

51296

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**PAZARLAMA VE MEVZUATI AÇISINDAN
AT İLE TÜRKİYE' NİN
KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ**

51296

DOKTORA TEZİ

ARIL CANSEL

Tez Danışmanı Prof. Dr. TAMER ARPACI

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

ANKARA 1995

**PAZARLAMA VE MEVZUATI AÇISINDAN AT İLE TÜRKİYE'NİN
KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ**

SUNUŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

PAZARLAMA KAVRAMI

1. Ticaretin tarihçesi	1
1.1. İkel çağlarda ekonomi ve ticaret	1
1.1.1. Yerleşik ve göçebe toplulukların ekonomik ilişkileri	3
1.1.2. Kapitalizm ve pazarlamanın kökleri	6
1.2. Avrupa kıtasında sermaye birikimi ve gelişen medeniyetler	11
1.2.1. Yunanistan'ın ticari organizasyonu	11
1.2.2. Roma imparatorluğu dönemi	13
1.3. Karanlık çağ döneminde Avrupa	15
1.3.1. Avrupa'da sermayenin yeniden yapılanması	16
1.3.1.1. Hristiyanlık ve haclı seferleri	17
1.3.1.2. Reform hareketleri sonrasında kapitalist felsefenin orta sınıfa devri	20
1.3.1.3. Yeni kapitalist felsefenin aracı: Pazarlama	23
1.3.1.3.1. Geleneksel kapitalizm	24
1.3.1.3.2. Modern batı kapitalizm ve pazarlamanın başlangıcı	25
1.3.1.3.3. Yüksek kapitalizm aşaması	29
1.3.1.3.4. 20. y.y. kapitalizmi ve pazarlamanın olgunlaşması	32
1.4. Avrupa'da sermayenin birleşme hareketleri	34
1.4.1. Avrupa Topluluğunun tarihçesi	37
1.4.1.1. Avrupa Topluluğunun örgütü ve amaçları	39
1.4.1.1.1. Avrupa Paramentosu	39
1.4.1.1.2. Avrupa Konseyi	40
1.4.1.1.3. Avrupa Komisyonu	40
1.4.1.1.4. Avrupa Adalet Divanı	41
1.4.2. Rakamlar ile AT	47
1.5. Avrupa'da pazarlamaya bir bakış	57
1.5.1. Ürün politikası	66
1.5.2. Fiyat politikası	70
1.5.3. Dağıtım politikası	71
1.5.4. Tutundurma politikası	74

2. Türk'lerin ticaret tarihindeki yeri	77
2.1. Selçuklu imparatorluğunda ekonomi ve ticaret	80
2.2. Osmanlı imparatorluğunda ekonomi ve ticaret	88
2.3. Türkiye'de kapitalizm ve pazarlamaya bir bakış	102
3.Pazarlama kavramı açısından Türkiye'nin AT ile karşılaştırılması	117

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AT PAZARLAMA MEVZUATININ KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ

1. Türk ekonomi hukukunun AT düzenine yaklaştırılması	137
1.1. Pazarlama ile ilgili alanlarda mevzuat çalışmaları	138
2. Pazarlama fonksiyonları temelinde mevzuat karşılaştırması	139
2.1. Genel kavramlar	140
2.1.1. İşletmeler hukuku	141
2.1.1.1. Avrupa şirketi	142
2.1.1.2. Sınırlı sorumlu şirketler	142
2.1.1.3. Şahıs şirketleri	142
2.1.1.4. Tek şahıslı şirket	143
2.1.1.5. Şirketlerin diğer ülkelerdeki şubeleri	143
2.1.1.6. Sınır ötesi birleşmeler	144
2.2. Talep yaratma fonksiyonu	144
2.2.1. Ürün tasarımı faaliyeti (<u>İlgili mevzuat: Fikri ve sınai mülkiyet</u>)	145
2.2.1.1. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme	147
2.2.1.1.1. Patentler	147
2.2.1.1.1.1. Benzerlik ve farklılıklar	147
2.2.1.1.1.2. Değerlendirme ve öneri	150
2.2.1.1.2. Taklit mallar	151
2.2.1.1.2.1. Benzerlik ve farklılıklar	151
2.2.1.1.2.2. Değerlendirme ve öneri	152
2.2.1.1.3. Yarı iletken mallar	152
2.2.1.1.4. Görsel-işitsel korsanlık	152
2.2.1.1.5. Ekonomik fayda toplulukları	153
2.2.2. Üretim faaliyeti (<u>İlgili mevzuat: Standardizasyon ve sınai</u>)	154
2.2.2.1. AT'nda standardizasyon	154
2.2.2.2. Türkiye'de standardizasyon	155
2.2.2.2.1. Genel karşılaştırma ve değerlendirme	156
2.2.3. Fiyatlandırma faaliyeti (<u>İlgili mevzuat: Rekabet hukuku ve politikası</u>)	162

2.2.3.1. AT'nda rekabetin genel olarak düzenlenmesi	162
2.2.3.2. Türk mevzuatında rekabet	164
2.2.3.3. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme	165
2.2.3.3.1. Benzerlikler	165
2.2.3.3.2. Boşluklar	167
2.2.3.3.3. Farklılıklar	168
2.2.4. Tutundurma faaliyeti (<u>İlgili mevzuat: Tüketicinin korunması</u>)	170
2.2.4.1. AT'nda tüketicinin korunması	171
2.2.4.2. Türkiye'de tüketicinin korunması	173
2.2.4.2.1. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme	176
2.2.4.2.1.1. Yalıtıcı reklam konusunda Topluluk düzenlemesi	178
2.2.4.2.1.2. Mukabil Türk mevzuatı	180
2.3. Talebi tatmin fonksiyonu	181
2.3.1. Dağıtım faaliyeti (<u>İlgili mevzuat: Ulaştırma</u>)	181
2.3.1.1. AT'nda kara taşımacılığı	184
2.3.1.1.1. Karayolu taşımacılığı	184
2.3.1.1.2. Demiryolu taşımacılığı	185
2.3.1.1.3. İçsuyolu taşımacılığı	186
2.3.1.2. Türkiye'de kara taşımacılığı	187
2.3.1.2.1. Karayolu taşımacılığı	187
2.3.1.2.2. Demiryolu taşımacılığı	188
2.3.1.3. Hukuki karşılaştırma	189
2.3.1.4. Deniz taşımacılığı	195
2.3.1.5. Hava taşımacılığı	199
3. Türkiye - AT mevzuat yaklaştırma çalışmalarının son durumu	200

ÖZET VE SONUÇ
KAYNAKÇA
ENGLISH SUMMARY

SUNUŞ

Pazarlama, kökleri ticaret tarihinin başlangıcına kadar uzanan bir araştırma alanıdır. Yerleşik ve göçebe insan topluluklarının çatışmalarından ticaret imparatorluklarına, aristokratik kapitalizmden sanayi devrimine kadar, insanlık tarihi içinde geniş bir tabana sahiptir. Kavramlaşması orta sınıf kapitalizminin doğuşu ile eşanlı olup, kurumlaşması ise sanayi devrimi sonrasında gerçekleşmiştir.

Pazarlamanın evrimi, basit ve hızlı bir gelişmeden ziyade, karmaşık bir süreç olarak ortaya çıkmıştır. Bu yüzden, konuyu basit şekliyle ele alan Anglo-Amerikan yaklaşımı yetersiz kalmaktadır. Pazarlama kavramına felsefi açıdan yaklaşım, bir tarihi analizi gerekli kılmaktadır.

Ekonomik sistemler zaman içinde evrim geçirerek biçim değiştirirler. Ticaret ve aristokratik kapitalizm de, 15. yüzyıl Avrupa'sında biçim değiştirerek, orta sınıf kapitalizmine dönüşmüşlerdir. Bu noktadan başlayarak, batı kapitalizmi diğer bütün ekonomik sistemleri geride bırakmış, kimi ülkeleri lider, kimilerini ise geri kalmış ve hatta tarihsiz duruma düşüren büyük bir güç haline gelmiştir. Küresel ekonominin ana unsuru da, batı kapitalizmi ve onun ayrılmaz bütünleyicisi olan batı pazarlamasıdır.

Türkiye, batı kapitalist sistemi içinde yerini almaya güdülenmiş bir ülkedir. Bu amaçla, kültürel kimliğinde önemli değişiklikler yaşamış ve halen de yaşamaktadır. Batı kapitalist sistemi içindeki kültürlerde, belli başlı iki çeşit gelişme yöntemi olduğu gözlenmektedir. Bunlar, ferdi kapitalizm ve cemaatçi kapitalizm olarak ayrılmaktadır. Her iki yöntemin de ortak başarısı, bir tüketim toplumunun yaratılmasına bağlıdır. Talep yaratma ve talebi tatmin etme faaliyetlerinin bir bütünü olarak ele alabileceğimiz pazarlama kavramı, bu noktada önem kazanmaktadır. Batı kapitalizminin hayat kaynağı olan tüketim toplumu, ancak pazarlama faaliyetleri ile yaratılabilir.

Ülkemizin dünya ekonomik sistemi içinde göstereceği başarı, batı kapitalist düşüncesine ve pazarlama felsefesine göstereceği uyuma bağlıdır.

Bu tezde, Türkiye ile AT'nun pazarlama açısından uyumu tartışılırken, tarihi ve kültürel farklılıkların ortaya çıkarılması ve sonuçta, Türkiye'nin ticari alandaki gelişimine değişik bir açıdan bakmayı mümkün kılacak bazı önerilerin getirilmesi amaçlanmıştır. Tezin birinci bölümünde, Türkiye ile Avrupa'nın tarihi ve kültürel gelişimleri, pazarlama açısından ele alınmıştır. Bu bölüm bir karşılaştırma ile sona ermektedir. Kavramsal tartışma bu bölümde yer almaktadır. İkinci bölümde ise, pazarlama ile ilgili alanlarda, iki toplumun geliştirdiği mevzuat düzenlemeleri karşılaştırılmaktadır. Tezin sonuç kısmı, değerlendirme ve önerilerden oluşmaktadır.

KISALTMA CETVELİ

AET: Avrupa Ekonomik Topluluğu

a.g.e.: Adı geçen eser

a.g.k.: Adı geçen kitap

a.g.m.: Adı geçen makale

AISEC: Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales (International Association of Students in Economics and Management)

AKÇT: Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu

APK: Araştırma, Planlama, Koordinasyon

AR-GE: Araştırma-Geliştirme

AT: Avrupa Topluluğu

ATM: Automatic Transaction Machine

BK: Borçlar Kanunu

Bkz: Bakınız

BM: Birleşmiş Milletler

BOJ: Bank of Japan

CEN: European Standardization Committee

CENELEC: European Standardization Committee for Electrical Products

Co.: Corporation

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

DWT: Dead Weight Ton

EC: European Community

ECSC: European Communities of Steel and Coal

ECU: European Currency Unit

EEC: European Economic Community

EFTA: European Free Trade Area

EİTİA: Eskişehir İktisadi Ticari İlimler Akademisi

EMU: Economic and Monetary Union

EN: Euro Norm

**ESPRIT: European Strategic Program for Research and Development in Information
Technologies**

EURATOM: European Atom Community

FOB: Free On Board

FSEK: Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

GATT: General Agreement of Trade and Tariffs

GM: General Motors

GSMH: Gayri Safi Milli Hasıla

IMF: International Money Fund

ISO: International Standards Organization

İBK: İhtira Beratı Kanunu

İİBF: İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

İKV: İktisadi Kalkınma Vakfı

İTİA: İstanbul Ticari İlimler Akademisi

İÜ: İstanbul Üniversitesi

JIT: Just In Time

KDV: Katma Değer Vergisi

KHK: Kanun Hükmünde Kararname

LDP: Liberal Democrat Party

MITI: Ministry of International Trade and Industry

MOF: Ministry of Finance

MÖ: Milattan Önce

MPM: Milli Produktivite Merkezi

MS: Milattan Sonra

MSI: Marketing Science Institute

MTV: Music Television

NATO: North Atlantic Treaty Organization

NY: New York

ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD: Organization of European Cooperation and Development
OEEC: Organization of European Economic Cooperation
OIML: Organization of International Metrology Legislation
PPS: Parity of Purchasing
RACE: Research in Advanced Technologies in Europe
RG: Resmi Gazete
TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TC: Türkiye Cumhuriyeti
TCDD: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
TIR: Trans International Route
TOBB: Türkiye Odalar Borsalar Birliği
TRT: Türkiye Radyo ve Televizyonu
TSE: Türk Standartları Enstitüsü
TTK: Türk Ticaret Kanunu
TÜSİAD: Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
UK: United Kingdom
WIPO: World Idea Patenting Organization
YY: YüzYıl

BİRİNCİ BÖLÜM

PAZARLAMA KAVRAMI

1. Ticaretin tarihçesi

Pazarlama kavramını incelerken, konuya kapitalizm ve ticaretin öyküsü ile başlamak gerekiyor. Bugün bildiğimiz hali ile kapitalizm, Avrupa kıtasında şekillenmiş bir ekonomik akımdır ancak kökleri ticaret tarihinin derinliklerine uzanmaktadır. Pazarlama ise kapitalizmin ayrılmaz bir parçası, bütünlüğüdür. Bu sebeple, incelemenin ilk bölümü ticaretin kısa tarihçesine ayrılmıştır.

1.1. İlk çağlarda ekonomi ve ticaret

"M.Ö. 10.000 yıllarında, yani son buzul çağının ertesinde, Avrupa kıtasının step ve tundraları ılıman ormanlık bölgelere dönüşürken, güney Akdeniz ve Asya'nın büyük bölümünü kapsayan çayırliklar ise çöle dönüşmüştür. Bölgede yer alan vahalara ve nehirlerle rağmen, insanlar için yiyecek bulmak ve avlanmak çok güç bir hale gelmiştir. Çözüm olarak hayvan ehlileştirme ve tohum ekme yöntemleri geliştirilmiş, ilk defa ziraatçilik ile kendisine yeten yerleşik insan toplulukları ortaya çıkmıştır." ¹

Buradan hareketle, insanların yerleşik düzene geçmelerinin bir zorunluluk neticesinde ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Ziraatin başlamasının ardından, kumaş yapımı, hamur işleri, pişirme kapları, bira yapımı (fermentasyon) ortaya çıkar. İnsan toplulukları çetin şartlarda ve güvensiz bir ortamda yaşamaktadırlar. Üretilen ya da sahip olunan malların kıtlığı da, sahip olma güdüsünü arttırmaktadır. Böylece ilk malların insan toplumu içindeki dönüşümü, değiş tokuş ya da savaş yolu ile başlar. "Maden çağı öncesinde en çok değiş tokuşu yapılan eşyalar balta, kazma, keski ve mızrakdır. Bunların kalıntıları Avrupa'nın çeşitli bölgelerinde bulunmuştur. Kıymetli sayılan taşlar, kap kakak, kumaş da değişim konusu olmuş ancak değişim olayları bölgesel olarak gerçekleşmiştir." ²

¹ CLOUGH, Shepard "European economic history" McGraw-Hill 1968 NY S:25

² SEDILLAT, René "Değiş tokuştan süpermarkete" Cep kitapları İstanbul 1983 S:20

"İnsanların ilk olarak tarımı ve yerleşik düzeni başlattıkları yerler Nil ve Mezopotamya vadileridir. Fiziki konumu ve bölgedeki ilk tarım uygulamaları sebebi ile buraya bereketli hilal (Fertile crescent) adı da verilmektedir."³ Bu bölge, Akdeniz'den başlayarak, kuzey Suriye ve Irak, Fırat ile Dicle'nin arasındaki vadiden geçer ve İran körfezinde son bulur.

Robert Bartels, "Pazarlama düşüncesinin gelişimi" adlı eserinde, batılı anlamda toplumsal gelişme sürecinin, avcılık, ziraatçılık, elişçiliği, üretim ve pazarlama aşamalarından geçerek evrimleştiğini belirtiyor. Ayrıca bunun ekonomi tarihinin genel çerçevesi olarak kabul edilebileceğini de vurguluyor. Yine Bartels'e göre, günümüzün az gelişmiş ülkeleri de bu aşamalardan geçerek evrimleşmektedirler."⁴

Fikir odağına batı medeniyetini yerleştiren bu tanımlamaya göre, ikinci aşamaya, yani ziraatçi toplum aşamasına ilk olarak geçen insan topluluğunun Sümer'ler olduğunu görüyoruz (M.Ö.4000 yılları). Sümer'lerden önce bölgede Jericho (M.Ö.8000), Çatalhöyük (M.Ö.7000) gibi büyük yerleşim birimlerinin kurulduğunu ve bunların tarım, elişçiliği, ticaret gibi amaçlara hizmet ettiğini biliyoruz. "Ancak, büyük çapta hasat alan, organize tarımı gerçekleştiren ve buradan hareketle devlet yönetimine geçen ilk uygarlık Sümer uygarlığıdır."⁵

Sümer'ler, büyük şehirleri, inanç sistemleri, sanat faaliyetleri ve edebiyat gelenekleri ile kendilerinden sonraki uygarlıklar için bir ilham kaynağı olmuşlardır. Uygarlıkları boyunca, Dicle ve Fırat arasındaki alivyonlu toprağı işlemişlerdir. Bunun için gereken büyük iş organizasyonu, kalifiye işgücü ve denetim yüzyıllar boyunca başarı ile sağlanmıştır.

³Bu konuda bkz. CAMERON, Rondo "A concise economic history of the world" Oxford University Press Oxford 1989 S:24

BARNES, Harry E. "An economic history of the western world" Harcourt&Brace Co. NY 1937 S:7-10

Bazı araştırmacılar, tarımın çıkış noktası olarak Çin ve Güney doğu Asya'yı göstermektedirler. Ancak bu iddia henüz ispatlanmamıştır.

⁴BARTELS, Robert "The development of marketing thought" Richard Irwin Inc. NY 1962 S:10

⁵Bu konuda bkz.

PRYOR, Frederick "Casual theories about the origins of agriculture" Research in economic history JAI Press Inc. London 1985 S:95

İnsanın tarım toplumuna geçişi konusunda birçok teoriler ve görüşler bulunmaktadır. Bunların büyük bir bölümü F.Pryor tarafından incelenmiştir.

"Metal işleyen imalathaneler Sümer döneminden sonra ortaya çıkmıştır. Buralarda kılıçlar, baltalar, kalkanlar, yüzük ve bilezikler yapılmıştır (M.Ö. 3000). Metal eşyaların yayılmasını sağlayanlar da çoğunlukla göçebe toplulukların gezginci tüccarlarıdır. Geleneksel hale gelmiş ticaret yollarını izleyerek değiş tokuş yapmışlardır".⁶

"Maden çağı, diğer insan toplumlarının, önder ekonomilerce geliştirilen üretim ve savaş tekniklerini adapte etmeleri ile son bulur. Sonu gelmeyen savaşlar, büyük insan kitlelerinin Balkanlara ve Karadenize göç etmesine sebep olmuştur. Böylece bir ekonomik karmaşa dönemi başlamıştır."⁷

1.1.1. Yerleşik ve göçebe toplumların ekonomik ilişkileri

Ekonomi tarihi literatüründe, toplumların refah düzeyi, gelişmesi, sosyal ve teknolojik atılımlarını detaylarıyla ele almırken, toplum içi ve toplumlararası değişim olaylarını genellikle gözardı edilmiştir. Değişimi sağlayan kişi ve müesseseler sayesinde uygarlık, zenginlik, bilgi ve teknoloji dünyanın her köşesine yayılmıştır.

"Ekonomik konularda bir diğer görüş ise, günümüz ekonomik sisteminin nihai ve geçmişten çok daha değişik olduğu yolundadır. Oysa geçmişte baktığımızda yaşamın, ekonomik yönünün bugünden fazla farklı olmadığını görüyoruz."⁸ En izole biçimde yaşayan insan toplumlarının bile diğerleri ile zaman zaman ilişkisi olmuştur. "Toplumların dolaylı ya da dolaysız olarak kurdukları ilişkiler ile, toplum yaşamı evrensel bir düzen kazanmıştır. Yeni sosyo-ekonomik görüş, medeniyetler kavramına değişik bir açıdan yaklaşmaktadır."⁹ Kültürel ve kurumsal homojenlik üzerine kurulmuş olan klasik medeniyet tanımı, yeni bulguların ışığında bir değişim geçirmektedir. "Dünya sistemleri" olarak adlandırılan yeni tanımlama, kültürlerarası bağımlılık esası temel alınarak ortaya atılmıştır. Askeri ekonomik ve politik

⁶SEDILLAT a.g.k. S:22

⁷CLOUGH a.g.k. S:48

⁸HICKS, John "A theory of economic history" Oxford university press Oxford 1969 S:1

⁹DUNN, Christopher & HALL, Thomas "Core/Periphery relations in precapitalist world" Westview press Boulder 1991 S:2

Dunn ve Hall son araştırma bulgularını özetlerken, başlangıçtan günümüze kadar olan ekonomik gelişme süreci içinde bir evrim yaşandığını ve kapitalizm öncesi dünyanın ani bir değişimle başka bir boyuta geçmediği fikrini ortaya atıyorlar. Kapitalizm sadece evrimin basamaklarından birisidir, ancak kesinlikle sonuncusu değildir.

alanlarda tarih boyunca meydana gelen çatışmalar veya anlaşmalar büyük bir bütünün parçaları olarak ele almaktadır.

Bu yeni bakış açısının en önemli özelliklerinden birisi de, yerleşik ve göçebe toplulukların etkileşmelerini aynı bütünlük içinde incelemesidir. Tarıma ve dolayısı ile yerleşik düzene geçen insan grupları kapitalist üretim biçiminin temellerini oluştururken, çevrelerinde bulunan göçebe grupları ile sürekli ilişki halinde olmuşlardır. Ticareti ve savaşı da kapsayan bu ilişkilerin, medeniyetlerin yayılmasında, güçlenmesinde veya dağılmasında büyük rolü olmuştur. Yerleşik uygarlıkların ilk yönetim biçimleri hep tapmak sistemlerine bağlı olmuştur. Şehirler, tapmaklar çevresinde gelişmiş, yöneticiler ilahi sıfatlara sahip olmuşlardır. Toplum hiyerarşisi, rahiplerin bürokratik düzenlemeleri ile belirlenmiştir. Yazı da bürokratik işlemlerin kayıtlarını tutma ihtiyacı yüzünden ortaya çıkmış, zaman içinde dini, edebi ve ticari kullanım sayesinde gelişmiştir. "Daha sonraki ekonomik gelişme aşamalarında, üretimi ve ekonomiyi yönlendiren tapmak yönetimi, kişisel girişime daha fazla hak tanımıştır. Bu noktadan itibaren büyük Mezopotamya medeniyeti, İran körfezinden yayılmaya başlayarak, Anadolu ve Mısır'a doğru büyümeye devam etmiştir. Bu yayılma, Akkad ve Mısır medeniyetlerinin doğuşuna temel hazırlamıştır. Yayılmanın en önemli sebebi de değiş tokuş için mal ve işlemek için hammadde arayan ticaret keşif kollarıdır."¹⁰

Mezopotamya'da filizlenen yerleşik düzen ve medenileşme hareketi, yönetici kesim eliyle başlayan kapitalist üretim biçimine yön vermiştir. Bununla da kalmayıp, birçok başka "ilk"lerin ortaya çıkmasını da sağlamıştır. Mesela, yönetici kesim girişimciliği ile ferdi girişimcilik arasındaki rekabet de aynı dönemde başlamıştır. Kapitalizmin şekil değiştirme süreci Mezopotamya'da başlamış olup, tarih boyunca sona ermeyecek olan serbest ticaret ve korumacılık tartışmasının zemini de burada hazırlanmıştır. Zira, girişimcilik her zaman yönetici zümre tarafından kontrol ve baskı altında tutulmuş, devlet tekelinde kalmasına çalışılmıştır. "Tüccarların zaman içinde güç ve itibar kazanmaları, devlet ile

¹⁰CAMERON a.g.k. S:29

aralarında çıkar çatışmaları doğmasına yol açmıştır."¹¹ Çatışma- uzlaşma durumu, kişisel girişimciliğin baştacı edildiği 14. yüzyıla kadar süregelmiştir.

Maden çağındaki değişim faaliyetleri, mikro düzeyde tüccarların çaba ve girişimleri, makro düzeyde ise yerleşik ve göçebe toplulukların ilişkileri ile gerçekleşmiştir. Aslında yerleşik sosyal düzen, göçebe düzenin başkalaşması sonucu meydana gelmiştir. Göçebe topluluklar her zaman, yerleşik gruplar arasındaki değişim faaliyetlerinde önemli aracı görevler üstlenmişlerdir. "En eski devlet oluşumlarının sadece ziraat ve kuraklığa karşı uğraş verme gibi sebeplerle meydana geldiklerini iddia edemeyiz. Eski medeniyetlerin çekirdek yapıları, , diğer medeniyetler ve göçebe gruplar arasında yapılan yoğun değişim faaliyetleri ile de gelişmişlerdir. Bu değişim faaliyetleri, çiftçileri balıkçılara, avcılara ve hayvan yetiştiricilere bağlamıştır."¹²

Değişim faaliyetlerinin neticesinde yeni ihtiyaçlar doğmuştur. Taşıma, haberleşme ve savaş alanlarında hızla artan talepler, atçılığın orta Asya'da gelişmesi ile büyük ölçüde tatmin edilmiştir. Bu noktadan sonra, basit demir teknolojisini de elde eden göçebe gruplar, yerleşik gruplar üzerinde hakimiyet kurmuşlardır. Bu iki tip insan grubu arasındaki teknolojik farklılığın az olduğu zamanlarda (M.Ö. 3000- M.S. 1000) hakimiyet durumunun nasıl gerçekleştiğini aşağıdaki biçimde izah etmek mümkündür;

a) Sabit hedefler, hareketli olanlara nazaran, saldırılması ve yenilmesi kolay olanlardır. Bu durum savaşta göçebelere avantaj sağlamıştır.

b) Tarımla uğraşan toplulukların zenginliği, ürünlerine bağlıdır. Savaş durumunda ürün, kolayca zarar görebilir, yenilgi durumunda ise kolayca vergiye bağlanabilir. Oysa göçebelerin zenginliği hayvanlarına bağlıdır ve yer değiştirebilir.

Dunn, ilk medeniyetlerin değişim faaliyetlerini konu aldığı bir yazısında, göçebelerin her zaman et ürünleri ve binek hayvanı fazlası bulunduğunu, yerleşiklerin ise her zaman zirai ürün fazlası bulunduğunu, bu durumun değiş tokuş ticaretini geliştirdiğini belirtmektedir. "Ticaretin uygun zemin bulamadığı durumlarda ise akın ve yağma değişim faaliyetlerinin yerini almıştır. Zaman içinde, coğrafi

¹¹SEDİLLAT a.g.k. S:45-55

¹²DUNN & HALL a.g.k. S:214

bilgileri ve hareket kabiliyetleri ile göçebe topluluklar, keşif ve mal dağıtım işlevlerini üstlenmişlerdir. Ayrıca yerleşik gruplardan vergi ve koruma ücreti adı altında kaynak toplayarak güçlenmişlerdir."¹³

Göçebe grupları sık sık, yerleşik grupların merkezlerine akınlar düzenlemelerine ve fethetmelerine rağmen, kendileri de yerleşik düzene geçmeden, uzun süre idareyi ellerinde tutamamışlardır. Bunun en güzel örneği Selçuklu imparatorluğudur. Türk'ler, göçebelikten çiftçiliğe geçene dek uzun süreli bir yerleşik devlet organizasyonunu sürdürememişlerdir. Çinlilerin akıncılar hakkında söylediği söz burada geçerlilik kazanmaktadır; "İmparatorluklar at sırtında fethedilebilir, ama at sırtından yönetilemezler."

Kayıt tutma, kanun koyma ve uygulama, sermaye birikiminin üretimde kullanılması gibi olguların ancak yerleşik düzene geçmiş insan topluluklarınca gerçekleştirilebilmesi sebebi ile, organizasyon ve teknoloji alanlarındaki denge, zamanla yerleşik topluluklar lehine değişmiştir. Kökleri Sümer medeniyetine dek uzanan bu denge değişimi, gerçek anlamda kendisini M.S. 14. y.y. da, batı medeniyetinin güçlenme zamanında göstermiştir.

1.1.2.Kapitalizm ve pazarlamanın kökleri

Kapitalizm ekonomi literatürüne 1850 yılında girmiş bir kelimedir. Bu gün kullanılan şekli ile "Bir pazar değişimi yolu ile kar elde etmek için kaynak (sermaye) kullanmak." anlamına gelmektedir. Bu temel anlamın çevresinde gelişen diğer bir tanımlama ise kapitalizmi "Bir sosyal sınıfın, diğer bir sosyal sınıfı kontrol etmesi ve kullanması yolu ile elde edilen, artık değerlere sahip olması"¹⁴ biçiminde ifade etmektedir. Bazı yazarlara göre ise bu kelimenin, üzerinde yorum yapmaya yetecek bir özü yoktur.

İfade ettiği anlam ne olursa olsun kapitalizm bir felsefe, bir düşünce biçimi ve toplumsal bir harekettir. Herşeyin ötesinde batı medeniyetinin ardındaki temel ve yaratıcı güçtür.

Kapitalist mekanizmanın oluşumu, tarihçesi ve gelişimi hakkında araştırma ve eser bulmak oldukça zordur. Bu konuda en güçlü tez Karl Marx tarafından ortaya atılmıştır. Kapitalist girişimciliğin üretken

¹³DUNN, Christopher "The role of nomads in core/periphery relations." DUNN & HALL a.g.k. S:225

¹⁴WALLERSTEIN, Immanuel "The modern world system." Academic press N.Y. 1980 S:27

Ünlü sosyolog Wallerstein, Marksist felsefeden etkilenmiş bir araştırmacıdır. kapitalizme ve dünya ekonomik sistemine yeni bir bakış açısı getirmesi ile ün kazanmıştır. Dünya sistemleri tartışmasını başlatan yazardır.

gücünü anlatan ve yeren bu görüşün takipçileri ve eleştirenleri, ekonomi felsefesinin en büyük iki fikir grubunu oluşturmaktadırlar.

Kapitalizmin getirdiği üretim bolluğu, felsefecileri iki uç noktada fikir üretmeye itmiştir. Bu düşünceler, ya endüstri devrimi ve pazarlamanın üretim odaklı dönemini anlatan ve kapitalizmi tanrıının lütfu gibi gösteren kitaplarda, ya da sömürü, yağma gibi kelimelerin çok miktarda yer aldığı Marksist literatürde vücut bulmuşlardır.

Daha derinlemesine inceleme yapan yazarlar ise, batı kapitalizmini anlatmaya 14. y.y. dan başlarlar. Gerçekten de kapitalizm bu dönemde özel bir şekle girerek, "Kişisel girişim" haline dönüşmüştür. Kapitalist ekonomi, tüccarın ve ticaretin imtiyaz kazanmaya başlaması, Avrupa'da sermaye birikiminin artması ve özel mülkiyetin yayılması ile eş zamanlı olarak biçim değiştirmiştir. Değişime etki eden en önemli faktörlerden birisi de yeni düşünce akımıdır. Max Weber'in ifadesi ile "Amaçlı akılcılık"¹⁵ (purposeful rationality) bu dönemde doğmuştur. Yeni biçimi ile kapitalizm, değişim fırsatlarının değerlendirilmesi sonucu oluşacak kar beklentisi üzerine kuruludur. Akılcı işletmecilik yolu ile sürekli karlılığı özendirir. Zaten pazarlama ile kapitalizmin ayrılmaz bir bütün olarak ortaya çıkması da bu noktada gerçekleşir. Amaç karlılık ise, bu amaç da ancak pazar değişiminde başarılı olmak yolu ile elde ediliyorsa, girişimci en etkili pazarlama yöntemini bulmak için çaba gösterecektir.

Fertleri bu şekilde motive eden kapitalizm, son birkaç yüzyıl içinde batı Avrupa devletlerinin diğer bütün medeniyetleri keşif, bilim ve teknoloji alanlarında geride bırakmalarını sağlamıştır. Sombart'a göre kapitalist girişimci; "Yatırımın önüne çıkan engelleri ezen bir fatih, insan ve hammaddeyi birbirine katıp, karıştırarak amaçlarını gerçekleştiren bir organizatör ve pazarlık ederek alıcıları ikna edebilen bir tüccardır."¹⁶

¹⁵WEBER, Max "The protestan ethic and the spirit of capitalism." Scribners N.Y. 1976 S:11-13
Amaçlı akılcılık ilkesi, modern batı medeniyetinin belkemiğini teşkil eder. Anlamı, yapılacak işlerin amaçlara göre bilinçli olarak düzenlenmesidir. Hiçbirşey şansa ve kadere bırakılmaz. Sonuçlar sürekli gözlemlenir. Tabuların ve geleneklerin ilimadamı ya da işadınının karşısına çıkmasına izin verilemez.

¹⁶SOMBART, Werner "Luxury and capitalism" University of Michigan press 1967 Ann Arbor S:3

Değişik araştırmacılar tarafından detayları ile ele alınmış olan ortaçağ sonrası kapitalizm, bu tezin de sonraki bölümlerinde yeniden inceleme konusu olacaktır. Bu noktada üzerinde durulması gereken konu ise ortaçağdaki gelişimi (ya da değişimi) hazırlayan oluşumlar ya da etkenlerdir. Böylece, karşılaştırmalı bir inceleme için gerekli olan neden sonuç ilişkilerini kurmak mümkün olacaktır.

Ortaçağ Avrupa kapitalizmi yoktan varolmamıştır ve evrenselliği olmayan tarihi bir süreçtir.

Yoktan varolmamıştır, zira kapitalizm her zaman vardı. Evrenselliği yoktur, zira bu değişim olayı sadece Avrupa kıtasında yaşanmıştır.

Bir önceki bölümde yer alan "Dünya sistemi" anlayışına göre, "medeniyetler tarih içinde yok olmazlar, bunun yerine merkezlerini değiştirerek genişlerler."¹⁷ Burada kullanılan "medeniyet" sözcüğü, devlet sistemi kurabilmiş ve otonom bir yönetim düzeni yaratabilmiş insan toplulukları anlamını taşımaktadır. Kriter olarak alınan değerler, "Kayıt tutma, şehir kurma, ekonomik artık değer yaratma, üretime katılmayan sınıfların büyüklüğü v.s. dir."¹⁸ Bu medeniyetlerin tümü de istisnasız olarak "sermaye imparatorluğu" mantığı çerçevesinde faaliyet göstermişlerdir. "Çekirdek yönetim topluluklarının, çevresel toplulukları istismar etmesi ile kaynak birikimi sağlanmıştır. Çekirdek yönetim topluluklarının kendi içlerinde ve birbirleri arasında varolan çatışmalar, eski çekirdek grupların güç kaybetmelerinde ve yerlerini yeni çekirdek gruplara bırakmalarında en önemli etkidir."¹⁹

Wilkinson, medeniyetlerin gelişme sürecini bir şekil yardımı ile açıklamaktadır. Yeni tanımlamaya göre bugüne kadar ayrı ayrı ele alınan Klasik Yunan, Yunan/Roma, Hitit, Arap/ /Suriye/İran/İslam medeniyetleri, Ortodoks hristiyanlık, Rus medeniyeti ve Batı medeniyeti gibi inceleme alanları, tek bir sosyal ilişki ağının öğeleri olarak görülmektedir.

¹⁷WILKINSON, David "Cores, peripheries and civilizations" DUNN & HALL a.g.k. S:113

Bu medeniyetler bugünkü dünya sisteminin kökleridir. Tarih boyunca karşılıklı fetih, savaş, saldırı, işbirliği, ticaret, yönetme, yönetilme, yardım ve çatışma türünden ilişkileri olmuştur.

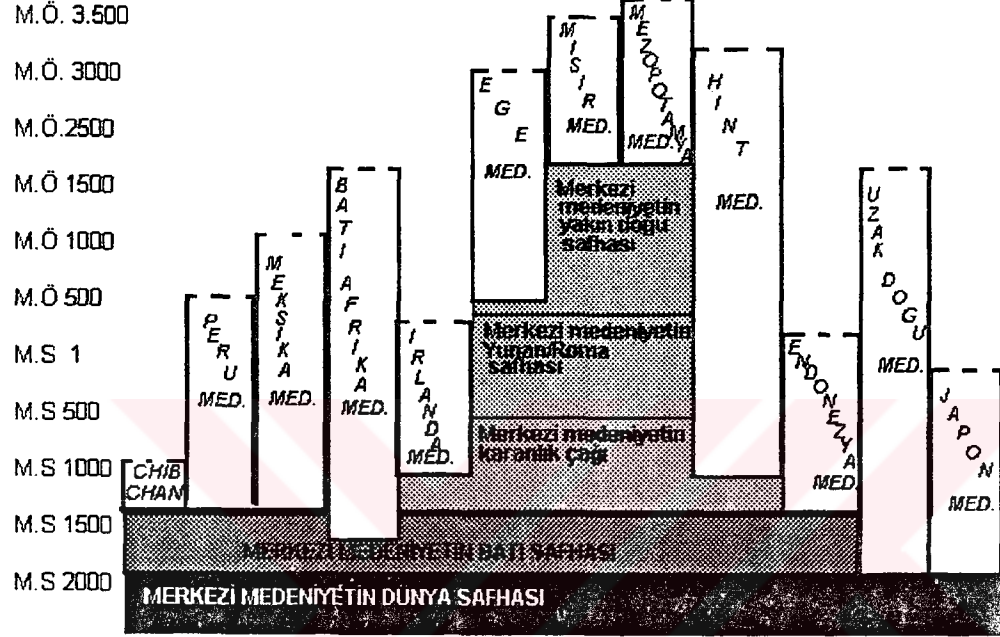
¹⁸WILKINSON a.g.e. S:114

¹⁹DUNN & HALL a.g.k. S:8-9

Dunn ve Hall son 8000 yıl içinde varolan binlerce küçük ve ayrı bölgesel topluluğun, ticaret, politik otorite, askeri rekabet ve bilgi akışı sayesinde giderek büyüyen toplumlararası ilişki ağları oluşturduklarını ve bu ağların ilişkiye geçmeleri ile bugünkü dünya ilişki ağının oluştuğunu savunuyorlar.

Medeniyetler genellikle sınırları belirlenmiş bir coğrafi alan içinde, savaşçıların koruyabileceği biçimde kurulmuş yerleşim birimleri ile gelişmeye başlarlar. Genellikle çevre bölgeleri istila ve fethederek, koloniler kurarak ve ticaret yaparak gelişmelerini sürdürürler. "Çevre topluluklarını kendi ürünlerine alıştıran ve bağımlı kılarak (tanrılar, ilaçlar, kanunlar, silahlar, müzik, takılar, mallar v.s.) büyütürler."²⁰

12 Temel medeniyetin "Merkezi medeniyet" içinde biraraya gelmesi



Şekil 1

Kaynak: Wilkinson a.g.e. S:115

²⁰WILKINSON a.g.e. S:121

Wilkinson, bir sistem olarak medeniyeti tanımlarken, çekirdek, çevre ve dış çevre kavramları üzerinde duruyor. Burada çekirdek (core): merkezi, eski, ileri, varlıklı ve güçlü bir zümreyi tanımlıyor. Çevre (semi-periphery): Çekirdeğe sıkıca bağlı, genç, daha zayıf, daha fakir ve daha geri kalmış bir insan topluluğunu, Dış çevre (periphery) ise göçebeler, çiftçiler, işçiler gibi henüz şehre bağlanmamış insanlar ile ticaret yapılan fakat savaşılmayan diğer medeniyetleri ifade ediyor.

Buradan hareketle, elinde varlık ve güç tutan insan grubunun aristokratik kapitalizmi gerçekleştirdiğini, söz konusu medeniyete özgü inanç/yönetim sistemi ile ürünlerini de "pazarladığını" söylemek yanlış olmayacaktır. Maddi zenginlik ve refah tutkusu, yerleşik insan topluluklarını medeniyetler kurmaya iten bir etken, kapitalist düşünce ve pazarlama da bu ihtiyacı karşılayan unsurlardır.

"Ekholm'e göre devlet anlayışına dayalı bütün dünya sistemlerinin ortak karakteristik özelliği, kapital emperyalizmi mantığı çerçevesinde faaliyet göstermeleridir. Çekirdek grup ile çevre gruplar arasındaki yönetim-sömürü ilişkisi, zaman içinde çatışmalara yol açar, çekirdek grubun düşmesinde ve yenilenmesinde bu çatışma faktörü önemli bir rol oynar. Emperyalist kapitalizm ve devlet kapitalizmi, kaynak birikimini kendi iç bünyesinde yaratır. Özellikle eski çağlarda, değiş tokuş ticaretinin yaygın olması sebebi ile, karlılık olgusu geri planda kalmıştır ve mübadelede eşitlik prensibi uygulanmıştır."²¹

Yerleşik insan gruplarının maddi değerlere bağlılığı ve zenginleşme tutkusu ile kapitalizm, Rahiplerin, imparatorların, devletlerin ve sonunda bireylerin felsefesi olmuştur. Tarih boyunca üretim faaliyetlerinin en önemli dayanağı olma niteliğini korumuştur. Üretim şekillerini sınıflayan Wallerstein, dünya sistemlerinin sınırlarını belirlerken iki önemli kriterden yararlanmaktadır. Bunlar;

- 1)Üretim biçimi ve
- 2)Ticareti en büyük miktarda yapılan mallardır.

"Burada ele alınan üretim biçimleri; köleci, sosyalist, aile içi ve kapitalist olarak sınıflandırılmaktadır. Bu üretim biçimleri, Wallerstein tarafından değişik sistem mantıkları olarak kabul edilmektedir."²²

Değişim faaliyetlerinde karlılık olgusunun ortaya çıkması ile kapitalizm, diğer üretim sistemlerine üstün hale gelmiştir. Öyle ki, kapitalist üretim şekli ve kapitalizm, sonuçta diğer üretim şekillerini de bünyelerinde toplamışlardır. Mesela geleneksel üretim tarzı kapitalist olmayan siyah Afrika, kapitalist medeniyetlerce köle kaynağı olarak kullanılmış, yine temel üretim şekli kapitalist olmayan Osmanlı

²¹EKHOLM, Kasja "On the limitations of civilization: The structures and dynamics of global system." Dialectical antropology Haziran 1980 S:155

²²WALLERSTEIN "The capitalist world economy" Cambridge university press Cambridge 1979 S:40-70

imparatorluğu da, güçlü sosyal ve askeri yapıya rağmen sonuçta kapitalist medeniyetin dış çevresi durumuna düşmüştür.

Günümüzde, dünyada yaşayan insan topluluklarını homojen bir ekonomik yaşam şekline, bir dünya sistemine doğru götüren olaylar dizisi, kapitalizmin baskın sistem olması ile başlıyor. Baskın hale gelme olgusunun Avrupa kıtasında gerçekleştiğini biliyoruz. Ancak bu durumu hazırlayan etkenleri de kısaca incelemekte fayda olacaktır.

1.2.Avrupa kıtasında sermaye birikimi ve gelişen medeniyetler

Yerleşik düzen, göçebe topluluklardan doğmuştur. İnsan toplulukları, doğal gelişim süreci içinde, göçebe-avcılıktan savaşıcılığa, savaşıcılıktan da yerleşik düzene geçmişlerdir. Bu süreci tamamlayabilen topluluklar, ekonomik güçlerini ilim, sanat, düşünce alanlarına kaydırarak, daha ileri bir gelişme sürecine de girmişlerdir.

Söz konusu süreci Avrupa kıtasında ilk kez başlatan topluluk eski Yunanlılardır.

Asya medeniyetlerinin, göçebe gruplar tarafından yer değiştirmeye zorlanmalarından sonra, Ege denizi kıyılarındaki verimsiz ve sarp araziye bir grup insan yerleşmiştir. Önce balıkçılık üzerinde yoğunlaşmış, deniz ile tanışan bu insanlar, Fenike ticaret medeniyetinden kendilerine miras kalan öğretileri yeniden hayata getirmişlerdir. Bu öğretiler; korsanlık, ticaret ve yazının etkin biçimde kullanılmasıdır.

1.2.1. Yunanistan'ın ticari organizasyonu

"Eski Yunanlılar önce korsanlık yapmayı öğrenmişlerdir."²³ "Homerik dönem boyunca ticari ihtiyaçları Fenikeliler tarafından karşılanmıştır. M.Ö.1000 yıllarında, kendi denizcilik örgütlenmelerini tamamlamayı başarmışlardır."²⁴ Ege denizindeki sayısız adalar ve doğal limanlar, Yunanlılara, denizcilik ve ticaret için eşsiz imkanlar sağlamıştır. M.Ö. 14. YY dan itibaren, Yunanlı korsanların yanı sıra Yunanlı tüccarlar da Ege denizinde ve güney Akdeniz'de görülmeye başlanmıştır. M.Ö. 1000 yıllardan sonra ise gemi yapımı ve değişim faaliyetleri için gerekli sermaye birikimi sağlanmıştır. Bu dönemde gerek verimsiz bir toprak parçasında yaşayan kalabalık bir nüfus, gerekse ticaretin açıkça

²³SEDİLLAT a.g.k. S:70

²⁴LEVY, Jean Philippe "The economic life of the ancient world" The University of Chicago press Chicago 1974S:12

anlaşılan nimetleri Yunan adalarından başlayarak, Akdeniz'e yayılan bir kolonileşme hareketi başlatmıştır. "Yeni yerleşim bölgelerinde kurulan şehirlerde tarım ve hayvancılık gelişirken, diğer taraftan bu bölgeler değişim faaliyetleri için birer pazar durumuna gelmişlerdir."²⁵

Zaman içinde birer ticari ve finansal merkez durumuna gelen Yunan şehirleri, kendilerine bağlı ticaret kolonilerini politik olarak kontrol altında tutmuyorlardı. Ancak kültürel yakınlık, kanbağları ve ticari ilişkiler gerekli yakınlığı sağlıyordu. "Özellikle Atina ve diğer birkaç şehir, ticari ve finansal merkezlere dönüşmüşlerdir. Öyle ki yerine getirdikleri fonksiyonlar, daha sonra gelişecek olan bankacılık, sigortacılık, hisse senedi yatırımları gibi ekonomik kurumların temellerini hazırlamıştır."²⁶ Aslında en ilkel biçimleri ile Babil medeniyetinde ortaya çıkan bu kurumlar, Yunan medeniyetinin o zamana kadar çare bulunamamış bir sorunu halletmesi ile işlerliğe kavuşmuşlardır. Sorun para standardıdır. Çözüm ise, şekli, ağırlığı ve değeri standart olarak basılmış madeni sikkelerin, piyasaya sürülmesidir. "Ticaret ve yatırım kavramlarına yeni bir boyut getiren bu buluş, değişim faaliyetlerini daha esnek ve yaygın hale getirirken, karlılık ve sermaye birikimini de rasyonel ve elle tutulur bir biçime sokmuştur."²⁷

Ticaret ve para Yunan medeniyetinin temelleri olmuştur, bilime sanata ve kültüre dönüşmüştür. Yunan medeniyeti doğu ve batı yönünde hızla yayılmıştır. Özellikle büyük İskenderin seferlerinden sonra, bütün dünyanın yararlanabileceği bir bilgi ve beceri birikimi, kalıcı olarak Yunan etkisi altındaki topraklarda yer etmiştir. Daha sonra ortaya çıkan Roma medeniyeti, Yunan medeniyetinden kalan bilgi birikimi ve tecrübeler üzerine inşa edilmiştir. Yani bir anlamda Yunan medeniyeti merkezini değiştirmiş ve genişleyerek yaşamaya devam etmiştir.

"Yunan toplumunun merkezi yönetim zayıflığı ve dağınıklığı, çözülme sebeplerinin başında gelir. Tarihçilerin kendilerine atfettiği büyük ilerlemelere karşılık, Yunanlıların, yerleşik ekonomilere en büyük katkıları, aslında para ekonomisinde yarattıkları itici güçle sınırlıdır. Evrensel bir ekonomik mucize olarak görülen olay aslında küçük bir ülkenin sınırları dahilinde kalmıştır. Ayrıca Yunan toplumunu

²⁵CAMERON a.g.k. S:35

²⁶Bu konuda bkz. FINLEY, M. I. "The ancient economy" University of California press Berkeley 1973 S:20-34

²⁷Bu konuda bkz. DAVISSON, W - HARPER, S "The ancient world" Meredith Co. NY 1972 S:108-109

ilerleten kişi ve kurumların çoğunluğu da yabancılarıdır. Metük adı verilen bu insanlar, başka ülkelerden gelip Atina'ya yerleşenlerdir. Normal koşullarda Atina'da mülk edinmeleri imkansız olduğundan, sermaye piyasası, gemicilik ve ticaret alanlarında çalışmaya başlamışlardır. Daha ziyade Korint, Kartaca ve Fenike kökenli insanlardır."²⁸ Metük'ler sayesinde, akışkan sermaye sahibi olma kavramı güncellik kazanmıştır.

Yunan medeniyeti, dıştan gelen tehditlerle karşılaştığı ana kadar hep birliğini kuramamış bir halde kalmıştır. Yunanlılar birbirine rakip bir sürü kente, adalara ve yarımadalara dağılmış haldeydiler. Bu yüzden, gerçekten büyük sayılabilecek girişimlerde bulduklarında, dağılmışlığın zararlarını görmüşlerdir.

1.2.2. Roma imparatorluğu dönemi

Romalılar, Akdeniz'e hakim olmadan çok önce, Yunan kültürünü özümsemişlerdir. Yunan ekonomik gelişimi ve kurumları da buna dahildir.

Ziraatçı bir toplum olan Romalıların, mülkiyet haklarına karşı duydukları saygı ve ilgi ileri düzeydedir. Gelişme dönemleri boyunca giderek artan bir oranda yönetim ve askeriye konularına önem vermeye başlamışlardır, yine de toprağa karşı gösterdikleri geleneksel bağlılık imparatorluğun her döneminde varolmuştur. "Ticaret, hiçbir zaman Roma değerler sistemi içinde yüksek bir yere sahip olmamıştır. Her zaman yabancılara, düşük sosyal sınıftan insanlara ve kölelere yaptırılacak türden bir faaliyet olarak kabul edilmiştir."²⁹ Buna rağmen, Roma hukuk sisteminde ticarete gerekli özgürlük ve haklar tanınmıştır. Ticari faaliyetler cezalandırılmamıştır. Roma kültürü içinde olduğu kadar, hukukunda da önemsenmeyen ticaret, ayrı bir inceleme alanı olarak ele alınmamış ve sivil hukuk kapsamında incelenmiştir.

Roma medeniyeti, değişim faaliyetlerine bazı bakımlardan büyük kolaylıklar sağlamıştır. Bunlardan birincisi, *pax romana* olarak adlandırılan ve asırlar süren barış dönemidir. Bu dönemde, ticaret rahat ve huzurlu bir gelişme ortamına kavuşmuş ve imparatorluk sınırları içinde hatta dışında hızla ilerlemiştir.

²⁸SEDILLAT a.g.k. S:81

²⁹CAMERON a.g.k. S:37

İkincisi ise askeri stratejik amaçla yapılan Roma yol sisteminin, tüccarlar tarafından da kullanılabilmesidir. Emniyet ve süratle gerçekleştirilen taşımacılık, değişim faaliyetlerini olumlu yönde etkilemiştir. Üçüncü olarak da "Romalılar, savaş kargaşalığmdan ve ahlak bozukluğundan uzak olarak M.Ö.280 yılında sikke darphanelerini kurmuşlardır."³⁰ Son derece yaygın ve istikrarlı bir altın-gümüş para sistemine sahip olan Roma, yaklaşık 700 yıl boyunca birikim ve değişim faaliyetleri için mükemmel imkanlar yaratmıştır.

Böylesine olumlu şartların birarada olduğu bir ortamda, kapitalist üretim biçiminin, neden teknolojik sıçramayı bu çağda gerçekleştiremediği sorusu akla gelebilir. Bunun sebebi, Romalıların, yavaş ve zaman alıcı olarak kabul ettikleri ticaret ve üretim işlemleri yerine, çok daha hızlı sonuç veren savaş ve fetih yöntemlerini üstün kabul etmeleriydi. "Romalılar, ticareti yendikleri halklara, alışveriş yapmayı da küçük insanlara bırakmışlardı."³¹ Özellikle küçük ölçekli olarak yapılan değişim faaliyetleri, son derece aşağılık işler sınıfından sayılıyordu. Teknoloji alanında da, Roma dönemi boyunca kayda değer bir ilerleme görülmemiştir.

Roma yayılırken, ele geçirdiği her yere zirai gelişmeyi getirmiştir. Ancak yayılma, ticaret yapan gruplar arasında kıskançlık, gerginlik ve zaman zaman çatışmalara sebep olmuştur. Ayrıca yayılmanın giderleri de fazla olduğundan, vergi yükü ağırlaşmış, kapital birikimi zorlaşmıştır. "Özellikle Roma imparatorluğunun son dönemlerinde, büyük arazi sahiplerinin ziraate fazla önem vermedikleri, yetersiz ve verimsiz üretim yaptıkları bilinmektedir. Bu konuda yapılan yenilikler ve teknik çalışmalar da işe yaramayınca, küçük üreticilerin sağladığı çıktı hızla artan nüfusa yetmemiştir. Bu durum, Roma'nın çöküşünde önemli bir neden olarak gösterilir."³² Bunun yanısıra ekonomik ve politik diğer sebepler de şöyledir; "Genelde refah, güvenli sınırlara ve politik birliğe dayanıyordu. Tarım, endüstri, ticari örgütlenme, dengeli ücretler ve fiyatlar, kişisel girişim, hep bu oluşumun neticesi idi. Barbarların saldırıları sınırları dağıttı. Anarşi başladı, ayaklanmalar ve zulüm başgösterdi. Toplumun ahlaki ve dini

³⁰SEDILLAT a.g.k. S:101

³¹SEDILLAT a.g.k. S:104

³²BELL, John F. "A history of economic thought" The Ronald Press Co. NY 1953 S:48

bütünlüğü, hristiyanların katledilmesi ile yokedildi. para ve mal kıtlığı başladı, bütün ekonomik doku parçalandı."³³

Roma, insanlığa orijinal felsefeler, teknolojiler, yeni ekonomik düşünceler miras bırakmadı. Bunun yerine yol, köprü, sulama kanalı yapma bilgileri, anıtlar bıraktı. Kanunların düzenlenmesi esaslarını yarattı. Ordu-kurma ve lojistik faaliyetlerini modernize etti. En önemlisi de tek bir hükümet ve tek bir medeniyetin bütünleştirici prensiplerini öğretti.

1.3. Karanlık çağ döneminde Avrupa

Yunan ve Roma medeniyetleri, batı dünyasının genel felsefesini belirlemeleri açısından çok önemlidirler. Onlarla aynı dönemde Avrupa kıtasında yaşayan Kelt'ler ve kuzeyliler barbarlık geleneklerini sürdürürlerken, Yunan/Roma toplumu medeniyetin doruk noktasına ulaşmıştır. Bu medeniyetin temelinde materyalizm vardır, mülk edinme, sermaye sahibi olma ve dünyevi değerlerden alabildiğine yararlanma tutkusuna sahiptir. Yerleşik toplumların en önemli özelliği olan maddecilik, Yunan/Roma döneminde bütün detayları ile topluma mal olmuştur. Yunanlılar, ticarete para kullanımı, mülk yerine akışkan sermaye sahibi olma, borçlanma, kişisel girişim gibi yeni kavramları yaratırken, Romalılar mülk sahibi olmanın inceliklerini ortaya koymuşlardır.

Roma imparatorluğunun çöküşünü (M.Ö.476) takibeden 500 yıllık dönem, Avrupa'nın karanlık çağı olarak kabul edilir. Avrupa kıtası, bu dönemde, kültürlerin ve insanların birbirlerine karışıp kaynaştığı ve çatıştığı, açlık ve anarşi dolu bir dönem geçirmiştir. Yıkılan Roma imparatorluğunun harabelerinde, Vandallar, Vizigotlar, Ostrogotlar, Franklar, Tetonlar ve Germanler yerleşmişlerdir. Daha sonra, Teton, Kelt, Frank ve eski Romalılardan oluşan bir grup, batı Avrupa topraklarını paylaşmışlar ve bugünkü batı Avrupa toplumunun temellerini atmışlardır. İnsanlar ve kültürlerarası karışım bütün coğrafi alanlara yayılmıştır. Yüzyıllar içinde, bunlardan bazıları güçlü devletler haline gelirken, zayıf kalanları da güçlüler tarafından yönetim altına alınmıştır.

³³DAVISSON- HARPER a.g.k. S:190

Böylece, karanlık çağı atlatan ve ellerinde miras olarak bu bilgi birikimi olan Avrupalılar, bir medeniyet kurma yolunda ilerlerken, öncelikle sermaye sahibi olmanın yollarını aramışlardır. Bir kez sermaye birikimi gerçekleştikten sonra Avrupalıların fakirliğini ve umutsuzluğunu din yolu ile alabildiğine sömüren kilisenin baskısı da hafiflemiş ve Avrupa medeniyeti genel çerçevesi ile akılcı/materyalist olarak adlandırabileceğimiz yeni yaşam felsefesini uygulamaya koyulmuştur.

Kapitalizm, batı toplumunun doğal ve tarihi yaşam felsefesi, aynı zamanda da üretim biçimidir. Ferdi mülkiyetin ve kişisel girişimciliğin Yunan/Roma medeniyetinden kalan bir miras olması, daha sonraki dönemde ortaya çıkan gelişmeler için bir nedensellik bağı kurmamızı kolaylaştırmaktadır. Bu gelişmeler sermayenin toplanması ve kullanılması ile ilgilidir. Avrupa, tıpkı ilk yerleşik topluluklar gibi bir tapmak kapitalizmi devri geçirmiştir. Kilisenin elinde toplanan güç ve sermaye sayesinde, Avrupa toplumu uzun süre baskı altında tutulmuştur. Daha sonra gelen emperyalist kapitalizm aşamasında ise sermaye, üretim gücüne dönüşmüş, sermaye birikimi, seçkin sınıfın elinde toprak, ticaret ve üretim gelirleri yaratmaya başlamıştır. Özellikle 14. YY dan sonra, toplum seviyesini yükselten sermaye, kültür ve bilgi birikimi, emperyalist kapitalizmin şeklini değiştirerek her sınıftan insanın ferdi mülkiyet ve girişimciliğine yol vermiştir.

1.3.1. Avrupa'da sermayenin yeniden yapılanması

500 yıllık karanlık çağ boyunca, Avrupa'nın genel geçerliliği olan bir para sistemi olmamıştır. Bir genel güvensizlik ortamı içinde, tek gerçek zenginlik kaynağı sayılan toprağa dönülmüştür. 1000 yıllarına doğru, değişim faaliyetleri yeniden canlılık kazanmaya başlamıştır. Yerel beyliklerin himayesinde pazarlar kurulmuş, ekonomik gelişme teşvik edilmiştir. Ancak, yetersiz sermaye birikimi ve tacirin ağır şekilde vergilendirilmesi yüzünden, beklenen gelişme sağlanamamıştır. Aynı döneme rastlayan ve dini amaçla yapılmış izlenimi veren, fakat asıl amacı, doğunun icatlarını, bilgisini, kültürünü ve zenginliğini batıya taşımak olan haclı seferleri, gelişmenin esas yaratıcısı olmuştur.

1.3.1.1. Hristiyanlık ve haçlı seferleri

"Roma imparatorluğunun sosyo-ekonomik yapısı içinde, üretim ile ilgili bütün işlerin, köleler tarafından ya da onlarla hemen hemen aynı statüye sahip olan köylüler tarafından yapıldığı bilinmektedir."³⁴ Bedava işgücü olarak görülen bu insanlar, bir kurtuluş umudu veren hristiyanlığa sarılmışlardır. Roma yönetiminin bütün çabalarına rağmen hristiyanlık büyük bir taraftar kitlesi toplamıştır. "Bu kitleye karşı girişilen işkence ve katliam hareketleri sonrasında, Hristiyanlık yasal bir din olarak kabul edilmiştir (M.S.311)."³⁵ Roma'nın çöküşünü takiben din, Avrupa kıtasında hızla yayılmıştır. Kilise ve manastırlar güçlenmiştir. Yunan/Roma felsefesinin, köleciliği benimseyen ve yücelten yapıya karşılık, Hristiyanlığın sunduğu insani değerler ve kardeşlik mesajları, özellikle orta gelir düzeyinin altındaki grupları etkileyerek kaynaştırmıştır.

Yarattığı toplum ruhu, ümit ve vaadedilen ödüller ile bu inanç sistemi insanlığa yeni bir yön vermiştir. "Zaman içinde kilise ve manastırlar, kültürel, sanatsal ve dini faaliyet merkezleri olmalarının yanı sıra, tarım reformunu gerçekleştiren kurumlar olmaları sebebi ile, geniş alanları kontrol edebilen ekonomik yönetim merkezleri haline de gelmişlerdir."³⁶ Toplumdaki bütün bu gelişmelere rağmen, kilise, ticarete karşı bağınaz bir tutum içinde kalmıştır. Dünyevi değer tutkusunu günah sayan kilise mensupları, hristiyan alemini uzun süre maddi refahtan uzak tutmuşlardır. Böylece, değişim faaliyetleri, özellikle Yahudilerin çoğunluğunu meydana getirdiği bir azınlığın tekeline girmiştir. Kilise ve kilise mensupları ise büyük miktarlarda toprak ve mülk sahibi olmaya devam etmişlerdir. M.S. 800 yıllarında yeniden bir tarım ekonomisi haline gelen Avrupa, temeli Roma imparatorluğunun soylu sınıfına dayanan, feodal yönetim sistemini benimsemiştir. Daha sonraki sosyal ve ekonomik olayların oluşumunda çok önemli bir yeri olan bu sistemin ortaya çıkması temelde iki etkene bağlıdır: Bunlardan ilki, gücü ve ömrü az olan Avrupa krallıklarının, doğulu müslümanlar ve kuzeyli barbarların akınlarına karşı bir güvenlik sistemi

³⁴CAMERON a.g.k. S:43

³⁵BELL a.g.k. S:60

³⁶Bu konuda Bkz. BELL a.g.k. S: 62-65

Avrupa'da yeni bir karışım halinde yaşayan insanlar, yeni yerleşim merkezleri kurmaya, organize tarım yapmaya, el sanatları ve araç gereç yapımına kilisenin öncülüğünde yeniden başlamışlardır. Avrupa kıtasının tekrar tarım odaklı bir ekonomi haline gelmesi 800 yıllarında gerçekleşmiştir.

oluşturmak istemeleri, ikincisi ise etkin bir tarım ekonomisi kurma arzusudur. Sistemin ilk uygulayıcıları Franklar olmuş, daha sonra İngilizler ve diğer batı Avrupa ülkeleri feodalizmi benimsemişlerdir. Ancak sistem hiçbir zaman doğu Avrupa'da başarı ile uygulanamamıştır. "Avrupa'luların, silahı ve atı olan çok sayıda askere ihtiyaçları vardı ama güçlü bir para ekonomisi ve vergi sistemi olmadan bunu sağlamak imkansızdı. Bu sebeple seçkin ve güçlü savaşıçılara, büyük araziler, adam toplama ve barındırma hakkı ile beraber asalet ünvanları da verildi. Kilisenin elinden alınan büyük araziler, içindeki köylerle beraber asillere devredildi. Asiller, krala bağlı durumda kaldılar ancak arazilerinin sınırları içindeki tüm sosyal ve ekonomik olaylar kendi yetki ve sorumlulukları altındaydı."³⁷ Feodalizmin başarılı bir deneme devresi geçirmesinden sonra, Avrupa'da gözler, doğunun zengin ve müreffeh yaşantısına döndü. Bütün kitap dinleri için büyük önem taşıyan Kudüs'ün Müslümanların eline geçmesi ve Bizans ordularının, birlik altında toplanmış olan Selçuklu ordularına yenilmesi (1071 Malazgirt) ile toplu bir hareket fikrinin ilk tohumları atılmış oldu. "Haçlı seferleri 1096 da kilisenin (Papa Urban II) önderliğinde başladı. Hristiyanlığın kutsal topraklarını almak için toplanan maceracı şövalyeler, arazi sahibi olmayan gençler ve diğer fakir halktan oluşan ilk büyük grup, bu tarihte Asya'ya yürüdü."³⁸

"Haçlı seferi olarak bilinen savaşlar yaklaşık 200 yıl sürmüştür. Bu süre içinde, Avrupalılar, Arap ve Türk topraklarının zenginliklerini yağmalamışlardır. Yapılan beş büyük seferin yanı sıra, irili ufaklı sayısız akınlar ve saldırılar da Haçlı seferleri kapsamında incelenir."³⁹ Ayrıca bu seferler sonucu, yeni ticaret yolları da açılmış, uzakdoğudan gelen malların Avrupa'da pazar bulmaları sağlanmıştır.

"Ekonomik anlamda Haçlı seferleri, Avrupa'nın doğuya yayılmasından ziyade, bir çeşit kolonileştirme ve ortaçağ emperyalizm hareketi olarak ele alınır. Kudüs'de kurulan latin kralığı, Asya kaynaklarının

³⁷CAMERON a.g.k. S:45

³⁸HAMILTON, Franklin "The Crusades" The Dial press NY 1965 S:146

Ayrıca bkz. SETTON, Kenneth "A history of the Crusades I-II" University of Wisconsin Press Madison 1969 S:622

³⁹ Bu konuda bkz. PETERS, Edward "Christian society and the Crusades" Bell press NY 1975 S:74

Ayrıca Bkz. HAMILTON a.g.k. S:60-75

Haçlı seferlerinin bu denli uzun sürmesi ve başarılı olması, bir ölçüde Müslüman dünyasının, özellikle de Türklerin kendi aralarında yarattıkları çatışmalar ve güç kavgalarından kaynaklanır. Ayrıca ortak düşmana karşı tek bir liderin arkasında birleşebilen Türk kavimleri, sözkonusu lideri kaybettiklerinde dağıldıkları için bazı savaşlarda bozguna uğramışlardır.

Avrupa'ya düzenli olarak akışını sağlamıştır."⁴⁰ Haçlı seferlerinden dönenler, yeni ürünler veya bunların yapım bilgileri ile geldiler. Yeni yiyecekler, kelimeler ve kumaşlar Avrupa'ya girdi. Yeni pazarlar açıldı ve ticaret canlandı. Avrupa, Arap tıp bilimi, coğrafya, astronomi, matematik ve kimyası ile tanıştı. "İnsanlar, dünyanın kilise tarafından çizilen çerçeveden çok daha geniş olduğunu gördüler, hayatın, düşündüklerinden fazlası ile müreffeh bir biçimde yaşanabileceğini anladılar. Bunun üzerine artan kilise baskısı, toplumu entelektüel ve ahlaki bir bağımsızlık noktasına doğru itti. Fiziksel dünya ile maneviyat arasındaki ilişki koptu. Bu konuda dönüm noktası, Arapların benimsediği Aristo tarzı skolastik düşüncenin, Avrupa'da güncellik kazanmasıdır."⁴¹

"Hristiyanlık tarihi boyunca batı Avrupa insanları, dünya görüşlerini ve yaşam tarzlarını değiştiren üç büyük olay yaşamışlardır. Bunlar; Haçlı seferleri, rönesans hareketleri ve sanayi devrimidir. Haçlı seferleri diğer iki olayın doğumuna yol açmıştır."⁴²

Seferler, Avrupa'da sosyal, politik ve ekonomik güçlerin el değiştirmesinde de önemli rol oynamışlardır. Dünyevi zenginlikler konusunda bağnaz ve katı bir tutum sahibi olan kilise, Haçlı seferlerinin finansmanı gibi kutsal bir amaç için, yağma ve soygun yolu ile servet sahibi olmayı mübah saymış, ayrıca ticaret ve sermaye birikimini de teşvik etmiştir. Böylece, yüzyıllardır varolan tabulardan bir tanesi ortadan kalkmıştır. Yönetim alanında ise, feodalite önemli bir değişim geçirmiştir. Haçlı seferleri için malını mülkünü satan veya ipotek ettiren asiller, genellikle bütün adamlarını alarak savaşa gitmişler, birçoğu da geri dönemediği için toprakları sonunda krala kalmıştır. Böylece, özellikle Fransa'da merkezi yönetim büyük güç kazanmıştır. "Bu dönemde Avrupa insanları, kendilerini bir eyaletin, hatta bir şehrin vatandaşı olarak kabul ederlerdi. Feodalitenin şekil değiştirmesinden sonra, yayılan zenginlik ve kültür, insanların kendilerini Fransız, Alman, İngiliz vatandaşı olarak görmelerini sağladı."⁴³

⁴⁰ATTIYA, Aziz "Crusade, commerce and culture" Indiana University press Bloomington 1962 S:18

⁴¹NEWHALL, Richard A. "The Crusades" Holt, Rinehart and Winston Inc. NY 1963 S:126

⁴²NEWHALL a.g.k. S:99

⁴³HAMILTON a.g.k.S:300

1.3.1.2. Reform hareketleri sonrasında kapitalist felsefenin orta sınıfa devri

1200-1300 yıllarında, Avrupa'da tarım ekonomisini yönlendiren kapitalist üretim tarzı, yavaş yavaş bazı mal ve hizmetlerin üretiminde de kendisini göstermeye başladı. Batının sermaye birikimi yeterli düzeye ulaşmış, doğu ile karşılıklı alışveriş ilişkisi ve para kullanımı başlamıştı. Bölgesel birtakım ayrılıklara rağmen, para sistemi giderek geliyordu. Buna bağlı olarak kredi ve bankacılık sistemi de devreye girmiş, çek, bono ve poliçe ticaret hayatını ilerletmeye başlamıştı.

Avrupa'lılar, emek ve sermayenin son derece kısıtlı olarak bulunduğu uzun bir dönem boyunca hayatta kalabilmişlerdir. Bunu, ellerindeki kaynakları azami verimlilikle kullanmalarına borçludurlar. Sümer uygarlığının kuraklıkla mücadele etmek için organize tarımı başlatması gibi, Avrupalılar da nadas, pulluk, sudeğirmeni, hayvangücü ile tarım yapma gibi yöntemleri yaygın olarak kullandılar. Zorlukları akılcılık, yenilikler ve metodlu çalışma yolu ile yenmek, zaman içinde bir yaşam felsefesi haline geldi. Bu felsefenin etkilerini ticaret hayatında da görmek mümkündür. Mann, ortaçağda yaşanan bu gelişmeyi şöyle anlatıyor; "Değişimin başlangıç tarihi olarak 1200 yıllarını verebiliriz. Günümüzün ekonomik olayları, bu dönemde yaşanan kapitalist gelişmelerin bir ürünüdür. Gelişimin başlaması ise bir dizi sosyal, ekonomik, politik ve çevresel olayların sonucudur. Avrupa'nın saldırgan güçlerce kuşatılmış olması, insanları akıllı ve verimli yöntemler kullanarak üretim yapmaya zorlamıştır. Avrupa kıtasının ılıman iklimi buna yardımcı olmuştur. Feodal düzen, tarım ve güvenlik alanlarında başarı sağladığı kadar, ferdi mülkiyet ve rekabet kavramlarının, toplumun her kademesine yayılmasının da sebebidir. Askeri malzeme ve tarım ürünlerinin taşınması için kullanılan Avrupa kıyı şeridi ve nehirler, taşımacılık alanında birçok buluşun yapılmasına neden olmuşlardır."⁴⁴

Üretim ve ticaret dünyasına böyle bir birikimle giren Avrupa, Haçlı seferleri sonrasında topluma yayılan refahın da ivmesi ile yabancı ülkeler ile yaptığı değişim faaliyetlerinde bilançosunu dengeledi.

⁴⁴MANN, Michael "European development; Approaching a historical explanation" Europe and the rise of capitalism Basil Blackwell Ltd. Oxford 1989 S:10-11

Mann, bu yazısında, Avrupa mucizesinin altyapısını oluşturan faktörleri inceliyor. Ortaçağ Avrupasında kültürel ve ulusal kimliklerin olmadığını, insanların feodal düzen çerçevesinde, köyler, şatolar, kardeşlikler, birlikler gibi topluluklar biçiminde yaşadıklarını, aralarında her alanda rekabet olduğunu, ancak tek ortak kimlik olan hristiyanlığın birlik ve beraberliği koruduğunu vurguluyor. Bu durumda hiç kimse Avrupalıları tek başına yönetememiştir. Rekabet ve ferdiyetçiliği maksimize eden bu ortam, aynı zamanda bir anomi sebebi de olmuştur.

Ancak, bu faaliyetler Türk'lerin Balkanları istilası (1353) ve Fransa ile İngiltere arasında başlayan yüzyıl savaşları sebebi ile durakladı. Bizansın düşmesi ve ticaret yollarının Osmanlılar tarafından fethedilmesinden sonra ise tamamen bitti. Böylece yeniden kabuğuna çekilmek zorunda kalan Avrupa, yeni kurtuluş yolları aramaya başladı. 15. yüzyıl, yeni fikirler, reformlar, keşif ve icatlar dönemidir.

M.S. 1450 ve sonrasında Avrupa, büyük bir Hristiyan birliği görünümünden çıkarak, çok devletli bir medeniyete dönüşmeye başlamıştır. Daha önce küçük politik güçler durumunda olan bu devletler büyüyerek, koordine edici, merkezi ve organik yapılar haline gelmişler ancak hiçbir zaman tahakküm edici bir rol oynamamışlardır. Aynı dönemde, otonom ve rekabetçi yapıya sahip olan bölgesel ekonomik güçler de, ortak kültürel, sosyal ve ahlaki değerler üzerine kurulu bir doku yaratmışlardır. Köy toplulukları, lordluklar, kasabalar, tüccar ve esnaf loncaları birleşerek, ferdi mülkiyet esasma dayalı yeni bir güç ilişkisi geliştirmişlerdir. Böylece kapitalizm bir kez daha şekil değiştirerek bugün algıladığımız biçimine dönüşmüştür.

