (Demoscopie - Allensbach) bunu nasıl yapıyor? Muazzam bir bütçesi var; ve her hafta yapıyor. Devamlı yapıyor. Doktor gibi nabız tutuyor. Tabii o hanımın yaptığı araştırmalar da doğru çıkıyor. Bizde bence bu eksiklik de var. Ara sıra yapılacak iş değil. Kamuoyu araştırmasında devamlılık olması lâzım. Bu yapılamayınca da tehlikesi büyüyor.

**KONGAR** — Çok doğru, çok doğru. En az her ay. En fazla zaman aralığı ay olmalı. Daha kısa süreli olsa, onbeş günde bir olsa daha iyi. Ama en az her ay olmalı.

**NEYZİ** — Bizde partiler daha bu işi ciddi ele almadı. Bana öyle gibi geliyor.

**KONGAR** — Basın, seçim gündemde olmadığı zaman her ay istemiyor.

**NEYZİ** — Basın bir yöne saptı bence. Hani popüler konular bulup PİAR'ın, SİAR'ın yaptığı. «Döşemeye kılıf geçer mi geçmez mi?» filan diyerek hem ilgi çekmek, hem belki satışına birkaç puan ilave etmek. Basın o yola saptı. Allah rahmet eylesin. Abdi'yi yâd etmek istiyorum (\*), çok uğraşırды o zamanlar. Araştırma için kopara kopara 30 bin lira koparırdı Sayın Erdemlent Karacan'dan; tabii olmazdı. Şimdi basın çok değişti. Kamuoyu araştırmasına bir fon ayırabiliyor. Ama, sadece basın yetmez bence. Bu işe partilerin de kat-

(\*) **Derginin notu** : Milliyet Gazetesi. Genel Yayın Müdürü ve Başyazarı Abdi İpekçi.

kıda bulunması lâzım. Yoksa yalnız basın bu kadar büyük masrafı kaldıramaz. Belki birkaç gazete kaldırır. Onlar da bunu satış için kullanmak istiyor. Basın, araştırmayı satışını artıracak bir araç olarak görüyor.

#### TAYANÇ — Promosyon.

**NEYZİ** — Promosyon imkânı olarak görüyor. Evet, buyurun Sayın Tanla, ikinci tura yine sizinle başlayalım.

**TANLA** — Bir kere diğer konuşmacı arkadaşlarının değindikleri noktalara aynen iştirak ediyorum. Çok önemli konulara değindikler. Ben onları tekrar etmeyeceğim ama, bu konuların hepsine, bunları yaşayan ve hergün çözüm arayan bir insan olarak gönülden katıldığımı ifade edebilirim. Yalnız özellikle oir iki şey söylemek istiyorum. Örneğin biz bütün seçimlerde ve referandum çalışmalarında asgari 10 yayın, yani her hafta 1 araştırma temposuyla, asgari 10, 11, 15 yayın yaparak devamlılık getiriyoruz. Yani seçim tarihinden 15 hafta önce -ki partiler için bu aşağı yukarı 6 aydır- araştırmalara başlıyoruz. Bu düzenleme Batıdaki standartlara uygundur. Tabii burada bir de bütçe meselesi var. Ben en azından kendi kuruluşum için, çalıştığım gazetelerde bütçe meselesi hemen hemen olmadı diyebilirim; tatminkâr denebilecek bir bütçeyle çalışıyorum; duyduğum kadarı ile sektörde böyle bir bütçe problemi var. Çalışmalar devamlı olmalıdır ve büyük bütçelerle çalışılması gereklidir. Yoksa böyle bir-iki defalık çalışmalarla, anlık çalışmalar olduğu için, daha riskli sonuçlara doğru gitmek olasıdır.

Bir başka konu; 1983'de, açıklıkla ifade edeyim, seçimlerden sonra bugün Türkiye'nin sırasıyla en büyük üç partisinin liderleriyle uzun görüşmeler yaptım. Görüşmelerden

vardığımız sonuç şuydu: Siyasi partiler kendi araştırma gruplarını kurmalı ve büyük bütçeler ayırmalıdır. Ancak, bu siyasi grupların yapamadıkları araştırmalar veya yapmaları gereken kontrol araştırmaları profesyonel araştırma gruplarında yapılmalıdır. O dönemde daha ziyade bu konu ile ilgilenen profesyonel kuruluş olmadığı için, PİAR ve SİAR'ın bu çalışmalara bir dönem daha birkaç partiye hizmet vererek devam etmesi, daha sonra da belli kuruluşların oluşmasıyla her partinin ayrı bir araştırma kuruluşu ile özel olarak çalışma yöntemine gidilmesi ilke olarak konuşulmuştu. Şimdi görüyoruz ki, bir veya iki partinin artık araştırma kuruluşları vardır; araştırmaları birimler kurulmuştur ve partilerde de araştırma kuruluşları itibarıyla bir ihtisaslaşma, bir exclusive çalışma modeli gerçekleşmek üzere. Tabii bunların mükemmel olduğu söylenemez ama, 1983'den 1989'a kadar azından böyle çağdaş bir yapıya kavuşabilmek için göstergeler oluşmuştur.

Sayın Kongar'ın deterjan örneğindeki 2 milyarlık reklam ve bunun % 1'inin araştırmaya ayrılıp ayrılmaması konusuna geldiğimizde, kendisini çok haklı buluyorum. Ben 1969'da Sayın Neyzi'nin yanında çalışmaya başladığımdan beri, araştırma yapmak için hergün tekrar uğraşı veriyoruz. Yani bu aşağı yukarı Sayın Neyzi'nin 30, benim 20 yıllık günlük yaşantımız. Buradaki birtakım itirazlar ya da yaklaşımlardaki gecikme veya ağır davranışların bence reklam harcamasıyla mukayese edilebilmesi açısından en önemli unsuru, reklamda sonucun televizyonda veya gazetede yayımlandığı günün ertesinde alınmasıdır. Yani reklamı yapıyor, ertesi gün sonuçları görüyor. Bence sermaye rasyoneldir, kendi kendini ölçer, sonuçlarını görmediği, faydalı bulmadığı hiçbir şeye para

harcamaz. Olay, ortamın, reklamların lehine yoğun ve geniş marjlarının bulunmasından kaynaklanmaktadır; yani satıcılar piyasaya hâkimdir. Reklamın şöyle veya böyle, az veya çok ölçülebildiği, ya da sağlıklı veya sağlıklı yapılabildiği dönemdeki reklamlarla dahi satıcılar stoklarını, mallarını ve fabrikalarında bütün ürettiklerini satmışlardır. Dolayısıyla araştırma gereksinmesi veya talebi bu bütün içinde ele alınmalıdır. Ancak burada çok fazla suçlamaya da gitmemek gerekir, burada önce kendimizi eleştirmek istiyorum. Bizler daima Batı'daki gibi çok süratli, ölçülebilir ve çok çabuk paraya dönüşebilen araştırmalar yapmalıyız.

Örneğin, biz Milliyet gazetesine «Renk» ekinin kaldırılması için bir araştırma yaptık ve tirajının % 3 düşeceğini tespit ettik. Sonuçta «Renk» eki kaldırıldı ve Milliyet'in tirajında hiç düşme olmadı. Sabah gazetesine yaptığımız bir araştırmada ise şöyle bir sonuç aldık: Sabah gazetesi 120 TL'ye satılmaktaydı ve diğer gazeteler 150 TL'ydü. Yöneticilerle fiyat farkının gazetenin imajını olumsuz etkilediğini, Sabah'nın düşük kaliteli olarak düşünüldüğünü ve fiyat artışının % 7'lik bir tiraj kaybı yaratacağı sonucuna vardık. Gazetenin fiyatı arttırıldı ve SABAH gazetesinin tirajı % 5 düştü; ancak, 30 TL'lik artış ayda 500 milyon TL gelir elde edilmesini sağladı. Şimdi bizim araştırmalara bakışımız bu şekilde, yani kuruluşlar araştırmaları bu gözle değerlendiriyorlar.

Biz eskiden PEVA'da -şimdi de PİAR bünyesinde- reklamlarla ilgili post-testler yapardık; reklamlar biter, sonuçlarını ölçerdik. İş tamamlanmış, reklamcı parasını almış, fatura kesilmiş, ancak firma yönetimini tatmin etmek için bunlar yapıldı. Şimdilerde impakt-testler, copy-testler yapıyoruz; yani reklamlardan önceki testleri gerçekleştiriyoruz. Concept test-

leri uyguluyoruz ki 30 saniyelik film harcaması yerine 20 saniyede yapılacak bir reklama, aradaki farktan dolayı firmanın kârı doğası ve kaynaklar verimli kullanılabilsin. Dolayısıyla araştırmacılar olarak, kamuoyu araştırmaları veyahut piyasa araştırmaları hangi konuda olursa olsun, araştırma sonunda verilecek tek karar vardır. O kararda etkili olabilecek sistematik verileri araştırma içinde sunabilmek ve onları yöneticiye doğru karar alabilmesi için çok geniş kapsamlı, güvenilir bir ortamda vermek gerekmektedir.

Buradan başka bir konuya da atlamak istiyorum. Kamuoyu araştırmaları demokratikleşmenin bir ögesi olmanın yanı sıra, Türkiye gibi 767 bin km<sup>2</sup>'lik, 55 milyon nüfuslu ve 26 milyon seçmenli bir ülkede haberleşme ilkesini, görevini de yerine getiriyorlar. Yani Van'daki vatandaş ile Edirne'deki vatandaş aynı araştırma sonuçlarını bir gazetede izlediği zaman: Türkiye'nin değişik bölgelerindeki kadınların, gençlerin, erkeklerin, değişik meslek gruplarının nasıl düşündüğü hakkında fikir sahibi oluyor ve kendi kendini kritik ediyor ve çevrede tartışabiliyor. Bunun olmadığı bir ortamda iktidarın veya güçlü kimselerin söylediklerini duymak ve ona inanmak durumunda kalabilir. Sonuç olarak kamuoyu araştırmaları demokratik bir unsur olmanın yanı sıra haberleşmeye de büyük ölçüde hizmet etmesi bakımından son derece önemli bir görev yapmaktadır.

Ben Sayın Kongar'ın birim fiyat meselesinde, Bayındırlık Bakanlığı esasları gibi, bir inşaat malzemesi, bir yapı metrekare maliyeti gibi birim fiyat modeline katılmıyorum. Çünkü dünyada çok değişik araştırma teknikleri mevcut bulunmaktadır. Fiyat düzeyini, anket, görüşme, gözlem esaslarına bağlı olarak düzenlemek, standardize etmek, teknoloji ve ge-

lişmeyi öner. O nedenle ilke birliğine taraftarım. Ancak bir araştırmada, örnek olarak «30 dakikalık ve 26 soruluk anketin fiyatı İstanbul için 1000 TL, taşra için 1800 TL'dir.» denmesine taraftar değilim. Şimdi rekabet unsuru ve denetim mekanizmaları için Sayın Neyzi'nin başkan olduğu bir derneği oluşturduk. Hepimizin ifade ettiği, söylemek istediği, ya da istemediği, ya da şimdi vakit darlığından söyleyemediği sorunları bu derneğin işlevleri içine yazdık, derneği görevli kıldık ve bu işlevleri de yerine getirmeye çalışacağız. Benim ayrıca bir önerim olacak. Türkiye'de tarafsız, objektif kuruluşlar var. Araştırmacılar Derneği, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Sanayi Odası gibi kurumlara bazı meslektaşlarımız araştırma yapmışlar, yapıyorlar. O odaların bu kuruluşlar hakkındaki fikirleri bence objektiftir. O araştırma sonuçlarında ortaya konan ilişkiler bu mesleki örgütler tarafından ortaya konulduğunda, bunlar önemli değerlendirme noktalarıdır. Bu, hem bizleri meseleyi iyileştirmek için bilgi sahibi kılar, hem de sektörde neler olup bittiğinden bizi zaman zaman haberdar eder.

Şimdi arkadaşlarımızın da değiştiği bir noktaya kısaca değinmek istiyorum. Türkiye'de araştırma sektöründeki ürün nitelik ve nicelik bakımından yeterli olmakla birlikte, YÖK'ün bu sektöre değerli katkıları için teşekkür etmek istiyorum. Yani YÖK'ün üniversitelere olumsuz etkileri tartışılmakta ve izlenmektedir. Ancak bizim sektörümüze büyük faydası oldu, değerli bilim adamlarını sektörümüze kazandırdı. İşte iki değerli arkadaş aramızda. Kendilerinin araştırma standardına ve niteliğine büyük katkıları olmuştur. Ancak bizim, en azından benim sahibi bulunduğum araştırma kuruluşunun Türkiye ile ilgili bazı altyapı eksikleri ve

teknolojik yetersizlikleri var. Haberleşme, bazı mallarla ilgili olarak araştırmacılara gerekli olan altyapı penetrasyon unsurları (yani telefon, yazarkasa) yeterli değil. Ayrıca Sayın Tüzün'ün bahsettiği istatistiklerin veya bize veri olabilecek ikinci el kaynakların sağlıklı derlenemeyişi, istatistiklerin eksikliği, ulaşım konusundaki zorluklar; bilgilerin zor ve gecikmeli olarak aktarılması sonucunu doğurmaktadır. Bu tür eksiklikler bizim dünya standartlarının biraz gerisinde kalmamıza neden olan faktörlerdir.

Biz gerçekten öğrenerek şunu söylüyoruz ki, hem sektör olarak, hem de PİAR ve SİAR kuruluşları olarak 1989 yılının Mayıs ayının son haftasında Uluslararası Gallup'un 42. Kongresi'ni Türkiye'de gerçekleştireceğiz. Buraya 46 ülkeden uzmanlar gelecekler. Türkiye'de konuyu gündeme getireceğiz ve dünyanın en büyük araştırmacılarının tartışacağı bir forum halinde bu kongreyi gerçekleştireceğiz. Biliyorsunuz bizim araştırmalarımız zaman zaman Gallup uzmanları tarafından denetlenir ve değerlendirilir. Bütün Gallup zincirine dahil ülkeler arasında -önce ülkeyi sonra kuruluşu kabul ederler- bizim araştırmalarımız ilk 10 ülke arasına girmiştir. Bu uluslararası standart Türkiye'nin, Avrupa Topluluğu'na hazırlanmış bir dönemde kıvanç verici bir durumdur. Bunu hem kendi kurumum açısından, hem de birlikte çalıştığım ve çok değerli çalışmalarını bildiğim meslektaşlarımız açısından da söyleyebilirim. Zira onların ürünlerini de görüyorum ve gördüğüm ürünler bizim yaptığımız çalışmalardan hiç de geride ya da aşağıda değil. En azından bizlerin standardında olduğu için bunu genelleştirme imkânına sahip bulunarak söylüyorum. Yani AT'na hazırlanan bu ülkede araştırmacılar olarak buna hazır olduğumuzu ifade etmek isterim. Tabii altyapı

yetersizliğini kendi şartlarımızla, kendi çabalarımızla gidermeye çalışıyoruz.

Öte yandan biz, Reagan-Gorbacov yakınlaşması, olimpiyatların değişik ülkelerde ya da sürekli Atina'da yapılıp yapılmaması, AIDS sorununu gibi Uluslararası Gallup zincirinin bütün ülkelerde ilgilendiği konularla ilgili araştırmalar yapıyoruz. Örneğin Birleşmiş Milletler'in veya NATO'nun Türkiye'deki kamuoyuna nasıl görüldüğü konusunda her yıl birkaç araştırma yapıyoruz.

**KONGAR** — Bizim NATO araştırmamız buna dahil değil. Biz KAMAR olarak bir araştırma yaptık.

**TANLA** — Tabii. Uluslararası proje alıyoruz. Fakat bizim proje alamaz doğrudan olmuyor. Birleşmiş Milletler'den veya Dünya Bankası'ndan. projeyi Finlandiya, Fransa veya Japonya alıyor. Biz bu projede Türkiye ile ilgili bölümü, proje sahibi ülkenin modeli çerçevesinde gerçekleştiriyoruz.

Sözlerime son vermeden önce Sayın Kongar'a bu hafta içinde yapmış olduğum bir girişim için teşekkür etmek istiyorum. Sayın Kongar'ın derneğimiz ve bütün araştırmacı kuruluşların da desteği ile «Basın Kartı» uygulaması için yapmış olduğum girişimlere ve çabalara hem teşekkür ediyorum, hem de Türkiye'de araştırmacıların da bu olanaklara sahip olabilmesi için yapılacak bütün çalışmalarında yanınızda olduğumu belirtmek istiyorum.

**NEYZİ** — Buyurun Sayın Tanla.

**TAYANÇ** — Araştırma eğer bir sektör, sektörün sorunlarıyla ilgili çok şey söylendi. Katılıyorum, kendi açımdan önemli gördüğüm iki üç tanesini biraz daha tartışmada tutmak istiyorum. Bir tanesi Sayın Kongar'ın

altıncı nokta olarak söylediği, müşterinin anlayışsızlığı, bilinçsizliği. Ben onu «Türkiye'de araştırmaya nasıl bakılıyor? Bilgiye nasıl bakılıyor?» gibi daha geniş bir boyuta getirmek istiyorum. Biz galiba biraz vak'ânüvis bir toplumuz. Sadece olanları yazmak ile ilgileniyoruz. O bize daha fazla tat veriyor. Dedikodusu bile çekici geliyor. Geleceğe yönelik, daha ciddi, bir anlamda bilimsel, ayağı yere basan araştırma, ya da araştırmacının sonucu ortaya çıkan bilgilere karşı pek de «bilgi açığı» bir toplum değiliz. Bilgiye ihtiyaç duyan ya da bilgiye ihtiyaç duyup da onu para karşılığı satın almaya razı olan bir toplum gibi gözükmüyoruz.

Sayın Tanla da «Sermayenin kendine göre bir rasyonalite vardır, sonucunu görmediğine para harcamaz, sonucu görmesi gerekir.» dedi ama, ben kendimizden şöyle bir örnek vereyim. Pazar araştırması yaptık ve ona bağlı olarak yapılabilişlik çalışması yapıldı. Sonra fabrika çalışması yapıldı. Şimdi dünyanın hiçbir yerinde bir pazar araştırması, yapılabilişlik çalışması sonucu araştırmacıdan fabrikayı çalıştırması beklenebilir. Bu araştırmacının sorunu değil. Beklentileri, yere basmayan beklentiler olarak çıkıyor karşımıza. Bunda eğitim sisteminin, araştırmacıya prim vermemesinin, ezberciliğin, yetişme biçiminin çok etkisi var. O nedenle herkesin bir yakınması var. Araştırmacıların gereken önemi, en azından maddi açıdan pek karşılığını gördüklerini sanmıyorum. Öyle bir beklentileri de yok. Bazı araştırmalar yaptırılıyor. Bu araştırmalar, yöneticilerin kendi kafalarındaki bir şeyi doğrulamak, yönetim kuruluna, «Bakın İşte 'x' firmasına araştırma yaptırдық. Başlımsız, bizim dışımızda.» demek için araştırma yaptırılıyor. Zaten kendi kafalarında oluşmuş kararı takviye için araştırma yaptırılıyor. Ya da

ters bir sonuç çıkar diye hiç yaptırılmıyor.

O nedenle araştırmaya ayrılan paraları reklam bütçelerine ayrılan paralarla, ya da kaynaklarla karşılaştırdığınızda, tabii çok anlamsız rakamlar çıkıyor ortaya. Ayrıca ekonominin daralma, şirketlerin daralma dönemlerinde de ilk kesilen harcamalar bunlar oluyor: tersinin olması beklenirken. İlk kesilen yayın giderleridir, araştırma giderleridir. Sonra sırada reklam harcamaları gelir. Ama tanıtım giderleri, temsil giderleri ve sair gibi şeyler, «Onlar olmazsa olmaz.» giderleri olarak görülür. Tabii buna bağlı olarak piyasada –ilk konuşmamda söyledim– 1970’lerde teşvik belgesine bağlı olarak yapılabirlik çalışması ve pazar araştırmasının ivme kazanmasının olumsuz etkisi de var. O sırada çok da bilimsel yöntemlere dayanmayarak yapılan ya da yaptırılan araştırmaların, sonuçlarının araştırma yaptıranlara yansımamış olmasının da olumsuz bir etkisi oluyor. Piyasa daralıyor. «Biz araştırma yaptık, rafta kaldı hiçbir şeye yaramadı.» veya «Bizim kullanabileceğimiz nitelikte değil. O nedenle hiçbir işimize yaramadı. Bu nedenle biz bir daha araştırma yaptırmayız.» gibi düşünce ve görüşlerin de pazarı daraltıcı bir etkisi oluyor. Zaten pazar üzerindeki olumsuz etkisi görülüyor.

Devamlılık, kamuoyu araştırmaları konusunda söylendi. Çok doğru. Sayın Kongar’ın söylediği «haftada bir» çok iyimser, ama hiç olmazsa ayda bir, bir anlamda toplumun belli bir alandaki nabzını tutabilmek ve o nabza göre kendi yöntemlerimizi de irdeleyebilmek için kamuoyu yoklamalarının sürekli yapılması gerekiyor. Ama kamuoyu yoklamaları, kamuoyu araştırmaları dediğimiz başlık altında daha çok ön plâna çıkanların siyasal içerikli araştırmalar olduğunu,

onların da ancak seçim sathı mailine girildiğinde gazeteler açısından –ki finanse edenler büyük ölçüde gazeteler– spekülâtif de olsa, kullanılabilir bir meta görünümü kazandığından çoğunlukla seçimlerle birlikte yapılan bir araştırma türü olduğunu gözlemliyoruz. Ancak siyasal partilerin de –ve yanılmıyorsam ANAP’ın– bunu daha sürekli, yani basma yansıdığı kadarı ile hem kendi içlerinde hem kendi dışlarında sürekli olarak; hatta bazı ilçeler düzeyinde kendi kritik ilçeleri, kendi siyasal stratejileri ya da sorunları nedeniyle yaptıklarını biliyoruz. Bu tabii olumlu. En azından araştırma kavramının genişlemesi, benimsenmesi açısından olumlu. Ama ona bağlı olarak da gene başka sorun çıkıyor, bu araştırmaların nasıl yapıldığı gene basına yansıdığı kadarıyla bilinmiyor. Sayın Kongar’ın demin söylediği gibi, Gülhane parkına kutu koyarak mı, yoksa kendi seçmenleri ve delegeleri arasında mı yapıyorlar? Kimi seçiyorlar, hangi yöntemle seçiyorlar? Bunlar açıklık kazanmıyor.

Bütün bunlara ek olarak tabii ilk konuşmasında Sayın Tüzün’ün değindiği bir de istatistik temel sorunumuz var. O da hepimizin sorunu sanıyorum. Devlet İstatistik Enstitüsü, Türkiye’de yasal olarak veri üretme görevini yüklenmiş bir kuruluş. Eğer yanılmıyorsam 1985 nüfus sayımının Türkiye sonuçları, ekonomik ve sosyal nitelikleri açısından, 1989 yılı ortasına yaklaşmış olduğumuz halde hâlâ toplu olarak yayınlanmış değil. Hele bundan sonra nüfus sayımlarının 10 yılda bir yapılacağını dikkate alırsak, bu gecikmeler çok daha önem kazanıyor. Çünkü elimizdeki kitlenin, ulaşmak istediğimiz kitlenin ekonomik ve sosyal özelliklerini bilmemiz gerekiyor ki, içinden o kitleyi temsil edebilecek sağlıklı örnekleri seçebilelim. Bunlar hep sektörün sorunları. Bu açılardan Türkiye’deki araştırma



sektörüne baktığımda karamsarım. Bütün araştırma şirketlerinin, ya da araştırma ile uğraşan herkesin biraz şövalyelik yaptığını, çok zor bir işle uğraştığını, o nedenle böyle bir sektörde faaliyet göstermeyi seçtiği için en azından takdir edilmesi gerektiğini düşünüyorum.

Sayın Tanla, Sayın Kongar'ın piyasadaki rekabet nedeniyle en azından anlamsız fiyat kırmalar konusundaki görüşüne katılmadı. Aslında en azından kadar sert olmamakla birlikte ben de katılmıyorum. Şu nedenle katılmıyorum. Her şirketin, her kuruluşun kendine göre bir gideri, bir bilgi birikimi var. Gerçekte Sayın Kongar'ın söylediği, «Anket başına şu kadar alınır, ona göre herkes hesabını yapar.» türünden mekanik bir şey değildi. Ama fiyat dışında, suçlamadan dedikoduya kadar giden her türlü şeyin anlamsız olduğunu ve sektöre zarar verdiğini düşünüyorum; bunları sonuçta bize araştırma veren kişiler de duyuyorlar, onların da kulağına gidiyor. «Araştırmacılar birbirlerini yiyorlar, birbirlerini böyle eleştiriyorlar.» Böyle bir kanı, bu sektöre zaten güven duymayan kişilerin güvensizliğini daha da artıran bir unsur oluyor. Ama fiyat açısından, aynı ürün için 1 ile 50 arasında değişen fiyatların da rasyonel olduğunu söylemek mümkün değil. Zaten onu bir politika haline, pazarlama politikası haline getirmişlerse, onu sürdürmenin de mümkün olduğunu sanıyorum. Piyasa kendisi bu işi düzenleyecektir. Çünkü devamlı maliyetin altında araştırma yaparak yaşamını sürdürmeyi hiç kimse için mümkün görmüyorum.

Sayın Neyzi'nin, «Araştırmalarla ilgili dışarıdan bir istek geldi mi?» sorusunu, açıkta kalmasın diye yanıtlamak istiyorum. Bize böyle bir talep gelmedi. Yalnız Türkiye'de kamuoyunu oluşturan kişilerin Avrupa

Topluluğu konusundaki görüşleri üzerine, yanılmıyorsam Almanya'dan finanse edilen bir araştırmanın yapıldığını ya da yapılmakta olduğunu duydum. Bunu da bu vesile ile söylemiş olayım.

**NEYZİ** — Buyurun Sayın Tüzün.

**TÜZÜN** — Bir iki noktaya değinmek istiyorum. Birincisi, Sayın Kongar örneklemeden söz ederken genel kitleyi temsil edecek belirli sayıda örneklerin seçimi ve bu örneklerden bilgi olarak genel kitleye yayılacak (teşmil edilecek) bilgilerin sunumundan sözettiler. Burada eklenmesi gereken bir nokta var. Örneklem planlaması dediğimiz olayın bir sürü boyutları var. Onların da açılmasında, onların da tartışılmasında ben yarar görürüm. Ancak burada tartışılması, burada gündeme getirilmesi anlamında değil. Ama genelde bunlar araştırmalarla birlikte yer alabilmeli ki, bu örneklem planlamaları çok daha sağlıklı test edilebilsin ve Türkiye yapısı içerisinde hangi konularda nasıl bir örneklem yaklaşımı ve nasıl bir modelle gittiğimiz zaman daha sağlıklı bir sonuç alabiliriz, bu ortaya konulabilir. Gündeme gelen hatalar nerelerden kaynaklanıyor? Bunlar daha sağlıklı irdelenebilsin. Olayın sadece örnek seçilen birim sayısına indirgenerek algılanma tehlikesi var. Modellen modele hangi ayrıntıda bilgi derleyeceğinize göre bunlar değişiyor. Dolayısıyla yapıların daha açık biçimde gündeme getirilip tartışılabilmesi, araştırmaların gelişmesi açısından da büyük önem taşıyor.

Biraz önce Sayın Tayanç'ın söylediği noktaya bir açıklık getirmekte galiba yarar var. O da şu: Sadece Devlet İstatistik Enstitüsü'nün verilerinden kaynaklanmıyor sorun. Onun ötesinde Türkiye'de gelir ve bölüşüm konusunda yapılmış sağlıklı araştırmalar yok. 1973 yılındaki araştırma

da, Nüfus Etüdüleri'nin araştırması üzerine oturtulmuş.

**NEYZİ** — O tarihten bu yana rakamlar o kadar değişti ki...

**TÜZÜN** — Artı, 1986 yılında bu bağlamda TÜSİAD tarafından yaptırılmış araştırmanın çerçevesi son derece dar. Türkiye genelinde birtakım izlenimleri sergileyebilir o. Alt başlıklar açısından örneklem büyüklüğü, onun üzerinde konuşmak için yeterli değil.

**TAYANÇ** — Pardon, ben bir ekleme yapayım. Sadece Devlet İstatistik Enstitüsü değil: yasa ile onun sorumluluğunda olduğu için söyledim. Yoksa katılıyorum sizin söylediklerinize.

**TÜZÜN** — Bunları bilebilmemiz, bunlar üzerinde araştırma modellerimizi oturtabilmemiz, çok daha sağlıklı bir gelişmeyi gündeme getirebilecek. Türkiye'de tüketim örüntülerini bilmiyoruz. Kentteki, kırdaki tüketim örüntülerini de bilmiyoruz. Kentin içerisindeki mekâna yansımış sosyal farklılaşmaların ve bu farklılaşmaların kendi içindeki örüntülerini daha irdeleyebilmiş değiliz. Bunları bilemiyoruz. Bunlar özel araştırma kuruluşları tarafından ne oranda yapılabilir? Ne oranda gerçekleştirilebilir? Çok büyük paralar gerektirir bu araştırmalar. Ama Türkiye ölçeğinde bunların gerçekleştirilmesi aynı zamanda sağlıklı politikalar üretilebilmesi açısından da son derece önemlidir. Örneğin bugün Türkiye'de gelir bölüşümü araştırmasının yapılması istenmiyor. Yapılmasından yana değil politik güçler. Çünkü gerçekler çok daha açık ve net olarak ortaya çıkacak.

**NEYZİ** — Bir gazete yaptırılmaz mı?

**TÜZÜN** — Bu oldukça büyük bir araştırma. Maliyeti yüksek. Bir gaze-

tenin finanse edebileceği boyutun ötesinde bir şey.

**NEYZİ** — Ama politik yönü var. Gazete ondan istifade edemez mi?

**TÜZÜN** — Edebilir. Ayrıca, bu doğrultuda yapılacak bir araştırma, sadece bir kaynak yerine, belirli kuruluşların birlikteliğinde gündeme getirilebilir. Bundan uzun erimde gazeteler de yararlanacaktır, bundan uzun erimde tüm diğer medyalar da yararlanacaktır, sanayi kuruluşları, hizmet kuruluşları da yararlanacaktır. Çünkü o bilgilerden yararlanarak çok daha sağlıklı politikalar üretebilirsiniz. Ve uzun erimde kaynaklarınızı daha rasyonel nasıl kullanacağınızı belirleme olanığına sahip olabilirsiniz. Biz şu anda orman içerisindeki tek tek bir sürü yönüyle ağaçlara bakıyoruz. Ama ormanı gözardı ediyoruz. Aslında ormanı da bilmemiz gerekiyor. Bu yönüyle de güçlerin birleştirilerek bu çerçevedeki araştırmaların da Türkiye'de gelişmesi gerekir. Bu tür genel araştırmalara yoğun biçimde yönelmek gerekiyor ki, bunun sonucunda sağlıklı bir çerçeveyi oluşturabilelim.

Araştırmalarla ilgili fiyat meseleleri bu süre içerisinde çok daha netleşecek. Sayın Kongar'ın söylediği bir şeye katılıyorum. Bilgi pahalı bir olaydır. Bu araştırmaların fiyatları da anket başına belirlenebilen bir olay değildir. Modelle belirlenen, çerçeve ile belirlenen şeylerdir. Ayrıntılar belirleyicidir. Dolayısıyla ona nasıl bir standart getirilebilir? Bunu bilemiyorum. Ama bu konuda elbette süreç içerisinde belirli standartlar gelecek. Nasıl gelecek? Bilmiyorum, ama gelmesi gerekiyor. Buna bir belirleme ile yaklaşmamak gerekiyor. Zaten Sayın Kongar da bunu kastetmiyor ama: olaya böyle yaklaşan, bunu gündeme getiren kuruluşlar, arkadaşlarımız, sanıyorum yok değil. Bir diğer nokta, sizin biraz önce sorduğunuz soru. Bu

doğrultuda bize bir araştırma talebi gelmedi. O doğrultuda bir araştırmamız sözkonusu değil. Biz yabancı kuruluşlarla bazı pazar ve reklam araştırmaları yaptık. Ama opinion liderlerle ilişkili bir araştırma teklifi bize gelmedi.

**NEYZİ** — Buyurun Sayın Kongar.

**KONGAR** — Şimdi önce Sayın Neyzi'nin sorusuna cevapla başlayayım. Bana KAMAR olarak, veya Hürriyet/KAMAR olarak, —Çünkü biz Hürriyet ile ortak araştırma yapıyoruz.— yurt dışından hiçbir talep gelmiş değil. Ayrıca siyasi partilerden veya adaylardan, yani belediye başkanı adaylarından da, bazı belediye başkanı adaylarının kendi durumlarına ilişkin araştırma yaptırmak istemeleri dışında, bu tür bir talep gelmiş değil. Benim böyle bir olaydan haberim yok. Ne kişi olarak, ne de firma olarak.

**NEYZİ** — Başka kimseye gitmezler zaten.

**TAYANÇ** — Kendileri yapıyor olabilirler.

**KONGAR** — Ama kendileri doğrudan nasıl yapacaklar?

**NEYZİ** — Sizlerin kanalıyla yapmaya mecburlar.

**KONGAR** — Nasıl yapacak kendisi doğrudan? Mümkün değil, duyarız. Şimdi ikinci olarak, Sayın Tüzün de hemen ondan söz ederek bitirdiği için, birim maliyet meselesini söyleyeyim. Tabii ki kesinlikle bir sabit birim fiyatından söz ediyor değilim. Bayındırlık Bakanlığı örneğini kullanayım, bu sefer başka anlamda. Bayındırlık Bakanlığı'nın inşaat metre-kare maliyeti olarak verdiği biçimde değil, ama şunu kastediyorum. Örneği vereyim, ne demek istediğim belki daha iyi anlaşılacak. Bir firma, İstan-

bul'da bir ilçe belediye başkan adayına, her şey sanıyorum KDV de dahil 3 milyon liraya bir araştırma yapmış. Şimdi bu fiyata ciddi bir araştırmamanın bir ilçede yapılması sözkonusu olamaz. Ben bunu kastediyorum. Şöyle söyleyeyim, ciddi bir araştırmamanın alt limitlerini filan belirlemek lâzım. Yani belli bir limitin altına düşüldüğü zaman bu konuda bir ciddi-yet olamayacağını vurgulamak lâzım. Bayındırlık Bakanlığı'nın inşaat birim maliyeti gibi âdeta kesin bir alt sınır belirlemek lâzım. Belli bir bedelin altında bu iş ciddi olamaz. Tabii gerek bilgi birikimi, gerek kalifiye tavir, yöntem, konunun özelliği ve saire her şeyi değiştirir. Ama benim söylemek istediğim husus, fiyat belli bir sınırdan altına inmesin. Belki konuşmanın hızında bu nokta iyi belirtilememiş olabilir ama, öyle görüyorum ki dinleyen, söyleyenden arif olmalı, hiç kimse de beni zaten yanlış anlamadı. O bakımdan da arkadaşlarına teşekkür ederim.

**TAYANÇ** — Ben hemen orada bir açıklama yapayım. O 3 milyona araştırma yapmak dışında bize gelen bir teklifi Ankara'da...

**KONGAR** — 3 milyona araştırma da yapılabilir. Ama bir ilçede bir belediye başkanı adayı için bu fiyata ciddi, sağlıklı araştırma yapılamaz.

**TAYANÇ** — Aynısı, bir ilçede bir belediye başkanı için araştırma... Örnek zaten seçmişler, ama soruları hazırlamada sıkıntıları varmış. «Soruları hazırlayın, biz uygulayalım, sonra da değerlendirin.» diye bize teklif geldi. Reddettik. Yalnız para değil, onun dışında bu gibi teklifler de var, ortada dolaşan. Başını bilmiyorsun, sonunu bilmiyorsun, ortada bir yere gireceksin. Sonra da senin üstüne kalacak. Ama bunu kabul edenler var ki, böyle teklifler geliyor. Ona değinmek istiyordum.

**KONCAK** — Sayın Tayan'ın söylediği şey fevkalâde doğrudur. Bana bu kadar gayri ciddiisi doğrusu gelmedi. Ama öidüğünü biliyorum. Şimdi birkaç farklı konuya değinerek ikinci tur konuşmamı kapatmak istiyorum. Birincisi, bu sarı basın kartı meselesi. Ben bunu ortaya attım. Araştırmacı kurumları bugün Türkiye'de bütün kurumlarından çok daha fazla haberleşme ve ulaşım kanallarını kullanıyorlar: halka ulaşma, habere ulaşma, yahut bilgiye ulaşma ile hakikatlarını kazanıyorlar. Dolayısıyla 212 sayılı Yasa ile sağlanmış olan basın kartı kolaylıkları bu şirketlere de mutlaka sağlanmalıdır. Gazetelerden daha çok telefon, faks ve sair haberleşme aracı kullanıyorlar. Kanun çıktığı zaman araştırma kuruluşları yoktu diye, bunlara haksızlık ediliyor. Bu işe birlik olarak sizin de el koymanızı istiyorum. Sayın Neyzi.

İkincisi, bu TRT olayı. Televizyon şimdi bir karar almış. Üstelik öyle bir karar almış ki, gazetelerde çıkan araştırma sonuçlarını da yayınlamayacakmış. Kendisi araştırmaya kapalı olduğu gibi, gazetelerde çıkan araştırma sonuçlarını da yayınlamayacakmış. Çünkü bunlar seçim sonuçlarını etkilemiş. Oysa daha geçenlerde Teichner şirketinin sahibi olan bir adam geldi Amerika'dan, adamın haftada beş gün, Los Angeles'de televizyonda programı var. Adam haftada beş gün çıkıyor televizyonda kamuoyu araştırması yapıyor. Bu adama her gün televizyonda yer ve zaman veriyorlar. Bizim televizyon ise yapılmış, yayınlanmış araştırmadan bahsetmeyi yasaklıyor. Bu ne biçim bir anlayış? Anlamak mümkün değil. Yani kötüye yormak istemiyorum ama, ANAP'ın oy tırmanışı olsaydı, özellikle televizyonda belki bunu vermek isteyeceklerdi. Şimdi tabii ANAP yıpranmış durumda, onun için araştırma sonuçlarının TV'de yayınına izin vermiyorlar, gibi geliyor bana. Yani rad-

yo ve televizyonun bu işi ciddiyletme ele alıp mutlaka kullanılması lâzım. Ayrıca, çok olumlu bir husus TRT için, onu da belirteyim. Haksızlık etmeyelim. TRT kendi imajı hakkında Türkiye'nin önde gelen kamuoyu araştırma kuruluşlarına kamuoyu araştırması yaptırdı. Bunu da fevkalâde olumlu bir tavır olarak niteliyorum ve son derece saygı ile ve övgü ile karşılıyorum. Onu da vurgulayayım.

Şimdi bir başka alt başlığa döneyim: «Reklamcılar ve Araştırmacılar». Bu işin sağlıklı olması için, ben bunu her yerde söylüyorum, burada bir daha söyleyeyim, bir sacayağı olması lâzım. Reklam veren şirket, reklam şirketi ve araştırma şirketi. Üçünün ayrı olması lâzım. Bir reklam şirketi kendi yaptığı reklamın etkinliğini nasıl yine kendisi ölçer? Bu çok ciddi ve dürüst bir olay olmaz. Dolayısıyla, mutlaka ve mutlaka bir reklam şirketi ister yapacağı reklamın etkinliği ve ön testi için olsun, ister sonradan testi için olsun, ister başka amaçlı olsun, bağımsız bir araştırma kuruluşu ile çalışmak zorundadır. Ve buna da reklam verenin zorlaması gerekir. Bu konuya da bir biçimde değindikten sonra örneklem konusu ile bu konuşmayı kapatmak istiyorum.

Ben Sayın Tüzün'e son derece katılıyorum. Her kuruluş kullandığı örnekleme, tabii bir ölçüde kendi trade markını, kendi damgasını, hani hocaların öğretilmediği en son numarayı saklı tutmak kaydıyla, ama namusluca bütün yöntemi açıklamak zorundadır. Ki ben bunu yapıyorum. Hatta başta da söyledim. Hürriyet'te yasaklanan araştırmanın yasaklanmasının sebebi ilk gün yöntemi açıklamamızdı. İlk gün yöntemi açıklayacağımıza sonucu açıklasaydık, belki kimse yasaklamayacaktı. Hürriyet'te 1983 seçimleri için yaptığımız araş-

tırmanın yöntemini ayrıntılı bir biçimde Türk Sosyal Bilimler Derneği'nin sanıyorum Mayıs ayında Ankara'da yapacağı sempozyumda, tebliğ olarak da sunacağım. Örnekleri nasıl seçtik? Bu bir kademelendirilmiş kota sistemine dayalı tesadüfi sistematik örneklemidir. Yapılan başka bir şey değildir. Önce kademelendirdik, sonra kotaladık, sonra da sistematik tesadüfi seçtik, sonra da ağırlıklılandırdık. Tevfik Çavdar ile birlikte. Model onundur. O modeli en ince ayrıntısına kadar açıklayacağım. Sandık bazına kadar inerek, adres vererek açıklayacağım. Açıklayacağım ki za-bitlara geçsin, bilinsin, model olarak kullanılsın, eleştirilsin.