1450 yılı ve sonrası, toplum dinamizmi, ticaret ve teknoloji alanlarında Avrupa'nın Asya'yı geçtiği dönemdir. Ticaret yollarının Türkler tarafından ele geçirilmiş olmasının bunda büyük payı vardır. Yeni doğu-batı bağlantıları kurmaya çalışan Avrupa devletleri, ele geçirilecek yeni topraklar keşfetmişler, Avrupa kıtasına değerli madenler, hammadde ve yiyecek akışını başlatmışlardır. Bunun yanısıra, sömürge haline getirilen topraklarda yaşayan halkın büyük bölümünün, köle olarak çalıştırılması ile insan gücüne dayalı üretim faaliyetleri son derecede karlı hale gelmiştir.

Batı Avrupa'yı etkileyen ferdi mülkiyet esasma dayalı yaşam biçimi, beraberinde ferdi girişimciliği de getirdi. Tüccarlar artık taşınmaz malların dışında da servet sahibi olma serbestisine ve güvencesine kavuşmuşlardı. Altın esasmın birçok ülke tarafından benimsenmesi, kredi ve muhasebe sistemlerinin geliştirilmesi, ayrıca bunlara eklenen bankacılığın doğuşu ile üretim ve değişim faaliyetleri evrim geçirdi. Avrupa'nın artan nüfusu, dolayısı ile tüketicileri de evrimi hızlandırdı. Üretici, tüccar ve tüketicilerin yoğun biçimde bir araya geldiği pazar alanları kentlere dönüşmeye başladı. "Parçalanma çağında köylüye dayanan ekonomik düzeni, şimdi kentlere gelişmeleri için geniş imkanlar veren bir düzen izlemekteydi. Kent ise pazar demektir. Ya da kent doğrudan doğruya ticaret amacı için kurulmuş yer

demekti. Onun kurulmasında ülke yönetimiyle, dinle ya da stratejiyle ilgili amaçlar da bulunsa bile, yine de orası beslenmesi zorunlu olan bir halk yığını sinesinde barındırmaktadır. böylece dolaylı yoldan ticarete çanak tutulmaktadır. Kırsal kesim halkı onun yiyeceğini sağlamakta, kent ise el sanatlarını geliştirmektedir. Kentli başlangıçtan itibaren hep tüccardı ya da ticaretle ilişkiliydi."⁴⁵

İnsanlık tarihi boyunca yerel yönetimlerin ya da dini kuruluşların tekelinde kalan kapitalist güç, ilk kez bu dönemde kontrolden çıkarak orta sınıftan insanların eline geçti. Alvin Toffler'in bir incelemesinde ele aldığı üç toplumsal güç; "kaba kuvvet, servet ve bilgi"⁴⁶ büyük insan kitlelerine mal olarak, yeni biçimlere girdiler. "Bazı tüccarlar ve Yahudi bankerler zamanla feodal beyliklere hatta krallıklara kredi açmaya, dolayısı ile yönetim kademelerine nüfuz etmeye başladılar. Dönemin önemli finansal merkezleri; Cenova, Antwerp ve Amsterdam Avrupa'daki güç ilişkilerinde hassas bölgeler durumuna geldiler."⁴⁷

Orta sınıftan çıkan ilk kudretli kapitalistler, Cenova'lı Medici ailesi, Fransız Jacques Coeur ve Alman Joseph Humpis'dir. Bu insanlar ticaret filoları ve kolonilerinden akan servet sayesinde, devlet yönetimini etkileyecek duruma gelmiş ve yaşadıkları çağa damgalarını vurmuşlardır. Kapitalistlerin sayısı hızla artmaya başlayınca, Avrupa devletlerinin toplumu düzenleme çabaları da hızlanmıştır. Önceleri ticaret hayatını düzenleme ve vergi toplama biçiminde ortaya çıkan bu çabalar, sömürgecilik ve ticaretin sağlayabileceği üstünlükler anlaşıldıktan sonra yön değiştirmiştir. Gücünü orta sınıf tüccardan alan devlet kapitalizmi yeniçağ Avrupasında doğmuş, bu anlayışın ilk temsilcileri olan İspanya, Portekiz, Hollanda, Fransa ve İngiltere tüccar/kapitalist devlet sistemini kurmuşlardır.

⁴⁵SEDILLAT a.g.k. S:199

⁴⁶TOFFLER, Alvin "Yeni güçler yeni şoklar" Altın kitaplar yayınevi İstanbul 1992 S:27-30

Toffler'e göre, bazı insanların diğer insanlar üzerinde hakimiyet sağlayabilmesi, üç temel güç unsurundan en az bir tanesine sahip olmalarını gerektiriyor. Bir güç unsuruna sahip olan insan veya insanların, diğer güç unsurlarını da elde etmesi ihtimali mevcuttur. Güç unsurları, toplum içinde veya toplumlar arasında çatışma içinde olabilecekleri gibi, denge durumunda da bulunabilirler.

⁴⁷Bu konuda bkz. BURKE, Peter "Republics of merchants in early modern Europe" Baechler-Hall a.g.k. S:225-230

1.3.1.3. Yeni kapitalist felsefenin aracı: Pazarlama

Her kültürün ve ülkenin kendisine özgü bir ticaret yapma tarzı vardır. Pazarlama adı altında incelenen ticari fonksiyonlar, yani mal şekillendirme yetenek ve becerisi, fiyat belirleme, malın tanıtımı ve cazibesini sağlamak ile teslimini gerçekleştirme işlemleri, insanlık tarihi boyunca büyük çeşitlilik göstererek, dünyanın her köşesinde varolmuşlardır. Ortadoğu ülkelerinin geleneksel değişim biçimi olan "pazarlığa bağlı fiyat", eski doğu bloku ülkelerinin benimsediği "kı kaynakların devlet eli ile fiyatlandırılması" felsefesinden çok farklıdır. Aynı şekilde 15. YY da şekillenen batı dünyasının pazarlaması da diğerlerinden farklıdır.

Yaratıcı, enerjik ve rekabetçi hale gelen kapitalist girişimci, dünyada yaygın olan pasifist ticari değişim faaliyetlerini etkileyip, ortadan kaldırmıştır. Orta sınıf kapitalizmi hızla büyürken, mal ve hizmet kapasitesine uygun bir tüketim hızına da ihtiyaç duymuştur. Böylece yeni kapitalizme uygun bir pazarlama biçimi de şekillenmiştir. Batı kapitalizmi ve pazarlaması ayrılmaz bir bütündür. Biri olmadan diğeri de varolamaz. 15. yüzyılda biçimlenen ve amaçlı akılcılık felsefesi ile büyüyen yeni kapitalist pazarlama anlayışı, batı toplumlarında önemli değişikliklere yol açmıştır. "Üretici (kapitalist) tarafında kar ve madde tutkusu ile yaratıcı ve engel tanımaz bir iş yapma hırsı yaratırken, tüketici tarafında ise tutkulu ve asla tatmin olmayan bir tüketim eğilimine sebep olmuştur."⁴⁸ Materyalist anlamda yüksek standartlı tüketim toplumları böylece doğmuşlardır. Kapitalist girişimcilerin yaratılmasında büyük rol oynadığı yeni batı kültürü dinamiktir, maddesel ve ticari alanlarda gelişmiştir. "Bu gelişme, tüketimi yaratacak insan topluluklarının tüketmek üzere eğitilmeleri ile mümkündür. Eğitimi sağlayan unsur da bilinçli ve amaçlı pazarlama faaliyetleridir."⁴⁹ Bu faaliyetler, varolan taleplerin bulunmasını ve uyarılmasını, varolmayanların da yaratılmasını sağlarken bir yandan da arz ile buluşmalarını gerçekleştirmişlerdir. Kapitalist girişimcinin sonsuz kar hırsı, daha fazla satış ve karlılığı, dolayısı ile daha fazla üretimi zorladıkça, yeni üretim teknolojileri bu zorlamaya bağlı olarak birbirini ardına devreye girmeye başlamışlardır.

⁴⁸BERGER, Peter "The capitalist revolution" Basic books NY 1986 S: 27

⁴⁹Bu konuda bkz. N.McKENDRICK, J.BREWER, H.PLUMB "The birth of a consumer society" Indiana university press Bloomington 1982 S:90-105

Kar yoluyla kapital birikimi, akılcı terimlerle düşünmeyi gerektirir. Gösterimi ise sayısal ifadeler ve dengelerle, yani muhasebe ile yapılır. Kar, modern kapitalizmin candamarı, kar etmek ise temel felsefesidir. "Kapitalist girişimci, yatırımını başarılı ve sürekli kılabilmeyi amaçlar. Bunun için pazar değişim faaliyetlerinde başarılı yani karlı olmak zorundadır. Pazarlama faaliyetleri ise başarı veya başarısızlığı belirleyen faktördür."⁵⁰ Kapitalizm ile pazarlamanın bütünlüğü burada yatmaktadır. Pazarlama, kapitalizmin zaman içinde geçirdiği değişimlere uygun olarak şekil değiştirmiştir. Bu yüzden, temel pazarlama kitaplarında üzerinde durulan, pazarlamanın gelişme aşamaları, üretim, satış dönemleri vs. gibi kavramlar, sağlam bir temele dayanmayan, yüzeysel açıklamalar olarak kalmaktadır. Pazarlama kendiliğinden ve sonradan ortaya çıkmış bir oluşum değildir. Kendi başına da değişim göstermemiştir. Kapitalizm pazarlamayı kendisi ile birlikte geliştirmiştir. Batı kapitalizmi güncelliğini kaybettiğinde, batı pazarlaması da aynı akıbete uğrayacaktır.

Kar hırsı ile bilenmiş kapitalizm, birkaç tarihi aşamadan geçerek evrimleşmiştir. Bu aşamaları dört gruba ayırmak mümkündür;

1.3.1.3.1. Geleneksel kapitalizm: Pekçok yerleşik kültürün ortak ekonomik yaşam biçimi olan, din örgütü ya da soylu sınıf ağırlıklı kapitalist üretim biçimi yansıtır. Avrupa bu dönemi yaşarken, içinde bulunduğu durumu, Huizinga şöyle anlatıyor; "13. yüzyıl Avrupa'sı ekonomik açıdan yokluk sınırındaydı. Avrupa'lıların hırs, istek ve enerjileri savaflara, romantik aşka ve hristiyanlık gereklerine kanalize olmuştu. İçinde iş yapma istek ve enerjisi olan insanlar çoğunlukla Yahudilerdi. Mülk ve servet kilisenin elindeydi ve sosyal hayat din geleneklerine göre düzenlenmişti. En düşük standartlarla yetinmek ve buna şükretmek, geleneksel hayat biçimi olduğundan, talep seviyesi çok düşüktü."⁵¹

Bu dönemde Avrupa ticareti öylesine baskılanmıştı ki, bir diğer tüccarın malları ile rekabete girmek büyük bir günah sayılıyordu. Hristiyanlığın ana ticaret ilkesi olan "Adil fiyat" (Just price: sadece maliyeti kapsayan satış esası) ile fiyatlama esasını bozarak, bir miktar kar karşılığı mal satmak ise, lanetlenerek cehennemde yanmak için yeterliydi. Bir malın ikinci el ve üçüncü el satışı, din gereği düşünülemez

⁵⁰FULLERTON, a.g.m. S:76

⁵¹HUIZINGA, Johann "The waning of the middle ages" E. Arnold Books London 1924 S:17-19

olduğu için, uzun mesafe değişim faaliyetleri, hemen hiç mevcut değildi. Bu durumun gereği olarak, pazarlamanın toplum üzerindeki etkinliği son derece zayıftı.

1.3.1.3.2. Modern batı kapitalizm ve pazarlamanın başlangıcı:

Sözkonusu başlangıç, daha önce de değinildiği gibi 1500 yıllarında gerçekleşmiştir. Avrupa insanların, kendilerini sıkıca saran, batıl inanç, din, gelenek ve görenek zincirlerini kırarak, dünyaya açıldıkları bir dönemdir bu. 1500-1800 yılları arasında, denizaşırı seyahatlerin, keşif ve icatların sayısı alabildiğine artmış, para kazanmak için ticaret yapmak onurlu bir iş haline gelmiştir. Ancak bu değişim çabucak ve kolayca olmamıştır. Avrupa'lının büyük bölümü yine köylü olarak ve ekonomik imkansızlıklar içinde yaşamaya devam etmişlerdir. "Çabuk para kazanma ve dünya nimetlerinden yararlanma hırslı, dürüst ve sistemli iş yapma kavramından çok daha hızlı ve yaygın olarak filizlenmiştir. İnsanların büyük çoğunluğu eski kültür ve yaşam biçiminin etkisinden kurtulamadığından, para kazanmak için çalışmaya hevesleri yoktu. Bir miktar sermaye biriktirebilenler, tecrübesiz oldukları için genellikle bunu yanlış yatırımlar yaparak kaybediyorlardı. Dolandırıcılık, sahtekarlık ve korsanlık en karlı iş kolları olarak görülüyordu. Hatta kolay ve hızlı sermaye birikimi sağlamak için krallıklar bile korsan filoları oluşturmuşlardı. Avrupa'da iş ahlakının oluşması yüzyıllar almıştır."⁵²

Bazı gelenekçi tüccarların ve soyluların, kapitalist girişimciliğe ilgi duymaları ile batı kapitalizminin rafine hali ortaya çıkmaya başlamıştır. Böylece yeni bir dünya görüşü doğmuştur. Akılcı kurallar, yeni imkanlar ve ince hesaplamalarla yaratılan bu dünya görüşüne, zengin olma ve zengin yaşama sanatı da denilebilir.

⁵²Bu konuda Bkz.

HIRCHMAN Albert "The passions and interests" Princeton University press Princeton 1977 S:126-132

PILLOGET, René "The European tradition in movements of insurrection" HALL & MANN a.g.k. S:204-217

DeVRIES, Jan "Economy of Europe in an age of crisis 1600-1700" Cambridge University press Cambridge 1976 S:230-240

Yeni tür bir kapitalizm oluşturma aşamasındaki Avrupa'da, o dönemde yaşanan olaylar, günümüzün gelişmekte olan ülkelerinde yaşananlardan farksızdır. Orijinal hadiseye baktığımızda, kişisel sermaye birikimi için mücadele eden insanların, toplumsal değer ve normları hiçe saymasını normal karşılamak gerektiği gibi bir sonuç ortaya çıkmaktadır.

"Başlangıç aşamasında, kapitalistler için, kitle pazarlaması ve açık rekabet gibi kavramlar gündem dışıydı. Yine de ilk modern girişimciler, kentli, soylu, bürokratlar ve kamu kesimi pazarlarında faaliyet göstermek için çaba harcadılar. Özellikle savaş araç-gereçleri, kitaplar, giysiler, şeker, çay, kahve ve kakao gibi zamanın lüks sayılan yiyeceklerinin tüketimi bilinçli olarak motive edildi ve artan talep büyük bir beceri ile karşılandı."⁵³ Yapılan yatırımların yaşayabilmesi için müşterilere güven telkin edilmesi ve ilişkilerin sürekli kılınması gerekiyordu. Bunun için daha etkin pazarlama yöntemleri aranmaya başlandı. Sonunda, kapitalizmin talep tarafına önem verilmesi gerektiği ortaya çıktı. Bu konuda eğitici yayımlar yapıldı. Sermaye geri ödeme süresini kısaltmak isteyen tüccarın, müşterileri ile iyi ilişkiler kurmasının ve dağıtım sistemini geliştirmesinin şart olduğu vurgulandı.

İngiltere, kapitalizmin gücünü ve taşıdığı sonsuz potansiyeli en çabuk kavrayan ülkedir. Ülkelerin toplumsal düzenini kökten değiştiren "tüketim toplumu" olgusu ilk kez İngiltere'de görülmüştür ve bu ülke, kapitalizmin günümüzdeki haline dönüşmesinde büyük bir rol üstlenmiştir.

1700 lü yıllarda İngiltere, Dünya ticaretinde başrolü oynayan ülke konumuna gelmişti. Avrupa ülkelerinin karşılıklı ticaret hacmi giderek artarken, Akdeniz ülkeleri ve Asya ile bağlantıları olan İngiltere önderliğini koruyordu. Türkiye'den ham ipek, Asya'dan baharat alıyor, karşılığında kumaş veriyordu. Baharat ve diğer birtakım endüstriyel çıktılarını Avrupa'dan aldıkları ile birlikte Amerika'ya satıyor, buradan gelen malları Avrupa'ya dağıtıyordu. Bu dönemde, İngiltere nüfusunun %70'e yakın bir bölümü şehirlere akın etmiştir. Giderek daha rafine hale gelen ve artan talep, düzenli işleyen bir dağıtım ve perakendecilik sistemi kurulmasına sebep olmuştur. Ülke içinde kanallar, kara ve demiryolları bölgeleri birbirine bağlamış, üretim merkezlerinin ihracat çıktılarını limanlara yöneltmiş ve en büyük tüketim merkezi olan Londra'ya ulaşımı kolaylaştırmıştır. Yine aynı dönemde, "esnek üretim birimlerinin"⁵⁴ akıllıca kullanılması sayesinde, mamulün pazara uydurulması fikri yayılmıştır. Değişik

⁵³BRAUDEL, Fernand "Afterthoughts on material civilization and capitalism" Tercüme: P.M.Ranum John Hopkins University Press Baltimore 1973 S:405

⁵⁴BERG, Maxine "Markets and Manufacture In Early Industrial Europe" Routledge London 1991 S:39

Avrupa'nın endüstrileşme hareketini inceleyenler, işgücü arzı, ücret ayrılıkları, sermaye maliyeti ve malzeme arzı gibi konular üzerinde yoğunlaşırlar. Üretim-insan ilişkisi ve teknolojik gelişme başlıca odak noktalarıdır. Ekonomi tarihi, talep tarafı olmaktan ziyade arz tarafı olarak kaleme alınmıştır. Ekonomik dönüşüm, tüketim, pazar ve

bölgelerin ve ülkelerin pazarlarına, değiştirilmiş mamullerle girilmiş ve pazarlar ustalıkla genişletilmiştir. "İngiltere'nin öncülüğünde gelişen bu akım ile birlikte Avrupa endüstrisi bir bölgesel odaklanma eğilimi göstermiştir. Klasik görüş, bu dönemde artan tarım kesimi verimliliği ve buna bağlı olarak artan işgücü ücretlerinin ekonomiye çoğaltan etkisi ile yayıldığını ve bu durumun endüstriyel malların tüketimini artırarak yeni pazarlar yarattığını savunurken, son araştırmalar, tarım kesimi harcama artışlarının %3-5 civarında kaldığını göstermektedir. Gerçek endüstriyel talep ve yeni pazarlar, dönemin burjuva kesimi ile tarımla ilgisi olmayan diğer kesimler tarafından yaratılmıştır. Daha sonraki dönemde ise, ihracat ve global ticaret, endüstriyel büyüme ve entegrasyonu desteklemiştir. 1700-1780 arası dönemde, İngiltere'nin toplam endüstriyel çıktısının %95 i yurtiçinde tüketilmiştir. 1870 yılına kadar geçen süre içinde de toplam çıktının %40 ı ihraç edilmiş, toplam çıktı miktarı ise %30 oranında artmıştır. Buna rağmen, dış talep, endüstrileşme hareketinde ana etken sayılmamaktadır."⁵⁵

İngilizlerin ekonomik hayatını etkileyen kapitalist girişimler, giderek artan seçici talep sayesinde organize olmuştur. "Talebin değişen yapısı, üreticilerin yeni pazarları doyurmasını giderek zorlaştırıyordu. Özellikle kumaş üreticileri, çok büyük bir satış potansiyeli ile karşılaştılar. Bu duruma çözüm olarak da makinelerin üretim gücü imdada yetişti. Aslında makine ile üretim fikri eski Yunan medeniyetinde biliniyordu. Buhar kazanı ve piston o zamanın icatlarıdır. Ancak makinelerin pratik hayatta ne işe yarayabileceği hayal bile edilememişti. Artan talep, modern teknolojinin günlük hayata

pazarlama kavramları çok az inceleme konusu yapılmıştır. Ancak çok yönlü analiz yapan araştırmacı sayısı artmaktadır.

Esnek üretim birimleri kavramı, endüstrileşme eşiği dönemde, İngiltere'de yaygınlaşan bir üretim biçimidir. Bunun anlamı, üretim teknolojilerinin seçici olarak değerlendirilmesi ve buna bağlı olarak ortaya çıkan mal çeşitliliğidir. Bu yaklaşım, dizaynın önemine ve tüketim tarafının seçiciliğine dikkat çekmektedir. Avrupa pazarları ülkeden ülkeye büyük değişim gösterdiği gibi, bazen aynı pazarın değişik bölümleri arasında da ayrılıklar görmek mümkündür. Avrupa ülkeleri, küçük üretim birimleri-küçük pazarlar kavramı ve geleneğinden hareketle, dinamik bir pazarlama sistemi geliştirmişlerdir. Bu sistem özellikle 1960 lardan sonra, Japonya tarafından geliştirilerek kullanılmıştır. Zincirleme üretim birimleri de denilebilecek yöntem ile büyük, orta ve küçük ölçekli işletmeleri kolayca ve esnek biçimde birbirine bağlamak mümkün olmuştur. Bu durum aynı zamanda, değişik pazarlara ve değişik zevklere göre üretim hattı ve kapasitesini kolayca ayarlama imkanı da sağlamaktadır.

⁵⁵POLLARD, Sidney "The Integration of the European Economy Since 1815" George Allen & Unwin Ltd. London 1981 S:135

girmesine sebep olmuştur."⁵⁶ İngiltere, tarihte ilk kez, bir tüketici topluluğunun kendi istekleri doğrultusunda ve ülke yönetiminin izni ile sürekli olarak kendilerine akan bir mal ve hizmet bolluğu içinde yaşamasına zemin hazırlamıştır. Burada, pazarlama çalışmalarının biçimi ve etkinliği de değişmiştir. "Çeşidi ve miktarı artan malların tanıtımı için reklamcılığın gelişmesi hızlanmıştır. Moda dalgalanmaları ile talep yapısı, bilinçli olarak şekillendirilip geliştirilmiştir."⁵⁷

İngiltere'nin üretimde makineleşme çalışmaları ile birlikte Avrupa'da toplumsal refah kavramı köklü bir değişime uğramıştır. Aynı dönemde, özellikle Fransa'nın etkisi ile talep, modanın kontrolüne girmiştir. Talebi kestirmenin giderek zorlaşması üzerine, üretici ve aracılar, tüketici zevk ve tercihlerini yönlendirme çalışmalarına başlamışlardır. Moda, bir tüketici icadı değil, aslında bir pazarlama stratejisidir.

"18. ve 19. yüzyıllarda, tüketim mallarında, özellikle de giyim alanında, tüketici seçimi veya üretici etkisi ile değil, dağıtım kanalındaki ara birimlerin yönlendirmesi ile pazarlar yaratılmaya başlanmıştır. Pazarlar büyüdükçe, zevk ve tercihler yaygınlaşıp, çeşitlenmiştir. Pazarın kontrolü giderek güçleşmeye başlamıştır. Bu dönemde pazarlama araştırması, demografik bölümlenme, mamul çeşitlendirme gibi çalışmaların ilk örnekleri görülmeye başlanmıştır. Tekstil endüstrisi bu alanda öncü sayılmaktadır."⁵⁸

Berg bu konudaki görüşlerini şöyle dile getirmektedir; "Fabrika sistemi üretimi arttırırken, rekabeti ve büyük miktarda satış ihtiyacını da doğurdu. Üreticilerin bu alanda yaşadıkları yenilikler, modern pazarlama prensiplerinin temelleri de sayılabilir. İlk gelişme, konsinye ticaretin yaygınlaşmasıdır. İkinci olarak, düşük karlılıkla ve büyük miktarlarda satış yaparak, hızla gelir elde etmenin önemi anlaşılmıştır. Bir de "Bradford prensibi olarak anılan, malın değişik pazarlarda doğal fiyatını bularak satılması esası geliştirilmiştir. Bu prensip, özellikle Avrupa'nın Amerikan pazarına yolladığı çok miktarda düşük kaliteli mallar için uygulanmıştır. Zaman içinde sistem yetersiz hale gelmiş ve bu noktada ara satıcıların finansman ve pazarlama fonksiyonları birbirinden ayrılmıştır. Satış kurumları daha profesyonel satış

⁵⁶BOWDEN, KARPOVICH & USHER "An economic history of Europe since 1750" American book Co. NY 1937 S:105

⁵⁷McKENDRICK, BREWER, PLUMB a.g.k. S:22

⁵⁸BERG a.g.k. S:120

araştırması, promosyon ve dağıtım hizmetleri sağlarken, bu faaliyetlerin finansmanı da kreditorler ve finans kurumlarınca sağlanmaya başlanmıştır. Toptancı kurumların yönlendirmesi ile, üreticiler değişen pazar şartlarına hızla uyum sağlamaya başlamışlar, bu arada birçok üretici de kendi dağıtım organizasyonunu oluşturmuştur."⁵⁹

1.3.1.3.3.Yüksek kapitalizm aşaması:

1800 yılından sonra, İngiliz kapitalist ekonomik modeli, batı dünyasının büyük bölümü tarafından benimsendi. Batı Avrupa, Amerika, Kanada ve hatta Japonya bu modeli kendi ülkelerine uyarlamak için harekete geçtiler. Binlerce yıl önce ortaya çıkan ve insanoğlunun uygarlığa ilerlemesinde bir dönüm noktası olan "tarım yapma" fikrinden sonra, batı kapitalizmi de bir diğer dönüm noktası yarattı. Yüksek kapitalizm aşamasına gelindiğinde, işletmecilik düşünce ve davranış tarzı artık toplumlara tamamen yerleşmişti. "İş yatırımları, işi kuran kimseler tarafından, sonsuza dek yaşayacak varlıklar olarak görülüyordu. İş sahiplerinin işle ilgileri kesilse ya da ölse bile işin devam etmesi için her türlü önlem alınmaya başlandı. Bu amaçla kanunlar hazırlandı ve çeşitli kurumlar yaratıldı. İşletmeler profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmeye başlandı ve aile şirketi geleneği terkedildi."⁶⁰ Aynı dönemde, teknolojik gelişme, nüfus patlaması ve hızlı kentleşme yeni pazar fırsatları yaratmaya devam ediyordu. Ancak pazarların büyümesi şans eseri gerçekleşmiş değildir. Bütün bu gelişmelerin ardında akılcı, enerjik ve planlı çalışmalar yer almaktadır.

"19. yüzyıl Avrupa'sının kırsal kesimi, büyük miktarda işgücü arzına sahipti. İnsan-toprak dengesizliği, satın alınacak malların azlığı, hatta endüstriyel toplum bakış açısından, bu insanların tembelliği sevmesi sebebi ile o dönemde bir işgücü fazlasından söz etmek mümkündür. Tarımda mekanizasyonun başlaması ile tarımsal işgücüne rağbet iyice azaldı, gelişme yoluna giren sanayi bu bölgelere kaymaya başladı. Şehirleşmiş bölgelerdeki işçi örgütleri, pahalılık ve kanuni düzenlemeler, özellikle yiyecek ve giyecek alanında çalışan firmaları, kırsal kesime itti. Ayrıca bu firmalar için kaynağa yakın olmak gibi bir avantaj da söz konusuydu. Böylece kırsal kesimin yaşam tarzı tamamen değişti. Bu bölgelerdeki arz elastikiyeti

⁵⁹BERG a.g.k. S:121

⁶⁰CHANDLER, Alfred, "The Visible Hand" Harvard University Press Cambridge 1977 S:62

ve ucuz maliyetler, şehirlerdeki vasıflı işgücünün rakibi haline geldi. Kırsal kesim, uzun süre ucuz ve bol işgücü sağlamaya devam etmiştir. Bu yüzden endüstrileşme hareketinin bir diğer etkisinin de nüfus artışını teşvik olduğunu söyleyebiliriz.⁶¹ Batı medeniyetinin bir geleneği olan erken evlenme, erken çocuk sahibi olma ve çocuğu ekonomik anlamda hızla değerlendirme de aynı etkinin bir sonucudur.

"Endüstrileşme hızı arttıkça kırsal kesim ve şehir işletmelerini belirleyen özellikler ortaya çıkmıştır. Yer seçiminin maliyetler üzerindeki etkisinin, üründen ürüne değiştiği anlaşılmış, hızla değişen pazar koşullarına ayak uydurmak isteyen işletmelerin şehire yakın olması gerektiği ortaya çıkmıştır. Büyük miktarda üretim yapan firmalar ise tasarruf amacı ile kırsal kesime yerleşmeyi tercih ediyorlardı."⁶²

"Günümüzde, az gelişmiş ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin orijinali, endüstri döneminin başında Avrupa'da yaşanmıştır. Yeni bir ürün ya da teknoloji önce şehirde veya şehire yakın bölgelerde doğuyor, benimseniyor ve hayat seyrinin son dönemlerinde rutin ve ucuz hale gelince, kırsal kesim üretim birimlerince üretilmeye başlıyordu.

Zaman içinde, şehirde üretilen kaliteli malların talep ve pazarı şekillendi. Yığın üretimi yapılan malların da, daha ziyade sabit gelirli işçi kesimi tarafından tüketildiği kesinlik kazandı. Fakat bu durum oldukça kısa sürmüştür. Gelir dağılımının şekli değişince, kalkınma süreci başlamıştır. Birbirine bağlı olarak yığın üretim yapan firmaların gücü ve satışları arttıkça, toplumlarda genel gelir seviyesi de yükselmeye başladı. Böylece, önceleri lüks olan mallar, standart hale geldi ve bu süreç giderek hızlandı."⁶³

"O dönemde yenilikler peşpeşe geliyor, pazarları tüketime teşvik ediyor, bu da başka yeniliklere yol açıyordu. Ancak çoğu yeniliklerin merkezi olan şehir üretim birimleri, aslında değişen koşullara uyacak esnekliğe sahip değillerdi. Üreticilerin oluşturduğu güçlü birlikler, hızlı değişimin karşısına dikiliyordu. Şehir firmaları, vasıflı işçilik, hüner ve tecrübe yoğun olarak çalışıyordu. Ancak bu hüner ve tecrübeler belirli bir işkolunda yoğunlaştığından, büyük bir yenilik yapma kapasitesinden yoksundu. Bir işkolu, kaliteli üretimi ile isim yapmaya başladıkça, yenilik deneme girişimlerine daha çekingen yaklaşmaya

⁶¹BERG, a.g.k. S:161

⁶²BOWDEN, KARPOWICH & USHER a.g.k. S:130

⁶³BERG, a.g.k. S:164

başlar. Bu sebeple, örgütlü şehir işletmeleri gelenekçi, yeniliğe kapalı bir tavır takındılar. Birçok işkolunda, eski ve tutucu üretim, dağıtım, fiyatlama ve tanıtım faaliyetleri hırslı pazarlamacıların hücumuna uğradı. Ortaya çıkan sürtüşme, onyıllar süren mücadeleden sonra, yenilikçilerin zaferi ile sonuçlandı. Talep tarafının da zorlaması ile, birçok toptancı ve perakendeci yenilik yaratan ve özellikle markalı olan malları kabul etmeye başladılar. Yeni üreticiler, dağıtım kanallarında monopol yaratan eski üreticileri kenara ittiler. 1900 lerin başında, alüminyum kap-kacak satışı yapan satıcı orduları kapı kapı gezmeye başladı. Bankalar tüketici kredisi vermeyi reddettiğinde, otomobil satıcıları kendi kredi örgütlerini kurdular. Kapitalist işadamların önüne dikilen ve büyümesine engel olan hiçbir şeye tolerans gösterilmedi."⁶⁴ Uzun dönemde Avrupa çapında kalkınma gerçekleştikçe, şehirler, çevrelerini kontrol etme güçlerini ve stratejik üstünlüklerini yavaş yavaş kaybettiler.

"Şehirli tacirlerin girişimcilik ve dağıtım fonksiyonları üzerindeki etkilerinin sürmesine rağmen, şehirlerin oynadığı bölgesel tekel rolleri ortadan kalktı. Böylece, bölgesel üreticiler de büyük pazarlara girme imkanı kavuştu."⁶⁵

Endüstrileşme dönemi boyunca, Avrupa endüstrileri birçok ekonomik dalgalanmalar yaşadılar. Büyüyen tüketici tabanı, teknolojik yenilikler, finansman ve organizasyon yenilikleri ile ihracat, büyük fırsatlar yaratırken diğer yandan da şiddetli rekabet tehlikesini beraberinde getirdi. Ekonomide doygunluk-resesyon-iyileşme çevrimleri başladı. Herşeye rağmen, endüstrileşme hareketi, gerek şehirlerde gerekse kırsal kesimde, Avrupa'nın hayat seviyesini hızla yükseltti. Sermaye birikimini, işgücü organizasyonunu ve istihdamı doruk noktasına çıkardı.

Yüksek kapitalizm dönemi, batı pazarlamasının kişiliğine kavuştuğu ve son derece aktif olduğu bir dönemdir. Durgun taleplerin bulunarak uyarılmasının yanısıra, çok miktarda yeni talebin yaratılması da bu dönemde gerçekleşmiştir. Pazarlama faaliyetleri, önceleri gelişmek için yararlandığı büyük toplum dinamizmi ve insanların elindeki ile yetinmeyen hırslı yapılarını, daha sonra bilinçli olarak körüklemiştir.

⁶⁴FULLERTON a.g.m. S:82

⁶⁵BERG a.g.k. S:165

Böylece yaratılan yeni ve tüketici toplum düzeni, batı dünyasının değişmez kültürel yapıtaşı haline gelmiştir.

1.3.1.3.4. 20. Yüzyıl kapitalizmi ve pazarlamanın bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıkması:

1929 ekonomik bunalımı ile birlikte yüksek kapitalizm dönemi sona ermiştir. Savaşlardan yorgun düşmüş toplumların isteksizliği, yeni yasal düzenlemeler ve kapitalistlerin kendilerine olan güvenlerini kaybetmeleri de biraraya gelince 1950 lere kadar girişimcilik ruhunun oldukça zayıf kaldığını görürüz. "Ancak bu dönem, pazarlama açısından son derece verimli geçmiştir. 1930 ve 40 larda, iş dünyasına canlılık getirecek önlemlerin arayışı öylesine yoğunlaşmıştır ki, pazarlama araştırmaları ve yönetim tekniklerinde çok büyük ilerlemeler kaydedilmesine sebep olmuştur. Tüketicileri ve ihtiyaçlarını anlayabilmek için ileri araştırma ve inceleme teknikleri geliştirilmiştir."⁶⁶

"Pazarlama (Marketing) sözcüğünün ilk kez kullanılması da 20. yüzyılın başlarında gerçekleşmiştir. Bu sözcük, daha önce varolan ve insanlar tarafından kullanılan birçok kavramın, artan ihtiyaçlar doğrultusunda organize edilerek, tek bir çatı altında toplanmasını ifade etmektedir. Pazarlama çatısı altında toplanan kavramlar, 1906-1930 arasında; reklamcılık, kredi, satıcılık ve satış yönetimi, pazarlama araştırması, toptancılık ve perakendeciliktir."⁶⁷

"Böylece kavramlaşan ve bir inceleme alanı haline gelen pazarlama, önceleri bir iş faaliyeti olarak, akademisyenlerce fazla önemsenmemiş fakat zaman içinde bir sosyal kurum olarak, akademik dünyadaki yerini almış ve kurumlaşmıştır."⁶⁸

Pazarlamanın kavramlaşması ve kurumlaşması, kuzey Amerika'da gerçekleşmiştir. Bu konuya eğilerek, fikir üretmeye başlayan ve fikirlerini gerek ders, gerekse yayın olarak ortaya koyan ilk araştırmacılar, E.D.Jones, G.M.Fisk ve J.E.Hagerty'dir. Bu yüzden, Amerikan literatüründe, pazarlama faaliyetlerinin Amerikan icadı olduğu konusunda yaygın bir inanç bulunmaktadır. Savitt bu konudaki görüşlerini şöyle dile getirmektedir; "Modern batı pazarlaması, bizim mevcut Amerikan literatüründe yer alan

⁶⁶HOLLANDER, Stanley "Anti-salesman Ordinances of the Mid-Nineteenth Century" (S.A. GREYSER "Toward Scientific Marketing") American Marketing Assc. Chicago 1964 S:347

⁶⁷Bkz. BARTELS a.g.k. S:3-8

⁶⁸Bkz. BARTELS, a.g.k. S:5-6

tanımlamanın çok ötesinde, sosyal, kültürel ve ekonomik çevreyi şekillendiren, büyük bir güçtür. Pazarlama, tüketim odaklı ve ticari hale getirilmiş toplumların yaratılmasında, çok önemli tarihi bir rol oynamıştır. Bu inkar edilemez."⁶⁹

Pazarlamanın bilimsel bir inceleme alanı olarak kurumlaşmasından sonra, bu alanda çalışanlar, kapitalizmin ve bütünüleyicisi pazarlamanın erdemlerini yeniden topluma kabul ettirmek için harekete geçtiler. Bu tanıtıcı çabalar, halkla ilişkiler sektöründe yaşanan gelişmelerle birleşti ve sonunda girişimcilik ruhu, yeniden toplum tarafından güvenilir hale geldi. 1950 lerde gerçekleşen bu gelişmelerden sonra, girişimcilerin gözünde, "pazarlama kavramı"nın önemi giderek artmış ve bu alanda yapılan çalışmaların, getirilen katkıların miktarı, günümüze kadar giderek büyümüştür.

Batı kapitalizmi ve pazarlaması, doğal akışma bırakıldığında, kültürel ve toplumsal birtakım gelişme farklılıklarına rağmen, genel anlamda aynı etkileri yaratmakta ve aynı sonuçları vermektedir. Bunun gözlemi, batı Avrupa, kuzey Amerika, Kanada, Japonya ve diğer bazı Asya ülkelerine bakılarak yapılabilir. Bu ülkeler aynı zamanda "batı medeniyetinin dünya safhasını" gündeme getiren zemini hazırlamışlardır. Yani, batı kapitalizminin, ekonomik dünyadaki en büyük güç olduğunu ve gelişmek isteyen ülkelerin, ortaya konulan modelin dışına çıkamayacaklarını kabul ettirmişlerdir. "Bugün algıladığımız biçimi ile, kapitalizmin bir süre sonra tükeneyeceği ya da şekil değiştireceği ile ilgili pek çok tez olsa da,"⁷⁰ batı kapitalizmi günümüzün en geçerli ekonomik doktrini olarak varlığını devam ettirmektedir.

⁶⁹SAVITT, Ronald, "Time, space and competition: Formulations for the development of marketing strategy" *Managerial and Decision Economics* 1986 No:7 S:11-18.

⁷⁰ Bu konuda belli başlı üç temel görüş vardır; FULLERTON a.g.m. S:84

1) Kendi kendini yok etme tezi: Marx ve Engels tarafından ortaya atılmış olup, batı kapitalizminin getirdiği toplumsal çürüme ve dejenerasyon, nasıl kapitalizm öncesi dönemi yok ettiyse, zaman içinde yaşadığımız dönemi de yok edecektir fikrini savunur. 2) Tükenme tezi: Sombart tarafından ortaya atılmış ve Heilbroner tarafından geliştirilmiştir. Kapitalizmin tarih içinde çeşitli evrelerden geçtiğini ve tikanıklık dönemlerinde şekil değiştirdiğini savunur. Buna göre, batı kapitalizmi ve kurumları, maddesel çevre daha fazla kaynak sağlayamaz duruma düştüğünde şekil değiştirecektir. Bu bir entropi tezidir. 3) Hirschman'ın zincirlenmiş feodalite tezi: Hirschman'a göre, orta sınıf kapitalizminin yaygınlaşması, bir önceki dönemde güç sahibi olan feodal idealleri ve değerleri yok edememiştir. Bunlar, tıpkı külün altında ısısını koruyan közler gibi beklemektedirler ve orta sınıf kapitalizminin zayıf düştüğü bir anda büyük bir güçle ortaya çıkacaklardır.

1.4. Avrupa'da sermayenin birleşme hareketleri

Pazarlama (Marketing) sözcüğü gibi, yeni kavramlaşmış, daha önce günlük konuşma dilinde yer almayan bir diğer sözcük de ekonomik bütünleşme ya da birleşme (Economic integration) dir⁷¹. "Ekonomik bütünleşmenin olumsuz halini ifade eden ekonomik çözülme (Economic disintegration), 1930 lu yılların sonunda, Avrupa ve Dünya ekonomisinin durumunu açıklayabilmek amacı ile icat edilmiştir. Ekonomik bütünleşme kavramı ise 1947 de ortaya çıkmıştır."⁷² Oysa, Avrupa'yı ekonomik olarak birleştirme fikri, çok daha eski bir tarihi geçmişe sahiptir. Özellikle ekonomisi güçlü hale gelen devletlerin sermayedarları, ekonomik teorisyenleri ve askeri stratejistleri, zaman zaman bütünleşme için çaba harcamışlar, kısmen de olsa bazen başarılı olmuşlardır. Avrupa'da organize ve sürekli bir birleşme hareketinin öncülüğünü Hansa birlikleri yapmıştır. "Hansa, eski Almanca'da grup-küme anlamına gelen bir kelime olup, ilk kez, İngiliz yünü ithal eden bir grup Flaman tacir tarafından kullanılmıştır (1100). Bu tacir grubu, her kentte bir lonca oluşturarak, çeşitli kutlamalar yapmayı ve karşılıklı yardımlaşmayı öngörüyordu. Sonraları 17 kenti kapsayan daha büyük bir Hansa 1230 yılında kuruldu. Aynı dönemde Almanların kurduğu Hansa ise o zamanların en büyük ve sürekli organizasyonu haline gelmiştir. Diğer Avrupa kentlerinin ölüm kalım kavgası verdiği bir dönemde, Alman'lar bu birlik sayesinde, kuzey denizinin bütün ticaretini ellerine geçirmişlerdir. Ancak bu birlikler, ticaretteki büyük başarılarına rağmen, sermaye birikimi konusundaki yetersizlikleri yüzünden zayıflamışlardır."⁷³

Avrupa ülkeleri, aristokratik dönem boyunca, içlerine kapalı, korumacı ve milliyetçi bir tutum içinde kaldılar. Feodal düzenin doğal bir sonucu olarak, irili ufaklı yüzlerce yönetim bölgesine ayrılan Avrupa, her sınır kapısında alman gümrükler ve her bölgenin değişik vergi politikaları nedeni ile tüccarlar için hiç de cazip bir çalışma alanı olamıyordu. "Ticaretin getirdiği ekonomik faydaları görüp, faydalanma yoluna giden bazı soylular da çıkmıyor değildi, mesela Liechtenstein ve Monaco gibi bölgelerin 11-12. YY da

⁷¹Bazı ülkelerin, kendi refah ve hayat seviyelerini yükseltmek amacı ile bir araya gelerek, mal, hizmet, sermaye ve insan hareketlerinin serbest dolaşımını temin etmeleri ve anlaşarak topluluklar meydana getirmelerine ekonomik bütünleşme diyoruz.

Bu konuda bkz. OĞUZ, Orhan "Ortak pazar" E.İ.T.İ.A. yayını No:37 1966 S:5

⁷²POLLARD, Sidney a.g.k. S:11

⁷³SEDILLAT a.g.k. S:193-194

yaşayan soyluları, vergisiz ve güvenliği sağlanmış panayır alanları tahsis ederek, tüm Avrupa'lı tüccarları kendi bölgelerine çekiyorlardı."⁷⁴ Ama yine de genel bir serbestlikten söz etmek mümkün değildir.

Sermaye birikimi ve Avrupa'lı sermayedarın gücü arttıkça daha büyük pazarlara girme arzusu da artıyordu. Bu arzu, yönetim kademesinde bulunan insanların çıkarları ile bağdaştığı anda da, serbestlik ve yayılmacılık politikaları ortaya çıkıyordu.

Her bir Avrupa ülkesinin, sadece kendi kentleri arasındaki ekonomik bütünleşmeyi sağlaması yüzyıllar sürmüştür. Devlet kimliklerini kazanan bu ülkeler arasındaki milliyetçilik çekişmeleri, özellikle sömürgecilik döneminde alevlenen çıkar çatışmaları bugün dahi devam etmektedir. Buna rağmen, ticaret ve sermayenin ihtiyaç duyduğu yayılma ve bütünleşme hareketleri her zaman varolmuştur. Sömürgecilikten ekonomik refah yaratan Hollanda, İngiltere, Fransa gibi ülkelerin, serbest ticaret için bütün Avrupa'ya baskı yapmaları buna güzel bir örnektir. Aslında bu devletlerin yöneticileri 15-18. yüzyıllar arasında, kendi sermayedarlarını oldukça sıkı kontrol altında tutmaya çalışmışlar ve bu politikalarını merkantilizm, korporasyon akımları ya da mukayeseli üstünlükler gibi kalıplar biçiminde ortaya çıkarmışlardır. 19. yüzyıldaki gelişmeler sonucunda genç ekonomilerin korumacılık altında gelişmesi, gelişmiş ekonomilerin ise serbest ticarete yönelmesi fikri geçerlilik kazanmaya başlamıştır. Bu görüşün en büyük savunucularından olan Friedrich List (1789-1846) aynı zamanda 38 gümrük sınırı ile ayrılmış olan Almanya'nın tek bir pazar haline gelmesi için de büyük çaba harcamıştır. Sonuçta Avrupa'nın ortasında, Baltık denizinden Alp'lere kadar uzanan bir serbest pazar doğmuştur. Buna rağmen, o zamanlar, Almanya da dahil olmak üzere bütün Avrupa ülkeleri, dönemin en güçlü ekonomisi olan İngiltere'ye karşı korumacılık politikası uyguluyorlardı. Aynı dönemde, halen gümrük duvarları ile korunan fakat ekonomisi hızla gelişmekte olan Amerika'da uluslararası rekabete katılmak üzere gün sayıyordu.

1860 yılında Fransa'nın korumacılıktan vazgeçerek, İngiltere ile serbest ticaret antlaşması imzalaması ile diğer Avrupa ülkeleri de birer birer aynı yönde ilerlemeye başladılar. O günlerde esen liberalizm

⁷⁴SEDILLAT,a.g.k. :S:166

rüzgarından etkilenen Victor Hugo şöyle demiştir: "Gün gelecek Amerika ile Avrupa birleşik devletleri, denizin ötesinden birbirlerine el uzatacaklar. Mallarını ve endstüriyel tecrübelerini değiş tokuş edecekler. Dünyayı çok daha güzel bir yer haline getirecekler."⁷⁵ Böylece gelişmeye başlayan ekonomik yumuşama ortamında, büyük depresyona yol açacak olan tohumlar da filizlenmiştir.

Avrupa ülkeleri, 1870 yılından sonra, şehirleşme, ulaşım ve üretim birimlerine büyük yatırım yaptılar. 20 yıl kadar süren bu yatırım dönemi bütün birikimleri tüketti, ardından gelen büyük savaşla birlikte kaçınılmaz bir ekonomik çöküşü, 20 yıl süren ve bütün batı dünyasını etkileyen büyük depresyon takip etti. "Burada iki etken özellikle önemlidir. Birincisi, kitle üretim yapan şirketlerin, üretimlerini arttırmalarına, maliyetlerini ve dolayısı ile fiyatlarını düşürmelerine rağmen pazarlarını kaybetmeleri, ikincisi ise, kuzey Amerika ve Hindistan'dan gelen tahıl ithalatıdır. Bu durum taşımacılıkta görülen hızlı değişimin bir neticesidir. Bu etkenler Avrupa ekonomisini derinden etkilemiştir. Böylece, teknolojik açıdan daha az gelişmiş olan Akdeniz ülkeleri ve Rusya, Avrupa'nın gıda maddelerini sağlamadaki geleneksel rollerini kaybetme tehlikesi ile karşılaştılar. Bunu önlemek için fiyatlarını düşürünce de sürekli bir fakirlik çevrimine girdiler. Gelişmiş ülkeler tarım sektörlerini kaybettiler. Ekonomik denge özellikle Amerika lehine bozuldu ve bu ülke çok büyük bir ticaret fazlası elde etti. "⁷⁶

Bu durum korumacılık yanlısı grupların işine yaradı. Bazı ülkeler koruma duvarlarını yükseltmek zorunda kaldılar. Buna rağmen, Avrupa ülkeleri arasındaki ekonomik ve teknolojik işbirliği gelişti. Mal ve hizmetlerin değişimi rafine hale geldi. Mukayeseli üstünlükler yerine "uzmanlaşma" türü ticaret gelişti. Artık şarap üreten ülkeler şarap satıp yerine kumaş almıyor, herkes kendi kumaşını üretiyor ama değişik cinslerinin ticaretini yapıyordu. Demiryolu ağının Avrupa'yı sarması ile, sınır geçişlerinin kolaylaştırılması gerekti. Elektrik, telekomünikasyon, sigortacılık, bankacılık ve sermaye şirketleri yaygın hale geldikçe, ülkeler arasındaki standartlaşma ve ortak normlar yaratma çabaları da hızlandı. Taşımacılık, haberleşme, işgücü ve sağlık alanlarında birçok anlaşmalar imzalandı. Ayrıca Avrupa ülkeleri arasında, bir nevi centilmenlik anlaşması sayılabilecek uyum ortamı da doğdu. Bu ortam,

⁷⁵BERG, a.g.k. S:93

⁷⁶BERG, a.g.k. S:201

ekonomik ve teknolojik gelişmenin herkes tarafından benimsenmesinin bir sonucudur. Uluslararası bağımlılığın ve medenileşme hareketinin önemi ortaya çıkmıştır. Olimpiyatların da 1896 yılında uluslararası boyut kazanması, kesinlikle bir rastlantı değildir.

1.4.1. Avrupa Topluluğunun tarihçesi

Avrupa devletlerini çeşitli alanlarda birleştirme fikri, ortaçağdan beri birçok düşünür ve devlet adamı tarafından gündeme getirilmiştir. "Mesela William Penn 1693 yılında yazdığı <Avrupa'nın şimdiki ve gelecekteki barışı üzerine deneme> adlı eserinde, bir Avrupa parlamentosu kurulmasını önermiştir."⁷⁷ Avrupa ülkeleri arasında sık sık çıkan çatışmalar, devrin en önemli sorunlarından bir tanesi olduğu için, birleşme konusundaki öneriler de, daha ziyade barış kökenli olmuştur. Bentham, Duc de Sully ve Crucé eserlerinde hep askeri boyutlu plan ve düşüncelerden hareket ederek, birleşik Avrupa'da barış temasını işlemişlerdir. "Victor Hugo ise, Avrupa birleşik devletleri fikrini ortaya atarak, ilk kez kapsamlı bir bütünleşmeden bahseden kişidir."⁷⁸

Birleşme konusunda birçok spekülasyon yapılmıştır. Ancak bu konuda sistemli ve rasyonel faaliyetlerin başlaması 2. Dünya savaşıdan sonra gerçekleşmiştir. Avrupa'nın savaştan sonra ekonomik bir çöküntü içine girmesi ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan sosyal karışıklıklar, ulusal özgürlükleri tehdit eder hale gelmiştir. Özellikle Rusya'nın, savaştan sonra izlediği yayılcı politika, batı Avrupa devletlerini çok rahatsız etmiş ve bir çözüm arayışına itmiştir. "Diğer taraftan, toplumlar arasında derin farklılıklar gösteren durumların düzeltilmesi, uluslararası politikanın belli başlı amaçlarından bir tanesi haline gelmiş ve bu konuda çeşitli örgütlenmelere gidilmiştir."⁷⁹

Savaş sonrasında, barış amaçlı birleşme fikirlerinin, giderek ekonomik amaca yöneldiği gözlenmektedir. Avrupa'nın kendi içinde bir bütünleşme sağlaması fikri, özellikle W. Churchill'in Zürih üniversitesinde yaptığı ünlü konuşmasından sonra güncellik kazanmıştır. "19 Eylül 1946 tarihinde yaptığı

⁷⁷PAÇACI, İrfan "AT'nin doğuşu ve tarihsel gelişimi" Türk idare dergisi Sayı:381 Aralık 1988 S:257

⁷⁸GÜNÜĞÜR, Haluk "Avrupa bütünleşmesine genel bakış" TOBB,AT ve Türkiye AT ilişkileri semineri, Ocak 1988 S:15

⁷⁹PİRİNÇÇİOĞLU N.- DÖLEN, M. "AET ve Türkiye'nin ekonomik-sınai yapılarına ve tarımsal destekleme fiyatlarına yönelik karşılaştırma çalışmaları" MPM yayınları No:331 1985 S:9

bu konuşmasında Churchill, bir Avrupa konseyi kurulmasının, Avrupa birleşik devletlerini yaratma amacına yönelik ilk adım olacağını belirtmiştir."⁸⁰ Bu konuşmanın ardından, Avrupa çapında faaliyet göstermek üzere kurulan birçok örgüt, bütünleşme fikrini bireylere benimsetmek amacı ile harekete geçmişlerdir.

Giderek gelişen ve yayılan bütünleşme fikri, ilk meyvesini 1949 yılında 10 ülkenin katılımı ile kurulan Avrupa konseyi ile vermiştir. İlk ekonomik bütünleşme hareketi ise 1951 yılında kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Birliğidir (ECSC). Bu birliğin kurulmasında, Fransız devlet adamı Jean Monnet, Alman şansölyesi Konrad Adenauer ve İtalyan başbakanı Alcide de Gasperi'nin önemli katkıları olmuştur. Kuruluş ayrıca, Avrupa'nın ilk "uluslarüstü"⁸¹ örgütü olma özelliğine de sahiptir. Kömür ve Çelik Birliğinin amaçları arasında, geniş bir pazar içinde serbest rekabeti hakim kılarak, endüstriyel verimliliği artırmak ve bu yolla toplumun hayat seviyesini yükseltmek vardır. Birlik bu amaca uygun, başarılı çalışmalar yapmıştır.

Aslında Kömür ve Çelik birliğinden önce Avrupa ekonomik İşbirliği Örgütü (OEEC) adında bir bütünleşme çalışması yapılmıştır. Ancak bu örgüt daha ziyade Marshall yardımını kullanma amacı taşımaktadır ve mecburen kurulmuştur. Yine de kendisinden sonra kurulan örgütler için iyi bir zemin oluşturmuştur. "Daha sonra yeni üyelerin katılımı ile bir bünye değişikliği geçiren OEEC, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma örgütü (OECD) haline geldi. Böylece Avrupa'lı olma karakteri biraz kaybolmuş oldu."⁸²

Kömür ve Çelik Birliğinin başarıya ulaşması üzerine, Avrupa'yı bütünleştirme çabaları yoğunluk kazanmıştır. Ancak, bütünleşmeyi askeri alana da kaydırmayı amaçlayan bir çalışma taslağının başarısız olması ümit kırıcı bir etki yapmıştır. "Fransa'nın, ulusal egemenliğini ve ülke çıkarlarını tehlikede

⁸⁰PAÇACI a.g.m. S:265

⁸¹Bu konuda Bkz. AVCIOĞLU, Müjde "AT hukukunun uluslarüstü (Supranational) özellikleri." Maliye ve Gümrük Bakanlığı APK yayını No:303 Ankara 1988 S:37

Sözkonusu antlaşma ile yeni bir hukuk düzeni yaratılmıştır. Bu şekilde ortaya çıkan yapı yeni bir milletlerarası hukuk düzeni olup, devletlerin hukuk düzeni üzerinde etki yapmaktadır.

⁸²OĞUZ a.g.k. S:18

görerek, bu tür çalışmalara katılmayı reddetmesi üzerine, bütünleşme çalışmaları aksamıştır."⁸³ Böylece, Avrupa birleşik devletlerini yaratabilecek gücün sadece ve sadece ekonomik bir bütünleşme olacağı da ortaya çıkmıştır. Bu konuda araştırma yapmak üzere, F.Almanya, Fransa, İtalya, Belçika, Lüksemburg ve Hollanda'dan oluşan altı ülkelik bir grubun ortak kararı ile Belçika'lı devlet adamı Paul Henri Spaak seçilmiştir.

Spaak'ın çalışmaları sonucu, iki yeni kuruluş teklifi ortaya çıkmış ve günümüzdeki Ortak pazarın iskeleti meydana gelmiştir. Brüksel'de iki yıl tartışıldıktan sonra kurulması uygun görülen sözkonusu iki örgüt, Avrupa Ekonomik Topluluğu (EEC) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (EURATOM) dur. 25 Mart 1957 de Roma'da imzalanan kuruluş antlaşması, Roma antlaşması olarak bilinir. Daha sonra kurucu ülkelerin parlamentolarında tartışılan ve kabul edilen antlaşma, 1 Ocak 1958 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Varlığını hala sürdüren Avrupa Kömür ve Çelik Birliği ile birlikte AET ve EURATOM'dan oluşan üçlü gruba, Avrupa Toplulukları (AT) adı verilmiştir.

1.4.1.1. Avrupa Topluluklarının örgütü ve amaçları

"Avrupa Topluluğu bağımsız bir devletin şartlarını taşımasa da, Anayasası sayılabilecek bir antlaşmaya sahip olan, Komisyon ve bakanlar Konseyi yasama organları aracılığıyla tüzük ve yönerge çıkartabilen (AET antlaşması madde: 100-189), tavsiyelerde bulunabilen ve karar alabilen, AT Adalet Divanında bağımsız (otonom) yargı işlemini yürüten kendine özgü (Sui generis) bir kuruluştur."⁸⁴

"Roma antlaşması ile ortaya çıkan topluluğun, antlaşmada da belirtildiği üzere, belli başlı dört yönetim organı vardır; "⁸⁵

1.4.1.1.1. Avrupa parlamentosu (Madde 137-144)

-Toplulukta biraraya gelen devletlerin, halk temsilcilerinden oluşan Avrupa parlamentosu, işbu antlaşma ile kendisine verilmiş olan oylama ve kontrol yetkilerini kullanır.

⁸³LIANDER, Bertil "Marketing development in the EEC" Mc Graw-Hill Co. NY 1964 S:17

⁸⁴CANSEL, Erol "Türk Hukukunun AT Hukukuna Uyumu" Amme idaresi dergisi Haziran 1992 Cilt: 25 Sayı:2 S:49

⁸⁵GÜNUĞUR, Haluk "Avrupa ekonomik topluluğunu kuran antlaşma (Roma Antlaşması)" Barışcan yayıncılık Ankara 1988 S:127-135

*Belli bir zamana kadar, belli bir işe mahsus.

-Seçimlerin bütün üye devletlerde tek düzen prosedüre göre, doğrudan doğruya genel seçim şeklinde yapılmasını sağlayacak projeleri hazırlar.

- Kendi üyeleri arasından başkan ve başkanlık divanını seçer.

- İç tüzüğünü üyelerinin çoğunluğu ile yapar.

1.4.1.1.2. Konsev (Madde 145-154)

-Üye devletlerin, genel ekonomik politikalarının koordinasyonunu sağlar.

-Karar yetkisine sahiptir.

-Kabul ettiği kararlar ile, koyduğu kuralların uygulama yetkilerini komisyona verir.

-Üye devletlerin temsilcilerinden oluşur. Başkanlık sıra ile altı ayda bir devrolur.

-Konsey, ortak amaçların gerçekleştirilmesi için yararlı gördüğü tüm araştırmaları yapmasını ve tüm uygun önerileri kendisine sunmasını, komisyondan isteyebilir.

1.4.1.1.3. Komisyon (Madde 155-163)

-İşbu antlaşmanın hükümleri ile, yine bu antlaşmaya dayanarak, organlar tarafından yapılan düzenlemelerin uygulamasını gözetir.

-Antlaşmada açıkça gösterilmiş veya kendisi gerekli görmüşse, işbu antlaşmada belirtilen konular üzerinde tavsiye ve görüşlerini bildirir.

-Kendisine özgü bir karar verme yetkisine sahiptir ve işbu antlaşmada öngörülen koşullarla, Konseyin ve Avrupa parlamentosunun kararlarının hazırlanmasına katılır.

-Konsey tarafından konulan kuralların uygulanması için konseyin kendisine verdiği yetkileri kullanır.

-Komisyon, her yıl Avrupa parlamentosunun yasama döneminin açılmasından en az bir ay önce, Topluluğun genel faaliyet raporunu yayınlar.

-yalnızca üye devletler vatandaşı olan 17 üye, Topluluğun genel menfaati çerçevesinde, görevlerini tam bağımsız olarak yerine getirirler.

-Konsey ve komisyon karşılıklı danışmalarda bulunur ve işbirliği yöntemlerini bir ortak anlaşmayla düzenler.

1.4.1.1.4. Adalet divanı (Madde 164-188)

-Adalet divanı işbu antlaşmanın yorumlanmasında ve uygulanmasında hukuka saygıyı sağlar.

-Üye devletlerin herbiri, diğer bir üye devletin işbu anlaşma gereğince kendisine düşen yükümlülüklerden birini yerine getirmediği kanısına varırsa, Adalet divanına başvurabilir.

-Adalet divanı, bir üye devletin, işbu anlaşma gereğince kendisine düşen yükümlülüklerden birini yerine getirmediğine karar verirse, o devlet, Adalet divanı yargısının yerine getirilmesini gerektiren önlemleri almak zorundadır.

-İşbu anlaşma hükümleri gereğince, konsey tarafından konulan tüzükler, Adalet divanına, bu tüzüklerde yer alan zorlama önlemleriyle ilgili geniş yargı yetkisi verebilir.

-Konsey ya da komisyonun devletlerden başka kişilere parasal yükümlülük getiren kararları yaptırım ilamı niteliğindedir ve adalet divanı kararları bu koşullarda zorla yaptırım gücüne sahiptir.

"Kuruluş amaçları, işleyişi ve organları ile AT normal, modern bir devlet yönetimi görüntüsü vermektedir. Oysa, gerçekte AT ne bir devlet, ne bir federasyon, ne de bir konfederasyondur. AT, belli bir amacı gerçekleştirme görevini üstlenmiş, tamamen uluslararası hukuk alanına ait, ad hoc* bir kurumdur. Bu hali ile uluslararası tüzel kişiliği ve diğer ulus ve kuruluşlara karşı gerçek sorumluluğu vardır."⁸⁶

Topluluğun ulaşmayı planladığı amaçlar da, Roma antlaşmasında açıkça belirtilmektedir. Amaçlar ikinci maddede yer almış olup, şöyle düzenlenmişlerdir: "Topluluğun görevi, bir ortak pazarın kurulması ve üye devletlerin ekonomik politikalarının giderek birbirine yaklaştırılması ile topluluğun tümünde, ekonomik çabaların olumlu gelişmesini, bir araya getirdiği devletler arasındaki sıkı ilişkilerin ve yaşam düzeylerinin dengeli ve devamlı olarak genişlemesini ve sağlamlığının artırılmasını gerçekleştirmektir."⁸⁷

Üçüncü madde ise, amaçları gerçekleştirmek için belirlenen stratejik yolu göstermektedir; "Önceki maddede gösterilen amaçlara ulaşmak üzere, işbu antlaşmada öngörülen koşullar içinde, sıra ve sürelerle göre topluluğun girişimi;

⁸⁶RIJ, Jan Van "Türkiye'nin AET'ne tam üyeliği" 6.AISEC haftası Ankara 1987 S:62

⁸⁷GÜNUĞUR a.g.k. (Roma ant.) S:7

- a) Üye devletler arasında malların giriş ve çıkışlarındaki gümrük vergileri ve miktar kısıtlamaları ile öteki tüm önlemlerin kaldırılması.
- b) Üçüncü devletlere karşı bir ortak gümrük tarifesinin ve bir ortak ticaret politikasının konulmasını.
- c) Üye devletler arasında kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin özgür dolaşımını sınırlayan engellerin kaldırılmasını.
- d) Tarım alanında ortak bir politikanın yapılmasını.
- e) Ulaştırma alanında ortak bir politikanın yapılmasını.
- f) Ortak pazarda rekabetin bozulmamasını sağlayacak bir rejimin getirilmesini.
- g) Üye devletlerin ekonomik politikalarını düzenlemeye ve onların ödemeler dengesindeki uyumsuzlukları gidermeye yardımcı olan yöntemleri uygulamayı.
- h) Ortak pazarın işleyişinin gerektirdiği ölçüde, ulusal mevzuatların yaklaştırılmasını.
- ı) İşçilerin çalışma imkanlarını geliştirmek ve yaşam düzeylerinin yükselmesine yardımcı olmak amacı ile, bir Avrupa sosyal fonunun kurulmasını.
- j) Alışverişleri arttırmak, ekonomik ve sosyal kalkınma çalışmalarını birlikte yapmak için, denizaşırı yurt ve ülkeleri ortak etmeyi kapsar."⁸⁸

Avrupa ülkeleri, yüzlerce yıl boyunca varlıklarını sürdürmelerini sağlayan feodal sistemin, bugün zararını görmekte dirler. Bölgesel-bağımsız yönetim biçimi, Avrupa insanlarına; kişisel sorumluluk, bağımsız ve rasyonel düşünce, son derece ince detaylara inen bir kültür ve medeniyet zenginliği gibi nitelikler sağlamıştır. Bunu, büyük bir çeşitlilik içinde, Avrupa'nın her yanında görmek mümkündür. Ancak, orta sınıf kapitalizmine ve ferdi girişimciliğe, tarihte eşi görülmemiş bir ortam hazırlayan bu nitelikler, sonuçta yarattıkları zenginliği paylaşma kavgası veren fertler, kuruluşlar ve hatta devletler ortaya çıkartmıştır. Bitmek bilmeyen çıkar çatışmaları ve savaşlar Avrupa'da oluşan kültürün ve tarihin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu durum, batı medeniyetini yaratan Avrupa'yı, rakiplerinden geride bırakmıştır.

⁸⁸GÜNÜĞÜR a.g.k. S:8

İşte yukarıda sıralanan amaç ve stratejiler, bu bölünmüşlüğün zararlarını telafi edebilmek için atılmış ilk adımlardır.

Avrupa kıtasında yaşayan birçok insan, bugün bile kültürel ve ekonomik birleşmenin, özbenliklerine zarar vereceğini, kendilerinden birçok değerler alıp götüreceğini düşünmektedir. Toplumlara büyük güçlüklerle kabul ettirilen bütünleşme fikri, daha ziyade büyük sermaye sahipleri ve devlet yöneticileri tarafından desteklenmektedir.

Avrupa birliğinin gelişimindeki kilometre taşlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- 1946 Churchill'in birleşik Avrupa çağrısı.
- 1951 Batı Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda, Lüksemburg ve İtalya tarafından, Avrupa Kömür ve Çelik Birliğinin kurulması.
- 1957 Roma antlaşması ile, Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluklarının kurulması.
- 1962 Genel tarım politikasının onaylanması.
- 1966 De Gaulle'ün veto hakkını topluluğa kabul ettirmesi.
- 1967 Euratom, ECSC ve EEC'nin birleşme antlaşması ile Avrupa toplulukları adı altında tek bir komisyon haline gelmesi.
- 1968 Avrupa'nın gümrük antlaşması ile, bütün dünyaya karşı tek ve birleşik bir gümrük tarifesini yürürlüğe koyması.
- 1973 İngiltere, İrlanda ve Danimarka'nın topluluğa katılması.
- 1979 Avrupa para sisteminin, bir değişim oranı mekanizması ve Avrupa para birimi (ECU) ile kurulması.
- 1981 Yunanistan'ın topluluğa katılması.
- 1985 Jacques Delors'un komisyon başkanlığına seçilmesi.
- 1986 Temel amacı, 1992 de ortak pazarı kurmak olan, Tek Avrupa antlaşması imzalanması. İspanya ve Portekiz'in topluluğa katılması.

- 1989 Delors başkanlığındaki komitenin, üç aşamada Ekonomik ve Parasal Birliğin (EMU) tamamen sağlanması çağrısını yapması.
- 1990 Roma zirvesi ile birlikte, Ekonomik ve Parasal birlik ile politik bütünleşme konularında, hükümetlerarası görüşmelerin başlaması.
- 1992 Maastricht zirvesi ile Avrupa bütünleşmesinin en büyük adımının atılması. Ancak Belçika'nın bazı alanlardaki itirazları yüzünden antlaşma detaylarında değişikliklerin meydana gelmesi.
- 1994 yılında, Avusturya, İsveç ve Finlandiya'nın katılımı ile üye sayısının 15'e yükselmesi

Oniki ülkenin 1992 yılında, fiziksel engelleri, sosyal ve ekonomik ayrılıkları ortadan kaldırarak oluşturdukları Avrupa birliği, bugün faaliyete geçmiş durumdadır. Bu sadece bir başlangıç olup, Topluluğun gerçek Avrupa birliğini sağlamak amacı ile halletmesi gereken birçok problem bulunmaktadır. Bu problemlerin en önemlilerinden bir tanesi de, topluluğun gelecekteki sınırları konusunda yaşanan çelişkilerdir.

"Avrupa topluluğunun, gelecekteki 15 ila 25 yıl arasındaki bir süreyi, genişleme ve yeni üyelerin adaptasyonu sorunları ile geçireceği tahmin edilmektedir."⁸⁹ Avrupa topluluğunun büyümesi iki jeopolitik alanı kapsamaktadır; kuzeye ve güneye. Buna topluluğun yayılması adı verilmektedir. Türkiye, Kıbrıs ve Malta daha önce başvurularını yapmış, Polonya, Çekoslovakya ve Macaristan rezervasyon anlaşmaları imzalamışlardır. Topluluğun gelecekteki hedefi, Avrupa kıtasına tamamen yayılmış bir Avrupa birliği yaratmaktır. Buna eski Sovyetler birliğinin idaresinde bulunan doğu Avrupa ülkeleri ve kuzey Avrupa ülkeleri dahildir. Ancak, "sözkonusu ülkelerin ekonomik sorunları ve ihtiyaçları büyük çeşitlilik ve değişik düzeyler gösterdiği için, başvuran bütün ülkelerin aynı anda üyeliğe alınması sözkonusu değildir. Bu yüzden, tam üyeliğe yaklaşım, adım adım ilerleme biçiminde olmaktadır."⁹⁰

⁸⁹LAKE, Michael "Avrupa topluluğu: Bugün ve yarın" EC News Ankara 21.Ekim 1991 Sayı:3 S:1

⁹⁰BUCHAN, David "EC may admit new members if the union is agreed" Financial Times London 25 Kasım 1991 S:2

Avrupa topluluğu'nun, bütünleşme konularında son derece tutucu davranan Avrupa'lıların, kabul edebileceklerinden daha büyük bir hızla sonuca yaklaşması, temelde iki önemli sebepten kaynaklanmaktadır; Bu sebepler, politik liderlik ve ilerleme sorunlarıdır. İki büyük savaştan önce, diğer ülkeleri manupile eden, yöneten, sömüren ve bağımlı hale getiren Avrupa ülkeleri, bu üstünlüklerini Amerika'ya kaptırılmışlardır. "Avrupa'nın çocuğu olan Amerika, son elli yılda veli rolünü üstlenmiştir. Ancak, Amerika yorulmakta ve yıpranmaktadır. Dünya'daki denge ve istikrarın korunması için, Avrupa, Amerika ve Japonya üçlüsünün işbirliği gerekmektedir. Bunun için de, güçlü ve bütünleşmiş bir Avrupa'nın yaratılması şarttır."⁹¹ Liderlik yarışında rekabet edebilmek, ekonomik güç sahibi olmayı gerekli kılmaktadır. Avrupa ülkeleri, uzun yıllar boyunca, koruma duvarları arkasında rehavete düşmüşlerdir. Avrupa ülkeleri arasındaki rekabet bile, çeşitli bürokratik engeller ve yetersiz iletişim gibi sebeplerle, düşük seviyede kalmıştır. Avrupa'daki sınırların varlığı nedeni ile, şirketlerin uğradığı zararlar büyük boyutlara ulaşmıştır. Gümrük birliğinin sağlanmasından önce, birçok şirket, yıllık cirolarının ortalama %2 sini gümrük geçişlerine harcamaktaydı. "Ticarete ilişkin formaliteler, yılda yaklaşık 120 milyon ECU ye mal olduğu gibi, ihalelerdeki ulusal kayırmacılık, diğer bir 40 milyonluk kayba sebep oluyordu. Ayrıca, Sanayi mallarındaki standart farklılıkları, birim maliyetlerin %30-40 artmasına yol açıyordu."⁹²

Söz konusu olumsuz faktörler, Avrupa şirketlerinin rakiplerinden geri kalmasına yol açmıştır. Pazarın sürükleyici etkisinden tam olarak yararlanamadıkları için, kendi iç pazarlarından büyük güç alan Amerikan ve Japon şirketleri, Avrupa'ya üstünlük sağlamaktadır. Jacques Delors'un deyişiyle, "Diğerleri 100 metre koşarken, Avrupa şirketleri 110 engelli koşmaktan kurtulmalıdır."⁹³ Avrupa teknoloji alanında da geri kalmıştır ve faturasını hala ödemektedir. 1983-93 yılları arasında, Dünya da üretilen bütün bilişim teknolojisinin %35 i Avrupa kıtasında tüketilmiştir. Ancak sadece %10 luk bir kısmı Avrupa ülkeleri tarafından üretilmiştir. Teknolojik bağımlılık aşamasının yakın olduğunu gören

⁹¹"Europe's role in the world" *Financial times* London 2.Ocak 1993 S:10

⁹²EC Commission "Europe without frontiers" *European Documentation* Luxembourg 1989 S:13

⁹³DELORS, Jacques "1992 sınırsız Avrupa ortamı" *İKV yayınları* No:64 Eylül 1988 S:5

Avrupa'lular, birleşme çalışmalarına hız vermişlerdir. Özellikle teknoloji alanında yapılacak atılımlar için, engelsiz bir Avrupa'nın yaratılması önkoşuldur.