Tabii bunun da bir sakıncası var. Önu da kabul etmek lazım. Bu bir ticari alan. Bir rekabet alanı. Ben kendi kullandığım örnekle mi en ince ayrıntısına kadar açıkladığım zaman, bir kapkaççı firma alıp o örnekle mi, hem de kullanmadan müşterisine, «Bak, ben şöyle bir örnekle mi bu araştırmayı yapacağım.» deyip, göz boyayıp, hem de kullanmayabilir. Kullansa canım yanmaz. Keşke, «Emre Kongar'ın örnekle mi ni kullanıyorum.» deyip araştırma yapsa. Benim korkum, böyle 3 milyona ilçe bazında sanki araştırma yapıyormuş görüntüsü verilmesi. Onun için bir yerde de bazı şeylerin gizli tutulması lazım. Bilemiyorum onlar ne olmalı? Ama o konuda içim tam rahat değil. Üniversite hocalığından gelen anlayışla; açıklık, za-bitlara geçirme, kayda geçirmeden yanayım; ama işin rekabet unsurunu ve özellikle haksız rekabet unsurunu da görüyorum. Yine de ben her şeye rağmen açıklıktan ve açıklamadan yanayım.

**TÜZÜN** — Pardon, bir ekleme yapabilir miyim? Özellikle kamuoyuna yönelik olarak yapılmış olan bu araştırmalarda, bu araştırmayı kullanacak olanlar, o araştırmayı okuya-

cak olanlar, bence onun yapılış biçimini, modelini, yaklaşımını, örneklem plânlamasını bilme hakkına sahiptirler.

**KONGAR** — Tabii, hiç kuşkusuz.

**TÜZÜN** — Dolayısıyla o kullanabilir, bu kullanabilir; hatta çarpıtılabilir. Bunların hepsi sözkonusudur. Siz bir model geliştirmişsiniz, onun üzerine bir başkası yeni şeyler geliştirebilir. Sözkonusu olan, en doğru noktaya doğru bunun geliştirilmesi. Pazar araştırmalarında kullanılan teknikler onların örneklem plânları, model ve yaklaşımları raporlar içinde belirtilir. Onlar ayırılır. Kamuoyuna zaten yansıyacak şeyler değildir. Onlar şirkete özeldir. Ama kamuoyuna yönelik olarak yapılmış araştırmalarda özenle bu noktanın üzerinde durulması gerekiyor bence.

**KONGAR** — Doğrudur. Efendim, sözlerime son verirken iki noktayı vurgulamadan geçemeyeceğim. Birinci nokta şu: Her ne olursa olsun, araştırmacılara yöneltilen eleştiriler, yani «Bunlar kamuoyunu araştırmıyorlar, kamuoyunu oluşturuyorlar. Bunlar doğru bilgi yayınlamıyorlar.» filan gibi eleştiriler, yapılan işin niteliğinden dolayı geçersizdir. Çok basit bir nedenle. Piyasa araştırmacıları veya kamuoyu araştırmacıları doğru bilgi satabildikleri ölçüde yaşarlar. Ve ünlü lafı burada tekrarlayacağım: «Herkesi bazan, bazı insanları her zaman aldatabilirsiniz ama, herkesi her zaman aldatamazsınız.» Bir kamuoyu veya piyasa araştırma şirketi eğer ciddi uzun vadede yaşayacaksa ve geliyecekse, öyle uydurma bilgi üretmek yok bilmem politik kamuoyu oluşturarak yaşaması mümkün değildir. Eşyanın tabiatında yoktur. Kötülük bir malı, kötü olduğu anlaşılan malı, ne kadar süre ile satmaya devam edebilirsiniz? Hele hele bu gazetelerle çalışan arkadaşlar için çok daha ge-

çerlidir. Bir defa aldatır, eğer aldatıyorsa, iki defa aldatır, üçüncüsünde ömrü biter. Birinci söyleyeceğim şey buydu.

İkinci söylemek istediğim şey, büyük bir zevkle ve şerefle görüyorum ki -günkü şerefi de paylaşıyorum-; bu sektörde Sayın Nezih Neyzi gibi kişisel saygınlığı su götürmez, işte Sayın Tunç Tayanç gibi, Sayın Sezgin Tüzün gibi, Sayın Bülent Tanla gibi bu sektörde gelişmiş, bu sektörün dışında saygınlıkları olan, saygınlıklarını koruyan birtakım insanlar devam ediyorlar. Onun için ben bu sektörün geleceğini ticari bakımdan çok parlak olmasa bile akademik bakımdan hiç olmazsa ciddi görüyorum. Ve bu «Açık Oturum»u düzenlediği için «Banka ve Ekonomik Yorumlar» gibi ciddi bir dergiyi kutlamak isterim. Ve bize ev sahipliği yapan çok değerli dostumuz, büyüğümüz Sayın Neyzi'ye de teşekkür ederim. Sanıyorum bütün arkadaşlarıma da tercüman oluyorum.

**NEYZİ** — Teşekkür ederim. Şimdi şöyle bir toparlayayım isterseniz. Bu derneği kurmamızdaki neden ESOMAR ile doğrudan ilişkiye girmek içindir. Bizim derneğin ismi «Pazarlamacılar ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği». Bu dernek vasıtasıyla ESOMAR ile temasa geçtik. Ve onların kodlarını aldık. İşte o kodu bir arkadaşımız aldı, tercüme ediyor. Ve bunu yayınlıyacağız. Adım adım gidelim diyoruz. İlk evvelâ kodu yayınlayalım ve standartlanmayı ilan etmiş olalım. «Biz koda uyarak çalışıyoruz.» diyelim. Bu koda uymayanı ESOMAR mahkemeye veriyor, afişe ediyor. Derneğimizin tabii yatırım gücü olmayacaktır. Firmalar kurulur iyi yapar, kötü yapar; bu durum elbette bir polisiye olay değil ama, hiç olmazsa afişe edebiliriz. O şekilde bir standardı tutturmaya çalışacağız. Yani ESOMAR ile beraber «Pazar Araştırması» konusunda bir seminer ha-

zırlamaya çalışıyoruz. Yalnız bu sefer «Reklam Araştırması» konusunu ele alacağız. Orada da Reklamcılar Derneği ile müşterek bir temasa giriştik. Bir tane de biz kendi başımıza bir «Product test» üstüne bir seminer hazırlıyoruz. Bu şekilde derneğimizi durdurmak ve bunun profesyonel bir kuruluş olduğunu kanıtlamak istiyoruz. Çünkü araştırma yaptırın firmalarda güvenilirlik korkusu var. Çok sayıda, denetimsiz araştırma bürosu açılıyor. Bu gelişme reklamcılıkta da oldu.

**KONGAR** — Hâla oluyor.

**NEYZİ** — Oluyor, fakat zamanla eleniyor. Araştırma firmasının güvenilirlik konusunu kanıtlaması zor. Bir kaç küçük firma gördüm. Araştırma yaptırmışlar, kötü sonuç aldıkları için araştırmanın imajı bozulmuş. Gayet çabuk araştırma şirketleri geliyor ve büyük tehlike yaratıyor. Onun için daha hassas durmak lâzım.

**TAYANÇ** — Zaten temkinli bakıyorlar araştırmaya. Bir de ellerindeki kanıt: «Yaptırdık, zaten bir işe yarandı.»

**KONGAR** — Efendim, izninizle bir küçük şeyi söyleyeyim. İki önemli yanlış var araştırmaya yaklaşımda müşterilerde. Bir, kimisi her derde çözüme gibi bakma eğiliminde. Araştırma yaptırılmı şu meseleyi halledelim. Halbuki araştırma yapmakla mesele hallolmaz. Araştırma yapmakla mesele teşhis edilir ancak. Onun tedavisi, o araştırmadan çıkacak sonuçlara göre yapılır. İkincisi, tam tersi. Araştırmacının üstüne yükü veya sorumluluğu yıkarak: «Kardeşim biz araştırma dahi yaptırdık böyle çıktı. İşte bu adamların hatası.» diye olaya bakmak. Bu iki yanlış da çok önemli.

**TAYANÇ** — Bir de üçüncüsü var bence, kendi kafalarında zaten bir sonuç var. Onu doğrulamak istiyorlar. O çıkmadığı zaman kötüsün. O

gerçek ya da değil, ona bakmıyorlar. Araştırma sonucunun kendi önyargılarına uyup uymadığına bakıyorlar.

**KONGAR — Doğru.**

**NEYZİ —** Yahut başka bir amaçla yaptırıyor etüdü. Mesela bankadan kredi almak için.

**TAYANÇ —** Kaç defa başımıza geldi. Yapılabilirlik etüdü hazırlanmasında, «Bunun talebini büyük gösterelim.» diyor. Bulamıyorsunuz, yok diyorsunuz o zaman da kötü kişi oluyorsunuz.

**NEYZİ —** Bu devreyi de geçireceğiz. Hepinize çok teşekkür ederim. Buraya kadar zahmet ettiniz. Bilhas-sa Sayın Tayanç tâ Ankara'lardan geldi. Bence kâfi derecede detler ortaya döküldü. Biraz kamuoyu araştırmasından da taşttık. Ama bunları ayırmaya imkân yok. Derneğimizi de zaten iki tür araştırmayı birleştirerek kurduk. Hepinize iyi günler, toplantıyı kapatıyorum.

## AÇIKLAMALAR

Bir süre önce yapılan yerel seçimlerden sonra, yukarıda sunduğumuz «Açık Oturum»u yöneten Sayın Dr. Nezih H. Neyzi ile aynı toplantıya konuşmacı olarak katılan Sayın Prof. Dr. Emre Kongar'dan iki açıklama geldi. Konuya ışık tutmaları açısından bu açıklamaları aşağıda sunuyoruz.

**DR. NEZİH H. NEYZİ'NİN AÇIKLAMASI :**

Belediye seçimlerinde «YÖNELİM» hariç, diğer kamuoyu araştırma kuruluşları sonuçlarında büyük farklılıklar görülmüştür. Bu durumun ayrı bir oturumda tartışılması gerekmektedir. Demek ki, yerel seçim tahminlerinde, Günaydın'ın «YÖNELİM»e yaptırıldığı gibi, 40 binin üstünde ör-

neklemelere gidilmesi gerekmektedir. Bu da gazetelerin finansman gücüne bağlıdır. Genel seçim ile yerel seçim arasında da örnekleme bakımından farklı durumların ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Bu alanda daha pek çok çalışma yapılması gereği tartışmasız ortadadır.

**PROF. DR. EMRE KONGAR'IN AÇIKLAMASI :**

1989 Yerel Seçimleri'nden sonra, gerek kamuoyu araştırmaları, gerek basının rolü konusunda ilginç olaylar yaşandı. Örneğin bir gazete, İstanbul'da, KAMAR'dan daha büyük ölçüm hatası yapan bir şirket için «En iyi biz bildik.» diye yayın yapabildi. Bir başka gazete de, ilân edilen seçim sonuçları ile araştırma kuruluşlarının ön ölçümleri arasındaki farkı, kararsız ilân edilen yüzdeleri düşmeden hesapladı. Böylece muazzam sapmalar ortaya çıktı. Ben bu konudaki saptamalarımı 15 nokta halinde topladım.

1) Her seçim sonucundan sonra, önceden yapılan anket sonuçlarının değerlendirilmesi, doğru bir tavrıdır ve kamuoyu yoklamalarının sağlıklı gelişmesi için gereklidir. Fakat bu değerlendirme dürüst ve objektif olmalıdır.

2) 1989 yerel seçimlerinde esas olarak bütün araştırma kuruluşları İstanbul'da yapılmıştır.

3) Yine bütün araştırma kuruluşları, İstanbul dışındaki kentlerdeki genel eğilimleri, yani kimin kazanacağına gerçeğe çok yakın olarak bildinmişlerdir.

4) Hürriyet ile çalışan KAMAR beş büyük kentte, Sabah ile çalışan PİAR ve Milliyet ile çalışan KONDA üç büyük kentte, Günaydın ile çalışan YÖNELİM ise 67 ilde araştırma yapmıştır. KAMAR ayrıca Hürriyet'te 2 Şubat tarihinde Türkiye çapında bir

yerel seçim ve genel seçim araştırması yayınlamıştır.

5) İstanbul'da Dalan için verilen yüzdeler şöyledir:

Sabah - PİAR	47.9
Milliyet - KONDA	45.0
Hürriyet - KAMAR	40.1
Günaydın - YÖNELİM	33.5

6) Bu gazetelerden Günaydın, Sözen'e de aynı oranı vererek İstanbul'u başa başa ilan etmiş, ayrıca yüzde 6.6 oranında kararsız belirtmiş; Milliyet, ayrıca, parti esasına göre oy verilse ANAP ile SHP arasındaki oranın yüzde 2'ye düşeceğini, fakat yine ANAP'ın önde olacağını söylemiş; Hürriyet ise yüzde 9.7 oranında kararsız belirtmiştir.

7) Bu durumda İstanbul'daki en büyük yanılı yüzde 47.9 ile PİAR'ın, en küçük yanılı ise yüzde 33.5 ile YÖNELİM'indir.

8) Araştırma kuruluşlarının hata payları hesaplanırken, dağılım sırasında kararsız verip vermediklerine bakmak gerekir. Kararsız bildiren kuruluşların hata payları, bu dikkate alınmadan hesaplandığında, o kuruluşun hata payı, kararsız yüzdesi kadar arttırılmaktadır.

9) Araştırma kuruluşlarının anketleri, seçim sonuçlarını ancak belli hata payları içinde yansıtır. Türkiye'de araştırma kuruluşları çok başarılı olduklarından, seçim sonuçlarına göre bilimsel hata payının dışındaki sapmalar çok göze batmaktadır. Oysa ünlü Gallup, 1988 ABD Başkanlık seçimlerinin öncesinde Demokratların New Hemsire ön seçiminde 17 puan yanlışmıştır.

10) KAMAR'ın İstanbul'daki yanılıgısı büyüktür. Bu yanılıgının nedeni kullanılan yöntemdir. Bu seçimin yerel seçim olmasından dolayı KAMAR, oy verme davranışını parti tercihinden çok bireye bağlı bir seçim olarak

araştırmıştır. Oysa seçmen esas olarak parti bağlılığına göre oy kullanmıştır. Fakat bu gerekçe, yanılıgıyı mazur göstermez. Sadece nedenini açıklar.

11) Yine de 1989 yerel seçimleri araştırma kuruluşlarının, seçmenlerin genel eğilimlerini başarıyla saptadığı bir görünümüne sahiptir.

12) KAMAR, İstanbul dışında, araştırma yaptığı öteki dört kentin içinde (Ankara, İzmir ve Bursa'da) hangi partinin adayının kazanacağını önceden bilmiş, bir kentte ise (Adana'da) yanılmış, fakat yanılıgısı bilimsel hata payı içinde kalmıştır.

13) Seçim öncesinde Sayın Başbakan'ın araştırma kuruluşlarına yönelttiği suçlamanın doğru olmadığı da seçim sonuçlarıyla ortaya çıkmıştır.

Anketler seçim öncesinde Sayın Başbakan'ın aleyhine bir yanılıgı değil, tam tersine lehine bir yanılıgı yansıtmışlardır.

14) 1989 yerel seçimlerinin belirttiği bir başka gerçek, «anketlerin kamuoyu araştırması değil, kamuoyu oluşturması» işine yaradığı iddiasının geçersizliğidir. Bu iddia doğru olsaydı, tüm basının ve kamuoyu kuruluşlarının önde ilan ettiği Dalan, seçimi kaybetmezdi.

15) 1989 yerel seçimleri araştırma kuruluşlarının dağılıgısına her yeni deneyim gibi yeni ve olumlu bilgiler eklemiş olması bakımından son derece yararlı bir işlevi de yerine getirmiştir.

◆ En faziletli sadaka, insanın bir bilim öğrenmesi, sonra onu bir başkasına öğretmesidir.

*Hadis*



## Sermaye Piyasası

Yrd. Doç. Dr.  
MEHMET BOLAK

**B** ORSA'da Şubat ayından beri devam eden fiyat artışları Nisan ayında da sürmüş ve «28 Nisan, Cuma» günkü kapanış fiyatları itibariyle, Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi İndeksi, geçen yılın Mayıs ayından sonra ilk defa yeniden 1000 puan barajını aşmış ve Mart ayına nazaran % 9.34'lük ve 86.27 puanlık artışla 1009.89 puana ulaşmıştır.

Ay içinde İMKB birinci pazarında işlem gören 50 hissenin 35'inin fiyatı yükselirken, 12'sinin fiyatı düşmüş, Kartonsan, Çimentaş ve Enka Holding'in fiyatları ise sabit kalmıştır. Fiyatları azalmış olmakla birlikte, Brisa, Kordsa ve T. Şişe Cam hisseleri, yapılan sermaye artırımları ve hisse sayılarındaki artış dikkate alındığında, pozitif verim sağlamışlardır. En yüksek fiyat artışlarının görüldüğü hisseler: Kav (% 35.71), Kepez Elektrik (% 34.16), Bağfaş (% 33.33), Çukurova Elektrik (% 28.49), İzocam (% 26.97), Mensucat Santral (% 24.53), Güney Bira (% 20.63), Good-Year (% 19.00), Nasaş (% 18.60) ve Çimsa (% 18.56) olurken; fiyatları en fazla düşen hisseler ise Koruma Tarım (% 27.43), T. İş Bankası «B» (% 23.69), Rabak (% 13.67) ve İzmir Demir Çelik (% 13.28) olmuşlardır.

Fiyatların yükselmesinde, sermaye artırımlarının ve 1988 yılına ait kâr payı dağıtımlarının da etkisi olmaktadır. Mart ve Nisan aylarında yapılan genel kurul toplantıları sonucunda, şirketlerin dağıtacakları kâr payları ve yapılacak bedelli ve bedelsiz sermaye artırımları karara bağlanmıştır. Alınan kararlar hisse fiyatlarını etkilemekte, kâr payı dağıtımını ve sermaye artırımını yapan şirketlerin hisselerinde ise fiyat düşmeleri gözlenmektedir. Nisan ayı içinde Koç Yatırım % 35 bedelli, % 25 bedelsiz artırımla sermayesini 10 milyardan 16 milyara; Brisa % 100 bedelli, % 50 bedelsiz artırımla 27 milyardan 67 milyar 500 milyona; T.Şişe Cam % 15 bedelsiz artırımla 60 milyar 270 milyondan 69 milyar 310,5 milyona yükseltmişlerdir.

Kordsa'da ise % 60 bedelli artırım için rüçhan hakları kullanılmış olup, % 40 oranındaki bedelsiz hisse dağıtımının hangi tarihte yapılacağı belirlenmemiştir. Halen Kordsa ve Akçimento hisseleri piyasada, bedelsizi üzerinde olarak işlem görmektedirler. Şirketlerde kayıtlı sermaye tavanlarının yükseltilmesi de gündeme gelmekte olup, Aymar'da tavan 10 milyara, İzmir Demir Çelik'te ise 150 milyara çıkarılmıştır. Diğer bazı şirketlerin de sermaye artırımına gitmeden önce kayıtlı sermaye tavanlarını yükseltecekleri beklenmektedir.

**TABLO 1**  
Dağıtılacak Kâr Payları (%)

Şirket	Eski	Yeni	Şirket	Eski	Yeni
Akçimento	36	19.50	Koç Holding	60	40
Anadolu Cam	60	35.12	Koç Yatırım	50	36
Arçelik	92	40	Kordsa	96	56
Aymar	74	30	Koruma Tarım	111	—
Bağfaş	40	—	Köytaş	22	—
Bolu Çimento	213.45	—	Makina Takım	5	—
Brisa	103.20	60.20	Mensucat Santral	100	—
Çelik Halat	100	58.33	Olmuksa	35	20.40
Çimentaş	47.60	—	Otosan	70	—
Çimsa	82.60	38.50	Pınar Süt	37.80	—
Çukurova	250	170	Pimaş	11.68	—
Döktaş	58.50	29.50	Polylen	30	—
Ecz. Yatırım	45	—	Rabak	40	33.10
Ege Bira	130	—	Sarkuysan	90	30
Ege Gübre	18	6	Sifaş	100	39.70
Enka Holding	45	—	Teletaş	85.60	—
Erdemir	175	—	T. Demir Döküm	44	18
Good-Year	60	—	T. Siemens	68.50	11.50
Güney Bira	60	—	T. İş Bankası A	526.4	—
Hektaş	75	—	T. İş Bankası B	46.08	—
İzocam	120	—	T. İş Bankası C	22.94	—
Kartonsan	20	10.20	T. Şişe Cam	20	10.50
Kav	75	—	Yasaş	20	17.80
Kepez Elek.	100	50			

**TABLO 2**  
Kâr Paylarının Dağılımı

Kâr Payı Oranı (%)	Şirket Sayısı				
	1984	1985	1986	1987	1988
0	2	3	3	2	4
1 — 29	8	10	11	5	4
30 — 49	12	11	11	13	8
50 — 74	8	8	6	5	9
75 — 99	3	1	1	5	6
100 — 199	3	5	5	8	7
200 +	4	1	3	2	2
Medyan Oran	35.58	38.50	40.00	47.50	60.00
Aritmetik Ortalama	60.00	69.57	72.10	66.28	68.83
Tartılı Ortalama	34.42	32.94	35.24	53.33	71.80

Öte yandan, yapılan genel kurul toplantıları sonucunda, şirketlerin 1988 yılı kârından, eski ve yeni hisselerine hangi oranda kâr payı dağıtacakları belli olmuştur. Şirketlerin çoğunluğu, 1988 yılı başındaki ödenmiş sermayeyi temsil eden hisseleri eski, 1988 yılı içinde yapılan sermaye artırımları karşılığı verilen hisseleri yeni kabul ederken, bazıları bedelsiz artırım sonucunda verilen hisseleri de eski hisse kabul etmekte, bazıları da hiç eski-yeni ayırımı yapmadan tüm hisselerine aynı oranda kâr payı dağıtmaktadır. Öte yandan Kav, daha da değişik bir yöntemle, 1989 yılı içinde bedelsiz artırım karşılığı verdiği hisselerine bile eskileriyle aynı oranda kâr payı dağıtmaktadır.

Kanımızca, eski-yeni hisse ayırımı yapılmadan tüm hisselerine aynı oranda kâr payı dağıtılması, gerek hesap kolaylığı gerekse borsada fiyat oluşumunda pratiklik sağlayacaktır. Şayet eski-yeni ayırımı yapılacaksa, bedelsiz dağıtılan hisselerin eski kabul edilmesinde yarar vardır. Zira bu hisseler, dağıtılan kârın ait olduğu yıldan bir önceki yıla ait yeniden değerlendirme fonları karşılığı verilmektedir. «Tablo 1»de şirketlerin genel kurul toplantıları sonucu 1988 yılı kârlarından dağıtılacak kâr payı oranları görülmektedir. Denizli Cam ve Nasaş'da 1988 yılı kârının ihtiyatlara ilave edilmesi kararlaştırılmış olup, Gübre Fabrikaları, İzmir Demir Çelik ve Metaş ise 1988'i zararlı kapattıklarından kâr payı dağıtmamaktadırlar.

Tablodan görülebileceği gibi, % 100'ün üzerinde kâr payı dağıtan 8 şirket bulunmaktadır. 4 şirket de % 100 kâr payı dağıtmaktadır. Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi İndeksi kapsamındaki 40 şirketin dağıttığı kâr paylarının geçmiş yıllarla karşılaştırması yapıldığında, «Tablo 2» ortaya çıkmaktadır. 40 şirketin söz konusu olması nedeniyle, medyan kâr payı oranı, kâr paylarına göre yapılan sıralamada 20 ve 21. durumdaki şirketlerin oranlarının ortalaması şeklinde hesaplanmaktadır. Medyan kâr payı oranı 1984 yılından beri sürdürdüğü yükselmeyi devam ettirmiş ve % 60'a çıkmıştır. Dağılımdan da görülebileceği gibi, önceki yıllarda, şirketlerin büyük çoğunluğu % 1-29 ve % 30-49 arasında kâr payı dağıtırken, 1988 yılı kâr payları % 30-49 ve % 50-74 gruplarında yoğunlaşmıştır. Aritmetik ortalama da buna bağlı olarak geçen yıla nazaran yükselmiş ve % 68.83 olmuştur.

Öte yandan, şirketlerin sermayelerine göre hesaplanan tartılı ortalama ise önceki yıllara oranla bir hayli yükselmiş ve aritmetik ortalamanın üzerine çıkmıştır (% 71.80). Bunun en önemli nedeni, Çukurova Elektrik ve Ereğli Demir Çelik gibi yüksek sermayeye sahip şirketlerin büyük oranlarda kâr payı dağıtımına gitmeleridir. Değerler hesaplanırken, eski hisselerine ödenen kâr payları esas alınmış, bu nedenle de tartılı ortalama hesabında tartı olarak 1988 yıl başı ödenmiş sermayeleri kullanılmıştır. Sadece, Kav'ın uyguladığı yöntem nedeniyle, bu şirket için sermaye tartışması olarak, son sermaye artırımından sonraki 3 milyar rakamı alınmıştır.

Borsa'daki fiyat canlanmalarının nedenlerinden biri de, alternatif yatırım araçlarının getirilerinde gözlenen durgunluk eğilimidir. Altın borsasının çalışmaya başlamasıyla birlikte altın fiyatlarında bir sabitleşme hatta gerileme gözlenmek-

tedir. Döviz piyasalarında da daha önce beklenen büyük canlanma gerçekleşmemiştir. Bir ara hızlı tempoda artan döviz fiyatları, Dolarda 2100, Markta 1100 TL civarlarında dengeye gelmişlerdir. Öte yandan banka faizleri de günden güne azalmaya, yıllık faiz tabanı % 65'e yaklaşmaya devam etmektedir. 26 Nisan 1989 günü itibarıyla bazı bankaların mevduata uyguladıkları faiz oranları «Tablo 3»de verilmiştir.

**TABLO 3**  
Mevduat Faiz Oranları (%)

	1 ay	3 ay	6 ay	1 yıl		1 ay	3 ay	6 ay	1 yıl
Akbank	46	53	56	66	Emlakbank	48	55	57	68
İş Bankası	46	53	56	66	Töbank	48	55	58	67
Yapı Kredi B.	46	53	56	66	Halkbank	48	55	58	68
Osmanlı B.	46	53	67	66	Şekerbank	49	56	59	69
Garanti B.	49	55	57	67	Sümerbank	49	56	59	69
Türkbank	49	56	59	69	Vakıflar B.	48	55	58	68
Pamukbank	50	57	60	72	Etibank	47	53	57	66
Ziraat B.	48	55	58	68	Denizbank	50	57	60	70

Banka faizlerindeki düşme devam ederken, devlet faizinde ise uzun süredir ilk defa küçük oranda bir yükselme gözlenmiş, Merkez Bankası verilerine göre son yapılan ihalede 6 ay vadeli bono faizi aynı vade için belirlenen bir önceki faiz oranına göre % 1.4 puan artarak % 42.42'ye yükselmiştir. Birinci Boğaziçi Köprüsü ve Oymapınar Barajı «A» tertibi gelir ortaklığı senetlerinin son 6 aylık getirisi ise bundan daha yüksek, % 43.74 olarak belirlenmiştir. «28 Nisan, Cuma» günü ödenmesine başlanan 5. dönem gelir ödemeleriyle birlikte, söz konusu gelir ortaklığı senetlerine yapılan gelir ödemeleri toplamı 99 milyar 566 milyon TL'ye ulaşmış olacaktır. Bu senetlerin nominal değerleri toplamı ise 60 milyar TL idi.

**Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi Hisse Senedi Fiyat İndeksi**  
(Ocak 1974 = 100)

AYLAR	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Ocak	87.04	94.18	135.51	243.11	202.78	297.38	493.05	1711.69	714.75
Şubat	90.24	94.60	157.44	246.73	207.73	325.71	658.37	1465.45	822.11
Mart	91.76	97.99	165.21	249.65	214.77	316.36	619.21	1351.48	923.62
Nisan	90.37	101.49	152.04	235.43	207.07	305.68	613.09	917.93	1009.89
Mayıs	91.66	102.60	156.08	227.24	209.20	304.85	833.54	1005.71	
Haziran	91.83	106.38	176.25	220.66	210.89	306.66	1050.91	924.97	
Temmuz	97.63	106.22	176.40	207.07	213.75	323.22	1709.16	927.28	
Ağustos	98.53	113.08	186.42	204.24	218.60	369.80	2290.94	816.29	
Eylül	97.89	112.47	199.71	198.36	226.70	394.62	2015.20	881.71	
Ekim	97.35	115.27	212.63	200.20	238.27	384.48	1548.75	734.01	
Kasım	100.27	132.45	217.12	200.44	258.90	406.68	1374.18	777.53	
Aralık	94.18	133.33	242.03	202.10	261.35	438.99	1202.28	722.21	

Sıra No.	Kuruluşun Adı	Kayıtlı Sermaye (Milyon TL)	Çıkarılmış (Ödenmiş) Sermaye (Milyon TL)	Takvim Yılı Kârı			Dağıtılan Kar Payı			Piyasa Fiyatı (TL)			
				1987 (Milyon TL)	1985 (Milyon TL)	1986 (Milyon TL)	1987 (Net)	1988 (Net)	1986 (Net)	Nisan 1988	Subat 1989	Marı 1989	Nisan 1989
1	AKCİMENTO	—	15.750	6.953	2.590	3.764	168	36	235	29.500	2.650	2.450	2.850
2	ANADOLU CAM	20.000	13.000	5.203	1.243	2.549	50	60	30	3.200	2.500	2.750	2.450
3	ARCELİK	40.000	24.000	39.087	9.467	16.131	80	92	63	6.500	3.675	4.450	4.750
4	AYMAR	10.000	3.000	1.195	1.045	518	30	74	12	3.500	2.850	2.900	3.275
5	BAGFAŞ	—	40.000	9.313	5.587	7.005	85	40	55	15.300	1.575	1.500	2.000
6	BOLU ÇİMENTO	—	1.500	5.607	2.121	4.553	181.38	213.45	119.76	12.000	12.200	13.000	14.000
7	ÇELİK HALAT	27.000	5.400	7.558	1.857	3.729	100	100	60	8.750	4.675	5.400	5.950
8	ÇİMSA	—	10.800	13.667	3.077	7.791	263.87	82.60	175	19.700	1.300	4.250	5.750
9	ÇUKUROVA ELEKTRİK	90.000	30.000	61.939	17.392	32.129	200	250	100	16.200	8.350	8.950	11.500
10	DOKTAŞ	12.000	7.000	8.317	511	2.224	100	98.50	50	14.300	3.200	3.150	3.550
11	ECZACIBAŞI YATIRIM	3.000	2.400	771	378	421	40	45	30	1.700	1.625	1.625	1.750
12	EGE BİRACILIK	4.200	4.200	3.315	227	1.560	35	130	20	2.600	6.000	7.000	7.950
13	EGE GÖBRE	12.000	12.000	1.720	2.113	2.603	50	18	60	4.200	890	920	960
14	EREĞLİ DEMİR ÇELİK	40.000	38.400	119.616	26.531	41.037	55	175	23	3.350	7.550	9.850	10.100
15	GOOD YEAR	—	11.724	9.058	3.619	3.163	100	60	200	21.500	4.575	5.000	5.950
16	GÜBRE FABRİKALARI	30.000	19.600	Zarar	1.720	1.048	—	—	43.35	1.300	1.100	1.050	1.000
17	GÜNEY BİRACILIK	4.200	4.200	3.395	185	1.041	35	60	11	2.175	2.675	3.150	3.800
18	HEKTAŞ	10.000	2.700	2.173	720	1.014	35	75	36.16	2.100	2.250	2.400	2.650
19	İZMİR DEMİR ÇELİK	150.000	50.000	5.721	2.247	1.774	26.66	—	15.95	1.225	850	860	720
20	İZOCAM	10.000	3.000	2.250	2.425	307	35	120	16.80	6.050	7.350	7.600	9.650
21	KARTONSAN	27.000	27.000	4.478	2.621	1.054	25	20	17.01	3.700	1.500	1.600	1.600
22	KAV	—	3.000	3.694	787	4.221	130	75	300	13.800	17.900	7.000	9.500
23	KOÇ HOLDİNG	100.000	35.000	15.504	7.437	10.696	32.50	60	45.60	5.200	3.125	3.275	3.800
24	KOÇ YATIRIM	20.000	16.000	2.826	1.559	2.622	35	50	39	2.250	2.400	2.425	1.725
25	KORDSA	—	22.500	24.507	6.973	11.116	93	56	110	10.200	7.950	4.700	4.200
26	KORUMA TARIM	6.000	3.375	5.239	69	2.169	66	111	30	2.800	1.850	2.650	1.100
27	BRISA (LASSA)	150.000	67.500	23.102	7.355	11.236	63	103.20	32	14.200	2.750	5.250	2.925
28	MAKİNA TAKİM	3.000	1.500	Zarar	100	101	—	5	—	1.350	1.000	990	1.050
29	METAŞ	15.000	15.000	4.194	2.644	352	15	—	—	1.200	0.20	7.40	650
30	NASAŞ	14.000	14.000	2.853	1.131	1.218	30	—	15	2.750	940	860	1.020
31	OLMUŞSA	—	11.000	6.884	2.500	2.625	45	45	22	10.000	2.400	2.425	2.750
32	OTOSAN	40.000	27.331	24.345	zarar	Zarar	26.60	70	—	2.650	2.900	7.950	2.875
33	POLYLEN	—	4.500	2.540	516	330	20	30	25	3.400	1.900	1.625	1.650
34	RABAK	25.000	15.000	6.535	1.633	1.802	40	40	43	1.675	1.450	1.650	1.375
35	SARUYSAN	30.000	7.560	5.158	2.134	3.132	75	90	60	6.000	3.325	3.900	1.425
36	SIFAŞ	—	4.680	6.155	1.609	2.534	100	100	8	6.500	3.500	1.150	4.700
37	TÜRK DEMİR DÖKÜM	50.000	20.000	12.131	4.086	11.801	103	44	80	6.650	2.525	2.675	7.925
38	TÜRK SIEMENS	—	10.500	7.313	3.545	5.728	81	68.50	106	26.000	3.850	4.025	4.550
39	T. İS BANKASI İB.	—	30.000	62.246	32.270	35.207	38.38	46.08	34.60	2.000	2.100	1.900	1.450
40	TÜRKİYE İŞE VE CAM	200.000	69.310.5	4.584	1.902	3.507	10	20	10	1.275	1.450	1.850	1.625



# G A R A N T İ ' D E hem Visa, hem MasterCard K R E D İ L İ

Garanti Kredi Kartları Visa ve MasterCard  
şimdi kredili... İstedığınız gibi harcayıp,  
dilediğiniz zaman ödeyebilirsiniz.\*  
"Cash Advance" (Nakit Avans) ayrıcalığından  
yararlanabilir, hesabınızda yeterli miktar olmasa  
bile, yetkili şubelerimizden Kredi Kartı'nızla  
para çekebilirsiniz. Visa ve MasterCard kullanırken  
Garanti farkından yararlanın.  
Ayrıntılı bilgi şubelerimizde...

 BANKACILIKTA  
**GARANTİ**

\*İsterseniz, 4 aya kadar vadeyle ödemek üzere kredi kullanabilirsiniz.

# Baker Planı'ndan Brady Planı'na: Borç Krizine Yeni Alternatif

YRD. DOÇ. DR. SUAT OKTAR

1982 yılında Meksika'nın moratoryumu ile başlayan ve 1988 yılında Brezilya'nın borç ödemelerini durdurmasıyla devam eden uluslararası borç krizi, sekizinci yılını geride bırakırken ciddiyetini ve önemini koruduğu gözlenmektedir. Özellikle 1970'li yılların ortalarından itibaren ticari bankalarca gelişme sürecinde bulunan ülkelere açılan kredilerin bu ülkelerin ödeme güçlüğüne girmeleriyle geri dönmemesi, borç krizinin doğmasına ve zamanla boyutlarının genişlemesine yol açmıştır. Bu nedenle borç krizi son sekiz yıldan bu yana uluslararası finansal sistemin gündemini oluştururken, gerek borçlu gerekse alacaklı ülke ve kuruluşlar açısından baş ağrısı olmaya devam etmektedir.

Halen gelişmekte olan ülkelerin dış borçlarının toplamı 1988 yılı sonu itibarıyla 1.3 trilyon dolar büyüklüğündedir<sup>(\*)</sup> [\*]. Bu toplamın yalnız 415 milyar doları Latin Amerika ülkelerine

[\*] Dipnotları yazının sonunda yer almaktadır.

aittir. Bu büyüklüğe göre, dış borç toplamının hemen hemen üçte birini bu ülkelere ait borçlar meydana getirmektedir. Latin Amerika ülkelerinin dış borçları yalnızca son beş yıl içinde yaklaşık 100 milyar dolar artarken, aynı zamanda 120 milyar dolarlık bir borç servisi gerçekleştirmişlerdir<sup>(?)</sup>.

## Borç Krizine Can Simidi: Baker Planı

Dış borç krizi böylesine büyük boyutlara ulaşırken, bugüne kadar çözüm yolunda gösterilen çabaların ve girişimlerin yetersiz kaldığı gözlenmektedir. 1982 yılında borç krizi çok taraflı finansal kuruluşların, başta ABD olmak üzere sanayileşmiş ülkelerin hükümetlerinin ve uluslararası ticari bankaların ortak girişimleriyle atlatılabılmıştır. Kuşkusuz bu girişimler soruna çözüm getirmemiş, sorun yalnızca geçici bir süre için dondurularak ileri bir tarihe ertelenmiştir.

Bu süreç içerisinde borçlu ülkeler, IMF'nin stabilizasyon programlarına

bağlı olarak içerde biraz daha daraltıcı politikalar uygularken, dışa da daha fazla entegre olmanın çobasını vermişlerdir. Temel amaç, dış ticaret fazlası yaratarak borç ödeme kapasitesinin genişletilmesi olmuştur. Ne var ki, konjonktürel gelişmelerin bu ülkeler aleyhine gelişmesi sonucu ihracatta satış ve süreklilik durmuş, ekonominin ithalata bağımlılığı azaltılmadığından yeni kaynak ihtiyacı ve arayışı çok geçmeden gündeme gelmiştir. Diğer bir deyişle gelişmekte olan ülkelerin yeni kaynaklar sağlamadan ekonomilerinin işlerliğini sürdürmeyecekleri bir noktaya gelinmiştir. Ancak çok geçmeden ticari bankalar da bu olumsuz gelişmeler karşısında yeni kredi akışlarını kesince, borç ödemelerinde tıkanma ve yeni bir finansal panik kendisini yavaş yavaş göstermeye başlamıştır. İşte «borç ödeme yönetimi stratejisi» olarak bilinen Baker Planı, bu koşullar üzerinde temellenmiştir.

ABD Hazine Genel Sekreteri James Baker'in adını taşıyan Baker Planı, 1985 yılı Ekim ayında Seul'de toplanan Dünya Bankası ve IMF ortak toplantısında sunulmuş ve bankaların onayını almıştır. Bu planda ağır borçlu ülkelerin borçlarını ödeyeceklerini garanti etmeleri durumunda, kendilerine ödeme kolaylıklarının sağlanması ilke olarak benimsenmiştir<sup>(3)</sup>. IMF yerine Dünya Bankası'nın rolünü ön plana çıkaran Baker Planı, IMF'nin istikrar programlarıyla büyük ölçüde çelişmeyen hükümler getirmiştir. Getirdiği yükümlülüklerle borçlu ülkelerin daha çok dışa açılmasını, yabancı sermaye girişini özendirecek önlemlerin artırılmasını ve halk kitlelerinin daha çok özveride bulunmasını öngörmüştür.

Kapsamına onbeş ağır borçlu ülkeyi alan Baker Planı, iddialı bir biçimde hazırlanmasına ve sunulmasına karşın, farklı kabul edilebilecek yeni bir şey getirmedigi gibi, bu şekliyle de borç krizine bir çözüm getirme iddiasını daha başından kaybetmiştir. Zira Baker Planı, borçlu ülkelerde uygulanmakta olan IMF'nin yapısal uyum programlarına sıkı sıkıya bağlı kalmıştır. Plan genel olarak, kamu kesiminin ekonomideki ağırlığını ve etkinliğini azaltırken özel kesiminkini arttırmayı, tasarrufların akışkanlığını ve yatırım artışını sağlayacak, yatırım artışını kolaylaştıracak vergi ve işgücü piyasası reformları ile finans kurumlarının geliştirilmesini, doğrudan yabancı yatırımları ve sermaye girişini özendirecek dış ticaretin liberalize edilmesini ve kamu kuruluşlarının özelleştirilmesi gibi önlemlerin alınmasını içermiştir. Görüldüğü gibi, Baker Planı temelde IMF istikrar programlarıyla çelişmediği gibi, âdeta bu programları tamamlayıcı bir görev üstlenmiştir<sup>(4)</sup>.