Başlangıçtan beri gösterilen bütün çabalar, Avrupa'da büyük ve serbest bir pazarın yaratılması içindir. Bu hedefin gerçekleşmesi ve Avrupa pazarının, dünyadaki en zengin pazar olma ihtimali vardır. Bu oluşumun önkoşulları, federal Avrupa'nın yaratılması, ortak para biriminin (ECU)⁹⁴ pratik kullanıma alınması ve finansal hizmet pazarının tüm kıtaya yayılmasıdır. Avrupa pazarının, Amerika açısından avantaj ve dezavantajlarının değerlendirildiği bir raporunda, Amerikan ticaret odası, konu ile ilgili bazı yorumlar yapmıştır. Özellikle bankacılık ve finans sektörlerinde yapılan düzenlemeler ile, bu sektörlerde çalışan Avrupa firmalarının, daha katı ve tutucu olan Amerikan sektörüne karşı avantajlı duruma geçeceği belirtilen raporda, ürün standartları ve kamu harcamalarında da benzer, avantaj sağlayıcı düzenlemelerin yapıldığı anlatılmaktadır. "Avrupa birleşik pazarı, Amerikan yatırımları için önemli ve çekici bir alan olduğu halde, uzun vadede, ticari ve iktisadi anlamda, çatışma riskleri taşıyan bir potansiyele sahiptir. Soğuk savaş sebebi ile yaklaşan Avrupa ve Amerika, Bundan sonra rekabete giren iki süper blok haline gelebilir. Bu durumun, her iki tarafa da ne getirip ne götüreceğini söylemek için ise henüz çok erkendir."⁹⁵

Avrupa ekonomi ve para birliğinin (EMU),⁹⁶ sonunda Avrupa'yı federal bir devlet haline getirmesi kaçınılmazdır. Topluluk, dar şekilde tanımlanmış ticari anlaşmalar döneminden, girift ve sınırsız potansiyele sahip, toplumsal ilgi alanları dönemine geçmektedir. "Avrupa bütünleşmesinin bu ilkel aşamasında, henüz gelişmemiş bir Avrupa parlamentosunun, meydana gelecek olan demokrasi açığını kapatabilmesi biraz şüpheli görünmektedir. Topluluğun, temel politik yapısının oluşabilmesi için onyıllar, belki de yüzyıllar geçmesi gerekecektir. Yine de gelişmelere ümitle bakılmalıdır. Birleşme, Avrupa

⁹⁴ECU:European Currency Unit. Ecu ayrıca, sanayi öncesi dönemde, Avrupa'da yaygın olarak kullanılan bir altın para biriminin de adıydı.

⁹⁵DUNNE, Nancy "Doing business in Europe after Maastricht" US Chamber of Commerce report Washington 1992 S:19

⁹⁶EMU: Economic and Monetary Union

tarixinin en önemli olaylarından bir tanesidir ve Avrupa'yı bugüne dek hiç olmadığı kadar güçlü kılmıştır."⁹⁷

Avrupa'nın kendi iç büyüklüğüne fazlaca odaklanmış, kapalı bir pazar olması ihtimali de, dünya ticaretinde söz sahibi diğer ülkeleri endişelendirmektedir. Bu duruma "Avrupa hisarı" (Fortress Europe) adı verilmektedir. Hatta ABD dışişleri bakanı Baker, Berlin'de yaptığı bir konuşmasında bu endişeyi dile getirmek için; "Avrupa'luların uzun süredir Amerikan tek pazarının nimetlerinden yararlandıkları bir gerçektir. Bundan böyle, biz Amerika'lılar da Avrupa tek pazarının nimetlerinden yararlanacağımızı umuyoruz."⁹⁸ demiştir. Buna karşılık, Avrupa parlamentosu, korumacılığa asla başvurulmayacağı konusunda güvence vermiştir.

1.4.2. Rakamlar ile Avrupa topluluğu

21. Yüzyıl Avrupa'sında, birçok sınır yerine sadece bir tane sınır olacaktır. Avrupa tek pazarı, dünya ticaretini ve pazarlamasını etkileyecektir. Bugüne dek dünyanın en büyük pazarı olan Amerika, şimdiden Avrupa pazarının ardında, ikinci duruma düşmüştür.

Avrupa'da pazarlama faaliyetlerini incelemeden önce, bu büyük pazarın rakamsal ifadelerini kısaca özetlemekte fayda vardır;

1990'lı yıllar için hazırlanan bir raporda, AT'nun politika ve uygulamaları, kapsamlı olarak, tarihi ve ekonomik gelişme perspektifinde değerlendirilmiştir. Avrupa komisyonu tarafından hazırlanarak, 15 Nisan 1992 tarihinde Cenevre'de yapılan GATT toplantısına sunulan bu raporun bir özeti, AT komisyonu Türkiye temsilciliği tarafından yayımlanmıştır.

"Avrupa Topluluğunun gayri safi milli hasılası, Dünya'da yaratılan toplam hasılanın yaklaşık dörtte biridir. Topluluk ülkelerinin karşılıklı ticareti ise, Dünya ticaretinin beşte birini oluşturmaktadır. İç dinamizminin son derece güçlü olmasına rağmen, dış ticaret de AT için büyük önem taşımaktadır. Topluluk gayri safi milli hasılasının %64 lük bir bölümü hizmet sektöründen kaynaklanırken, %33 ü sanayiden ve yalnızca %3 lük bir bölümü tarım, ormancılık ve balıkçılıktan kaynaklanmaktadır. AT

⁹⁷DAVIDSON, Ian "New era for EC family" Financial Times London 3.12.1992 S:21

⁹⁸DEPIGNY, Anne "A Europe without borders-1992 and beyond" EC Delegation to the United States NY 1992 S:10

Dünyanın en büyük tarım ürünleri ithalatçısıdır. Tarım, yıllık toplam ihracat içinde ortalama %15 lik bir yer tutar. 1990 yılında, AT ürün ihracatı 392 milyar ECU iken ithalatı 429 milyar ECU olarak gerçekleşmiştir. Burada açık 37 milyar ECU dür ve açığın sebebi, kısıtlı miktarda, tarım ve petrol alışverişi yapılan ülkelerdir."⁹⁹

İç sınırlarda, mallara ilişkin kontrollerin ve masrafların ve işlemlerin kalkması, üçüncü dünya ihracatçılara büyük fayda sağlamıştır. Ayrıca, bankacılık, sigortacılık, değerli kağıtlar, ulaştırma, telekomünikasyon ve sermaye hareketleri gibi hizmetler için de bir tek pazarın oluşması ile, sözkonusu ülkeler ile yapılan ticarete, önemli artışlar olması beklenmektedir. Topluluğun 1993 itibarı ile gümrüklerinin ağırlıklı ortalaması %4 civarındadır. Oysa, Hindistan ve Brezilya gibi ülkeler, AT ile önemli miktarda ticaret yaptıkları halde, gümrük oranları %40 civarında seyretmektedir.

AT'nin kalkınmış ülkelerle olan ticaretinde ise şöyle bir görünüm ortaya çıkmaktadır;

"Topluluğun, sanayileşmiş ülkelerle toplam ticaretinde, 1986 da 9 milyar Dolarlık bir fazla varken, bu rakam, 1990 da 25 milyar Dolarlık bir açığa dönüşmüştür. EFTA ve Kanada ile olan dış ticaret fazlası küçülmüş, ABD ile olan 18.2 milyar Dolarlık fazlalık, 6 milyar Dolarlık bir açığa dönüşmüştür. Japonya ile olan açık ise artmaya devam ederek, 21.5 milyar düzeyinden, 29 milyar Dolara çıkmıştır."¹⁰⁰

Satın alma gücü paritesi (PPS)¹⁰¹, açısından karşılaştırıldığında, topluluğun kişi başına düşen gayri safi milli hasıla ortalaması 15,000 PPS civarındadır. Topluluğun diğer sekiz üyesinin ortalamaları, 16-17,000 PPS civarında seyrederken, Portekiz, Yunanistan, İrlanda ve İspanya 7-9,000 PPS civarında ortalama yaratmaktadırlar. Türkiye ise 1990 itibarı ile 1,500 PPS değer yaratmıştır.

⁹⁹EC News "Avrupa komisyon'undan, GATT'ın ticaret politikası değerlendirmesi için rapor." AT komisyonu Türkiye temsilciliği 17 Mayıs 1992 Sayı 16 S:4-5-6-7

¹⁰⁰EC News a.g.e. Sayı:16 S:7

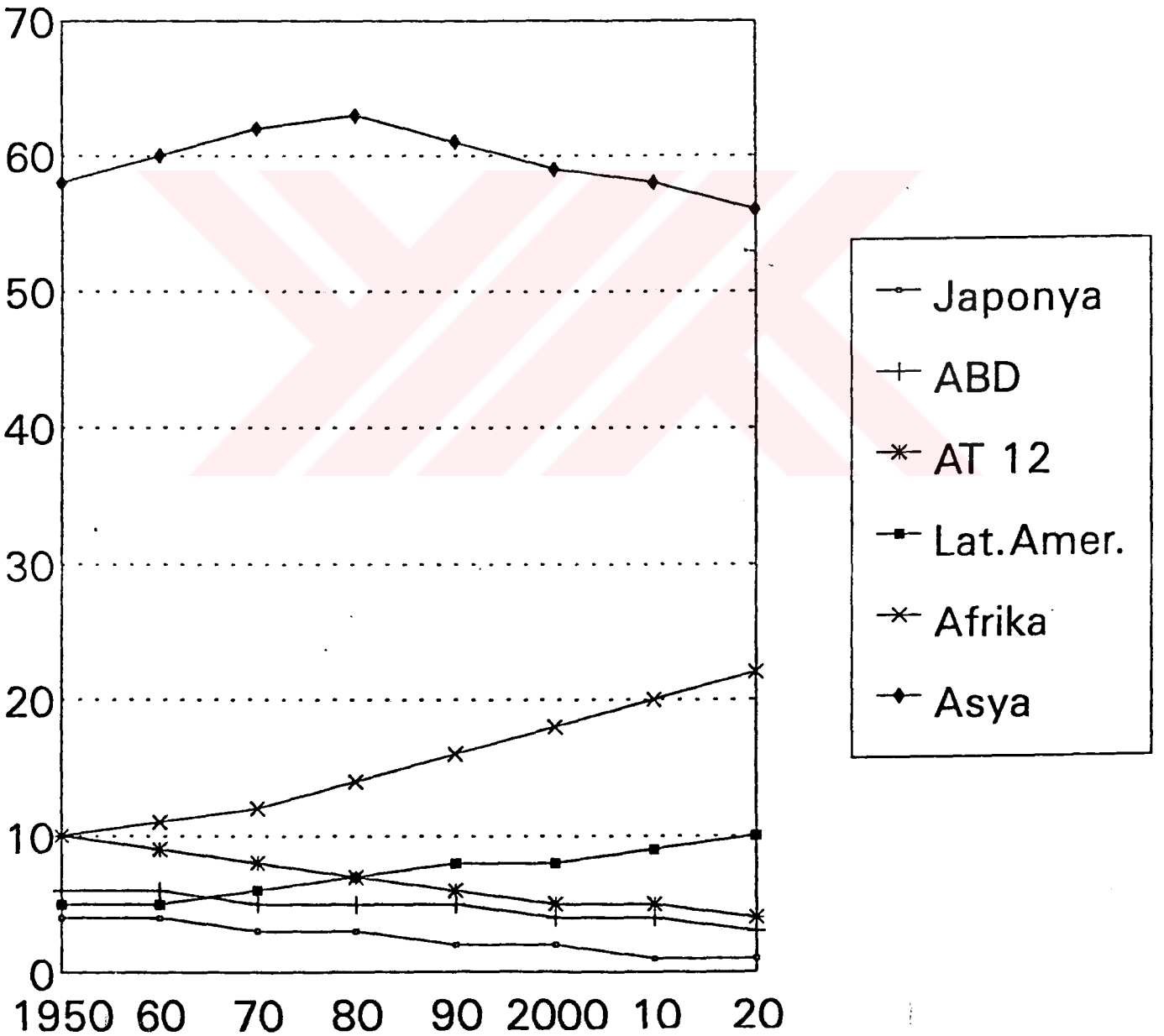
¹⁰¹PPS: Özellikle uluslararası GSMH karşılaştırmaları yapılırken, önem taşıyan yeni bir hesaplama yöntemidir. Burada önemli olan satınalma gücüdür. Her ülke, önemli sayılan mal hizmetlerin fiyatlarından bir sepet oluşturur ve bu sepetin ortalaması, karşılaştırmalarda kullanılır. PPS, iki ülkenin fiyat oranlarını, döviz kuruna bağlı kalmadan karşılaştırabilir. Bugün PPS hesabına 151 çeşit mal ve hizmet alınmakta olup, 60 ülke için karşılaştırmalar yapılmaktadır.

Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz ticaret odaları ve Ticaret borsaları birliği "Türkiye ve AT ülkelerinin sosyo-ekonomik verileri karşılaştırılması" TOBB Ankara 1989 S:24

Avrupa Topluluğu ülkelerinde nüfus çok yavaş artmakta olup, bazı ülkelerde ise azalmaktadır ve uzun vadede genel bir azalma eğilimi gözlenmektedir. 0-14 yaş grubunun, nüfus içindeki oranı, bütün ülkelerde azalmaktadır (şu anda ortalama %19.90). 15-65 yaş grubu, ülkeden ülkeye değişmekle birlikte önemli farklılıklar gözlenmemektedir ve nüfus içindeki yüzde oranı bir süre daha sabit kalacaktır (şu anda ortalama %66.91). 65 yaşın üzerindeki nüfus, bütün ülkelerde artmaktadır (şu anda ortalama %13.19).

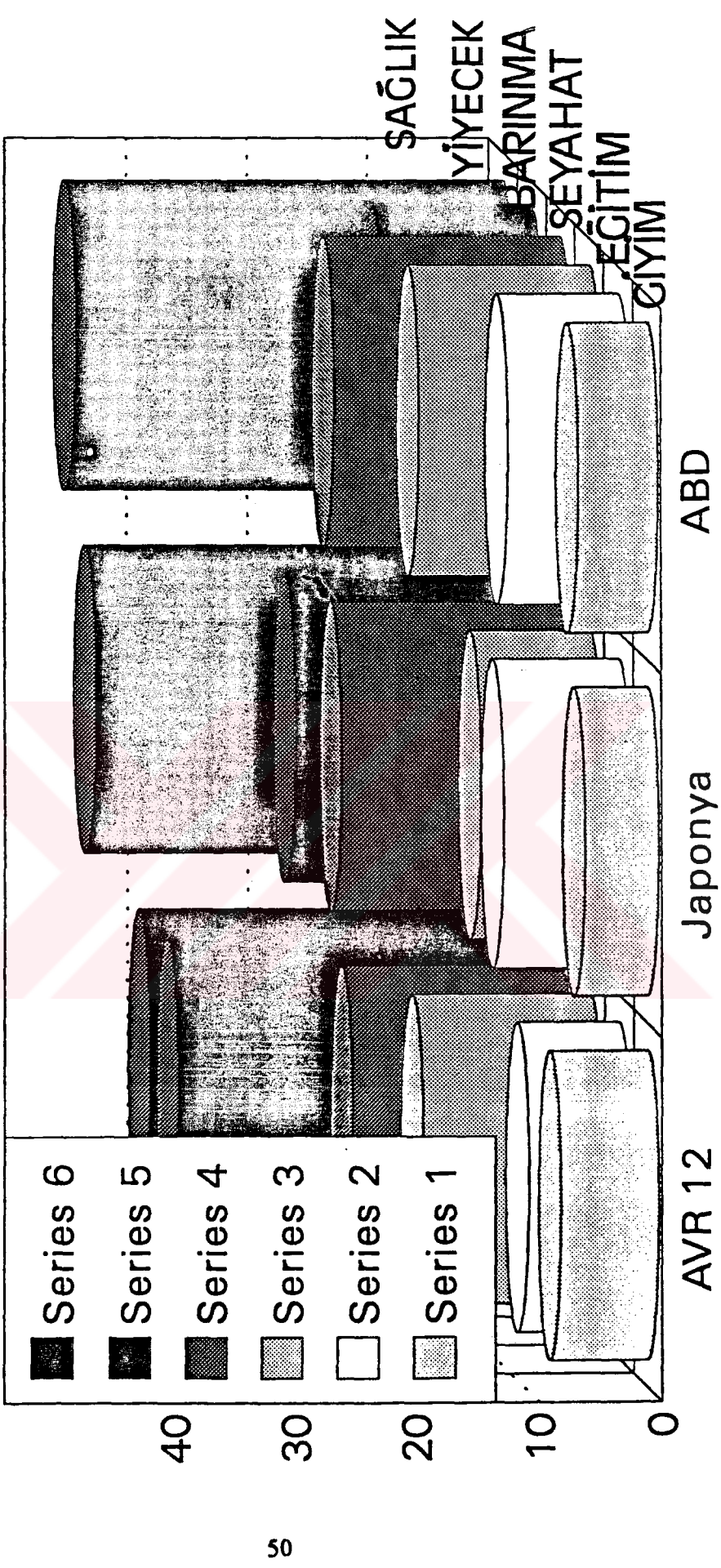
Nüfus trendleri

Dünya nüfusunun yüzdesi olarak



Tüketici harcamaları

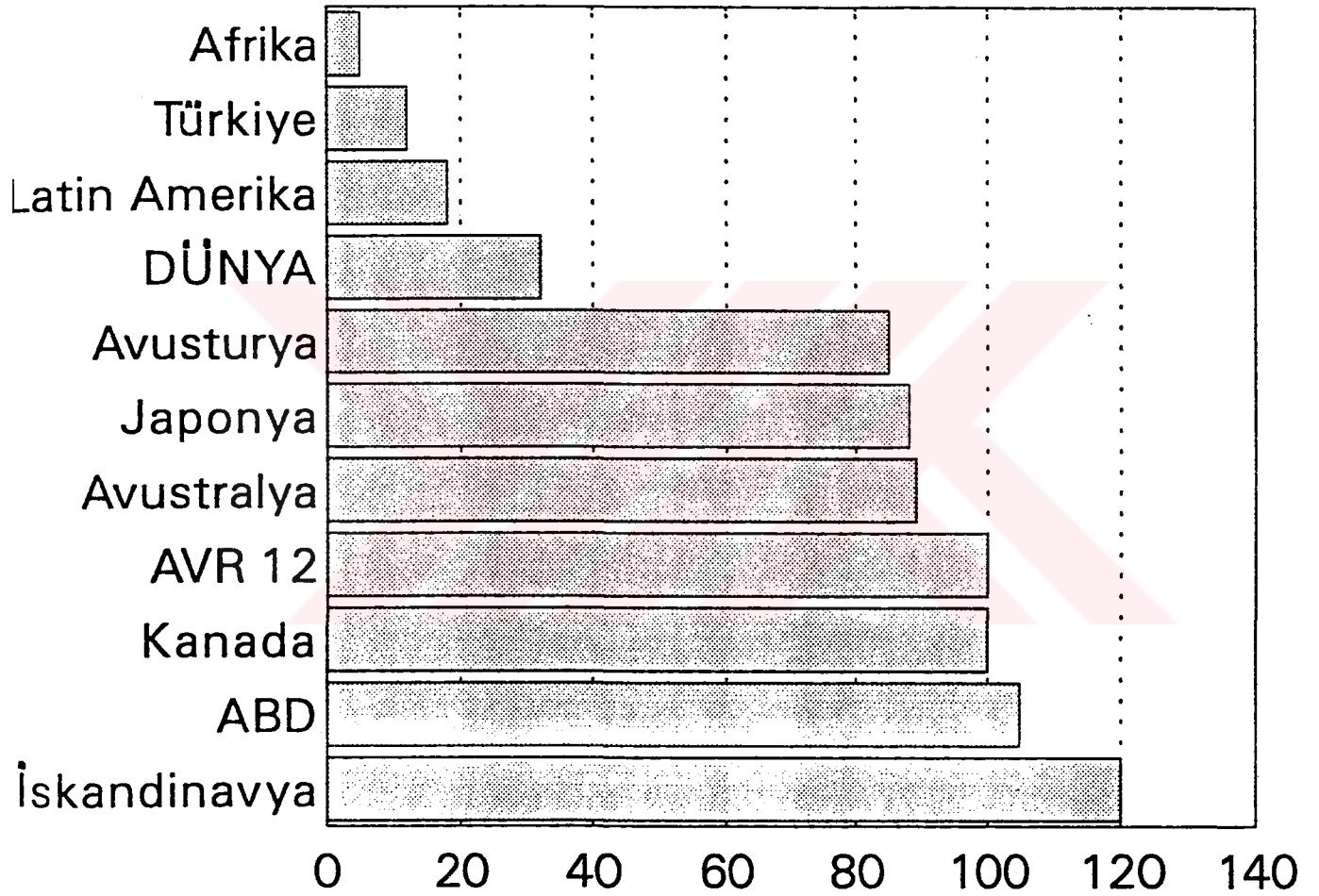
Toplam hane halkı tüketiminin yüzdesi olarak



European file "A community of twelve:key figures"
Eurostat 6.7.1992 S:11

Kişi başına milli gelir

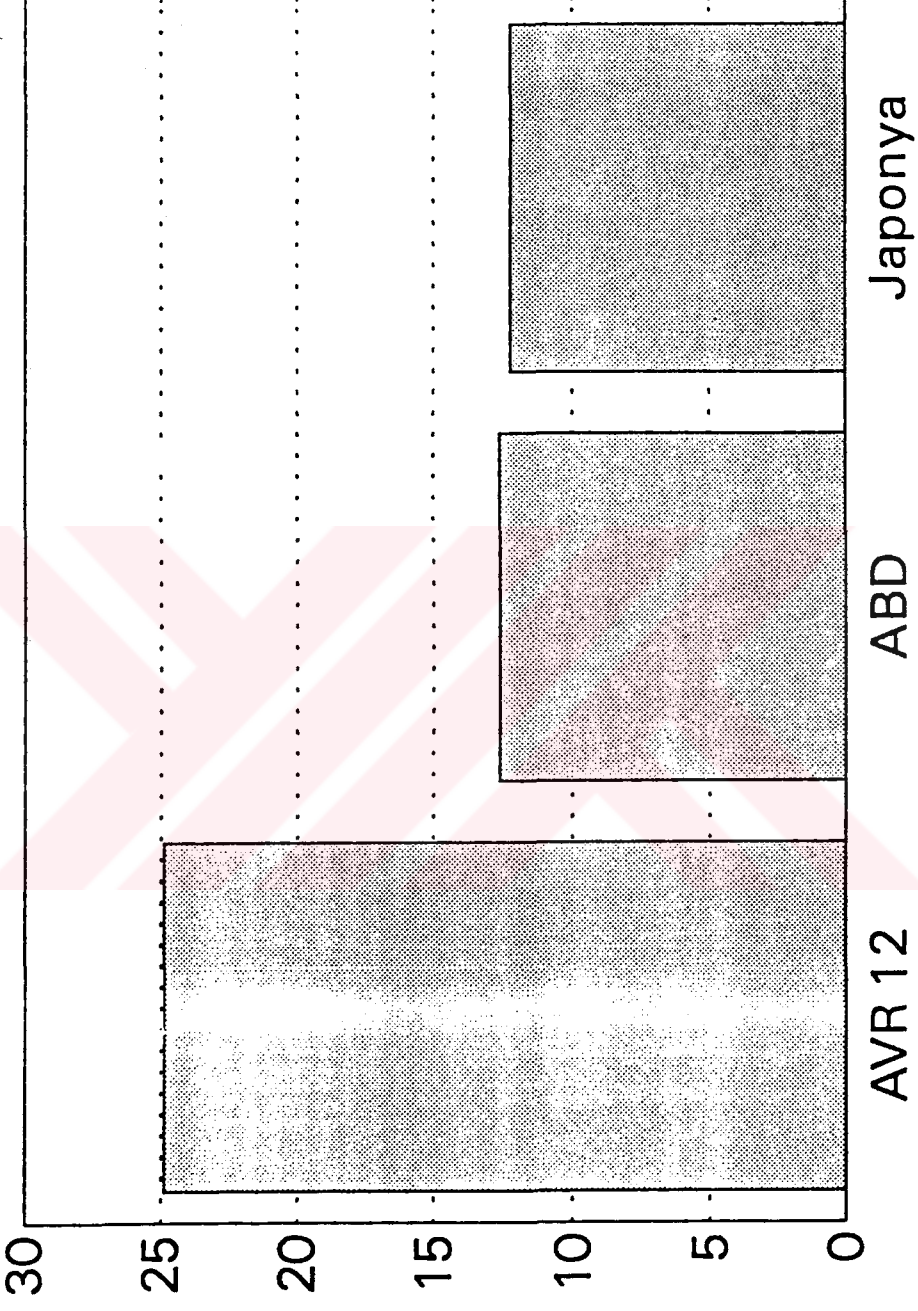
AVR 12 = 100 kabul edilerek



European file a.g.e. S:8

Sosyal güvenlik harcamaları

GDP yüzdesi olarak

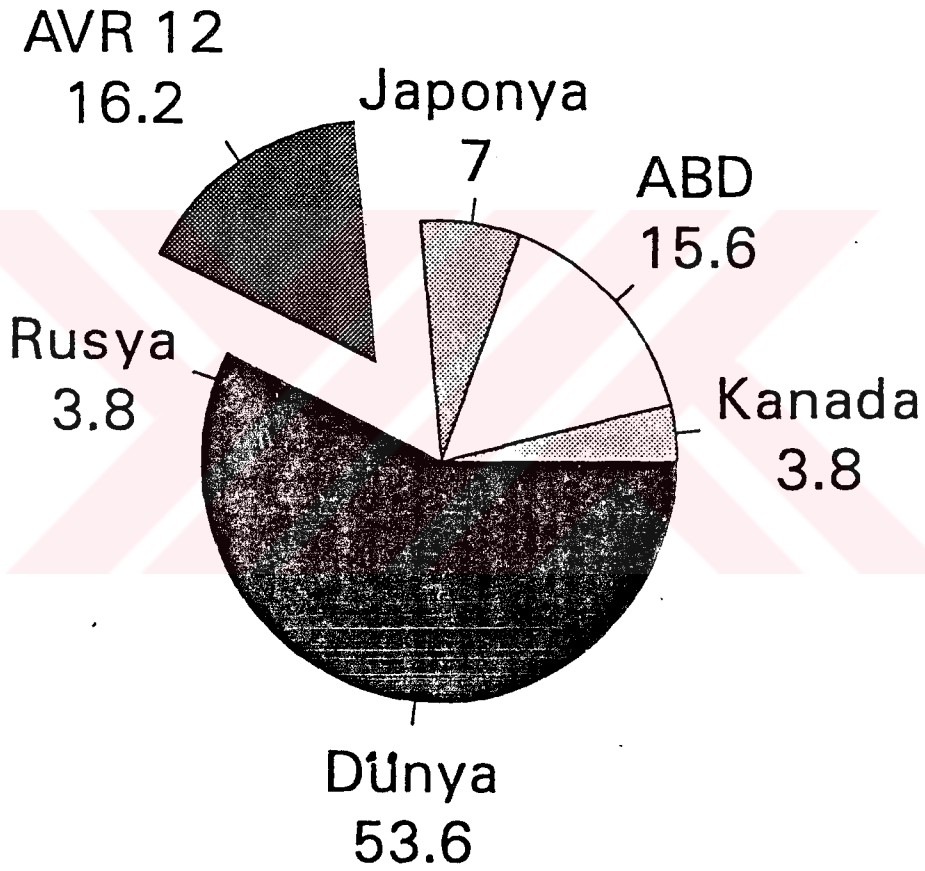


European file "A community of twelve:key figures"
Eurostat 6.7.1992 S:12

AT' nun

Dünya ticaretindeki yeri

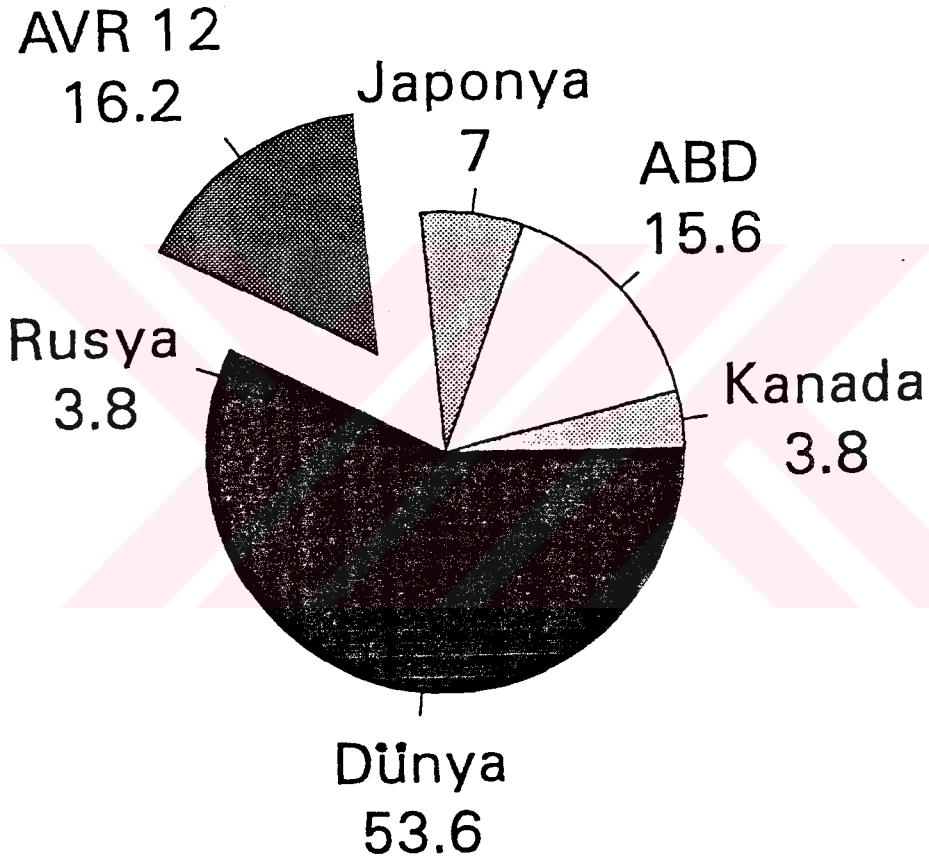
İTHALAT (%)



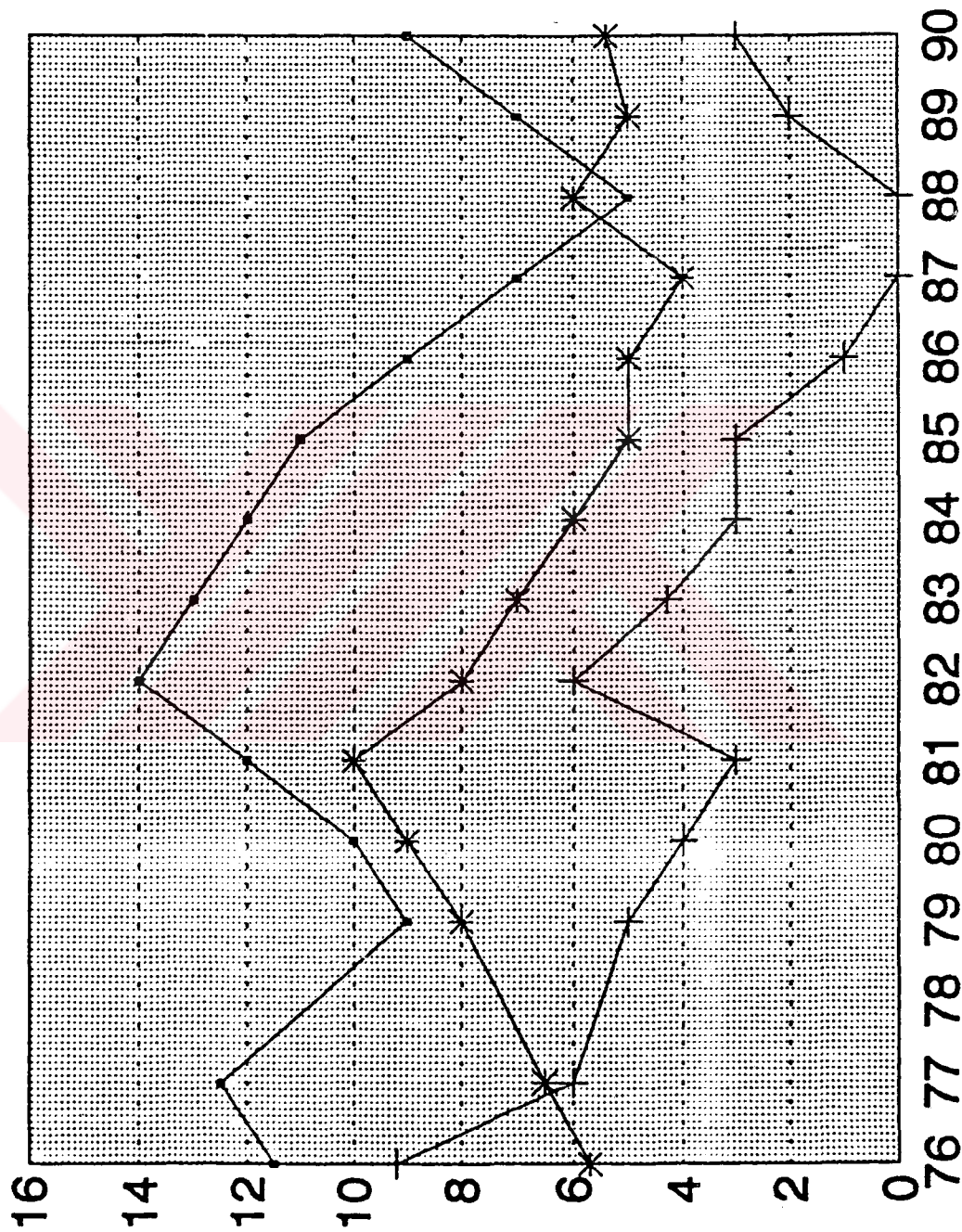
European File "A community of twelve: key figures"
Eurostat 6.7.1992 S:27

AT' nun Dünya ticaretindeki yeri

İHRACAT

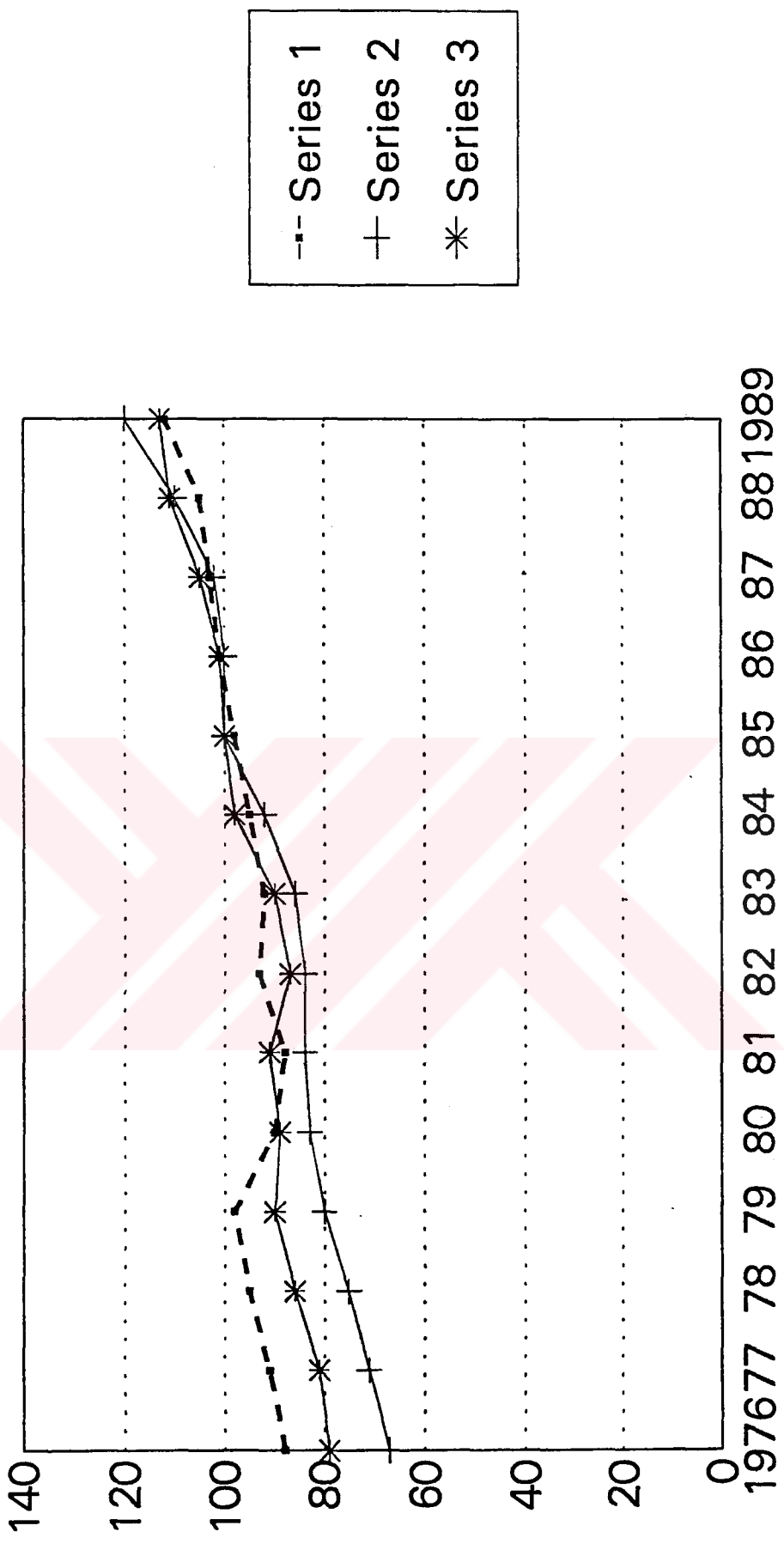


Enflasyon



Endüstriyel üretim trendleri

1985 de AT = 100 kabul edilerek)



1.5.Avrupa'da pazarlamaya bir bakış

Bugün bütün Dünyada tartışması yapılan önemli konulardan bir tanesi, globalleşmedir. Aslında globalleşme konusu, bu tezin önceki bölümlerinde de üzerinde durulduğu gibi, batı kapitalizmi tarafından yaratılması beklenen, "tek tip tüketici" üzerine odaklanmıştır. Bu konuda tezler ve anti-tezler oluşmaya başlamıştır. Kapitalizmin, gelecekte alması beklenen yeni şeklini tanımlamaya çalışan birçok yazar vardır. Bu yazarlardan Theodore Levitt, bir pazarlama uzmanı olarak, global batı kapitalizmi konusundaki görüşlerini şöyle dile getirmektedir; "Endstürileşmiş batı ülkelerinin yöntemleri ve ürünleri, dünyadaki bütün insanlar için ortak bir melodi çalarlar. Bütün Dünya da, bu melodi ile danseder.

Uluslararası zevk ve tercihler arasındaki tarihi farklılıklar giderek kaybolmaktadır. Bu durum, ürün standartlaştırmayı kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Ayrıca, üretim ve ticaret kurumları da benzer hale gelmektedirler. Dünya rekabetinde başarılı olma arzusu, pazarlama bileşenlerinde ve pazarlama yönetiminde verimliliği arttırmakta ve kaçınılmaz olarak fiyat odaklı işletmecilik felsefeleri yaratmaktadır."¹⁰²

Avrupa kıtası, gelecekteki global ticaretin yapı taşlarından bir tanesidir. Aslında, globalleşme sadece homojen hale getirilmiş tüketicileri simgeleyen bir terim olma özelliğine sahiptir. Gelecekte, Japonya, Amerika ve Avrupa arasındaki ekonomik savaşın giderek güçleneceği bugünden bellidir. Bu durumda globalleşme, Dünya çapında bir işbirliği, elele vererek refah ve barışa ulaşma gibi anlamlar taşımamaktadır. Avrupa Topluluğunun, ekonomik birleşme alanında hızlı gitme tutkusu ve pazarlama alanında yaşadığı gelişmeler bu noktada önem kazanmaktadır.

Dünya'nın askeri, ekonomik ve bilgi birikimi bakımından "hızlı"¹⁰³ giden devletleri, sanayi ötesi toplumlar olma aşamasına gelmişlerdir. Üretim araçlarının şekil değiştireceği, güç bileşenlerinden bilginin, kaba kuvvet ve sermayenin önüne geçmeye başladığı bir dönem başlamaktadır. Lider devletler

¹⁰²LEVITT, Theodore "The globalization of markets" *The Marketing Renaissance* (Editor: David Gumpert) Harvard Business Publications John Wiley & Sons NY 1985 S:17

¹⁰³TOFFLER a.g.k. S:393-400

Alvin Toffler'in kullandığı bu terim, güç bileşenlerini ellerinde tutan ülkeleri ifade etmektedir. Avrupa'nın en hızlı devleti, baskın ve lider konumunda olan Almanya'dır. Avrupa topluluğunun gelecekte alacağı ekonomik, siyasi ya da askeri kararlar, Almanya'nın manüple edeceği kararlar olacaktır. Bu durum aslında diğer Avrupa devletlerini endişelendirmektedir. Ancak artık Avrupa için geri dönülmez nokta geçilmiş durumdadır.

arasında, Japonya, geleceğe dönük, Amerika bugünü yaşayan ve Avrupa ise geçmişe dönük, nostaljik bir görünüm vermektedirler. Avrupa'nın amacı, bu kalıptan çıkabilmek ve liderliği eline geçirebilmektir. Bu yüzden, globalleşme çalışmalarının, öncelikle Avrupa pazarında başarıya ulaşması gerekmektedir. Oysa, Avrupa'nın kendi iç dinamiklerinden kaynaklanan bazı güçlükler, hedeflenen başarıya ulaşmayı geciktirmeye devam edecektir. Globalleşmenin anti tezini savunan Londra Üniversitesi, pazarlama profesörü Greg Harris, Avrupa'daki homojen tüketicilik konusundaki görüşlerini şöyle dile getirmektedir: "1950 lerde televizyon furyası başladığında, bu sihirli kutunun global tüketiciyi yaratacağını söylemişiniz. 1980 lerde uydu iletişimi yaygınlaştığında da yine aynı şeyleri söylediniz ve şimdi de ekonomik birleşmenin bu gecikmiş mucizeyi yaratacağını söylüyorsunuz. Oysa temel olarak, bugüne kadar kimse bu global tüketici prototipini bulabilmiş değildir."¹⁰⁴ Oldukça sert bir görüşü yansıtsa da, bu ifadede gerçek payı vardır. Büyük çabalar ve ümitlerin yatırım yeri olan AT, son katılımlar ile 400 milyona ulaşan, dünyanın en büyük ve zengin pazarı, Avrupa televizyonunda reklamları seyredip, en yakın süper markete koşan ve büyük Avrupa fabrikalarında üretilmiş standart ürünleri kapışan tüketicilerle dolu değildir. Bu durum, henüz Avrupa kapitalizminin bir düşü olarak kalmaktadır. Gerçekte ise, tek pazar anlayışı, bir gecede tek bir düşünce biçimine dönüşmemiştir. Bunun için bir ya da iki nesil daha geçmesi gerekecektir. 1990 ların Avrupası, dil, kültür ve alışkanlık farklarını yoğun biçimde yaşayan insanlarla doludur. Ancak bu durum, global ya da anti-global tezlerden hiçbirini haklı çıkartmaz. Zira, birçok konuda olduğu gibi, ekonomik birleşmeler konusunda da bir tek doğru yoktur.

Avrupa pazarında, henüz, bölgesel olma ve zihniyet değişimi konularında tutucu davranan birçok kuruluş olduğu gibi, uzun süreden beri, Avrupa'yı tek bir pazar olarak görüp, politika ve stratejilerini buna göre ayarlayan kuruluşlar da vardır. Özellikle, kültürler arasındaki tüketim alışkanlıklarına takılıp kalmadan, evrensel insan ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetler, büyük satış hacimleri yaratabilmektedir. Mesela, Avrupa insanları, dünyanın diğer bölgelerindeki insanlar gibi, Dior

¹⁰⁴HARRIS, Greg "Now comes the hard part: Marketing" (Barbara Toman, editör) The Wall street journal's world business 22.9.1989 Cuma S:R12

kozmetiklerinin pahalı ve kaliteli malları ile daha çekici olacıklarına inanmışlardır. Rolex saatleri, uluslararası bir seçkinlik simgesi haline gelmiştir. Benetton mamülleri ise, yarattığı milletlerarası hoşgörü imajı ile başarıya ulaşmıştır. Bunların yanısıra, büyük pazar tecrübesini çok daha önce edinmiş olan Amerikan şirketleri de, AT bünyesinde faaliyet gösterirken, pazar bölümlerine göre mamul farklılaştırması yoluna gitmemektedirler. McDonald's, MTV, Coca Cola ve Levi's gibi, globalleşmenin simgeleri sayılan kuruluşlar, sadece AT'nu değil fakat bütün Avrupa'yı ve hatta Dünya'yı, tek bir pazar olarak ele almışlardır.

Buna karşılık, bölgesel farklılıklar ile uğraşmak zorunda kalan firmaların karşılaştığı güçlükler çok büyüktür ve bu güçlükler, dokuz ayrı dilin konuşulduğu, keskin kültürel ayrılıkların olduğu Avrupa ortamında, bir kültür ve dil homojenliğine ya da en azından, yakınlığa ulaşılmadığı sürece çözümsüz kalacaklardır. Özellikle reklam kampanyaları, bu tür güçlükler yüzünden, büyük masraflara ve zaman kayıplarına yol açmaktadırlar. Mesela, Unilever şirketinin 1970'lerde ürettiği bir sıvı deterjanın adı, çeşitli dillerde kolayca söylenebilmesi için, Almanya'da "Viss", İsviçre'de "Vif", İngiltere ve Hollanda'da "Jif", Fransa ve İspanya'da ise "Cif" olarak isimlendirilmiş, reklam ve ambalaj masrafları %50 oranında artmıştır. Bugün ise tek bir isme geri dönmenin, Avrupalı alışkanlıklar yüzünden imkansız olduğu bilinmektedir. Birçok ürünü, evrensel reklam kampanyaları ve isimler ile satmak mümkün değildir. "Londra kökenli bir ürün geliştirme şirketi olan, Craton Lodge & Knight, Bacardi firması için geliştirdikleri bir ürüne, "Pavane" adını vermiştir. Avrupa'da satışa çıkartılan ürün, Almanca pavian (babun) sözcüğünü çağrıştırdığı için, Almanya'da alay konusu olmuş ve adı "Pericle" olarak değiştirilmiştir."¹⁰⁵ Bazı durumlarda ise, ürünün sadece adını değil fiziksel özelliklerini de değiştirmek gerekmektedir. "Temizleme kapasitesine bakmaksızın, Fransız'lar üstten kapaklı çamaşır makinelerini tercih ederlerken, İngiliz'ler, önden kapaklılardan başkasını düşünmek bile istemezler. Alman'lar, yüksek

¹⁰⁵TOMAN, Barbara a.g.m. S:R13

santrifuj devirleri olan makineler isterken, İtalyan'lar, yüksek devrin çamaşırı parçalayacağına inanırlar ve düşük devirli makine isterler."¹⁰⁶

Reklamların içeriği, yayın saatleri, reklam kuşağı yoğunlukları ve benzer alanlardaki düzenlemeler, AT'nun tüm harmonizasyon çabalarına rağmen, büyük farklılıklar arz etmektedir. Bu da, büyük bir pazara, büyük kampanyalar ile hitap etmeyi güçleştiren bir diğer engeldir. Bazı şirketler, bu engeli, simgesel ve doğaya dönük reklamlar ile aşma çalışmaları yapmaktadırlar. Mesela, Milka için yapılan bir reklamda, Milka'nın ambalaj rengi olan, mor renge boyanmış bir inek, Alp dağlarının eteklerinde görüntülenmektedir. Bu mesaj, bütün Avrupa ülkelerinde, sağlık, neşe ve doğaya çağrı olarak algılanmış ve beğenilmiştir.

Avrupa'da sanayileşme ve pazarlama hareketi, bölgesel çekirdek üzerine kuruludur. Bu yüzden, üretim ve talep, seçici özellikler geliştirmiştir. Büyük pazar şartlarına adaptasyon, bu noktada da güçlükle karşılaşmaktadır. Avrupa'da, kitle pazar ile bağımlı bir pazarlama literatürü ve düşüncesi yeni gelişmektedir. Bu yüzden, yığın satış tecrübesi ile ticaret literatürüne başlayan Amerika'lı uzmanlar, Avrupa üzerinde kendi norm ve standartları ile değerlendirme yaptıklarında, olumsuz sonuçlar ortaya koymaktadırlar. 1962 yılında kurulan Amerikan MSI (Marketing Science Institute), ilk çalışmalarından bir tanesini, "Marketing development in the EEC"¹⁰⁷ adı altında, Avrupa pazarlamasını incelemek üzere yapmıştır. 1964 yılında yapılan bu çalışma, Ortak pazar'da iş yapmak isteyen Amerikan kuruluşların yol göstermek üzere düzenlenmiştir ve aynı zamanda, akademik bir çalışma özelliği de taşımaktadır. Çalışmada genellikle, 1960 lı yılların, Amerikan pazarlama literatüründe gözde olan konuları ele alınarak, çeşitli karşılaştırmalar yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar, kısaca şöyle özetlenebilir; Ortak

¹⁰⁶FULLER, B.-NICOLAIDES, P & STOPFORD, J. "National or global? The study of company strategies and the European market for major domestic appliances" Working paper No:28, Centre for business strategy, London Business School Haziran 1987

¹⁰⁷LIANDER, Bertil "Marketing development in the EEC" Mc Graw-Hill book Co. NY 1964

Çalışmada ele alınan konular arasında, pazarlamayı etkileyen standartlar, gümrükler, vergiler gibi çevresel faktörler (S:59-75), rekabet şartları ve yönetim teknikleri (S:80-141) ile pazarlamayı direkt olarak ilgilendiren, ürün planlaması, pazarlama planlaması, pazarlama araştırması, pazarlama örgütü, fiyat, dağıtım, tutundurma ve mamul (S:30-58 ve 105-140) vardır. İncelemeden elde edilen sonuç, Avrupa şirketlerinin, genellikle bölgesel iş yapan, rekabetten uzak duran, modern pazarlama bilgileri son derece kısıtlı, stratejik planlamadan habersiz, ürün veya satış odaklı kuruluşlar olduğu yolundadır.

pazarın kurulması, pazarlama faaliyetlerine umulandan daha az etki yapmıştır. Ortak pazarın planladığı harmonizasyon işlemleri gerçekleşmeden de, pazarlama, beklenen gelişimi gösteremeyecektir. Ayrıca, Avrupa'da, pazarlama faaliyetlerinde görülen hızlı gelişme, Ortak pazarın kurulmasından çok, savaş sonrası, hızlı yeniden yapılanmaya bağlıdır. Ancak, gelecekte daha organize ve etkili bir Ortak pazar, kitle pazarlama faaliyetleri için iyi bir zemin yaratabilir. Son olarak da, bölgesel pazar farklılıklarının, gelişen ulaşım ve haberleşme teknolojisi sayesinde, azalmaya başladığı tespit edilmiştir. Buna rağmen, Avrupa'luların, büyük pazar olma aşamasını geçiren Amerika'nın tecrübesinden ve yarattığı modelden yararlanmadıkları görülmektedir.

"Araştırmanın sonuçlarından anlaşılacağı gibi, Amerikan okulu Avrupa'yı pazarlama açısından geri kalmış saymaktadır ve kuruluşlarının büyük pazara uyum sağlayamayacağı görüşündedir. Bu görüşün temelinde, o yıllarda Amerika'luların tek doğru olarak kabul ettiği ve pazar ekonomisine sahip olan diğer ülkelere de benimsettiği, "tüketicilik" ve "tüketici odaklı pazarlama" kavramları vardır. Oysa pazarlama felsefesinde devrim olarak kabul edilen bu kavramlar, kapitalizmin günün koşullarına uymak için vites değiştirmesinden başka birşey değildir. Bol miktarda ve az maliyetle üretilen tek tip mallar pazarı doyurunca, sıra alıcıların henüz dokunulmamış ya da yaratılmamış istek ve ihtiyaçlarına gelmiştir. Amerikan pazarlama felsefesinde odak noktası, büyük çaplı üretimin ve büyük çaplı kârın, azalmadan devam etmesidir."¹⁰⁸ Yüksek kalite ve standartlar, verimlilik ve hatta bazen iş ahlakı gibi kavramlar göreceli olarak temel felsefenin gerisinde kalır. Avrupa bu noktada Amerika'dan ayrılır.

"Savaş sonrasında Avrupa, endüstriyel bir ekonomik topluluktan, endüstri sonrası bir ekonomik topluluğa dönüşmüştür. Toplumda tüketim ve tüketici kavramları değişime uğramıştır. Bu değişim, gerçek anlamda üretici odağından tüketici odağına dönmek biçiminde olmuştur ve Amerika'da ortaya çıkan modern pazarlama akımı ile aynı zamanda gerçekleşmiştir. Yaratılan yeni ekonomik bakış açısı sayesinde, "hayat standardı" kavramı, yerini "hayat kalitesi" kavramına bırakmıştır. Avrupa devletleri, sosyal değişim sonucunda, üretici ile tüketici arasında oluşabilecek çatışmayı analiz etmişlerdir. Sonuçta

¹⁰⁸Bu konuda bkz. Liander a.g.k. S:105-140

KOTLER, Philip "Pazarlama yönetimi cilt:1-2" Bilimsel yayınlar derneği Ankara 1975-76

pazarlamayı ilgilendiren alanlarda, çok yönlü bir kamu politikası değişimi yapılmıştır. Geleneksel olarak, ekonominin üretim bölümüne odaklanmış olan kamu politikası, tüketicilik üzerine dönmüştür. Devlet düzenlemeleri ile, üretici ve tüketici arasındaki ihtilaflar giderilince, özellikle hizmet sektörü pazarlaması açısından bir çok olumlu değişiklikler meydana gelmiş ve kamu politikasının kapsamı bu alanda çok genişlemiştir."¹⁰⁹

Hayat kalitesi kavramı, ilk kez Avrupa'da tartışılmaya başlanmıştır. Kalkınma ekonomisi terimleri arasında, büyüme ve kalkınmadan farklı olarak "ilerleme"¹¹⁰ nin temsil ettiği değerler arasında bulunan bu kavram, Avrupa'da çok uzun sürede gelişen sosyal bilinçlenmenin bir ürünüdür. Avrupa'da artık bir tüketim çılgınlığının başlaması söz konusu değildir. Avrupa insanları, uzun vadeli borç ve kredi yükleri altına girmeyi sevmezler. Toplumlardaki tasarruf eğilimi ve sosyal güvence eğilimi ağır basmaktadır. Eğitimli tüketici sayısının yüksekliği, kaliteli ürün talebini, seçiciliği, fiyat bilincini beraberinde getirmektedir. Avrupa'da reklamlar giderek, çekici, sevimli ve dürüst haberleşme araçları biçimine girmektedirler. Temel amaçları, müşteri çekmekten ziyade, tüketici bilgilendirmeye dönüşmüştür.

"Endüstri sonrası toplumlarda gelişme kriteri, kantitatif bir artıştan ziyade, artık, kalitatif bir yükselme biçimine dönüşmektedir. Bu durum, özellikle hizmet sektöründe son derece belirgindir. Hizmet sektörü lider ekonomik güç haline gelmiştir ve bu yeni gelişme bize, batı ekonomilerinin büyük bir yapısal değişiklik geçirdiğini göstermektedir. AT ülkelerinde, 1920 lerden bu yana, hizmet sektöründe istihdama imkan veren yeni işgücü hacmi, 20 milyondan fazla bir büyüme göstermiştir. Ayrıca, hayat kalitesi kavramı, tüketiciler arasında yeni faaliyetler, süreçler ve değerler yaratmıştır. Bu olayların yansıması, bir

¹⁰⁹DAWSON, Jonh A. "Commercial distribution in Europe" Croom Helm London 1982 S:15

¹¹⁰CAMERON a.g.k. S:9

Cameron, büyüme (Growth), kalkınma (development) ve ilerleme (Progress) kelimelerinin eşanlamlı oldukları halde, ekonomi literatüründe ifade ettikleri anlamlar bakımından ayrıma tabi tutulduklarını belirtiyor. Bu ayrıma göre, büyüme kelimesi, bir ülkenin üretim faktörlerinde (toprak, emek, sermaye) reel olarak ya da verimlilik artışı sonucu meydana gelen çoğalmayı ifade eder ve kişi başına düşen gelir şeklinde ifade edilerek anlamlı hale getirilir. Kalkınma, büyümeyi takip eden, olumlu yönde bir yapısal ekonomik değişimdir. Büyüme ve kalkınma genellikle ayrılmaz bir bütün olarak düşünülürler sosyal değerleri ifade etmeyen teknik terimlerdir. Oysa, sosyal ve ahlaki değerlerdeki gelişmeyi içeren ve bir toplumun iyiyi kötüden ayırma yetisi olarak tanımlanabilecek ilerleme kavramı, diğer ikisinden ayrı olarak değerlendirilir. Materyalist anlamda refah, Amerika örneğinde olduğu gibi bazen insan yapısı üzerinde olumsuz etkilere yol açabilir. Büyüme ve kalkınmanın yüksek olduğu her ülkede ilerleme olması şartı olmadığı gibi, büyüme ve kalkınmanın düşük olduğu bazı toplumlarda ilerleme görülmesi mümkündür.

pazarlama ekonomisinin doğmasına yol açmıştır."¹¹¹ 1970 senesi, Avrupa'da pazarlamanın bir evrim sürecine girdiği dönem sayılmaktadır. Bu dönemde, toplumsal değişim süreci ile kapitalist düşünce dinamik bir etkileşim içine girmişlerdir. Pazar analizi, tasarım ve üretim çevrimi öylesine hızlanmaya başlamıştır ki, neredeyse her tüketicinin isteğine göre değişik mal üretebilmek mümkün hale gelecektir. Bu durum, mamul hayat seyri eğrisi gibi kavramların demode ve kaba saba bir hale gelmesine neden olmuştur. Bilgisayarlı stok kontrolü, self servis satış teknikleri, bar-kod tarayıcıları ile bütünleşmiş ve dağıtım kanallarında değişikliklere yol açmıştır. Pazarlamanın kurumsal örgüt ve yönetim biçimi, teknolojik yenilikler doğrultusunda değişmek zorunda kalmıştır. İletişim teknolojisinde görülen hızlı ilerleme, şirket yapılarını merkezileştirmeyi mümkün kılmış, bundan dolayı da yeni yönetim ve mülkiyet yapıları ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu durum, şirketlerin pazarlama organizasyonlarının da değişmesi demektir. Pan-Avrupa pazarlama programları, ülke bazında yönetimden ziyade, bölgesel yönetimi gerekli kılmaktadır.

Avrupa'da pazarlamanın, 15-20 sene içinde tümüyle değiştiğini iddia etmek elbette ki doğru olmayacaktır. Ancak, sermaye yaratma ve kullanma sürecinde büyük değişimler yaşandığı gözlenmektedir. Bu durum pazarlamanın da değişimi demektir ve gerçekten de geleneksel tutumlarını sürdüren Avrupa şirketlerinin yanısıra, pazar payları büyük, yeni kuşak işletmelerin sayısı hızla artmaktadır. Şirket ve kurumlar arasındaki güç dengeleri ile çıkar alanları da aynı hızla değişmektedir. "Mesela içinde hiper marketler bulunan, trafiğe kapalı alışveriş alanları, sadece perakendeciliği değil fakat toptancılığı, taşımacılığı, sigortacılığı, güvenlik hizmetlerini ve hatta reklamcılığı bile yeni bir şekle sokmuştur. Ayrıca, pazar arabası, yazar kasa, raf, soğutucu, tahta kasa, elektronik ekipman gibi tamamlayıcı mal üreten ikincil endüstrilerin büyüüp güçlenmesine sebep olmuşlardır."¹¹²

Avrupa'da zevk ve tüketimdeki değişimler, uzun vadede gelir ve fiyat elastikiyetine, kısa vadede ise, reklam kampanyalarına bağlıdır. Oysa, ekonomik birleşmenin etkisi ile oluşmaya başlayan yeni bir değişim türü daha ortaya çıkmıştır; ürünlere karşı, sosyal tavırlardaki değişim.

¹¹¹DAWSON a.g.k. S:15

¹¹²DAWSON a.g.k. S:23

Bu tür bir değişim, Avrupa hayat biçimi imajının, geniş bir toplumsal zemine yayılmaya başlamasından kaynaklanmaktadır ve daha ziyade psikografik faktörlere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Tüketici zevk ve tercihleri, giyim, mobilya seçimi, ev araç gereçleri ve hatta yiyecek sektöründe, yavaş ama emin adımlarla bir Avrupa zevk benzerliği gelişmeye başlamıştır.

"Avrupa pazarında genel bir psikografik bölümlenme yapıldığında, karşımıza üç değişik, fakat tüketicilik hareketi nedeni ile karşılıklı ilişki içinde olan bölüm çıkmaktadır. Bunların ilki, pazarlama yapısı içinde, kendilerine daha aktif ve sistem ile karşılıklı etkileşimde bulunabilecekleri bir yer arayan tüketicilerdir. İkincisi, yeni tüketici davranışlarından etkilenen ve sayıları giderek artan çevrecilerdir ve üçüncüsü de, yine tüketici örgütlerinin etkisi ile toplumda farklı statüler aramaya başlayan Avrupa'lı kadınlardır. Böylece, üç ana başlık altında topladığımızda, Avrupa'nın tüketim tarafında giderek güç kazanan üç belli başlı akımm, tüketicilik, çevrecilik ve feminizm olduğunu görürüz."¹¹³ Bu akımların, Avrupa kapitalizmi üzerindeki yönlendirici güçleri, gün geçtikçe artmaktadır. Avrupa topluluğunun düzenlemelerinde, bu akımların izlerini ve etkilerini açıkça görmek mümkündür. Alışveriş alışkanlıkları da değişime uğrayan bir diğer alandır. Şehirdışına kurulan büyük, kapalı pazar alanlarından ya da sınır ötesinden alışveriş etmek, araba mülkiyetinin artması sonucu mümkün olmuştur. Büyük miktarlarda alınan yiyeceklerin korunması ise, derin dondurucuların yaygınlaşması ile mümkün olmuştur. Televizyon siparişleri hayatı kolaylaştırmıştır ve bu tür alışveriş biçimi, interaktif televizyon ve bilgi otoyollarının tamamlanması ile pazarlamanın şeklini bir kez daha değiştirecektir. Kredi kartı ve banka kartının (ATM kartı) hemen her yerde, güvenli ve hızlı biçimde kullanılmaya başlanması ile tüketim eğilimi, sürati ve arzusu artmıştır.

Avrupa'da tüketiciler ile sermaye sahiplerinin karşılıklı etkileşimi, sosyal sorumluluğu daha güçlü şirket yapılarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. İş hayatı hemen hergün medyada ve toplum bilincinde yargılanmaktadır. Eskiden sadece kârlılık üzerinde yoğunlaşan bu yargı biçimi artık sosyal ve çevresel

¹¹³QUELCH, J.-BUZZEL, R. & SALAMA, E."The marketing challenge of Europe 1992" Addison-Wesley publishing group Harvard B.S.Boston 1991 S:52

sorumlulukları da kapsamaktadır. Ayrıca Avrupa birliğinin hızlanması, iş camiasında önemli değişikliklere yol açmıştır. Perakendecilik uluslararası hale gelirken, toptancılar pan-Avrupa stratejileri geliştirmeye başlamışlardır. Bu değişim, pazarda yeni oluşan fırsat ve tehditlerinin yarattığı zorunluluklardan kaynaklanmaktadır. Ticari açıdan sınır ve gümrüklerin kalkması ile "1992 'nin etkileri her sektör ve her şirket için değişik olmuştur. Şirketin kişiliği ve politikası, hizmet ettiği müşteri topluluğunun doğası, komisyon tarafından belirlenen sektörel kurallar, rakipler ve pazar koşulları etkilenmenin derecesini belirleyen faktörlerdir."¹¹⁴ Avrupa pazarında bütünleşme, birçok sektörde yakınlaşmaların tetiğini çekmiştir. Şirketlerin üretim ve dağıtım faaliyetleri, daha az sayıda ve büyük birimlerde toplanmaya başlamıştır. Uzmanlaşma giderek artmaktadır. Mesela Ford, Avrupa'daki fabrikalarını birleştirip, rekabet karşısında işçi çıkartmıştır. "Ekonomik Bütünleşme, birçok şirket birleşmesi yaratmaktadır. Deutsche Bank ile Banca d'America e Italiano, Nestlé ile Roundtree, Sara Lee ile Akzo gibi şirketlerin birleşmeleri, pazar kaybetme korkusundan kaynaklanmaktadır. Yabancı firmalar dışlanma korkusundan, Avrupa firmaları ise daha ziyade büyüklük kaygısından evlilik yoluna gitmektedirler."¹¹⁵ Ancak bu birleşmelerin bazı sınırları da vardır. "AT rekabet politikası, şirket birleşmelerinde kontrol edici bir rol oynarken, şirketlerin değişik ve güçlü kültür yapıları da diğer bir sınırlayıcı etken olmaktadır. Avrupa endüstürilerinde uzun süredir varlığını sürdüren kartelleşme giderek kırılmaktadır."¹¹⁶ Ayrıca şirketler arasında, lisanslı teknoloji, joint venture dağıtım anlaşmaları, teknoloji paylaşımı ve ürün uzmanlaşması anlaşmaları da yasal sınırlar içinde yapılmaktadır. Bütün bu yeniliklerin, rekabet, fiyat, mamul kalitesi ve çeşitliliği konularında olumlu gelişmeler sağlayacağı şüphesizdir. Avrupa topluluğu, güç durumdaki endüstürelere yardım fonu adı altında, üretime devlet teşviği de sağlamaktadır. Bu teşviklerin, benzer bir politika ile Japon sanayiinde oluşturulan yatay ve dikey entegrasyona yakın bir gelişme sağlaması beklenmektedir. Ancak bütün endüstürelere eşit şekilde dağıtılması planlanan bu fonlar, bazı eleştirilerin de hedefi olmuşlardır. "AT endüstüri ve iç pazar

¹¹⁴QUELCH, BUZZEL, SALAMA a.g.k. S:56

¹¹⁵KIRKLAND, Richard "Merger mania is sweeping Europe" *Fortune* Aralık 19 1989 S:157ff

¹¹⁶EMERSON, Michael "The economies of 1992" *Oxford university press* 1988 S:179

komisyonu üyesi Martin Bangemann, rekabet hukukunun bazı ekonomi bilmez avukatlar tarafından düzenlendiğini ve bunun uzun vadede zararlarının ortaya çıkacağını belirtmektedir. Bangemann'a göre, endüstri yardım fonlarının yatay dağıtımını yerine, otomotiv, elektronik, iletişim gibi bazı sektörler için dikey olarak aktarılması gerekmektedir. Aksi takdirde uluslararası rekabet şansı azalacaktır."¹¹⁷

Avrupa birleşik pazarından en yüksek fayda sağlaması beklenen sektörler aşağıda sıralanmaktadır:¹¹⁸
Bu sektörler yaklaşıp büyüyecek ve standart hale geleceklerdir.

Bankacılık: Fiyat ayrılıkları ve tarihi farklılıklar ortadan kalkacak.

Telekomünikasyon: Değişik standartlar ve devlet korumacılığı yerini tek sisteme bırakacak.

Yapı ürünleri: Telekomünikasyon sektörünün benzeri.

Beyaz eşya: Ölçek ekonomileri uygulama şansına sahip olacak.

Ev tüketimi, yiyecek, içecek: Potansiyeli çok büyük bir sektör ancak dağıtım organizasyonu zayıf.

Basın: Bilgisayar ve iletişim teknolojisinin yaygınlaşması ile potansiyeli artacak.

Ulaşım: Değişik fiyatlar ve maliyetler mevcut. Büyük kapasiteli şirketler oluşacak.

İş hizmetleri: Reklam muhasebe ve danışmanlık alanlarında giderek artan sayıda çokuluslu şirket, bölgesel hizmet talep ediyor.

Ayrıca AT nda iş yapan şirketler artık standartlaşmış pazarlama araştırması hizmetlerine ihtiyaç duymaktalar. Böylece, tüketici davranışlarını ve marka tercihlerindeki değişimleri takip edebilecekleri gibi, sınır ötesi mukayeseler de yapabilecekler ve birleşik Avrupa pazar bölümlerini inceleyebilecekler.

Mevcut ve potansiyel rekabet de kolaylıkla izlenebilecek.

Avrupa pazarlamasını bileşenlerine ayırarak incelediğimizde, 4P bileşenleri için hazırlanmış, belli başlı bir takım politikaların var olduğunu görüyoruz. Bunları ana başlıklar halinde özetlemek mümkündür;

1.5.1. Ürün politikası: Pazar birliğinin en büyük avantajlarından bir tanesi, teknik standartlar, sağlıkla ilgili ürünlerin standartlarının test onaylama ve tescil işlemlerinin bütünlüğünü sağlamasıdır. Bu sayede, AR-GE çalışmalarının da her ülke için ayrı ayrı yapılmasının önüne geçilmiştir. Böylece maliyetlerde

¹¹⁷HILL, Andrew "Free movement of EC dual-use goods sought" *Financial Times* 23 Ocak 1992 S:2

¹¹⁸Kaynak: QUELCH, BUZZEL, SALAMA a.g.k. S:68

önemli bir düşünüş sağlanabilecektir. Buna örnek olarak, Avrupa telefon santralı sistemlerini göstermek mümkündür. "AT ndaki 10 değişik ulusal standarda uygun olarak üretilen telekomünikasyon sistemleri, \$10 milyara mal olmuştur. Aynı amaçla ABD nde 3 ayrı sistem için \$3 milyar, Japonya'da ise tek bir sistem için \$1,5 milyar harcanmıştır."¹¹⁹ Teknik standartlar, topluluk düzenlemelerine göre, kolay ve basit yönden ziyade, yüksek ve yapırımcı bir yönde gelişmektedir. Bu gelişme, büyük ve yetkin üreticilerin yararına değildir. Teknik standartlaşma, daha kaliteli ürünlerin daha düşük maliyetle üretilmesine imkan sağlamaktadır. Stok tutma ihtiyacını ve satış gücü hatalarını azalttığı gibi, üretim ve lojistik planlamalarının daha sağlıklı yapılmasına yol açmaktadır.

Böylece tasarruf edilen kaynaklar, fiyat indirimi şekline girebileceği gibi, AR-GE ya da pazar geliştirme harcamaları şekline de dönüşebilir. Ancak bütün bu gelişmeler, tüketici tercihlerinin tümünden değişeceği anlamına gelmemektedir. Bölgesel markalar, azalan pazar paylarına rağmen, daha bir süre, özellikle daha yaşlı ve kültür bağımlısı kesim tarafından aranılacaklardır. Yine de, esnek ve standart üretim sistemleri ile üretilmiş, ambalajında çeşitli diller kullanılmış, markaları dikkatle seçilmiş ürünler ile, bölgesel ürünler arasında, pan-Avrupa ürünler lehinde, bir fiyat ve değer algısı avantajı oluşması kaçınılmazdır. Ayrıca, Avrupa pazar bölümleri, giderek yetkin hale gelen pazar araştırması yöntemleri ile, kesin olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Özellikle genç nesil için kesin sonuçlar elde edilmektedir. Böylece büyük üreticilerin de bölgesel farklılıklar için özel çaba harcaması gereği ortadan kalkmaktadır. Mesela, "Nestlé'nin sattığı Camembert peyniri, her ülke için değişik bir ambalaj ve marka ile pazara sürülmekteydi. Son zamanlarda, Nestlé logosu da, bölgesel markanın yanında ve aynı büyüklükte kullanılmaktadır ve bütün ambalajlar giderek benzerlik kazanmaya başlamıştır. Bir kaç yıl içinde, bölgesel marka tamamen silinecek ve sadece standart ambalaj içinde Nestlé peyniri pazara verilecektir."¹²⁰

Birleşmeler, destekleme politikası, etkin ve verimli üretim sayesinde, yüksek teknoloji üreten endüstrilerde bir yeniden yapılanma başlamıştır. Artan rekabet, AR-GE çalışmalarını, yenilikleri ve yeni

¹¹⁹"Making Europe a mighty market" *New York Times* 22 Mayıs 1989

¹²⁰COTE, Kevin "1992: Europe becomes one" *Advertising age* 11 Haziran 1989 S:46

ürün geliştirmeyi teşvik etmektedir. Özellikle bilgisayar alanında, Avrupa'nın rakiplerinden oldukça geri olması nedeni ile, kamu kaynakları ile desteklenen bazı projeler üretilmektedir. Konuyla ilgili bir çalışmada, Japon ve Amerikan hükümetlerinin, yüksek performanslı bilgisayar alanına çok büyük miktarlarda yatırım yaptıkları, oysa Avrupa'nın bu alanda hiçbir şekilde mevcut olmadığı belirtilmektedir. "Karmaşık fiziksel, ekonomik ve sosyal sistemlerin kavranıp, denetlenmesi alanındaki gelişme, olağanüstü bir sıçramaya dönüşmek üzeredir. Gerçeğin, daha önceleri düşünölemeyecek kesinlikteki simölasyonu, bugünkü bilgisayar performansının yaklaşık bir kat artması ile mümkün hale gelecektir. Uzay, havacılık, kimya, ilaç ve otomotiv gibi sektörler büyük ölçüde bu gelişmeden etkilenirken, matematik ve fizikten, sosyal gelişme ve sınai rekabete kadar her alanda evrimin bir üst basamağına geçilecektir. Bilimin bütün alanlarını alt üst edecek olan bu makineler, 2000 li yılların başında kesinlikle devreye gireceklerdir."¹²¹ Çalışmanın sonunda, AT nun, ESPRIT (European Strategic Program for Research and Development in Information Technologies) ve RACE (Research in Advanced Communications in Europe) gibi kuruluşları vasıtası ile, 1995 yılından itibaren ve bir milyar ECU tutarında bir bütçe kullanarak, elektronik sektöründe bütünleşme sağlanması gerektiğı sonucuna varılmıştır. Topluluk üyesi ölkelerin ve Avrupa komisyonunun elektronik sanayiini destekleme eğilimi de giderek artmaktadır. "Özellikle, güçlü Japon rekabetinin varolduğı ve karlılığın hızla gerçekleşmesinin mümkün olmadığı elektronik sektörünün, devletler eliyle ve topluluk fonları ile desteklenmesi, bundan böyle bir topluluk endüstri politikası olarak kabul edilecektir."¹²² Zaten AT bünyesinde, devletin orkestra şefi görevini benimsediğı, gerek kaynak aktarımlarında ve gerekse üretimde, yön belirleme işlevini üstlendiğı bir yapıya yönelik başlamıştır. Bu da Alman-Japon modelinin çağrışımını yapmaktadır.