Borç krizinin maliyetini tek taraflı olarak borçlu ülkelerin üzerine yıkmayı, diğer bir deyişle krizin bedelini borçlu ülkelere ödetmeyi amaç edinen Baker Planı daha doğuştan çözümsüzlüğe mahkûm olmuştur. Zira, borçlu ülkelerin ekonomik realitelerini ve toplumsal kesimlerin taleplerini dikkate almadan hazırlandığı gibi, üstelik planda borçlu ülkelerin borçlarına karşılık olarak sağlanacak ek kaynağın büyüklüğü de oldukça sınırlı bir düzeyde tutulmuştur. Bu nedenle, Baker Planı'nın, genel olarak kabul edildiği gibi, oyalama ve zaman kazanma işlevini yerine getirmekten başka hiçbir yararı olmamıştır<sup>(5)</sup>.



### Borç Krizine Yeni Umud: Brady Planı

Baker Planı'nın üzerinden üç yıl geçmesine karşın borç krizi aşılanmadığı gibi, tersine daha da büyük boyutlar kazanmıştır. Öyle ki, bu süreç içinde ağır borçlu olup da borç ödeme gücünü içine düşmeyen, ya da borç ödemelerini durdurmamayan hemen hemen hiçbir ülke kalmamıştır. Gerçekten de son üç yıl, borçlu ülkeler açısından tam bir tıkanma ve darboğaz dönemi olmuştur. Bir yandan, içerde ekonomik istikrar programlarını uygulamadaki güçlükler, diğer yandan da olumsuz konjonktürel gelişmelere bağlı olarak döviz darboğazı yaşanırken, toplumsal katmanlar arasında artan huzursuzluklar sonucu siyasal istikrarların da zaman zaman bozulması, borçlu ülkeleri ekonomik ve siyasal yönden tam bir kaos içinde bırakmıştır. Nitekim son bir yıl içinde Brezilya'da ve Venezuela'da

kitlelerin sokaklara dökülmesi ve kanlı çatışmaların cereyan etmesine varacak ölçüde olayların yaşanması, oldukça kayda değer boyuttadır.

Kuşkusuz, borç krizinin böyle bir aşamaya gelmesinin faturası tek başına borçlu ülkelere çıkarılamaz. Bunda ticari bankaların da rolü büyüktür. Nitekim Baker Planı çerçevesinde ticari bankaların vermeyi kabul ettikleri kredileri geciktirmeleri ya da verdikleri kredilerin hiçbir zaman borçlu ülkelerin büyümelerini sağlayacak büyüklüğe ulaşmaması, bu ülkelerin kısa zamanda yeniden döviz darboğazıyla karşı karşıya kalmalarında önemli rol oynamıştır. Gerçekten de ticari bankalar kredi takvimine hiç bağlı kalmamışlardır (\*).

Sonuçta, borçlu ülkeler bir yandan yeni kredi bulamadıkları için ekonomide gerekli düzenlemeleri gerçekleştirememişler, diğer yandan da döviz bunalımına girdiklerinden borçlarını

### LATİN AMERİKA ÜLKELERİNİN BORÇLARI

	Dış Borç Toplamı (*)	Borç Rasyoları (**)		Banka Alacaklarının İkincil Piyasadaki Fiyatı (***) (dolar başına cent)
		Borç/GSMH (%)	Faiz/İhracat (%)	
ARJANTİN	59.6	73.9	41.5	20.0
BREZİLYA	120.1	39.4	28.3	34.5
ŞİLİ	20.8	124.1	27.0	60.5
KOLOMBİYA	17.2	50.2	17.0	56.5
EKVATOR	11.0	107.4	32.7	13.0
MEKSİKA	107.4	77.5	28.1	38.5
PERU	19.0	40.5	27.2	5.5
VENEZUELA	35.0	94.5	21.9	37.0

(\*) Dünya Bankası'nın 1988 yılı sonu itibarıyla tahmini.

(\*\*) Dünya Bankası'nın 1987 yılı verilerine dayanarak yaptığı hesaplama.

(\*\*\*) Salomon Bros

Kaynak: Financial Times, 2 Şubat 1989, s. 14.

zamanında geri ödeyememişlerdir. Bu olumsuzluklar bugün de yoğun bir biçimde devam etmektedir.

Borçlu ülkelerde yaşanan olumsuz gelişmeler ve borçların geri ödenmesinin durması, üstelik Baker Planı'nın borç krizine bir çözüm olmaktan çıkması, yeni alternatif arayışları gündeme getirmiştir. Bunların başında da hâlâ finans sisteminin gündemini oluşturan Brady Planı gelmektedir. ABD Hazine Bakanı Nicholas Brady'nin adını taşıyan ve Mart ayı ortalarında açıklanan plan, genelde Baker Planı'nın öneri ve ilkeleri üzerinde temellenmiş bulunmaktadır. Ne var ki, Brady Planı, şimdiki kadar hazırlanmış borç stratejilerinden çok daha kapsamlı ve güçlü bir yapıya sahip olup, getirdiği ilkeler açısından da oldukça umut vaat eder görünmektedir (7).

Planda belki de en önemli maddeyi borçların bir bölümünün silinmesine ilişkin karar oluşturmaktadır. Gerçekten de plana göre IMF, Dünya Bankası ve Japonya'ya ait kaynakların kullanılarak borçların bir bölümünün silinmesi önerilmektedir. Böylece borç yükünün hafifleyeceği ve borçlu ülkelerin borç ödeme güçlerinin nispi olarak düzeleceği öne sürülmektedir (8). Plana göre borçların silinmesinde esas yükü ticari bankalar çekecektir. Ticari bankaların halen az gelişmiş ülkelere ait borçlarının yüzde 37'sinin alacaklısı durumunda buldukları dikkate alınırsa (9), Brady Planı'nın başarısının ticari bankaların bu konuda gösterecekleri özveriye bağlı olduğu söylenebilir.

Öte yandan, Brady Planı borçların azaltılmasında üç ayrı yöntemin uygulanmasına olanak sağlamaktadır. Bunlar sırasıyla; borçların düşük de-

ğerli tahvillerle değiştirilmesi, borçların itibari değerleri eşit, ancak düşük faizli olan devlet tahvilleriyle değiştirilmesi ve borçların sözkonusu borçlu ülkeye ait kamu ortaklığı niteliğindeki işletmelerinin hisse senetleriyle değiştirilmesidir.

Brady Planı geçtiğimiz ay açıklanmış borçlu ülkelere oldukça büyük yankılar yaparken, plana yöneltilen tepkiler de çok farklı olmuştur. Nitekim, kısa bir süre önce kanlı olayların yaşandığı Venezuela'nın Devlet Başkanı Cartes Perez, Brady Planı'nı önemli bir gelişme olarak gördüklerini, ancak Latin Amerika'nın ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kaldığını belirtmiştir. Perez ayrıca sözkonusu planın, Latin Amerika'nın borç krizinin çözümü için uzun yıllara ihtiyaç duyduğunu, oysa borçlu ülkelerin hiçbirinin daha fazla beklemeye tahammülü olmadığını sözlerine eklemiştir (10).

Brady Planı buna karşılık Meksika ve Brezilya'da daha olumlu tepkiler almış ve hükümet yetkililerince bir umut ışığı olarak değerlendirilmiştir. Brezilya Maliye Bakanı Nobrega sözkonusu planı «pozitif bir adım ve önemli bir gelişme» olarak yorumlamıştır.

Brady Planı önce Washington'da bir araya gelen yedi sanayileşmiş ülkenin desteğini almasından sonra, son olarak IMF ve Dünya Bankası'nın ortak toplantısında da destek bularak onay almıştır. Bu toplantıda Japonya da plan çerçevesinde borçlu ülkelere 4.5 milyar dolarlık bir kredi açma sözü verirken, planı desteklediğini belirtmiştir (11). Finans çevreleri planın başarısı için Japonya'nın kreditor rolünün yaşamsal bir öneme sahip olduğunu belirtmektedirler.

Henüz teknik ayrıntıları yeterince

açıklık kazanmayan Brady Planı'nın en son şeklini 1989 Nisan ayının sonuna kadar alması beklenmektedir. Bu gelişmeye bağlı olarak Mayıs ayı sonunda ya da en geç Haziran ayı başında ilk borç affı anlaşmasının gündeme gelmesi öngörülmüş bulunmaktadır. Borç affından yararlanacak olan ülkelerin başında da hiç kuşkusuz ağır borç yükü altında bulunan Latin Amerika ülkeleri gelirken, öncelik Meksika ve Venezuela'ya verilecektir. Bu ülkeleri daha sonra Kosta Rika ve Filipinler izleyecektir.

Brady Planı daha şimdiden finans çevrelerinin onayını ve desteğini almasına, hattâ bir umut ışığı olarak kabul edilmesine karşın, işlerliği ve başarısı üzerine duyulan tereddütlerin ve kaygıların hiç de az olmadığı görülmektedir. Her şeyden önce borç faizlerinin hâlâ yüksek olması, borç krizinin çözümü için bir handikap olarak gösterilmektedir. Nitekim, planın mimarı Nicholas Brady borç ödemelerinde ve borç yüklerinin indiriminde, IMF ve Dünya Bankası'nın uygun faiz indirimi desteği sağlamanın planın başarısı için şart olduğunu belirtmektedir. Aynı yöndeki endişeyi Hollanda Maliye Bakanı Onno Ruding de dile getirerek, faiz hadlerindeki artışın borç azaltma çabalarını başarısızlaştıra uğratacağını kaydetmektedir (12). Gerçekten de faiz hadlerinde azalma sağlanmadan borçlu ülkelerin nefes alması güç görünmektedir. Zira bilindiği gibi, faiz hadlerinde her yüzde birlik artış borçlu ülkelere 5 milyar dolarlık bir ek yük getirmektedir (13).

Bunun yanında, Brady Planı'nda borç yükünde yapılacak azaltmayla ilgili belirli bir sınırlamanın getirilmesi de önemli bir eleştiri konusu olarak

gösterilmektedir. Hazine Bakanı Brady'nin Mart ayında planı tanıtırken yaptığı açıklamaya göre, başta Latin Amerika ülkeleri olmak üzere ağır borçlu ülkelerin borçlarının yüzde 20 oranında azaltılması öngörülmüş bulunmaktadır. Ancak Latin Amerika ülkeleri bu oranın yetersiz olduğunu ve borç yükünün yarı yarıya indirilmesinin gerektiğini savunmaktadırlar. Bununla birlikte, geçtiğimiz günlerde ABD'de resmi yetkililerin yaptığı açıklamayla bu oranı sabit olmadığı, borçlu ülkelerin kritik konumuna ve borç yüklerinin ağırlığına göre azaltma oranının yüzde 20'yi aşabileceği belirtilmiş bulunmaktadır.

#### Sonuç

Brady Planı borç krizinin çözümü için bir alternatif olarak kabul edilmesine karşın, uygulamada sonuç vermesi güç görünmektedir. Her şeyden önce, ticari bankaların alacaklarının belirli bir bölümünü silmeleri kolay olmayacaktır. Ticari bankaların yıllardır bu konuda gösterdikleri önyargılı tavır dikkate alındığında, borç silme operasyonlarını kabullenmeleri ve bunu uygulamada devam ettirmeleri kendileri için çok güç olacaktır.

Öte yandan plana göre, IMF ve Dünya Bankası'nın kaynaklarına ek olarak Japonya'nın kaynak sağlamak üzere kreditor rolüyle devreye girmesi gerekmektedir. Japonya şimdiden bu desteği vermiş olmakla birlikte, kredi akışında meydana gelebilecek bir tıkanma, planının işlerliğini azaltacaktır. Nitekim yakın geçmişte böyle bir tıkanmanın Baker Planı'nın işlerliğini nasıl engellediği hatırlardadır.

Bununla birlikte, hazırlanan yeni planın krizin çözümü yönünde önemli

bir adım olduğuna kuşku yoktur. Ancak bunun diğer politikacılarla da desteklenmesi gerekmektedir. Öncelikle borçlu ülkelerin ihracatlarının sürekliliğini, dolayısıyla döviz darboğazını aşmalarını sağlayacak politikaların uygulamaya sokulması kaçınılmaz bir zorunluluktur. Zira uluslararası ticarete korumacı politikaların yaygınlaşarak devam etmesi, bu ülkelerin ihracatlarını sekteye uğratmakta ve döviz darboğazının devamını sağlamaktadır.

Bu nedenle uluslararası ticareti daha büyük ölçüde liberalize etmeden ve borçlu ülkelerin ihrac ürünlerinin dünya pazarlarına daha rahat girmelerini kolaylaştıran borç krizine uzun vadeli kalıcı bir çözümün getirilmesi kolay kolay mümkün olmayacaktır.

### DİPNOTLAR

(1) World Bank, World Debt Tables, 1987-88 Ed., Washington, 1988, s. viii.

(2) Financial Times, «Need to Staunch the Haemorrhage», (2 Şubat 1989), s. 14.

(3) Euromoney, «Seoul-Searching in Washington», (Aralık 1985), s. 126.

(4) Suat Oktar, «Azgelişmiş Ülkelerin Dış Borçları ve Baker Planı Üzerine», Düşün Dergisi, (Haziran 1986), s. 42-43.

(5) Fikret Başkaya, «Borç Krizi Üzerine Bir Deneme», Ankara, 1986, s. 114.

(6) Financial Times, «The Baker Plan Revised», (9 Mart 1989), s. 14.

(7) IMF Survey, «U.S. Calls For Wider Range of Options for Financing Developing Country Debt», (20 Mart 1989), s. 90.

(8) The Wall Street Journal, «Brady's Debt Proposal Faces Difficult Debate to Succeed», (13 Mart 1989), s. 11-13.

(9) Financial Times, «The West takes a leap in the dark on debt» (5 Nisan 1989), s. 4.

(10) Financial Times, «Banks ponder the effect on balance sheets», (13 Mart 1989), s. 2.

(11) The Economist, «The Brady Plan's Foggy Bottom», (8 Nisan 1989), s. 94.

(12) International Herald Tribune, «G-7: Ministers Likely to Give Debt Plan Broad Support», (3 Nisan 1989), s. 13.

(13) Financial Times, «Brady-bashers toe US line», (4 Nisan 1989), s. 7.

◆ Bir boru tesisatı işçisinin dehasından veya becerikliliğinden şüphe edenler, böyle bir işçiden fatura almamış kimselelerdir.

*George Meany*

◆ Bir şeyin niye ve nasıl yapıldığını öğrenene kadar onu değiştirme ve yıkma.

*G. K. Chesterton*

◆ Beni yüceltmek isteyenlerin benden daha yüksekte olmaları gerekir.

*Emerson*

◆ Yirmi yaşında istek, otuz yaşında zekâ, kırk yaşında akıl önemlidir.

*Franklin*

◆ Gerçek olan bir tek yarış vardır: İnsanlık yarışı.

*George Moore*

# DIŞ BASINDAN

Derleyen :  
Doç. Dr.  
NİLSEN ALTINTAŞ

## DÜNYA EKONOMİSİ İÇİN İKİ ALKIŞ (\*)

IMF'nin son ekonomik tahminleri, endüstriyel ekonomilerde sürekli bir büyüme ve mütevazı bir enflasyonu öngörmektedir. En büyük risk, büyük ve kalıcı cari hesap dengesizliklerindedir.

1988 endüstriyel ekonomiler için fevkalâde bir yıl oldu. Gerçek GSMH, bir önceki sonbahar için yapılan tahminlerden % 1 oranında daha fazla artarak, % 4.1 oranına yükseldi. Dünya ticaretinde büyüme % 9.3 iken, iş yatırımları ise bu yüzyılın en büyük hızına ulaşarak % 11 oranına yükselmiştir. Bu durum devam edebilir mi?

IMF'nin bu soruya cevabı şartlı bir «evet»dir. IMF ve WB'in son Washington toplantısında yayınlanan yıllık «World Economic Outlook»da IMF, endüstri dünyasında 1989 ve 1990'da ortalama GSMH artışının % 3 civarında olacağını, enflasyonun ise 1989'da % 3.8'e yükselip 1990'da tekrar düşeceğini öngörmektedir.

IMF bu konuda iki risk olduğunu belirtmektedir.

### Enflasyon

IMF ekonomistleri, son 12 ay içinde, belli başlı endüstriyel ekonomilerde uygulanan sıkı para politikasının aşırı ısınmış ekonomileri rahatlatacağına ve enflasyonu kontrol altına alacağına inanmaktadırlar. Bununla beraber şayet iç talepteki büyüme, kapasite artışının üzerinde olmaya devam ediyorsa, hükümetlerin para politikalarını daha da sıkılaştırmaları gerekmektedir. Bu durumda global faiz oranlarını karşılıklı arttırma tehdidi sözkonusu olmaktadır. Örneğin, Batı Almanya, D. mark'ı desteklemek ve buna bağlı olarak ithal enflasyonu

(\*) The Economist, 16 Nisan 1989.

önlemek üzere, Amerikan faiz oranlarındaki her artışa karşılık olarak benzer bir uygulamayı mark üzerinde yapabilir. Bunun sonucu, dünyada iktisadi durgunluk ve uluslararası borç krizinin daha da kötüleşmesidir. Bu nedenle IMF, özellikle Amerika'daki politika yapımcılarını uyararak, para politikalarına daha az güvenmelerini ve mali politikaların bu külfeti paylaşmasını sağlamalarını önermektedir.

#### Cari Hesaplardaki Dengesizlikler

Amerika'nın cari hesaplarındaki açık 1937'deki 154 milyar \$'dan 1988'de 135 milyar \$'a düşmüştür. İhracatı ise 1988'de % 24 artmıştır ki, bu, dünya ticaretindeki artışın 1/3'üne karşılık gelmektedir. Japonya'nın cari hesaplarındaki fazlalık ise 87 milyar \$'dan 80 milyar \$'a düşmüştür. Ne yazık ki, ticari dengesizlikleri düzeltme girişimleri geçen senenin ikinci yarısında yavaşlamıştır. Doların değer kaybetmesinin etkisi azalma yoluna girmiş, bunun sonucu olarak Japonların ihracatları hızlanmıştır. IMF bu dengesizliklerin, bu ve önümüzdeki sene daha da genişleyeceğini beklemektedir. Amerika'nın cari hesaplarındaki açığın, 1989'da 139 milyar \$ ve 1990'da 157 milyar \$'a yükseleceği, buna mukabil Japon ve B. Almanya'nın fazlalığının daha da artacağı tahmin edilmektedir.

Daha ileriye, 1990 ortalarına bakıldığında, ekonomik politikaların ve kurların değişmeyeceği kabul edildiğinde, IMF, üç büyüklerin ekonomilerindeki dış dengesizliklerin, GSMH'nin yüzdesi olarak değişmesini beklememektedir. Ancak \$ bazında bu terimler yükselir. Eğer böyleyse, ikinci kabulün tutması muhtemel değildir. Daha ziyade, yabancı yatırımcıların doların ani değer kaybını teşvik etmeleri beklenir. Enflasyonun kontrol altına alınabilmesi amacıyla, faiz oranlarının artırılması için hükümetlere baskı yapılır. Sonuç: Büyüme hızının yavaşlaması, enflasyonun yükselmesi ve finansal dengesizliktir.

Herkes bundan daha iyi yöntemler olduğunu bilir. Şayet Amerika bütçe açığını azaltırsa, IMF modeline göre, cari hesap açığında doların değer kaybına nazaran daha büyük bir azalma olacak, buna bağlı olarak da büyüme daha hızlanacaktır. Bu düşünce sadece bir ümit olarak kalmaktadır. Amerikan yönetiminin, bütçe açığının bu mali yıldaki 163 milyar \$'dan 1993 Eylül'üne kadar 37 milyar \$'a düşeceği şeklindeki tahminleri çok iyimser görünmektedir. IMF,

Sayın Okurumuz,

1989 yılı abonенizi yenilediğiniz için

teşekkür ederiz.

açığın 1993 mali yılında ancak 114 milyar \$'a düşebileceğini öngörmektedir.

Bu yıl Japonya ve B. Almanya, IMF'nin, mali politikalarında kendilerine uygulamaya çalıştığı altışıl gelmiş törpülemeyi kaçırmaktadır. Kapasitenin hemen hemen tamamını kullanan bu iki ekonomide de daha başka bir uyarı için yer yoktur.

Gerçekten de yen'in daha güçlenmesi için hızlı tedbirler alan Japonya, IMF'den övgü almıştır. Geçen sene gerçek net ihracatında GSMH'nin % 2'sine eşdeğer oranda azalma olmasına rağmen, Japonya'nın GSMH'si % 5.7 oranında artmıştır. IMF bu sene ve gelecek sene Japonya'nın büyüme hızının % 4.5 civarında olacağını beklemektedir.

B. Almanya'nın cari hesaplarındaki fazlalık artmaya devam etmektedir. IMF, B. Almanya'nın sancılı ekonomisinin arz kısmının düzeltilmesi yolundaki başarısızlığını ele alacaktır. IMF'ye göre ekonomi, kur değişimlerine tam cevap vermesini engelleyen ve sektörleri yabancı rekabete karşı koruyan katı prensiplerle doludur. IMF, İngiltere'nin parasal ve finansal politikalarına oldukça yüksek not vermekle birlikte, şimdiki hesaplara hükümetten daha endişeli bakmaktadır. Bu sene Hazine'deki 14.5 milyar £'e rağmen 18 milyon £ (30 milyon \$) açık beklemektedir.

Gelişmekte olan ülkeler geçen sene 1980 sonrası en yüksek hıza ulaşarak dünya ticaretindeki hızlı artış sonucu ortalama % 4.3 büyüme kaydetmişlerdir. Ancak bu büyümenin önemli bir bölümü % 9 büyüme hızı ile Asya'da yoğunlaşmıştır. Güney Amerika ve Afrika'da büyüme yavaşlamıştır. Gelecekteki büyüme hızları endüstriyel dünyaya bağlıdır. Yuvarlak bir hesap olarak, endüstriyel ekonomilerin büyüme hızlarının % 1 oranında düşmesi halinde bütün kalkınmakta olan ülkelerin ihracat büyümeleri %1.5 ve bunların GSMH büyümeleri % 0.5 oranında azalmaktadır. Arjantin'den Zimbabi'ye kadar bütün gözler Amerika'nın bütçe açığında olacaktır.

#### IMF TAHMİNLERİ

Ülkeler	GSMH Büyüme Oranı (%)			Enflasyon (%)			Cari Hesap Dengesi (Milyar \$)		
	1988	1989	1990	1988	1989	1990	1988	1989	1990
A.B.D.	3.9	3.1	2.5	4.1	4.7	4.9	-135.3	-139.3	-156.6
Japonya	5.7	4.5	4.4	0.7	1.3	1.0	79.5	84.1	93.5
B. Almanya	3.4	2.4	2.9	1.2	2.8	2.4	48.5	49.7	51.2
Fransa	3.4	2.8	2.8	2.7	3.0	2.7	-3.8	-2.0	-2.2
İngiltere	4.4	3.3	2.1	4.9	7.3	5.4	-26.2	-30.3	-25.5
İtalya	3.8	3.4	3.0	5.0	5.9	4.9	-4.2	-5.3	-7.8
Kanada	4.5	2.9	2.5	4.0	4.1	3.8	-9.2	-13.8	-17.0
Endüstriyel Ülkeler	4.1	3.3	2.9	3.2	3.8	3.5	-59.0	-67.0	-74.5
Gelişmekte Olan Ülkeler	4.3	3.3	4.2	67.1	45.4	18.1	-19.1	-19.4	-26.0

## EKONOMİK GÖSTERGELER DIŞ DÜNYA (MAYIS 1989)

Ülkeler	GSMH/GSYİH *	Tortan Fiyatlar *	Ücretler Kazançlar *	İşsizlik Oranı (%) (Bu Son)	Dış Ticaret Dengesi ** (Milyar \$) (Son 12 Ay)	Cari İşlem Dengesi (Milyar \$) (Son 12 Ay)	Faiz Oranları (%)		
							Para Piyasası 3 Aylık	Ticari Bankalar	
								Kredi	3 Aylık Mevduat
A.B.D.	2.8	5.6	4.8	4.9	- 116.0	- 135.3	9.77	11.50	9.89
Avustralya	4.2	5.9	7.0	6.2	- 2.1	- 12.5	17.30	18.75	16.90
B.Almanya	2.7	3.5	3.8	7.7	75.5	52.9	6.60	7.25	6.01
Belçika	b.d.	0.4	2.2	10.2	- 0.6	3.8	8.30	10.75	7.95
Fransa	3.8	7.5	3.3	10.0	- 5.1	- 4.2	8.75	9.60	8.88
Hollanda	2.4	4.1	1.0	13.8	3.7	5.4	7.00	9.25	7.00
İngiltere	3.0	5.2	9.3	6.7	- 39.7	- 28.8	13.31	14.00	13.18
İspanya	b.d.	4.4	7.0	18.0	- 22.1	- 5.8	14.83	15.50	7.50
İsviçre	1.3	0.5	7.7	1.3	4.7	- 2.3	11.90	12.00	11.66
İsviçre	2.5	4.7	3.4	0.6	- 5.9	6.4	6.63	7.00	6.00
İtalya	3.9	6.7	5.4	16.9	- 10.0	- 5.2	12.63	14.00	b.d.
Japonya	4.8	0.5	3.1	2.3	96.4	79.4	4.21	3.38	1.76
Kanada	3.4	3.6	5.1	7.5	8.2	- 9.2	12.50	13.50	12.50

Açıklamalar : (b.d.) Belli Değil ; (\*) Yıllık Yüzde Değişim ;

(\*\*) Avustralya, Fransa, İngiltere, Japonya ve Kanada İthalat F.O.B., İhracat F.O.B. ; Diğerleri C.I.F / F.O.B.



# AYIN EKONOMİK OLAYLARI

DR. YILDIRIM KILKIŞ

## Yerel Seçimlerin Ardından

**Y**EREL seçimlerin, iktidar partisi olan ANAP'ı % 21,75 oy oranı ile zafiyete düşürmesi, Hükümeti yeni arayışlara itmştir. Parlamento seçimlerinden bu yana yapılan hataların ortaya çıkarılarak tahlil edilmesi ve mevcut sorunları çözüm için yeni politikalar geliştirilmesi gereği, ekonomi ile ilgili kuruluş ve kişileri görüş ve fikir beyanına zorlamıştır.

İstanbul Ticaret Odası'nda yapılan bir toplantıda, bilim adamları, izlenen ekonomi politikasının doğru, uygulamaların ise yanlış olduğunu belirtmişlerdir. İzmir Ticaret Odası'nda, ihracat için önemli beklentiler açıklanmış; bu konuda istikrarlı bir ortama ve acil tedbirlere gerek olduğu vurgulanmıştır. TÜSİAD'ın, seçimlerin sonucu belli olana kadar, Hükümeti karşısına almayan tutumu değişmiş ve bu kuruluş adına gerçekleri dile getiren beyanlar çoğalmıştır.

Hükümet, yeni tedbirler getirme çabası içindedir; ekonomiye ilişkin bazı temel hedefleri belirlemeye ve bunları uygulamaya çalışmaktadır. Bu arada, ithalattaki teminat oranlarının indirilmesi, kredi maliyetlerinin ve faiz oranlarının düşürülmesi amaçlanmakta, kamu harcamaları kısılmaktadır.

Yatırımların ve kapasite kullanım oranlarının önemli boyutlarda düştüğü ifade edilirken; bir süre önce düzenlenen İktisatçılar Haftası'nda, yeniden yapılanmanın gerekleri savunulmaktadır. Türk-Japon İş Konseyi'nde, Türk ekonomisi ciddi şekilde eleştirilmiş ve sorunlarımız açıklıkla dile getirilmiştir.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün fiyat indeksleri, fiyat artışlarının beklenenden fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Reel gayri safi milli hâsıla artışı % 0.84 olmuştur. Üretimde ve piyasalardaki durgunluk gerçekten endişe vericidir. Protestolu senetlerin değer olarak artışı, 1988'e nazaran 1989'un ilk iki ayında % 50 artmıştır.

Sayın Başbakan; öz sermayenin enflasyon dolayısıyla erimesinin önleneceğini, peşin vergi sisteminin değiştirileceğini ve ihracattan daha az vergi alınacağını beyan ederken; Sayın Maliye ve Gümrük Bakanı ise, işadamlarından vergi almaya geldiğini söylemektedir.

Hayat pahalılığının en canlı tezahürü, işçilerin eylem hazırlıkları, iş yavaşlatma veya benzeri şekilde uygulamalarla görülmektedir. Petrol dağıtımı ile ilgili bir günlük eylemin yarattığı sıkıntı, olayın ciddiyetini gösteren bir örnektir. Türkiye'de gelir dengeleri çok bozulmuş; bu dengesizliğin dışında kalmayı başarmış, gelirinin kaynağı bilinmeyen bir zümre oluşmuştur. Bütün bunlar, bir toplum için son derece olumsuz manzaralardır.

Türkiye'de, küçük hesapların, plansızlığın değil; uzun vadeli, akılcı, istikrarlı ekonomik ve sosyal gelişme uygulamalarının önemine inanmak ve buna göre ülkeye sahip çıkmak gerekir. Demokrasi ve bağımsızlık yolunda güçlü olmak zorunda olduğumuzu unutmamalıyız.

Bu girişten sonra, geçtiğimiz dönemdeki başlıca ekonomik olaylar şöyle özetlenebilir.

### **İhracatla İlgili Konular**

İhracatın teşviki ile ilgili çeşitli uygulamalar içinde en geniş imkânı sağlayan vergi iadesi, 15 Nisan 1989 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırılmıştır. İhracatçıların bu boşluğun doldurulması için beklentileri devam etmektedir. Yakın tarihlerde uygulanmaya başlayan Eximbank'ın ihracat kredileri ile enerji sübvansiyonunun yeterli olmadığı, ihracatçıların basında çıkan beyanlarından anlaşılmaktadır.

Bilindiği gibi, üretilen malların ihraç edilmesi halinde, bunlar için kullanılan enerjinin mamullerin maliyetinden indirilmesi kararlaştırılmıştı. Uygulanacak indirim oranları sanayi kollarına göre farklı olduğundan, bu tespitler Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yapılmaktadır. Daha önce belirlenmiş olan cam, demir-çelik ve çimento sanayi kollarına ait enerji giderleri indirim oranları yanında şu sanayi kollarına ait indirim oranları da tespit edilmiş bulunmaktadır: Kâğıt, deri, tekstil, döküm, alüminyum, bakır, toprak mamulleri.

Vergi iadesi sisteminin getirdiği sonuçlardan birisi de, dış ticaret sermaye şirketlerinin gelişmesi olmuştur. Bu durum, küçük ve orta ihracatçıların aleyhine olduğundan, şikâyetler süregelmiştir. Vergi iadesi sisteminin gerek GATT kuralları ve gerekse hayali ihracata neden olduğu iddiası ile kaldırılması ve teşviklerin üretim safhasına kaydırılması; imalatçı-ihracatçı firmaların gelişmesine yol açmaktadır.

Halen, ihracatın teşviki konusunda mevcut imkânların yetersiz olduğu ve yeni teşvikler getirilmezse, ihracatımızın duraklayacağı endişesi kuvvetlidir.

### **İthalatta Alınan Teminat Oranı Yeniden Düzenlendi**

19.4.1989 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile, ithalatta alınan teminat oranının kademeli olarak indirileceği açıklanmıştır. 19 Nisan 1989'a kadar % 15 olarak uygulanan ithalat teminat oranı, bu tarihte

% 12'ye indirilmiştir. Teminat oranı, 1-31 Mayıs 1989 tarihleri arasında % 7; 1 Haziran'dan itibaren ise % 5 olarak uygulanacaktır. Bilindiği gibi; 31 Aralık 1988'de yayınlanan İthalat Rejimi Kararı ile, ithalat teminat oranının % 7'den % 10'a çıkarılması ve daha sonra % 7'ye indirilmesi kararlaştırılmışken; 4 Şubat 1989 Kararı ile sözkonusu oran % 15'e çıkarılmıştı. Hükümetin bu konuda sık sık karar değiştirmesi, istikrar ve güven ortamı isteyen dış ticareti olumsuz etkilemektedir.

### **Kurumlar Vergisi Genel Tebliği**

25 Nisan 1989 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan Kurumlar Vergisi Genel Tebliği (Seri No. 38) ile, Kurumlar Vergisi sisteminde yer alan «Geçici Vergi»ye ilişkin uygulama usul ve esasları açıklanmıştır. Bu açıklamada; geçici verginin esası, hesaplanması ve ödenmesi, mahsubu; 1988 ve önceki yıllara ait dahili tevkifatın mahsubu; Gelir Vergisi ile ilgili diğer hususlar örneklerle yer almaktadır.

### **Sermaye Piyasası Kurulu'nun Tebliği**

24 Nisan 1989 tarihli Resmi Gazete'de Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'nun anonim ortaklıklarla ilgili bir Tebliği (Seri VIII, No. 17) yayınlanmıştır. Bu Tebliğin amacı; sermaye piyasasının güven, açıklık ve kararlılık içinde çalışması, tasarruf sahiplerinin hak ve yararlarının korunmasına ilişkin olarak kamunun aydınlatılması ve bu nedenle de SPK'nun denetime tabi olan anonim ortaklıkların ad ve unvanlarının halka duyurulmasıdır. Tebliğe ilişik olarak üç liste bulunmaktadır. Birinci liste, hisse senetleri halka arz edildiği için SPK denetiminde olan ortaklıkları; ikinci liste, hisse senetleri halka arzedilmemiş olmakla birlikte diğer menkul kıymetleri ve kıymetli evrakı halka arz edildiği için SPK denetiminde olan ortaklıkları; üçüncü liste, tahvil ihraç etiketleri için SPK denetiminde olan ortaklıkları göstermektedir.

### **T.C. Merkez Bankası'nın Genelgesi**

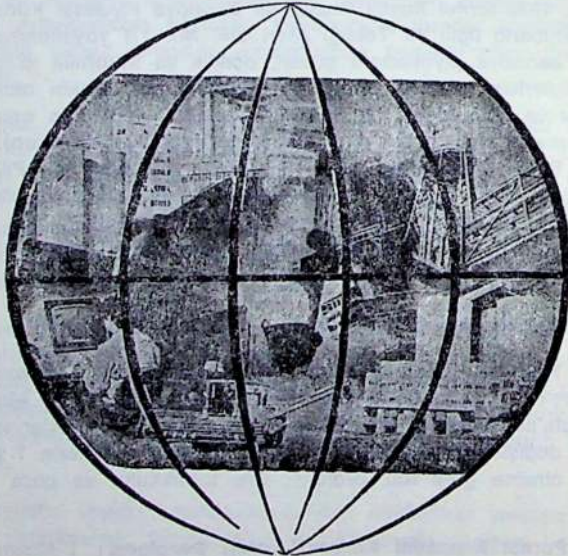
• **Kredi Mektuplu Döviz Tevdiat Hesabı Genelgesi:** 1 Nisan 1989 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 1/A-R sayılı Genelge ile, Kredi Mektuplu Döviz Tevdiat Hesabı'nda vade ve faiz oranına ilişkin bazı değişiklikler ve ilaveler yapılmıştır. Bu değişiklikler; hesap açtırabilecek kişiler, vadelerin 1 veya 2 yıl olması, döviz cinsine göre faiz oranları, faiz tahakkuku ve para çekilmesi ile ilgilidir.

• **Türk Parası Kıymetini Koruma Kararı Genelgesi:** 1 Nisan 1989 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 1/A-S sayılı Genelge, «Türk Parası, Döviz, Kıymetli Maden, Taş ve Eşyalara İlişkin Hükümler» ile ilgili T.C. Merkez Bankası'nın 1/A sayılı Genelgesi'nin «Döviz Pozisyonu Yönetimi» ile ilgili maddesini değiştirmiştir. Bankaların (özel finans kurumları dahil) yurt dışındaki muhabetleri nezdindeki hesapları, likidite oranları, kur riski oranları, döviz tevdiat hesapları kullanma oranları; yeniden düzenlenen bu madde hükümlerine tabi tutulmuştur.

### Zamlar Devam Ediyor

Yerel seçimlerden sonra başlayan kamu zamları devam etmektedir. Geçtiğimiz dönemde SEKA kâğıt ürünlerine % 5 oranında zam yapmıştır. Boğaz Köprüsü geçiş ücretleri de 3 Mayıs 1989'dan itibaren % 50 oranında artırılmıştır. Süt Endüstri Kurumu (SEK)'nun ürettiği çeşitli ürünlerin fiyatları % 20 oranında yükseltilmiştir. Zamlar özel kesimde de devam etmektedir. Özellikle gıda maddeleri fiyatlarının, son aylarda yaklaşık % 50 oranında arttığı görülmektedir. Beyaz peynir, zeytin, kuru fasulye, mercimek, nohut, pirinç vb. gibi harcıalem yiyecek maddelerinin fiyatları; hemen hemen her hafta zamlanmaktadır. Ramazan Bayramı nedeniyle lokum ve şekerleme fiyatlarında da büyük artışlar olmuştur.

## Ciddi ve istikrarlı yönlendirme, tasarrufun güvencesidir.



Türkbank, tasarrufun güvencesine  
ve yönlendirilmesine  
gösterdiği  
özen ve elddiyetle, ülke ekonomisine  
büyük katkıları sağlamaktadır.  
Mutluymuz, gururluyuz.

**Daima güvenle,  
daha mutlu geleceğe.**

**6** İRİTİCARET BANKASI  
**TÜRK BANK**



# Türkiye'de ve bütün dünyada

Akbank Türkiye'de ve bütün dünyada hizmetinizdedir.  
İhracat-ithalat işlemlerinizi, döviz, mevduat  
kredi hesaplarınız ve tüm bankacılık sorunlarınız için  
Akbank'ın deneyiminden ve dış dünyadaki itibarından yararlanın.  
Yurt içinde Akbank şubeleri, yurt dışında  
Akbank Temsilcilikleri ve  
Akbank'ın bütün dünyadaki birinci sınıf muhabirleri ile  
sürdürdüğü işbirliği, tüm bankacılık sorunlarınızı  
kısa sürede çözüme ulaştıracaktır.

---

## Dış Temsilcilikler

NEWYORK LONDRA FRANKFURT ROTTERDAM

Essen, Batı Berlin,  
Münih, Hamburg, Stuttgart,  
Hannover.

**AKBANK**  
"Güveninizin eseri"

REPRO



dünün, bugünün, yarının  
bankası



T.C. ZİRAAT  
BANKASI

*"Gücüne erişilmez,"*

# AVRUPA TOPLULUĞU'NUN ORTAK TARIM POLİTİKASININ YÖNLERİ

HAVVA TUNÇ

## GİRİŞ

**A**VRUPA Topluluğu'nun ortak tarım politikası dört bölümde incelenmiştir. Birinci bölümde, ortak tarım politikasının temel prensipleri olan tek iç pazar, Topluluk tercihi ve finansal dayanışma; ikinci bölümde, tarımsal para sistemi ve ortak fiyatlar; üçüncü bölümde, ortak tarım politikasının topluluk tarımı üzerindeki etkileri; fazla ayrıntıya girilmeden incelendi. Son bölümde ise ortak tarım politikasına yöneltilen eleştiriler ve uygulanmakta olan tarım politikasının yarattığı sorunlara çözüm getirmek amacıyla yapılan öneriler belirtildi.

### I — Ortak Tarım Politikasının Temel Prensipleri

#### 1. Ortak Tarım Politikasının Doğuşu

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu yaratan Roma Anlaşması 1957 yılında Batı Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İtalya ve Lüksemburg olmak üzere altı ülke tarafından imzalandı<sup>(1)</sup>.

Topluluk kurulduğu zaman, Topluluğa üye ülkelerin tarımsal pozisyonları farklıydı. Diğer bir deyişle, toprakta çalışanların toplam nüfusa oranı, tarımın Gayri Safi Milli Hâsıla'ya katkısı, tarımsal ürünlerin dış ticaretteki payı, tarımda uygulanan üretim yöntemleri ve teknoloji kullanımı, emeğin verimliliği ve gelir düzeyi üye ülkeler arasında farklılık gösteriyordu. Tarım politikasının prensipleri hazırlanırken bu farklılıklar gözönüne alındı.