AT pazarındaki yeni ürün ve markaların artmasının bir diğer sebebi ise, pazara yeni giren veya pazar paylarını arttırmak isteyen üreticilerin, yeni ürün konusunda gösterdikleri çabalardır. Özellikle yüksek

¹²¹RUBBIA, Carlo "Yüksek performanslı bilgisayarlar: Devrimsel teknolojiye Avrupa girişimi önerisi" EC News 22 Mart 1992 Sayı:12 S:5

¹²²HILL, Andrew "Electronics sector backed in the EC industry ministers meeting" Financial Times 18 Kasım 1992 S:2

teknoloji ile çalışan endüstriler için yenilik yapmak, maliyet azaltmak kadar önemli bir hedef haline gelmiştir.

Yeni ürünlerin AT pazarını hızla sarmasında, artan AR-GE çalışmalarının yanısıra diğer bazı etkenler de sözkonusudur. Pazara yeni giren firmalar, kendilerine bir yer edinebilmek ya da konumlarını güçlendirebilmek için, yeni marka , model veya dizaynlara ağırlık vermektedirler. Bu yenilik akımm, pazar bütünleşmesi tam anlamı ile gerçekleşinceye kadar sürmesi beklenmektedir. Daha uzun vadede ise, başarılı firmaların önünde, her bir ürün ya da hizmet için, tek pazarın büyük potansiyeli olacaktır. Bu da yenilik yapmayı teşvik edecek bir durumdur.

Bir diğer önemli etken ise, araştırmacı ve mühendislerin, her yeni ürünü Avrupa ülkelerindeki değişik standartlara uygun hale getirmek için harcadıkları çaba ve zamanın, artık sadece araştırma ve icatlara kanalize olababilmesidir. "1992 pazar bütünleşmesi öncesinde Philips firması, sadece ürettikleri televizyon cihazlarını, değişik Avrupa ülkeleri standartlarına uygun hale getirmek için, yılda 20 milyon Dolar harcadıklarını beyan etmiştir. Kimya endüstrisinin o dönemde, AR-GE harcamalarının ortalama %15'ini teknik standart uyumu için kullandığı bilinmektedir. Nixdorf firmasının ise, toplam üretim harcamalarının %5'ini uyum maliyeti olarak yaptığı anlaşılmıştır. Bu tür gereksiz kaynak harcamalarının ortadan kalkması, yeniliklerin artışı teşvik etmektedir."¹²³

Ekonomik birleşme sayesinde, yeni ürünlerin pazara ulaşma hızı da artmıştır. Deneme, tescil gibi işlemler standart hale getirilip, basitleştirilmiştir. Sınır ve gümrük sorunları ortadan kalkmıştır. Teknik ve standardizasyon uyumsuzlukları da halledilmiş ve ürünlerin karşılıklı tanınması kabul edilmiştir. Böylece, Almanya'da ithal biraların satılması, İtalya'da ise, yabancı ucuz makarnaların pazara girmesi gibi rekabet artırıcı olayların yaşanması mümkün hale gelmiştir. İşgücünün serbest dolaşımı sayesinde, tanıdık ürünleri yabancı ülkelerde satın almak isteyen insan sayısı da artmıştır. Bu durum, raflarda yer almak isteyen ürün sayısında bir artış ve dolayısı ile, dağıtım kurumlarının eline geçen ek bir güç demektir.

¹²³TULLY, Shawn "Europe gets ready for 1992" Fortune 1.Kasım 1988 S:81-84

1.5.2.Fiyat politikası: Uzun vadede, azalan maliyetler, kamu ihalelerinin, daha yoğun rekabete açılması, yabancı yatırımların artması, büyüyen üretim kapasitesi, rekabet politikasının daha etkin uygulanması ile yoğunlaşan genel rekabet, AT pazarında fiyat düzeyini aşağı çekmeye devam edecektir. Yapılan tahminlere göre, "1992 yılı takip eden 10 yıl içinde, AT nda üretilen mal ve hizmetlerin fiyatları, ortalama %8.3 azalacaktır."¹²⁴ Bazı sektörler, fiyat rekabetinin etkilerini görmek açısından güzel örnekler oluşturmaktadırlar. Mesela, "finansal hizmet şirketlerinin, sınır ötesi iş yapma haklarını elde etmeleri ile oluşan ortamda, bankacılık, sigortacılık ve borsa işlemleri gibi alanlarda rekabet artmıştır. Bu sektörlerde, 2000 yılı itibarı ile, İngiltere'de %7, İspanya'da ise %21 oranında bir genel fiyat düşüşü beklenmektedir. Diğer üye ülkelerde ise bu iki sınır arasında kalan oranlarda düşüşler beklenmektedir."¹²⁵

AT üyesi ülkelerin kısa süre içinde, ilaç standartları ve fiyatlarında bir ortak nokta bulmaları zor görünmektedir. Üye ülkelerin büyük çoğunluğunun kendi düzenlemelerini üstün görmesi ve komisyonun düzenlemelerini yüksek standart olarak kabul etmemesi sebebi ile, bu konu hassas bir nokta olarak kalmaktadır. Bu yüzden, üye ülkelerin, ilaç ve sağlık hizmetleri arasında, %600 lere varan fiyat farkları görülmektedir. Yeni düzenlemelerin kabul edilmesi ile birlikte bu farklılıklar, ortak bir noktaya çekilecektir.

Rekabet konusunda, pazarlama karmaşasının diğer elemanlarına nazaran, fiyat, göreceli olarak daha önemli bir role sahiptir. Bu yüzden, fiyatlar genel düzeyinde gerçekleşen bir düşüş, tüketiciler pazarına canlılık getireceği gibi, rekabeti de arttıracaktır. Ayrıca, çeşitli yasal düzenlemeler, KDV farklılıkları, kur farkları, dağıtım şirketlerinin fiyat politikaları ve üreticinin her ülke için ayrı pazarlama stratejileri geliştirmeleri sebebi ile, ülkeler arasında oluşan fiyat farklılıkları da giderek ortadan kalkmaktadır. Bu oluşumu zorlayan iki önemli etken vardır. Birincisi, sınır kontrollerinin kalkması sebebi ile sınır ötesi alışveriş yapmak çok kolay bir hale gelmiştir. Böylece, özellikle otomobil gibi pahalı mallar için, tüketicilerin yüksek fiyat ödeme zorunluluğu kalmamıştır. İkinci olarak da, AT ülkelerinde yasal kabul

¹²⁴AT komisyonu "The Economics of 1992" European economy study No:35 Brüksel Mart 1988 S:123

¹²⁵HENLEY CENTRE "The United Markets of Europe: Financial services" Henley Centre London 1989 S.36

edilen paralel ithalat, fiyat birliğini zorunlu hale getirmektedir. Burada, dağıtıcı firmaların, aynı ürünü, ucuza satıldığı ülkeden alıp, pahalı satıldığı ülkede satması söz konusudur. Paralel ithalat, aynı ürüne farklı fiyat uygulayan firmaları ve devletleri zarara uğrattığı gibi, pahalı ülkedeki satış gücünü de demoralize etmektedir.

1.5.3.Dağıtım politikası: Tek pazar oluşumu, sınır geçişlerini ve dağıtım faaliyetlerini hızlandırmıştır. Fakat, pan-Avrupa dağıtım ağlarının ve hizmetlerinin gelişmesi zaman alacaktır. Eskiden gümrük geçiş ve bekleme süreleri, karayolu ile taşımada, toplam taşıma maliyetinin %22 sine mal oluyordu. AT ülkelerinin, kendi iç düzenlemeleri sebebi ile, milli olmayan taşıma şirketlerinin birçok ülkede mal taşınması yasaklanmıştı. Bu yüzden, AT karayollarındaki kamyonların %35'i varış yerlerinden boş dönmek zorunda kalıyordu. İlk etapta, en azından maliyet düşüşleri ve verimlilik açısından önemli mesafeler alınmıştır.

"Tatminkar bir fiziksel dağıtım sisteminin yokluğunda, Avrupa pazarının işlevsiz kalacağı açıkça bellidir. Avrupa dahilindeki bütün taşıma faaliyetlerinin %97 si topluluk içinde gerçekleşmektedir. Bu yüzden, uluslararası iş yapan firmalar, tek pazar avantajını en iyi biçimde kullanabilmek için, taşıma ve depolama faaliyetlerini, minimum stok ve minimum maliyet esasına göre yeniden rasyonalize etmektedirler. Avrupa'da karayolu taşımacılığı, toplam içinde %70 oranında yer tuttuğu için, Dağıtım alanındaki çalışma ve düzenlemeler, daha ziyade bu bölgede yoğunluk kazanmaktadır. "126 Aslında, oldukça büyük bir fazla kapasitesi olan kamyon taşımacılığı, ülkeler arasındaki kanun ve standart farklılıkları sayesinde bugüne kadar verimsiz çalışmasını sürdürebilmiştir. 80 li yılların sonu ve 90 li yılların başını kapsayan resesyon dönemi, artan rekabet ve yüksek teknoloji kullanımı, karayolu taşımacılık firmalarını etkin ve verimli çalışmaya itmektedir. "30 yıl kadar önce, taşımacılığın anlamı, <dört tekerleğim var, getir ne istiyorsan taşıyayım, depolamanın anlamı ise, akmayan bir çatım var getir malımı koy> idi. Oysa şimdi taşımacılık, son derece gelişmiş, bilgisayar kontrolünde bir iş kolu haline gelmektedir. Öyle ki, bu alanda kullanılan teknoloji geliştikçe, dağıtım ve lojistik uzmanları, üreticilerin

126TERRY, Michael "European report on distribution" Holland Herald Temmuz 1993 S:48

anlama kapasitelerinin dışında seçenekler ile ortaya çıkmaktadırlar. Bir üreticinin bütün arz yeteneğini kontrol altına alan JIT (Just in time) sistemi bugün lojistik uzmanları tarafından uygulanmaktadır. Sistemin yararlarını kavrayan, maliyetlerini düşürüp, geri ödeme süresini kısaltmak isteyen Avrupalı üretici sayısı da giderek artmaktadır."¹²⁷ İngiliz lojistik ve dağıtım yönetim enstitüsü, yeni dağıtım teknolojileri sayesinde, İngiltere'de meydana gelen yıllık dağıtım giderlerinin, 80 larda ortalama şirket cirolarının %17'inden, 90 larda %4.7'ine düştüğünü açıklamıştır.

Stok tutma ihtiyacının giderek azalması ve stok kontrolünün elektronik hale gelmesi, Avrupalı şirketleri birbirlerine karşı yumuşama politikasına doğru götürmektedir. Eskiden tabu kabul edilen, aynı taşıma şirketini ya da aynı ambar bölgesini kullanmak, artık rakip şirketleri fazla rahatsız etmemektedir. Bir çok şirket de, artık ihtiyaç kalmadığından, depolama yerlerini tasfiye etmektedir. Mesela, "Philips firması, Amerika ve Japonya'da yıllık satış miktarının %14'ünü stok olarak tutarken, Avrupa'da %23'ünü tutmak zorunda kalıyordu. Şimdi ise, depolama alanlarını üç bölgesel merkeze toplayan Philips, yıllık \$300 milyon tasarruf sağlamaktadır."¹²⁸

Avrupa dağıtım sektörünün genel bir bütünleşme ve işbirliğine doğru gitmekte olduğu da gözlenmektedir. "En büyük 10 AT dağıtım firmasından sadece bir tanesinin, ulusal pazarı dışında anlaşmalı olduğu yabancı şirketler yoktur."¹²⁹ Ayrıca, perakendeciler, dağıtıcılar ve komisyoncular alım güçlerini arttırmak için sınır ötesi anlaşmalar yapmaktadırlar. Dağıtım sisteminde meydana gelen değişimin etkileri bütün AT ülkelerinde hissedilmektedir. Teknolojik gelişme ve anlaşmalar ile giderek büyüyen ve güçlenen dağıtım şirketleri, "müşteriye etkin karşılık" adı altında yeni bir kavramı ortaya atmışlardır. "Burada amaç, dağıtım kanalının bütün noktalarındaki stok tutma miktarını ideal noktaya getirmek ve ürün, neredeyse üretim hattından ayrılır ayrılmaz, satış noktasına ulaştırmaktır. Aracı kurumlar, geçmişte uyguladıkları, stok tutma maliyetlerini mümkün olduğunca üretici firmaya yükleme

¹²⁷BUCKLEY, Neil "Cinderella industry finds its feet" Financial Times Survey, Distribution Services 5 Ekim 1993 S:29

¹²⁸BUCKLEY a.g.m. S:30

¹²⁹JOHNSTON, F. - PIPER, R. "Who is selling what in European Retail" Marketing Week 20 Mayıs 1989 S:45

taktiğinin, sonuçta daha yüksek fiyatlarla satılan ürünler şeklinde, kendilerine döndüğünü anlamışlardır. Bu yüzden artık, karşılıklı fayda esasını ön plana almaktadırlar."¹³⁰

İletişim ve teknolojiadaki gelişmeler, dağıtım sektörünün arkasındaki itici güç olmaya devam edecektir. Şimdiki öncelik, dağıtım sistemlerinin, bir iletişim ağı ile bütünleşmeleri, böylece bilgiyi hızla ve etkin biçimde paylaşmalarıdır. İkinci öncelik ise taşınan malların kodlanarak uydu iletişimi yardımı ile, bütün dağıtım kanalı boyunca takibinin sağlanmasıdır. Bar kod sistemler ve elektronik tarayıcılar, bilgisayarlar arasında, anında bilgi değişimini sağlamaktadırlar. Böylece, elektronik olarak bütünleşmiş sistemler sayesinde, JIT gibi uygulamaların gerçekleşmesi kolaylaşmaktadır. "Depolama teknolojisi ve robot kullanma imkanları öylesine hızlı gelişmektedir ki, şirketler lojistik danışmanlarının yardımı olmadan, önemli kararlar almakta güçlük çekmektedirler."¹³¹ Pan-Avrupa şirketi olmak isteyen kuruluşların, yüksek teknoloji gerektiren lojistik faaliyetlere yatırım yapmasının kaçınılmaz olduğu ortaya çıkmıştır. "Yine bilgisayar modelleri ile yapılan, Avrupa'nın en uygun dağıtım yeri seçimlerinde, güney Hollanda, kuzey Belçika, kuzey-doğu Fransa, Ruhr bölgesi ve kuzey İtalya bölgeleri öncelik kazanmıştır. Modelde kullanılan karar faktörleri, vergiler, teşvikler, endüstriyel bölgelere yakınlık ve ana karayolları ile limanlara ulaşımıdır."¹³² Bu bölgelerin, AT dağıtım merkezleri olarak önem kazanmaları beklenmektedir.

Dağıtım politikasına etki eden bir diğer önemli faktör de çevre korunmasıdır. Şubat 1992 tarihinde, ulaştırmanın çevre üzerindeki etkisi ile ilgili olan "Yeşil kitap", AT komisyonu tarafından kabul edilmiştir. Çalışmanın amacı, çeşitli ulaştırma ve taşıma faaliyetlerinin, çevre üzerindeki zararlı etkilerini en aza indirmektir. "Tek pazar oluşumu ile, 1990-2010 yılları arasında, yolcu ve mal taşımacılığında, %41 oranında bir artış olacağı beklenmektedir. Taşımacılıkta kullanılan enerji, AT da tüketilen toplam enerjinin üçte birini oluşturmaktadır. Kullanılan bu enerji, hava, su ve toprak kirliliğine sebep olmaktadır. Çoğu yerleşim bölgesinde ise, gürültü düzeyi, öngörülen 55 desibel düzeyinin

¹³⁰GOODING, Claire "The retail industry. More changes ahead" Financial Times Survey. Distribution services London 5 Ekim 1993 S:31

¹³¹BAXTER, Andrew "Single market spells a re-think on logistics" Financial Times London 27 Ocak 1992 S:4

¹³²TERRY a.g.m. S:51

üzerindedir. Oysa çevre bozulması gerekli bir şey değildir ve bunu önlemenin bir çok yolu vardır. AT komisyonu, bu önlemleri almak için harekete geçmiştir."¹³³ Bu güne kadar, gaz emisyonları, gürültü ve hız sınırları konularında standartlar belirlenmiştir. Kabotaj ve birleşik ulaştırma alanlarında özgürlük ve buna bağlı olarak, ulaştırma kapasitesinin optimum düzeyde kullanımı konusunda düzenlemeler yapılmıştır.

-Su, hava ve toprak kalitesi için kesin standartlar getirme

-Çevreyi tahrip etmeyen taşıma yöntemlerinin teşviki

- Vergilendirme

-Tehlikeli maddelerin taşınmasında güvenlik

-Kamuyu bilgilendirme..... gibi konularda ise komisyonun çalışmaları devam etmektedir.

"Standartlar belirlenmeden önce yapılan araştırmalarda, bütün taşıma firmalarının, çevre standartlarını maliyet arttırıcı bir etken olarak gördüğü ortaya çıkıyordu. Oysa, şimdi anlaşılmıştır ki, bu konudaki hemen bütün gelişmeler, maliyet azaltıcı unsurlar haline gelmiştir. Bunun en güzel örneği, 1988 Haziranından sonra üretilen bütün araçlara takılması zorunlu kılınan hız sınırlayıcılarıdır. Bu sayede, yakıt verimliliği önemli ölçüde artmıştır."¹³⁴

1.5.4. Tutundurma (iletişim) politikası: Tek ve büyük bir pazarın şartlarına alışan firmaların, pazarlama iletişimine, kısa ve uzun vadede daha fazla yatırım yapmaları kaçınılmazdır. Nitekim, 1982-1992 arasında, AT ülkelerinde tanıtım faaliyetleri için harcanan kaynaklar, reel olarak %300 oranında artmıştır.¹³⁵ Geçiş dönemindeki harcama artışlarının sebebi, yeni ürünlerin pazara girmesi, pazarın değişik bölümlerinde yer kapma çabaları ve yeni pazarlar açma çalışmalarıdır. "Uzun dönemde harcamaları arttıracak etkenleri ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;"¹³⁶

¹³³EC News "AT komisyonu ulaştırma ve çevre ile ilgili yeşil kitabı kabul etti" EC News Ankara 13 Mart 1992 Sayı:10 S:4

¹³⁴BUCKLEY a.g.m. S:29

¹³⁵Bu konuda bkz. "European advertising, marketing & media data 1992" Euromonitor publications Ltd. A directory and source book UK 1992 S:4

¹³⁶QUELCH-BUZZEL SALAMA a.g.k. S:80-81

a) Tek pazar, pek çok şirketi, alışık oldukları kişisel ilişkiler yerine, reklam gibi kişisel olmayan araçlara yönelmek zorunda bırakmaktadır.

b) Avrupa'da televizyon istasyonlarının sayısı ve kalitesi giderek yükselmektedir. Bunun anlamı, tüketicilerin daha fazla televizyon seyretme ihtimalinin artmasıdır. Proctor & Gamble ile Gillette gibi reklama büyük kaynak ayıran şirketler, daha fazla reklam zamanı alabilmek için, televizyon istasyonlarına spor ve eğlence programları hazırlamaya başlamışlardır.

c) İstasyon sayısı ve yayın zamanının artması, reklam kapasitesinin de artması demektir. AT'nda, 1988-1992 yılları arasında, günde ortalama 18 saatden, yıllık 660.000 saatlik bir yayın kapasitesi artışı olmuştur. Bu, saatte 6 dakika reklam zamanı ile yılda 4 milyon dakika ek reklam kapasitesi anlamına gelmektedir. Böylece, daha önce sınırlı miktarda ve pahalı olan reklam zamanı, daha erişilebilir hale gelmiştir.

d) Pan-Avrupa medya kuruluşları giderek güç kazanmaktadır. Uydu yayımları, şimdiden AT seyirci toplamının %10 kadarna hitap etmektedir. The Economist, Wall Street Journal Europe, Hachette (Elle magazin) gibi yayımlar, bütün AT ülkelerinde yayımlanmaktadır. Bu tür kuruluşlar ayrıca, elektronik yayın (teletext, telegazete gibi) sektöründe de giderek büyümektedirler.

e) AT komisyonunun yayın kurallarını belirlemesi, saat başına reklama ayrılan zaman, sigara, alkol gibi ürünlere reklam yasağı gibi konularda getirilen kısıtlamaların belirgin hale gelmesi ile, pan-Avrupa reklam planları yapmak daha kolay hale gelmiştir.

"Televizyon, radyo, sinema, basım, direkt mail ve açık hava reklam araçlarına yılda \$60 milyar harcanan AT'nda, reklamın kurallarını belirleyecek gruplar arasında çatışma yaşanmaktadır. Sigara, alkol, finansal hizmetler, otomotiv, ilaç sanayi ve bilginin gizliliği konularında oldukça sıkı düzenlemeler yapan AT komisyonu, diğer sektörleri de ele alacağını bildirmiştir. Kısıtlamaların şiddetle karşısında olan reklamcılık sektörü ise, değişen sosyal zevk ve değerlere göre sektörün, büyük bir esneklik kapasitesi olduğunu, bürokratik düzenlemelerin yarardan çok zararı olduğunu savunmaktadır. Avrupa reklamcılık

derneği ve Avrupa yayıncılar konseyi, bürokratların kısıtlamalar konusunda ölçüyü kaçırmak, reklam sektörünü fakirliğe mahkum edebileceğinden endişe etmektedirler."¹³⁷

"Rakamlar, AT reklam sektörünün herşeye rağmen büyümekte olduğunu göstermektedir. Ekonomik durgunluğa rağmen, reklam harcamaları, Amerika'ya oranla üç kat daha hızlı artmaktadır. 1993 itibarı ile, dünya reklam harcamaları toplamının %30 u Avrupa'da gerçekleşmiştir. Pan-Avrupa reklamcılık ise, yılda %50 oranında büyümektedir. Birçok şirket yıllık reklam bütçelerinin %30-35 lik kısmını pan-Avrupa kampanyalar için ayırmaya başlamışlardır.

Pan-Avrupa reklam kampanyaları için, hertürlü medya ve mediumda değişik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Reklam mesajları kültürel olmaktan ziyade evrensel hale getirilmeye çalışılmaktadır. Görsel imaj ön plana geçmiştir. Özellikle televizyon reklamları için yapılan çalışmalar, hangi dilde dublaj yapılırsa yapılsın, reklamı seyredenlerin aynı anlamı yakalaması esasına göre hazırlanmaktadır."¹³⁸

Büyük şirketlerin iş yaptığı reklam şirketi sayısında da önemli düşüşler yaşanmaktadır. Kültürel ayrılıkların gözardı edilmeye başlanması ile, yerel acentalara duyulan ihtiyaç azalmaktadır. Mesela, 3M şirketi, anlaşmalı olduğu reklam şirketi sayısını 60 dan 3 e düşürmüştür. Böylece, sadece Avrupa çapında iş yapacak kapasitede şirketlerin yaşayabileceği bir iş ortamı doğmaya başlamıştır. Reklam şirketleri arasındaki birleşmeler ve ortaklıklar giderek artmaktadır. Bu şirketlerin yönetim merkezleri, ülke bazından, bölge bazına doğru değişme eğilimine girmiştir.

¹³⁷MEAD, Gary "Advertising campaigns for itself" Financial Times London 26.Kasım 1992 S:14

¹³⁸QUELCH-BUZZEL-SALAMA a.g.k. S:81-82

2. Türk'lerin ticaret tarihindeki yeri

"Dünya tarihinin, binlerce yıl boyunca ve yaklaşık olarak çağımızın başlangıcına kadar, hep göçebelerle yerleşikler arasındaki rekabete dayanmış olduğu bilinmektedir. Göçebelerin her zaman yerleşiklere üstün geldiği ve Türk'lerin en azından başlangıçta göçebeler arasında yer aldığı düşünülürse, Türk'ler için bu karışıklık, uzun ve şanlı serüvenlerinin kapılarını açan bir anahtar olmuştur."¹³⁹

Türk'ler bilinmeyen bir zamanda, Avrasya'nın kuzey bölgelerinde ortaya çıkmışlardır. İlk yurtları, büyük bir uygarlığın doğmasına elverişli olmadığından ve yiyeceklerini ancak yırtıcı hayvanlarla rekabet etme koşulu ile elde edebildikleri için, sert ve acımasız bir insan grubu haline geldiler. Yaşadıkları bölgede meydana gelen nüfus artışları, ya kanlı savaşlar ya da büyük göçlerle sonuçlanıyordu. Bu yüzden savaşmayı bir yaşam tarzı haline getirmeyi öğrendiler. Asya steplerinde, bozkır devletleri şeklinde gruplandılar ve bunu ancak en güçlüünün isteğini, daha zayıfa kabul ettirerek yapabildiler. Böylece sahip oldukları, örgütlü vurucu gücü, yerleşik gruplar üzerinde kullanmaya başladılar.

"Türk gruplarının kabile kimlikleri, her zaman ulus kimliklerinin önünde tutulmuştur. Kurdukları imparatorluklar bile, kurucu ailenin adı ile anılmıştır. Bu imparatorluklar da, her zaman, Türk topluluklarının ancak bir kısmını ilgilendirmiştir. İmparatorluklar genellikle Türk olmayan, büyük insan yığınlarına dayalı olarak gelişmiş ve genetik karışım miktarı çok büyük olmuştur."¹⁴⁰

Tarih boyunca ortaya çıkan Türk toplumlarında, büyük genetik karışımlara rağmen, her zaman bazı ortak özellikler bulunmuştur. Bu kültürel oluşumun kaynağında, Türk dilinin sağlam mantık yapısı, anlaşmada sağladığı rahatlık ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan çekiciliği vardır. Bir diğer yardımcı faktör de, kayıt tutmaya gösterilen özen ve meraktır. Bu durum, göçebe toplumlarda nadir görülen bir özelliktir. "Homojenliklerinin büyük ölçüde yokolmasına rağmen, Türk'lerin toplumsal kimlik duyguları asla zayıflamamıştır. Dilsel ve kültürel benlikleri öylesine güçlüydü ki, şamanist dönemde, doğa elementlerinden toprak, su, ateş ve havanın, "Türk" olduğuna inanırlardı."¹⁴¹ Göçebelik, Türk'lerin başta gelen yaşam tarzları olmuş ama hiçbir zaman biricik yaşam tarzları olmamıştır. Bir ortak özellik

¹³⁹ROUX, Jean-Paul "Türklerin tarihi" Milliyet yayınları İstanbul 1991 S:39

¹⁴⁰ROUX a.g.k. S:22

¹⁴¹LORD KINROSS "The Ottoman Centuries; The rise and fall of the Turkish empire" Morrow Quill Paperbacks NY 1977 S:16

olarak, Türk toplulukları yerleşik düzene eğilimlidirler. "Eski çağlarda şehir türü yerleşim birimleri, sadece yağma, zaptetme ya da yok etme açısından değil, fakat içinde yaşamak için de Türk'lere çekici geliyordu. Yine de, yerleşik düzene geçmenin getirdiği büyük riskler yüzünden, uzun süre göçebe olarak kalmayı tercih ettiler. Daha organize ve güçlü hale geldikleri zaman da, ele geçirdikleri medeniyetleri yönetmeye başladılar. Bir sonraki aşamada da Türk kökenli imparatorluklar ortaya çıkmaya başladı."142

Tarih boyunca ortaya çıkan Türk hükümdarlıklarında bazı ortak sosyal özellikler olduğu gözlenmektedir. Bunlar, Uygur toplumlarından Altınordu devletine, Hun'lardan Osmanlı imparatorluğuna kadar değişmeden süregelmiştir. "Maddi ve manevi sağlamlık, yüksek onur, verilen söze sadakat, ihanete karşı acımasızlık, ırkçılık yokluğu, çok belirgin askeri anlayış ve buna uygun özel nitelikler, gözüpeklik, savaşanlar arasında dayanışma, üste kesin itaat, kendisinin ve başkalarının hayatını hiçe saymak, idarecilik ve muhasebe anlayışı, arşivleme konusunda özel eğilim, kesin olarak belirlenmiş toplumsal sınıflar ve bunlar arasındaki geçişlerde büyük kolaylık, bilim-sanat koruyuculuğu ve sevgisi, dine (spiritualizm) büyük düşkünlük ve dinlere bir düzen verme çabası, Türk diliyle bütünleşmiş olarak, haberleşme ve anlayış yeteneği, Türk topluluklarının ortak özellikleridir."143

Yerleşik düzene geçen Türk'lerin toprağa kolayca bağlandıkları bilinmektedir. Bunun son örneği olan Anadolu köylüleri, dünyanın en dayanıklı köylü soylarından bir tanesi olarak tanınır. Eski çağlarda, yerleşikler arasındaki değişim faaliyetlerine katkıda bulunarak tanıştıkları ticaret de, Türk'ler için yabancı olmadıkları ve başarı sağladıkları bir alandır. Ancak, her zaman savaşmış olan Türk insanları, daha ziyade tek bir liderin takipçisi olmayı tercih eden, dinamik, fakat ferdi nitelikleri zayıf topluluklar yaratmışlardır. Yerleşik düzen kurduklarında, ticarete her zaman hoşgörü ile bakmışlar ve destekçisi olmuşlardır. Buna rağmen, varlık yaratan değerlerin, gerek tapınak (din sistemi), gerekse aristokrat kesim tarafından sermaye olarak kullanıldığı, yani artık değer yaratan bir Türk topluluğu, tarih boyunca varolmamıştır. Üretimin, vergilerin, ganimetlerin getirisi, topluma yönetici aile tarafından dağıtılmış,

142 ROUX a.g.k. S:23

143 ROUX a.g.k. S:19

ekonomik sistem, daha ziyade savaşçı toplumların, savaş ve barış dönemlerindeki lojistik faaliyetlerinin finansmanı biçiminde gelişme göstermiştir. Çok eski çağlardan beri, zenginlik yaratan unsurlar, yönetici aileye ait kabul edilmiştir. "Orta Asya göçebelere zamanında bile, ziraate uygun topraklar, kabilelerin ortak mülkiyet esasına göre, boy beyleri tarafından ailelere dağıtılıyordu. Miri toprak hukuk ve yönetimi, daha sonra, göçebe Oğuz'lar sayesinde Anadolu'ya girmiştir. Bu sistemin esası, hüküm sürenlerin temsil ettiği bir devlet mülkiyetidir. İslamiyetin fetih hukuku ve Türk törelerinin bir değişimi ile, padişahın tek ve gerçek malik haline geldiği bu sistem, Anadolu'nun iskan ve Türk'leşmesi sorunlarını halletmiş olup, Dünya tarihinde bir benzerine de rastlanmamıştır."¹⁴⁴

"Diğer göçebe ırklardan farklı olarak, Türk'ler, öz gelenek ve kurumlarını kaybetmeden, yerleşik medeniyet düzenine adapte olmuşlardır. İmparatorluk kurucuları olarak, yapısal bir devletçiliği her zaman içlerinde barındırmışlar, müslüman dünyanın sosyal, ekonomik, dini ve entellektüel anlamda ileri giderek, yeni bir döneme geçmesini sağlamışlardır. Stepelerin göçebe savaşçıları, şehir yöneticisi, tüccar, üretici, zenaatçi, kervancı, yol, okul ve cami yapımcısı haline gelmişlerdir."¹⁴⁵

Ekonomik ve sosyal yönden güvenilir incelemeler yapmaya yetecek veriler, Türk'lerin orta Asya'dan göç etmeye başlamalarının sonrasında ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden, M.Ö.300 ile M.S. 300 yılları arasında, beş asırdan fazla hüküm süren Hun imparatorluğu bile, ticaret tarihi açısından detaylı bulgular sunamamaktadır. Ancak hiç şüphesiz burada, hun imparatorluğunun ekonomik yönü üzerinde yapılan tarihi araştırmaların henüz yetersiz olmasının da payı bulunmaktadır. Oysa, bu imparatorluk, zaman zaman orta Asya'dan geçen İpek yolu'nu elinde tutmuş, uzak doğu ve batı ticaretinde bizzat rol oynamıştır. Ayrıca Çin ve İran medeniyetleri ile de yakın temasları olmuştur. Bu sayede, imparatorluk içinde yaşayanların ihtiyaç ve zevkleri karşılanmıştır."¹⁴⁶ Hatta, oldukça etkin biçimde ziraatle de uğraştıkları bilinen Hun Türk'lerinin, savaşçı ve göçebe yanlarının ağır basması sebebi ile, değişim faaliyetlerine ait fazla kayıt ve eser bırakmadıkları görülmektedir. Bu sebeple, Türk'lerin ticaret

¹⁴⁴TURAN, Osman "Selçuklular ve İslamiyet" Turan neşriyat yurdu İstanbul 1971 S:12

¹⁴⁵LORD KINROSS a.g.k. S:17

¹⁴⁶ÖGEL, Bahaeddin "Türk kültür tarihi" Türk tarih kurumu basımevi Ankara 1984 S:44

tarihindeki yerlerini incelemeye, Osmanlı imparatorluğu ile mukayese edilen Hun imparatorluğundan değil, Anadolu'da gerek fiziksel ve gerekse örgütsel açıdan kalıcı bir ticaret düzeninin kurucusu olan Selçuklu Türk'lerinden başlamak gerekmektedir.¹⁴⁷

2.1.Selçuklu imparatorluğunda ekonomi ve ticaret

Selçuk bey, Hazar boylarından bir tanesinin başkanı olan Dukak'ın oğlu olarak, 10. yüzyılda doğdu. Kendisi fazla hırslı ve girişimci bir yönetici olmamasına rağmen, İsrail, Mikail ve Musa isimli oğullarından, İsrail'in kendisi ve Mikail'in oğulları Tuğrul-Doğan bey ve Çağrı-Atmaca bey, yönetim alanında oldukça başarılı oldular. Seçme askerlerin başında komutan olarak görev yapan bu insanların, yakın doğuda gösterdikleri büyük başarılarında, Selçuk bey'in 100 yıllık hayatının sonlarına doğru kabul ettiği ve boyuna benimsettiği Müslümanlığın büyük payı vardır. Bu sayede, Selçuk Türkleri, yağma ve çapul ile yaşamaya devam eden birçok Türk grubundan ayrılarak, daha büyük ve düzenli bir cephe olan, müslüman cephesine katılmış oldular. İslamın batıya doğru yayılma mücadelesinde ön saflarda yer almış sayıldılar ve destek gördüler.

"Tuğrul bey düzenli birlikleri ile İran'ı tamamen ele geçirmeyi başardı. Ancak, geleneksel olarak yapılan yağma ve saldırıları engelleyerek, bu tür taşkımlıkları sadece Bizans topraklarına yönelik olması koşulu ile serbest bıraktı. Amacı, dini inanç avantajlarını, askeri gücü ile birleştirmektir. Nitekim bu tutumu oldukça başarılı oldu. Kısa bir süre sonra, halifenin kızı ile evlendi ve hem "sultan", hem de "doğu ve batının hükümdarı" ünvanlarını elde etti. Böylece İslam dininin yeni savunucusu, büyük Selçuklu imparatorluğu kurulmuş oldu (1055)."¹⁴⁸

Tuğrul beyin ölümünden sonra yerine geçen yeğeni Alp Arslan savaş alanında. Devlet işlerini emanet ettiği İranlı nizam-ül Mülk ise yönetim alanında çok başarılı oldular. İmparatorluğun genişlemesi devam

¹⁴⁷Türk'lerin ekonomik ve ticari tarihi ile ilgili çok fazla sayıda araştırma ve eser bulunmamaktadır. Konu üzerinde araştırmalar yapan, ancak Prof. Mustafa Akdağ haricinde (Türkiye'nin iktisadi ve içtimai tarihi I-II) çeşitli nedenlerle bunları kitap olarak yayınlama fırsatı bulamayan birkaç tarihçi mevcuttur. Prof. Fuad Köprülü, Prof. Zeki V.Togan ve Prof. Osman Turan çeşitli makalelerinde açıklayıcı bilgiler sunmuşlardır. Daha sonra bu çalışmalarını devralan ve düzenleyerek yayınlamayı arzu eden Prof. Mehmet A. Köymen de ne yazık ki bu fırsatı bulamamıştır. Bu yüzden eldeki bilgiler dağınık ve yetersiz kalmıştır.

¹⁴⁸ROUX a.g.k. S:44

etti. Türk'lerin yayılmasından rahatsızlık duyan Bizans imparatorluğunun büyük müdahalesi de sonuçsuz kalmıca (Malazgirt 1071), küçük Asya (Anadolu) kapıları Türk'lere açılmış oldu. Açılan bu kapıdan, pek çok Türk boyu içeri girerek, Anadolu'yu istila etti. O zamanlar Anadolu hala Bizans otoritesi altında olmasına rağmen, Malazgirt yenilgisi sebebi ile göç dalgasını engelleyecek bir girişimde bulunmadılar. Bunun yerine, Çinli ve Romalıların eski çağlardan beri barbar halkları kontrol edebilmek için kullandıkları bir yönteme başvurdular. Türk'leri imparatorluk topraklarında iskan ederek, onlara federe bir statü kazandırdılar. Bu yöntem her zaman başarısızlığa uğramış ve uygulayanları hezimete uğratmış olsa da yapılacak başka bir şey yoktu. 1081 yılında, Selçuklularla akraba olan Kutalmışoğlu Süleyman şah, Nikaia'yı (İzmit) başkent ilan etti. Böylece Anadolu'da örgütlü Türk gücünün ilk tohumları atılmış oldu. Anadolu ya da Bizans Selçukluları, imar ve iskan edilmiş bir medeniyeti ele geçirmiş ve sürdürmekte olan İran Selçukluları gibi hareket etmek yerine, o zamanlar oldukça gözardı edilmiş olan Anadolu'ya canlılık getirdiler. Bir medeniyet kurmaya çalıştılar.

Türk'lerin, yazılı tarihte ilk kez, kendi kültürel özelliklerini baskın tutarak geliştirdikleri Anadolu Selçuklu imparatorluğu, ticaret ve ekonomik yapısı bakımından ele alındığında, ilginç özellikleri ile dikkat çeker. Anadolu Selçuklularının tarih sahnesinde oynadıkları rol kısadır. İran Selçukluları, Haçlı seferleri ve özellikle Moğollar, Anadolu adlı çıkmaz sokağa üstüste yığılan Türk boylarına, uzun vadeli gelişme şansı vermemişlerdir. Bu yüzden, Malazgirt savaşı ile başlayan süreç, 1243 de Moğol komutan Bayçu Noyan tarafından, Köseadağ savaşında yokedilen Türk ordusu ile son bulmuştur. Bu tarihten sonra, Selçuklu imparatorluğu artık sadece bir isim olarak 50 yıl kadar daha yaşamıştır. Ancak, kısa tarihleri boyunca, Anadolu'da bir medeniyet kuran Selçuklu Türkleri, şartlar uygun olduğunda kendilerine özgü bir şehir örgüt yapısını, başarı ile sürdürebileceklerini göstermişlerdir.

"Türk'lerden önce Bizans imparatorluğunun elinde bulunan Anadolu, iktisaden ve dolayısı ile her bakımdan sönük bir ülke durumunda idi. Bu durum bilhassa Anadolu'nun milletlerarası ticaret yollarının dışında kalmış olmasından ileri gelmiştir. O zamanlar Dünya ticaretini ellerinde tutan Müslümanların

etkisi altındaki Doğu ve Güneydoğu yöreleri hariç, Anadolu her bakımdan karanlıklar içindeydi."¹⁴⁹ Şehirlerde yaşayan Rum ve Ermeni halk, Türk'ler gelmeden önce yerleşik medeniyetin gereklerine uygun bir düzeni zaten sürdürüyorlardı. Ekonomik açıdan kayda değer bir güç oluşturmaları da, kendilerinden dokuz kat fazla olan Türk nüfus arasında azınlık durumuna düşen bu insanlar, yeni "komşularına" bir çok yararlı bilgiler aktarmışlardır. "Yeni Türk toplumunun ekonomik ve ticari yapısının kuruluşuna, bu insanların temel vazifesi gördüklerini kabul ediyoruz. Hristiyanların ev, dükkan gibi emlakları hiç şüphesiz yarı yarıya ve sapasağlam Türk'lere geçmiş ve onlar tarafından yeni bir stilin icaplarına uygun olarak kullanılmışlardır. Ziraatle uğraşan yerleşik köylüler, dokumacılık, maden işçiliği, madeni eşya yapımı ve inşaat sahalarında yerli hristiyan ustalar, Türk'ler geldikten sonra da sanatlarını işlemekte devam etmişler ve Türk'ler onlara bir süre çırak olmuşlardır."¹⁵⁰ Türk'lerin kendileri ile birlikte Anadolu'ya getirdikleri en önemli ekonomik yenilik, yayla hayvancılığıdır.

Aslında Türk'lerin göçebeliği, bozkırlarda başboş dolaşmak anlamına gelmemektedir. "Birçok Türk topluluğu, yaz zamanı yaylaya, kış zamanı kışlak denilen yerleşim bölgelerine taşınarak, yarı göçebe yarı yerleşik bir hayat şeklini benimsemişlerdir."¹⁵¹ Anadolu'ya yerleşen Türk topluluklarının çoğunluğunu teşkil eden Oğuz'lar, özellikle bu tür bir yaşam tarzını benimsedikleri için, şehir hayatı onlara fazla yabancı gelmemiştir. Orta Asya'ya benzerlik gösteren Anadolu coğrafyası, yayla hayvancılığı için çekici bir ortam yaratmış, bunun sonucu olarak da, ağıl adlı yerleşmelerin sayısı hızla artmıştır. Hayvancılık bazı şehirlerdeki sanayi de beslemiştir. Mesela deri imalatı, bazı şehir ve kasabalarda çok gelişmişti. Et, şehre yerleşen Türk'lerin temel gıdası olduğu için, yiyecek ihtiyacının büyük bir kısmı da yaylacılar tarafından karşılanıyordu. Hayvan besleyenler, koyun yününden yapılan bazı iplik ve dokumaları daha ihtisas sahibi kişilere bıraksalar da, kendileri halı ve kilim dokuyabiliyorlardı. "Keçecilik ise tamamen hayvan yetiştiricilerinin tekelinde olan bir sanat dalı idi"¹⁵²

¹⁴⁹SÜMER, Faruk "Yabanlı pazarı" Türk dünyası araştırma vakfı İstanbul 1985 S:1

¹⁵⁰AKDAĞ, Mustafa "Türkiye'nin iktisadi ve içtimai tarihi cilt I" Tekin yayınevi İstanbul 1959 S:11

¹⁵¹Bu konuda bkz. JDANKO T. A. "Semi-nomadism in the history of central Asia and Kazakhstan" Mejdunarod Vostokovedov Moskova 1963 S:176-184

¹⁵²SÜMER, Faruk "Oğuzlar" Ankara 1967 S:43

Anadolu şehirlerine ilk yerleşen Türk'ler, Selçuklu komutanların askerleri olmuşlardır. Türk asker ve beyleri, ele geçirdikleri şehirlerde arsa spekülasyonları yapmayı ve ganimet emlakı elde etmeyi çok sevdiklerinden, hızla askeri kimliklerini kaybederek, şehrin zengin ve nüfuzlu aileleri konumuna geçiyorlardı. Türk'leri şehirli yapan bir diğer unsur da, yaylacıların şehir pazarlarında, Hristiyan azlıklar ile kurdukları ticaret ilişkileriydi. Bu sayede bir çok Türk, işçi olarak para kazanmak için ya da ticaret yapma hevesi ile şehre yerleşmiştir. O devirde artık bir azınlık haline gelen Hristiyan Anadolu halkı, Bizans yönetiminden ziyade Türk yönetimine yakın olmayı tercih etmekteydi. Bunda Bizans'ın biktırıcı katı yönetiminin ve Türk'lerin din ya da ırk farkı gözetmeyen, adil hükümet düzenlerinin büyük etkisi vardı.

Yaşam şekli olarak göçebeliği benimsemiş olan Türk'lerin şehirlerde toplanmaları yavaş olmuştur. Ancak, giderek artan ekonomik canlılık ve Türk yöneticilerin gelişmesi için büyük çaba harcadıkları doğu-batı kervan ticareti sayesinde, yeni yeni küçük şehirler kurulmuş, bu da bir kısım Türk nüfusun yeni iş kollarında istihdam edilmesini sağlamıştır. "Şehirlerin Hristiyan halkı, sanayi faaliyetlerine ve şehiriçi ticaretine ilgi gösterdiği halde, Türk'ler daha çok emlak sahibi olmaya önem veriyorlardı. Şehir ve kasabaların etrafındaki kıymetli bağ ve bahçelerin çoğu Türk'lerin elinde olduğundan başka, han, hamam ve dükkanlar da onlara ait bulunuyordu."¹⁵³ Zaman içinde gelişen şehirlerarası ve uluslararası ticaret ise daha ziyade Türk'lerin ve Arapların ilgi alanını oluşturuyordu.

Şehirlerde iş yapan esnaf ve sanatkarların örgütlenmeleri ise, büyük bir disiplin içinde gerçekleştirilmişti. Ortaçağ Avrupa'sında loncalar şeklinde örgütlenen üretim ve iş hayatı, Selçuklu'larda biraz daha dini bir şekle sokularak tarikatlar haline getirilmişti. "Her meslek grubunda çalışan insan, birer Pir'in kutsiyetine inandırılarak, sadık ve mesleğin bütün kurallarına candan bağlı müritleri haline getiriliyordu. Derneğin başındaki kişiye ahi, şehirdeki bütün derneklerin başında olan en kıdemli ahiye de, ahi baba deniliyordu. Her esnaf derneği, kendi işini tamamen tekelinde tutuyordu. Her derneğe bağlı olan dükkan veya atelye adedi dernek dışında değişmeyeceği gibi, her iş yerinde ancak bir usta

¹⁵³AKDAĞ a.g.k. S:15

çalışabilirdi. Diğer bütün çalışanlar işçi konumundaydı. Çıraklıktan ustalığa geçmek için, sözkonusu iş kolunda uzun süre çalıştıktan sonra, diğer ustaların önünde güç bir sınavı geçmek gerekiyordu."¹⁵⁴ Hristiyan esnaf ise din farklılığı nedeniyle derneğe üye olamıyor, ancak dernek kurallarına göre iş yapması gerekiyordu.

Buradan da anlaşılacağı gibi, Selçuklu medeniyet düzeninde, snai üretim, sağlam bir disiplin altına alınmış durumdaydı. Aynı şekilde tarımsal üretim de, toprağa bağlı yaşam düzenini seçen Türk köylüleri tarafından şekillendiriliyordu. Miri toprak sisteminin, Anadolu Selçuklu'ları döneminde sert biçimde uygulanmaması sebebi ile, gerek şehirlerde, gerekse kırsal kesimde, ferdi mülkiyet esasının ilk belirtileri görülmeye başlanmıştı. Devletin fetihçi ve savaşçı karakterini devam ettirdiği zamanlarda, savaş masraflarının büyük bölümü tarım üretiminin vergilendirilmesi sayesinde karşılanıyordu. Ancak ferdi mülkiyet temelini oluşturabilecek olan vakıf kapısı da açık bırakılmıştı. "O zaman Sipah denilen paralı askerler, geliri kendilerine maaş olarak bağlanan köylerde oturmakta, ve savaş zamanlarında göreve çağrılmaktaydılar. Ölümleri durumunda yeni Sipahlara ve ailelerine devrolan bu toprakların geliri ile vakıf kurmak mümkün hale getirilmişti. Böylece bir vakıf kuran Sipah, hem hayır işlemiş sayılıyor hem de sürekli olarak, vakıf gelirinin bir kısmını gelecek nesillere miras bırakabiliyordu."¹⁵⁵ Yine de bu sistemin, zaman içinde Selçuklu ordusunun gücünü büyük ölçüde yprattığı bilinmektedir. Giderek zenginleşen ve savaş arzusu kaybolan Sipahlar, Özellikle Moğol saldırıları sırasında orduda hiç görev almayarak, sistemdeki çarpıklığı gözönüne sermişlerdir.

Selçuklu'ların Anadolu'da gerçekleştirdikleri en önemli ekonomik girişim ise, ticaretin teşviki, serbest bırakılması ve emniyet altına alınmasıdır. Bu konuda, Selçuklu sultanlarının izledikleri akıllı ve şuurlu politika gerçekten övgüye değer. Ticaret kolonileri şeklinde örgütlenmek ya da büyük bir ticari güç haline gelmek, hiç bir zaman Türk'lerin amacı olmamıştır ama yine de imparatorluk topraklarında gerçekleşen değişim faaliyetlerinden elde edilen gelir, Selçuklu Türkiye'sine büyük bir refah ve zenginlik

¹⁵⁴AKDAĞ a.g.k. S:18

¹⁵⁵ AKDAĞ a.g.k. S:38

sağlamıştır. Öyle ki, o devirde Anadolu'yu ziyaret eden birçok gezgin ve yazar, inceledikleri bu müreffeh toplumu hayret ve övgü ile anlatmışlardır.

Değişim faaliyetlerinin düzenlenmesi birkaç şekilde yapılmıştır. Yurt içi ticaret, büyük şehirlerde kurulan meydan pazarlarında, kapalı pazarlarda, ticaret hanlarında ve dükkanlarda gerçekleştiriliyordu. "Her cins hammadde ya da gıda maddesi için ayrı bir han oluşturulmuştu. Köylüler satacakları malları genellikle açık pazarlara götürüyorlardı. Ticaret nerede yapılırsa yapılsın, devletçe tayin edilen ve maaşa bağlanan şahneler tarafından kontrol ediliyor ve vergisi alınmıyordu."¹⁵⁶ Yurtdışı ticaret ise, genişleyen imparatorluk sınırlarına bağlı olarak gelişmiştir. Güneyde Antalya ve Alanya'nın, kuzeyde Sinop ve Samsun'un alınması, diğer ülkeler ile kurulan bağlantılarda önemli bir dönüm noktasıdır. Buralarda tersaneler kurulmuş ve donanmalar meydana getirilmiştir. Bu donanmalar, yabancı ülkelerle yapılan ticaretin emniyetle sürdürülmesi için kullanılmış, ayrıca bazen de, Kırım'ın Suğdak limanı gibi bazı stratejik noktaların ele geçirilmesinde faydalı olmuşlardır. "Başlatılan bir kalkınma hareketi ile, şehirler süratle imar edilmiş, köy ve kasaba vasfı taşıyan birçok yer şehir haline getirilmiştir. Bu yerler, cami, mescit, medrese, han, hamam, çeşme, hastahane ve kimsesizler yurdu gibi eserlerle süslenmiştir. Eski anayollar tamir edildiği gibi, yeni yollar da yapılmış ve üzerlerine kale gibi korunan, konforlu kervansaraylar inşa edilmiştir. Bütün bunlar, aynı zamanda sanat değeri taşıyan abidelerdir ve Türk'lerin Anadolu'yu, tarihinde görmediği en mamur durumuna getirdiklerinin kanıtlarıdır."¹⁵⁷ Kervansaray yapmak aslında bir Türkistan geleneği olup, 10. yüzyılda yazılmış İslam coğrafya eserlerinde, Türkistan'ın her yerinde sayılamayacak kadar çok sayıda kervansaray olduğu anlatılır. Selçuklu kervansarayları ve hanları, yolcuların hemen her türlü ihtiyaçlarına cevap verecek kapasitede yapılmışlardı. Bu hizmetlere karşılık, yolculardan alınan bir miktar ücret de kervansaray sahibine kalıyordu. Hayır için yaptırılan ve ücretsiz yararlanan bazı tesisler haricinde, kervansarayların çoğu sultanlar, vezirler, emirler ve zenginler tarafından yaptırılmıştı ve önemli birer gelir kaynağıydılar.

¹⁵⁶AKDAĞ a.g.k. S:30

¹⁵⁷SÜMER "Yabanlu pazarı" S:3

"Selçuklu'larm en önemli ticari ilişkileri, Bizans ve Arap ülkeleri ile kurulmuştu. Araplar ayrıca Hint mallarına da aracılık ediyorlardı. İkinci derecede ticaret ise diğer yakın komşuları Gürcistan, Trabzon Rum imparatorluğu, Ceneviz kolonileri, Rusya ve Ermenistan ile yapılmaktaydı. Batı Akdeniz, dolayısı ile Katolik Avrupa ile yapılan ticaret ise, Antalya, Alanya limanlarından ve küçük Ermenistan'lı tüccarlar eli ile Yumurtalık'tan yapılyordu."¹⁵⁸ Bu gelişim çerçevesinde, Selçuklular, Anadolu'yu uluslararası ticaret alanı içine sokmak için Doğu-Batı yolunun (Antalya, Burdur, İsparta, Konya, Aksaray, Kayseri ve Sivas'ta Kuzey-Güney yolu ile birleşir, oradan Erzurum ve Tebriz'e gider) ve Kuzey-Güney yolunun (Sinop, Tokat, Malatya, Halep) imar ve korunmasına büyük önem vermişlerdir. "Bu devirde, Sivas büyük bir ticaret merkezi haline gelmiştir. 13. yüzyılda, Sivas'da sadece sabun, itriyat ve at satışından, Selçuklu devletinin büyük bir gelir elde ettiği bilinmektedir."¹⁵⁹ Keçeden yapılmı kızı börklerin, Türk sahtiyanları, eğerleri ve halıların Avrupa'da tanınmaya başlanması, yoğun ticaret ilişkilerinin geliştiği bu döneme rastlar.

Son zamanlarda yapılan araştırmalar, 13. yüzyılda, yılda bir kez kurulan ve o devirde dünyanın en büyük açık pazarı olarak bilinen bir organizasyonun varlığını ortaya koymuştur. Bu pazar, Selçuklu'larm akılcı politikası sayesinde ortaya çıkan Yabanlu pazarıdır. "Yabanlu"¹⁶⁰ kelime anlamı olarak, yabancılara mahsus bir yeri ifade etmektedir. Bu pazarın ya da fuarın, Moğol istilasına kadar, her yıl bahar aylarında kurulduğunu, kırk gün sürdüğünü ve o zaman bilinen dünyanın hemen her köşesinden tüccarların, bu büyük organizasyona katılmak için çaba sarfettiklerini biliyoruz. Batılı tüccarlar Kıbrıs yolunu kullanarak, kuzeyliler ise Suğdak ve diğer limanlardan Sinop'a, oradan da Sivas üzerinden kolayca fuara ulaşabiliyorlardı. Bizans, Gürcü, İran, Irak ve Suriye'li tüccarlar için mesafe zaten kısa ve önemsizdi. Mısır'lı ve Hint'li tüccarlar da Çin, Malaka hatta Kore'den mal getirerek Fuara katılıyorlardı.

¹⁵⁸AKDAĞ a.g.k. S:34

¹⁵⁹SÜMER "Yabanlu pazarı" S:5

¹⁶⁰Bu konuda bkz. SÜMER a.g.k. S:21

Yabanlu pazarı üzerine araştırmalar yapan Prof. Faruk Sümer, 80 li yıllarda elde ettiği veriler sayesinde, Yabanlu pazarının kesin yerini bulabilmiştir. Pazarın kuruluş yeri, Kayseri Pınarbaşı'nın 20 km. batısında yer Pazarören adlı yerleşim yeridir. Aynı bölgede yer alan Zamantı kalesi de, pazarın güvenliğini sağlamakla görevliydi.

Pazarda en çok değişimi yapılan malları da şöyle sıralamak mümkündür: Şap, gümüş, bakır, demir, lacivert taşı, boraks, zırnık, kitre, sakız, deri, halı, yün, tiftik, kereste, meyve, tahıl, at, koyun, balık ve köle.

Selçuklu Türkiye'sinin kuruluşundan 13. asrın başlarına kadar olan hayatı, gerek siyasi durumu ve gerek ekonomik faaliyeti bakımından, tam bir başarı sayılır. Özellikle, zamanın kısalığına rağmen, büyük çoğunluğu göçebe olarak Anadolu'ya giren Türk'lerin şehirlere kasabalara ve köylere yerleşerek, ileri bir toplumun, çeşitli ve girift olan bütün kurumlarını yaratmakta ve onları idare etmekte gösterdikleri ustalık, takdirle karşılanmalıdır. Geniş ölçüde ticari eşya nakliyatı, dolayısı ile büyük yollar boyunca inşa edilen kervansaraylar ve buraları idare edecek mükemmellikte kurumlar ortaya çıkmıştır. Kalabalık şehir ve kasabalardaki sınıai, ticari faaliyetler, önemli miktarda esnaf, usta ve çırakların yetişmesini sağlamıştır. Bunların meydana getirdikleri ihvan ve fityan yani ahilik, her derecede medrese teşkilatı, çeşitli içtimai yardım kurumları, bu topraklarda gelişerek, öteki Türk kavimlerini hayli geride bırakmıştır. Bütün bunlar, gelişim özellikleri ile kendisini diğer islam alanlarından belirli biçimde ayırmış bir toplumun, tarihi bir olay olarak varlığını bize göstermektedir. O halde, insan toplumunun son gelişim aşaması olan, kabile hayatından millet hayatına geçişi, Türkler Anadolu'da süratle başarmışlardır.

Selçuklu devletinin sona ermemesi durumunda, tarihin nasıl bir seyir izlemiş olabileceği gibi bir soru akla gelebilir. "Selçuklularda, ticari ve ekonomik örgütlenme, serbestiyet ve refaha ulaşma tutkusu son derece gelişmiştir. Serbest piyasa ekonomisi uygulanmıştır. Vergi ve harçlar devrin şartlarına göre çok düşük tutulmuş olup, genellikle %3-4 gibi oranlar esas alınmıştır. Üretici ve üretim desteklenmiştir. Ticaret hor görülmemiş, tam tersine, refah ve ilerleme için bir nimet olarak kabul edilmiştir. Sadece fetih ekonomisi değil, yerleşik medeniyetin şartlarını sağlayacak bir ekonomik hayatın zemini de oluşturulmuştur."¹⁶¹ Aslında bir bakıma, Selçuklu imparatorluğunun sonunu getiren etkenlerden bir tanesi de bu olmuştur. Selçuklu imparatorluğu sağlam ve denenmiş bir devlet dokusu oluşturamayacak kadar hızlı gelişmiştir. Kısa zamanda büyük bir refah düzeyine ulaşmıştır. Ancak, yerleşik yönetim

¹⁶¹ AKDAĞ a.g.k. S:40

sisteminin bütün detaylarını geliştirememiştir. Mesela, hükümdar çocuklarının tahta çıkışı ve iktidarı paylaşması şartları hiçbir zaman tam olarak düzenlenmemiştir. Bu durum gerek Moğol saldırısı sırasında, gerekse haçlı istilası dönemi boyunca, Selçuklu'ları zayıf ve mağdur kılmıştır. Bölünme önlenememiştir. Anadolu'nun birdenbire sıcak bir merkez durumuna gelerek, Haçlılar, Moğollar, hatta diğer Türk toplulukları tarafından saldırılara uğraması ve bütün bunların tam yerleşik düzene geçiş aşamasında olması büyük bir talihsizliktir. Bunlara bağlı ve ek olarak, yerleşik hale gelip, zenginleşen askerler üzerindeki merkezi otorite etkisinin azalması, kaçınılmaz sonu hazırlamıştır.

Selçuklu devri, Türk tarihi için kaçırılmış bir fırsattır. Gerek taklit etmek yolu ile, gerekse yaratıcılıkları ve öz kültürel birikimleri ile kendisine özgü bir medeniyet kurmayı başaran Selçuklular, kurum ve kuruluşları ile örnek oldukları Osmanlı'lara ne yazık ki zihniyetlerini aktaramamışlardır. Oysa, dini tabuları daha esnek algılayan, biraz daha gayretle belki de ferdi mülkiyet esasını benimseyebilecek olan ve ekonomisini ticaret temeline oturtmayı arzulayan bir Türk devleti, aynı dönemlerde kalkış noktasında bulunan Avrupa ekonomisi ile başabaş bir mücadeleyi belki de başarabilirdi.

2.2. Osmanlı imparatorluğunda ekonomi ve ticaret

"Anadolu'ya göçettikleri zaman Şamanist olan Ertuğrul bey ve adamları, Ertuğrul'un oğlu Osman bey zamanında Müslümanlığı benimsemiştir. Aynı dönemde, aynı özellikleri paylaşan birçok uçbeyliği arasında, önemsiz gibi duran topluluk, Osman beyin askeri yeteneklerinin yanısıra, organizasyon becerisi ve güçlü kişiliği sayesinde giderek diğerlerinden farklılaşmaya başlamıştır. Uzun yıllar, komşuları olan Yunan'lılar ile ilişkide kalan Osmanlılar, yönetim ve yerleşik düzen konusunda bilgi ve tecrübe kazanmışlardır. Özellikle İslam fanatizmini çok iyi kullanmayı bilen Osman, bu sayede bağlılığı son derece yüksek insan gruplarını topluluğuna çekmeyi başarmıştır."¹⁶²

Değişik din ve kültürlerden gelen insanlara hoşgörü ile davranmak ve onları bir çatı altında barındırmak, bunu yaparken de, sıkı bir disiplini taviz vermeden uygulamak, Osman'ın ve temellerini

¹⁶²LORD KINROSS a.g.k. S:23

attığı imparatorluğun genel politikası haline gelmiştir. Burada disiplin aracı olarak islam dini seçilmiş ve kullanılmıştır.

Osmanlıların ekonomik ve kurumsal temelinde, herşeyden önce, dağılmış ve merkezi değişmiş durumdaki Selçuklu imparatorluğu bulunmaktadır. Yunan, Roma ve Arap medeniyetleri de şekillenme sürecine etki eden önemli faktörlerdir. "Savaş ve yayılma harcamalarını, büyük bir ustalikle kurdukları tarım ekonomisine yükleyen Osmanlılar, Anadolu'ya akan göçbeleri, yerleşik düzene geçmiş savaşı/köylüler haline getirdiler. Göçebeliği teşvik eden besi hayvancılığını da, vergi politikaları ile optimum düzeye indirdiler."¹⁶³

Osmanlıların, kısa zamanda sınırları genişleyen bir ülke sahibi olmaları ve merkezi devlet gücünü geliştirerek, dinamik bir yönetim haline gelmeleri belli başlı birkaç nedene dayanmaktadır; "Osmanlılarda yetki bir tek şahsın elindeydi. Oysa, öteki Anadolu beyliklerinde devlet, ailenin ortak malı kabul edildiğinden, sık sık yetki çatışmaları ve anlaşmazlıklar ortaya çıkıyor, bu da devletin gücünü zayıflatıyordu. Devlet egemenliğinin bölünmezliği prensibini ayakta tutmak için, Murat I ve Bayazıt I kardeşlerini boğdurmışlardı.

Kuruluş zamanında Osmanlılar, tımar vererek toprakları Türk nüfusu ile iskan ettiler. Bizans ve diğer hristiyan devletlerden bol ganimetin yanısıra, esirlerin beşte biri anlamına gelen Pençik de alarak nüfus varlıklarını sürekli geliştirdiler. Devlet merkezinde padişahın emri altında ücretli bir askeri gücün önemini kavrayarak, Yeniçeri ordusunu organize ettiler. Tımarlı sipahilerle bir denge unsuru da oluşturan bu profesyonel grup, Osmanlı devletinin en önemli siyasi dayanaklarından bir tanesini oluşturdu."¹⁶⁴

Osmanlı üretim düzeni, mali yapısı ve vergi sistemi, çağdaş olan devletlerden çok farklı bir görünüm yaratıyordu. Buna ek olarak, müslüman olsun ya da olmasın halkın can, mal ve inanç hürriyetlerine saygılı bir yönetim sisteminin benimsenmesi, Osmanlı imparatorluğunu sadece güçlü değil, aynı zamanda tercih edilen bir devlet haline getiriyordu. Kimliği ne olursa olsun, topraklarında yaşayan insanlara iyi

¹⁶³DUNN&HALL a.g.k. S:221

¹⁶⁴KÖPRÜLÜ, Fuat "Osmanlı imparatorluğunun kuruluşu" Ayyıldız matbaası Ankara 1972 S:178-183

davranıp, onları himaye etmek, kuruluş döneminde siyasi ve sosyal güç arayışında olan Osmanlılara büyük katkı getirmiştir. Özellikle batı dünyasının ırk ayrımı, dini tabular ve engizisyon gibi felaketleri birarada yaşadığı bir dönemde, Türk'ler dini hürriyet ve hoşgörü ilkelerini ilk uygulayan millet olmuşlardır. Bunların yanısıra, eğitilmiş ve disiplinli ordusu ile büyük ölçüde bu orduyu finanse etmek ve lojistik hizmet sağlamak için şekillendirilmiş bir ekonomi, Osmanlıların yükselme dönemlerindeki en büyük avantajlarıydı.

"Osmanlı ekonomik yapısının tarıma dayalı olması, toprak mülkiyetini ve bunun evrimi konusunu ön plana çıkarır. Osmanlı toprak düzeni, uzantısı olduğu eski uygarlıkların karmaşık ve ilginç bir birleşimidir."¹⁶⁵ Gerçekten de, 13 ve 14. yüzyıllar baz alındığında, miri toprak sisteminin, diğer yerleşik düzen toprak rejimlerine göre bir hayli gelişmiş olduğunu görüyoruz. Selçuklular döneminde, vakıflar yolu ile daha ziyade feodal bir havaya bürünmeye başlayan ikta (tımar) sistemi, Osmanlılarda oldukça katı bir biçimde uygulanmıştır. Bu uygulamada, Osmanlı kanun yapısının temelini oluşturan islam hukukunun önemli bir rolü vardır. İsmail H. Uzunçarşılı, tımar sistemini şöyle anlatmaktadır; "Osmanlılarda tımar sistemi, batıdaki feodal sisteme benzemekle beraber, ondan çok farklı yönleri olan ilginç bir müessesedir. Toprak mülkiyetinin emire ait olması, tımar arazisinin savaşta yararlılık gösteren kimselere ve idarecilere, sefer için hazırlanma ve sipahi besleme görevi ile verilmesi, eğer görev yerine getirilmezse veya toprak ihmal edilirse geri alınması, bu sistemin en önemli ayırıcı özelliğidir. Öte yandan, Osmanlı yerel idaresini temsil eden tımar beyleriyle, toprağı işleyen çiftçi (reaya) arasındaki ilişkiler de batıdaki modellerinden farklıdır. Osmanlı çiftçisi (veya padişahın tebaası) tımar beyinin sınırsız yetkileri altında ezilen bir toprak esiri değildir. Toprağına bağlı, bütün varlığı ile aristokratın elinin altında, toprakla alınıp satılan bir meta niteliğinde hiç değildir. Reayanın, islam hukuku ve şeriat esaslarına bağlı güvenceleri bulunmakta, hakkını kadı, hatta padişah huzuruna çıkararak, arayabilme yetkileri ve imkanları bulunmaktadır. Hristiyan çiftçiler, para ile veya ayni olarak, kanunla saptanan oran ve ölçüde, vergisini ödediği sürece, mülkünün tam olarak sahibidir."¹⁶⁶

¹⁶⁵KEPENEK, Yakup "Türkiye ekonomisi" ODTÜ İ.İ.B.F.No:46 Ankara 1982 S:17

¹⁶⁶UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı "Osmanlı tarihi cilt I" Ankara 1961 S:4-5

Osmanlılarda, toprakların 200.000 kadar sipahi arasında paylaştırılmış olmasına bakılacak olursa, toprak aristokrasinin, ellerinde büyük toprak serveti biriktirmiş, çok zengin bir asiller kitlesinin oluşmasına imkan vermeyeceği anlaşılabilir. Yine aynı sebeple, toprakların atıl bırakılmadığı, üretim ve doğal kaynaklardan geniş kitlelerin yarar gördüğü bilinmektedir. Yükselme aşamasında, tımar sistemi ve yerel yönetim biçimi ile organize edilen kamu hizmetlerinin, değişim faaliyetlerinin yoğun olmadığı, parasal ilişkilerin gelişmediği ve ülkede para stoğunun kıt olduğu bir dönemde, ekonominin yürütülmesi açısından devlete özel bir avantaj sağladığı da anlaşılmaktadır. "Tımar sahiplerinin devletten maaş almadan, yönettikleri toprakları belli bir vergi karşılığında çiftçilere işletmeleri, Osmanlılarda büyük bir devlet hazinesine olan ihtiyacı hafifletiyordu. Bu sistemin, orta çağlarda kıt olan altın ve gümüş paraların kullanımında tasarruf sağladığı bir çok tarihçi tarafından ileri sürülmüştür."¹⁶⁷

Osmanlı imparatorluğu, siyasal ve sosyal sistemini, fethedilen toprakların iskanı ve verimli biçimde işletilmesi prensibi üzerine kurmuştur. Dolayısı ile ekonominin temeli tarıma dayalıdır. Toprağı işleyen müslüman ve hristiyan reaya, devletin belli başlı dayanağı durumundadır. Bu sebeple, başta islam hukuku olmak üzere, Selçuklu, Arap ve Bizans mali sistemlerinin etkisinde, tam bir karışım olarak ortaya çıkan Osmanlı mali yönetimi, ağırlıklı olarak tarım kesimini vergilendirmiştir. İmparatorluğun son günlerine kadar son derece düzenli çalışan vergi ve kayıt sistemi, merkeziyetçilikten uzak, esnek bir görüntü vermektedir. Mesela, 16. yüzyılda yani Osmanlı imparatorluğunun en parlak döneminde, 22 milyon olarak tahmin edilen nüfusun içinde, vergi vermesi gereken hemen her insandan vergi alındığı bilinmektedir¹⁶⁸. Sayısı düzinelerle ifade edilen vergiler, etnik, dini ve bölgesel esaslara göre ayrılarak uygulanmaktaydı. "Vergilerin toplanması ise liman, şehir veya pazar gibi, merkezi yönetimin daha organize olduğu yerlerde maaşlı devlet memurları ile, kırsal kesimde ise daha ziyade komisyon karşılığı çalışan özel şahıslar eliyle gerçekleştiriliyordu."¹⁶⁹ Türk nüfusun çoğunluğu oluşturduğu, köylü/şehirli

¹⁶⁷İNALCIK, Halil "The Ottoman Empire, Classical age 1300" Weidenfeld-Nicholson Londra 1973 S: 143

¹⁶⁸Osmanlılarda vergi çeşitleri ve vergi toplama yöntemleri için bkz;

BARKAN, Ömer "16. ve 17. asırlarda Osmanlı imparatorluğunda zirai ekonominin hukuki ve mali esasları" İ.Ü. İktisat fakültesi İstanbul 1943

¹⁶⁹AKDAĞ, Mustafa "Türkiyenin İctimai ve İktisadi Tarihi Cilt II" Cem yayınevi İstanbul 1974 S:319

dengesinin sistem ile uyumlu olduğu dönemlerde, maliye ve bütçeleme çalışmaları, verimli olmuştur. Ancak daha sonraki dönemlerde, dengelerin bozulmaya başlaması ile birlikte, şehirlilere, nakit parası olanlara, hristiyanlara ve askerlere tanınan vergi istisnaları yüzünden büyük kayıplar meydana gelmiştir.

Osmanlılar döneminde üretim ve ticaret de, yine iç ve dış şartların uygun olduğu bir dönemde, genel sistem bütünlüğü içinde gelişmiş ve başarılı sonuçlar vermiştir. Genel bozulmanın başladığı döneme kadar, nüfus, kendisine yeterli gıda maddelerini üretebiliyor, hatta bu ürünlerin bir kısmını ihraç edebiliyordu. Madencilik ve imalat sektörleri gelişmişti. Şehir ve bölgeler arasında ulaşımın imkan veren yol, köprü, han ve kervansaraylar sayesinde, oldukça etkin bir toptan ve perakende ticaret ağı mevcuttu. Ticaret, endüstri, ulaştırma ve bankacılık şehir hayatının doğal bir parçası haline gelmiş ve ilerlemişti. Ancak bu alanlardaki ilerlemelerin, daha ziyade askeri ve lojistik ihtiyaçlar nedeni ile sağlandığını da hatırlamak gereklidir. Yüksek düzeyde endüstriyel faaliyetlerin başlaması için bütün elverişli şartlar, Osmanlı medeniyetinin en yüksek noktaya eriştiği zamanda hazırdu. Üretim faaliyetleri için, kalite ve sayı bakımından yeterli bir talep düzeyini oluşturacak, zengin ve kalabalık bir şehirli nüfus kütlesi oluşmuştu. Üretimi yapacak teknik bilgi düzeyinde kalabalık bir esnaf kitlesi vardı. Arz ve talebi buluşturacak olan ticaret sektörü de oldukça ileri düzeydeydi. Ayrıca, maden, iplik, deri, kereste, boya gibi, üretim sektörünün ihtiyaç duyduğu hammaddeleri sağlayacak, ara mal üretimi de gelişmişti. Şehirleşme hareketlerine, kırsal kesimden çıkarak, şehir merkezlerine yerleşme sürecine, Osmanlı imparatorluğu döneminde de rastlanıyordu. "Özellikle askeriye'nin ihtiyacı olan malzemeyi sipariş yöntemi ile yapan işyeri ve tezgahların giderek büyüme ve merkezileşmesi sürecine girilmişti. Diğer taraftan, büyük araziden sorumlu çiftçilerin de kaydadeğer bir birikim yapmaya başladığı gözlenmekteydi."¹⁷⁰

Bütün bu olumlu faktörlere rağmen, Osmanlı ekonomik sistemi, beklenen "sıçramayı" yapmak yerine gerilemeye başlamıştır. Bunun birkaç görünen sebebi vardır;

¹⁷⁰İNALCIK, Halil "The Ottoman Economic Mind and Aspects of the Ottoman Economy" Studies in the Economic History of the Middle East Nicholson Press London 1976 S:210

Sebeplerden ilki, Osmanlı ticaret zihniyetidir. Tüccarı ve piyasayı çok sıkı denetim altına alan devlet, adeta ticaretle uğraşan insanları memur durumuna getirmiştir. Ticaret ile uğraşan kimseler iki ayrı kategoriye ayrılmıştır. Kasaba ve şehirlerde perakende ticaret yapan ve çoğunluğunu Türk'lerin oluşturduğu kişiler, lonca sisteminin katı kurallarına tabi olarak iş yapabiliyorlardı. Üreticilerin satış fiyatları maliyet artışı %10-20 şeklinde sınırlandırıldığı gibi, aracı tüccarlar için de, her bir mal grubunu kapsayan, ayrıntılı fiyat listeleri oluşturulmuştu. "Böylece, üreticiden perakendeciye ulaşan malların kar marjı %5-25 arasında kalıyordu. Sürümü yüksek ve kolay olan mallarda %5 lik marj uygulanırken, taze sebze gibi riskli mallarda %25 e kadar çıkabiliyordu."¹⁷¹ Narh uygulamasının taviz vermeden yapılmasının sebebi, nüfusu bir milyona yaklaşan İstanbul'un, fiziksel dağıtımda yaşanacak aksaklıklara olan duyarlılığıdır. Hemen her türlü malın şehir dışından ve küçük gemiler veya hayvan taşımacılığı ile ulaştırıldığı İstanbul'un günlük arz ve talebi, hassas bir denge üzerine kuruluydu ve en küçük lojistik aksamaların bile, fiyatlarda şiddetli dalgalanmalara yol açma riski vardı. Bu yüzden, ticaret denetim mekanizması çok güçlenmiştir.