Tarım politikasının prensipleri Roma Anlaşması'nın 39. maddesinde belirleyerek beş başlık altında toplanmıştır:

- i) Teknolojik gelişmeyi sağlayarak, tarımsal üretimde bölgesel gelişmeyi garanti ederek ve üretim faktörlerinin, özellikle de emeğin optimum kullanımını sağlayarak tarımda verimliliği artırmak,
- ii) Tarımsal nüfus için iyi yaşam standardı temin etmek, tarımda çalışanların kişisel kazançlarını artırmak,
- iii) Pazar istikrarını sağlamak,
- iv) Gıda maddeleri arzının devamlılığını garanti etmek,
- v) Ürünlerin uygun fiyatlardan tüketicilere ulaşmasını garanti etmek.

(1) Topluluğa 1973 yılında Danimarka ve İngiltere, 1981'de Yunanistan, 1986'da İspanya ve Portekiz'in katılımı ile üye ülke sayısı 12'ye ulaşmıştır.

Roma Anlaşması'nın 43. maddesine dayanarak 6 üye ülkenin tarım bakanları 3-12 Temmuz 1958'de İtalya'nın Stresa kentinde yapılan «Stresa Tarım Konferansı»na katılmışlardır. Konferansın amacı, üye ülkelerin tarım bakanlarını bir araya getirerek, üye ülkelerin tarımsal kaynaklarını ve ihtiyaçlarını belirlemektir.

Konferansta üzerinde durulan başlıca konular şöyle sıralanabilir <sup>(2)</sup> :

- i) Her üye ülkenin tarımsal sorunları ve durumları,
- ii) Her üye ülkenin tarım politikaları,
- iii) Uzun dönemde ortak tarım politikasının amaçları.

## 2. Ortak Tarım Politikasının Üye Ülkelere Sağlayacağı Avantajlar

Ortak tarım politikası (OTP), üreticilerin teknolojik gelişmeden yararlanmasını, tarımsal ürünlerin büyük bir pazar içinde hareket etmesini ve ürünlerin çeşitlenmesini sağlayacaktır. Üye ülkelerin doğal ve ekonomik koşullarına göre yapılacak yardımlar ve desteklemeler, üreticiler arasındaki rekabeti geliştirecek ve kaynakların optimum kullanımını sağlayacaktır. Üye ülkeler arasında farklılık gösteren çiftçi gelirlerinde bir denge kuracaktır. Üreticileri ve tüketicileri tarımsal fiyatlardaki dalgalanmalardan koruyacaktır. Çeşitli ürünleri kapsayan büyük bir coğrafi birlik, gıda sanayiini geliştirmek için iyi bir ortam sağlayacak ve dünya pazarlarındaki düşük fiyatların yarattığı olumsuz etkiyi elimine ederek pazar istikrarını temin edecektir.

## 3. Ortak Tarım Politikasının Temel Prensipleri

Tek iç pazar, Topluluk tercihi ve finansal dayanışma ortak tarım politikasının temel köşetaşlarıdır.

### 3.1. Tek İç Pazar (The Single Market)

Üye ülkeler arasında tarımsal ürün hareketinin serbest olması anlamındadır. Yani, her türlü engelin kalktığı, rekabette müdahaleci yardımların sonlandığı ve gümrük vergilerinin olmadığı bir pazar şeklindedir.

#### 3.1.1. Pazar Organizasyon Araçları

Hedef fiyat, müdahale fiyatı ve set fiyat sistemi pazar organizasyon araçlarını oluşturmaktadır.

Hedef fiyat (Target price), hem tüketicileri aşırı fiyat artışlarından koruyan hem de üreticilere arzu edilen gelir seviyesini sağlayan fiyattır. Tavan fiyat niteliğinde olup, değişik ürün veya ürün gruplarının farklı özellikleri dikkate alınarak ve farklı yöntemler kullanılarak saptanan fiyattır. Bir ürünün iç pazar arzı talepten fazla olduğunda, hedef fiyat düşer. Bu düşme belli bir düzeyin altına inerse, Topluluk, sabit bir fiyattan (müdahale fiyatından) bu ürünü satın almayı teklif ederek (pazarda istikrarı sağlamak amacıyla) piyasaya müdahale eder ve sınırsız miktarda mal satın alır <sup>(3)</sup>.

<sup>(2)</sup> «The Common Agricultural Policy and Its Reform», Periodical 1/1987, Lüksemburg, s. 17.

<sup>(3)</sup> 1984/1985 döneminde Topluluk bu yolla 9 milyon ton buğday satın alarak piyasaya müdahale etmiştir.



Müdahale fiyatı (Intervention price), hedef fiyatın aşağısında olan iç pazarın en düşük fiyatıdır. Topluluk çiftçileri için bir minimum garanti fiyatı temsil eder.

Topluluğa üye olmayan ülkelerden ithal edilen düşük fiyatlı ürünlere karşı Topluluk iç pazarını korumak amacıyla uygulanan eşik fiyat (threshold price), denkleştirici vergiler (levies) ve iadeler (refunds), set fiyat sistemini (sluice-gate system) oluştururlar.

Eşik fiyat, düşük fiyatlı ürün ithalini önlemek amacıyla düzenlenmiş olup, Topluluğun her bölgesi için ortak bir giriş fiyatı niteliğindedir.

Denkleştirici vergi, düşük fiyatlı ithal ürünün satış fiyatını eşik fiyat düzeyine çıkarmak için (Topluluk üreticilerini korumak amacıyla), ithal edilen ürün üzerinden alınan bir vergidir (İthal edilen ürünün ithal fiyatı + Denkleştirici vergi = Eşik fiyat).

İadeler, Topluluğa üye olmayan ülkelere ihrac edilecek ürünün Topluluk pazar fiyatı ile dünya pazar fiyatı gözönüne alınarak saptanan satış fiyatı arasındaki farktır ve bu fark ihracatçıya ödenir (İhrac edilecek ürünün Topluluk pazar fiyatı - İhrac edilecek ürünün dünya pazar fiyatı = İadeler).

Pazar organizasyon aracı olan set fiyat sistemi, Topluluğa üye ülkelere büyük avantaj sağlar.

### 3.1.2. Pazar Organizasyon Tipleri

İlk zamanlar, pazar organizasyonu, altı üye ülkenin toplam tarımsal üretiminin yarısını kapsamaktaydı. Topluluğun genişlemesi ile birlikte, pazar organizasyon kapsamına giren ürünlerin miktarı artırılarak % 91'e çıkarılmıştır. Yalnız, patates ve tarımsal kökenli alkol için pazar organizasyonu Komisyon tarafından henüz kabul edilmemiştir<sup>(4)</sup>.

Destekleme fiyatı ve müdahale (Support price and intervention), toplam tarımsal üretimin % 70'inden fazlasını kapsar ve yumuşak buğday, arpa, çavdar, mısır, pirinç, şeker, süt ürünleri, siğir ve koyun eti, sofralık şarap, sebze ve meyveler için destekleme fiyatı uygulanır. Bu pazar organizasyon tipi, iç pazarda Topluluk çiftçilerine minimum fiyatı (destekleme fiyatı) garanti eder. Pazar fiyatı minimum fiyat seviyesine düşerse, müdahaleci mekanizmalar etkili olur. Yani, müdahale ajanları, satış fiyatı pazar fiyatı altına düşen ürünleri, minimum sabit fiyattan satın alır ve pazarda fiyat istikrarı sağlandığı zaman, satın alınan ürünleri ya Topluluk içine ya da Topluluk dışına satar. Bazı özel durumlarda satın alınan bu ürünler ya imha edilmekte ya da fakir ülkelere hibe şeklinde verilmektedir. Komisyon uygun zamanlarda müdahale dönemlerini kısıtlayabilir, satın alınacak ürünün niteliğini belirleyebilir ve ödemeleri belli dönemlerde yapabilir. Domuz eti, sofralık şarap, bazı sebze ve meyvelerde müdahale mekanizması daha az etkili olmaktadır.

Dış koruma (External protection), toplam tarımsal üretimin % 25'ini kapsar ve sofralık şarap dışındaki şaraplar ile bazı sebze ve meyveler için uygulanır. Topluluğa üye olmayan ülkelerin düşük fiyatlı ürünlerine karşı Topluluk ürün-

(4) «The Common Agricultural Policy and Its Reform», op. cit., s. 22.

lerini korumak amacıyla düzenlenmiş bir pazar organizasyon tipidir. Dış koruma kapsamına giren ürünler, temel gıda maddeleri olmadığından, özel bir destekleme planı yapılmamıştır. Dış koruma miktarı, ya her bir ürün için farklı olarak hesaplanan denkleştirici vergilerle ya da gümrük vergileriyle veya her ikisinin kombinasyonu yapılarak hesaplanmaktadır.

Ek yardımlar (Additional aids), toplam tarımsal üretim içinde çok az payı olan sert buğday, zeytinyağı, diğer yağlar ve tütün için uygulanan ve üreticiye verilen parasal yardımlardır. Toplam tarımsal üretimin binde beşini kapsayan yün tohumu, keten, kenevir, şerbestçi otu, ipekböceği, tohumluklar ve suyu çıkarılmış hayvan yemi düzoranlı yardımlar kapsamındadır.

### 3.1.3. Pazar Desteği

Ortak tarım politikası altında Topluluk pazarının desteklenmesinde kullanılan araçlar şunlardır: Değişebilir ithal vergileri (variable import levies), Topluluğa üye olmayan ülkelere yapılan ihracat üzerinden, Topluluk ihracatçısına ödenen iadeler (export refunds) ve devlet satın alma ajanları tarafından, iç pazarda yapılan müdahale niteliğindeki satın almalar (intervention buying).

### 3.2. Topluluk Tercih (Community Preference)

Ulusal pazarlarda üretilen tarımsal ürünlere, alışlarda ve satışlarda verilen öncelik anlamındadır. Topluluk iç pazarının, düşük fiyatlı ithal ürünlerine ve dünya pazarlarındaki fiyat dalgalanmalarına karşı korunmasını amaçlamaktadır.

### 3.3. Finansal Dayanışma (Financial Solidarity)

Finansal dayanışma, Avrupa Topluluğu'nun tarım politikasının temel dayanaklarından biridir. Topluluğa üye devletler, bu prensibi uygulamaya koyabilmek için Avrupa Tarımsal Garanti ve Yönverme Fonu'nu kurdular. Bu fon garanti ve yönverme olmak üzere iki bölümden oluşur.

Garanti bölümü, pazar organizasyonundan doğan bütün harcamaları finanse eder. Garanti bölümü kendi içinde iki bölüme ayrılır. Birinci bölüm, Topluluk pazar düzenlemelerini, depolama maliyetlerini, gelir yardımlarını ve pazar desteklemelerini kapsayan harcamaları finanse eder. İkinci bölümü, Topluluk dışına yapılan satışlar ile ilgili harcamaları finanse eder. Yani, Topluluk fiyatlarıyla dünya fiyatları arasındaki farkı gidermek amacıyla ihracatçılara yapılan ödemeleri kapsar.

Yönverme bölümü, tarımsal yapılarla ilgili Topluluk politikasını, çiftliklerin geliştirilmesini ve pazarların iyileştirilmesini kapsayan projeleri finanse eder.

## II — Tarımsal Para Sistemi ve Ortak Fiyatlar

### 1. Genel Olarak

Avrupa Topluluğu'nun ortak tarım politikasının, parasal yönü incelenmeden anlaşılması mümkün değildir. Anlaşılsa bile, bazı yönlerden eksik kalır ve iyi bir değerlendirme yapılamaz.

Diğer taraftan, fiyatlarla ilgili olarak alınan kararlar, Toplulukta bulunan 10 milyon çiftçinin gelirlerini ve sayısı 40 milyonu bulan çiftçi ailelerini etkiler.

Fiyatlardaki değişimler sadece çiftçileri değil, aynı zamanda bütün gıda maddelerinin fiyatlarını etkiler ve bu etkilenme içine Toplulukta bulunan 320 milyon tüketici girer. Çünkü, tüketiciler elde ettikleri gelirin % 20'sini gıda maddelerine harcamaktadırlar<sup>(5)</sup>.

Çiftçi gelirleri, yüksek fiyat politikasıyla ya da yapılan doğrudan yardımlarla artırılabilir. Topluluğa üye ülkeler, çiftçilerin gelirlerini artırabilmek için bunlardan birincisini, yani yüksek fiyat politikasını seçtiler.

Dünya pazarlarında tarımsal ürün fiyatları istikrarlı değildir. Tarımsal ürünlerde ana üretici olan ülkelerin üretimlerindeki kısa dönemli değişimler, tarımsal ürün fiyatlarının kararsız olmasına neden olmakta ve fiyat değişimleri diğer ülkelerde de hemen hissedilmektedir. Bu nedenledir ki, Toplulukta pazar istikrarını sağlayabilmek ve dünya pazarlarındaki fiyat değişmelerini elimine edebilmek için ortak fiyatların yaratılması zorunlu olmuştur<sup>(6)</sup>.

Ortak fiyatların nasıl saptandığına geçmeden önce, Topluluk para sistemini açıklamak gerekir.

## 2. Topluluk Para Sistemi

Avrupa Ekonomik Topluluğu kurulduğu dönemlerde, Topluluk tek bir Avrupa parasına sahip değildi. Fiyatlar için tek bir hesap birimi (unit of account) saptanmakta ve daha sonra bu hesap birimi üye ülke paralarına çevrilmekteydi<sup>(7)</sup>.

1979 Mart'ında Avrupa Para Sistemi (EMS) yaratıldı. EMS, sabit ayarlanabilir değişim oranları şeklinde belirlendi. Avrupa para sisteminin temelini, Avrupa Para Birimi (ECU) oluşturmaktadır. Avrupa para sisteminde para birimlerinin toplandığı sabit bir sepet «numeria» olarak kullanılır ve ECU bir «numeria»dır. Diğer bir deyişle, ECU sepet para niteliğindedir. Topluluğa üye ülkelerin paralarının ECU sepetindeki payları sabit ve ekonomik güçleriyle orantılıdır<sup>(8)</sup>.

Başlangıçta, üye ülke paralarının sepetteki nispi ağırlıkları 6 ayda bir belirlenmekteydi. Daha sonra yapılan bir düzenlemeyle, üye ülke paralarının her beş yılda bir belirlenmesi kararlaştırıldı<sup>(9)</sup>.

ECU sabit miktarlardaki paralardan oluşmasına karşın, farklı paraların sepetteki nispi payı, merkezi kurlardaki değişim sonucu oynayabilmektedir. Revalü-

(5) «The Common Agricultural Policy», European File, 1986.

(6) D. Manegold; «Aspect of Agricultural Policy In the European Community 1986/1987, Review of Marketing and Agricultural Economics, V: 55, N: 2, August 1987, s. 133.

(7) 1979'a kadar bu sistem uygulanmıştır.

(8) Sepette 8 tam üye ülke parası, Yunan Drahmisi ve İngiliz Sterlini bulunmaktadır. Sistemin kur mekanizmasında yer alan ülkeler F. Almanya, Belçika, Danimarka, Fransa, Hollanda, İrlanda, İtalya ve Lüksemburg'dur. İngiltere sisteme gerçek anlamda katılmadığı halde, kuruluşundan itibaren parasına ECU sepetinde yer verilmiştir. Yunanistan'ın EMS anlaşmasını 1985 yılında imzalamasına rağmen mekanizmaya katılması sözkonusu değildir. Ancak parası sepette yer almaktadır. İspanya ve Portekiz, yapısal farklılıklar nedeniyle sisteme katılmamakla beraber, paralarının Eylül 1989'da sepete dahil edilmesi düşünülmektedir.

(9) TÜSİAD, Avrupa Topluluğu Para Sistemi, 1989, İstanbul, s. 7.

asyon veya devalüasyon sonucu bir üye ülke parasının sepet içindeki payının % 25'ten fazla değişmesi sonucunda, beş yıl dolmasa bile bir üye ülke sepetteki sabit miktarların yeniden gözden geçirilmesini talep edebilmektedir<sup>(10)</sup>.

### 3. Ortak Fiyatlar

Ulusal para birimleri arasındaki pazar değişim oranları istikrarlı olursa, ortak tarımsal fiyatlar sistemi düzgün çalışır.

Ortak tarım politikasının amacı, ürünler için, Topluluğun her yerinde hedef, müdahale ve eşik fiyatlarda bir birlik sağlamaktır. Bunu başarmak için, hedef, müdahale ve eşik fiyatlar, hesap birimi ile üye ülke para birimleri arasında sabit pariteler kullanılarak, üye ülke para birimlerine çevrilen Avrupa hesap birimi cinsinden saptanır.

Avrupa para sistemi, tarımsal fiyatlarda istikrarı sağlar. Yani, üye devletlerde, fiyatlar arasındaki farklılıkları elimine eder ve sonuçta ortak tarımsal fiyatlar elde edilir.

Dünya para piyasalarındaki istikrarsızlık, tarımsal fiyatlardaki istikrarın kısa sürede bozulmasına neden olur. Başka bir deyişle, dünya para piyasalarındaki istikrarsızlık nedeniyle, bir üye ülkenin parası değer kazandıkça veya değer kaybettiğçe bu üye ülkenin diğer üye ülkelerle olan ilişkisi ve Avrupa para birimi cinsinden saptanan ortak fiyatlar bozulur. Avrupa para sistemi parite düzenlemeleri, bu etkinin hızını azaltmaya yardım ettiği, fakat tam olarak önleyemediğinden, mevcut pazar değişim oranları, ortak tarım pazarı ve ortak tarımsal fiyatlar için bir tehlike doğurdu. Buna bir çözüm olarak «Parasal Telafi Edici Miktarlar (MCAs)» yaratıldı.

#### 3.1. Parasal Telafi Edici Miktarlar (Monetary Compensatory Amounts—MCAs)

Avrupa para birimi ile üye ülkelerin kendi para birimleri arasındaki değişim oranına yeşil oran (green rate) denilir<sup>(11)</sup>.

Bir üye ülkenin ulusal parası değer kazandığı (revalüasyon) veya değer kaybettiği (devalüasyon) zaman tarımsal ortak fiyatlardaki istikrar bozulacaktır. Diğer bir deyişle, üye ülkenin parasındaki dalgalanmalar, yeşil oran ile pazar değişim oranı arasında farklılık yaratacaktır. Yeşil oranlar, üye ülkeler arasında destek fiyatların farklılaşmasına, yardımların ve sınırdaki vergi ticaret sisteminin bozulmasına neden oldu<sup>(12)</sup>.

Yeşil oranlardan kaynaklanan dalgalanmaların, tarımsal ortak fiyatlar üzerinde yarattığı bu olumsuz etkiyi önlemek amacıyla yaratılan parasal telafi edici

(10) İbid., s. 7.

(11) Yeşil oran, üye ülkenin pazar değişim oranı ile aynı olabilir veya olmayabilir. Bir üye ülkenin, değişik ürünler için birden fazla pazar değişim oranına sahip olması mümkündür.

(12) A. E. Buckwell et al; «The Cost of CAP», 1984, London.

miktar; yeşil oran ile pazar değişim oranı arasındaki fark olup, bu farkın yüzdesi üzerinden hesaplanır ve müdahale düzenlemelerine konu olan tarımsal ürünlere uygulanır (13).

Parasal telafi edici miktarların uygulanmasıyla üye ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları elimine edilerek ortak tarımsal fiyatlar elde edildi.