Arz talep dengesinin istikrar gösterdiği dönemlerde başarılı olan bu sistem, çeşitli sebeplerle bozulan Osmanlı para sistemi ve mali yapısının etkisi ile, fiyat artışlarının başladığı 16. yüzyıl sonrasında, zorlayıcı ve boğucu bir ortam yaratarak, ticari gelişmenin önünü tıkamıştır. Aynı şekilde üretim sektöründe de, loncaların katı kuralları, işletmelerin ve sermayedarn gelişmesini engellemiştir. Rakipsiz hakimiyetini gölgeleme potansiyeli taşıyan herşeyi, bilinçli olarak yokeden Osmanlı yönetimi, "ticaret ve sanayi hamlesini hızlandıracak, niteliğini değiştirecek ve ekonomide dinamik bir sektör haline gelmesine yardımcı olacak bir çok tedbiri almadı veya bunların tersi uygulamalarda ısrar etti. İç ve dış talep nedeni ile lonca sisteminin dışına taşan ve hatta köylere kadar yayılan dokuma tezgahlarını, sisteme uymadıkları gerekçesi ile, kapatılması yönünde şikayette bulunan lonca yönetimini haklı bularak, kapattı. Başka bir deyişle, ekonomik hayatın doğal gelişme yönünü tersine çevirmeye kalktı. Fiyat ve kalite sistemini lonca örgütünün istekleri doğrultusunda düzenleyerek, rekabeti yoketti. Üretimi sınırlandırarak, yen

¹⁷¹SAHİLLİOĞLU, Halil "Osmanlılarda narh müessesesi ve 1525 yılı sonunda İstanbul'da fiyatlar" Belgelerle Türk tarihi dergisi Sayı:3 İstanbul 1977 S:8

girişimcilerin yatırımlarını daha fidan halindeyken tahrip etti. Oysa aynı dönemde, İngiltere ve Fransa'da bunun tam tersi bir durum yaşanıyordu."¹⁷²

İkinci kategoride ise, çoğunluğu yabancıardan oluşan toptancı tüccarlar grubu bulunmaktadır. Perakende ticaret ile uğraşan kimseler esnaf kategorisinde değerlendirilirken, toptan ticaret ile uğraşanlar büyük tüccar sıfatını taşıyordu. Bölgelerarası ve uluslararası ticarete konu olan ipek, baharat, mücevher, boya, ilaç gibi pahalı ve yüksek sermaye gerektiren malların pazarı, loncalara ya da ihtisap kurallarına bağlı olmadan çalışan bu tüccarlara aitti. Sadece saraym, büyük şehirlerin ya da ordunun büyük miktardaki ihtiyaçlarını karşılayan toptancılar, belli bazı kurallara bağlanmıştı.

Yükselme döneminde, dünya ticaretinin büyük bölümünün, Osmanlı hakimiyetindeki bölgeler üzerinden yapıldığı zamanlarda, ülkenin ithalat, ihracat ve transit ticaretinin gelişmesinde bu tüccarların büyük rolü olmuştur. Osmanlılar, dış ticaret alanında liberal Selçuklu geleneğini devam ettirmeye çalıştılar. Ancak, denizcilik konusundaki bilgi ve tecrübeleri yetersiz olduğu için, ilk zamanlarda Ceneviz ve Venedik'lilerle sıkı ticaret ilişkileri kurdular. Böylece dış ticaret işlerinin yabancılara yaptırılması geleneği başlamış oldu. "Özellikle Fatih, İstanbul'u fethettikten sonra, uluslararası ticaretin imparatorluğa sağlayacağı yararları çok iyi kavramıştı. Bu sebeple, Bizans'ın İtalyan siteleri ile yapmış olduğu anlaşmaları yenilemekte hiçbir sakınca görmedi. Daha sonraki uzun süren bir barış döneminde de, Osmanlılar bu anlaşmaların büyük faydasını gördüler."¹⁷³ Bu türden anlaşmalar, zaman içinde İngiltere, Fransa ve Hollanda ile de imzalandı. "Kapitülasyon adı verilen bu ticari ayrıcalıklar, aslında orta ve yeni çağlarda, ticaret alanında gelişmek isteyen her ülkenin başvurduğu bir yöntemdi ve baskı altında yapılan anlaşmalar değillerdi. Tam tersine, Osmanlılar güçlü dönemlerinde bu tür anlaşmaları, diplomatik ve ekonomik hedeflerine varmak için kullanıyorlardı. Mesela Kanuni'nin, İngiltere'ye 1553 yılında verdiği ayrıcalıklar, Hürmüz boğazı ya da Moskova üzerinden ticaret yapmanın daha ucuz

¹⁷²İNALCIK "The Ottoman Economic Mind..." S:217

¹⁷³YERASİMOS, Stefanos "Az gelişmişlik sürecinde Türkiye Cilt 1" Gözlem yayınları İstanbul 1974 S:370

olduğu gerekçesi ile, bu ÷lke tarafından bir süre hiç kullanılmamış, ancak Osmanlıların 1578 de İran yolunu tamamen ele geçirmelerinden sonra işlerlik kazanmıştır. "174

Yabancıların dış ticareti geliştirdikleri dönemde, Bazı Türk tüccarları ve işletmeleri de dış ticaret dünyasına girmeye başlamışlardı. "Bursa'da, Türk tüccarlar tarafından, Mısır, İran, Venedik ve Fransa ile ticaret yapan büyük firmalar kurulmuştu. Venedik'te bir Türk ticaret merkezi açılmıştı. Rusya, İngiltere ve diğer ÷lkelere, Hassa tacirleri olarak bilinen, Türk satmalma heyetleri gönderiliyordu."175

Türk ekonomik sıçramasının gerçekleşmemesinde en önemli etkenlerden bir tanesi de, büyük tüccarların iş yaptığı ticaret zemininin sarsıntı geçirmesidir. Türk'lerin de uluslararası ticaret hayatına adapte olmaya başladıkları bir dönemde, Osmanlı bölgesi üzerinden yapılan dünya ticareti yön değiştirmiş ve güneyde Ümit burnu, kuzeyde ise Rusya eksenine üzerine oturmuştur. Böylece, Osmanlı ÷lkesinde üretim düşerek, ekonomik hayat canlılığını kaybetmiş, azalan gümrük gelirleri yüzünden, maliye büyük zararlara uğramıştır. Yükselme dönemi sonrasında, ekonomiyi kötü yöne sürükleyen unsur, verilen kapitülasyonlardan ziyade, yabancı tüccarların ÷lkeyi terk etmesidir.

Dış ticaretin büyük kısmının yabancı tüccarlar tarafından yapılması, kısa vadede Osmanlılar için faydalı olurken, uzun vadede büyük bir potansiyel tehlikeyi bünyesinde yaşatmış ve sonuçta imparatorluğun çöküşünde temel unsurlardan bir tanesi olarak ortaya çıkarmıştır. Bu tehlike iletişim ve bilgi kopukluğudur. Ekonomik sıçramayı durduran, ticaret ve ekonomi ile ilgili, görünür sebeplerin ardında, daha girifti bir neden-sonuç ilişkisi yatmaktadır. Denizci uluslar, Osmanlıların eline geçen eski dünya ticaret yolları yerine, alternatif bir yol yaratmaya çalışırken, ticaret yöntemleri ve denizcilik bilgisi ile ilgili, çok daha kıymetli bazı keşif ve icatlarda bulundular. Açık denizde yol almayı kolaylaştıran alet ve donanım, okyanusa dayanıklı ve büyük miktarda yük taşıyan gemilerle birlikte geliştirildi. Açık deniz ticaretinin getirdiği, korsanlık, fırtınalar ve tüccarın, mallarını tanımadığı kimselere emanet etmesi gibi risklere karşılık, yapılan karlar çok büyüktü. Ayrıca her bir risk grubunu dengeleyecek olan, sigortacılık, detaylı ve kesin muhasebe sistemleri, kişisel olmayan ticari ilişkileri

174|INALCIK a.g.e. S:214-215

175|AKDAĞ a.g.e. Cilt 2 S:191

düzenleyen, şirketleşme ve ticari sözleşmeler de, bu tür ticaretin gelişmesine paralel olarak ilerledi. Özellikle yeni ihtiyaçlara göre şekillenen hukuk kuralları ile İtalya'da geliştirilen ve günümüzdeki muhasebenin de temeli olan çift taraflı muhasebe sistemi, ticaretle uğraşan kişilerin en önemli güvenceleri haline geldi. Amaçlı akılcılık felsefesini benimseyen ticaret ve bilim, savaş teknolojisinde buluştu. Deniz ticareti ile zenginleşen devletler, daha büyük gemi ve silah yapmak için gerekli finansmana ve bilgi birikimine sahip oldular. Buna karşılık, Osmanlı devleti, kara ticaretinde uzmanlaşmış tüccarları, Akdeniz tipi gemileri ve küçük çaplı silahları ile, bütün bu gelişmelerin dışında kaldı. İnebahtı savaşında alınan yenilginin ardından (1571), denizlerde Türk egemenliğinin sona erme nedeni de budur. Ayrıca yön değiştiren dünya ticaretiyle birlikte, zaten Şii'nin güç kazanmasından dolayı doğu ve doğu Türk'lüğü ile ilişkileri kopmuş olan Osmanlılar, tam bir izolasyon dönemine girdiler. Bu dönemde son derecede sınırlanmış olan dış ticaretin, yabancılar veya Yahudi, Rum ve Ermeni azınlıklar eli ile yapılması, Türk'lerin dış dünya ile olan bağlarını tümüyle kopardı. Bu izolasyon döneminin etkileri, ekonomi başta olmak üzere, toplumu her yönü ile şiddetle etkiledi ve yıkılmaya yol açan süreci başlattı. Zaman içinde, batı merkantilist düşüncesi ile Osmanlı yönetim zihniyeti arasında bir uçurum meydana geldi.

Ticarete bakış açıları ele alındığında, Osmanlı ve Roma imparatorlukları arasında büyük benzerlikler olduğu ortaya çıkmaktadır. Her iki yönetim zihniyeti de tüccarı, ticareti ve kar etmeyi aşağı görmüşlerdir. Onlara göre ticaret, gerek yarattığı faydalar açısından, gerekse vergi gelirleri açısından, korunması, hatta desteklenmesi gereken bir faaliyettir. Ancak bu işlerle uğraşan kişilerin pek takdire değer insanlar oldukları söylenemez. Hele ki devlet ricalinin bu işlerle ilgilenmesi aşağılık bir olaydır.

Toplumun büyük kesiminde de yaygın olarak benimsenen bu bakış açısını bir çok yazılı belgede bulmak mümkündür; mesela, yabancı bir araştırmacı, Osmanlı bakış açısı ile dış ticareti şöyle özetlemektedir: "..Türk, düşmanının ayağına, hatta barış halinde olduğu düşmanının ayağına mal satmaya gidecek kadar alçalmaz. Osmanlı zihniyeti içinde kafir, onun ülkesi içinde ticaret yapabilmek

için yalvarmakta ve Türk kendi yüceliği içinde ona gerekli izni vermektedir."¹⁷⁶ Köprülü Mehmet Paşanın Fransız büyükelçisine bir toplantıda söylediği şu sözler de meşhurdur: "Kralımız o kadar büyük adam diyorsunuz. Bu ticaret işleriyle nasıl uğraşiyor? Biz ticaret işleriyle uğraşmayı ayıp sayıyoruz da."¹⁷⁷ Halk kesiminde ise, fukaha, mutasavvıf ve ahlakçılar, ticaret konusunda yönetici kesim ile aynı görüşte birleşiyorlardı.

Devlet yönetiminin detaylı müdahaleciliği, Osmanlı insanını maddeye dönük bir yaşam tarzı yerine, mistisizme yönlendirmiştir. İslam felsefesi ile zaten ahiret işlerine büyük önem veren bu toplum, siyasi ve coğrafi izolasyonun etkisi, biri bitmeden diğeri başlayan savaşlar ve kişisel servetlerin bir güvensizlik ortamı içinde olması nedeni ile, merkantilist düşünceye çok uzak kalmıştır. Ekonomik yapının ve dini etkilerin yanısıra, sultanın mutlak otoritesi de ferdi çıkışları önleyen, önemli bir etkidir. Sultan korkusu, yukarıdan aşağıya, toplumun bütün katmanlarına sinmiştir. Bu durum, Osmanlı insanının ferdiyetçi yanını ve eleştiri yapma gücünü köreltmıştır. Devlet otoritesi öylesine güçlüdür ki, insanlar din korkusu ile günah işlemekten kendilerini alıkoyamazken, sultan korkusu ile alıkoyarlardı. Osmanlı toplumunda devlet anlayışı, din ve törenin üzerinde olmuştur. Padişahın, mülk ve teba üzerindeki sınırsız tasarrufu, Türk ordu-millet geleneğine bağlı olarak oluşan, güçlü bir askeri psikoloji ile birleşmiştir. Böylece ortaya, islami inanç ile pekiştirilmiş, otoriteye sorgusuz itaat eden, kolektivist bir toplum çıkmıştır. Savaşçı bir toplum için ideal sayılacak bu düzenleme, bireye dönük kimlik gelişimleri söz konusu olduğunda, aşırı bağımlılık ve bağımlılık yüzünden karmaşaya yol açıyordu. Osmanlı insanı kimliksizdi. "Üst makama yaptığı başvurularını arz, mektup ve dilekçe gibi yollarla yapar, ancak vaki müracaatta imza atamaz, kimliğini ortaya koyamazdı. Yeniçeri ağası da maruzatında asla mühür kullanmaz. yalnızca M harfi yazardı. Kanun hazırlayanlar imzalarını atamazdı. Şiir, şarkı, hat levhası gibi bir çok sanat eserlerinin sahihsiz olmasının ardında da, bireyin bir kimlik peşinde koşmaması, devlete duyduğu

¹⁷⁶MANTRAN, Robert "Azınlıklar, meslekler ve yabancı tüccarlar" Tarih ve toplum dergisi Sayı 16 İstanbul Nisan 1985 S:21

¹⁷⁷TAHİR, Kemal "Hür şehrin insanları" Der yayınları Ankara 1976 S:102

güven ve itaat ile toplumda erimesi bulunmaktadır."¹⁷⁸ Osmanlı insanı, ne yapması gerektiğini, kendi vicdanı ile yaptığı bir muhasebeden çok, toplum normlarında arayıp bulan bir kişilik geliştirmiştir. Osmanlı toplumu varlığını, bireye dayanmadan sürdürmüştür. Bünyesinde erittiği birey için, kendisini kabul ettirecek, kişiliğini vurgulatacak fırsat ve atılımların yolunu hiç açmadığını söylemek mümkündür. Bu nedenle, ferdi kapitalizm ya da ferdi servetlerin ortaya çıkması söz konusu olamamıştır.

Ferdiyetçilik ve analitik düşünce tarzının, Osmanlı toplumunda kök salmamasının bir diğer nedeni de Türk'lerin doğaya ve maddeye bakış açılarıdır. Türk geleneğinde madde, ilk haliyle ya da ilk karşılaşmada ona verilen şekille korunur. Türk düşüncesinde bu yaklaşım, şamanist dönemden kalmıştır ve Türk toplumlarının bir çoğunda genel davranış biçimidir. Lamartin'in de Osmanlı'larla ilgili anlarmı anlatırken belirttiği gibi, "Bu ulus gerçekten hiçbir şey yaratmıyor, hiçbir şeyi yenilemiyor. Fakat hiçbir şeyi de kırıp tahrip etmiyor."¹⁷⁹ Kuruluş ve gelişme dönemlerinde, Osmanlı toplumunun, öğrenmeye ve yeniliğe açık, çevresindeki olaylara ve gelişmelere ilgi ile bakan bir yapıda olduğu bilinmektedir. İzolasyon döneminde ise bu durum tam tersine dönmüştür. Kendi dünyasına çekilen, aşırı kendine güvenli ve İslam dininin etkisi ile yabancılara tepeden bakan bir topluma dönüşüm başlamıştır. Buna paralel olarak, eğitim sisteminde de hızlı bir gerileme ortaya çıkmıştır. Osmanlı medreselerinin dışarıya açık, başka kültür merkezleriyle sıkı bağlar kuran, en yüksek fikri iletişim düzeyini tutturmaya çalışan yapıları, daha sonra dışı kapanan, yeniliğe yüz çeviren, gelenek ve tekrardan başka bir sürece imkan tanımayan bir şekle girmiştir. Çin, Arap ve Yunan medeniyetlerinin deneme-yanılma türü bilimsel keşif ve icatları, Osmanlı öğretiminde önemli bir yer tutmuştur. Ancak, Batı medeniyetinin hiç bir yanlıya ve hayalciliğe yer vermeyen, maddeyi her yönden kuşatıp, parçalayarak inceleyen bilimsel yaklaşımı Osmanlı eğitim sistemine hiçbir zaman ulaşamamıştır. "Osmanlı fikirler iklimine hükmeden kurumsal faktörlerin karşılıklı etkileşimi, ahlak ve zihniyet çatışması, madde ve eşyaya ait bilgilerin üretilmesine

¹⁷⁸UZUNÇARŞILI, İ.H. "Osmanlı devleti zamanında kullanılmış bazı mühürler hakkında bir tetkik." Bellekten Y. İstanbul 1940 S:33

¹⁷⁹TİMUR, Talat "Lamartine, Osmanlı devleti ve Burgazova çiftlikleri" Tarih ve toplum dergisi Sayı 24 İstanbul 1985 S:42

engel olmuştur. Ekonomi ve ticaret bilgisi de, elbette ki bu engelin dışında bir istisna olamazdı."¹⁸⁰ Osmanlı medreselerinde verilen eğitimin, 16. yüzyıl sonrasında, teoloji ağırlıklı bir hale geldiği bilinmektedir. İnsan vücudunun ve diğer canlıların inceleme konusu yapılması bu nedenle tabu kabul edilmiştir. Bilimsel yenilik peşinde koşanlar ise, gerek padişah ailesinin mutlak hakimiyetine bir tehdit oluşturabilecekleri düşüncesi ile, gerekse dini korkular yüzünden motive edilmemiş, hatta bazen de engellenmişlerdir. Kendi icadı olan kanatlarla uçmayı başaran, ancak takdir yerine ceza gören Hazerfan Ahmet Çelebi'yi bu konuda örnek olarak göstermek mümkündür. Bilimsel çalışmaların denetimi ve yönlendirilmesi, kuruluş döneminden başlayarak, yönetici sınıfın elinde tutulmuştur. Bu yüzden, Osmanlı eğitim sisteminde, padişahın bilime müdahalesini sınırlayabilecek, özerk düşünce merkezleri oluşmasına asla izin verilmemiştir. Böylece bağımsız bireylerin akademik ürünler vermesi mümkün olmadığı gibi, düşünce üreten, bir anlamda hırçın ve eleştirci birey tipinin doğması da engellenmiştir.

Ferdiyetçiliğin var olmadığı Osmanlı toplumunda, ferdi sermaye birikimleri de meydana getirilememiştir. Ülkenin en zengin dönemlerinde bile, kar ederek servet sahibi olan kimseye rastlanmamıştır. Bu oluşumun belli başlı iki sebebi vardır; Bunların ilki, her türlü mal ve servet birikiminin, padişahın bir sözü ile yokolabilmesidir. Servetler için bir güven ortamının bulunmaması, insanları servet yapmak için büyük riskler almaktan caydırmıştır. İkinci ve daha önemli sebep ise, toplumu saran ve uyuşturan mistik ortamdır. "Tasavvuf ahlakı ve tarikatların, iktisadi ve ticari aktiviteye katılmada caydırıcı etkileri çok büyüktür. İslam dininin hem dünyaya hem de dünya ötesine ağırlık veren yanları, şeriatla tarikat arasında bir çatışma yaratmadan, toplumda, dünyaya ait olmayan madde düşüncesini nasırlaştırmıştır. Atalet ve miskinliğin pekişmesi, zımni olarak hazıra konmayı ve açıkça maddenin mevcut haliyle muhafazasını bir düstur haline koyuyordu. Özellikle tasavvufi cereyanların önde giden temsilcilerinin tavırları, esasta kendi yağıyla kavrulma, dünya malından uzak durma ve kar-kazanç için ter dökmek şeklinde özetlenebilir. Kar ve kazanç, Osmanlı insanını sevaptan ve ibadetten alıkoyduğu için sevimsiz bulunuyordu. Ticaretle elde edilen kazanç, Allah yolunda sarfedilmeyince,

¹⁸⁰ÜLGENER, S.F. "İktisadi çözümlenin ahlak ve zihniyet dünyası" Der yayınları İstanbul 1981 S:88

dünyevi bir amaç için araç oluyordu."¹⁸¹ Böylece, ekonominin güçlü dönemlerinde, girişimcinin elinde birikmeyen zenginlik, toplumun üretken olmayan başka kesimlerine dağıldı. "İlk devirler için ganimet ile toprak dağıtımından elde edilen servet, hemen bir adım sonra, devlet ricali ve askeri erkana kalıyordu. Üst tabakada, başta sadrazamların serveti tedrici olarak aşağılara süzülürken, üstün servet hiyerarşisi resmediliyordu. Üst yöneticilerin giderek rüşvete kapı açmaları, servetleri oluşturuyordu. Giderek zulüm ve baskı ile reayadan elde edilenler de servet için başka bir kaynak olmuştu. Tabii buna dini amilleri, bilhassa tarikatların sebebiyet verdiği ruhani aristokrasiyi de katmak gerekiyor."¹⁸²

Osmanlı ekonomisinin pre-kapitalist döneme girip, sonra hızla geri dönmesinde, Osmanlı dayanışmacılığının rolünü de belirtmek gereklidir. Geçinecek kadarına razı olan bir yaşam tarzı, millî felsefe haline gelince, bunun ötesinde ihtiyaç duyulmayan servet, toplumsal harcama ve yardımlaşmaya konu olmuştur. "Yerleşim yerlerini dolduran cami, mescit, tekke, medrese, çilehane, zaviye, darüş-şifa, su yolu, çeşme, sebil, hamam, kütüphane, muallimhane, köprü, imaret ve benzeri eserlerin yapımı, çoğunlukla şahıslar tarafından gerçekleştirilmiştir. Osmanlı tescanütçülüğünün görünmeyen bir yanı da, bireyi arayıp bulması ve onu teselli etmesidir. Şahıstan şahısa yapılan fitre, zekat ve günlük para yardımı yanında, esnafın birbirini kollaması, dayanışmacılığın toplumdaki somut izleridir."¹⁸³ Ayrıca, 16. yüzyıl sonrasında yaşanan siyasi karmaşa, hukuk düzenindeki istikrarsızlık, can ve mal güvenliğini ortadan kaldıran keyfi uygulamalar ve el koyma gibi çeşitli nedenlerle, gelir ve servetlerin, tamamen ekonomi dışı bir işletme türü olan "vakıflara" doğru yönelmesi de ekonomik durgunluğa katkıda bulunmuştur. Vakıflardan beslenen ve "mürtezika" olarak bilinen bir rantiyer sınıfı oluşmuş, ve sermayenin üretim, ticaret, imalat gibi alanlara girmesini tamamen engellemiştir.

Buraya kadar incelenen yapısal nedenlerin yanısıra, Osmanlı devletinin, hemen yanıbaşında gelişen, batı medeniyetinin potansiyel tehlikesine uzun süre aldırılmaması ve aldırıldığında ise önlem alma fırsatlarını kaçırmaması, diğer bazı faktörlere de bağlıdır. Bunları kısaca şöyle özetlemek mümkündür;

¹⁸¹ÜLGENER a.g.k. S:139

¹⁸²UZUNÇARŞILI a.g.k. S:166-167

¹⁸³UZUNÇARŞILI "Osmanlı devletinin saray teşkilatı" Ayyıldız Ankara 1984 S:500

Osmanlı imparatorluğu, Kanuni döneminde, fiziksel büyümenin sınırlı varmıştır. O dönemin teknolojik imkanları ile, haberleşme, lojistik ya da ulaşım gibi faaliyetlerin daha büyük bir alana yayılması mümkün olmamıştır. Baharla birlikte yola çıkan Türk ordusu, yaz sonuna doğru Viyana kapılarına ancak varabiliyordu. Sonbaharla birlikte de geri dönmek gerekiyordu. Uzun süren bir şehir kuşatmasına dayanmak, Türk ordusu için artık mümkün olmuyordu. Kanuni'nin 1529 Viyana seferini, 200.000 kişilik ordusu ile, sadece bir güç gösterisi olarak yapması, sur yıkacak topları bile götürmemesi bu yüzden. İmparatorluğun durağan ve içe kapanık hale geçmesi de aynı dönemde başlamıştır.

Batıda, iyi teçhizata sahip, düzenli orduların ortaya çıkması ile, daha ziyade savaş zamanlarında silah kuşanıp bir araya gelen ve amatör bir askeri kimlik taşıyan sipahiler, eski işlevlerini yitirmişlerdir. Osmanlı para sisteminin gümüşe dayalı olması ve gümüşün bollaşması ile, parasal dengeler bozulmuş fiyat artışlarına yol açmıştır. Bu durum da tımar gelirlerinde bir düşmeye yol açmış ve sonunda, askeri sistemin kırsal kesimini ve tarım ekonomisini oluşturan sipahiliğin gerilemesine yol açmıştır.

Sipahiliğin gerilemesi, sürekli orduyu oluşturan yeniçeri miktarının artırılmasını gerektirmiştir. 17. yüzyıla kadar, seçilerek eğitime alınan ve en iyi şartlarda yaşamalarına özen gösterilen yeniçerilerin, askeri teknolojideki gelişmelere uygun olarak da silah ve teçhizatları sürekli yenilenmiştir. Ancak sonu gelmeyen savaşlar ve sipahilerin oluşturduğu boşluğun kapatılması gereği yüzünden, niteliklerine bakılmaksızın her türlü insan, düşük maaş ve az eğitimle yeniçeri yapılmış, bunun sonucu olarak askeri kalite düşmüştür. Yeniçeri isyanları gündeme geldiğinde ise, sipahilik gibi bir dengeleyici kurumun yokluğu yüzünden, Osmanlı imparatorluğu bir anlamda yeniçeri diktatörlüğüne dönüşmüştür.

Ticaret ve fetih gelirlerinin azalması, tımar sisteminin bozulması, yüksek maliyetli kara ticaretinin iyice verimsiz hale gelmesi ve savaş maliyetlerinin fazlalığı, mali yönetimi şiddetle etkilemiştir. Vergi sistemi ve yönetim sistemi bozulmuştur. Devlet önderliğinde girişilen reform ve yenileme hareketleri, kaynak eksikliği engeline takılmış ve bocalama devresi 19. yüzyıla kadar sürmüştür.

Bu gelişmelere paralel olarak, eğitim sisteminde ve manevi alanda hızlı bir gerileme başlamış, medreselerin en üstün ve yetenekliyi seçerek, toplum piramidinin en üst noktalarına yönlendirme

fonksiyonu yokolmuştur. Medrese eğitiminin titiz ve disiplinli eğitim süzgecinden geçmeden yetişen yöneticiler, giderek devlet düzenindeki saygınlık ve otoriteyi tüketmişlerdir. Yavaş yavaş zayıf ve bitkin düşen imparatorluk, malum sonuna, 20. yüzyıl başlarında varmıştır.

2.3. Türkiye'de kapitalizm ve pazarlamaya bir bakış

Osmanlı imparatorluğu, Avrupa ülkeleri ile arasındaki farklılaşmaların bilincine vardıkça, aradaki mesafeyi kapatabilmek için çeşitli yollara başvurmuştur. Bu konuda gösterilen çabalar, amaçlı, disiplinli ve bilinçli bir değişim faaliyeti şeklinde gerçekleşmemiştir. Bir merak ve öğrenme tutkusu mevcuttur, ancak, plan ve sistem eksikliği, çeşitli alanlarda başlatılan yenilenme çalışmalarının koordinasyonunu imkansız hale getirmiştir.

Osmanlı imparatorluğunun yokolma tehdidi ile karşılaştığı dönemin başlangıcı 1770 li yıllardır. 17. yüzyılda başlayan ve 3. Selim zamanına kadar süregelen askeri yenilgiler ile toprak kayıpları, çözülme sürecini bir çöküşe dönüştürmüştü. Artık Avrupa karşısında varlığını devam ettirebilmek için, batı sistemini oluşturan unsurların, kendi toplumuna aktarılması gerektiğini ilk anlayan padişah 3. Selim oldu. Devleti kurtarma probleminin çözümünü, Avrupa'ya açılmakta gören Selim, orduyu Avrupa standartlarına getirmeye çalışırken, bir çok görünmeyen problemin de açığa çıkmasına yol açtı. Böylece daha ziyade ordu odaklı olsa da, ilk iletişim ve değişim çabaları bir kaç noktadan başlamış oldu. Bu noktalardan bir tanesi, "Avrupa devletleri dengesinde vuku bulan değişimleri takip etmek ve buradan edinilen bilgilerle Avrupa ahvaline vakıf olmak üzere tayin edilen, Avrupa devletleri nezdindeki ikamet elçileri ve memurlardır."¹⁸⁴ Diğerleri ise 3. Selim'in açtığı kapıdan içeriye giren ve batı merkantilist düşüncesini yaymaya çalışan, gazeteci, seyyah, diplomat ve tüccarlardır. Bu insanların değişim ajanı rolünü üstlenmeleri ile toplumun sanat, düşünce, askeriye ve eğitim kesimlerinde yeni fikir odakları oluşmaya başlamıştır. Böylece gelişmeye başlayan yeni eğilimler, hem tanzimatın iç iskeletini hazırladığı gibi hem de Osmanlı insanında ilk kez bir maddi rahatlık tutkusunun kıvılcımını çakmıştır.

¹⁸⁴KURAN, Emin "Avrupa'da Osmanlı ikamet elçiliklerinin kuruluşu ve ilk elçilerin siyasi faaliyetleri" TTK 1978 S:11

Osmanlı devlet adamları ve aydınları, devlet kurtarma zihniyeti ile hareket etmişler, gerek 3. Selim döneminde, gerekse 2. Mahmud döneminde bir dizi reform ile değişimi gerçekleştirmeyi ummuşlardır. "Oysa, Avrupa'nın ulaştığı maddi boyutların ve insan tipolojisinin ardında, uzun süren sosyal, ekonomik ve siyasi bir evrimin bulunduğunu kavrayamamışlardır. Bu yüzden, gerçekleştirilen reformların, toplumsal değişim açısından hızlı ve yaratıcı bir katkısı olamamıştır."¹⁸⁵ Osmanlı toplumu, zihni değişime sıkı sıkıya kapalı durumdaydı. 3. Selim veya 2. Mahmud dönemlerinde, halkın düşünce düzeyi Fatih ya da Kanuni dönemlerinden fazla farklı değildi. Göze batan değişimi en çok gösteren kesim, yönetici ve entellektüellerdi. Azınlıkta kalan bu toplulukların zihinsel değişimi ise toplumun alt katmanlarına oldukça yavaş etki ediyordu. Yine de, Baltalimanı anlaşması ve tanzimat fermanı, ilkel düzeyde de olsa bir rekabet anlayışını ve serbest pazar ekonomisi fikrini Osmanlı insanının aklına yerleştirmiştir."¹⁸⁶ Böylece toplumda ilk kez, ekonomik sorunlar üzerinde düşünmeye ve tartışmaya imkan sağlanmıştır. "Diğer taraftan, geleneksel kesim, batı rekabeti karşısında, ekonomik hayattan tamamen silinmiştir. Özel mülkiyete geçiş, feodal tutkuları da kabartarak, miri arazilerin büyük çifliklere dönüşmesine sebep olmuştur."¹⁸⁷ Yerli üretimin, yabancı rekabet karşısında ayakta kalması dilek ve temennileri bu dönemde ortaya çıkmaya başlamıştır. Ülke ağır aksak bir biçimde liberalizme

¹⁸⁵SHAW, S. James "History of Ottoman Empire and Modern Turkey" Cambridge University press 1976 S:264

¹⁸⁶Bu konuda bkz. TİMUR, Tevfik "1838 anlaşmasını doğru değerlendirdik mi?" Yapıt dergisi Sayı 10 İstanbul 1985 S:12-30

19. yüzyılda dış pazarlara yayılmaya başlayan İngiliz ekonomisi, Osmanlı ülkesinin serbest pazar haline gelmesini kendi çıkarlarına uygun görmüştü. Mısır sorununda, İngiltere'yi yanına almak isteyen ve serbest pazar ekonomisi ile Osmanlı ülkesinin, silkinip kendisine geleceğine inandırılan 2. Mahmut, bazı bürokratlarının anlaşmayı yumuşatma çabalarına rağmen, 1838 de Baltalimanı anlaşmasını imzalamıştır. Bu anlaşma, beklenen sonuçları hızla vermese de, Tanzimat fermanı ile başlayan reform hareketlerinin belkemiğini oluşturmuş ve piyasa mekanizması lehine ağır bir gidişin ilk adımı sayılmıştır.

¹⁸⁷BERKES, Niyazi "100 soruda Türkiye iktisat tarihi 2" Gerçek yayınevi İstanbul 1970 S:289-395

Türk üretim ve ticareti, yabancı sermaye karşısında tutunamamıştır. Yabancılar, memalik-i mahrusa sınırları içinde hırdavatçılığa kadar yayılmışlardır. Devrin esnaf ve sanatkarları, "milyonlarca kapitale karşı bir kaç torba beşlikle nasıl karşı dururuz" diyerek ümitsizliklerini dile getirmişlerdir.

Daha sonra, yerli kapitalistler ortaya çıkmaya başlamış, ancak bu çıkış, batıdaki feodalizmden kapitalizme geçiş sürecinin tam tersi bir şekilde olmuştur. Devlet adamı, sarraf, mültezim, ayan ve derebeyi ne kadar birbirine aykırı ve çatışık tipler olursa olsun, mevki istismarı yoluyla elde ettikleri servetleri biriktirmeleri, bu insanları üretim devrimi yapacak kişiler değil, eşi sistemin varlığını, kendi varlıklarının garantisi olarak elde tutan bir koalisyon sınıfı haline getirmiştir.

doğru ilerlemeye başlamış, ancak kapitalist zihniyeti özünde taşımayan bir toplumu, emir-kanun yoluyla ve hızla kapitalist hale getirmek mümkün olmadığından, çeşitli tıkanma ve duraklamaların yaşanması kaçınılmaz olmuştur. Sistemli bir eğitim çalışması yapılmadığından, yöneticiler ve yeni düşünce akımlarına katılanlar da gerçek anlamda ekonomik düşünceyi kavrayamamışlardır. "Gerçekten de, değil yeni Osmanlılar, ondan sonraki entellektüel kuşak içinde yer almış olan jön Türklerin bile, ne teorik iktisattan nasiplerini aldıklarını ne de bizzatıhi iktisadi süreci anlayabildiklerini ileri süremiyoruz."¹⁸⁸ 18 ve 19. yüzyıllarda birçok Türk öğrenci Avrupa okullarında eğitime gönderilmiş olmasına rağmen, okul kayıtları incelendiğinde bunlardan hemen hiçbirinin, ekonomi ya da iş bilgisi ile ilgili dallarda eğitilmediği görülmektedir. Oysa aynı dönemde Avrupa eğitim kurumlarında bulunan Japon öğrencilerin %30 dan fazla bir bölümü ekonomi ve iş idaresi ile ilgili alanlarda eğitilirken diğer büyük bir kısmı ise çeşitli mühendislik dallarında yetiştiriliyordu. Osmanlı öğrencileri ağırlıklı olarak askeriye, güzel sanatlar v.b. dallarda okutulmuşlardır.

Osmanlı imparatorluğu, ekonomik değişim hareketinin sonuçlarını göremeden tarih sahnesinden çekilmiştir. "1910 lara gelindiğinde, bir kısım zanaatlere dayalı üretim faaliyetlerinin direndiği, önemli bir bölümünün ise yıkılmış olduğu ancak bunların yerini fabrika sistemine dayalı sanayinin almadığı görülmektedir. Dünya ekonomisinin dalgalanmalarından şiddetle etkilenen açık bir ekonomi mevcuttur. Osmanlı devleti, ağır bir borç yükü ile Avrupa sermayesinin denetimi altına girmiştir."¹⁸⁹ Takip eden dönemde, yeni Türkiye cumhuriyeti kurulmuş, yönetim felsefesi değiştirilmiş ancak genel ekonomik politikada kayda değer bir değişiklik olmamıştır. Yani kapitalist düzene geçme konusundaki arzu ve tutkular da bir değişme olmamış, hatta Cumhuriyetin ilk yıllarındaki genel strateji bile Osmanlı döneminde belirlendiği şekli ile korunmuştur. Toplumsal yönden en büyük değişim, Osmanlı toplumunu bir arada tutan din tutkalının yerine, Türk milleti fikrinin getirilmesidir. Bu fikirle beraber, ekonomik alanda bir takım çözümler yaşanmıştır. "Osmanlı döneminde üretim ve ticaretin büyük sermaye

¹⁸⁸MARDİN, ř. "Jön Türklerin Siyasi Fikirleri" Ayyıldız Ankara 1964 S:184

¹⁸⁹PAMUK, şevket "Osmanlı ekonomisi ve dünya kapitalizmi" Yurt yayınevi Ankara 1984 S:127

gerektiren kısmını elinde tutan azınlıklar ve yabancı sermayedarlar, çekingenliğe kapılmışlardır."¹⁹⁰ Daha ziyade esnaf niteliğini taşıyan küçük ve orta büyüklükteki Türk tüccar ve üreticileri ise, yeni bir ekonomi yaratma konusunda kalifiye olmadıklarından, kapitalizme geçiş süreci devlet desteği ile devam etmiştir. Böylece, Osmanlı döneminde görülen, devletin taviz vermez müdahaleci politikası, cumhuriyet döneminde, devletin üretim ve pazarlama faaliyetlerini tamamen üstlenmesi biçimine dönüşmüştür. Burada ana fikir, bir taraftan da devlet eli ile kapitalist üretmek ve geçiş dönemi boyunca yarı sosyalist yarı kapitalist bir milli ekonomik düzeni sürdürmektir. Geçiş dönemini, Osmanlı imparatorluğunun sona ermesinden günümüze kadar, birkaç ana bölüm halinde incelemek mümkündür.

Geçiş dönemi, 1908-1922 yılları arasında, Osmanlı imparatorluğunun bir dizi savaş, ihtilal, darbe ve ayaklanma sonucu tarihe karışması ile başlar. Siyasi denetim mekanizmalarının en etkili ve basit yöntemlerinden bir tanesi olan, sermaye kaynakları üzerinde egemenlik kurmak, yabancı devletler tarafından, Osmanlı devleti üzerinde mükemmel biçimde uygulanmıştı. Son aşamada devlet, yarı sömürge statüsünde ve ekonomik anlamda tamamen yabancı ülkelere bağlanmış durumdaydı. Ulusal bir kapitalizme yöneliş, çekingen adımlarını henüz atmaya başlıyordu. "Dönemin iktidar düzlemindeki baş aktörleri, 1908-1918 yılları arasında ittihat ve terakki cemiyeti, 1919-1922 yılları arasında ise Kemalistlerdir. İkincisi büyük ölçüde birinci gruptan türeyen bu kadroların, yönetime hakimiyeti bu dönemde tam değildir. İttihatçılar İstanbul'u kontrol altında tutarken, emperyalizm ile uzlaşmayı savunuyor, Kemalistler ise Anadolu'yu kontrol altında tutarken, anti emperyalist ve bağımsızlık yanlısı bir görüntü çiziyorlardı. İkinci dünya savaşının bitimine kadar, genellikle milliyetçi ve bağımsızlık yanlısı kadrolar görev başında olmasına rağmen, bunlar, uluslararası sermayenin ve büyük devletlerin, Osmanlı imparatorluğu üzerindeki kurumsallaşmış ve güvenceler altına alınmış denetim, müdahale ve baskı

¹⁹⁰Bu konuda bkz. KEPENEK a.g.k. S:25 ve STEINHAUS, Kurt "Atatürk devrimi sosyolojisi" (Türkçesi: Metin Aktaş) Sander yayınevi İstanbul 1973 S:15-16

Bir başka deyişle, kapitalist olabilecek kesim, Türk halkının dışındaydı. Toplumun çoğunluğunu oluşturan kesimle bütünleşmemişti. Bu yüzden, ekonominin değişik kesimleri arasında sermayenin geçişini, organik bütünlüğünü sağlayacak bir süreç oluşmamıştır. Osmanlı yönetiminde, ekonomi ile ilgili işleri üstlenen kişilerin, büyük çoğunlukla azınlık kökenlilerden seçilmesine rağmen, sermayedarların yönetime güvensizlikleri sürmüştür. Cumhuriyet döneminde ise, azınlık sermayesinin büyük kısmı ekonomi dışında kalmıştır.

mekanizmaları karşısında çaresiz kalmışlardır. Büyük güçlerin hangisine yanaşmak daha yararlıdır tartışması bu noktada başlamıştır. Milli mücadele, Lozan ve cumhuriyetin ilanı Kemalistlere nasip olmasına rağmen, siyasi bağımsızlığın, ekonomik bağımsızlığa giden yolda gerekli, ancak yeterli olmadığını, takip eden bir kaç yılda anlamışlardır"¹⁹¹

Ulusal bir kapitalizme yönelişin karşısına çıkan en çetin engel, Türk kapitalistlerinin zayıflığından kaynaklanmıştır. Osmanlı'larda bir kapitalist sınıfın var olmasına rağmen, bu sınıf sanayide değil, daha ziyade dış ticarete gelişmişti ve büyük ölçüde gayri müslim (Rum, Yahudi, Levanten, Ermeni) azınlıktan oluşuyordu. Bu özellikteki bir sınıfın, ulusal nitelikli bir kapitalist devrim yaratması söz konusu olamazdı. Buna karşılık, daha ziyade esnaf özellikleri taşıyan, küçük sermayeli Türk ve Müslüman girişimciler, büyük ölçüde azınlık kapitalistlere bağlı durumdaydı.

"Milli iktisat görüşü, gerekirse savaşın yarattığı kıtlık koşullarından yararlanarak ve devlet desteği ile bir yerli ve milli kapitalizmin yaratılması gerektiğini ileri sürmekteydi."¹⁹² Böylece, zorunlu olarak ortaya çıkan, "yerli kapitalist yetiştirme" fikri, 1920 li yılların sonuna kadar denenmiştir. Bu hareketin, fazla verimli olmamakla beraber, olumlu bir dönüşüme yol açtığından söz edilebilir. Savaş koşullarının da etkisi ile, coğrafi bölgeleri arasındaki ekonomik ilişkiler son derece zayıf olan, yarı sömürge bir toplum, yavaş yavaş ulusal bir ekonomiye dönüşmeye başlamıştır. Ayrıca, kıtlık koşullarından doğan vurgun ve karaborsa olguları, Cumhuriyet'in ilk yıllarında fertlerin elinde birikmeye başlayan sermayenin, ilkel mekanizmaları olmuşlardır. Sultanın ve bürokratik aristokrasinin, devlet örgütü ve toplumsal hasıla üzerindeki egemenliğini ortadan kaldıran bir dizi kanun ve karamame, bu dönemin başlarında, kapitalistleşme sürecinin asli unsurlarından bir tanesi olarak kabul edilir. Aslında ferdi kapitalizme yönelme çabalarının başlangıcı Tanzimat'a kadar götürülebilirse de, Tanzimat ile birinci

¹⁹¹BORATAV, Korkut " Çağdaş Türkiye. İktisat tarihi. Türkiye tarihi cilt 4" Cem yayınevi İstanbul 1989 S:271

¹⁹²Ticaret ve sanayi alanında Türk'lerin giderek azınlıkların yerini alması, savaş döneminin en önemli gelişmelerindendir. O devirde İstanbul ticaret nezaretinde görev yapan bir Macar memur, Türk'lerin savaş öncesinde ticaret ve sanayide %10 gibi bir azınlık oluşturduklarını ancak savaş sonrası milyonerlerinin çok büyük bir kısmının Türk olduğunu ve önceleri boş oturan bir çok kişinin hükümet himayesinde ticarete atılıp, zengin olduklarını belirtmiştir.

STEINHAUS a.g.k. S:75

Meşrutiyet arasında gerçekleşen ağır tempolu modernleşme süreci, Abdülhamit'in 30 yıldan fazla süren istibdat döneminde teknolojik ve bazı sosyal yönleriyle devam etse de, siyasal yönüyle tamamen durmuştur. 1908-22 dönemine devrim özelliğini kazandıran, normal evrim sürecinde bu siyasal kesintinin araya girmiş olmasıdır.

30'lu yıllara kadar, "Milli iktisat okulu"nun yerli kapitalist yetiştirme girişimlerinin en etkili yöntemi, devlet tekellerinin ayrıcalıklı özel şahıs ve işletmeler tarafından işletilmesidir. Lozan antlaşması, ithal malları ile yerli mallara farklı oranlarda tüketim ve satış vergisi uygulanmasını önüyor, sadece devlet tekeline konu olan mallarda, kamu gelirlerini arttırmak amacıyla, daha yüksek bir fiyatlamaya imkan veriyordu. Bu durumda, antlaşmanın kısıtlayıcı hükümlerinden kurtulmanın tek yolu, çok sayıda mal ve hizmetin devlet tekeline alınması olmuştur. "Ancak daha sonra, dönemin genel politikasına uygun olarak, bu tekeller, ayrıcalıklı yerli ve yabancı şirketlere devredilmiştir."¹⁹³ Bir çoğunda üst düzey bürokrat ve politikacıların ortak olduğu bu şirketler, tekel durumundan yararlanarak, yüksek kazançlar elde etmişlerdir. Dönemin en karlı tekelleri; kibrit, çakmak, ispirto, alkollü içkiler, barut, patlayıcı maddeler ile benzin ithalatı ve dört büyük limanın işletilmesi konularında çalışanlardır. Ayrıca, 1924 yılında kurulan İş bankası, yerli kapitalizm alanında önemli bir rol oynamıştır. Özel statülü ve resmi görünüşlü bu banka, dönem boyunca yerli ve yabancı sermaye ile siyasal iktidar arasındaki bütünleşme sürecinde aktif bir rol oynamış ve çeşitli ekonomi politikası kararlarını, sermaye çevrelerinin istekleri doğrultusunda yönlendirmede, etkili bir baskı grubu oluşturmuştur. Fransızca karşılığı Banque d'affaires olan İş bankasının çıkar gruplarına, aynı zamanda çıkarıcı anlamında kullanılan Fransızca "affairiste" sözcüğünden esinlenilerek, aferistler adı verilmiştir. Şevket Süreyya, İkinci adam adlı kitabında dönemle ilgili şu gözlemlere yer vermiştir: "En kısa zamanda aferist cereyanların ve tiplerin, İş bankası çevresinde kendilerine yer ve sığınak buldukları görülüyordu. İş bankasının kuruluşu sırasında, devlet nüfuz ve imkanlarından faydalanan aferist temayüllerin belirlediği bir gerçektir. Hemen hepsi, milli mücadele günlerinin asker, idareci yahut siyasetçi elemanları arasında türeyen bazı insanların, yeni devrin iktisadi

¹⁹³KEPENEK a.g.k. S:61

imkanlarını az çok maskeli şekillerde, fakat devletin nüfuzuna dayanarak, kendi menfaatlerine kullanmak çabaları olmuştur."

"1908 sonrasında ittihatçıların ve 1923 İzmir İktisat kongresi'nden sonra Kemalistlerin, modern bir kapitalist ekonominin oluşması için öngördükleri ana mekanizma, devletin bireyleri zenginleştirecek ortamı ve desteği sağlaması, böylece ortaya çıkacak yeni kapitalistlerin de yabancı sermaye ile işbirliği yaparak, sanayileşmeyi gerçekleştirmesiydi."¹⁹⁴ Bu mekanizmanın işlediği 20 yılı aşkın sürede, istenen doğrultuda bazı sonuçlar elde edilmiştir. Mesela, devlet desteğinin, bireylerin zenginleşmesinde etkin bir rol oynadığı anlaşılmış ve bu yolla ortaya çıkan Müslüman-Türk kapitalistlerin, eskiden gayri müslim azınlıkların yerine getirdiği fonksiyonların bazılarını üstlendiği görülmüştür. Ancak bu oluşum, devletin yarattığı imkanlara el koyan araçların ortaya çıkmasından ve özellikle ithalata dönük bir ticari kapitalizmin gelişmesinden öte bir anlam ifade etmemiştir.

1930-39 döneminde, ekonomi politikaları bakımından iki belirleyici özellik bulunmaktadır: Korumacılık ve devletçilik. Ekonomi politikasının yöneldiği amaç ve elde edilen sonuçlar bakımından da, bu yılları bir ilk sanayileşme dönemi olarak nitelendirmek mümkündür. Dünya ekonomisinin büyük buhranı yaşadığı bir dönemde, Türkiye'nin dışa kapanarak ve devlet eliyle bir milli sanayileşme denemesi yaptığı ve denemenin ana hatlarıyla başarılı olduğu söylenebilir. Büyük buhran sadece Türkiye'yi değil, Latin Amerika ülkeleri gibi, benzer durumdaki bir çok ülkeyi de aynı biçimde etkilemiştir. "Daha ziyade hammadde ihraç eden ve endüstriyel ürünler ithal eden bu ülkeler, buhran döneminde hammadde fiyatlarının hızla ucuzlaması ile serbest ticaret politikalarından vazgeçtiler."¹⁹⁵ Böylece, Türkiye ve diğer bir çok ülke, uluslararası ihtisaslaşmanın, az gelişmiş ülkeleri mahkum ettiği sanaysiz yapıdan kurtulma çareleri aramaya başladılar. Ancak diğer ülkelerde gözlenen salt korumacı tedbirler, "Türkiye'de iki yıllık bir denemeden sonra, yerini devletçilikle bütünleşmiş bir sisteme bırakmıştır.

¹⁹⁴Türk patron ve kapitalistlerini yaratma eğilimi, bir ahlak, fazilet ve erdem erozyonunu da beraberinde getirmiştir.

Özel teşebbüs ve tekelcilik için bkz.

AVCIOĞLU, Doğan "Türkiye'nin düzeni" Bilgi yayınevi Ankara 1968 S:131..190-201

¹⁹⁵Bu konuda bkz.

SELEN, Hamit Sadi "Ticaret tarihi" İnkilap kitabevi İstanbul 1960 S:151

Böylece devlet, korumadan kaynaklanan yüksek sınıai karlara ve tarımsal artığın büyük bölümüne el koyarak, büyük ölçüde bir sınıai birikimi gerçekleştirebilmiştir.¹⁹⁶ Devlet sanayii için geçerli olan, sanayii lehine fiyat ilişkileri, özel sektör için de geçerli olmuştur. Ayrıca, artan kamu yatırımları, devlet için iş yapan, müteahhit, tüccar ve diğer sanayiciler için kazanç ve birikim imkanları yaratmıştır. Zaten, sonraki dönemlerde sıvrilecek olan çoğu büyük sermaye gruplarının kökeninde 1930 lu yıllarda devlet ihaleleri ile elde edilen kazançlar yatmaktadır.

"2. Dünya savaşının bitmesiyle, batı kapitalist sisteminin yeni tartışmasız lideri ABD olmuş ve Türkiye'nin bu sistem içinde, Amerikan etkinlik alanında yer alacağı daha savaş bitmeden kesinlik kazanmıştır."¹⁹⁷ Değişen kapitalist sistemde serbest ticaret doktrini yeniden güncellik kazanırken, Amerikan kaynaklı dış yardımlar, sermaye yatırımları ve krediler, değişim sürecinin araçları olmuşlardır. Türkiye'yi de etkisi altına alan bu akım, içe dönük ekonomik yapının yavaş yavaş terkedilmesine, ithalatın serbestleştirilmesine ve dış yardım, krediler ve yabancı sermaye yatırımları ile ayakta duran bir yapının şekillenmesine sebep olmuştur. 1946-53 dönemi, gümrük tarifeleri dışında korumacılığın kaldırıldığı ve Türkiye'nin, IMF, NATO, Dünya bankası gibi uluslararası kapitalizmin üst yapı organlarına üye olduğu bir zamandır. Bu dönemde, tüm sosyal grupların yaşam koşullarında iyileşme ve reel gelirlerinde artış olmuştur. Buna karşılık, ücretli ve maaşlı kesimin durumu göreceli olarak bozulmuştur. Ticaret sermayesinin milli gelir içindeki payı artmış ve tarım kesimi üretim dinamizminden fayda görmüştür. Özel sınıai üretimde de önemli bir genişleme gerçekleşmiştir. Özel sektörün istihdam hacmi, kamu kesimi istihdam hacminden daha hızlı artmıştır. Böylece Türkiye, mutlak devletçiliğin hakim olduğu, sosyalist bir ülke görünümünden ayrılarak, devletin özel sektöre destek verdiği bir karma

¹⁹⁶Sanayinin gelişimi için bkz.

HATİPOĞLU, Zeyyat "Cumhuriyet rejiminde Türkiye ekonomisinin gelişmesi" İstanbul 1973 S:25-78

¹⁹⁷FOSTER, J. Bellamy "The uncoupling of the world order. Capitalist theory and crisis theory" St. Martin's Press NY 1989 S:115

Kesin Amerikan hegemonyası, 2. Dünya savaşından sonra 25 yıl kadar sürmüştür. Bu dönemde dünya kapitalizmi, uyumlu ve ve mükemmel bir biçimde işlemiştir. Zira, dünya kapitalizmi, ancak ve ancak tek bir gücün mutlak hakimiyeti altında yüksek performans vermektedir. Diğer güçlerin daha sonra toparlanmaları ile birlikte, güçlükler, krizler ve tıkanmalar ortaya çıkmıştır. Türkiye de, kapitalist sistem içindeki bu dalgalanmalardan etkilenmiş ve gelişim sürecinde aksamalar meydana gelmiştir.

ekonomi modelini kurumlaştırmıştır. Daha sonra gelen 1954-1961 dönemi, liberal dış ticaret rejimi içinde dış dengenin sağlanamayacağına anlaşıldığı, bu nedenle dış ticaret kontrollerinin başladığı ve Türkiye'nin yeniden içine kapandığı bir dönemdir. "İyice genişlemiş olan kamu kesimi, özel sermaye birikimi ile fonksiyonel bir bütünlüğü bu dönemde başlatmıştır."¹⁹⁸

1962 sonrasında ekonomi politikaları planlama tabanına oturtulmuştur. Yeni düzenlemeye göre, kamu yatırımları beş yıllık plan çerçevesinde hazırlanan programlara uyumlu hale getiriliyor ve özel yatırımlar da, çeşitli teşvik ve desteklerden yararlanabilmek için, denetleyici kurumların onayını almak zorunda kalıyordu. Planlama dönemi boyunca, ekonomi politikası ile planlama arasında gerekli uyum hiçbir zaman sağlanamamış, fiyat hareketleri, istihdam sorunu, bölüşüm, para-kredi ve kambiyo politikaları planlama sürecinin dışında kalmıştır. Bunlara rağmen, planlı dönem, yatırım politikaları üzerinde etkili olmuştur. "Bu dönemin sanayileşme sürecindeki tercihi ithal ikamesidir. Emekleme döneminde bile olsa, bir tüketim toplumunun kaba hatlarına sahip olmaya başlayan Türkiye'de, hangi tüketim mallarının ikame edileceği, daha ziyade siyasi karar alma sürecini denetleyen gruplar tarafından belirlenmiştir."¹⁹⁹ Gerek dünyada geçer akçe sayılan hammaddeler bakımından zengin kaynakları olmadığından, gerekse henüz cılız bir endüstriye sahip olduğundan, Türkiye için o yıllarda güçlü bir dış ticaret dengesi kurmak imkansızdı. Bu yüzden, bazı durumlarda yabancı sermayenin de katılımıyla, ilk başta montaj hatları biçiminde kurulan dayanıklı tüketim malları sanayii, zamanla daha fazla yerli katkı ile ve çevresinde beslediği yan sanayi kollarıyla, modern bir endüstri görünümüne bürünmüştür. Ancak bu üretim kolları, korunma duvarlarının sağladığı avantajlar sayesinde büyük karlar elde etmeye başlamışlar, zaman içinde monopol ve oligopol piyasalar yaratmışlardır. Rekabet yokluğu dolayısıyla, bir yandan da temel girdiler bakımından dışa bağımlı olmaya, üretim ölçeği, verimlilik ve kalite bakımından batılı emsallerinin çok

¹⁹⁸BORATAV a.g.e. S:320

¹⁹⁹Bu konuda bkz. WELSTEDT, Bertil "State manufacturing enterprise in a mixed economy, The Turkish case" John Hopkins University press Baltimore 1980 S:44

Devletçi uygulama bu dönemde, özel girişimin, yatırım mallarından ziyade, tüketim ve aramal üretimine başlaması yönünde destek vermiş ve tamamlayıcı olmuştur. Bunun sebepleri arasında, o dönemde yatırım malları için gereken kalifiye işgücü ve diğer girdilerin elde olmaması, bunalım döneminde yurtiçi tüketimin az ve ihracatın güç olması sayılabilir.

gerisinde kalmaya devam etmişlerdir. Bu özellikleri ile de dış pazara yönelme imkanları çok sınırlı olmuştur. Planlı dönemde teorik olarak daima varolan, fiyatlar, dolayısıyla karlar üzerindeki denetim yetkisi, kamu otoriteleri tarafından hiçbir zaman etkin biçimde kullanılmamıştır. Yasaklar ve izinlerden oluşan ve her aşamada idari kontroller gerektiren bu politika modeli, bir yandan plan öncelikleri çerçevesinde selektif önlemler içerirken, diğer yandan da izin ve yasakların çok büyük ekonomik avantajlar doğurmasına ya da önlemesine yol açmıştır. Bu da devlet mekanizmasının büyük çıkarlar karşısında yozlaşmasının temel nedenidir.

"Sınai ürünler ihracının ciddi ve sürekli bir ilerleme göstermesinin nesnel koşulları, sanayileşme sürecinin belli bir eşiği aşacak düzeye ulaşmasında ve yatırımlarda modern teknoloji ve optimum ölçeklerin kullanılmasında yatar. Nitekim Türkiye'de bu nesnel koşulların gerçekleşmesi 1970 lerin sonlarında gerçekleşmiştir. 1960 larda %13-18 arasında seyreden smai ürünlerin ihracattaki payı, 70 lerin sonlarında önce %40 lara, daha sonra da bu rakamın üzerine çıkmıştır."²⁰⁰

20. yüzyıl Türkiye ekonomisinde, durgun özelliklerin hakim olduğunu söylemek mümkün değildir. Bir varolma mücadelesi, Türk toplumuna, kapitalist üretim biçimini öğrenme kapısını açmıştır. Kapitalizmin bir toplumsal sistem olarak yerleşmeye başlaması, yüzyılın başında, siyasi iktidarın hızlı bir yön değişikliği sonucunda gerçekleşmiştir. "Ulusal bir ekonomi oluşturma süreci ise, kalıcı ve ciddi bir biçimde 1930 sonlarında başlamıştır. Büyük buhranın korumacı-devletçi bir ekonomi sentezi ile karşılanmasından sonra, 1950 yılından itibaren, devletin yarattığı kaynaklarla sanayileşmenin başlaması, kapitalizmin olgunlaşma sürecinde önemli bir aşamadır."²⁰¹ 1960 lı ve 70 li yıllar, karma ekonomik sistem sayesinde, devlet eliyle yaratılan kapitalizmin yayılma ve derinleşme dönemidir. Bu dönemde, makine yapan makineler ve ağır sanayiye yönelme sloganları, yavaş yavaş gerçeğe dönüşmeye başlamıştır. Ancak 80 li yıllarda bu modelin sınırları artık tamamen ortaya çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde, kapitalizmin yayılmasını ve hızlanmasını sağlamaya yönelik iki görüş her zaman çatışma

²⁰⁰BORATAV a.g.e. S:328

²⁰¹Türkiye'nin dünya kapitalizmine entegrasyonu süreci ve aşamaları konusunda geniş bilgi için bkz. HEPER, Metin - ÖNCÜ, Ayşe - KRAMER, Heinz "Turkey and the West. Changing political and cultural identities". I.B.Tauris&Co.ltd. NY 1993

halinde olmuştur. Bunlar, korumacı, devletçi, müdahaleci görüş ile dışa açık, serbest piyasaya dayalı ve entegrasyoncu görüşlerdir. Türkiye'nin 80 li ve 90 lı yılları, daha ziyade serbest piyasa görüşüne bir yönelim içinde geçmiştir. Bu dönemde toplumun, kapitalizmi bir hayat biçimi olarak benimsemeye başladığı ve giderek, gerçek anlamda bir tüketim toplumu oluşturmaya başladığı gözlenmektedir. "Bu öğrenme süreci içinde Türkiye, kapitalist dünya ekonomisinin aktif ve belirleyici merkezinden ziyade, pasif ve bağımlı dış çevresinde kalmayı sürdürmüştür."²⁰² Ekonomik büyümenin etkileri, kamu yönetimi, şehirleşme, eğitim gibi diğer sosyal ve siyasal alanlarda hissedilmeye başlanmıştır. Değişimin yarattığı çatışma ortamı bir çok alanda güncelliğini korusa da, 21. yüzyıl Türkiye için, kapitalist anlamda bir kalkınma ve ilerleme döneminin başlangıcı sayılabilir.

Pazarlama, bu tezin daha önceki bölümlerinde de değinildiği gibi, diğer değişkenlerden bağımsız olarak gelişen, ilerleyen ya da değişen bir olgu değildir. Pazarlama, en yüksek karlılığı en verimli biçimde elde etme tekniklerinin bir bütünüdür ve kapitalist düşüncenin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu yüzden, Türkiye'de pazarlama düşüncesinin gelişimi, fertlerdeki kar motivasyonu, sermaye birikimi ve iş yapma arzusuna paralel bir gelişme göstermiştir. Ancak doğma-büyüme kapitalist toplumlardan farklı olarak, Türk toplumunun kapitalizme ısınması, daha ziyade izole bir ortamda ve sıkı denetim mekanizmaları çerçevesinde gerçekleşmiştir. Bu sebeple, suni olarak yaratılan kapitalistlerin, yüksek karlılık düzeylerine ulaşmak için, pazarlama öğretisi ve teknik incelikleri üzerinde fikir üretmelerine gerek kalmamıştır. Türk toplumunun, bilinçli bir tüketici toplumu düzeyine ulaşabilmiş olduğunu söylemek imkansızdır. "Genelde ucuz, kalitesiz ve geri teknoloji ürünü mallarla dolu bir pazarda, rekabet ve seçme şansı gibi

²⁰²Bu konuda bkz. RAMAZANOĞLU, Hüseyin "Turkey in the world capitalist system" Gower publishing Co. Vermont 1986 S:15-21

Hüseyin Ramazanoğlu, kapitalistleşme sürecine erken başlamış ve "gelişmiş" ülkeleri dünya kapitalizminin merkezi, sürece geç başlayan ve "azgelişmiş" ülkeleri ise dünya kapitalizminin dış çevresi olarak kabul eden bağımlılık teorisine bir yenilik getirmektedir. Modernizasyon teorisinin savunucularından olan Ramazanoğlu, dünya kapitalizminin bir sistem olduğunu, ve bütün ülkelerin bu sistemin birer parçası olarak, değişik yollardan ve değişik zamanlarda evrimleştiklerini savunmaktadır. Böylece, bütün ülkelerin batı kapitalizmine benzeyen bir evrim geçirmeleri gerektiği, aksi takdirde azgelişmişlik çevriminden çıkamayacakları savı geçerliliğini yitirmektedir. Kapitalist üretim biçimi, değişik kültürlerde değişik gelişme yolları bulabilmektedir. Bu tezin daha sonraki bölümlerinde detaylı biçimde ele alınacak olan cemaatçi kapitalizm fikri, bu konuya bir örnek teşkil etmektedir. Japonya, Güney Kore ve Türkiye gibi cemaatçi toplumların son on yıllardaki "huzlanmaları", Modernizasyon teorisine geçerlilik kazandırmaktadır.

fikirlere tamamen uzak olarak ihtiyaçlarını karşılayan Türk tüketicisi için, temel seçim kriteri fiyattır."²⁰³ Oysa, normal piyasa koşullarında çok daha ucuza alması gereken ürünleri, yüksek vergiler, koruma politikası ve karteller yüzünden büyük meblağlar ödeyerek alabilmektedir. Yüksek kalite standardına sahip olan ürünler de, ithalat serbestisi olan dönemlerde, piyasada bol miktarda bulunsalar bile, yine yukarıda sayılan sebeplerden ötürü çok yüksek fiyatlarla satılmaktadır. Bu evrim aşında, kapitalizme geçiş işleminin, Türk tüketicisine çıkan faturasından başka bir Şey değildir.

Yukarıdaki bakış aışma göre, Türkiye'de pazarlamanın geçirdiği evrimi ve Şu anda bulunduğu düzeyi Şöyle zetleyebiliriz;

Osmanlı dönemi ve öncesinde süregelen, esnaflık ve tacirlik geleneği genellikle ümmetçi yaşam tarzı ile birleşerek, Müslüman kesimde bir karlılık tembelliği yaratmış, tıpkı rönesans öncesi dönemde, Avrupa'da var olan, "adil fiyat" benzeri bir düzenin kurucusu olmuştur. Ayrıca, devletin denetim mekanizmaları da, hem yerli hem de yabancı tüccarların faaliyetlerini baskı altında tutmuştur. Bu yüzden agresif-materyalist insan, dolayısıyla da tüccar tipi ortaya çıkamamıştır. Kapitalist dinamizmin varlık gösteremediği bu ortamda, pazarlama faaliyetleri de satıcının ya da üreticinin bulunduğu yerde yapılan değişimden öteye geçememiştir. Zaten retim faktörlerinin sınırlı yapısı, rekabet ortamının yeni fikir ve teknikleri zorlayan zeminini hazırlayamamıştır.

Cumhuriyetin ilk dönemleri, pazarlama açışından Türkiye'ye büyük yenilikler getirmemiştir, aksine, savaş döneminin yokluk ve kıtlık dönemleri, ticari ilişkileri tamamen ilkel bir seviyeye indirmiştir. Ekonominin yavaş yavaş toparlanmasını takiben, tarım ürünleri ile ithal tüketim mallarının fiyatlanması ve dağıtımını yeniden bir düzene girmeye başlamış, ilk yerli kapitalistlerin türemesi de bu oluşumu peinlemiştir. Ulusal ekonomi fikrinin gelişmeye başladığı 40 lı yıllar, hem devletin hem de özel sektörün, tekeller kurarak içiçe ve elele yürüttüğü bir sermaye birikimi ve sanayileşme dönemi'dir.

²⁰³ERTZN, Tevfik, "Türkiye'de i ve dış ticaretin gelişmesini engelleyen faktörler" Ayyıldız matbaası Ankara 1974 S:52

Türkiye'de, kapitalist sistemin gelişimi açışından bakıldığında, bir gelir-yatırım-üretim dengesizliği olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Bu dengesizlik, doğal olarak bütün pazarlama faaliyetlerini etkilemektedir. Özellikle perakende ticaret alanında, birim kara ağırlık veren ve bu sebeple, birim malın maliyeti ile satış fiyatı arasındaki farkı çok yüksek tutma eğiliminde bir zihniyet mevcuttur.

"Ancak bu dönemde pazarlama faaliyetlerinde görülen paralel bir gelişmeden söz edilemez."²⁰⁴ Cumhuriyet dönemi Türk ekonomisinde, tüketim malları sektörü arzın, talebi geçmesi, günümüze kadar mümkün olmamıştır. Tarım ve sanayi malları sektörleri ise, genellikle devlet tekelleri ya da sübvans edilen üretim birimlerinden oluştuğundan, arz fazlası ürünlerin içeride ya da dışarıda satışı için özel bir gayret sarfedilmemiştir. Bu yüzden, başlangıçta, Türkiye'de ticari oluşumun yapısı ya da pazarlama örgüsünü, eski doğu bloku ülkelerine benzetmek mümkündür. Yani, "ülke ekonomisinin, mal ve hizmetlerin tahsisinde pazar güçlerine hiç bir rol tanımayan, tamamen merkezleşmiş, bürokratik planlama ile yönetilmesi"²⁰⁵ durumunda, pazarlama, yığın üretim yapılsa bile, talep ve tüketimi dikkate almadan üretilen malların, suni bir fiyatlama ile, talep oluşumunu dikkate almadan dağıtılmasından ibarettir. Türkiye ile doğu bloku ülkeleri arasındaki büyük fark, ilk zamanlarda devletin kurumlarından ayırdedilemeyen özel sektör kuruluşlarının, zaman içinde kendi ayakları üzerinde durmayı öğrenmeleridir. Yine de, "pazarlama politikası açısından bakıldığında, suni kapitalistlerin böyle bir politikaya uzun süre ihtiyaç duymadıklarını, devletin ise pazarlama ile ilgilenmediğini görüyoruz. 1. ve 2. beş yıllık kalkınma planlarında, dağıtım sektörü ile ilgili düzenlemelere bile yer verilmemiştir."²⁰⁶ Nüfus artışı, iletişim ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler, Türkiye'yi de etkisi altına almıştır. Böylece yeni pazarlar ve kar imkanları doğmuştur. Özellikle büyük kapitalistlerin kar alanına girmeye çalışan küçük kapitalistler için, iş hayatı büyük zorluklarla doludur ama özellikle 80 li yıllarda sermaye gücünün tadını alan Türk işadamları, artık yeni pazarları ve tüketici ihtiyaçlarını zorlamayı öğrenmişlerdir. "50 li 60 lı ve 70 li yıllarda değişmeden kalan, monopol ve oligopollerin kontrol ettiği pazarın tatlı karları, yavaş yavaş yerini yaratıcılığı zorlayan bir mücadeleye bırakmaktadır. Bu durumda pazarlama tekniklerinin ilerlemesi de kaçınılmazdır."²⁰⁷ Hızlı şehirleşme ve gelir düzeyinin yükselmesi pazarların

²⁰⁴ERTÜZÜN, Tefik a.g.k. S:12

Türkiye'de ticari faaliyetleri kısıtlayan en önemli faktörlerden bir tanesi, kişi başına üretimin çok düşük seviyelerde kalmasıdır. Tasarruf seviyesine bağlı mali kaynakların eskiden beri yetersiz seviyede kalmasının burada rolü büyüktür.

²⁰⁵MUCUK, İsmet "Pazarlama ilkeleri" Der yayınları İstanbul 1984 S:20

²⁰⁶ERTÜZÜN a.g.k. S:53

²⁰⁷Bu konuda bkz. LEON, Paolo "Structural change and growth in capitalism" The John Hopkins Press Baltimore 1967 S:115

ve dolayısı ile pazarlamanın gelişimine etki etmektedir. Son 10-15 yıl içinde Türkiye'de bankacılık, yiyecek, giyim, inşaat, otomotiv, bilgi-işlem, iletişim, yayıncılık, ulaşım, eğlence, turizm, beyaz eşya, elektronik eşya gibi ürünlerin bulunduğu tüketim malları sektöründe, başdöndürücü gelişmeler yaşanmıştır. Bu alanlardaki rekabet ve pazarlama yöntemleri de 10-15 yıl öncesinden çok farklı durumdadır. "Bugün ülkemizi incelediğimizde, üretim ve finansman sorunlarının yenilmesi gereken en güç ve temel sorunlar olduğunu görmekteyiz. Yer yer, belli sektörlerde büyük ölçekli işletmeler gelişmiştir. Ancak 20. yüzyıl teknolojisini yakalayabilmiş ve teknoloji üretir duruma gelebilmiş değiliz ve bir anlamda henüz sanayi devrimini yapmış sayılamayız... Pazarlama anlayışı bakımından, işletmelerimizin büyük kısmı halen mamullerini piyasaya sürmenin, satışlar için yeterli olduğu kanaatinde. Bunun yanında bazı grupların, malların satışı için özel bir gayret sarfettikleri de gözlemlenmektedir. Fakat üretilen mamullerin tasarımlarının ve planlamalarının, tüketicinin istekleri ve özellikleri incelenerek bunların doğrultusunda olduğu da söylenemez."²⁰⁸

Gerçekten de son on yıl içinde, mamul tasarımı ve yaratıcılık alanında önemli mesafeler alındığını söylemek güçtür. Ancak, bu durum, Türkiye'nin sanayileşme alanında seçtiği yolla yakından ilgilidir ve üreticilerin bu konuda, pazar şartları vasıtasıyla "zorlanmasından" önce, büyük gelişmeler olmasını beklemek doğru olmayacaktır. Oysa, artan ithalatın da etkisiyle, fiyatlama, dağıtım ve tutundurma konularında önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Tüketici kredileri, kredi kartları ve taksitli satışların yaygınlaşmasının yanısıra, bazı şirketlerin kendi "tüketici finansmanı" faaliyetlerini başlattıkları bilinmektedir. Bir çok sektörde hareketlenen rekabet, kar marjlarını kısmağa başlamıştır. Bu durum,

Kapitalist ekonomiler, özellikle yükselme trendi içinde, üretici hakimiyetinde bulunurlar. Tekellerin hakim olduğu ekonomilerde, tüketicilerin istek ve ihtiyaçları tekeller tarafından "belirlenir." Rekabetin gelişmeye başladığı ya da gelişmiş olduğu ekonomilerde ise, üreticilerin kontrol faktörü olarak, ileri ticari yöntemler (pazarlama faaliyetleri) kullanılır. Üretici hakimiyeti, tüketim ve borçlanmanın zirveye ulaştığı ve doygunluğun sağlandığı noktaya kadar sürer. Sonra yavaşlama trendi içinde karlılık ve hakimiyet gücü azalmaya başlar.

²⁰⁸ ARPACI, Tamer "Türkiye'de işletmelerde, pazarlamanın dünü bugünü" AISEC haftası Sayı:5 Ankara Nisan 1986 S:26

Üretim verimliliğini ve fiyat stratejilerini gündeme getirmektedir. Nitekim, bazı kuruluşların Japon retim ve kalite kontrol tekniklerini adapte etmeye başlamaları bu sebeptendir.

Tüketim hızlanması, malların talep olan yerde ve zamanda hazır bulundurulmasını gerektirmektedir. Bunun aksi tutum ve davranış içinde olmanın, rakiplere göre bir dezavantaj yaratacağı artık bir çok üretici tarafından algılanmaktadır. Bu yüzden dağıtım kanallarının yapısında önemli değişiklikler ve yenilikler meydana gelmektedir. Son 10 yıl içinde bayilik ve servis organizasyonu bir evrim geçirmiştir. Sayıları artan kolayda mallar, artık büyük dağıtım zincirlerinde, self-servis biçiminde satılmaktadır. Bir çok mal ve hizmeti, ülkenin hemen her yerinde aynı fiyatla elde etmek mümkün hale gelmiştir. Reklamcılık ve satışcılık en hızlı gelişen meslek grupları arasına girmişlerdir. "Müşteri memnuniyeti", "Bütün çabamız sizi memnun etmek" gibi sözcükler, reklam sloganlarında rastlanır olmuştur. Bir çok üretici için reklam harcamaları, hatırı sayılır boyutlara ulaşmıştır.

Pazarlama alanındaki değişim ve gelişim, kapitalizmin doğal mecrasına oturması sürecine paralel olarak ilerlemektedir. Türk mallarının, tekstil, inşaat, beyaz eşya, turizm gibi nisbeten basit teknoloji kullanan sektörlerde de olsa, uluslararası rekabeti göğüsleyecek düzeye gelmesi bunun bir işaretidir. "Yeni yeni uluslararası ticarete verdiğimiz önem artmıştır. Tüketicilerin yaşama tarzı ve kalıpları da neredeyse nesillerden daha süratli değişmektedir. Bu gelişmeye karşı, halen doğal kaynaklarımızdan tam olarak yararlanamadığımız gibi, bunların tam bir envanteri dahi ıkarılabilmış değildir. Devletin iş hayatına ve piyasaya müdahalelerinin örneklerini her gün görmek kabildir. İşletmecilerimiz, retim ve finansmanın yanında, dağıtım ve satışlara da önem vermeye başlamış gibidirler. Pazarlama fonksiyonu tam olarak anlaşılamamış olmakla beraber, kavram olarak kendisini iş hayatına kabul ettirmiştir. İşletme yönetiminde yavaş yavaş modern yönetim kuram ve kavramlarından faydalanma eğilimi de başlamış ve gelişmektedir."²⁰⁹

²⁰⁹ARPACI a.g.m. S:27

3. Pazarlama kavramı açısından Türkiye'nin AT ile karşılaştırılması

Bilim, teknoloji, iletişim ve toplum dinamizmini doruk noktasında yaşayan ve geliştiren ülkelerde, 1960 lı yıllardan itibaren yeni bir uzmanlık alanı gelişmeye başlamıştır. Bu alan "Fütüroloji" (gelecek bilim) veya "Vizyonerlik" adı ile anılmaktadır. Fütürolojinin, falcılık ya da kehanetle ilgisi yoktur. Fütüroloji, tutarlı bilimsel verilerin, sistematik incelemesi ve analizi yolu ile, bugünü anlamaya ve yarını görmeye yönelik felsefi çalışmaları ifade etmektedir. Peter Drucker, Alvin Toffler, Lester Thurow, Robert Reich, Herman Kahn, Daniel Bell, Michael Porter gibi düşünürlerin eserleri, yönetimin değişik alanlarında uzmanlaşmış pek çok insanın, birinci öncelikle başvurduğu, vizyon geliştirici kaynaklar durumuna gelmişlerdir. Ülke yöneten insanların en değerli danışmanları artık fütürologlardır. Bu yeni uzmanlık alanı, geleceğin alması beklenen biçimi tarif ederken, diğer taraftan da, geleceği şekillendirmesi beklenen insanlar üzerindeki etkisiyle, bir anlamda geleceğin tarihini yazmaktadır.

Çeşitli konulardaki görüş ayrılıklarına rağmen, fütürolojinin önde gelen isimleri bir konuda kesin ve ortak bir görüş bildirmektedirler; Kapitalizm bir kez daha şekil değiştirmektedir ve bu değişim 10-15 yıl içinde tamamlanacaktır. Kapitalizmin yeni orijini artık servet değil bilgidir. Bir süre sonra, üretim için yatırım yapmak, üretimden elde edilen gelirleri yeni yatırımlara yönlterek servet yaratmak mümkün olmayacaktır. Servetleri ve gücü, bilgiyi en etkin ve verimli biçimde kullanabilenler yaratacaktır. Bundan böyle, gerek insanlar, gerek kuruluşlar ve gerekse toplumlar arasında, çok büyük miktarlara ulaşan bilgileri kullanma bilgisine sahip olanlar, ayakta kalabileceklerdir.

"Kapitalizm, insanların yerleşik düzene geçmesi ve uygarlık kurmaya başlamaları ile birlikte ortaya çıkmıştır. Bir çok diğer etkenin yanısıra, en önemli değişim kaynağı olarak da bilgi birikiminden etkilenmiştir. Bilinmeyenlerin en fazla olduğu dönemlerde, insanlar her zaman kendilerinden üstün varlıkların merhametine sığınmışlardır. Bu zayıflığı, tekelci bir güç yaratma aracı haline getiren azınlık ise, her zaman din adamları olmuştur. Bu yüzden, en bilgili ve güçlü kişilerin din adamları olarak kabul

edildiği zamanlarda, yönetim, üretim ve servet yaratma potansiyeli, din adamlarının elinde olmuştur. Tapmak kapitalizmi, binlerce yıl boyunca etkinliğini sürdürmüştür."²¹⁰

"Kapitalizmin ilk değişimi, yerleşik toplumların savaş bilgilerindeki bir gelişmeye bağlıdır."²¹¹ Bir Türk buluşu olan at ehlileştirme ve üzengili eğerler, M.S. 700 yıllarında Avrupa'da tanınmaya başladığında, at üzerinde, üzengiden güç alarak kılıç, kalkan ve gürz kullanabilen bir şövalyeler sınıfı doğmuştur. Zaman içinde, yönetim, üretim ve servet yaratma potansiyeli, bir güç kayması biçiminde bu savaşı sınıfın eline geçmiştir. Bu gelişme, aristokratik kapitalizmin ilk adımı olmuş, ve haçı seferlerinin Avrupa'ya transfer ettiği servet ve bilgi ile bütünleşerek, arası giderek kısalan yeni değişimleri yaratmaya başlamıştır.

Kapitalizmin din merkeziyetçiliğinden kurtularak, daha fazla sayıdaki feodal merkezlere yayılması, aslında bir bölünme sürecidir. Bu süreç, bilgi birikiminin artması ve hızlanmasını takiben, 15. yüzyılda sıradan insanların da kapitalist olabileceği bir ortam yaratmıştır. Aslında girişimciler bu dönemde, aristokratik kapitalizmi daha fazla sayıda merkezlere yaymışlar ve kar eden kuruluşlar dönemini başlatmışlardır. Sürecin devamı, 19. yüzyılda bir üretim ve sermaye patlamasına sebep olmuştur. Bu olayın sebebi de, bilginin sistematik hale gelmesi ve her yerde herkes için ulaşılabilir olmasıdır. Böylece "teknoloji" yani beceriye uyarlanan sistematik bilgi doğmuştur.

"Bir sonraki değişim, kapitalizmin bölünmesi ile ilgili değildir ancak bu gün yaşadığımız bölünmenin zeminini hazırlamıştır. İkinci dünya savaşında Amerikalıların savaş teknolojisindeki verimlerini arttırmak için, F.W. Taylor'un iş etüdlerini kullanmaya başlamaları, üretimden sonra verimlilikte de bir patlama yaratmıştır. Bu kavramın iş dünyasına ve bilgi üretimine uyarlanması ile, 1945-95 yılları arasında kapitalist dünyanın çehresi değişmiştir."²¹² Bu gün yaşanan değişim ise, kapitalizmin nihai bölünmesi, yani kar eden kuruluş merkezlerinden, bilgili insanların canlı birer servet haline dönüşmesi anlamını taşımaktadır. Bu da gerçek anlamda ferdi kapitalizmdir.

²¹⁰Bu konuda DUNN&HALL'un adı geçen eseri incelenebilir.

²¹¹Bu konuda Peter Drucker'in "Kapitalist ötesi toplum" adlı eseri incelenebilir İnkilap kitabevi İstanbul 1994 S:37-38

²¹²DRUCKER a.g.e. S:52-63

Kapitalizm çok uzun ve zahmetli bir süreçten geçerek rafine hale gelmiştir. Yerleşik uygarlıkların varolma dayanağı ve daha sonra da güçlenme aracı olmuştur. Kısıtlı imkanların ve güç şartların rasyonalite ile yoğrularak, kapitalizmi bir mucize haline dönüştürdüğü Avrupa kıtası, artık dünyanın tek hakimi değildir. Bunun sebebi Avrupa'nın kapitalizmi yanlış kullanması ya da yönlendirmesi değil, fakat bir süreden beri Avrupa'nın ürettiği bilgilerin, diğer ülkelere de yayılıyor olmasıdır. Amerika gibi Avrupa'nın eski sömürgeleri olan bazı ülkeler, kapitalist bilgi tohumlarını çabuk üretmişlerdir. Japonya ve Asya'nın diğer bazı ülkeleri ise yaklaşan tehlikeyi erken farkederek, Avrupa'nın bilgi kaynaklarına erken nüfuz etmiş ve erken yol almışlardır. Batı Avrupa ile yarışta geri kalarak, ütopyik bir anti-tezin peşine takılan doğu Avrupa ülkeleri gibi bazı ülkeler de, bugün sistem dışında kalmanın şaşkınlık ve şokunu yaşamaktadırlar. Bir de, bugünün Türkiye'si gibi, geçmişte yarattığı iç dinamiklere bağımlılıkla bağlı kalan ve batı kapitalizminin gücü karşısında yenik düştükten sonra, toparlanarak yarışa katılmaya çalışan ülkeler vardır. Geride kalan ülkelerin hızlanması, bilgi kaynaklarından yararlanabilme güçlerine ve birikimlerini doğru yönlendirme yeteneklerine bağlı olacaktır. Baskın üretim sisteminin, çok uzun bir süreden beri olageldiği gibi, bundan sonra da kapitalizm olacağı açıkça bellidir.

Türk'ler uzun süre göçebe olarak yaşamış ve sürekli savaşmış insanlardır. Bu esnada yaşam biçimleri, üretmekten ziyade "almak" üzerine kuruluydu. Kılıçları ile biçebilecekleri başka şeyler bulunduğu sürece, buğday başaklarına veya diğer tarımsal üretime fazla ilgi duymadılar. Zaten gücün sadece kaba kuvvetten ibaret olduğu yüzyıllarda buna gerek de yoktu. Organize askeri kuvvet, diğer insan topluluklarına nazaran Türk'lerde fazlasıyla mevcuttu. Savaş için organize olmak, itaat etmek, yayılmacılık ve bölgesel sahiplenme özellikleri Türk genetiğine ve kültürüne nakşolmuştur. Yerleşikler yaşamak için organize üretim yapmaya ne kadar zorunluysa, göçebeler de yaşamak için organize biçimde savaşmaya o kadar zorunluydu.

Türk topluluklarında hakim zihniyet olan, varolan değerleri hızla elde etme ve özümseme hırsmı bugün de açıkça gözlemek mümkündür. Toplum içindeki insanların, mesela aile yapısındaki bağımlılık ve bağımlılığın ya da güç zamanlarda ortaya çıkan toplumsal kenetlenmelerin yarattığı, kollektivist yaşam biçiminin temellerinde, yine bu göçebe/savaşçı ruhun izleri vardır. Ashında bu durum bütün savaşçı,

yayılmacı ve bir zamanlar göçebe olan toplumlarda görülmektedir. Göçebelikten yerleşik düzene geçen ve kapitalist bilgiyi adapte eden iki toplum bu gün dünya liderliği için mücadele vermektedir. Bu ülkeler Japonya ve Almanya'dır. Her iki ülkenin de korumaya devam ettiği kollektivist yapı, kapitalizmi iki ana gruba ayırmaktadır. Cemaatçi kapitalizm ve ferdiyetçi kapitalizm.²¹³ Bu ayrım Türkiye için hayati bir önem taşımaktadır, zira Türkiye kapitalizme adapte olmaya karar verdiği günden itibaren, toplumsal yapısına tamamen ters düşen, ferdiyetçi kapitalizm yoluna girmiştir. Ferdiyetçi kapitalizm, insanların inisiyatif sahibi olmak üzere şartlandıkları bir toplum yapısı ile, tek başına yaşama ve karar verme gücünün, çok küçük yaşlardan itibaren kazanıldığı bir ortamda var olabilir. Oysa Türk toplumlarında bu durum her zaman tam tersine olagelmıştır. Bu gün bile, Türkiye'de yaşayan bir insanın, kendi hayatını kurmak üzere ailesinden uzaklaşabilmesi 30 lu yaşlarını bulmaktadır. Kadımlar için, çoğunlukla böyle bir uzaklaşma ancak evlilik sonucunda gerçekleşebilmektedir. Ayrıca, fiziksel mesafenin aile bireylerini ayırması, gençlerin kararlarında inisiyatif sahibi oldukları anlamına gelmemektedir. Aile etkisi daha uzun bir süre insanların hayatlarında devam etmektedir. Tanrısal güç ile özdeş olan devlet ve yönetici kavramları da, etkinliğini devam ettirmektedir. Eğitim düzeyi düşük çok sayıda insan, dini cemaatler biçiminde sırt sırta verme ihtiyacı duymaktadır. Türk insanların büyük bir bölümü, bir lideri takip etmeyi, idare edilmeyi ve yönlendirilmeyi beklemekte, bunun eksikliği durumunda pasifize olmaktadır. Özellikle Osmanlı döneminin ümmetçi toplum yapısı, her ne kadar insanları rahat ettirmeyi ve kozmopolit bir yapıyı ayakta tutma hedefini gerçekleştirmiş olsa da, dini telkinler ile uyuşmuş zihinler, kar güdüsü ile rekabet fikrinden uzak üreticiler ile, barış zamanlarında son derece pasif kalan, büyük bir insan grubunun oluşmasında temel etkindir. Oysa, ferdiyetçi bakış açısı ile olumsuz görünen bu özellikleri, avantaj haline dönüştürmek mümkündür. Almanya ve Japonya'nın da temel olarak yaptıkları budur.

Türkiye, Almanya ve Japonya'yı benzer kılan tek faktör sonradan yerleşik toplumlar haline gelmeleri değildir. Bu ülkeler aynı zamanda güçlü bir "hayatta kalma güdüsü"nü de paylaşmaktadırlar. 19. yüzyıl

²¹³Bu konuda bkz.

THUROW, Lester "Kafa kafaya rekabet" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:19-33

Almanya'sı, Avrupa savaşlarında ezilmemek için İngiltere'yi yakalamak zorundaydı. Prusya'nın modern bir sanayi ekonomisine sahip olması, Alman kapitalizminin yeniden düzenlenmesi ile mümkün olmuştur. Aynı şekilde Japon sistemi de tesadüfen ortaya çıkmış değildir. 1800 lerde Japon kıyılarına bir kaç gülle atarak bu ülkeyi dış dünya ile ticarete zorlayan Amiral Perry, aynı zamanda Japonya'nın hızla gelişmemesi durumunda, batı kapitalizminin sömürgeci durumuna düşeceğini kendilerine anlatmış oldu. Aynı tehlikeyi daha önceden sezebilecek durumda iken, yok olma noktasma kadar gerileyen ve son anda kurtulan Türk ülkesinin hikayesi ise malumumuzdur.

Japonya ve Almanya'nın ekonomik stratejileri, siyasi açıdan bağımsız kalma amacı ile yapılan askeri stratejiler ile sıkı sıkıya bağımlı durumdaydı. Sömürge durumuna gelme ya da yokolma tehdidi ile karşılaşan bu ülkelerin hükümetleri, ekonomik potansiyelin tam randımanla kullanılması için harekete geçerek, rakip ülkeler ile aralarındaki ekonomik farkın, dolayısıyla da askeri farkın kapanmasını sağlamışlardır. Bu şartlarda, şirketlerin askeri tarzda örgütlenmeleri, veya kamu ile özel sektör arasındaki çizginin ortadan kalkması şaşırtıcı değildir. Ulusal bağımsızlık için gerekli olan ulusal ekonomik stratejilerin tasarlanmasında hükümet ve sanayi elele çalışmış, şirketler, ulusal savunmanın cephe hattı haline gelmiştir. Askeri stratejiler ile ekonomik stratejiler ayrılamayacak biçimde iç içe geçmiştir. Bu aşamadan sonra ise, cemaatçi kapitalist toplumlarda, ekonomik ve toplumsal hedefleri belirleyerek, toplumu şekillendiren ve topyekün hedefe yönelten kurumlar belirlemiştir.

Japonya, imparator emri ile kapitalizmi öğrenmiş bir toplumdur. 18. yüzyıla kadar, Japonya'nın çeşitli bölgelerini paylaşan Daimyo'lar (Subaşı, yerel yönetici), Han adı verilen küçük feodal bölgeleri, kendilerine bağlı askeri güçler (Samurai'ler) aracılığı ile denetliyorlardı. Çiftçi, zenaatkar, tacir ve diğer ahali, Daimyo'nun mülkü sayılıyor ve harcanabilir kaynaklar olarak görülüyorlardı.²¹⁴ Samurai'ler, Japon toplumunun en elit kesimini oluşturuyor ve halktan büyük saygı görüyorlardı. Tacirler ise halkın tiksinti ile baktığı bir gruptu. Ayrıca Japon tacirlerin elinde, büyük girişimlere yetecek sermaye birikimi yoktu. Meiji döneminde halkın özel teşebbüse bakış açısını değiştirecek bir dizi önlem alındı. "Yeni

²¹⁴Japon sanayi yapısı ve kültürel kaynakları için bkz.

"SAKAİ, Kuniyasu "Japon sanayiinin feodal dünyası" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:85-114

işadami tipi, batıyı benimsemiş, ancak kar hırsını dizginleyerek, ulusal çıkarlar için çalışan ve "Samurai" ruhunu yaşatan bir kahraman olarak yeniden yaratıldı."²¹⁵ Yeni işadami dürüst ve güvenilir. Eski tacir ne kadar aile içi kurallarına ve geleneklerine bağlıysa, yeni işadami o kadar batı bilimine ve teknolojisine sadık kalacaktı. Japon kapitalizmi, özel teşebbüsün işleyişini kusursuz olarak adapte etmiş, ancak kişisel kar peşinde koşma hırsını elimine etmiştir. Meiji işhayatı literatüründe, her ne kadar özgüven, kişisel girişimcilik ve bağımsız eylem çok yüceltilmekteyse de, kar güdüsü, maddi servetin rekabetçi takibi ve İngiltere ile Amerika'da benimsendiği biçimiyle, ekonomik bireycilik dogmasına esas olan unsurlar, her zamanki gibi küçümsenmekte ve karşı çıkılmaktaydı. Onların yerine yurtseverlik coşkusu ve kamu yararı için fedakarlık arzusu konmakta, Japon girişimcilerini teşvikte, ferdi zenginleşmenin önemli bir rol oynadığı reddedilmekteydi. Böylece Japon elit kesimi, büyük smai üretim için organize hale gelerek, 2. dünya savaşının sonuna kadar *Zaibatsu* adı altında birleşmiş halde, Japon gücünü oluşturmuştur. "Zaibatsu 1945 yılında Amerika'lılar tarafından dağıtılmıştır. Ancak bu topluluğun dağılması ya da adının değişmesi, Japon cemaatçi kapitalizminin şeklini değiştirmemiştir."²¹⁶ Daimyo ve Han zihniyeti bugün de işbaşındadır. Bugünün, birarada güç ittifakı oluşturan Daimyo'ları *Keiretsu* adı ile anılmaktadırlar. Her birinin merkezinde finansman, enformasyon ve organizasyon sağlayan bir ana banka bulunmaktadır. Mitsubishi, Sumitomo, Fuyo, Mitsui gibi gruplar birer Keiretsu'dur. Toshiba, NEC, Hitachi, Toyota gibi şirketler ise birer Han'lıktır. Keiretsular çok az sayıda olup, aralarında keskin sınırlar ve rekabet vardır. Japon ekonomisindeki son değişmelerle birlikte biraz zayıflamaya başlamış da olsa, Keiretsu hala Japon sanayiindeki nihai kuvvettir.

²¹⁵Japon kapitalizminin tarihi kökleri için bkz.

ÖZEL, Mustafa "Küresel rekabette Japon şirketleri; Tarihsel kökler" İz yayınları İstanbul 1994 S:183-195

²¹⁶Savaş sonrasında japon kapitalizmi Zaibatsu mantığından ayrılmamıştır. MITI eli ile koordine edilen şirketler ve sektörler elele çalışmıştır. Stratejik planlamalar bütün tarım ve endüstri için, devlet tarafından yapılmıştır. Tekelleşmeye mücadele edilmesine rağmen, kuvvetli ancak incitmeyen yasal düzenlemelerle (Japonlar buna çekilmemiş kılıç adını veriyor) fiyat kontrolleri yapılmıştır. Ahtapot tipi holdingleşme ve üreticilerin indirekt finanslama ile kontrol ettikleri bir yapı muhafaza edilmiştir.

Bu konuda bkz.

TSURU, Shigeto "Japan's capitalism. Creative defeat and beyond" Cambridge University Press Cambridge 1993 115-189

Birkaç Keiretsu, Japon ekonomisinin belkemiği sayılan 1000 kadar şirketin denetimini elde tutarlar. Japon şirketlerinin sadece %1 den az bir bölümü 700.000 Dolar'ın üzerinde sermayeye sahiptir ve bunların yarısı MITI (Japon sanayi ve dış ticaret bakanlığı) tarafından büyük ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir. "Japon şirketlerinin %99 dan fazla bir bölümü, sermayeleri 14.000 ile 70.000 Dolar arasında değişen küçük ve orta boy işletmelerdir. İki milyondan fazlası anonim şirket statüsünde olan bu kuruluşlar, piramidal biçimde Keiretsuların altında yer alırlar. En altta büyük şirketlerin yaşamasını sağlayan onbinlerce, atelye sayılabilecek işletme bulunmaktadır. Mesela, Toyota ailesinin birincil düzeyde kontrol ettiği 175 firma ve bu firmalara bağlı 4000 civarında ikincil firma bulunmaktadır"²¹⁷

Japon ekonomisinde, bu piramitlerin her biri özerktir, ancak toplum ve devlet politikası doğrultusunda çıkar birliği yapabilirler. Bir piramide ait olup da bağımsızlığını ilan etmeye ya da diğer bir piramide iş yapmaya kalkışan bir küçük kuruluş, her türlü ikna yöntemi kullanılarak sistem içinde tutulur. Aksi takdirde, uygun biçimde batması sağlanır. Japonların yenilikçi ve esnek üretim sistemleri ile JIT türünden uygulamalarının özü ve gücü, bu ekonomi kültürüne dayanmaktadır. Keiretsu'nun hayatta kalması için bütün fedakarlıkları ve güç işleri yapması gereken de yine Han'ların avam tabakası diyebileceğimiz küçük ve orta boy işletmelerdir.

"Benzer bir ekonomik sistem Almanya'da da mevcuttur. Almanya'nın en önde gelen yüz sanayi şirketinin 48 tanesi %10-25 arası, 43 tanesi 25-50 arası ve 9 tanesi ise %50 den fazla hisse ile birkaç büyük banka tarafından kontrol edilmektedir. 1989 da Araçlar Mercedes-Benz'in kontrolünü ele geçirecek kadar hisse satın almaya kalkıştığında, Deutsche Bank, piyasaya çıkan hisseleri Alman toplumu adına satın almıştır. Aynı banka, Mercedes şirketinin uzun vadeli stratejilerini ve yönetimine de hakimdir. Ayrıca, Karstadt mağazalar zincirinin %25'i, Philipp Holzman inşaat şirketinin %30'u, şeker üreticisi Südzucker'in %21'i ve diğer bir çok büyük şirket ile bunlara bağlı olarak iş yapan, binlerce daha küçük şirketin kontrolü de Deutsche Bank'ın elindedir."²¹⁸

²¹⁷SAKAI a.g.m. S:90-91

²¹⁸THUROW (Kafa kafaya rekabet) a.g.m. S:27-28

Her iki toplumun da ortak özelliği, kuruluşlarda çalışan bireylere bilgi ve beceri kazandırmak üzere çalışmalarını ve çalışanları uzun vadeli birer yatırım olarak görmeleridir. Oysa ferdiyetçi kapitalist toplumlarda, bilgi ve beceri ferdin kendi sorumluluğuna bırakılmıştır. Cemaatçi kapitalistler, devleti, iktisadi büyümede harmoniyi sağlayacak ve toplumu yönlendirecek bir unsur olarak görmektedirler. Peter Drucker'in ifadesi ile cemaatçi kapitalist toplumlarda devlet; "Ekonomik havayı kontrol etmeye çalışan bir güçten ziyade, ekonomik iklimi anlamaya çalışan ve toplumu iklime uygun hale getiren bir rehberdir."²¹⁹

Cemaatçi kapitalistlerin karakteristik özelliklerinden bir tanesi de, kamu kesiminin, özel sektör ile çıkar birliği içinde olmasıdır. İstikrarlı fakat "yumuşak" bir politik idare altında toplanan, en seçkin kamu görevlileri, geniş yetkiler ve ortak çalışma gücüne sahip olarak, ekonomik ve toplumsal kılavuzluğu sürdürürler. Mesela Japon hükümeti son 39 yıldır (son skandal olaylarına kadar süregelen Liberal Demokrat Parti) hiç değişmemiştir. MITI, maliye bakanlığı (MOF) ve Japonya bankası (BOJ) bünyelerinde topladıkları, belki de dünyanın en kaliteli kamu çalışanları ile (toplamı 50.000 kişiyi bulmaktadır) ülkenin yönünü tayin etmektedirler. Bu üç kuruluşta çalışan yüksek düzey görevlilerin okul ya da başka ortamlarda daha önceden iyi ilişkiler içinde olmaları ve bu özelliklerinin de pozisyon belirlemede rol oynaması, kurumlar arası koordinasyona önemli ölçüde yardımcı olmaktadır.²²⁰ LDP'nin en önemli görevlerinden bir tanesi, kamu görevlilerini siyasi baskılardan korumaktır. Böylece, MITI, MOF ve BOJ üçlüsü, ekonomik yönetim işlevini kesintisiz olarak sürdürebilmektedir. Üç kuruluşun gücü ve saygınlığı öylesine büyüktür ki, Keiretsu'lar ve dış ticaret şirketleri onların tavsiye ve direktiflerine büyük bir istekle uyarlar. Emekli yüksek bürokratların, çoğunlukla büyük özel şirket ve kurumlara kıdemli yöneticilik, bazen de baş yöneticilik düzeylerinde katılmalarıyla özel sektör - kamu iletişiminin büyük ölçüde kolaylaştığı da şüphesizdir. Bazı yazarların, bütün Japonya'nın büyük bir şirket gibi çalıştığını vurgulamak için, Japon Co. terimini kullanmaları da bu yüzdendir.

²¹⁹DRUCKER a.g.e. S:234

²²⁰Japon ekonomik yönetimi hakkında geniş bilgi için bkz.

KOZLU, Cem "Türkiye mucizesi için..Vizyon arayışları ve Asya modelleri" Türkiye İş bankası kültür yayınları Ankara 1994 S:41-66

Kalkınma ve büyüme yarışında giderek hız kazanan Güney Kore gibi diğer bazı ülkeler de Japon felsefesini benimsemişlerdir. Toplumdaki gruplaşma ve dayanışma isteğini bir avantaj haline dönüştürebilmişlerdir. Kişisel çıkarları ve ihtirasları geri planda tutabilen, daha materyalist bir inanç sistemi olarak kabul edebileceğimiz, "milletçe topyekün ilerleme" fikrini insanlara kabul ettirebilmişlerdir. Bunu da, ülkelerini dev bir işletme olarak görüp, yönetimi, en kaliteli ve yetenekli insangücünü oluşturan bir topluluğa devrederek yaptırabilmişlerdir. Cemaatçi toplumlarda liderlere güven ve iyi yönetilme hissinin oluşturulması çok önemli bir faktördür.

Türkiye'de kamu kesiminde çalıştıktan sonra, bir özel şirketin başyöneticiliğini yapabilecek 50.000 kişi yoktur. Olsa bile, bu tür bir istihdamın gerçekleşmesi istisnai bir olaydır. Özel sektör ile kamu kesimi arasında, hatta eğitim ve araştırma kurumları ile özel sektör arasında büyük bir kopukluk gözlenmektedir. Aradaki kopukluğu gideren unsur, daha ziyade kişisel çıkarlara dayalı özel ilişkiler olmaktadır. Türk kapitalizminin yapısında, ferdi girişimin, kar maksimizasyonu odaklı, kısa vadeli başarı felsefesi hakimdir. Kapitalistleşme sürecinde, İngiliz tipi kapitalist fert yaratma fikri ağır basmıştır. Oysa bu fikrin hakim olduğu dönemde, ne ticaret dünyasında ne de Türkiye'nin elit kesiminde, girişimci olabilecek sivrilikte insan bulunamamıştır. Devlet kapitalist yaratma çabası içinde, kişisel çıkarlarını herşeyin önünde tutan küçük bir gruba, büyük güç sahibi yapmış ve daha sonra da kendisinin yapması gereken kılavuzluk görevini bu küçük gruba kaptırmıştır. Böylece, esasen Türk sanayiini belli bir program çerçevesinde geliştirmesi gereken korumacılık, kişisel güçlerini sınırsız büyüklüğe ulaştırma çabası içinde olan bir grup insanın elinde, korkunç bir silaha dönüşmüştür. Aslında dinamik ve fedakar bir yapısı olan Türk toplumu, 70 yıllık bir süreç içinde, verimsiz biçimde çalışarak ürettiği ekonomik değerlerin büyük kısmını, küçük bir güç odağının daha da güçlenmesi için harcamıştır. Devletin gerçek bir "mega devlet"²²¹ haline gelerek, üretim ve yönetimle ilgili bütün işleri üstlenmesi, kapalı bir ekonomide zaten sağlanması çok zor olan rekabeti tamamen yok etmiştir. Türkiye, dışarıdan ucuza alınarak, içeride pahalıya satılan geri teknolojiler mezarlığı haline gelmiştir.

²²¹Bu terim ve açıklaması için bkz. DRUCKER a.g.e. S:161

Ekonomik strateji seçimindeki temel hata, öncelikle nitelikli ve belli bir amaca yönlendirilmiş insanlara yatırım yapılmamış olmasıdır.²²² Başlangıçta, sosyalist ekonomi modelinin bir benzeri biçiminde, ülkenin zaten son derece kıt olan kaynakları, büyük imalat kapasitesi olan, verimsiz tesislere kanalize edilmiştir. "Oysa cemaatçi kapitalist ülkelerin ilk adımı, kapitalist sistemin detaylı bir incelemesi ve sisteme uygun insan gücünün yetiştirilmesidir. İkinci adımda ise korumalı iç pazarda, eğitilmiş işgücü ve iş adamları ile devletin elele vererek üretimi hızlandırması ve üçüncü adımda da dış pazarların "fethidir." Japonya, 18 ve 19. yüzyıllarda baskın kapitalist kültür olan, İngiliz yaklaşımdan özenle uzak durmuştur."²²³ Japon'larm kendi kültürlerine adapte etmek üzere seçtikleri model Almanya'dır. 1945 sonrasında, "Das Volk" diyen Alman'lar ile Japon Co., "Ben" diyen Amerika'ya yetişmiş, hatta bir çok alanda geçmişlerdir. "21. yüzyıl kimin olacak? sorusunun cevapları arasında artık Amerika birinci sırada yer almamaktadır. Birinci güç olma mücadelesi, Almanya çevresinde toplanan AT ile Japonya liderliğinde ilerleyen Asya kaplanları arasında geçecektir. Teknoloji, yenilikçilik ve geleceğe yatırım konularında Japonya şimdiden büyük avantajla öndedir. Ancak, Japon kültürünün homojen yapısı, yabancı kültürleri anlama ve entegre olma konusunda handikap yaratmaktadır. Bu yüzden, dünya tecrübesi çok daha fazla olan AT'nun bu yarıştaki şansı, daha büyük görünmektedir."²²⁴ Gerek AT ülkeleri, gerekse Japonya, üretim odaklı ekonomilerdir. Tasarruf eğilimleri de ABD'ne oranla çok yüksektir. Örneğin Japonya'nın 1950-1990 arasında ulaştığı toplam tasarruf oranı, ortalama olarak GSMH'nin %25.4'ü olmuş, bu oran ABD için %7.1 olarak gerçekleşmiştir. Tasarrufların yatırımlara dönüşmesi büyük bir başarıyla gerçekleştirilmiştir. Amerika'nın tüketim odaklı ekonomisi, gelecek için yapması gereken altyapı, teknoloji, sosyal adalet gibi yatırımlarını büyük ölçüde engellemektedir. Oysa

²²²İnsana yapılan yatırımın Asya mucizesini gerçekleştirmesi konusunda, aşağıdaki eserler incelenebilir.

TOFFLER, Alvin "Şok" Altın kitaplar İstanbul 1981

"Üçüncü dalga" Altın kitaplar İstanbul 1981

"Yeni güçler yeni şoklar" Altın kitaplar İstanbul 1991

BELL, Daniel "The end of ideology" Harvard University press Cambridge Mass. 1988

DRUCKER, Peter "The new society" Heinemann London 1985

"Kapitalist ötesi toplum" İnkilap kitapevi İstanbul 1994

²²³THUROW a.g.m. S:20-30

²²⁴Bu konuda geniş bilgi için bkz.

THUROW, Lester "Yirmibirinci yüzyıl kimin olacak?" (küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:137-152

cemaatçi kapitalist toplumlar, kültürel avantajlarını burada da kullanarak, insanlarından özveri ve fedakarlık isteyebilmektedirler. Topyekün kalkınma hedefi inandırıcı bir biçimde ortaya çıktıktan sonra, bu toplumların korumacılığa, iç pazarda pahalıya tükettikleri mal ve hizmetlere, lüks tüketimden uzak durmaya ve nisbeten az ücretle çok fazla çalışmaya dirençle tahammül ettikleri açıkça ortadadır.

Japonya yavaş yavaş da olsa, giderek özverili toplum anlayışından uzaklaşmaktadır. Bu ferdiyetçi kapitalizme bir dönüşüm anlamını taşımamaktadır. Ancak, ülkenin zenginliği, yüksek eğitim düzeyi ve geleceğe yapılan yatırımlar, yeni nesillerin kendi kişiliklerine ve yaşam düzeylerine daha fazla özen göstermesini mümkün kılmaktadır. Zaten kapitalizmin almakta olduğu yeni şekil de, insanları servet haline getiren ve ferdi, yeni şekliyle ön plana çıkaran bir anlayışı beraberinde getirmektedir. Keza Amerika ve Avrupa'da da, kalkınmış ülke temelinde giderek sivrilen eğitilmiş insan tipi ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye'nin aynı seviyeyi tutturarak, kapitalizmin aldığı yeni şekle adapte olabilmesi, öncelikle kalkınma sürecinin hızlanmasına bağlıdır. Bunun için bazı köklü yapısal değişikliklerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Zira Türkiye henüz kendi yapısına uygun bir kapitalizm uygulaması içinde değildir. Türk iç pazarı, üretim odaklı bir yapıdan ziyade, tüketim ağırlıklı, hızlı karların elde edildiği, kısa ve çok kısa vadeli stratejilerin hakim olduğu bir yapıya sahiptir. Yönetim ile ekonominin faal kuruluşları arasında iletişim ve koordinasyon kopukluğu vardır. Türkiye'de üretilen mal ve hizmetlerin hemen hiçbir tanesi Türkiye'yi 21. yüzyıla taşıyacak nitelikte değildir. İç ve dış pazarlarda başarı kazanan sektörler, tekstil, beyaz eşya, inşaat, turizm, otomotiv ve tarım ürünleri gibi, düşük teknoloji ile büyük kar sağlayan sektörlerdir. Bu sektörler sayesinde yaratılan birikim, devletin tahakküm ettiği ve kötü yönettiği ekonomik ortam yüzünden varolan, kısa vadeli finansal kazanç noktalarında, daha büyük kişisel servetlere dönüşmekte ancak bir türlü yüksek performanslı üretim yatırımlarına kanallene olamamaktadır. %2.3 hızında büyüyen nüfus, kalkınma yarışında büyük bir engel olarak ortada durmaktadır. Türkiye, iç dinamizmi ve toplumsal dayanıklılığı ile, hatalı yönde giderek başladığı ekonomi yarışını, bugüne kadar sürdürebilmiştir. Ancak 21. yüzyıl, kişisel servetlere, kısa vadeli düşünen kuruluşlara ve bilgi odaklı hale gelememiş toplumlara fazla şans tanımayacaktır.

Türkiye'de eğitim ve araştırma-geliştirmeye yapılan yatırım, gelecek için umut vaad edecek bir seviyeden oldukça uzaktır. Türkiye'de yaşayan insanların %20 den fazla bir kısmı okuma- yazma bilmemektedir. Hızla artan genç nüfus için yaratılan eğitim imkanları, eğitime ayrılan kaynakların artırılmasından ziyade, eldeki kaynakların daha fazla bölüştürülmesi ile yaratılmıştır. Okullaşma oranının hızla artmasına karşılık, eğitim kalitesi hızla düşmüştür. Yüksek öğretim talebi, bir uzmanlık elde etmek için harcanan çabadan çok, toplumsal statü gereği elde edilmesi gereken bir diploma hırsları dönüştürmüştür. Bu hırstan yararlanan ve aslında eğitilmiş insandan çok ezberci insan yaratan özel dersaneler de, kazandıkları büyük güçle, Türk eğitim kurumlarının içinde bulunduğu aczi gözler önüne sermektedirler.

"İlk ve orta öğretimde, öğretmen başına ortalama 31 öğrenci düşmektedir. Büyük şehirlerin çoğunda, 80-100 kişilik sınıflar artık normal kabul edilmektedir."²²⁵ Çoğunluğu kışlaya benzeyen, zevksiz, soğuk ve itici okul binalarına, çağdaş malzeme ve donanım eksikliği ile 30-40 yıl öncesinden kalma okul kitapları ve korkutucu/ezberci eğitim yöntemi de eklenince, birşeyler öğrenme ve yapma hevesi duyan, yaratıcılığı ölmemiş insanların ortaya çıkması son derecede zorlaşmaktadır.

1970 li yıllarda, gelişmiş ülkelerde "yeniden eğitim zamanı", yani bir insanın aldığı temel eğitimin eski bilgi haline dönüşmesi ve yenilenmesi gerekliliği 15-20 yıl arası bir süre olarak kabul ediliyordu. Bugün bu süre 5 yıl olarak kabul edilmektedir ve hızla kısalmaktadır. Devletin hakim rol oynadığı klasik eğitim sistemi, artık insanların bilgi ihtiyacına cevap veremez hale gelmiş olup, insanların çalıştıkları yerde ve hatta evlerinde bile bilgi ve eğitim alacakları yeni bir dönem başlamaktadır.²²⁶ İnsanların belli yaşlarda, belli eğitim aşamalarından geçmesini gerektiren ve aksi durumda adeta toplum dışına iten eğitim sistemi, çağdışı hale gelmiştir. Genç insanların eğitiminde artık, okuldan ziyade ailenin fonksiyonu ön plana çıkmaktadır. Japonya'da, seçkin okullara alacak öğrencilerin, kendilerinden önce aileleri savaşa sokulmaktadır. Toplumdaki kuruluşların eğitim sorumluluğu ve bilgi taşıma yönleri de giderek

²²⁵Eğitim konusunda istatistiki incelemeler ve diğer bilgileri için bkz.

TÜSİAD "Türkiye'de eğitim raporu" TÜSİAD İstanbul 1990

²²⁶Bilgi ve eğitim için bkz.

DRUCKER a.g.e. (Kapitalist ötesi toplum)

kuvvetlenmektedir. Almanya'nın "toplumsal çiraklık" adı verilen sistemle fertleri eğitmesi, bütün dünyanın gıpta ile baktığı bir eğitim biçimidir.

Bir ülkede eğitim kalitesinin yükselmesi için, dev bütçelere ve sınırsız kaynaklara ihtiyaç olmadığını diğer ülkelerin tecrübeleri göstermektedir. AT ülkelerinin çoğunda ve Japonya'da eğitime harcanan kaynaklar, GSMH'nın %5'i civarında seyretmektedir. OECD ülkelerinde bu rakam, ortalama %10 olduğu halde, Japon eğitim sisteminin çok daha etkin ve verimli olduğu, konunun uzmanları tarafından kabul edilmektedir.²²⁷ İnsanlarda bilgi edinme merakının uyandırılması ve bilgiye ulaşma yollarının açık tutulması, aradaki farkı yaratmaktadır. Türkiye'de eğitime ayrılan kaynaklar ise uzun yıllardır, GSMH'nın %2'si civarında seyretmektedir ve bu kaynaklar da, insanları eğitimi hale getirmekten ziyade kalıplaştırmaya yönelik bir sisteme harcanmaktadır. Türkiye'de yüksek okul düzeyinde okullaşma oranı %15'dir (Açıköğretim dahil), Bu oran içinde de, uzmanlık sahasında istihdam edilen ve verimli olarak çalışabilen insan miktarı tatminkar olmaktan uzaktır. Çeşitli şirketlerde satış elemanı olarak çalışan biyoloji, fizik, edebiyat diplomalı gençler, ya da esnafılık yapan kamu yönetimi, elektronik, yabancı dil uzmanlarına her yerde rastlamak mümkündür. Türkiye insan kaynaklarına doğru yatırım yapamayan bir ülke görünümündedir. Sadece insan kaynaklarına değil, gelecekte ekonomik rekabeti belirleyecek olan kilit sektörlerde yapılan yatırım da son derece sönük bir görüntü arz etmektedir.

Türkiye'de bilimsel ve teknolojik AR-GE faaliyetleri için harcanan kaynakların GSMH'ya oranı, yıllık olarak %0.3,3'lük bir ortalama civarında seyretmektedir.²²⁸ Özel sektörün bu faaliyetlere katkısı %20'dir. AT ülkelerinin büyük kısmı, Güney Kore ve Japonya gibi ülkelerde AR-GE harcamalarının GSMH'ya oranı %2'yi geçmekte ve ortalama %70 civarında bir kısmı özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. İsrail ise ekonomik geleceğini bir anlamda AR-GE faaliyetlerine bağlamıştır.

²²⁷Eğitim konusunda karşılaştırmalar, rakamlar ve geniş bilgi için bkz.

KOZLU a.g.k. S:199-236

Ayrıca bkz.

GÜRÜZ, Kemal "Türkiye'de okul öncesi, ilk ve ortaöğretim durumu, sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerilerinin ana hatları" yayınlanmamış metin Ankara 1993

²²⁸Türkiye'de AR-GE konusunda geniş bilgi ve rakamlar için bkz.

KOZLU a.g.k. S:249-275

İsrail'de kurulan 30 civarında bilimsel "koza"da, en yetenekli araştırmacılar istihdam edilmekte ve İsrail'in 21. yüzyılda bilgi ihraç edecek hale gelmesi için büyük yatırımlar yapılmaktadır.

Fen bilimleri ve sosyal bilimler alanlarında, Türkiye'de istihdam edilen toplam 30.000 civarında araştırmacının, %27'si kamu kesiminde, %56.7'si üniversitelerde (dolayısı ile büyük oranda kamu kesiminde) ve %16.3'ü özel sektörde bulunmaktadır. Toplam AR-GE harcamalarının %71'i kamu kaynaklıdır. AT ülkeleri, ABD ve Japonya gibi ülkelerde ise harcamaların ortalama %70 oranında özel sektör tarafından, %10-15 oranında üniversiteler tarafından ve %10-15 oranında ise kamu kesimi tarafından yapıldığı görülmektedir. Türkiye'nin harcamalarına karşılık, dünya fen bilimleri literatürüne yıllık katkısı %0.1,6 olmaktadır.

Bütün bu rakamlar, diğer ekonomik gerçeklerle birleşerek, Türkiye'yi dünya ekonomileri arasında 33. sıraya yerleştirmektedir. Aslında 70 yılda alman mesafe açısından bakıldığında bu pozisyon umut kırıcı görünmemektedir. Oysa gelecek için karamsar olmayı gerektirecek bazı noktaları da göz ardı etmemek gerekiyor;

Türkiye, batı dünyasının, Çin ve İslam medeniyetlerini yakalayıp geçmesine, ve aynı şekilde, sonradan yerleşik hale gelen bazı uygarlıkların da batı dünyasını yakalayıp geçmesine zemin hazırlayan "sırrı" henüz kavrayamamıştır. Bu sır, Rosenberg ve Birdzell'e göre, "Bilim ve teknolojik çevre arasındaki uçurumun ortadan kaldırılması ve bilimsel açıklamaların ekonomik büyümeye aktarılmasıdır. Batı, uçurumu ortadan kaldırmak için ilk olarak şirket düzeyinde, daha sonraları da tüm ekonomi düzeyinde bir yenilikler sistemi geliştirmiştir. Bir yandan bilimsel yöntem ve bilgiyi, ticari sorunların çözümünde kullanmak için araştırma laboratuvarları kurulurken, bir yandan da tüketiciler, bu bilgiyi içeren ürün ya da hizmetleri alıp, kullanmaya özendirilmişlerdir. Batı, geleneksel ticari şirketin üretim ve pazarlama işlevleri ile, bilimsel bilgi merkezlerini ortak yönetim, ortak amaç ve ortak güdülerin çatısı altında birleştirmede çok başarılı olmuştur."²²⁹

²²⁹ROSENBERG, Nathan & BIRDZELL, L.E. "Batı nasıl zengin oldu" Form yayınları İstanbul S:278

Türkiye, mevcut üretim politikaları ve ürün portföyü ile, uluslararası pazarda büyük ilerlemeler kaydedebileceği izlenimi vermemektedir. 21. yüzyıl Türkiye'si, yüksek teknolojiye yatırım yapan ülkelerin, düşük teknoloji gerektiren, bir anlamda "ayak işlerinin" yapıldığı bir taşeron ülke haline gelme tehlikesi ile karşı karşıyadır. "Türkiye elektronik alanında, uluslararası pazarlarda yüzde ile ölçülen bir paya sahip olamaz ve pasif kullanıcı durumunda kalırsa; bunun yanısıra, yeni malzemeler ile biyoteknoloji alanlarında, yükseköğretim kurumları, kamu araştırma kuruluşları ve özel kuruluşlarda, bilginin yanısıra bilimsel ve teknolojik AR-GE birikimi oluşturulamazsa; ve halen rekabet gücüne sahip bulunduğu tekstil ve hazır giyim, demir-çelik ve cam ürünlerinde, yine elektroniğe dayalı yeni üretim teknolojilerinin kullanımı yaygınlaştıramazsa, 21. yüzyılda bugünkü güçsüz durumunu dahi koruyamayabilir ve teknoloji ithal edemez hale dahi gelebilir."²³⁰

Türkiye'nin bugüne değil de yarıya odaklanmış bir ülke haline gelebilmesi, pazarlama felsefesinde yapılacak bazı değişikliklerle yakından ilgilidir. Genel olarak bakıldığında, Türkiye'de pazarlama uygulamaları, kapitalist uygulama ile eşgüdümlü, kar odaklı, ve bir tüketim toplumu yaratmaya elverişli uygulamalardır. Oysa üretmeyen bir toplumun, tüketici hale gelmesi tehlikelidir. Amerika, büyük üretim potansiyeline rağmen, tüketim odaklı ekonomisi yüzünden, büyük güçler arasındaki yerini kaybetme tehlikesi ile karşılaşmıştır. Türkiye'nin aralarına katılmak için çaba harcadığı AT ülkeleri, üretim odaklı ekonomilerdir. Gerek kapitalizmin gelişimi, gerekse ticaretin, dolayısıyla pazarlamanın gelişimi Avrupa insanlarına üretken, yenilikçi ve atılcı bir karakter kazandırmıştır. Avrupa'nın yayılcı tutkularının da desteği olmuştur. Globalleşme aslında Avrupa kültürünün dünyayı sarması ve değiştirmesi anlamına gelmektedir. "Avrupa düşüncesinin anafikri olan "yöntem", küresel topluma ilişkin olarak, bilimsel araştırmada, sistemli olarak yayılan Hristiyan misyonlarında ve emperyal fikirlerde bir patlama anlamına geliyordu. Bu kültür meşalesini dünyanın her köşesine taşımak "beyaz adamın yükü" sayılıyordu ve batı tipi tarih yazımının farkında olmayan uluslar, tarihsiz halklara dönüştürülüyordu. Bunun yapılabilmesi, ancak sanayicilerle generallerin kolkola yürümesi ile mümkün oldu. Yirminci yüzyıla gelindiğinde bir

²³⁰KOZLU a.g.k. S:265

"küresel toplum" meydana gelmişti diyebiliriz. Yani, dünyanın her yanına uzanmakta olan bir Avrupa toplumu. Bu toplumun temel kuralları, rekabet, hiyerarşi ve genişlemedir. Avrupa dayanışmasına rağmen, Avrupa ülkeleri arasında büyük bir rekabet vardır ve bu rekabet, iki dünya savaşı sonunda, Avrupa'nın küresel hegemonyasını kendi elleri ile yıkmasına yol açmıştır. Fakat bu durum, herkesin aynı yerde kalabilmek için koşmak zorunda olduğu sistem yapısını yok etmemiştir. Bağımsızlık kazandığını zanneden bir çok ulus, dünya pazarından soyutlanmanın gerçekte bir işe yaramadığını ve bir şekilde kuyruğun sonuna ilişmek zorunda olduklarını, kısa sürede anlamışlardır."²³¹

Türkiye, koşmak zorunda olduğu bir yarışta yavaş gitmektedir. Ferdi birikimlerin, birikim olarak kaldığı, üretime dönüşerek, toplumsal refaha katkıda bulunamadığı bir süreç yaşamaktadır. Oysa bu ortamda ticaret, üretiminden hızlı ilerlemektedir. Toplumda karlılık bilinci, karlılığı sağlayan pazarlama teknikleri ve dolayısı ile tüketim bilinci gelişmektedir. Böylece, üretmeden tüketmeyi öğrenen bir "küçük Amerika", Avrupa'nın hemen yanbaşımda ortaya çıkmıştır. Pazarlama teknikleri açısından, gelişmiş ülkeler ile Türk şirketleri arasında bir çok benzerlikler olduğu gözlenmektedir. Özellikle, son zamanlarda Türkiye'de yatırım yapmaya başlayan bir çok şirket, pazarlama ortamının değişmesine sebep olmaktadır. Kalite ve servis bilincinin yayılması, rekabetin giderek güçlenmesi, büyük alışveriş merkezleri, kredili ve taksitli satışlar bu değişimin göstergeleridir. Değişmeden kalan tek pazarlama değişkeni üretimdir. Toplum olarak üretici hale gelmek, hem ülke yönetiminin hem de pazarlama ile ilgili kurumların geçireceği bir zihniyet değişikliğine bağlıdır. Türkiye'de şu anda gelişmekte olan rekabet anlayışı, kısa vadede yapılacak karların paylaşımına yöneliktir. Oysa gerek AT'nun, gerekse hızlı giden Asya ülkelerinin rekabet politikaları, iç pazarda yapıcı ve tüketiciyi koruyucu rekabet şartlarını bozmadan, uluslararası pazarda başarı kazanmaya yöneliktir. Çok satıp, çok kar etmekten ziyade, gelecekte rekabet edecek mal ve hizmetlerin geliştirilmesi fikri ön plana çıkmaktadır. Bunun tek yolu da bilgi ve araştırmaya yapılacak yatırımlardır. Sadece ticaretin gelişmesi, bir süre sonra Türkiye'nin önünü tıkayacaktır. Üretim gücü gelişmeyen Türkiye, teknoloji kullanımında giderek daha fazla dışa bağımlı

²³¹NOLTE, Hans-Heinrich "Küresel toplum içinde Avrupa" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:161-181

hale geleceği gibi, ihraç ettiği mevcut mal ve hizmet karmasından kazandığı gelirin, 20-25 milyar Dolar seviyesini bulduğunda, artık çok yavaş artış göstermeye devam edeceği de bilinmektedir.

Tarih boyunca hiç kapitalist olmayan, ancak kapitalizmle tanıştıktan sonra batı öğretisini hızla adapte ederek, batıyı kendi oyununda yenen, ya da en azından küresel batı kültüründe iyi bir yer edinen ülkelerin ortak özelliği, kollektivist kültürlerini üretim gücüne dönüştürebilmeleridir. Türkiye'nin yer alması gereken grup da bu ülkelerin oluşturduğu gruptur. Cemaatçi ülkelerin yarattıkları zenginlik zemini üzerinde, fert yaratmaya başlamaları artık kolaydır. Türkiye aynı zenginlik düzeyini yakalayamadan fert arayışına girmiştir. Bu yüzden sosyal ve ekonomik bir kargaşa ortamına düşmüş olması normal karşılanmalıdır. Cemaatçi ülkelerin üretime tapmaya başlamaları ile birlikte, Amerikan literatüründe tarif edilen pazarlamadan farklı bazı kavramlar da ortaya çıkmıştır. Mesela Amerikan iş ahlakına göre kabul edilemez olan, büyük bazı şirketlerin diğerlerini kontrol etmesi, devletin özel sektör ile elele vermesi, ya da teknolojide taklitçilik gibi. Hem Japonya hem de AT ülkeleri, devletin ekonomik gelişmede oynayacağı önemli bir rolü olduğuna inanmaktadırlar. Airbus industries, Avrupalı bir stratejinin somut örneğidir. 1990 yılında Alman Daimler-Benz grubu ile Japon Mitsubishi grubunun, yolcu uçağı piyasasında paylarını arttırmak üzere Singapur'da yaptıkları gizli toplantı, Amerikan bakış açısı ile, bir suç unsurudur. Diğer ülkelerin, daha ucuz ve kaliteli üretim için Japonya'da yaptıkları fason yüksek teknoloji ürünlerinin, kısa bir süre sonra taklit edilmiş olarak piyasaya çıkması ise iş ahlakının tahribi olarak kabul edilmektedir. Oysa artık ekonomi oyunu Amerika'nın koyduğu kurallarla değil, uluslararası kurallarla oynanmaktadır. Bu kuralların arasında, üretim güçlerinin birleşmesi, ekonomik işbirliği ve sosyal piyasa ekonomisi de bulunmaktadır. "Japonya, ABD ve Almanya, 21. yüzyılda vatandaşlarına birinci sınıf bir yaşam düzeyi sunmak için gerekli gördükleri sanayileri şöyle sıralamaktadırlar: Mikroelektronik, biyoteknoloji, yeni malzeme bilgisi sanayileri, telekomünikasyon, sivil havacılık, robotik ile makine aksamı ve bilgisayar ile yazılım. Bu yedi anahtar sanayide herkes başarılı olamayacaktır. Bazıları kazanacak, bazıları da kaybedecektir."²³² Hiçbir ülke herşeyde

²³²THUROW "Kafa kafaya rekabet" a.g.m. S:23

rekabetçi, dolayısıyla net ihracatçı olamaz. Bir ulusun beşeri ve diğer kaynaklar havuzu esasen sınırlıdır. İdeal olanı, bu kaynakların en üretken kullanımlarda geliştirilmesidir. "Bir ülke, şirketlerinin nisbeten daha üretken olduğu sanayi ve alt sanayilerde uzmanlaşp, firmalarının yabancı rakiplerinden daha az üretken olduğu mal ve hizmetleri de ithal edebilir. O halde ihracat kadar, ithalat da üretkenlik artışının bütünleyici bir parçasıdır...Ulusal ekonomilere yakından bakıldığında, sanayiler arasında rekabetçi başarılar konusunda çarpıcı farklar olduğu görülür. Uluslararası üstünlük çoğu zaman dar biçimde tanımlanmış sanayilerde ve hatta belirli alt sanayi dallarında yoğunlaşmaktadır. Alman araba ihracatı büyük ölçüde yüksek performanslı arabalara yönelik iken, Kore'nin ihracatı tümüyle küçük arabalardan oluşmaktadır. Japonya'nın makine sanayiindeki güçlü konumu çoğunlukla genel maksatlı çeşitlerden gelirken, İtalya gücünü çoğu kez son derece uzmanlaşmış makinelerdeki öncü konumundan almaktadır."²³³

Bu bilgilerin ışığında, Türkiye'nin uluslararası ekonomik arenada başarılı olabilmesi için, profesyonelce yönetilen ve pazarlama yönü güçlü bir ulus-şirket haline gelmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Pazarlama kavramı açısından Türkiye'yi AT ülkelerinden ayıran en önemli farklılık da buradan kaynaklanmaktadır. AT, üretim yönü güçlü bir pazarlama şirketine dönüşürken, Türkiye giderek daha fazla aracı-tüccar bir kimliğe bürünmektedir. Ulus-şirket haline gelmek, toplumun en üst katmanlarından, en alt katmanlarına kadar yayılan bir zihniyet değişimi ve stratejik planlama ile mümkün olabilir.

Türkiye gibi sağlam zemine basmayan bir ülkenin, yedi anahtar sanayiden bir veya birkaç tanesinde, birdenbire başarılı olması beklenemez. Bunun yerine, seçilmiş sanayi veya sanayilerin bazı küçük bölümlerinde uzmanlaşmak ve ülke kaynaklarını bu alanlara odaklayarak, rekabetçi bir üstünlüğü yakalamak şarttır. Bu konuda ülke yönetimine büyük sorumluluk düşmektedir. "Hükümetler, bütün kademelerde, ulusal üstünlüğün ilerlemesine veya gerilemesine sebep olabilirler. Antitröst politikası, dahili rekabeti etkiler. Düzenlemeler, yurtiçi talep şartlarını değiştirebilir. Eğitime yapılan yatırım, faktör şartlarını değiştirebilir. Hükümet alımları, bağlantılı ve yardımcı sanayileri teşvik edebilir veya tembelliğe

²³³PORTER, Michael "Ulusların rekabetçi üstünlüğü" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:40-44

sürükleyebilir. Bütün bir belirleyiciler sistemini nasıl etkileyeceğini dikkate almadan uygulanan politikalar, ulusal avantajı arttırabileceği gibi azaltabilir de."²³⁴ Bu yüzden, uluslararası rekabette başarılı olabilecek firmalara, içinde gelişebilecekleri, çekici, motive edici ve yön gösterici bir çevrenin yaratılması görevi, öncelikle, ülkeyi profesyonelce yönetebilecek kadrolara düşmektedir. Sadece eğitimde "yaratıcılık" unsurunu gözardı etmek bile (hatta Türkiye'deki tutuma baltalamak denebilir), uluslararası rekabette temel şartlardan bir tanesi olan "yenilik" (innovation) konusunda yarışmış kalmak için yeterlidir. Ya da, büyük güçlülere katlanarak aldıkları patentin, aslında hiçbir işe yaramadığını anlayan kişi ya da kuruluşların, AR-GE harcamaları ve yenilik konularında tembel olmalarını doğal karşılamak gerekmektedir. Faturası topluma çıkan, sömürge türü korumacılığın da düzeltilmesi ve ekonomik harmoninin bir parçası haline gelmesi, ülke yönetimine kalmıştır. Bunlar ve benzeri, ekonomik harmoniyi sağlayacak bir çok düzenlemenin yanı sıra, pazarlama açısından, ülke yönetimine düşen en önemli görev, ülkenin güçlü yanlarını analiz ederek, dış pazarlarda uygun hedefleri belirledikten sonra, seçilmiş sanayilerde çalışacak kuruluşlara rehberlik etmesidir. Ülke yönetim politikaları ile şirket stratejileri arasında yakın ilişkiler vardır. Elektronik eşya liderliğinin Japonya'da, kimya ve eczacılık liderliğinin Almanya ve İsviçre'de, bilgisayar liderliğinin ise Amerika'da olması bir raslantı değildir.

Pazarlamada, özellikle bilgi yoğun iş kollarında, küresel ağlar oluşmaya başlamıştır. Bu ağlar, ulus tanımaz bir çevrim içinde, üretici kuruluşların katkıları ile gelişmektedirler. Nihai mamulü oluşturan süreç içinde, bir çok ülkelerin değişik şirketleri, uzmanlık alanları çerçevesinde iş yapmaktadır. Bu sebeple, ülkeler, güçlü oldukları uzmanlık alanları yüzünden, giderek karşılıklı bağlı ve bağımlı hale gelmektedirler. Mesela, "bir Amerikan vatandaşı General Motors'dan bir Pontiac Grand Le Mans satın aldığı zaman, farkına varmadan uluslararası bir muameleye girmektedir. GM'e ödenen 20.000 Dolardan yaklaşık 6.000'i rutin emek ve montaj işlemleri için güney Kore'ye, 3.500'i gelişmiş komponentler (motor, şanzuman, elektronik aksam) için Japonya'ya, 1.500'ü stil verme ve tasarım mühendisliği için

²³⁴PORTER a.g.m. S:44

Almanya'ya, 800'ü küçük komponentler için Tayvan ve Singapur'a, 500'ü reklam ve pazarlama hizmetleri için İngiltere'ye ve yaklaşık 100'ü de veri işleme için İrlanda ve Barbados'a gitmektedir. Geriye kalan 8.000 Dolardan az kısım ise, Detroit'deki stratejistlere, New York'daki avukat ve bankacılara, Washington'daki lobcilere, tüm ülke sathındaki sigorta ve sağlık çalışanları ile GM hissedarlarına kalmaktadır.

Pontiac'm mağrur yeni sahibi, pek tabii yurt dışından bu kadar şey aldığımm farkında değildir. Küresel ağı içinde, GM ticareti gerçekleştirmiştir."²³⁵

Türk şirketlerinin de küresel ağların bir parçası haline gelmeleri gerekmektedir. Bu amaçla, etkin bir pazarlama zihniyetinin, kuruluş içinde tesis edilebilmesi için Porter'in tavsiyeleri şunlardır;

- En seçici ve zor ihtiyaçları olan müşterilerin, şirket portföyüne alınması. Bu müşterilerin talepleri, firmanın AR-GE faaliyetlerinin ve mükemmeliyet arayışlarının kamçılayıcısı olacaktır.
- En sert yasal engelleri veya mamul standartlarını aşacak normların yaratılması.
- İhtiyaçların, en ileri ve uluslararası niteliklere sahip yurtiçi tedarikçilerden temin edilmesi.
- Çalışanlara, her zaman şirketin elemanı olarak kalacaklarmış gibi muamele edilmesi.
- Önemli rakiplerin, önemli birer motivasyon aracı olarak algılanması.

²³⁵REICH, Robert "Küresel ağlar" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994 S:55

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AT PAZARLAMA MEVZUATININ KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ

1. Türk ekonomi hukukunun AT düzenine yaklaştırılması

Türk hukukunun, AT hukuk düzenine uyumlu hale getirilmesi çalışmaları, Türkiye'nin AT'na tam üyelik için başvurduğu tarih olan 1987 senesinde başlamıştır. Tam üyeliğin gerçekleştirilmesi belirsiz bir tarihe ertelenince, uyum çalışmaları, iki hukuk düzeninin birbirine yaklaştırılması şekline dönüştürülerek sürdürülmüştür. Bu çalışmalar halen, DPT bünyesinde kurulmuş olan AT ile ilişkiler genel müdürlüğünün sorumluluğunda yürütülmektedir.

Çalışmalar, karşılaştırma ve değerlendirme olarak iki safhaya ayrılmış olup, 32 adet ilgili kurum ve kuruluşun görevlilerinden oluşan komiteler, 1992 yıl sonu itibarı ile, karşılaştırma çalışmalarını bitirmişlerdir. İkinci safhada ise, daha ziyade uzman hukukçulardan oluşan bir ihtisas komisyonu, karşılaştırma çalışmalarını baz alarak, Türk hukukunda ne gibi değişikliklerin, hangi hukuki vasıtalar ile ve ne zaman yapılması gerektiğini somut olarak tespit etmeye başlamıştır. "Türk-AT mevzuat uyumu sürekli özel ihtisas komisyonu", hukuki yaklaştırma konularını birinci öncelikli ve ikinci öncelikli konular olarak ikiye ayırmıştır. Birinci öncelikli konular, gümrük birliği ile doğrudan ilgili konular olup, 1995 yılı başlarından itibaren TBMM'ne sevklerine başlanacak ve mevzuat değişiklikleri ile uygulamaya yönelik tüzük, yönetmelik ve idari düzenlemelerin görüşülmesine geçilecektir. Esasen, komisyonun öncelikle ele almış olduğu, patent kanunu tasarısı, rekabetin korunması hakkında kanun tasarısı ve tüketicinin korunması hakkında kanun tasarısı, 1993 yılından beri meclis gündemindedir. İkinci öncelikli konularda ise bütün çalışmalar, 1996 yıl sonu itibarı ile bitirilmiş olacaktır.

"AT'nun tek pazar ve Avrupa birliğini gerçekleştirebilmek için iki özelliği bulunmaktadır.

1) AT organlarının çıkardığı tüzük, yönerge ve karar biçimindeki hukuk kuralları, supra-national (uluslararası) kurallardır. Bu kurallar üye devleti ve aynı zamanda vatandaşlarını da bağlar. Mahalli-ulusal yargı yerleri ve yönetim milli hukuku ile, bu tür uluslararası hukuk kuralları arasında uyumsuzluk

ve çatışma varsa, AT hukuk kuralları uygulanmak zorundadır. Bununla beraber, AT'nu kuran anlaşmalarla, Topluluk organları tarafından yaratılan hukuk kuralları arasında, üstün norm olma bakımından doktrinde bazı ayrıntılara da değinilmektedir.

Topluluk hukukunun birincil kaynağı kurucu anlaşmalardır. Bunlar AKÇT Paris anlaşması ile AET ve EURATOM Roma anlaşmalarıdır.

İkincil kaynaklar ise tüzükler, yönergeler, kararlar, tavsiyeler veya görüş açıklamalarıdır.

2) AT'nun hukuk kurallarını oluşturan bütün bu kaynakların üye devletlerin üye devletlerin milli hukuk düzenine olan doğrudan etkisi birbirinden farklıdır ve bunları yürürlüğe koyan organlar da farklı olabilir."²³⁶

1.1. Pazarlama ile ilgili alanlarda mevzuat çalışmaları

Bilgi ve teknolojiyi süratle topluma mal eden, kar amacı ile kullanımını yaygınlaştıran unsurlar, kapitalizm ve pazarlamadır. Bu alanlardaki gelişmeler, toplumların kültürel, coğrafi, yasal ve geleneksel sınırlarını zorlamakta, çoğunlukla da aşım geçmektedir. Avrupa ülkeleri kaçınılmaz bir ekonomik bütünleşme sürecinde, her bakımdan önemli değişimler geçirmektedirler. ABD, iletişim, eğlence, medya ve bilgi-işlem sektörlerini bütünleştiren yasal düzenlemeler yapmaya başlamıştır. Böyle bir değişim ortamında, Türkiye'nin de gelişen bir ülke olarak, artık ekonomik hacmine cevap veremeyen bazı düzenlemeleri revize etmesi gerekmektedir.

Ekonomik gelişme, diğer toplumsal gelişmelerin motorudur. Gümrük birliği ya da AT üyeliği için gündeme gelen düzenleme değişiklikleri, aynı zamanda, daha büyük bir amaca da hizmet edeceklerdir. Bu amaç, Türkiye'de kapitalizmin gelişmesini kontrollü bir hızlanma sürecine sokmaktır. Buna bağlı olarak, özel ihtisas komisyonunun birinci öncelikli yasal düzenleme konuları, aşağıda sıralandığı biçimde seçilmiştir;

a) İşletmeler hukuku

b) Rekabet hukuku

²³⁶CANSEL a.g.m. S:50

- c) Kamu ihaleleri
- d) Devlet yardımları
- e) Fikri ve snai mülkiyet
- f) Teşkilatlanma
- g) Tüketicinin korunması
- h) Vergilendirme
- ı) Sınai mevzuat
- j) Ulaştırma
- k) Dış ticaret ve gümrükler

Pazarlama fonksiyonları ve faaliyetleri baz alındığında, bu konular içinde, işletmeler hukuku, fikri ve snai mülkiyet, rekabet hukuku, tüketicinin korunması, snai mevzuat ve ulaştırmanın, pazarlama ile doğrudan ilgili olduğu görülmektedir.

2.Pazarlama fonksiyonları temelinde mevzuat karşılaştırması

Pazarlamanın esas olarak iki temel fonksiyonu vardır. Bunlar talep yaratmak ve yaratılan talebi karşılamaktır. Bu iki fonksiyon, bazı faaliyetlerle yerine getirilir ki, bunlar da; talep yaratmak için yararlanılan ürün tasarımı, üretim, fiyatlama ve tutundurma faaliyetleri ile talebi karşılamak için yararlanılan dağıtım faaliyetidir. Dağıtım, mülkiyet devri yoluyla mülkiyet faydası sağlayan bir faaliyet olup, diğer bazı faaliyetleri de kapsamaktadır. İlgili konulardaki mevzuat düzenlemeleri göz önüne alındığında, aşağıdaki gibi bir inceleme planı ortaya çıkmaktadır;

PAZARLAMA İLE İLİŞKİLİ GENEL KAVRAMLAR

İşletmeler hukuku

PAZARLAMANN FONKSİYONLARI

TALEP YARATMA FONKSİYONU

Ürün tasarımı faaliyeti

(İlgili mevzuat: Fikri ve snai mülkiyet)

Üretim faaliyeti

(İlgili mevzuat: Snai, Standardizasyon)

Fiyatlandırma faaliyeti

(İlgili mevzuat: Rekabet hukuku)

Tutundurma faaliyeti

(İlgili mevzuat: Tüketicinin korunması)

TALEBİ TATMİN FONKSİYONU

(Dağıtım)

Sipariş yönetimi faaliyeti

Stok yönetimi faaliyeti

Depolama faaliyeti

Nakliye faaliyeti

(İlgili mevzuat: Ulaştırma)

Mevzuatın incelenmesi maddeler itibarıyla değil, genelde ele alınmıştır. Bu yüzden düzenlemeler, konu hakkında genel bilgiler verildikten sonra, AT ve Türk mevzuatlarının uyumlu ve uyumsuz yanlarını ele alan karşılaştırmalar şeklinde incelenmiştir. Böylece, pazarlama ile ilgili alanlarda, Türk mevzuatının mevcut durumu ve ileride alması beklenen biçimi ortaya çıkarılmaktadır.

2.1.Pazarlama ile ilişkili genel kavramlar

Burada genel kavramların kapsadığı alan, işletmenin kontrol edemediği, fakat kendisini yakından ilgilendiren bazı dış çevre faktörleridir. Bunlar daha ziyade işletmenin hukuki anlamda yapısını belirleyen ve ticari anlamda hareket biçimini düzenleyen bazı uygulamalardır. "Bu konular daha ziyade

ticaret hukuku, şirketler hukuku ve borçlar hukuku kapsamında incelenmekte olup, yeni bir kavram olarak, hepsi birlikte işletmeler hukuku olarak anılmaktadırlar."²³⁷

2.1.1. İşletmeler hukuku

İş yapma, şirket kurma ve ticaret ile ilgili düzenlemeler, ülkeden ülkeye büyük farklılıklar göstermektedir. Oysa, giderek bütünleşen dünya ekonomik sisteminde, düzenleme farklılıkları iş dünyası için büyük sorunlar yaratmaktadır. "Bu bakımdan, uluslararası ticaretin teşviki ve şirketin pay sahipleri, alacaklıları ile şirket çalışanlarının haklarının yeterli biçimde korunabilmesi için, ülkelerin ilgili konulardaki mevzuatlarının uyumlu hale getirilerek, yeknesak kurallar kabul etmek artık bir zorunluluk haline gelmiştir."²³⁸

"Özellikle Roma antlaşmasının 85 ve 90. maddelerinde yer alan hükümlerle, üye ülkelerde "işletme kavramı" geniş bir anlam kazanmış ve gereğinde bir gerçek kişinin dahi işletme sayılması mümkün kılacak bir kapsama kavuşturulmuştur. Türkiye ile AT arasındaki Ortaklık antlaşmasının 16. maddesinin, mevzuatların yaklaştırılması hükmü karşısında, işletme kavramının bu geniş anlamı, Türk hukukunun da bir parçası olmuştur."²³⁹

Avrupa topluluğunu kuran anlaşmaların en önemlisi, etkin biçimde işleyecek bir ortak pazarın kurulmasıdır. Kurucu antlaşmanın 3/C maddesinde, kişilerin, mal hizmet ve sermayenin serbest dolaşımını sınırlayan engellerin kaldırılması gerektiği belirtilmektedir. Burada, özellikle, bir iş kurmak amacı ile diğer bir ülkeye yerleşmek isteyen kişi ve kuruluşlara getirilen, serbesti ve haklar önem taşımaktadır. Bu amaçla, kurucu antlaşmanın 52 ve izleyen maddelerinde, serbest ticareti engelleyen her türlü kısıtlamanın aşamalı olarak kaldırılması ele alınmıştır. "58, maddede yer alan yerleşme hakkı ile,

²³⁷Mimaroğlu, işletme hukukunu, "Her türde, her aşama ve her yapıdaki ticari işletmenin oluşumu, örgütlenmesi işletilmesi ve yönetilmesine ilişkin tüm kurullarla, işletmenin gerektirdiği yetki ve sorumluluk çevresini belirleyen hukukun adıdır."