Para birimi değerlendirilen bir üye ülke, diğer üye ülkeden yapılan ithalat üzerinden parasal telafi edici miktar alır. Bu üye ülke, diğer üye ülkelere ihracat yapacağı zaman, ihracatçıya ödenen parasal telafi edici miktar, ihracat fiyatını Topluluk ortak fiyat düzeyine çıkarır ve artık ihracat Topluluk ortak fiyatından yapılır. Para birimi değer kaybeden bir üye ülkede, parasal telafi edici miktarların etkisi bunun tersidir. Bu durumu bir örnekle açıklayalım:

Örnek ülke olarak Almanya ve Fransa alındı. Başlangıçta, «1 ECU = 2 DM = 6 FF» ve 1 ton buğdayın fiyatının ise 200 ECU olduğunu varsayalım (14). Demek ki, üye ülke paraları cinsinden 1 ton buğday, 200 ECU = 400 DM = 1200 FF olur. Daha sonra, Alman markının % 20 değer kazandığını varsayalım. Yeni oran, 1 ECU = 1,60 DM = 6 FF olacaktır ve bu yeni değişim oranı uygulandığında Almanya pazarında 1 ton buğdayın maliyeti 320 DM olur. Bu durumda, Alman çiftçileri sattıkları her 1 ton buğdayda 80 DM gelir kaybına uğrayacaktır (400 DM - 320 DM = 80 DM). Aynı şekilde değeri önceden ECU cinsinden saptanan diğer mallar üzerinden de zarar edecektir. Alman markının değerlendirilmesi Alman çiftçileri için bir sorun yaratır. Cari kur değiştiği halde, Fransa eski kura sadık kalarak 1 ton buğdayı 200 ECU = 400 DM = 1200 FF'dan Almanya'ya satacaktır. Fransa buğdayını Almanya'ya sattığında, Alman markının değer kazanmasından dolayı 1200 FF yerine 1500 FF alacaktır (15). Aksine Fransız pazarı Alman çiftçileri için çekici olmayacaktır. Böyle bir durumda Topluluktaki bütün üreticiler ürünlerini Almanya'ya satmak isteyeceklerdir. Sonuçta, Topluluk içi ticaret dengesi bozulacak ve ortak tarım pazarında bir çökme tehlikesi doğacaktır. Aynı zamanda da Alman çiftçileri markın değer kazandığı oranda gelir kaybına uğrayacaklardır. Alman çiftçilerinin gelir kaybını önlemek için, Almanya'dan ihraç edilen buğdaya ton başına 80 marklık parasal telafi edici miktar, Alman ihracatçısına ödenmekte, Almanya'da satılan Fransız buğdayı üzerinden ise ton başına 300 FF kesilmektedir. Böylece Fransa'nın Almanya'ya mal satışından elde ettiği ekstra kâr ortadan kalkmaktadır.

Parasal telafi edici miktarlar, revalüasyon durumunda ithalatçı, devalüasyonda ise ihracatçı üye ülkelerden alınmakta ve revalüasyon durumunda ihracatçıya, devalüasyonda ise ithalatçıya ödenmektedir.

(13) «The Common Agricultural Policy», Midlandbank Review, Winter 1984, s. 14.

(14) ECU, Avrupa para birimi; DM, Alman markı; FF, Fransız Fransı karşılığı olarak kullanılmıştır.

(15) Alman markı değer kazanmadan önceki durumda 1 DM = 3 FF ve Fransa 1 ton buğdayı Almanya'ya sattığı zaman 400 DM x 3 FF = 1200 FF gelir elde ederken; Alman markı % 20 değer kazandıktan sonra 1 DM = 3,7 FF olur ve Fransa 1 ton buğdayı Almanya'ya sattığında 400 DM x 3,7 FF = 1500 FF gelir elde eder. Yani, Fransa 300 FF, ekstrasından bir gelir sağlamış olur.

### III — Ortak Tarım Politikasının Topluluk Tarımı Üzerinde Yarattığı Etkiler

#### 1. Tarımsal Üretim Üzerindeki Etkisi

Tarımsal üretimde büyük artışlar elde edilerek, tarımsal ürünlerin çoğunda kendi kendine yeterlilik düzeyi aşılarak stoklar oluşmuştur. Aşırı stoklara örnek olarak Hollanda'daki «tereyağı dağları», İtalya'daki «şarap gölleri» verilebilir.

Üretimdeki artış, çiftliklerin modernleştirilmesi, emeğin verimliliğindeki artış ve üretimde yeni tekniklerin kullanılmasıyla sağlanmıştır.

Hububatta, süt ürünlerinde, sebze ve meyvelerde yıllık ortalama üretim artışı sırasıyla % 3, % 2, % 1 olup; son 20 yılda, toplam üretim artışı % 2,5 olmuştur (bkz. : Tablo 1).

**TABLO 1**

**Tarımsal Ürünlerde  
Kendi Kendine Yeterlilik  
Düzeyi (%)**

Ürünler	1976	1985
Hububat	86	120
Buğday	101	140
Patates	98	102
Şeker	97	124
Sebzeler	99	107
Yaş Meyve	82	74

**Kaynak :** «The Common Agricultural Policy», European File, 1986, s. 6.

**TABLO 2**

**Tarımda İstihdam Edilen  
Kişi Sayısı (1000)**

Yıllar	Topluluk (*)
1955	17.935 (6)
1958	16.200 (6)
1965	12.097 (6)
1968	12.075 (9)
1977	8.363 (9)
1980	8.747 (12)
1984	7.853 (12)
1985	7.596 (12)

**Kaynak :** Eurostat.

(\*) : Parantez içindeki rakamlar. Topluluğa üye olan ülke sayısını göstermektedir.

#### 2. İstihdam Düzeyi Üzerindeki Etkisi

Tarımda istihdam edilenlerin sayısında 1960'dan beri % 60 oranında bir azalma olmuştur. Toplulukta 7,5 milyon kişi, tarımda istihdam edilmektedir (bkz. : Tablo 2).

Yıllar itibariyle, tarımda kullanılan emeğin verimliliğinde de büyük bir artış olmuştur. Verim 1973'te 100 kabul edildiğinde, 1980'li yılların başında 150'yi aşmıştır.

#### 3. Tarımsal Gelirler Üzerindeki Etkisi

Ortak tarım politikasının uygulanmasıyla tarımsal kazançlarda zaman zaman artışlar kaydedilmiştir. Çiftçi gelirleri 1965-1979 arasında % 3 oranında büyümüştür. Fakat 1979-1981 döneminde dünya pazarlarındaki durgunluk nedeniyle tarımsal gelirler azalmıştır. Dünya pazarlarındaki durgunluğun atlatılmasıyla 1984 yılındaki tarımsal gelirler % 3,8 oranında artmıştır. Diğer taraftan, Topluluk böl-

geleri ve çiftlik büyüklükleri arasında farklılıklar azaltılmadığından, üye ülkeler arasında tarımsal gelir farklılıkları mevcuttur.

#### 4. Tarımsal Fiyatlar Üzerindeki Etkisi

1973'den beri üreticiye ödenen ortalama fiyatlar toplam fiyatlara göre daha yavaş bir hızda artmıştır. Bunun yanı sıra, tarımsal ürünlerin fiyatındaki artış, harcanabilir gelire göre daha yavaş olmuştur.

#### 5. Topluluk Bütçesi Üzerindeki Etkisi

Ortak tarım politikasına yapılan harcamalar, Topluluk bütçesi üzerinde büyük bir yük oluşturmuştur. Topluluğun yüksek fiyatlı tarım ürünlerini, Topluluk dışı düşük fiyatlı ithal ürünlerine karşı korumak amacıyla yapılan yardımlar, Topluluk ürünlerinin dünya ticaretine katılması amacıyla ihracatçılara ödenen ihracat edileleri ve Topluluk pazarında ortak fiyatların sağlanması için parasal telafi edici miktarlar adı altında yapılan ödemeler, Topluluk bütçesi harcamalarının büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, yapısal politika nedeniyle yapılan teşvikler ve ödemeler bütçe üzerinde büyük bir yük oluşturmaktadır (Örneğin, süt üretimi artışını önlemek amacıyla süt ineklerinin kesilmesi için yapılan teşvikler).

Topluluk bütçesinden ortak tarım politikasına yapılan harcamalar, bütçenin 3/4'ünü oluşturmaktadır.

### IV — Eleştiriler ve Öneriler

#### 1. Ortak Tarım Politikasına Yöneltilen Eleştiriler

Gerek Topluluk içinden, gerekse Topluluk dışından ortak tarım politikasına yapılan eleştiriler ana çizgileriyle şöyle özetlenmektedir<sup>(16)</sup>:

- Ortak tarım politikası, fiyat garantisi ve üretimin desteklenmesine dayanmaktadır. Bu desteklenmelerden ve yardımlardan en fazla faydalananlar ekonomik ve coğrafik bakımdan zengin olan bölgeler ve büyük çiftlikler olmuştur.
- Toplulukta sabit olan ortak fiyatlar, dünya pazar fiyatlarına göre yüksektir.
- Stoklardaki ve maliyetlerdeki artışlarla birlikte, tarım kesimine yapılan yardımların büyük miktarlara ulaşması, EAGGF (Avrupa Tarımsal Garanti ve Yönerme Fonu)'nin harcamalarının artmasına neden olmuştur. Yapılan harcamaların büyük miktarlara ulaşmasına rağmen, tarımsal gelirlerdeki farklılıklar azalmamıştır.
- Yapılan yardımlar ve koruyucu nitelikteki müdahaleci uygulamalar, rekabet sisteminin bozulmasına neden olmuştur.

Ortak Tarım politikasına yapılan eleştirilerin nedenleri iki başlık altında toplanabilir. Birincisi; uygulanan gelir politikası vasıtasıyla oluşan yüksek ve istikrarlı üretim fiyatları, üretim kapasitelerinin kötü bir şekilde kullanımına ve kaynakların israfına neden olmuştur. Bu durum tarım sektörünün aşırı korunma-

<sup>(16)</sup> Manegold; op. cit., s. 135.

sından doğmuştur. İkincisi; dünya pazarlarına ihracat yapan Topluluğa üye olmayan ülkelerle, Topluluğa üye ülkeler arasındaki rekabet artmıştır. Toplulukta üretimin suni olarak artması, ihracatta uygulanan destekleme sistemi ve yapılan finansal yardımlar, Topluluk tarımsal ürünlerinin dünya pazarlarındaki payını artırmıştır. Dünya pazarlarında sahip olunan pazar payı, bir başarı olarak alınabilir; fakat önemli olan, kullanılabilir toplam fonların artışıdır<sup>(17)</sup>.

## 2. Ortak Tarım Politikasına Sunulan Öneriler

Ortak tarım politikasının karşılaştığı sorunlara çözüm getirmek amacıyla, Komisyon tarafından yapılan öneriler ana çizgileriyle şöyle özetlenmektedir<sup>(18)</sup> :

- Topluluğun başarısı devamlı olmalı, tüketiciye istikrarlı fiyatlarda gıda maddeleri temin edilmeli, çiftçi gelirleri uyumlaştırılmalı, tarımda ileri tekniklerin kullanımı ve tarım sektörünün dış ticarete katılımı sağlanmalıdır.

- Üretim fazlalıkları kontrol edilebilmeli ve kamu fonları daha iyi kullanılmalıdır.

- Ortak tarım politikasının sunduğu avantajlardan çiftçiler eşit olarak faydalanmalı ve daha iyi bir bölgesel dağılım garantisi edilmelidir.

- Gelecekte, üye ülkeler arasında farklılıklar olmayacak biçimde, ortak tarım politikasının finansmanı sağlanmalıdır.

- Finansal sorumluluğa katılım ve pazar organizasyonu yeniden düzenlenmelidir.

- Dünya besin stratejisini gözönüne alarak, Topluluğun dış ticaret politikasına yeni bir yaklaşım getirilmelidir.

- Yapısal politika yeniden düzenlenmelidir.

(17) İbid.

(18) «Reflections on the Common Agricultural Policy», 1980, s. 16-17.

◆ Azim ve sebat insanların en büyük yardımcısıdır.

*Hız. Ali*

◆ Bol ışık olan yerde kuvvetli gölge bulunur.

*Goethe*

◆ İnsan kendinden başkasını örnek almadıkça ilerleyemez.

*Goldsmith*

◆ Lüzumuna kani olduğumuz bir işi derhal yapmalıyız.

*Atatürk*

◆ İnsanın içten güldüğü yere zenginlik dolar.

*Japon Atasözü*

◆ Zaferden önce ödül, çalışmadan önce ücret istemeyelim.

*J. J. Rousseau*



# YENİ YAYINLAR

NECDET DURAKBAŞA

## AMORTİSMAN VE UYGULAMALARI

GÜVEMLİ, Prof. Dr. Oktay; Çağlayan Kitabevi, İstanbul 1989, Eser: 299 sayfa + Ekler: 129 sayfa.

Marmara Üniversitesi Öğretim Üyelerinden Prof. Dr. Oktay Güvemli'nin bu eseri, amortisman konusunu her yönü ile (vergi hukuku, muhasebe, işletme finansmanı yönlerinden) eksiksiz olarak ele almaktadır. Bu açıdan çok değerli bir kaynak eser özelliğindedir.

Prof. Güvemli eserini ilgili kanun, kararname, tebliğleri ve Vergi Temyiz Komisyonu Genel Kurulu ile Danıştay karar özetlerini de ek olarak vermek suretiyle somutlaştırmış ve zenginleştirmiştir. Ayrıca, eserde, başka ülkelerdeki amortisman uygulamaları da incelenmiş bulunmaktadır. Öte yandan, vergi hukukumuzda bu hususta yapılmasını uygun gördüğü değişikliklere de Prof. Güvemli eserinde yer vermiştir.

Eser, 6 bölümden oluşmaktadır. I.

Bölüm, Genel Kavramlara; II. Bölüm, Amortisman Ayırma Yöntemlerine; III. Bölüm, Vergi Hukukunda Amortisman; IV. Bölüm, Muhasebede Amortisman; V. Bölüm, İşletme Finansmanında Amortisman; VI. Bölüm, Ekler ve Yararlanılan Kaynaklara ayrılmıştır.

Prof. Güvemli muhasebe ve işletme biliminin bu oldukça karmaşık konusunu, sade bir dil ile ve uygulamalara da inerek ortaya koymuştur. Eserin muhasebe - işletme öğrenimi ve öğretimi ile ilgili olanlardan başka, uygulamacılara da çok yararlı olacağı görülmektedir.

## YATIRIM PROJELERİNİN DÜZENLENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

### Yapılabilirlik Raporu Esasları

GÜVEMLİ, Prof. Dr. Oktay; Proje Danış Yayınları No. 1, 3. Baskı, İstanbul 1988, Eser: 301 sayfa + Ekler: 96 sayfa.

Ekonomi geliştikçe ve hele de dışarı açıldıkça, rekabet koşulları her girişimci için daha büyük önem kazanmaktadır. Yine ölçekler de büyümekte, sadece öz kaynağa dayalı yatırım yapmak imkânsız olmaktadır. Bu açıdan, yalnız yatırımcılar değil, finans kuruluşları da yatırım kararlarının güvenilir projelere dayalı olmasını istemektedirler. Nihayet, kaynak israfını önlemek ve yatırımları yönlendirebilmek için Devlet Planlama Teşkilatı da yatırımların projeye dayatılmasını şart koşmakta, teşvik verilmesini bu gereğin yerine getirilmesine bağlı tutmaktadır.

Yukarıda açıklanan nedenler ile yatırım projelerinin yapılması ve değerlendirilmesi gitgide Yurdumuzda da büyük önem kazanmıştır.

Prof. Güvemli on yıl kadar, Sınai Yatırım ve Kredi Bankası'nda mali tahlil uzmanı olarak çalışmıştır. Bu bakımdan eseri, sadece teorik açıdan değil, ve fakat özellikle uygulama açısından da büyük değer taşımaktadır.

Eserde yatırım projesinin mali yönüne ağırlık verilmekle birlikte, iktisadi ve teknik yönleri de etraflıca izah edilmiştir.

Eser 6 bölümü içermektedir. I. Bölümde, Temel Kavramlar; II. Bölümde, Kuruluşun Hukuki Yapısı ve Proje Düzenlemesi ve Uygulaması ile İlgili Yönetim Çalışmaları; III. Bölümde, Yatırım

Projelerinin Düzenlenmesinde İktisadi Yönden Yapılacak Çalışma ve Değerlendirmeler; IV. Bölümde, Yatırım Projelerinin Seçiminde Özendirme ve Yönlendirme Önlemlerinin Etkileri; V. Bölümde, Yatırım Projelerinin Düzenlenmesinde Teknik Yönden Yapılacak Çalışma ve Değerlendirmeler; VI. Bölümde, Proje Düzenlenmede Mali Yönden Yapılacak Çalışma ve Değerlendirmeler incelenmiş; ayrıca konulara ışık tutacak «ekler» esere ilave edilmiştir.

Prof. Güvemli'nin bu değerli eserini tüm okuyucularımıza tavsiye ederiz.



**“BİRA”  
BU KAPAĞIN  
ALTINDADIR.**

# Türk bankacılığında yeni bir boyut: Nixdorf teknolojisi.

**B**ütün dünyada ve Türkiye'de, hem teknoloji hem de iş dünyası için zaman boyutu giderek değer kazanıyor. Bilginin hızla işlenmesi, sonuçların hemen somutlaştırılması ve bunun mümkün olduğu kadar çok birime aynı zamanda yansıtılması...

Bu yüzden bankacılık çok yönlü bir alan: Ulusal ve uluslararası düzeyde uzmanlaşmayı gerektiriyor. Bir yandan günlük ve tekdüze, bir yandan da son derece karmaşık.

Bu zorlukların içinden çıkabilmek için, bütün dünyada birçok banka, Nixdorf'un Bütünsel Bankacılık Çözümü'ne başvuruyor. Özel olarak bankaların gereksinimlerini karşılamak için tasarlanmış bir donanım ve yazılım birleşimi; buna ek olarak hizmet ve eğitim... Nixdorf'u bütün dünyaya tanıtan ve tercih nedeni yapan özellikler gelişen Türk Bankacılığında da başarının yolunu çiziyor. Dostlarıyla ilişkileri her gün daha çok gelişen Türkiye'nin birçok önemli bankasında Nixdorf'un Bütünsel Çözümü'nden yararlanılıyor. Türkler ve Almanlar, aynı değeri, aynı zaman içinde aynı hızı ve çözümleri paylaşıyorlar.

Bankacılar, bütünsel haberleşme sistemlerinin bir parçası olarak işleyebilecek bilgisayarı istiyor. Bilgisayara sahip olmak da yeterli değil. Bunun ötesinde o bilgisayar sisteminin arkasında deneyimi ve bilgisiyyle sürekli destek olacak bir kuruluş gerekiyor.

Nixdorf, donanım alanında modüler yapıya sahip. Teknolojinin gelişimine paralel olarak eski modül yenisiyle değiştirilebiliyor.

Aynı işlem, yazılımdaki gelişmeler için de geçerli. Evet, Nixdorf bilgisayar hep genç kalır ve uzun bir süre donanım ve yazılım yatırımı korunmuş olur.

Avrupa bankalarının yarısından fazlası Nixdorf'la çalışıyor. Bütün dünyada 150.000'in üzerinde terminal, bankalarda hizmeti vermeyi sürdürüyor.

Bütün bankacılar Nixdorf'u tanır.

Şimdi siz de tanıyorsunuz.

## Türk-Alman dostluğu geleceğe bakıyor.

**NIXDORF**  
**COMPUTER**



## Türkiye'de ilk defa kredili kredi kartı: Yapı Kredi VISA.

Bütün batı ülkeleri gibi,  
Türkiye'de nihayet "kredi"si de olan,  
**gerçek** bir kredi kartı var:  
Yapı Kredi VISA.

Yapı Kredi VISA, şadece ödeme aracı  
değildir. Harcamalarınızı bir imzayla  
yaparsınız, isterseniz ödemenizin önemli  
bir bölümünü ileri tarihlere bırakabilir,  
Yapı Kredi'den **kredi** kullanırsınız.\*

Hesabınızda yeterli para bulunmasa bile,  
nakit ihtiyacınızı Yapı Kredi VISA ile  
karşılarırsınız. Kredi limitiniz dahilinde,  
her an nakit para çekebilirsiniz.\*\*

Yapı Kredi VISA ile, Yapı Kredi'deki  
vadesiz hesaplarınızı kullanabilir,  
TELEBANKA'lardan **günde 24 saat**,  
**yılda 365 gün** hizmet alırsınız.

Yapı Kredi VISA ile tüm bu ayrıcalıklara  
ve dünyanın en çok kabul gören kredi  
kartına sahip olursunuz.

Siz de Yapı Kredi'ye gelin.  
Türkiye'nin ilk gerçek kredi kartını,  
Yapı Kredi VISA'yı alın.  
Bu avantajlardan ve Aktif Bankacılık  
Çağının daha birçok kolaylığından,  
olağından yararlanın.

Bugün "yeni bir hayat"a adım atın.

**YAPI KREDİ**  
"hizmette sınır yoktur"

\* Yurtiçi harcamalarınızda ekstreyi izleyen on gün içinde kredi kartı harcamalarınızın en az % 25'ini ödemek kaydıyla, borcunuzu ileri tarihlere erteleyebilirsiniz.

\*\* 583 Yapı Kredi şubesi, 24 saat hizmet veren TELEBANKA'lar, dünyanın dört bir yanında VISA sistemine dahil 20.000 bankanın şubeleri ve VISA sistemine bağlı 30.000'i aşkın ATM'den (otomatik vezne) nakit çekebilirsiniz.