Bu konuda bkz.

MİMAROĞLU, S.K. "İşletme hukuku" Bilgi yayınevi Ankara 1978 S:43

²³⁸ÜNAL, Şeref "İşletmeler hukuku alanındaki değerlendirme raporu" T.C. Adalet bakanlığı işletmeler hukuku mevzuat uyumu alt komitesi Ankara 1990 S:3

²³⁹TEKİNALP, Ünal "AET antlaşmasının 85 ve 86. maddeleri anlamında işletme kavramı" İktisat ve maliye dergisi C:26 Sayı:11 1980 S:452

üye ülke vatandaşlarına tanınan bu hak, ticaret şirketlerine de tanınmış ve tüzel kişilere de, orijini hangi üye ülke olursa olsun, diğer ülkelerde serbestçe, ilgili olduğu alanda icraat yapabilme hakkı verilmiştir."²⁴⁰

Avrupa konseyi, yerleşme ve ticaret kısıtlamalarını kaldırmayı amaçlayan bir programı 1961 yılında kabul etmiştir. Bu program çerçevesinde çeşitli direktifler çıkartılmış, şirketlerin karşılıklı olarak tanınması konusunda sözleşme imzalanmış ve çeşitli konularda tavsiye kararları alınmıştır. Topluluk üyesi ülkelerde, halka açık sınırlı sorumlu şirketler hakim bir rol oynadıklarından, çalışmalar, kararlar ve direktifler daha ziyade bu alanda yoğunlaşmıştır.

İşletmelerin yapısı ile ilgili düzenlemeler aşağıdaki gibidir:

2.1.1.1. Avrupa şirketi

"Topluluk bünyesinde bir Avrupa şirketi modeli geliştirmek ve kuruluş şartlarını belirlemek için kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Bu şirketin, üye ülkelerin hukuk düzenlerine göre değil, topluluk hukukunda belirtilen esaslara göre kurulması öngörülmektedir."²⁴¹

"Avrupa şirketi kavramı, Hollanda'lı Profesör P. Sanders tarafından ortaya atılmış ve kendisinin başkanlığındaki bir çalışma grubu, 1967 yılında bir Avrupa şirketi ana sözleşme tasarısı hazırlamıştır. Topluluk komisyonu bunun üzerine, 1970 de bir tüzük tasarısı hazırlamış ve konseye sunmuştur. 1975 yılında kurulan bir Ad Hoc komite, çalışmalarını tamamlamak üzeredir."²⁴²

2.1.1.2. Sınırlı sorumlu şirketler

Avrupa konseyi, bu tür şirketlerin yapısını, pay sahiplerinin genel kurulda sahip oldukları oy oranlarını, genel kurulun nasıl toplanıya çağrılacağını, pay sahiplerinin temsilini, genel kurul kararlarının iptali usüllerini ve işçilerin yönetime katılmalarını ayrıntılı olarak düzenlemiş ve üye ülkelere dört değişik yapı seçeneğinden oluşan, oylama ile kabul edilecek bir tasarı sunmuştur. Oylama henüz yapılmamıştır.

2.1.1.3. Şahıs şirketleri

²⁴⁰Bu konuda bkz.

ÖÇAL, Akar "AT adalet divanının rekabetle ve serbest dolaşım ile ilgili bazı yeni kararları" Batider C:11 Sayı:1 S:104

²⁴¹ÖÇAL, Akar "Avrupa tipi ticaret şirketi üzerine" Sevinç matbaası İstanbul 1968 S:9

²⁴²ÜNAL, Şeref a.g.e. S:8

"Ortakların şirket alacaklarına karşı kural olarak, sınırsız sorumlu oldukları şahıs şirketlerinin en önemli unsuru, birbirini tanıyan, şahsiyet ve kabiliyetlerine itimat eden ve aynı durumda olan kimselerin bir araya gelmesidir."²⁴³ Bu tür şirketlerde, ortakların bütün mal varlıkları ile sorumlu olmaları, karşılıklı itimadın önemli bir faktör olarak ortaya çıkması, bu girişimlere, fertlerin çekingen yaklaşmalarına sebep olmaktadır. Bu yüzden AT komisyonu, şahıs şirketlerinin de sorumluluklarını, sermayeleri ile sınırlayan bir tasarı hazırlamıştır.

2.1.1.4. Tek şahıslı şirket

Günümüzde, AT'na üye ülkelerin, tek şahıslı şirket konusunda yürürlükte bulunan hükümleri birbirinden farklıdır. Bunlardan bazıları (mesela Danimarka, Belçika, Hollanda, Fransa), payların tek elde toplanmasını, şirketin fesih sebebi olarak saymakta, bazıları ise (mesela İspanya, İtalya, İrlanda), tek ortaklı şirketin hukuki varlığını sürdüreceğini kabul etmektedir. "Milli mevzuatın uyumlaştırılması amacıyla AT'da başlayan çalışmalar, Konsey'in tek ortaklı ltd. şirket konusunda 12. direktif tasarısının yayımlanmasına kadar ilerlemiştir"²⁴⁴

Konsey ferdi işletmeleri desteklemek ihtiyacını ifade etmiştir. Ferdi müteşebbis, sadece sorumluluğunu sınırlamak amacıyla ikinci bir ortak aramaya mecbur bırakılırsa, bu ortak çoğunlukla paravan bir kimse olur. Bu da şirketin kurulmasını maliyetli ve karmaşık bir hale getirir (AT konseyi 12. direktif, md.4). "Oysa, sınırlı sorumlu ticari işletme veya tek şahıslı şirkette (One man's company - Einmann gesellschaft), ferdi müteşebbis, sorumluluğunu, üçüncü bir şahsın himayesine ihtiyaç olmaksızın, belirli bir faaliyete tahsis edilmiş bir malvarlığı ile sınırlama imkanı bulur."²⁴⁵

2.1.1.5. Şirketlerin diğer ülkelerdeki şubeleri

Ticaret şirketlerinin başka ülkelerde şube açmaları, her ülkede uygulanan değişik düzenlemeler sebebi ile güçlüklerle sebep olmaktadır. Bu konudaki en olumlu gelişme, 1986 yılında tasarısı hazırlanan, şube

²⁴³KARAYALÇIN, Yaşar "Ticaret hukuku II, Şirketler hukuku" Bilgi Ankara 1973 S:77-78

²⁴⁴ÖÇAL, Akar "AT konseyinin tek ortaklı ltd. şirkete ilişkin direktif tasarısına kısa bir bakış" İktisat maliye dergisi C:36 Sayı:6 1990 S:244-246

²⁴⁵KARAYALÇIN, Yaşar "ticaret hukuku, I. giriş, Ticari işletme" Bilgi Ankara 1968 S:190-191

şirketlerin, merkez ülkedeki şirkete yıllık rapor vermeleri koşulu ile bilanço düzenlemekten muaf tutulmalarıdır.

2.1.1.6. Şirketlerin sınır ötesi birleşmeleri

AT komisyonununun 13 numaralı direktifinde, sınır ötesi birleşmelerde, şirket paylarının tek elde toplanmaması ve azınlık pay sahiplerinin haklarının korunması için gereken düzenlemeler yapılmıştır.

2.2. Talep yaratma fonksiyonu

Günümüzün pazarlama anlayışı, sadece var olan ya da insanların haberdar oldukları bazı istek, talep ve ihtiyaçları, pazarlama faaliyetleri yardımıyla karşılamak değildir. Teknolojik gelişme, yeni üretim fikir ve imkanlarını kapitalist işadamlarına sundukça, yeni pazarların ve kar alanlarının kapısı da açılmaktadır. Dolayısı ile, pazarlama sektöründe çalışanlar için, üretilen mal ve hizmetleri, tüketicilere etkili bir biçimde anlatmak, kabul ettirmek, eğer tüketiciler söz konusu mal ve hizmet arzını kendi ihtiyaçları olarak görmüyorlarsa, bu tutumu profesyonel yaklaşımla değiştirmek ve yeni alıcılar yaratmak görevleri ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden, muhtemel zarar riskini en aza indirmek amacıyla pazarın yoklanması, potansiyel alıcıların incelenmesi ve yeni ürünler için tüketicilerin, üretimden önce hazırlanmaları, yeni ticaret yapma biçiminin temel ilkeleri haline gelmiştir.

Modern pazarlama, tüketim toplumlarının ve kapitalizmin bir aracı olarak, normal insan ihtiyaçlarının ötesinde, suni talepler yaratır ve bu talepleri insanların normal ihtiyaçları arasına sokarak, bir sonraki aşamadaki suni talepleri yaratmaya başlar. Bu, hiç durmayan ve giderek hızlanan bir çevrimdir. Mesela, yüzyılın başlarında bir iletişim devrimi olarak kabul edilen telefon, sadece seçkin bir zümrenin edinebildiği, lüks bir mal durumundayken, kısa bir süre sonra bütün dünyaya yayılmıştır. Bugün normal bir insanın telefon olmadan günlük hayatını sürdürebilmesi çok zor hale gelmiştir. Artık telefon günlük ve normal bir taleptir. Oysa giderek hızlanan toplum yaşamı, yeni ihtiyaçların doğması için zemin hazırlamaktadır. Cep telefonu, daha kolay ve dinamik bir iletişim ihtiyacı farkedilerek icat edilmiştir. Pazarlama, bu kadar dinamik bir iletişime ihtiyacı olmayanlar da dahil olmak üzere, insanların iletişim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Yakın bir gelecekte belki de konvansiyonel telefon hatları tarihe karışacak ve bir sonraki kuşak iletişim biçimine hazırlık başlayacaktır.

Pazarlanmanın yukarıda kısaca bahsedilen özelliklerinden dolayı, vahşi kapitalizmin tüketicilere ve toplumlara zarar vermesini önlemek amacı ile bazı önlemler alınmaktadır. Bu önlemler, her ülkenin kendi şartlarına uygun bazı düzenlemeler biçimine girmektedir. Pazarlanmanın talep yaratma ve var olan talebi motive etme özelliğini denetim altına alan düzenlemeler; standardizasyon yolu ile üretim faaliyetlerini, rekabet yolu ile fiyatlandırma faaliyetlerini ve kaliteyi, tüketici korunması ve iletişim ile de tanıtım faaliyetlerini etkilemektedir.

Avrupa Topluluğu, pazarlama faaliyetlerini denetim ve etki altına alan, detaylı düzenlemeler yapmıştır. Bu konulardaki mevzuatın değerlendirilmesi ve karşılık gelen Türk mevzuatı ile karşılaştırması aşağıda yapılmıştır.

2.2.1. Ürün tasarımı faaliyeti (İlgili mevzuat: Fikri ve sınai mülkiyet)

Patentler, markalar, telif hakları, "komşu haklar"²⁴⁶, bitki yetiştiricilerinin hakları, know-how gibi başlıklardan oluşan fikri ve sınai haklar çok geniş bir alanı kapsamaktadır.

Yukarıda sıralanan hakların elde edilmesi, farklı milli sistemlerde değişik ve karmaşık biçimlerde gerçekleştiğinden, bu konu iç pazarın oluşmasını güçleştiren hassas bir mesele olarak kabul edilmektedir.²⁴⁷ Komisyon ve adalet divanının konu ile ilgili kararları, AT içinde şiddetli etkilere sebep olmaktadır.

Fikri ve sınai hakların ortak özelliği, sahiplerine meydana getirdikleri her türlü fikri ve zihni ürün için, belli bir biçimde davranma konusunda, geniş kişisel haklar tanımalarıdır. Mesela, yazdığı bilgisayar programı izinsiz olarak kopyalanan bir şirket için, kopyalayan kişi ya da kuruluşu dava ederek, yüksek bir tazminat ödetme hakkı yaratırlar.

"Gayrimaddi mallar olarak nitelendirilen bu haklar, parayla değerlendirilmesi mümkün olmayan zihinsel bir çalışmanın sonucunda ortaya çıkarlar; bir icat ya da yazılmış bir kitap şeklini almca da, hem gözle görülebilir bir hale gelirler, hem de eser sahibi için maddi ve manevi menfaatlerin doğmasına

²⁴⁶Sınır haklar, Akıba haklar

Bu konuda bkz. AYİTER, Nuşin "hukukta fikir ve sanat ürünleri" Ankara 1972 S:68

²⁴⁷AYİTER a.g.e. S:5

sebebiyet verirler."²⁴⁸ "Patent, marka veya model üzerindeki haklar ancak tescil edildiklerinde fikri ve sınai mülkiyet hukukunun sağladığı himayeden istifade ederler."²⁴⁹ Burada ilgili şahsın beklenir bir hakkı olmasma rağmen, hak tescil edilmeden önleyici bir kuvvet kazanamaz.

Önceleri imtiyazlar, daha sonraları ise milli mevzuat çerçevesinde incelenen bu tür hakların korunması, teknoloji ve medya sayesinde uluslararası düzeye gelerek yeni düzenlemelerin yapılmasına yol açmıştır. 1967 yılında Stockholm'de imzalanan bir anlaşma ile uluslararası fikri mülkiyet teşkilatı (WIPO) kurulmuş ve Türkiye de anlaşmaya taraf olmuştur. "6749 sayılı kanunla, sadece patent ofisinin yetkileri açısından katıldığı bu anlaşma gereğince, Türkiye'de kendine özgü yeni bir sistem oluşturulmamış, diğer milli sistemler bir araya toplanarak zaman ve para tasarrufu sağlanmaya çalışılmıştır."²⁵⁰ Böylece üye ülkelerdeki işleme benzer bir patent verme biçimi kabul edilmişse de, kanuni koruma yetersiz kalmaktadır. Koruma yöntemleri de üye ülkelerde 10 ayrı biçimde uygulanmaktadır, bu yüzden topluluk içinde bazı alanlarda sorunlar çıkmaktadır. Bu sorunların en önemli üç tanesi şöyle açıklanabilir;

a) Farklı sistemler, hak sahiplerine farklı yetkiler kazandırmakta, bu da üye ülkeler arasındaki ticareti kısıtlarken Roma anlaşmasının 30. maddesinde söz edilen "sayısal sınırlandırmalara eşdeğer tedbirler" kapsamına girmektedir.

b) Fikri ve sınai haklar, hak sahibine monopolist bir güç sağlamasa da, rakip firma faaliyetlerine göre bir dokunulmazlık derecesi yarattığı da gerçektir. Mesela lisans sahibi bir kişi, lisansına bağlı olarak bazı bölgesel imtiyazlar kazanmışsa ve bunu, bulunduğu bölgeye, diğer üye ülkelerden benzer ürünler ithal etmek isteyen üçüncü şahıslar aleyhine kullanıyorsa, Roma anlaşmasının rekabetle ilgili 85. maddesini ihlal etmiş olur.

²⁴⁸AYİTER a.g.e. S:4

²⁴⁹Bu konuda bkz. AYHAN, Rıza "Ticaret hukukunun genel esasları, Ticari işletme hukuku" Ankara 1992 S:190 ve 204-206

Türk hukukunda, TTK'nun haksız rekabete ilişkin hükümleri (özellikle TTK md. 57/1, b.5) ve istisnai olarak markalar kanunu (md. 15) ile sınai mülkiyet konusu olan hakların, tescil edilmemiş olsa dahi korunması mümkündür.

²⁵⁰DERİŞ, Aydın "Patent kanunu tasarısı hakkında görüşler" Patent ve markaların tescil öncesi ve sonrası sorunları hakkında sempozyum Ankara 1984 S:44-56

c) Üye ülkelerin şirketleri, farklı fikri haklar üzerinde, farklı yaptırım güçlerine sahip olduklarından, bu durum hizmet serbestisi ve yerleşme hakkını da engellemektedir.

Bu sebeplerle, AT konseyi fikri ve smai haklar konusunda kapsamlı bir çalışma yapmış ve bu düzenlemeleri standart hale getirmek için harekete geçmiştir. Konu AT hukukunda patentler, taklit mallar, yarı iletken mallar, görsel-işitsel korsanlık ve ekonomik menfaat grupları başlıkları altında incelenmiş olup, Türk mevzuatında karşılık gelen hükümler ile karşılaştırması aşağıda yapılmıştır.

2.2.1.1. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme

2.2.1.1.1. Patentler

2.2.1.1.1.1. Benzerlik ve farklılıklar

a) 15 Aralık 1975 tarihli topluluk patent sözleşmesi için ilke kararı

Karşılaştırma yapmaya gerek olmayan bir karar olup, henüz yürürlükte olmayan topluluk patent sözleşmesinin bir an önce yürürlüğe konması için çağrı niteliği taşımaktadır.

b) 76/223 sayı, 5 Şubat 1976 tarihli patent sözleşmelerinde kullanılan ölçü birimlerine ilişkin komisyon tavsiye kararı

Bu karar özellikle, patent sözleşmeleri ile ilgili uygulama tüzüğüne, ölçü birimleri ile ilgili kısımda uygulama birliği sağlamak için, 20 Mayıs 1875 tarihli Paris metre sözleşmesi gereğince yapılan konferansta, ağırlık ve ölçü birimleri için benimsenen ve SI olarak tanımlanan uluslararası ölçü birimlerinin temel alınması gereğini vurgulamıştır.

Ülkemizde SI sistemi TSE tarafından Mart 1974 tarih ve 1574,53.081.003,62,004 sayı ile benimsendiğinden, Türkiye ile topluluk ülkeleri açısından birimlerin yorumu konusunda uyum vardır.

c) 2349/84 sayılı komisyon tüzüğü

Patent lisans sözleşmeleri ile ilgili olan bu tüzük, bu alanda taraf ülkelerin birbirlerine getirecekleri sınırlandırmaların hangi ölçüde topluluğun temel ilkesi olan rekabeti etkilemeyeceği konusunda gerçekleştirilmiş, doğrudan bağlayıcı bir düzenlemedir.

Türk hukukunda 1879 tarihli patent kanununun (İhtira Beratı Kanunu) 25 ve 26. maddelerinde düzenlenen lisans konusunda, sadece, lisansın hangi konuda verileceği vurgulanmış, sözleşmenin

kapsamı ve tarafların hak ve yetkileri konusunda hiçbir kayıt konulmamıştır. Sözleşmeler konusunda temel ilkeleri saptayan Borçlar kanununda sözleşme serbestisi geçerli olup, taraflar emredici hukuk kurallarına, kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, genel düzene ve şahsi hükümlere ilişkin haklara aykırı olmadıkça sözleşmelerini istedikleri şekilde düzenleyebilirler.(B.K. 19/2)

Haksız rekabet açısından ise, Ticaret kanununun 56. ve devamı maddelerinden ve Markalar kanunu hükümlerinden (özellikle 43-53. maddeler) söz edilebilirse de bu maddeler doğrudan doğruya lisans sözleşmesinin tarafları ile ilgili değildir.

Yeni hazırlanacak patent kanununda lisans sözleşmelerinin kapsamı ve unsurları konusunda bu komisyon tüzüğüne paralel hükümler getirilirse, tüzük zaten Türkiye'nin topluluğa kabulü halinde Türk iç mevzuatının bir parçası ve bağlayıcı özelliği ile kanunların dahi önünde olacağından ayrı bir düzenleme yapılmasına gerek kalmayacaktır.

d) Topluluk patent sözleşmesi

"Ülkemizde uygulanmakta olan patent sözleşmesi, 1879 tarihi itibarı ile eski ve yetersiz bir düzenleme olarak büyük eleştiri toplamaktadır."²⁵¹

"Bugün uluslararası sistem, "mutlak yenilik", "buluş faaliyetine dayanma ve "sanayide uygulanabilirlik" ilkelerini benimsemiştir."²⁵² Oysa Türk patent kanununun (İhtira beratı Kanunu) 11. maddesi bu hususu öngörmemektedir. Kanuna göre patent verilmesi ve tescil ile ilgili işlemler Sanayi ve ticaret bakanlığı tarafından yürütülmektedir. Kanununun 40. maddesindeki butlan sebeplerinin mevcudiyeti halinde asliye hukuk mahkemesi, diğer hallerde idari yargı şeklindeki belirleme, bazen gerçek hak sahibinin adına tescil edilmiş patentın iptali için 40. maddede sayılmamış olması nedeniyle hangi mahkemede dava açılacağı konusunda tereddüt yaratmaktadır. Yeni hazırlanacak yasada, bu hususa açıklık getirmekte yarar vardır.

²⁵¹Bu eleştiriler için bkz.

İBRAHİM, Demir "Sınai mülkiyet kavramı, doğuşu ve gelişmesi" Patent ve markaların tescil öncesi ve sonrası sorunları sempozyumu Ankara 1984 S:35

DERVİŞ, Aydın a.g.m. S:44

²⁵²ORTAN, A. Necip "Avrupa patent sistemi C.I, Avrupa patenti anlaşması" Ankara 1991 S:66

Topluluk patent sözleşmesi 72 ve 73. maddelerinde patent sahibinin hakkının ihlali halinde yetkili mahkeme ve kanunun, Milli mahkeme ve kanun olduğunu vurgulamıştır. Oysa 1879 Türk patent kanununda (İBK), patente tecavüz halinde ne tür davalarm açılacağı konusunda herhangi bir hüküm yoktur. Kanunun 40 ve 50. maddelerinde kullandığı "zarar ve ziyan davasına hanel gelmemek üzere" şeklindeki ibareden zarar ve ziyan için genel hükümlere başvurulacağı, bunun da Borçlar Kanunu 41 vd. maddeleri ile Ticaret Kanunu'nun haksız rekabete ilişkin 58 ve 59/II maddeleri olduğu anlaşılmaktadır. Yine, kanunda açıklık olmaması lisans alanın men ve içtinap davası açıp açamayacağı konusunda kuşku uyandırmaktadır. "Mevcut hükümlerden, lisans sözleşmelerinin sadece taraflar arasında hüküm ve sonuç doğuran nisbi niteliği nedeniyle, lisans sözleşmesi tarafların, üçüncü kişilere karşı bağımsız dava hakkı olmadığı ileri sürülmektedir."²⁵³ Bu durum, lisans alanın, patentli mal ve lisans verenler ile çok daha yakın ve yoğun ilişki içinde olduğu hallerde, giderilmesi mümkün olmayan sonuçlara yol açabilecek bir husustur.

Bu nedenle, yeni hazırlanan patent kanununda dağınık bir şekilde B.K. 41, T.K. 58,59/II maddelerinde yer alan hususların düzenlenmesi, ayrıca haksız rekabet hali olmadan, patentli malın taklit edilmesi (mesela patentli malı taklit edenin iyi niyetli olması) halinde hükmün ilanı ile ilgili hususa kanunda özel olarak yer verilmesi yerinde olacaktır.

1879 Patent Kanununda (İBK), başvuru halinde yenilik incelemesi yapılacağı konusunda hüküm bulunmamaktadır. Oysa yenilik, patentin önemli unsurlarından biridir. Sistemimizde, 1947 yılında La Haye'de kurulan milletlerarası beratlar enstitüsüne katılmamıza ilişkin 21.5.1955 tarih ve 6563 sayılı Kanundan sonra, gerektiğinde inceleme yapılmaya başlanmış, bu tarihten itibaren incelemeli bir sistem ülkemizde de yürürlüğe girmiştir. Ancak bu gereklilik genellikle itiraz ve dava yoluyla doğmakta ve adli mahkemede açılan dava üzerine inceleme, genellikle üniversitelerde yapılmakta ve bu husus büyük

²⁵³EREN, Fikret "Borçlar hukuku, genel hükümler C.1" Ankara 1989 S:23 ve 59-70

Esasen, bir akitten doğan hak ve borçlar, sadece akdin tarafları arasında ileri sürülebilir. Üçüncü kişiler, borç ilişkisi ile kural olarak borç altına girmedikleri ve bir hak kazanmadıkları için akdin hüküm ve sonuçları bunlar hakkında istisnai haller dışında ileri sürülemez.

eleştirisi toplamaktadır. Bu nedenle ülkemizde bu incelemeyi yapacak, teknik ve hukuki konularda uzmanlaşmış kişilerin oluşturacağı bağımsız bir birim kurulmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

Patent kanunu üzerinde önemle durulması gereken bir diğer nokta, Kanunumuzda ilaçlara patent verilip verilmemesi ile ilgilidir. Verilmemesi gerektiği yönündeki görüşlerin gerekçesi, ilaç fiyatlarının aşırı derecede artacağı yönünde toplanmaktadır. Bugün İngiltere'de, tüketiciyi koruma düşüncesi ile, ilaç fiyatlarının bir kısmı bütçeden karşılanmaktadır. Gerçektende, ilaç fiyatlarının aşırı yükselmesine karşı, sosyal devlet olma ilkesinin gereği olarak İngiltere uygulamasını benimsemek mümkündür. Hem ülkede uygulanan genel ekonomi politikası, hem de ekonomik sistemin sonucu olarak, müdahalenin olmadığı, liberal ve devlet yardımlarının sıfıra indiği bir sistemde dahi, tüketicinin korunması önemli bir ilke olduğundan, bazı konularda istisnalar tanımak yerinde olacaktır. Bu gerekçeye, o ülkede tüketici korunurken, ilaçların paralel ithaller yolu ile topluluk üyesi bir başka ülkeye yüksek fiyatla satılmasının Roma anlaşmasının rekabet ilkesini ihlal edeceği düşüncesiyle karşı çıkılabilirse de, komisyonun bu tür ihlalleri önleyici ve bağlayıcı tasarruflarda bulunması her zaman mümkündür.

2.2.1.1.1.2. Değerlendirme ve öneri

a) 2349/84 sayılı tüzük açısından

Patent lisans sözleşmeleri hakkındaki 2349/84 sayılı tüzüğün ve lisans sözleşmelerinin kapsamının böyle bir düzenlemeye konu olmasının, tam üyeliğe aday ülkemiz açısından taşıdığı önem; patent sahiplerini daha fazla lisans sözleşmesi yapmaya sevk etmek, böylece lisans sahiplerinin pazara yeni ürünler sürme, bunun için çeşitli yollara başvurma ve bunu sağlayıcı yatırımların yaygınlaşmasını sağlama konularında, mevcut imkanları zorlayacakları düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Yapılan lisans sözleşmelerinde, tüzükde saptanan ilkelere uygunluğun sağlanması, kişilerin ve işletmelerin, komisyon ve adalet divanı önünde itiraz veya dava yoluna gitmelerini önemli ölçüde önleyecektir.

Tüzük doğrudan bağlayıcı etkiye sahip olduğundan, üyelik halinde otomatik olarak supranasyonel etkisiyle Türk mevzuatının bir parçası haline gelecektir. Bunu için özel bir düzenleme yapmaya gerek bulunmamakla birlikte, hazırlanması gereken patent kanununda lisans sözleşmeleri ile ilgili maddeler kaleme alınırken, bu tüzükle paralellik kurulması yerinde olacaktır.

b) Topluluk patent sözleşmesi açısından

Her ne kadar üye ülkeler dahi henüz iç hukuklarına aktararak işlerlik kazandıramamışlarsa da, bu sözleşmenin (özellikle adalet divanının yıllar içinde geliştirdiği ve benimsediği prensipleri de içerdiğinden), ülkemiz açısından hemen hazırlanmasında büyük yarar olan patent kanunundaki sistem kurulurken, özellikle gözönünde bulundurulması yerinde olacaktır.

2.2.1.1.2. Taklit mallar

2.2.1.1.2.1. Benzerlik ve farklılıklar

a) 3842/86 sayılı konsey tüzüğü

Ticari marka taşıyan üçüncü ülkelerden ithal edilen taklit malların topluluk içinde serbest dolaşımının, marka sahibinin başvurusu halinde gümrük görevlileri tarafından engellenme şekil, şart ve sonuçlarını düzenleyen 3842/86 sayılı konsey tüzüğüne benzer bir mevzuat, Türk sisteminde bulunmamaktadır. Bu konu Türk sisteminde; patent kanunu, markalar kanunu ve ticaret kanununda, hak sahibi tarafından ne tür ve nerede dava açılacağı belirtilerek, cezai şartları açısından düzenlenmiştir. Henüz dava aşamasına gelmeden, gümrükte engelleme ve el koyma ile ilgili hiç bir hüküm bulunmamaktadır. Sadece tarafı olduğumuz, sınai mülkiyetin korunmasına ilişkin 1883 Paris antlaşmasınının 9. maddesi, taklit marka taşıyan malların, birliğe dahil ülkelere ithalinde müsadere edileceğini, mevzuatta ithal sırasında müsadere hali düzenlenmemişse, vatandaşlara dahilde tanınan dava yolu ve tedbirlerin olduğunu vurgulamıştır. Bu durumda mevcut hale göre, malı taklit edilerek Türkiye'ye ithal edilmek üzere gümrükte olan hak sahibi, ancak ithalden sonra duruma göre, Markalar Kanunu, Patent Kanunu veya Ticaret Kanununa göre hukuk ve ceza davası açılması imkanlarından yararlanabilecektir. Gümrük Kanunumuz olaya tamamen vergi kaçınılmasını önlemek açısından baktığından, bu yönde hiçbir hüküm taşımamaktadır.

b) 3077/87 sayılı komisyon tüzüğü

Bu tüzük yukarıdaki düzenlemenin uygulanmasını sağlayıcı ve üye ülkelere, konu ile ilgili yaptıkları işlemleri komisyona bildirmeleri zorunluluğu getiren bir düzenlemedir.

2.2.1.1.2.2. Değerlendirme ve öneri

Yukarıda değerlendirmesi yapılan iki tüzük, malların serbest dolaşımında taklit mallara, henüz ülkede dolaşıma girmeden gümrükte el konulması ve sorunun işin başında halledilmesi yöntemini getirmektedir. "Taraflı olduğumuz 1883 tarihli Paris anlaşmasının 9. maddesinden, dünyada bu tür uygulamaların, topluluğun kuruluşundan önce bile var olduğu anlaşılmaktadır."²⁵⁴ Bu nedenle, Türkiye topluluğa üye olmasa bile, benzer bir düzenlemenin ülkemizde de yapılmasına hiçbir engel yoktur. Tam tersine mücadelede zaman ve para tasarrufu sağlaması açısından çok yararlıdır. Fakat bunun için kendilerine itiraz edilecek gümrük görevlilerinin önceden eğitimi gereklidir.

Her ne kadar gelişmekte olan ülkeler, taklit malların kendilerine ithal edildiği ülkeler olmaktan çok, taklit mal üretilip, ihraç edilen ülke durumunda olsalar da, benzer düzenlemelerin katılma prosedüründen önce yapılmasında büyük yarar vardır. Katılma gerçekleştiğinde ise, bu tüzükler bağlayıcı özellikleri nedeniyle zaten mevzuatımızın bir parçası olacaktır.

2.2.1.1.3. Yarı iletken mallar

Yarı iletken malların dizaynlarının korunması ve bu korumanın genişletilmesi ile ilgili olan 87/54 ve 87/532 sayılı konsey direktif ve karar ile karşılaştırılabilecek bir Türk düzenlemesi bulunmamaktadır.

Yarı iletken mallar daha ziyade endüstride yaygın olarak kullanılmaları ve sınırlı gelişimde büyük öneme sahip olmaları nedeniyle, teknolojik açıdan ileri ülkelerde ayrı bir koruma konusu yapılmışlardır. Burada korunan, bu maddelerin fonksiyonlarını yerine getirebilmeleri için, belirli şekilde düzenlemeyi ifade eden topoğrafyaları olduğundan ve bu da belirli bir fikri çabanın ürünü olduğundan, ileride doğacak ihtiyaç için, şimdilik temel kıstasları taşıyan hükümlere, patent kanununda yer verilebilir.

2.2.1.1.4. Görsel-işitsel korsanlık

Bu konuda mücadeleyi uluslararası düzeyde kolaylaştıracak bazı anlaşmalar ve öneriler mevcut olup, Türkiye bunlardan Bern sözleşmesinin tarafıdır. Bu arada icracı sanatçılar, fonogram yapımcıları, yayım kuruluşları ve uydu aracılığı ile ilgili yayınlar hakkındaki anlaşmaların incelenerek bunlara taraf olunmasında yarar bulunmaktadır.

²⁵⁴ORTAN a.g.e. S:35-36

"Türk iç hukukundaki mücadele yöntemleri ise, gerek çoğaltma gerekse yayma hakkının ihlali halinde, fikir ve sanat eserleri kanunu ile sinema ve video eserleri kanununun hukuki ve cezai müeyyidelerinden oluşmaktadır."²⁵⁵ Cezai müeyyideler için şikayette bulunmak şart koşulmuştur. "Hukuk davaları ise genel sistemimizle doğru orantılı olarak, tecavüzün ref'i, men'i, maddi ve manevi tazminat davalarıdır. Cezai müeyyideler konusunda, para cezasının yanısıra hapis cezası da öngörülmüştür."²⁵⁶

Topluluğa üyelik halinde, F.S.E.K. nun 4/1, 4,5 maddelerinde TRT kurumu lehine getirilen, izin almaksızın yayımlama hakkı, Roma anlaşmasının temel ilkeleri ile çelişeceğinden, bu istisnanın da kaldırılması gerekecektir.

2.2.1.1.5. Ekonomik fayda toplulukları

"Dernek ve şirketlerin hukuki özelliklerini bünyesinde toplayan ve Türk hukuk sisteminde yer almayan ekonomik fayda topluluklarının düzenlendiği 2137/85 sayılı konsey tüzüğü de doğrudan doğruya bağlayıcı düzenlemelerden biridir."²⁵⁷

Tüzük, milli sınırların ötesinde işbirliğini cesaretlendirme ve desteklemek için çıkarılmışsa da, milli hukuk sisteminde de benzer düzenlemeye gitmenin büyük yararı vardır. "Nitekim Fransızlar, 1967 yılında benzer bir düzenlemeyi sistemlerine getirmişlerdir."²⁵⁸ Yukarıda da değinildiği üzere, konuya dernekler kanunu ve medeni kanunla yaklaşmak ve bu kanunları yeterli saymak mümkün değildir. Topluluğa üye olunması halinde, tüzük zaman zaman iç tüzüğe de yollama yaptığından, kargaşa ve zaman kaybını önlemek için benzer bir düzenlemeye gitmekte yarar vardır.

Topluluk, üyelerinin ekonomik faaliyetlerini geliştirmek amacı ile kurulmaktadır. "Buradaki ekonomik faaliyet tabiri son derece geniş yorumlandığından üniversiteler, araştırma enstitüleri ve hatta vakıfların bile ekonomik topluluklara üye olmaları mümkündür."²⁵⁹ Ayrıca sektörler arasında da sınırlama

²⁵⁵AYİTER, Nuşin a.g.e. S:243-259

Ayrıca bkz. TEKİNALP, Ünal "Eser sahipleri mesleki birlikleri" BATİDER C:10 Sayı:1 S:67-68

²⁵⁶AYİTER a.g.e. S:243-256

²⁵⁷Ekonomik fayda toplulukları hakkında geniş bilgi için bkz.

ÇEVİK, Kemal "Ekonomik fayda toplulukları" Ankara 1983

²⁵⁸ÇEVİK a.g.e. S:1-3

²⁵⁹ÇEVİK a.g.e. S:55-58

olmadığından, bu hususlar maliyet ve yüksek riskin paylaşılmasını ve ortak hizmetlerin en etkin ve en az masrafla kullanılmasını sağlayacağından pek çok alanda verimi arttıracaktır.

Üyelik beklemeden benzer bir düzenlemenin hemen yapılmasında yarar görülmektedir.

2.2.2. Üretim faaliyeti (İlgili mevzuat: Standardizasyon ve sınai mevzuat)

Standart, "ilim, teknoloji ve tecrübenin somut neticelerine dayanarak, ulusal ve uluslararası kabul görmüş kuruluşlarca, toplum menfaatlerine uygun olması bakımından onaylanması gereken ve ilgili kesimlerin işbirliği ve mutabakatı sağlanarak hazırlanan kamuoyunun kullanımına açık teknik dökümanlardır."²⁶⁰

Bu tanım birçok standardizasyon kuruluşu tarafından onaylanarak evrensel bir boyut kazanmıştır.

2.2.2.1. Avrupa Topluluklarında Standardizasyon

Topluluk genelinde standardizasyon kapsama yapı ve inşaat, kimya ve gıda ürünleri, temel standartlar, mekanik parçalar, madeni ve madeni olmayan malzemeler, sağlık, çevre ve tıbbi malzemeler, ulaştırma, kaldırma ve paketleme araçları, elektrik, elektronik ve elektroteknik cihazlar ve bilgi teknolojisi ürünleri girmektedir. topluluğun kurucuları, malların serbest dolaşımını sağlayabilmek için, üye ülkeler arasında teknik uyumun gerçekleşmesi gereğine inanmışlardır. "Bu amaçla AT konsey ve komisyonu, teknik kural ve standartlarla ilgili teknik engellerin kaldırılması için bir eylem planı hazırlamıştır. Buna göre;"²⁶¹

a) İlk olarak 1983 tarihli, 83/189/EEC sayılı ve teknik standart ve kurallar alanında enformasyon prosedürü başlıklı konsey direktifi çıkartılmıştır. Bu direktife göre belirli ürünler için üye ülkelere hazırlanan teknik kural ve standartların uygulamaya konmadan önce komisyona ve diğer ülkelere bildirilmesi zorunludur. Ayrıca komisyon bu alanda bir direktif veya Avrupa standardının hazırlanması gereğine inanıyorsa, üye ülkece hazırlanan teknik kural veya standardın uygulanmasını bir yıla kadar

²⁶⁰ATIKLER, İbrahim "Standardizasyon konusunda hukuki karşılaştırma ve değerlendirme raporu" TSE Avrupa toplulukları mevzuatına uyum çalışmaları Ankara 1990 S:1

²⁶¹Bu konuda geniş bilgi için bkz. PELKMANS, Jacques "the new approach to technical harmonization and standardization" European Institute of Public Administration Maastricht 1988

erteleme yetkisine sahiptir. Uygulamada belli ölçülerde başarı elde edilmiş ve bu direktifin ürün bazı kapsamı, 88/182/EEC sayılı direktif ile genişletilmiştir.

b) 16 Temmuz 1984 tarihinde topluluk konseyince onaylanan standardizasyon konusunda 7 Mayıs 1985 tarihinde topluluk konseyince onaylanan 85/c 136/01 sayılı teknik uyum ve standartlar konusunda yeni yaklaşım ilke kararı topluluğun bundan böyle takip edeceği standardizasyon politikasını açıkça ortaya koymaktadır. Buna göre genel halk sağlığı, tüketici korunması gibi genel kapsamı ile Roma antlaşmasının kapsamına giren konularda komisyon bazında mutabık kalınarak, mevzuat birliğine gidilecek, bu gibi konuların dışında kalan teknik detaylarda ise, topluluk komisyonu ile anlaşmalı olan Avrupa Standartları Enstitüleri CEN ve CENELEC Avrupa standartlarının Euronorm) geliştirilmesinden sorumlu olacaklardır. Ayrıca, malların teknik kural ve standartlara uygunluğunu topluluk genelinde tespit eden sertifikalandırma işlemleri için komisyonca öngörülen yaklaşım, 15 Haziran 1989 tarihinde bir karar tasarısı halinde konseye havale edilmiştir.

c) AT komisyonunun 1985 yılında yayınladığı beyaz kitap, teknik engellerin kaldırılması konusunu bir takvime bağlamıştır. Buradaki ilkelerin büyük çoğunluğu 1992 sonu itibarı ile üye ülkelerce uygulamaya geçirilmiştir.

2.2.2.2. Türkiye'de standardizasyon

Türkiye'de cumhuriyetin ilanından sonra, sermaye yapısının sınırlı olmasına rağmen, sınırlı sayıdaki girişimci gücünün arttırılmasına, ticari ahlakın geliştirilmesine, kaliteli mal üretimi ve satışıya yönelik yasal düzenlemelerin yapılması önemli bir etkinlik olarak ön plana çıkmıştır.

Bu amaçla ilk olarak, 1927 yılında "Teşvik-i Sanayi Kanunu" yürürlüğe konulmuştur. Ayrıca yine başka önemli bir düzenleme de 10.6.1930 tarihli "Ticarette Tağşişin Men'i ve İhracatın Murakabası ve Korunması Hakkında Kanun" dur. Daha sonra da, ticaret bakanlığına bağlı standardizasyon müdürlüğü kurulmuştur. Bu müdürlüğün görevi, ihraç malları ile, yurtiçinde arz edilen mal ve hizmetlerin standartlaştırılmasıdır. Bu düzenleme faaliyetleri, gerekli görülen konularda, çıkarılan yeni kanun ve diğer mevzuatlarla günümüze kadar süregelmiştir.

Türkiye'de standardizasyonu belirleyen mevzuat şöyle sıralanabilir; 22.5.1957 de kabul edilen 6973 sayılı "Sanayi vekaleti kuruluşu ve vazifeleri hakkında kanun", daha sonra onun yerini alan 3143 sayılı Sanayi ve ticaret bakanlığı kuruluş kanunu, 22.11.1960 tarih ve 132 sayılı TSE kuruluş kanunu, 7.2.1967 yılında yürürlüğe konan, Türk Standartlarının uygulanması hakkında tüzük, kararname ve tebliğler ile standartlar.

1980 sonrasında benimsenen serbest piyasa modeli çerçevesinde, ithalat rejiminde yapılan değişikliklerle, ülkemiz hızlı biçimde dünya ticaretine açılmıştır. Ayrıca Türkiye-AT arasında bir gümrük birliğinin oluşması da gündeme gelmiştir. Bu iki önemli gelişme, Türkiye'nin halen yürürlükte tuttuğu yetersiz teknik kural ve standartları karşısında bir dizi önlem almasını gerekli kılmıştır. Aksi takdirde, Türkiye, hem Avrupa'nın ve dünyanın ve hem de kendi bünyesinde üretilen bazı kalitesiz malların pazarı olmaktan kurtulamayacaktır. Bu da tüketicinin korunması ile ilgili olarak alınan kararların işlevsiz kalmasına yol açacaktır.

"Bu hususta alınması gereken tedbirler arasında, öncelikle üzerinde durulması gereken noktalar şöyle özetlenebilir;"²⁶²

-İthal edilen malların, gümrüklerde kalite itibarı ile Türk ve uluslararası normlara uygunluğu yönünden daha sıkı kontrolünün temini gerekir.

-Belirli miktarların üzerindeki sermaye yatırımlarında ve kamu ihaleleri şartnamelerinde, ulusal ve uluslararası normlara uygunluğun sağlanması üzerinde durulmalıdır.

-Tüketicinin kullanımı için ithal edilen mallarda, Türkçe hazırlanmış kullanma kılavuzları ve Türkiye'de geçerli garanti belgelerinin temini ile birlikte, tüketicinin korunması ile ilgili, toplulukça çıkarılmış direktiflere uygunluk şartları aranmalıdır.

2.2.2.2.1. Genel karşılaştırma ve değerlendirme

a) Motorlu araçlar, traktör ve tarım makineleri

²⁶²ATIKLER a.g.e. S:6

Bu konuda yapılan değerlendirme sonucunda, topluluk mevzuatında yer alan konuların, genelde Türk mevzuatında da konu başlıkları itibarı ile yer aldığı, ancak içerik ve kapsam olarak birçok farklılık ve boşluğun olduğu anlaşılmıştır.

AT bünyesinde motorlu araçlar alanında yapılan çalışmalar ve yürütölen işlemler, genel özellikte bir ana plan çerçevesinde yürütölmektedir. Oysa Türkiye'de böyle bir plan mevcut olmadığı gibi, ara sıra yapılan kısa vadeli planlar da değişikliklere uğramaktadır.

Ölkemizde otomotiv sanayii, standartlar konusunda en çok mesafe almış alanlardan bir tanesidir. Bahçe traktörü yapan bir kamu kuruluşu haricinde, bütün üretim tesisleri yabancı lisans ile faaliyet göstermektedir. Her ne kadar, daha ziyade ekonomik ömrünü büyük pazarlarda doldurarak, üretimden kaldırılan modeller Türkiye'de üretilse de, lisansör firmaların büyük çoğunluğunun Avrupa kökenli olması sebebi ile Türkiye'deki üretim tesislerinin AT normlarına daha kolay uyum sağlaması beklenmektedir. Yine de bu kuruluşların, özellikle de traktör ve tarım aracı yapan işletmelerin araştırma geliştirme ve adaptasyon birimlerinin olmaması önemli bir handikap olarak görölmektedir. Ayrıca bu alanda faaliyette bulunan, hammadde ve ara malı üreticilerinin de AT normlarına uyması gerekmektedir. Bu amaçla, TSE'nün standart geliştirme çalışmalarında ISO gibi uluslararası ve CEN ile CENELEC gibi bölgesel standartların daha fazla dikkate alınması ve bu standartların karşılıklarının, Türk standardı olarak hızla hazırlanması gerekmektedir. Nihai ürün ve parça bazında AT mevzuatı ile uyum sağlandığı takdirde, dış aydınlatma, fren sistemleri, yolcu ısıtma sistemleri, hava kirliliğini önleme sistemleri gibi alanlarda çalışan işletmelerin reorganizasyonu gündeme gelecektir. Smaı açıdan AT mevzuatına uyum çalışmaları neticesinde üretim tekniği, teknoloji, işgücü verimliliği, üretim maliyetleri, finansman, kalite, istihdam, talep, ithalat, ihracat, yabancı sermaye, iş organizasyonu konularında yeni bir şekillenme ortaya çıkacak ve mevcut durum değişecektir. Özellikle tarım araç ve gereci yapan firmaların görece küçük olmaları, uyum çalışmaları ve sonrasında, yeni ekonomik şekillenmenin gereği olarak birleşmelere ve ortak yatırımlara gitmeleri için bir neden olabilir.

Topluluk ölkelerinde, motorlu araçların parça bazında ve nihai ürün olarak performans testlerini yapan birçok test merkezi bulunmaktadır. Bu tür merkezlerin Türkiye'de de yaygınlaşması, buralardan alınan

sonuçlara göre üretimleri düzenlenen mallarda bir kalite standart düzeyinin tutturulmasını sağlayacaktır. Ayrıca bu tür bir yaklaşım, Türk ürünlerinin yabancı pazarlara daha kolay açılmasına yardımcı olacaktır. Standartlar ve sınıai mevzuat konusunda sağlanacak uyumun, teknik rekabete olumlu katkılarda bulunacağı şüphesizdir.

b) Metroloji

2. dünya savaşından sonraki dönemde ortaya çıkan hızlı teknolojik gelişme, tarım ve endstüri alanlarında bir üretim patlamasına sebep olmuştur. İç pazar taleplerini karşılayan ülkeler, ihtiyaç fazlası mallarını ihraç etme yoluna gitmişlerdir. Ancak, ticarete konu olan malların kalitatif özelliklerini ortaya koyan ölçme sistemleri ve aletleri ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiğinden, artan ticaret hacmi ile birlikte problemler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bunun üzerine ölçme sistemlerinde birliktelik sağlayacak standardizasyon çalışmaları gündeme gelmiştir. Aynı şekilde, iç pazarlarda kullanılan ölçü aletlerinin güvenilirliğinin teminat altına alınması için çalışmalar da 20. yüzyıl başlarında gerçekleştirilmiştir. Takib eden yıllar içinde de batı ülkeleri milli ölçü ve ayar kuruluşları ile diğer ülkelerin kuruluşları arasında, teknik bazda yakınlık sağlayacak standardizasyon ve teknik düzenlemelerin ortaklaşa hazırlanmasını sağlayacak önlemler alınmıştır. "Böylece, kısa adı OIML olan Milletlerarası Kanuni Metroloji Teşkilatı bünyesinde yapılan çalışmalar ile geliştirilen standartların baz alınması esası benimsenmiştir."²⁶³

OIML tarafından, şimdiye kadar ölçü aletleri ile ilgili 75 standart hazırlanmıştır. Bu standartlarda ölçü aletlerinin genel metrolojik özellikleri belirtilmektedir. Bu standartlar OIML üyesi ülkeler tarafından benimsenmiştir. Metroloji konusunda hazırlanan AT direktiflerinin büyük çoğunluğunda OIML standartları referans alınmıştır.

Türkiye OIML'ye gözlemci üye olarak katılmaktadır. Ancak çalışmaların ve standartların yakın takibini gerçekleştirememiştir. "Türkiye adına OIML'ye üye olan Sanayi ve ticaret bakanlığı iç ticaret genel müdürlüğü, 1989 yılına kadar, 1932 yılında hazırlanmış olan ölçü ve ayarlar kanunu çerçevesinde

²⁶³ATIKLER a.g.e. S:73

yürürlükte olan nizamnameler doğrultusunda faaliyet göstermiş, OIML standartları ile gelişen yüksek teknolojiyi takip ederek yürürlüğe koymamıştır."²⁶⁴

1989 yılında kabul edilen 3516 sayılı ölçü ve ayarlar kanunu bazı yenilikler getirmekle beraber, sözkonusu faaliyetlerin AT direktiflerine uygun hale getirilmesi için 1959 tarihli 11286 sayılı nizamnamenin yenilenmesi ve 3516 sayılı kanunla çıkarılması gereken yönetmeliklerin hazırlanması gerekmektedir.

c) Elektrik malzemeleri

AT direktifleri ile Türk mevzuatının uyum sağlaması durumunda, Türkiye'de üretilen elektrik malzemelerinin dış pazarlarda rekabet şansının artacağı muhakkaktır.

AT'da 76/889/EEC ve 76/196/EEC direktifleri ile düzenlenmiş olan elektromanyetik enterferans kontrolü konusunda ülkemizde de gerekli tüzük ve yönetmeliklerin hazırlanması ile, hem ülkemizde elektrik şebekesi ve enterferans ile ilgili çevre problemleri çözülmüş olacak, hem de mamullerimizin bu eksiklikten dolayı dış pazarlarda reddedilmesi engellenmiş olacaktır.

AT'da 76/117/EEC, 79/196/EEC ve 82/130/EEC direktifleri karşılığı olarak, ülkemizde tüzük ve yönetmeliklerin hazırlanması ile parlayıcı, patlayıcı ve yanıcı ortamlarda iş ve mal güvenliği konularında önemli mesafeler alınabilir, dolayısı ile çalışma şartları ve verimlilik AT düzeyine yaklaşabilir.

84/539/EEC direktifi karşılığı olarak, tıp sektöründe kullanılan elektromedikal aletler konusunda, ülkemizde halen hiç bir mevzuat mevcut değildir. Bu konuda standardizasyon çalışmalarının yapılması, sağlık alanında önemli bir boşluğu dolduracaktır.

d) Tekstil

Bu alandaki mevzuat eksikliği nedeni ile, Türkiye'de üretim yapan firmalar, satışa sundukları ürünlerde belirli işaretleme kurallarına uymamaktadırlar. Bu durum, AT ülkeleri ile problemlere sebep olmaktadır.

²⁶⁴ATİKLER a.g.e. S:74

Türkiye'de özellikle lif kompozisyonu ile ilgili bilgileri tam ve doğru olarak sağlayacak kalite kontrol laboratuvarları ve teknik personel konusunda bir zayıflık gözlenmektedir. Bu sistemin etkin hale getirilmesi, firmalara ek bir maliyet unsuru yaratacak, ancak üretimde kaliteyi de yükseltecektir.

e) Tehlikeli maddeler

Bazı tehlikeli madde ve preparatların pazarlanması ve kullanımının kısıtlanması ile, ilgili ülkeler kanun, tüzük ve idari hükümlerinin yaklaştırılmasına ait 76/769/EEC sayılı; pestisitler için bilimsel bir komitenin kurulması hakkında 78/436/EEC sayılı; bazı tehlikeli maddelerin ve preparatların pazarlanması ile ilgili, üye ülkelere ait idari hükümler hakkında yaklaşımlara dair 85/610/EEC sayılı direktiflerin karşılığı olarak Türk mevzuatında kanun, tüzük ve yönetmelik mevcut değildir.

Tehlikeli maddelerin etiketlenmesi ve ambalajlanması ile ilgili kanun, tüzük ve idari hükümlerin yaklaştırılmasına ait 67/548/EEC sayılı direktifin karşılığı, Türk mevzuatında standart, yönetmelik ve yönerge olarak kısmen mevcuttur. TS 4331 sayılı ambalajla ilgili standartta genel ilkeler, ambalajların etiketlenmesi, iç ambalaj, baskı yapma, damgalama, soğuk damga gibi esaslar yer almaktadır. Kimyasal madde bazında detaya inilmemiştir.

Tehlikeli maddelerin (pestisit) sınıflandırılması, ambalajlanması ve etiketlenmesi ile ilgili üye ülkeler kanunlarının düzenlenmesi hakkında 78/631/EEC sayılı direktifin, Türk mevzuatında kısmen karşılığı mevcuttur. Toksikolojik sınıflandırma açısından AT ve Türk mevzuatı farklıdır. AT direktifi, risk ve güvenlik tavsiyelerini belirli bir sistematik içinde vermektedir. Türk mevzuatında ise tavsiyeler mevcut olmasına rağmen sistematik değildir.

Tehlikeli karışımların (çözücülerin) sınıflandırılması, ambalajlanması ve etiketlenmesi ile ilgili, üye ülkelerin kanun, tüzük ve idari hükümlerinin yaklaştırılmasına ait 73/173/EEC sayılı direktif ile ilgili, Türk mevzuatında TSE standartları mevcuttur. Ancak toksik sınıflandırma ile ilgili hükümleri bulunmayıp, sadece işaretleme ile ilgili uyarılar vardır. TSE standartları genel olmayıp, madde bazındadır ve sadece üç çözücü ile ilgili Türk standardı mevcuttur.

f) Gıda maddeleri

İnsan tüketimine sunulan katı ve sıvı yağlarda ve yağ katkı maddelerinde maksimum erusik asit seviyesinin belirlenmesi için uygulanan analiz metodu, ülkemizde farklı bir metod olup, AT direktifindeki yöntem benimsenerek, mecburi TS uygulaması haline dönüştürülmesi gerekmektedir.

Özel beslemede kullanılan gıda maddeleri ilgili mevzuat, günümüz koşullarında yetersiz kalmaktadır. Bu maddelerle ilgili kapsamlı bir yönetmeliğe ihtiyaç duyulmaktadır.

Kısmen veya tamamen dehidre edilmiş koruyucu maddeli sütlerle ilgili olarak halen uygulanmakta olan mevzuat hükümleri, uyumlu olmakla beraber, analiz metodları ve katkı maddelerinin kontrolü ile ilgili hususların da ilavesi ile zorunlu uygulamalı bir TS haline getirilmelidir.

Gıda maddelerindeki etiketlerde muhtevanın belirtilmesi konusunun, AT direktifi doğrultusunda incelenerek revize edilmesi gerekmektedir.

Ülkemizde mevcut meyve suları, konsantreler, nektarlar, reçel, jöle, marmelat ve benzeri ürünlerin standartları ile, AT direktifleri arasında teknik özellikler açısından önemli bir fark görülmemekle beraber, AT'nda kimyasal katkıları, ısıtma, santrifüj, filtrasyon gibi işlemler detaylandırılmıştır. Oysa ülkemizde mevcut standartlarda, bu konulara değinilmemiştir. Ayrıca topluluk direktifinin etiketleme kuralları ayrıntılı bilgiler içermektedir.

Gıda maddeleri ile temasta bulunmak üzere imal edilen plastikler hakkında, Türk mevzuatında mevcut bulunan yönetmeliğini AT direktifleri doğrultusunda yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

g) Tescilli ilaç ürünleri ve kozmetikler

Türk mevzuatında yürürlükte olan 1262 sayılı ispençiyari ve tıbbi müstahzarlar yasasının ve ilgili diğer hükümlerin, gelişen teknolojinin oldukça gerisinde kaldığı anlaşılmaktadır.

Bic-teknoloji ve yüksek teknoloji ürünleri, piyasaya arz edilecek tescilli ilaç ürünlerinde (beşeri ve veteriner) kontrol amacı ile yapılacak ve/veya yapılması gerekli olan testler, ilaçlarda kullanılacak boyar maddeler, ruhsat almak üzere yapılacak başvurularda bakanlığa sunulması gerekli bilgiler, belgeler, dökümanlar, ayrıntıları ile iç-dış ambalajlar, etiketler ve prospektüslerin içermesi gereken bilgilerin neler olacağı ve ambalajların gerekli bilgileri içermemesi halinde ne gibi işlemler uygulanacağı,

ilaç ruhsatlarının ne kadar süre ile geçerli olacağı hususunda Türk mevzuatında herhangi bir hüküm yoktur.

Kozmetiklerin sınıflandırılması konusundaki yönetmeliğimiz, AT'nun ilgili direktiflerinden farklıdır. Kozmetiklerin kontrolü amacı ile yapılması gerekli olan analizler, direktiflerde yer almakta ancak Türk mevzuatında bulunmamaktadır. Ayrıca kozmoloji bilim komisyonu oluşturulması dair, yönetmelikte herhangi bir madde bulunmamaktadır.

2.2.3.Fiyatlandırma faaliyeti (İlgili mevzuat: Rekabet hukuku ve politikası)

2.2.3.1. AT'nda rekabetin genel olarak düzenlenmesi

Rekabet özgürlüğü ve hakkı çağdaş liberal ekonomik düzenin temelidir. Bu sistemin sağlıklı olarak işleyebilmesi, serbest rekabetin kötüye kullanılma ihtimallerine karşı korunmasını gerektirmektedir.

"Rekabet hakkının kötüye kullanılması, ekonomik rekabetin aldatıcı davranış veya başka araçlarla iyi niyet kurallarına aykırı olarak kötüye kullanılması şeklinde olabileceği gibi, belirli mal veya hizmetlerin üretimini, fiyatını, dağıtımını etkilemek amacıyla rekabetin sınırlandırılmasına yönelik anlaşma veya kararlarla (kartel anlaşması) ya da pazarda sahip olunan üstün gücün kötüye kullanılması yoluyla ortaya çıkabilir."²⁶⁵

Birinci duruma, haksız rekabet (unfair competition) veya dar anlamda rekabetin kötüye kullanılması adı verilir. "İkinci duruma ise, rekabet sınırlamaları olarak adlandırılan ve genel olarak mal veya hizmetler bakımından piyasayı etkilemeye yönelik anlaşma, karar veya uyumlu uygulamalar ya da pazardaki üstün gücün kötüye kullanılması yoluyla, serbest rekabet düzeninin bozulması söz konusudur."²⁶⁶ AT rekabet politikasının temeli de, bu ikinci biçimde açıklanan, geniş anlamda rekabetin korunması üzerine kurulmuştur. Dar anlamda rekabetin kötüye kullanılmasının önlenmesi ise her üye ülkenin kendi iç hukukuna bırakılmıştır.

²⁶⁵DOMANIÇ, Hayri "Türk Ticaret Kanunu Şerhi C:1" İstanbul 1988 S:197

Ayrıca bkz. ARKAN, Sabih "Ticari İşletme Hukuku" Ankara 1993 S:273

²⁶⁶ÖZSUNAY a.g.e. S:3-4-7

"Çoğu kez, birleşme (merger), kartel oluşturma veya piyasaya hakim olanların güçlerini kötüye kullanmaları (abuse of dominant position) biçimlerini alan rekabeti sınırlayıcı uygulamalar, genel ekonomik hayattaki temerküzün (toplanma, concentration) bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır."²⁶⁷ Serbest rekabete geçiş ile birlikte, küçük ve orta boy işletmelere zarar verecek bu tür bir sürecin önlenmesiyle ilgili düzenlemelerin, başlıca üç temel ilkeye dayandığı söylenebilir:

1) Yasaklama ilkesi

"En tipik örneğini Amerikan antitröst hukukunun oluşturduğu bu ilkeye göre, bütün karteller, uyumlu uygulamalar ve tekeller yasaklanmaktadır. Bu düzenlemelerde, ancak belirli koşulların varlığı halinde bazı rekabet sınırlamaların izin verilmektedir."²⁶⁸

2) Kötüye kullanma ilkesi

"Kural olarak, uyumlu uygulamaların, kartellerin veya piyasada üstün durumdaki işletmelerin varlığına müdahale edilmemekte, ancak bunların kullanılmalarna da izin verilmemektedir."²⁶⁹ Bunu sağlamak için de, bu çeşit uygulamalar üzerinde sıkı bir denetim öngörülmektedir. İngiliz kartel hukuku buna örnek gösterilebilir.

3) Uzlaştırıcı yaklaşım

"Bu yaklaşım çerçevesinde, yasaklama ilkesi ile kötüye kullanma ilkesinin uzlaştırılması yoluna gidilmiştir. Uzlaştırıcı yaklaşımda, rekabeti sınırlayıcı nitelikteki uygulamaların bir bölümü kesinlikle yasaklanmakta, bir bölümü için de kötüye kullanma denetimi öngörülmektedir."²⁷⁰ Alman kartel hukuku bunu tipik bir örneğidir. AT kartel hukuku da aynı yaklaşımı benimsemiştir.

"AET'nu kuran Roma antlaşmasının 85. ve 86. maddeleri, büyük küçük tüm ticari işletmeler veya işletme birliklerinin, aralarında gizli veya açık olarak anlaşmak, ya da piyasadaki üstün durumlarını kötüye kullanmak suretiyle serbest rekabet ortamına zararlı faaliyetlerini önleme amacına yönelik

²⁶⁷ÖZSUNAY a.g.e. S:4-5

²⁶⁸ÖZSUNAY a.g.e. S:8

²⁶⁹ÖZSUNAY a.g.e. S:9

²⁷⁰ÖZSUNAY a.g.e. S:9

hükümler taşımaktadır."²⁷¹ Doğrudan doğruya uygulanabilme yeteneğine sahip olan bu kurallar, sadece üye ülkeler ve onların yetkili organlarına hak ve mükellefiyetler yüklemekle kalmayıp, topluluğun yürütme organı olan komisyona, topluluk içinde faaliyet gösteren herhangi bir şirketin rekabete aykırı bir faaliyetini soruşturma ve gerekirse ona yaptırım uygulama gibi geniş yetkiler de vermektedir. "Hatta topluluk dışında bulunan şirketlerin serbest rekabeti bozucu faaliyetlerinin etkileri topluluk içinde görülüyorsa, komisyon bu şirketlere dahi rekabet kurallarını uygulayabilmektedir."²⁷² "Burada belirtmelidir ki, üye devletler, topluluğa, bir rekabet politikası oluşturma görev ve yetkisini vermekle bu alanı iç hukukları ile düzenleme yetkisini kaybetmiş değillerdir. Aksine her üye devletin rekabeti sınırlayıcı anlaşmalara ve uygulamalara ilişkin olarak, kendi yasal düzenlemeleri vardır ve uygulanmaktadır. Üye devletlerin bu konudaki düzenlemelerinin, topluluk rekabet politikası karşısındaki sınırını, "topluluğun amaçlarına aykırı olmamak" ve "üye devletler arası ticarete zarar vermemek" çizmektedir. "²⁷³

Rekabet politikasının temel amacı, serbest rekabet şartları sayesinde toplumsal çıkarların en üst düzeyde sağlanmasıdır. Rekabetin kurallara uygun olduğu bir ekonomide, tüketicilerin seçme hakkı, en yüksek mal ve hizmet kalitesine sahip olma şansı ve mevcut olan her türlü mamulden haberdar olma imkanlarının yanısıra, en uygun fiyatla satın alma güvencesine de sahip oldukları bir gerçektir.

2.2.3.2. Türk mevzuatında rekabet

Piyasada serbest rekabetin işleyişini bozacak nitelikteki uygulamaların önlenmesi amacıyla yönelik bir yasal düzenleme, henüz pratik uygulamalarda etkin olmamakla beraber, konu ile ilgili olarak Sanayi ve Ticaret bakanlığınca hazırlanan bir yasa tasarısı, 1995 yılı başlarında TBMM gündeminden geçmiştir ve AT mevzuatı ile uyumlu bir görünüm arz etmektedir. Yasa ile ilgili açıklamalar, boşluklar ve farklılıklar bölümünde yer almaktadır.

²⁷¹ÖZSUNAY a.g.e. S:155

²⁷²Bu konuda geniş bilgi için bkz. CASPARI, Manfred "The European Commission's powers of investigation in the enforcement of competition law" EC Office of Official Publications Luxembourg 1986

²⁷³AT KOORDİNASYON KURULU, REKABET HUKUKU VE POLİTİKASINA İLİŞKİN MEVZUAT UYUM ALT KOMİTESİ "Rekabet hukuku ve politikası alanında AT mevzuatına uyum değerlendirme raporu" AT ile ilişkiler genel müdürlüğü Ankara 1992 S:7

Eski düzenlemelere göre ise; "Rekabeti sınırlayıcı uygulamaların engellenmesi ile ilgili olarak 1982 anayasasının 167. maddesi hazırlanmıştır."²⁷⁴ "Piyasaların denetimi ve dış ticaretin düzenlenmesi" başlıklı madde şu hükmü taşımaktadır; "Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemlerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır. Piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme veya kartelleşmeyi önler."

Bunun dışında Türk Ticaret kanununun 56 ila 65. maddelerinde ayrıntılı olarak düzenlenen "haksız rekabet" hukukunun, serbest piyasa koşullarını amaçlayan AT düzenlemeleri bir benzerliği yoktur. Bu kanun daha ziyade, rekabet ve ticari ilişkilerin kötüye kullanılması dolayısı ile zarar gören kişi ve işletmelerin haklarını korumaktadır.

2.2.3.3. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme

2.2.3.3.1. Benzerlikler

"AT hukukunda yer alan rekabete ilişkin mevzuat ile Türk hukukundaki rekabete ilişkin mevzuat bütün olarak karşılaştırıldığında, birbirine tıpatıp benzeyen hükümlerin, ithalatta damping ve/veya sübvansiyonun önlenmesine dair hükümler olduğu görülmektedir. Bu konulardaki temel ilkeler, topluluk mevzuatındaki 2423/88 sayılı tüzükten alınmıştır."²⁷⁵

AT, 3. ülkelerin topluluğa ihraç ettikleri ürünlerde "damping" ya da "sübvansiyon" yapmaları sonucu topluluktaki herhangi bir sanayi dalının zarara uğramasını önlemeye yönelik gerekli hukuki tedbirleri de almış bulunmaktadır. Daha önceden dağınık olan bu konudaki düzenlemeler, AET için 2423/88 sayılı tüzükle (OJ L 209, 1988, p.1), AKÇT için de 2424/88 sayılı tüzükle (OJ L 201, 1988, p.18) biraraya getirilmiş bulunmaktadır. Birbirleri ile aynı hükümleri taşıyan her iki tüzük de, AT'nun uluslararası yükümlülükleri ve özellikle de GATT kodlarının hukuki çerçevesi dikkate alınarak hazırlanmış olup, daha önceki dağınık mevzuatın boşluklarından yararlanmayı önleyecek iki yenilik öngörmektedir.

²⁷⁴ARKAN a.g.e. S:270

²⁷⁵Bu konuda bkz. KUBİLAY, Huriye "İthalatta yapay fiyat indirimi ve karşı önlemler" İzmir 1994 S:9-34-35

Ayrıca bkz. ARKAN a.g.e. S:271

Ülkemizde, 14 Haziran 1989 tarihinde, ithalatta haksız rekabetin önlenmesi hakkında ayrı bir kanun kabul edilmiştir. Bu kanun 1 Ekim 1989'da yürürlüğe girmiştir. 3577 sayılı kanunun amacı, damping ve/veya sübvansiyona konu olan ithalatın yol açtığı haksız rekabete karşı, bir üretim dalının ve/veya piyasanın bozulmasının önlenmesidir.

Bunlardan birincisi screw driver assembly denilen, topluluğa parça olarak ithal edilip topluluk içinde monte edilen malların, eğer dumping amacı taşıyorsa, dumping işlemine tabi tutulmasıdır. Diğeri de, "anti-dumping" vergisinin ithalatçı yerine ihracatçı tarafından karşılanması halinde ikinci kez ithalatçıya ödetilmesidir.

Tüzüklerin bu iki yeniliğini bir tarafa bırakacak olursak, Türk mevzuatı AT mevzuatı ile dumping kuralları yönünden tam bir benzerlik içindedir.

"Bunun sebebi, her iki mevzuatın da kaynağını GATT kurallarından almış olmasıdır. Doğal olarak, AT için bu mevzuatla korunmak istenen, AT içindeki sanayii, Türk mevzuatı için de Türk sanayiidir. Her iki mevzuatın uygulanmasındaki usul açısından da AT ile Türk mevzuatları kendi karar alma usul ve mekanizmalarını düzenledikleri için, doğal olarak birbirinden farklıdır. Örneğin şikayetin yapıldığı merci, soruşturma yöntemi ve süreler bakımından bazı farklılıklar vardır, ancak temelde düzenlemenin özü ve amacı aynıdır."²⁷⁶

Yukarıda da belirtildiği gibi, bu alandaki Türk mevzuatının, topluluk mevzuatına benzemeyen iki yönü vardır.

Birincisi; topluluk mevzuatına da yeni girmiş olan montaj sanayiine yönelik parça malların ithalinde şartları varsa dumping kurallarının uygulanmasıdır ki, Türk mevzuatında bu konuda bir açık hüküm bulunmamaktadır. Topluluk mevzuatındaki 1987 değişikliği (O.J. No: L. 167 (1987) p.9) ile bitmiş bir dumpingli malın üzerine konulan veya konulması muhtemel bir anti-dumping vergisinden kurtulmayı amaçlayan montaj operasyonlarının da anti-dumping vergisi kapsamına alınmasını öngören düzenlemenin, bizim hukukumuzda da geçirilmesi ihtiyacı ileride doğacak olursa, bu tüzük örnek alınabilir. Ancak, henüz sanayimizin gelişmekte olması nedeniyle, montaj sanayiinin ülkeye getirecekleri plan hedeflerine uygun olarak dikkate alındığında, bu değişikliğin yapılmasında acele edilmemesi, değişiklik yapılsa bile, uygulanmasında çok dikkatli davranılmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

²⁷⁶AT KOORDİNASYON KURULU (Rekabet) a.g.e. S:136

Diğer farklılık ise, normalde ithalatçının ödemesi gereken anti-damping vergisinin, ihracatçı tarafından ödenmesi halinde ilave vergi konulabilmesi imkanının getirilmesidir.

"Anti-damping vergisinin asıl amacı, dumping konusu malın, sırf yerli sanayii tahrip etmek için maliyet fiyatının altında ithalini engellemektir."²⁷⁷ Damping yapmak isteyen ülkeler, belli bir üretim dalını zarara uğratmak için, ithalatçının ödemesi gereken anti-damping vergisini de ödemeyi üstlenebilir. Böylece dumpingi gerçekleştirebilirler. "Bunu önlemek için, yeni düzenleme ile, eğer ithalatçının ödemesi gereken anti-damping vergisinin herhangi bir şekilde ihracatçı tarafından karşılandığı tespit edilecek olursa, haksız rekabetin önlenmesi bakımından, ihracatçı tarafından karşılanan bu meblağ kadar daha ilave bir anti-damping vergisi ithalatçıya yüklenecektir."²⁷⁸ Türk mevzuatında, 3577 sayılı kanunun 8. maddesinde "dampinge karşı vergi veya telafi edici vergi mükellefi; dampinge ve/veya sübvansiyona konu malı ithal eden gerçek ve tüzel kişilerdir" denilmek suretiyle çok açık biçimde bu vergilerin ithalatçıdan alınacağı bildirilmişse de, AT dumping uygulamalarındaki tecrübelerden yararlanılarak bu vergilerin ihracatçı tarafından ödenmesi ihtimalinde, ikinci bir anti-damping vergisinin ithalatçıya yüklenebilmesi ihtimalinin getirilmesi uygun olacaktır.

2.2.3.3.2. Boşluklar

Rekabet kuralları topluluk ve Türk mevzuatında karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, Türk hukukunda çok önemli bir boşluk, rekabetin sınırlandırılmasının önlenmesi alanında ortaya çıkmaktadır.

1982 Anayasasının açık direktifine uygun olarak, rekabeti sınırlayan ya da bozan uygulamaların önlenmesine dair düzenlemeler meclisten çıkmıştır. Yeni yasa, Avrupa Topluluğu tarafından benimsenen, serbest piyasa mekanizması kurallarını, Türkiye'de hayata geçirmektedir. Serbest rekabeti engelleyici her türlü faaliyet, piyasadaki hakim durumu kötüye kullanma, kartelleşme, monopol ve oligopol Türkiye'de artık suç olarak kabul edilmektedir. Buna göre, ekonomik yapı ve politikaların da yeniden gözden geçirilmesi, devletin kendisine düşen düşen görevleri aksatmadan yerine getirmesi gerekmektedir. Gümrük Birliği ya da AT üyeliği, piyasa işleyişi ve rekabet söz konusu olduğunda,

²⁷⁷KUBİLAY a.g.e. S:89

²⁷⁸KUBİLAY a.g.e. S:89-90

sadece uluslararası ticaret ilişkilerinde yaptırım gücüne sahiptir. Dolayısıyla, AT üyesi ülkelerin çoğunda, rekabet konusu, iç hukuk sisteminde ayrıca düzenlenmiştir. Türk piyasa işleyişinin değişmesi, bu sebeple, büyük ölçüde devletin sorumluluğunda olmaktadır. Bilinçli bir özelleştirme politikasının sürdürülmesi, rekabetçi davranışı topluma benimsetmek amacı ile kültür politikaları belirlemek ve dinamik rekabet sürecinin işleyişi doğrultusunda, yeni yasalar, düzenlemeler ve kurumlar oluşturmak devletin bu konudaki başlıca görevleri kapsamdadır.

2.2.3.3.3. Farklılıklar

a) Ticari nitelikteki devlet tekelleri

Bugün, topluluğa yeni katılan devletler dışındaki üye devletler, AET antlaşmasının 37. maddesi kapsamındaki ticari nitelikli devlet tekellerini madde hükmünün içeriğine uygun olarak düzenlemişlerdir. Yeni katılan üye devletler de, verilen süre içinde gerekli düzenlemeleri yapmakla yükümlüdürler.

Türkiye'de ticari nitelikte devlet tekelinin, alkollü içkilerde muhtelif aşamalarda, tuz üretiminde ve tütün mamullerinde ithal aşamalarında bulunmaktadır. AET antlaşmasının 37. maddesinin ticari nitelikteki devlet tekellerinin kaldırılmasını değil, üye devlet vatandaşları arasında malların tedarik ve sürüm koşullarında herhangi bir ayırım yapılmayacak şekle dönüştürülmesini öngörmesi nedeniyle, hukuken varolan bu çeşit tekellerin fiili durumlarının da ele alınması, farklılığın tesbiti bakımından önem taşımaktadır.

b) KİT ler

AET antlaşmasının 90. maddesiyle, kamu teşebbüsleri ile devletin özel haklar verdiği işletmelerin rekabet kurallarına (85-94. maddeler) tabi olacakları hükme bağlanmıştır.

"Bu madde ile güdülen amaç, kamu iktisadi teşebbüslerinin ve devletin özel haklar verdiği kuruluşların, kamu kesiminin yönetim ve denetiminden çıkarılması değil, bu çeşit işletmelerin de piyasa ekonomisi koşulları içinde, rekabet kurallarına uymalarının sağlanmasıdır."²⁷⁹

²⁷⁹AT KOORDİNASYON KURULU (Rekabet) a.g.e. 144

Türkiye'de KİT lere ilişkin uygulamalar, AET. A. 90. maddesi bakımından bazı farklılıklar göstermektedir. Ülkemizdeki hukuki veya fiili tekel durumundaki kamu teşebbüslerinin bir diğer işletme ile rekabeti sınırlamaya yönelik anlaşmaları veya piyasadaki üstün durumlarını kötüye kullanmaları, AET.Antlaşması'nın 85 ve 86. maddelerinin ihlaline sebeptir.

90. madde çerçevesinde, kamu işletmeleri ile devlet arasındaki mali ilişkiler bakımından farklılığın tespitinde dikkate alınması gereken bir diğer topluluk düzenlemesi de "şeffaflık direktifi" dir. Direktifin önsözünde de yer aldığı gibi amaç, komisyonun özel nitelik taşıyan veya kamuya ait bulunan işletmelere ortak pazar ile bağdaşmayan yardımlar yapılmamasını ve her iki kesimdeki işletmelere eşit davranılmasını sağlamaktır.

90. maddenin b fıkrası, özel durumları sebebi ile, posta hizmetleri, radyo, televizyon, doğal gaz dağıtımı demiryolları gibi bazı hizmet tekellerine ayrıcalık tanımış ve bu işletmelerin ancak kendilerine verilen özel görevlerin yerine getirilmesini engellemediği ölçüde rekabet hükümlerine tabi olacaklarını belirtmiştir.

Türkiye'de KİT'lerin özelleştirilmesi sorunu, mutlaka yeni rekabet kuralları ile beraber düşünülmesi ve uyumlu olmasına çalışılmalıdır. Özelleştirme sürecinde verilen kararlar, piyasadaki rekabet durumu göz önünde tutularak verilmelidir.

c) Devlet yardımları

Gerek AT'da gerek Türkiye'de değişik, dolaylı ya da dolaysız bir çok yardım programı uygulanmaktadır.

Hangi amaçla sağlanırsa sağlansın, herhangi bir ülkenin verdiği devlet yardımının diğer bir ülkenin genel olarak mevcut veya gelecekteki ekonomik durumunu etkilemesi durumunda, olumsuz olarak etkilenen ülke tarafından ulusal, uluslararası veya uluslararası hukuk çerçevesinde, anti-damping vergisi, telafi edici vergi, teknik ve fiziksel engeller v.b. yöntemlerle karşı tedbirler alınmaktadır.

Her ne kadar devlet yardımları devlet yardımları konusunda şeffaflık sağlanmaya çaba gösterilse de, bazı yardım türlerinin niteliği gereği, sağlanan yardımların mahiyeti saptanamamaktadır. Devlet yardımlarının bu özelliği hem topluluk, hem de Türkiye açısından geçerlidir.

"Türkiye'de devlet yardımları, genelde devletçe sağlanan teşvik belgesi kapsamında belirtilen önlemler çerçevesinde uygulanmaktadır. Her ne kadar belgeye dayalı olarak verilen bu yardımlar, verilmiş şekli itibarı ile AT uygulamalarından ayrılırsa da, şeffaflığın sağlanması açısından önem arz etmektedirler."²⁸⁰

Toplulukta ise, devlet yardımları konusunda şeffaflık sağlanmasının gerektiğinin çeşitli vesilelerle duyurulduğu ve komisyonun bu konuda hassas bir tavır izlediği görülmektedir. Verilecek olan yardımların komisyon iznini takiben alınması esas kabul edilmiştir.

Yapılan devlet yardımlarının niteliği bakımından, toplulukta ve Türkiye'de yatırımlara yapılan yardımlar fazla farklılık göstermemektedir. İhracat sübvansiyonlarına ilişkin olarak ise, ihracatın artırılması ve uygulanmakta olan yapısal değişiklik politikasının başarıya ulaşması açısından önemli olan ihracat teşviklerinin, topluluk uygulamalarından bazı açılardan farklı olduğu görülmektedir. Bazı ihracat teşvikleri nedeniyle de telafi edici vergi soruşturmaların maruz kalınmaktadır.

2.2.4. Tutundurma faaliyeti (İlgili mevzuat: Tüketicinin korunması)

"Ekonomik ve sosyal alandaki gelişme ve genişleme sonucu, serbest piyasa ekonomisinin değişen şartları karşısında, tüketicilerin, tüketime bağlı olarak ortaya çıkan sorunları yalnız başlarına çözemeyecekleri anlaşılmış, tüketici çıkarlarını korumak üzere tedbirler alınması zorunlu olduğu, bazı devletleri tarafından kabul edilmiştir."²⁸¹

Diğer taraftan, ticari faaliyetlerde mal ve hizmetlerle ilgili fiyat ve ücretlerin serbest rekabet şartları içinde oluşmasından, tüketicilerin faydalanacağı ortadadır. "Ancak, tüketicilerin satınalma konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, reklam ve yayımlarla kendilerine yanlış bilgi aktarılması ve organize olmamaları da gözönüne alınırsa, tüketicilerin korunması konusunda bazı tedbirlerin alınması kaçınılmaz hale gelmektedir."²⁸²

²⁸⁰AT KOORDİNASYON KURULU (Rekabet) a.g.e. S:149

²⁸¹TANDOĞAN, Haluk "Tüketicilerin korunması ve sözleşme özgürlüğünün bu açıdan sınırlanması" ankara 1977 S:9-10

²⁸²TANDOĞAN a.g.e. S:10-11

Bu konudaki tedbirler, geniş çerçevede, kaynak israfını önleyici, maliyetleri düşürücü, tüketiciler ile satıcılar arasında geniş kapsamlı bir uyumu gerçekleştiren ve standardizasyon ile kalite bilincinin yaygınlaştırılmasına yöneliktir.²⁸³ Günümüzde tüketicinin korunup korunmaması tartışması bitmiştir. Artık korumanın en etkin şekilde ve kimin tarafından yapılacağı araştırılmaktadır.

2.2.4.1. AT'nda tüketici korunması

Tüketicinin satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili şikayetleri karşısındaki savunmasızlığı ve bu şikayetlerin giderilmesini sağlamaya yönelik olarak alınan tedbirlerle ilgili bilgiler, oldukça eski tarihlere dayanmaktadır. Tüketimin bir hak olarak benimsenmesi ise 2. dünya savaşından sonra, sanayileşmiş ülkelerdeki ekonomik gelişme ile başlamıştır.

Tüketicinin bilgilendirilmesi, temel tüketici haklarından bir tanesini oluşturmaktadır. Bilgi edinme hakkı, yazılı, görsel, ve sözlü medyada yapılan tanıtımlarda ürün, hizmet ve firmalar hakkında doğru, tutarlı, yeterli, eksiksiz ve zamanlı bilgilerin verilmesini kapsar. Tüketicinin bilgilendirilmesi iki yönlü işleyen bir sistem olup, tüketiciden firma ve örgütlere gelecek bilgileri de kapsar.

Gelişmiş ülkelerde, tüketici politikalarında, tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesi ön sırada yer alırken, gelişmekte olan ülkelerde tüketicinin korunmasının ön plan çıktığı görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde hala tüketicinin korunmasına yönelik yasal ve örgütsel alt yapının oluşturulması ve düzenlenmesi sıkıntıları bulunmaktadır. Tüketici politikalarının etkinliği için yasal ve örgütsel alt yapı temel koşul olmakla beraber, bilinçlendirilmemiş, bilgilendirilmemiş ve eğitilmemiş tüketicilerle, istenen sonuçlara ulaşamayacağı da bir gerçektir.

Günümüzde tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi hakkını ortaya çıkaran etmenler şu şekilde sıralanabilir:

- Pazarda ürün, marka ve modellerin çeşitlenmesi ve buna bağlı olarak tüketicinin bilgi ve deneyimlerinin hızla demode olması,
- Teknik özellikli ürünlerin artışı yanısıra, ürün özelliklerinin çok hızlı değişmesi

²⁸³GÖLE, Celal "Ticaret hukuku açısından, Aldatıcı reklamlara karşı tüketicinin korunması" Sevinç matbaası Ankara 1983 S:14

-Tüketicinin sosyo-ekonomik düzeyinin yükselmesi,beklentilerinin artması ve zamanın giderek değerlenmesi,

-İthalatın serbestleşmesi sonucu yerli ve ithal ürünler arasındaki farklılıkların ortaya çıkması,

-Firmaların pazarlama uygulamaları (kalitesiz ve güvenilir olmayan ürünler, aldatıcı-yanıltıcı reklamlar, yetersiz servis, tüketiciye ilgisizlik v.b.).

Bütün bu gelişmeler ve değişimler, toplumda sosyal ve ekonomik bir sorun olarak ortaya çıkmakta ve tüketicinin "bilgilendirilme eksikliği" olarak ifade edilmektedir. Bu bakımdan, böyle bir ortamda haklarını nasıl arayacağını bilen, bilgiye ihtiyaç duyan, araştıran, hile ve aldatmaya karşı bilinçli bir "uzman tüketici" tipine ihtiyaç duyulmaktadır.

"Avrupa ülkeleri arasında tüketicilerin farklı biçimlerde korunması, AT için tek bir "tüketici koruma politikası" nın geliştirilmesi zorunluluğunu ortaya koymuştur. AET kuruluş antlaşmasında tüketici korunması ile doğrudan ilgili bir madde yer almamaktadır. Ancak 2-39-85-86-100 ve 100A maddelerinde tüketicilerden söz edilmektedir. AT tüketiciyi koruma politikası, 1975-80, 1981-86 ve 1987-92 yılları arasında olmak üzere, üç ayrı program kapsamında ele alınmıştır.Birinci programda tüketici hakları şöyle belirlenmiştir;"²⁸⁴

- a) Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı
- b) Ekonomik çıkarların korunması hakkı
- c) Tazmin edilme hakkı
- d) Bilgilendirilme ve eğitim hakkı
- e) Örgütlenme ve temsil edilme hakkı

Toplulukta tüketiciyi koruma hareketleri ve politikası, Ekonomik ve sosyal komite ile Avrupa parlamentosu tarafından yönlendirilmektedir. Ayrıca komisyona bağlı "Tüketici danışma komitesi", Avrupa komisyonuna, tüketicinin korunması ile ilgili görüş bildirmek üzere kurulmuş bir birim olup,

²⁸⁴TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ "Avrupa Topluluğu'nda tüketiciyi koruma politikaları ve Türkiye'nin uyumu" Kuruluş Ofset basımevi Ankara 1989 S:24
Ayrıca bkz. GÖLE a.g.e. S:14

tüketicilerin dilek, talep ve ihtiyaçlarını, birinci el veri olarak toplamakta ve değerlendirmektedir. Bu komite, Avrupa komisyonunun bir çeşit dış çevre uzantısı olarak görev yapmaktadır.

AT tüketiciyi koruma faaliyetleri, 1981 ve 1986 programları ile genişletilerek, tüketim malları, gıda ve ilaç güvenliği, tehlikeli teknolojiler, servis problemleri, tüketici temsilcileri ile kamu ve özel sektör organları arasında diyalog geliştirme gibi konularda yeni karar ve direktifler kabul edilmiştir. Ancak, gerek yavaş çalışan bürokrasinin getirdiği engeller, gerekse ortaya konulan projelerin aşırı derecede kapsamlı olmaları sebebi ile sözkonusu programlar, özellikle mamul kalitesinin ayarlanması alanında, istenilen düzeyde başarılı olamamışlardır. "Böylece, Avrupa konseyi, 23 Haziran 1986 tarihinde, tüketim risklerinden korunmaya önemli bir yer ayıran ve tüketicilerin korunması için "Yeni atılım" olarak adlandırılan bir dökümanı yayımlamıştır. Bu döküman, tüketim araç ve gereçlerinin kalite ve güvenliği ile ilgili bir çok direktifi içerdiği gibi, aldatıcı reklam konusunda direktifleri de kapsamaktadır."²⁸⁵

AT'nda tüketicilerin korunması üç yolla garanti altına alınmıştır. Bu yollar;

- a) Roma antlaşmasınının 100A maddesine dayandırılan, mevzuatların yaklaştırılması ilkesi
- b) Üye ülkeler arasında, konu ile ilgili olarak, ortak hizmet esasının benimsenmesi
- c) Topluluğun bütünü içinde tüketicileri temsil edecek komitelerin kurulması

Tüketici korunması ve bilgilendirilmesi ile ilgili faaliyetlerin finansmanı ise AT komisyonunun çalışmalar için ayırdığı bütçenin yanısıra, Avrupa tüketim derneklerine uygulanan sübvansiyonlar, genel bütçeden ayrılan çeşitli krediler ve uzman gözetimcilere ödenen ücretler şeklinde ortaya çıkmaktadır.

2.2.4.2. Türkiye'de tüketicinin korunması

"Tüketicinin korunması alanındaki çalışmalar, ahilik sisteminin öz denetim mekanizmasına kadar uzanmaktadır. Bu lonca sistemi çerçevesinde, mesleğin içinden seçilen kişiler, ürün kalitesini ve fiyatını denetleyerek haksız kazancın ve tüketici mağduriyetinin önüne geçerlerdi. Ayrıca pazar denetimi yoluyla tüketiciyi koruyan ihtisap ağalığı da mevcuttu. 17. yüzyıldan başlayarak, devletin, kadıların

²⁸⁵AT KOORDİNASYON KURULU "Tüketicinin korunmasına ilişkin değerlendirme raporu" T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı mevzuat uyumu alt komitesi Ankara 1990 S:57

fetvaları ve pazar nizamnameleri aracılığı ile pazar denetimi uygulamaları sürdürülmüştür."²⁸⁶ Konu ile ilgili çalışmalar, günümüze kadar süregelen düzenlemelerle devam etmiş ancak bu faaliyetlerin tek bir program altında toplanması, 23.2.1995 tarih ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun yayımlanmasına kadar, hiç bir zaman mümkün olmadığı gibi, etkin bir örgütlenme modeli de ortaya çıkmamıştır. Yeni kanun ile ilgili açıklamalar takibeden kısımda yer almaktadır.

Başta anayasamız olmak üzere, tüketicinin korunması ile ilgili temel mevzuat şöyle sıralanabilir;²⁸⁷
-2709 sayılı TC Anayasası M.166-167-171-172

166. madde, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı, sanayi ve tarımın dengeli ve uyumlu gelişmesinde devletin görevlerini belirlemektedir. 167. maddeye göre, devletin, para-kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemesi için tedbirler alması, tekelleşme ve kartelleşmeyi önleyici çalışmalar yapması gerekmektedir. 171. madde, devleti, üretim artışına, tüketicinin korunmasına ve kooperatifçiliğin gelişmesine yönelik tedbirler almakla yükümlü kılmaktadır. 172. madde ise, devletin, tüketiciyi koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alması ve tüketicinin kendisini koruyucu tedbirleri almasını desteklemesi ile ilgilidir.

-765 sayılı Türk Ceza kanunu M.358-367-394-402-584

358. madde, ticarete hile ile fiyatların artıp eksilmesine sebebiyet vermenin cezalarını, 367. madde, mal arttırma, eksiltme ve hile karıştırmanın cezalarını, 394. madde, umumun sağlığını tehlikeye atma cezalarını, 402. madde, meslek veya sanatın tatilini (cürme vasıta kılman yerin kapatılması), 584. madde ise, gayri meşru ölçü, tartı ve kilo kullanmanın cezalarını belirlemektedir.

-818 sayılı Borçlar kanunu M.21-48-182-233

21. madde, Gabin (aşırı yararlanma) fiilini ve sonuçlarını, 48. madde, haksız rekabet fiilini, sonuçlarını ve yargıtay kararlarını, 182. madde, satış akdini ve satıcının malı teslim etme yükümlülüğünü, 233. madde ise, trampadan doğan zararların tazminini düzenlemektedir.

-6762 sayılı Türk ticaret kanunu M.56-57-58-61-64

²⁸⁶TOBB a.g.e. S:62

²⁸⁷GÖLE a.g.e. S:29

Bu maddeler, TTK'nda, haksız rekabet fiilinin tanımlandığı 4. fasıl içinde yer almaktadırlar. 56. madde haksız rekabeti tanımlamakta, 57. madde hüsnüniyet kaidelerine aykırı hareketleri belirlemekte, 58. madde yaptırım şeklini düzenlemekte, 61. madde kararın ilan şeklini, şumulünü, 64. madde ise cezaları belirlemektedir.

-4077 sayılı Tüketiciyi Koruma Kanununun 34 maddesi

Kanunun birinci kısmı ve ilk üç maddesi, amaç, kapsam ve tanımları belirlemektedir. 4 ila 20. maddeler arasında yer alan ikinci bölüm, tüketicinin korunması ve aydınlatılması konusunu ele almaktadır. 21 ve 22. maddelerden oluşan üçüncü kısımda, tüketici kuruluşları düzenlenmiştir. 23 ve 26. maddeler arasındaki dördüncü bölümde ise yargılama ve cezaya ilişkin hükümler bulunmaktadır. Beşinci ve son bölüm ise, çeşitli hükümleri kapsamaktadır.

"Ayrıca, TSE, Sanayi ve ticaret bakanlığı, Sağlık bakanlığı, tarım orman ve köy işleri bakanlığı ve belediyelerle ilgili mevzuatta, dolaylı ya da direkt olarak tüketici korunması ile ilgili hükümler yer almaktadır."²⁸⁸

Son olarak gündeme gelen 4077 sayılı Tüketiciyi Koruma Yasası, bu alanda önemli bir aşama teşkil etmekteyse de, mevzuatımızdaki boşlukları tam olarak kapatabilecek ve AT mevzuatı ile uyumu gerçekleştirebilecek yeterlilikte değildir. Genel olarak Kanun'a yöneltilen eleştiriler aşağıdaki gibidir:

-AT tüketici mevzuatında, tüketici hakları ayrı ayrı maddeler halinde düzenlenmiştir ve gelişmeleri takip eden değişiklikler kolaylıkla yapılabilmektedir. Oysa Türk mevzuatında, tüketici ile ilgili konuların çoğu birarada düzenlenmiştir.

-Yanılıcı reklam konusunu ele alan kanunun 16. maddesi, AT mevzuatının tersine, yanılıcı reklamlarda ispat yükünü tüketici lehine çevirmemiştir.

-Tüketiciyi Koruma Yasası, ayıplı mallar konusunda dar bir koruma çerçevesi çizmektedir. Mevcut hükümlerinden tüketicilerin yararlanabilmesi, Borçlar Kanununda belirtilen esaslara dayalıdır ve bu

²⁸⁸Konu ile ilgili geniş bilgi için bkz. İSTANBUL TİCARET ODASI Yayın No:1987/13 "Tüketicinin korunması ile ilgili mevzuat" Can matbaa İstanbul 1987 S:16-33

esaslar dolaylı hükümlere bağlanmıştır. AT'nda ise bu konu detaylı olarak düzenlenmiş, ve "üreticinin kusursuz sorumluluğu ilkesi" benimsenmiştir.

-Yasa'nın tüketici kredileri ile ilgili bölümü yetersizdir. Türk mevzuatında, T.C. Merkez bankası kanununda yer alan taksitli satış hükümleri ve 3182 aylı Bankalar kanununda yer alan bir düzenleme dışında bu konuda açık bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu sebeple, kredi kuruluşları, sözleşme akdini, verdikleri kredinin yapısına göre serbestçe ve tek taraflı olarak düzenleyebilmektedirler. Tüketici kredileri konusunda hiç bir belirleyici içerik ve şekil şartı bulunmadığından, doğal olarak tüketici korunması da söz konusu olmamaktadır. Tüketici kredileri konusunda, AT mevzuatında yer alan ve bu konuyu kapsam itibarı ile düzenleyerek, kredi maliyetinin nasıl hesaplanacağını gösteren bir çalışma, yeni mevzuatta yer almamıştır.

Türkiye'de henüz tüketici örgütlenmesi ve tüketici örgütlerinin kuruluşu gerçekleşmemiştir. Tüketici korunması alanında, Sanayi ve ticaret bakanlığı ile, TSE'ne geniş yetki ve görevler verilmiştir. "Bu görevler arasında, ölçü ve ayar işleri, standart hazırlamak veya hazırlatmak, her türlü mal ve hizmet üretimi için kalite seviyesi belirlemek tüketicilerin eğitimi ve örgütlenmesini sağlamak v.s. bulunmaktadır."²⁸⁹ Yeni tüketiciyi koruma kanununun 21 ve 22. maddelerinde yer alan "Tüketici konseyi" ve "Tüketici sorunları hakem heyeti" adı verilen kuruluşlar, tüketici aleyhine gelişen sorunları çözmek, sorunları gerekli mercilere iletmek ve tüketici ile satıcı arasında doğabilecek uyuşmazlıkları gidermek görevlerini üstleneceklerdir.

Özel kesimde de, tüketiciyi koruma kuruluşları henüz yaygınlık kazanmamış, ancak özellikle büyük şehirlerdeki ticaret odalarında. tüketiciyi eğitme ve şikayetlerini inceleme konularında hizmet veren bürolar kurulmuştur.

2.2.4.2.1. Hukuki karşılaştırma ve değerlendirme

Tüketicilere yönelik politikanın, ortak politikalara entegrasyonuna ilişkin 15 Aralık 1986 tarih ve 87/C3/01 sayılı Avrupa konseyi ilke kararı:

²⁸⁹GÖLE a.g.e. S:28

"Bu karar "Vatandaşlar Avrupa'sı"nın gerçekleştirilmesi ilkesi doğrultusunda, tüketicilerin topluluk pazarından mümkün olduğu ölçüde fazla yararlanabilmeleri hedefine yöneliktir. Tüketici çıkarlarını ilgilendiren tasarımların hazırlanmasında hızlanma ve titizlik öngören komiyon görüşünü onaylamaktadır. Tüketici korunması ile ilgili tedbirler uygulamaya koyulacağı zaman, fiyat, kalite, güvenlik ve yanıltıcı reklam konularında komisyonu, tüketici gruplarının görüşüne başvurmaya davet etmektedir."²⁹⁰

Mukabil Türk mevzuatı ise, diğer politikaların görüşülmesi ve oluşturulması süreçlerinde tüketici politikasının da dikkate alınmasını, tüketicilerin, kuruluşları ve birlikleri yoluyla bu tür çalışmalarda temsil edilerek görüşlerinin alınmasını temin edecek bir düzenlemeye, yeni kanun sayesinde kavuşmuştur. Tüketici konseyinin çalışma usul ve esasları, 21. madde gereğince, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenecektir.

Tüketicilerin korunması ve bilgilendirilmesi hakkında AT birinci programa ilişkin 14 Nisan 1975 tarihli ve 75/C92/1 sayılı Avrupa konseyi ilke kararı:

Söz konusu ilke kararında, altı kurucu üye hükümet ve devlet başkanlarının 1972 Paris zirvesinde biraraya gelmeleri sırasında, AT'nun ekonomik boyutu yanında, insan boyutuna da önem verilmesi gereği vurgulanmıştır. Gelişmekte olan Avrupa'da ekonomik ve sınırlı gelişmenin, öncelikle kişilerin yaşam seviyesinin yükseltilmesi amacına yönelik olması gerektiği konusunda birleşmiştir.

Konsey, bu ilke ile, tüketicilerin korunması ve bilgilendirilmesi politikası yanında, ekte yer alan birinci programda belirlenmiş olan, topluluk seviyesinde bu konu ile ilgili olarak girişilecek faaliyetler hakkında prensipler, hedefler ve genel tanımlar kabul etmiştir.

"Programda, tüketicinin haklarına ilişkin topluluk ilkeleri beş başlık altında toplanmaktadır: Bu ilkeler, çok sayıda alt başlıkla detaylandırılmış olup, yapılan düzenlemelere karşılık gelen Türk mevzuatı, dağınık ve yetersiz kalmaktadır. Başlıklar ve alt başlıkları aşağıdaki gibi sıralanmış olup, yanıltıcı reklam alt başlığı açıklanmıştır:"²⁹¹

1- Tüketicinin sağlığının ve güvenliğinin korunması ilkesi

²⁹⁰AT KOORDİNASYON KURULU a.g.e. S:121

²⁹¹BULLETIN OF THE EC "The consumer in the European Community" EC Commission Bruxelles 1988 S:16-25

- a) Teşkilatlanma ile ilgili düzenlemeler
- b) Mevzuat uyumu öneren düzenlemeler
- c) Hormonlarla ilgili düzenlemeler
- d) Tadlandırıcılar ile ilgili düzenlemeler
- e) Otellerdeki yangın emniyeti ile ilgili düzenlemeler
- f) Zeytinyağı ile ilgili düzenlemeler
- g) Nükleer kazalar ile ilgili düzenlemeler

2- Tüketicinin ekonomik menfaatlerinin korunması ilkesi

- a) İç ambalajlı ürünlerin hazırlanması ile ilgili düzenlemeler
- b) Etiketleme ve fiyat işaretleme ile ilgili düzenleme
- c) Ölçü kabı olarak kullanılan şişelerle ilgili düzenleme
- d) "Yanılıcı reklam konusunda düzenleme"
- e) Ayıplı ürünlere ilişkin sorumluluk konusunda düzenleme
- f) Otellerde tüketicinin bilgilendirilmesine ilişkin düzenleme
- g) Tüketici kredilerine ilişkin düzenleme
- h) Süt ve ürünlerinin pazarlanmasına ilişkin düzenleme
- ı) Elektronik ödemelerle ilgili düzenleme

3- Tüketicinin zararlarının telafi edilmesi ilkesi

4- Tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi ilkesi

5- Tüketicinin temsil edilmesi ilkesi

2.2.4.2.1.1. Yanılıcı reklam konusunda topluluk düzenlemesi

"10 Eylül 1984 tarih ve 84/450/EEC sayılı konsey direktifi

Roma antlaşmasının 100. maddesine dayanarak çıkartılan bu direktifin amacı, tüketicileri, ticari veya sınai faaliyette bulunan kişileri veya zanaat ya da serbest meslek sahiplerini, yanılıcı reklamlara ve

bu'nların haksız sonuçlarına karşı korumaktır. Direktif aynı zamanda, genel bir biçimde kamu yararını korumaya da yönelik bulunmaktadır."²⁹²

"Direktifte reklam, yanıltıcı reklam ve kişi terimleri tanımlanmıştır. Reklamın yanıltıcı olup olmadığını anlamak için bakılması gereken hususlar (malların veya hizmetlerin özellikleri, fiyatı, kullanma talimatı gibi) belirtilmiştir."²⁹³

Direktife göre, üye ülkeler, tüketicilerin, rakip işletmelerin ve halkın çıkarlarına ters düşen yanıltıcı reklamları kontrol etmek üzere, etkin ve uygun yollar bulmaya özen göstereceklerdir.

Bulunan bu yollar hukuki hükümlere dayanmalıdır. Milli kanunlara göre, yanıltıcı reklamın yasaklanmasında hukuki çıkarı olan kişiler veya kuruluşlar da bu hükümlere dayanarak;

- Yanıltıcı reklama karşı dava açmak ve/veya,
- Şikayet yoluyla konuyu karara bağlaması veya hukuki soruşturmayı başlatması için yetkili idari organ önüne götürmek yoluna gidebileceklerdir.

Üye devletler, direktifte belirlenen çıkarları gözönünde tutarak, yargısal veya idari organlara;

- Aldatıcı reklamın durdurulması için karar vermek veya bu reklamın durdurulmasına karar vermek için gerekli takipleri başlatmak,
- Böyle bir reklamı yasaklamak veya henüz yasaklanmamış ise yasaklanmasına karar vermek için gerekli takipleri başlatmak yetkisini tanıyacaklardır.

Ayrıca, üye devletler, yukarıda belirtilen tedbirlerin hızlandırılmış bir usül çerçevesinde, geçici veya kesin etkili olarak alınmasını sağlayabileceklerdir.

Direktifte, üye devletlerin direktif hükümlerine uyum sağlamak için, en geç 1 Ekim 1986 tarihine kadar gerekli tedbirleri alacağı belirtilmiştir.

²⁹² AT KOORDİNASYON KURULU a.g.e. S:197

²⁹³ Aldatıcı reklam saptamada alınacak kriterler konusunda bkz. GÖLE a.g.e. S:41

2.2.4.2.1.2. Mukabil Türk mevzuatı

"2954 sayılı TRT kanunu (R.G. tarih 14.11.83, sayı 18221) reklam yayımlarında halkı aldatıcı, yanıltıcı, haksız rekabete veya karşılıklı cevaplaşmaya yol açıcı hususlara yer verilemeyeceğini ve yayımların TRT dışından denetlenemeyeceğini hükme bağlar."²⁹⁴

TRT reklam yönetmeliğinin (R.G. tarih 15.5.1984, sayı 18402) ilgili maddelerinde ise, reklamlarda haksız rekabete, yanıltma ve istismara, israfı yer verilemeyeceği, reklamların, çocuk ve gençlerin beden ve ruh sağlıklarını olumsuz yönde etkileyerek özentiyeye düşürecek ve seyirciyi psikolojik baskı altında tutacak nitelikte olmayacağı belirtilmektedir. Aynı yönetmeliğe göre, reklamlar, genel ahlak ve milli geleneklere uygun olacak, manevi değerlere aykırı unsurlar taşımayacak, tasarrufa teşvik edici ve okuma alışkanlığını yaygınlaştırıcı özellikte olacaktır.

Karşılaştırma

Türk mevzuatında, reklam mesajlarının aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olması durumunda, bunların denetlenmesi ve yarattığı sorunların çözülmesi konusunda başlı başına bir düzenlemeye gidilmemiştir. Mevzuatımız, konuya ilişkin AT direktifinden bu yönüyle ayrılmaktadır. TRT kanunu ve reklam yönetmeliğinde, reklam yayımlarında aldatıcı ve yanıltıcı hususlara yer verilemeyeceği belirtilmiştir. Şu halde benzerlik sadece radyo ve televizyonda yapılan reklamlarda gözetilecek hükümler itibarıyla, dar bir çerçevede tesbit edilebilmektedir. Yeni Tüketici Koruma kanununun, konu ile ilgili 16 ve 17. maddeleri genel hükümler taşımakta ve büyük bir yenilik getirmemektedir.

AT direktifinde yanıltıcı reklamın yasaklanması yolları açıkça belirtilmiştir. Buna göre, yanıltıcı reklama karşı dava açmak veya konuyu yetkili idari organ önüne şikayet yoluyla götürme imkanı tanınmıştır. Bunun sonucu olarak da, aldatıcı reklamın durdurulması veya yasaklanması kararı alınabilecektir.

"Türk hukukunda ise, aldatıcı reklamlar haksız rekabetin bir türü şeklinde kabul edilerek, engellenmek istenmiştir. TTK'na göre aldatıcı reklam yapılması halinde, reklam yapan kurumun veya işletmenin rakipleri, müşteri durumunda olan kişilerle ilgili meslek kuruluşları, belli koşullar altında, söz konusu

²⁹⁴İSTANBUL TİCARET ODASI a.g.e. S:318

kanunun 58. maddesinde belirlenmiş olan hukuk davalarını açabilirler."²⁹⁵ 58. maddeye göre, haksız rekabet yüzünden müşterileri, kredisi, mesleki itibarı, ticari işletmesi veya diğer iktisadi menfaatleri bakımından zarar gören veya böyle bir tehlikeye maruz bulunan bir kimse şu davaları açma hakkına sahiptir: Fiilin haksız olup olmadığına dair tesbit davası, hukuka aykırı durumun ortadan kaldırılmasına ilişkin tecavüzün refi davası, devam eden fiilin önlenmesi veya tekrar edilmesinin önlenmesine ilişkin haksız rekabetin men'i davası ile failin kusurlu olduğu hallerde açılacak olan maddi ve manevi tazminat davaları.

2954 sayılı TRT kanununda olduğu gibi, TRT reklam yönetmeliğinde de kanunu, tüketiciyi koruyucu ve haksız rekabeti önleyici özelliğinin arka planda kaldığı gözlenmektedir.

Diğer bir farklılık da, ispat yükü açısından dır. Medeni kanunun 6. maddesine göre, kanun aksini emretmedikçe, taraflardan herbiri iddiasını ispatla yükümlüdür. Direktifte ise ispat yükü tersine çevrilmiştir.

2.3.Talebi tatmin fonksiyonu

Mevcut olan veya pazarlama faaliyetleri sonucu yaratılan talep, yine pazarlamanın, taşıma, sipariş yönetimi, stok yönetimi ve depolamayı içeren dağıtım faaliyetleri ile karşılanır. Dağıtım, arz ile talebi uygun zamanda ve uygun yerde buluşturmaya yönelik bir lojistik faaliyetler bütünüdür. Üretilen malların nihai tüketicinin eline geçmesini sağladığı için de, gerek pazarlama ve gerekse ülke ekonomileri için büyük önem ifade eder.

2.3.1.Dağıtım faaliyeti (İlgili mevzuat: Ulaştırma)

"Ulaşım hizmetleri, üretimin vazgeçilmez bir parçasıdır. Ekonominin işleyişi büyük ölçüde mevcut ulaşım sisteminin kalitesine bağlıdır. Ulaştırma tarım ve sanayi ürünlerinin pazarlanmasını, çeşitli yörelerin artık ürünlerinin değerlendirilmesini, sanayiın belli yörelerde kutuplaşmamasını sağlar. Kapalı köy ekonomisini, pazar ekonomisine dönüştürdüğü gibi, etkin bir ulaşım politikası, ham ve yarı mamul

²⁹⁵AT KOORDİNASYON KURULU a.g.e. S:221

maddelerin, ihtiyaç duyulan yerlere taşınmasıyla, ekonomide toplam arz ve toplam talep arasındaki uyumu sağlar.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gayri safi milli hasıllarında önemli bir paya sahip olan ulaştırma sektörü, AT'nun ekonomik yaşamında da GSMH'nın %7 sini oluşturarak önemini korumaktadır. Yine bu sektör, AT içinde üye ülkelerin entegrasyonu, iş gücünün, malların ve kişilerin serbest dolaşımı ve iç pazar gibi kurucu anlaşmada yer alan hedeflere ulaşılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle, topluluk ulaştırma politikası, Roma antlaşmasına, tarım dışında özel bir başlığa sahip tek sektör olarak girmiştir.²⁹⁶

AT Komisyonunun, iç pazarın tamamlanmasına ilişkin Beyaz kitabı (1985 yılında yayımlanan ve pazar bütünleşmesini yavaşlatan engelleri sıralayarak, bunların kaldırılmasını bir takvime bağlayan kitap), ulaştırma sektörüne yeni bir dinamizm getirmiştir. Bu çalışma ile, topluluk içi gümrüklerde gerek malların ve gerekse kişilerin serbest bir şekilde geçiş hakkına sahip olması, ulaştırma hizmetlerinin serbest bir biçimde sunulması, topluluk içi taşımacılıkta karşılıklı kotaların kaldırılması, otobüs-kamyon gibi ağır vasıtalar için uygulanan ulusal vergiler ile ağırlık ve büyüklük gibi teknik şartların harmonizasyonu, havayolu ve denizyolu ulaşımında rekabet kurallarına uygulanabilir, standart şartların oluşturulması gibi hususlara da yer verilmiştir.

"İç pazarın temel öğelerinden bir tanesi olan ulaştırma, topluluğun diğer dünya ülkeleri ile ilişkilerinin gelişmesinde de ayrıcalıklı bir alanı oluşturmaktadır. Sektörün önemi ve uluslararası karakteri nedeniyle, ulaştırmanın tüm Avrupa çapında bütünleştirilmesi için çaba harcanmaktadır."²⁹⁷

Türkiye'de ise ulaştırma sektörü, dinamik yapısı ve ülke ekonomisi için taşıdığı önem itibarı ile, 1961 Anayasası uyarınca plan kapsamına alınmıştır. Bu çerçevede hazırlanan kalkınma planlarında, ulaştırmaya ilişkin bir kararlar sistemi getirilmişse de, bunları ulaştırma politikası olarak değil, ulaştırma politikasını saptamaya dönük tüm etkinlikleri kapsayan çalışmalar olarak ele almak daha doğru olur.

²⁹⁶AT KOORDİNASYON KURULU "Ulaştırma politikası alanındaki değerlendirme raporu" Ulaştırma Bakanlığı AT koordinasyon dairesi başkanlığı Ankara 1992 S:2

²⁹⁷bu konuda bkz. TÜSİAD "AT ve Türkiye'de ulaştırma sektörü. uyumla ilgili sorunlar" TÜSİAD T/88.12.121 İstanbul 1989 S:2

1983-1993 dönemi için, kamu ve özel sektör işbirliği ile hazırlanan Ulaştırma ana planı da bu özellikleri taşımaktadır. Bu çerçevede benimsenen ilkeler, 6. beş yıllık kalkınma planında etkilerini göstermişlerdir.

Bu bağlamda, Altıncı beş yıllık planda (1990-1994), ulaştırma hizmetlerini sağlıklı bir yapıya kavuşturmak, verimliliği arttırmak ve kapasitenin etkin kullanımını sağlamak üzere etkin bir ulaşım ağı oluşturmak amacıyla hem genel olarak, hem de alt sektörler için hedef ilke ve politikalar saptanmıştır.

-Ulaşımında alt yapı ve taşımacılık sistemlerinin dengeli bir şekilde gelişmesi, alt sektörler arasında farklılık yaratılmayıp etkin bir koordinasyon sağlanması

-Altyapı ve işletmecilik alanında personel eğitimine öncelik verilmesi, transit taşımalarda demiryolu ve limanların ağırlığını arttıracak düzenlemeler yapılması

-İthalat bağlantılarının FOB esasına göre gerçekleştirilmesinin özendirilmesi ve taşıyıcı kuruluşların yeterli düzeye ulaşması için desteklenmesi, AT ile entegrasyon süresince ulaştırma politikalarında uyum sağlanması planı genel çerçevesinde belirlenen ilke ve politikalar.

Kalkınma planında demiryolları için hedefler, demiryolu ağının fiziki ve geometrik standartlarının yükseltilmesi ve demiryolu hizmetlerinin gelişmiş teknoloji yardımıyla hız, güvenilirlik ve konfor bakımından ileri ülkeler seviyesine çıkarılmasıdır. 6. beş yıllık plan, demiryollarında yolcudan çok yük taşıma payının artırılmasına ağırlık vermektedir. Bu amaçla, ekonomik olmayan yolcu taşımacılığı yapılan hatların yük taşımacılığına kanalize edilmesi, temel bir hedef olarak benimsenmiştir. Bu arada dünya bankasından sağlanan kredilerden yararlanarak demiryolu hatlarının iyileştirilmesi çalışmalarına ağırlık verilmektedir.

Tümüyle özel sektör hakimiyetindeki karayolu taşımacılığında, haksız rekabet uygulamalarının önlenmesi, transit taşımacılığın yanısıra, yurtiçi ulaşım ihtiyaçlarına da hizmet veren karayollarının standardının yükseltilmesi ve mevcut filonun gençleştirilmesi çalışmaları yapılmakta, yeni otoyollarının yapımına öncelik verilmektedir.

1980 yılı itibarıyla sağlanan teşviklerle büyüyen deniz ticaret filomuz, son yıllarda deniz ticaretinde doğan daralma ve yoğun rekabet sonucu büyük bir kriz yaşamıştır. Dünya deniz ticaretindeki gelişmelere cevap verecek nitelikte bir altyapı oluşturulabilmesi için, eskiden alınan yaşlı ve eski

gemilerin atıl kapasitelerinin düzenli olarak azaltılmasına çalışılmaktadır. Bu arada, limanların modernizasyonu, kapasite arttırımı ve çeşitli taşımacılık türlerine hizmet verecek hale gelmesine çalışılmaktadır. Deniz ticaretinde önem kazanan Ro-Ro taşımacılığına Türkiye de olumlu yaklaşmakta ve karayolu taşımacılığına alternatif olacak şekilde Ro-Ro seferleri düzenlenmesi için yatırımlar yapmaktadır. Burada amaç, trafik yükünü azaltmak ve kombine taşımacılığın avantajlarından faydalanmaktır.

2920 sayılı sivil havacılık kanununun yürürlüğe girmesiyle, özel sektöre hava işletmeciliği imkanı verilmiş ve bunu takiben hava aracı sayısı ve koltuk kapasitesinde artış başlamış, gerek yurtiçi gerekse yurtdışı yeni noktalara havayolu ulaşımı başlamıştır. Charter ve hava-taksi işletmeciliğinin kamu ve özel sektör işbirliği ile güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

Taşıma ve dağıtım alanında, sektörler bazında yapılan genel durum ve mevzuat karşılaştırması aşağıdaki gibidir;

2.3.1.1. AT'nda kara taşımacılığı

2.3.1.1.1. Karayolu taşımacılığı

"AT politikasının temel hedefi, sayısal kısıtlamalardan arındırılmış, daha serbest, daha rekabetçi, daha ekonomik, standartları yüksek ve dengeli bir pazarın oluşturulmasıdır. Bu hedef doğrultusunda, 1962 yılından bugüne kadar karayolu taşımacılığının serbestleştirilmesi alanında önemli gelişmeler kaydedilmiştir."²⁹⁸ Özellikle uluslararası taşımacılıkla ilgili kuralların saptanması, karayolu taşımacılığı yapacak olan araçların özelliklerinin belirlenmesi ve yetkili organların oluşturulmasına yönelik önemli adımlar atılmış, diğer yandan da topluluk kota sistemi uygulamaya konularak, sınır geçişlerinde bir dizi düzenleme çalışmaları başlatılmıştır.

"Bakanlar konseyi 1966 yılında başlayarak, ülkeler tarafından sunulacak olan projelerin belli bir plana uygun olarak hazırlanması ilkesini benimsemiş, 1978 yılında ise, komisyonun önerisi üzerine taşımacılık

²⁹⁸Bu konuda bkz. "SUTHERLAND, Peter "Tek bir Avrupa pazarının oluşturulmasında ulaştırma sisteminin rolü" Avrupa tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV yayını No:55 İstanbul 1988 S:14-15

sektörünün altyapısını araştırmak üzere özel bir komite kurularak, sorunları aşmaya yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Bu çalışmalar sonunda, üye devletlerin taşımacılık şebekelerinin planlanması konusunda önemli adımlar atılarak, gelecek 20 yılı kapsayan yol yapım programı, enerji, çevre ve bölgesel kalkınma ile ilgili planlar yapılmıştır.²⁹⁹ Ancak tüm bu gelişmelere rağmen, kara ulaştırması alanında ulusal farklılık ve çıkarların çok oluşu, taşımacılık alanında tek pazar oluşumunu engellemiştir. Bu durum, AT adalet divanının kuruluşundan bu yana ilk defa topluluk konseyi aleyhine karar almasına neden olmuştur. Divan, 22 Mayıs 1985 tarihli bu kararında, kurucu antlaşmaların ulaştırma politikasının oluşturulması konusunda, içerik yönünden konseye net yükümlülükler getirmediğini vurgulayarak, ortak bir ulaştırma politikasının oluşturulması yönünde konseyin gerekli çabayı göstermesini tavsiye etti. Bu kararın ardından konsey, 85-92 yılları arasında karayolu taşımacılığındaki tüm sayısal kısımtların kaldırılmasına ve serbest ulaştırma pazarının kurulmasına engel olan bütün unsurların elimine edilmesine karar vermiştir. Bu amaçla ilk olarak, üye devletlerin karşılıklı olarak verdikleri izinler topluluk izinlerine dönüştürülmüş, ikinci aşamada ise, izin sayısı artırılarak tıkanıklığı önleyici ve kaliteyi artırıcı önlemler uygulamaya konulmuştur.

2.3.1.1.2. Demiryolu taşımacılığı

"AT'nun kuruluşundan beri, demiryolları problemleri bir sektör olmuştur. Bu problemlerin en başında finansal sorunlar gelmektedir. Topluluk içinde, özel sektör tarafından finanse edilen karayolu taşımacılığının gelişmesi sonucu demiryolu taşımacılığı ikinci plana itilmiş ve toplam taşımacılık içindeki payı düşmüştür."³⁰⁰ Demiryolu işletmelerinin kar amacı gütmeyen kamu hizmeti sunmaları ve hükümetler tarafından yapılan yardımların yetersiz kalması bu sektörü durağanlığa iten ve karayolu ile rekabet gücünü yitirmesine neden olan etkenlerdir.

Bu gelişmeler üzerine, topluluk komisyonu 1961 yılında hazırladığı ulaştırma planında, demiryollarının finansal yapıları üzerinde durmuş ve durumlarının iyileştirilmesi gerektiğini savunmuştur. Böylece Mayıs

²⁹⁹Bu konuda geniş bilgi için bkz. BULLETIN OF THE EC COMMISSION "Communication of the Commission to the Council on the development of the Common transport policy" EC Commission Bruxelles 1978

³⁰⁰Geniş bilgi için bkz. TÜSİAD T/88.12.121 s:5-7

1965 tarihinde, demiryollarına parasal yardım yapılması ile ilgili ilk karar alınmıştır. Diğer yandan, Aralık 1985 de, ortak ulaştırma politikası çerçevesinde, demiryolu politikasının ana hatları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

- Mevcut demiryolu kapasitesinin optimal kullanımı
- Özellikle ticari ilişkilerde daha sıkı işbirliği
- Uluslararası taşımacılıkta ortak çıkarların gözetilmesi
- Demiryolu işletmeleri ile hükümetler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi
- Demiryollarında rekabet dengesizliklerinin önlenmesi
- Kombine taşımacılığın gerçekleştirilmesi
- Ekonomi ve nüfusun mevcut ihtiyacı karşılayacak demiryolu organizasyonu
- Demiryollarının mali durumunun düzeltilmesi

Konsey tarafından belirlenen demiryolu politikası amaçlarından bazılarının, diğer taşımacılık türlerinin sahip olduğu amaçlardan farklı olduğu görülmektedir. Bunlar, demiryollarının finansal durumlarının düzeltilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ve buna bağlı olarak, yönetimlerinin bağımsız bir yapıya kavuşturularak, kombine taşımacılık faaliyetlerinin yaygınlaştırılması olmuştur.

Ayrıca, gerek üye ülkeler arasında, ve gerekse üçüncü ülkelerle olan ticarete malların daha verimli bir şekilde taşınabilmesi, bunun sonucunda da maliyetlerin düşürülmesi amacıyla yaygınlaştırılan kombine taşımacılık, bugün topluluk genelinde önemli bir paya sahiptir. Kara, demir ve iç su yollarının yaygın biçimde entegre edilmesi ile ortaya çıkan bu taşımacılık türü, çevresel yapının gelişimine katkıda bulunduğu gibi, şehir dışı alanlarda terminaller ve değişim alanlarının kurulmasına imkan vererek şehirciliğin gelişimine de katkıda bulunmaktadır.

2.3.1.1.3. İçsuyolu taşımacılığı

"AT ülkelerinin hepsinde geçerliliği olmayan bu taşımacılık türü, kanal ve ırmak filolarına sahip olan Belçika, Almanya, Fransa ve Hollanda'da dikkate değer bir role sahiptir. Mevcut Avrupa su yolu

kapasitesinden yeterince yararlanılmaktadır. İsuyolları, özellikle uzun mesafe konteyner taşımacılığı için çok uygun bir ortam yaratmaktadır."³⁰¹

2.3.1.2. Türkiye'de kara taşımacılığı

2.3.1.2.1.Karayolu taşımacılığı

"1959 yılı başında Cenevre'de imzalanan TIR sözleşmesine daha sonra, 1965 yılında katılan ülkemizde, o zamana kadar bir uluslararası karayolu taşımacılığının varlığından bahsetmek mümkün değildir. 1967 yılında 130 araçtan oluşan kara taşımacılığı filosu, 1982-86 yılları arasında uygulanan teşvik tedbirleri ve yine aynı yıllarda sağlanan bedelsiz ithalat yoluyla, 18.000 çekici ve 240.000 kamyonu ulaşarak bölgesinde söz sahibi olmuştur. Sektörün 1980 yılından 1987 ye kadar ülkeye sağladığı döviz miktarı, 4.3 milyar Dolardır. Türkiye'de yolcu taşımacılığının %94.1, yük taşımacılığının ise %80 civarında bir bölümü karayolu ile yapılmaktadır. Türkiye karayolu ağının uzunluğu, AT ortalamasının üzerinde olmasına rağmen, sadece %30 luk bir bölümü AT standartlarına uygundur. Otoyol uzunluğu ise AT ortalamasının çok altındadır."³⁰² Ayrıca, karayolu taşımacılığında kullanılan yetersiz kapasiteli ve geri teknoloji ürünü kamyonlar, gerekli eğitimden yoksun sürücüleri ile önemli zaman ve kaynak israfına sebep oldukları gibi, can ve mal güvenliği açısından büyük tehlikeler de yaratmaktadırlar. Yol, eğitim ve ekipman eksikliği, denetim mekanizmasının zayıflığı ile birleşince, bu tablo kamılmaz olmaktadır. Karayolu taşımalarının disipline edilebilmesi ve daha güvenilir hale getirilebilmesi için, Ulaştırma Bakanlığınca hazırlanan Taşıma kanunu tasarısının bir an önce kanunlaşması zorunlu hale gelmiştir.

80 li yıllarda, karayolu taşımacılığının Avrupa hattından yurda önemli miktarda döviz girdisi sağlanırken, giderek sektörel bir korumacılığa dönüşen vize uygulamaları yüzünden, 90lı yıllarda döviz girişi azalmıştır. Ayrıca, kota uygulamaları yüzünden, Türk araçları en kısa taşıma güzergahlarından uzaklaşarak, yüklerini dolaylı yollardan ve gecikmeli olarak tüketim merkezlerine ulaştırabilmektedirler. Teşvik döneminde ucuz fiyatla yurda sokulan eski model taşıyıcı araçlar, artık AT pazarının dışına

³⁰¹ AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:32

³⁰² AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:34-36

İtilmiştir. Türkiye'nin elinde bulunan bu filonun yenilenecek tekrar rekabete katılması oldukça pahalı ve güç bir girişim olacaktır.

Uluslararası karayolu taşımacılığında, AT tarafından yürürlüğe konulan teknik standartlar ve sosyal mevzuata uyumda güçlük çekilmektedir. Türk TIR filosunun 10 olan ortalama yaşı, büyük bir handikap teşkil etmektedir. Ayrıca, Türk taşımacılık pazarına girişi denetleyecek bir mekanizma olmadığından, isteyen dilediği gibi hizmet verebilmekte, bu durum da kaliteyi bir hayli düşürmektedir. Taşıtların kontrolsüz olarak aşırı yüklenmesi de, can ve mal güvenliği için büyük riskler getirdiği gibi, yolların bakım ve onarım masraflarını fazlasıyla arttırmaktadır."³⁰³ Diğer taraftan, AT mevzuatı içinde yer almamakla beraber, tüm AT üyesi ülkeler ile diğer Avrupa ülkelerinin taraf olduğu CMR sözleşmesi (uluslararası eşya taşıma sözleşmesi) karayoluyla eşya taşımalarında malın uğradığı zarar, kayıp ve gecikmelerden doğacak anlaşmazlıkları ve gönderici-taşıyıcı-alıcı arasındaki ilişkileri tek bir mevzuat çerçevesinde çözümlenmeye yöneliktir." BM bünyesinde hazırlanan 1956 tarihli bu sözleşmeye Türkiye taraf değildir. Avrupa ülkelerinde gerek teknik eleman ve gerekse şöforlere verilen ücretler Türkiye'ye oranla daha yüksektir. Bu da Türkiye açısından avantaj teşkil etmektedir. Fakat taşımacılıkta, özellikle Avrupa ülkeleri ile rekabet halinde yapılan taşımacılıkta, navlunların seviyesi kadar, taşımadaki güven sürat ve yeterlilik de önemlidir. Bu unsurların yokluğunda, navlun avantajı da önemini yitirmektedir.

2.3.1.2.2. Demiryolu taşımacılığı

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ulaştırma içinde öncelikli bir yere sahip olan demiryolları, 1950li yıllara kadar gelişimini sürdürmüştür. Planlı döneme geçildiğinde ise, temel ilke olarak hızlı, güvenli ve ekonomik taşımacılığın hedef alınmasına rağmen karayolu taşımacılığı ön plana çıkmış, Türk demiryolları, çağdaş sistem içinde yerini alamamıştır. Karayolları ile demiryolları arasındaki finans dengesizliği günümüzde de devam etmektedir. Bu yüzden gelişen teknolojiye uyum sağlanamamıştır. Ulaştırma en önemli rekabet etkeni hız faktörüdür. "Oysa Türk hatlarında lokomotiflerin hızı çoğu

³⁰³Bu konuda bkz. ARKAN, Sabih "Karayolu ile eşya taşınmasına ilişkin uluslararası sözleşmenin uygulanma koşulları ve taşıyıcının sorumluluğunu düzenleyen hükümler." BATİDER 1979 C:10, Sayı:2 S:379-414
Ayrıca bkz. ARKAN, Sabih "Ziyan nedeniyle ödenecek tazminatın belirlenmesinde esas alınan değer ve iadesi gereken masraflar (CIM ve CMR açısından bir inceleme)" BATİDER 1988 C:14, Sayı:2, S:27-38

zaman 10-20 kilometreye düşmektedir. TCDD hatlarında işleyen en hızlı trenle 8 saatte alınan mesafe, AT'nda normal trenle 4, hızlı trenle ise 2 saatte alınabilmektedir. Bu duruma yol açan sebepler, toplam rayların %54 ünün teknik ömrünü tamamlamış olması, sinyalizasyon ve teknik donanım yetersizliği ve demiryolu ağının tamamına yakın bölümünde gidiş gelişin aynı hat üzerinde olması şeklinde sıralanabilir."³⁰⁴

Türk demiryolu hatlarının uzunluğu, 8429 km'si ana hatlar olmak üzere toplam 10.389 km'dir. Bu da 100 km² ye düşen demiryolu uzunluğunun yaklaşık 1.07 km olduğunu göstermektedir ki bu rakam AT ülkelerine göre çok düşüktür. Belçika 12.59, Danimarka 5.68, Almanya 11.27, Yunanistan 1.87, İrlanda 2.76, İtalya 5.36, Lüksemburg 10.44. Ayrıca Türk demiryolları geometrik ve fiziki standartlar bakımından çok geri bir teknolojik yapıyı muhafaza etmektedir. Örneğin Almanya'da çift hatların uzunluğu toplam hatların yarısından fazla olduğu halde, bu oran ülkemizde sadece %2.5 tir.

Diğer taraftan, AT'nda demiryolları ile karayolları aynı teknolojik düzeyde olmasına rağmen, Türk demiryolları karayollarının çok gerisindedir. Bu durum, kombine taşımacılığın gelişmemesine de yol açmakta, demiryolu ile yapılabilecek yük taşımacılığı karayoluna kaymaktadır.

2.3.1.2.3. Hukuki karşılaştırma

"Kara ulaştırması alanında hukuki düzenlemeler AT'nda 6 protokol, 67 tüzük, 43 direktif, 59 karar, 1 kural, 1 sözleşme ve 9 anlaşmadan oluşurken, Türk mevzuatı ise 23 madde ile düzenlenmiştir. Bu düzenlemeler arasında fiziksel dağıtımı doğrudan ilgilendiren bölümler şöyle sıralanmaktadır;"³⁰⁵.

14 Kasım 1976 tarihinde Cenevre'de imzalanan TIR sözleşmesi hükümleri çerçevesinde, uluslararası eşya taşımacılığı ile ilgili gümrük sözleşmesince düzenlenen örnek TIR karnelerinin daha ileri düzeyde kullanımı ve teknik eklerinin daha iyi uygulanması hakkında 3237/76/AET sayılı konsey tüzüğü ile, bu tüzüğü tadil eden 19 Ekim 1981 tarihli 3020/81/AET sayılı konsey tüzüğü gereğince basitleştirilen

³⁰⁴ AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:35

³⁰⁵ AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:41

önlemlerin mümkün olan en kısa zamanda uygulanması için sözleşme eklerinin yürürlüğe konma tarihleri belirlenmektedir."³⁰⁶ Mukabili Türk mevzuatında bulunmamaktadır.

Yük taşımacılığı açısından ülkemizde sınır geçişleri, yüklerin sınır kontrollerinin uyumlu hale getirilmesine ilişkin uluslararası sözleşme çerçevesinde yapılmaktadır. Bu itibarla sınırlarımızda yalnızca bitki, canlı hayvan ve hayvan kökenli eşya taşımalarında veteriner sağlık kontrolü yapılmaktadır. Diğer eşyalar için herhangi bir gümrük kontrolü söz konusu olmamaktadır. Ancak AT ülkelerinin bir kısmında ise sınır geçişlerinde tüm eşyaların kontrolü yapılmaktadır.

141 sayılı konsey tüzüğü AET'nu kuran antlaşmada belirtilen rekabet kurallarının uygulanmasını sağlamak amacıyla çıkartılan 6 Şubat 1962 tarih ve 17 sayılı tüzüğün, ekonominin diğer sektörlerinden farklı rekabet kurallarını gerektiren ulaştırma sektöründe uygulanmamasını öngörmektedir.

Buna göre 17 sayılı tüzük, ulaştırma sektöründe taşımacılık ücret ve şartlarının tesbit edilmesi, taşıma hizmetlerinin sınırlandırılması veya kontrolü ile taşımacılık piyasalarının paylaşılmasını amaçlayan anlaşma, karar ve ortaklaşa uygulamalara ve yine kurucu antlaşmanın 86. maddesinde belirtilen, piyasaya hakim bir durumun suistimal edildiği hallere uygulanmayacaktır. Ancak konsey, ortak ulaştırma politikası çerçevesinde alınabilecek tedbirleri dikkate alarak, demiryolu, karayolu ve içsuyolu taşımacılığı alanında rekabet kurallarının uygulanması için uygun hükümleri kararlaştıracaktır.

Ulaştırma sektörü, sosyal yönü ve kamu hizmeti kavramına giren niteliklerinden ötürü, topluluğun rekabetle ilgili hükümlerinin, bu sektörde diğerlerinden farklı biçimde uygulanmasını gerektirmiştir. "AT komisyonu, hemen, hemen tüm alanları içeren ve aynı zamanda hem ulaşım talebinde daha fazla serbestliğin sağlanması gerektiğini, hem de bu fazla serbestliğin rekabet üzerindeki olumsuz etkilerini önlemek gerektiğini göz önünde tutan bir öneri paketi hazırlamıştır."³⁰⁷ Buna göre, amaçları sadece taşımacılığın kalitesini yükseltmek, taşıma piyasalarında istikrar sağlamak, girişimlerin verimliliğini arttırmak ve teknik veya ekonomik ilerleme sağlamak olan her türlü kurumlar arası anlaşma, karar ve

³⁰⁶Konu ile ilgili olarak bkz. TIR SERİSİ NO:13 "TIR sözleşmesi" Gümrük ve Tekel Bakanlığı Ankara 1977

³⁰⁷ABİZANDA, Pena "Ulaşım, Avrupa tek pazarının dinamik dayanağı" Avrupa tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV yayını No:55 İstanbul 1988 32

uygulamalar 17 sayılı tüzüğün hükümlerinden muaf tutulmuştur. Devletin, ulaştırma sektörünün piyasa koşullarına göre işlemlerini sağlamak üzere, gerekli tedbirleri almasını öngören benzer girişimler, 9 Nisan 1987 tarihli ve 3348 sayılı "Ulaştırma bakanlığının teşkilat ve görevleri hakkındaki kanunda yer almaktadır.

Diğer taraftan, 24 Ocak kararları doğrultusunda, devletin taşımacılık sektörüne doğrudan müdahalesi azaltılmış, piyasa ekonomisinin işlemesi ve fiyatların daha ziyade firmalar arası rekabetle belirlenmesi esası benimsenmiştir.

1629/69/AET sayılı komisyon tüzüğü, rekabeti sınırlayıcı uygulamalar ve piyasaya hakim durumların suistimali ile ilgili şikayetlerin, yasakların uygulanmayacağı durumlarının değerlendirilmesinin ve taşımacılık piyasasının yapısından kaynaklanan düzensizliklerin azaltılmasını amaçlayan anlaşmaların, komisyon tarafından düzenlenmesini öngörmektedir.

Ayrıca, 8 Ağustos 1969 tarihli ve 1630/69/AET sayılı tüzük ile, komisyonun rekabet kuralları ile ilgili karar vermeden önce kuruluşların da dinlenmesine imkan tanıyan oturumlar düzenlemesi öngörülmüştür.

"Türk mevzuatında ise, demiryolu ve karayolu taşımacılığı alanında taşıma ücret ve koşullarının tesbit edilmesini, hizmet arzının sınırlandırılmasını, taşımacılık pazarının paylaşılmasını engelleyici düzenlemeler mevcut değildir. Bu sektörler, Anayasa ve kanunlar düzeyinde, haksız rekabeti önleyici genel hükümlere tabidir."³⁰⁸

Ülkemizde de, AT'nda olduğu gibi, karayolu taşımacılığı yapan firmaların üye olduğu dernek ve birlikler mevcuttur. TOBB'ne kayıtlı Uluslararası nakliyeciler derneği de aralarında olmak üzere, karayolu yolcu taşımacılığı konusunda üç, yük taşımacılığı konusunda ise bir dernek bulunmaktadır. Uygulamada bu kuruluşlar ile, gerçek ve tüzel kişiler şikayet başvurularını ilgili bakanlık ve kuruluşlara yapmaktadırlar. Ancak, şikayet başvuruları konsey tüzüğünde öngörülen biçimde bir sistematiğe veya önceden hazırlanmış bir forma göre yapılmayıp, şikayet dilekçesiyle yapılmaktadır.

³⁰⁸AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:229

Karayolu taşımacılığı yapan bazı sürücülerin minimum eğitim düzeyleri hakkında 16 Aralık 1976 tarih ve 76/914/AET sayılı Avrupa konseyi direktifi, uluslararası karayolu taşımacılığında ağırlığı 7.5 tondan fazla olan taşıtları kullanan sürücülerin, üye devletlerce mesleki eğitime tabi tutulmaları ve bunu kanıtlayan belge sahibi olmaları yükümlülüğünü getirmektedir.

"Türk mevzuatında 10 Şubat 1988 tarih ve 19721 sayılı resmi gazetede yayımlanan "Karayoluyla uluslararası yolcu ve eşya taşımaları hakkında yönetmeliğin bazı maddelerinin değiştirilmesi, iki ek ve iki geçici madde eklenmesine dair yönetmelik" ile aynı yönde düzenlemeler getirilmiştir. Buna göre Uluslararası taşımacılar derneğinin açacağı kurslardan sertifika almayan sürücülerin, yurtdışına taşımacılık yapamayacağı belirtilmektedir. Kursa ilişkin esaslar, Ulaştırma bakanlığınca onaylanmaktadır."³⁰⁹

Her yıl 30 Kasımdan önce yeniden dağıtımı yapılan topluluk kotası çerçevesinde, üye ülkelerce taşımacılara tahsis edilen izin belgeleri, topluluğun tüm sınırları içinde karayoluyla eşya taşımaya ve tüm topluluk topraklarında seyahat yapmaya imkan vermektedir. Topluluk kotası, 16.Aralık.1976 tarih ve 3164/76/AET sayılı AT Konseyi tüzüğü ile yürürlüğe girmiş olup, ilave 14 madde ile yeni düzenlemeler getirilmiştir. "Tüzüğün amacı, ortak bir ulaştırma pazarının gerçekleştirilmesine katkıda bulunacak nitelikte ortak kurallar oluşturmak, yetki belgeleri kapasitesinin daha yoğun ve akılcı kullanımını sağlamak, yetki belgesi verme rejimini zaman içindeki gelişmelere göre uyarlamak, tüm taşıyıcıların ulusal ayrımcılık gözetilmeden, eşitlik esasına göre pazara girmesini teşvik etmek ve Topluluk izin belgeleri kullanımının takibi amacıyla bu belge sahiplerinin, yetkili makamlara gerekli bilgileri vermelerini sağlamaktır."³¹⁰

Böyle bir düzenlemenin, Türk mevzuatında karşılığı doğal olarak bulunmamakla birlikte, Türkiye, uluslararası taşıma pazarına girişleri ikili anlaşmalarla düzenlemektedir. Dokuzu AT üyesi ülke olmak üzere, toplam 29 ülke ile anlaşma yapılmıştır. Bu anlaşmalarda, izin belgeleri ile ilgili hükümler de yer almaktadır. Bu belgeler, topluluk düzenlemelerinde verilen hakları aynen sağlamaktadır.

³⁰⁹AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:258

³¹⁰AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) a.g.e. S:124

Türk taşımacılarının bu belgelerle topluluk pazarına girmeye devam etmeleri mümkün olmakla beraber, Türkiye ile AT arasında ikili, transit ve üçüncü ülkelere yönelik taşımaları düzenleyen anlaşmaların işlerliğinin süreklilik derecesi ve topluluğun Türkiye'ye karşı bu konuda nasıl bir politika izleyeceği soruları henüz cevapsızdır.

28 Haziran 1978 tarih ve 78/624/AET sayılı komisyon tavsiyesi karayolu taşıma araçlarının yükleme ve boşaltma esnasında, gümrüklerde, sınır geçiş noktalarında ve sefer halindeyken harcadıkları bekleme zamanının taşıma fiyatlarına yaptığı etkiye dikkat çekmekte ve fiyatların saptanmasında malın ağırlığı, ağırlık sınıfı, taşıma mesafesi ve mal sınıfı faktörlerin gözönünde bulundurulmasını tavsiye etmektedir.

Yine aynı konuda çıkarılan 3568/83/AET sayılı Avrupa konseyi tüzüğü, üye devletler arasındaki karayolu eşya taşımacılığında ücretlerin belirlenmesine ilişkindir. Buna göre, taşıma fiyatlarının oluşturulacak genel ya da özel referans tarifelere bağlı olarak saptanıp, üye devletlerce onaylanmasını öngörmektedir.

17 nisan 1987 tarih ve 19434 sayılı resmi gazetede yayınlanan "Ulaştırma Bakanlığının Teşkilatı ve görevleri hakkında kanun" ile, ulaştırma hizmetleri karşılığında alınacak ücretleri, ilgili kanunların hükümleri dahilinde hizmetin niteliğine ve ülkenin ekonomik şartlarına göre düzenleme, uygulanacak ücret tarifelerinden lüzum görülenleri onaylama ve bunların uygulanmasını takip etme görevi Ulaştırma bakanlığına verilmiştir. İki mevzuat arasında onay ve onay mercii açısından bir benzerlik bulunmaktadır.

"Ancak, son yıllarda ülkemizde, fiyatların piyasada serbestçe oluşması ve doğrudan değil, dolaylı olarak etkilenmeleri ilkelerine ağırlık verilmiştir. Bu çerçevede, karayoluyla uluslararası eşya taşımacılığı yapan Türk firmaları, taşıma ücretlerini kendileri belirlemektedirler. Bu durumunda, AT'nun uzun dönemdeki amacı ile uyum sağladığı söylenebilir."³¹¹

AT mevzuatı başlıklı bölümde kapsamı verilen 75/130/AET sayılı Avrupa konseyi direktifi, üye devletler arasında belirli tipte kombine karayolu/demiryolu eşya taşımacılığı için ortak kurallar belirlemektedir. Bu direktifi değiştiren 124/2, 24/3, 24/4, 124/5 mevzuat numaralı direktifler ise, uzun

³¹¹Bu konuda bkz. TÜSİAD T/88.12.121 s:25-30

mesafeler için sağladığı ekonomik avantajlar ve karayolu trafik güvenliğine ve çevre korumasına yaptığı katkılar nedeniyle, bu taşımacılık türünün tercih edilmesi, yaygınlaştırılması ve idari kısıtlamalardan kurtarılması yönünde ek önlemler getirmektedir.

Günümüzdeki çalışmalara bakıldığında, uluslararası taşıma pazarında demiryolu taşıma payının artırılması ve taşıma maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla, AT komisyonu, Avrupa demiryolları birliği ve Inter Container şirketlerinin, bugün yapılan kombine taşımacılığın 2005 yılında üç katına çıkarılması yönünde ortak bir çaba içinde buldukları görülmektedir.

"Burada kombine taşımacılık kavramlarına kısaca değinmek ve başlıca iki türde ele almak uygun olacaktır:

- Demiryolu/karayolu veya denizyolu/demiryolu şeklinde yapılan ve birbirini izleyen taşımalar
- Gerçek kombine taşımacılık kavramına giren "Ferroutage" adı verilen yöntem:

Bu yöntemde, "Chausse Roulante" adlı özel küçük tekerlekli ve alçak platform vagonlar, karayolu araçlarının çekici ve römorkları ile taşınır. Bunun için, "Kanguru sistemi" adı verilen cepli vagonlar üretilmiştir. özel tip vagonlar, hareketli kasaların demiryolu ve denizyolu ile taşınmasını da sağlar.

Bu tür taşımaların gerçekleşmesi için özel tip vagonların üretilmesi gerekmektedir. Ayrıca son zamanlarda üzerinde çalışılan ve Avrupa demiryollarınca da benimsenen "Roadrailer" ve "Kombitrailer" olarak adlandırılan kamyon römorkörlerinin, sadece demiryolu vagonlarının bujilerine bağlanmak suretiyle, vagon kullanılmadan, taşınması gerçekleştirilmektedir.³¹²

Kombine taşımacılık, Türkiye'de demiryolu/karayolu veya denizyolu/karayolu biçimi ile gerçekleştirilmektedir. Ancak AT konsey direktifinde yer alan esalara karşılık olabilecek bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Bununla beraber, direktifteki amaçlara paralel hedefler, 6. beş yıllık kalkınma planında demiryolu ilke ve politikaları açıklanırken, "kombine taşımacılık ve konteyner kullanımı gibi alanlarda hızlı ve güvenli bir taşımacılığa geçiş için gerekli düzenlemeler yapılacaktır" ifadesi ile vurgulanmaktadır.

³¹²AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) S:288

2.3.1.2. Deniz taşımacılığı

"AT, üçüncü ülkelerle arasındaki ticaret bakımından dünyanın en büyük bloğunu oluşturmaktadır. Bu ticaretin %90 lık kısmı da denizyolu ile gerçekleştirilmektedir. Bu bakımdan, topluluk karar organları, deniz ticareti üzerinde hassasiyetle durmaktadırlar. Diğer taraftan, ilk genişlemeyle (1973) birer ada ülkesi olan Birleşik Krallık ile İrlanda'nın topluluğa katılması, ardından da, oldukça zengin bir filoya sahip olan Yunanistan'ın 1986 da topluluk üyesi sıfatını kazanması, bu sektörün önemini daha da arttırmıştır. Dolayısıyla, bu alanı düzenleme çalışmaları yoğunlaşmıştır."³¹³

Özellikle deniz taşımacılığında rekabetin gelişmesi ve serbest piyasa mekanizmasının işlemesine yönelik tedbirler üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Türk mevzuatı bu konuda genel olarak, AT mevzuatı ile uyumlu olmasına rağmen, topluluk rekabet kurallarına aykırı bazı düzenlemeler, Türk mevzuatında yer almaktadır. Türk bayraklı gemilerle yapılacak ihracatın arttırılmasını amaçlayan, 19 Temmuz 1984 tarihli ve 152 sayılı Ekonomik İşler Yüksek Koordinasyon Kurulu kararında, kamu kuruluşlarına ait ithal malların öncelikle Türk bayraklı gemilerle taşınmasını sağlamak için, en düşük teklifi veren yabancı bayraklı gemilerden %10 fazla navlun verseler dahi, taşımacılığın kamu ve özel sektöre ait Türk bayraklı gemilerle yaptırılması öngörülmüştür. Öte yandan, kararın Roma antlaşması'nın 7. maddesine atıfta bulunması dolayısıyla, diğer ayrımcı uygulamalardan da söz edilebilir. 7. madde ile, milliyet esasına dayalı tüm ayrımcı uygulamalar yasaklanmıştır. Bu açıdan, liman hizmetleri tarifesinin yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Zira bu tarifenin temel özelliklerinden bir tanesi, her ücret kategorisinde, Türk ve yabancı bayraklı gemiler için fark gözetilmiş olmasıdır.

Denizyolu ile kargo taşımacılığı alanında bazı üçüncü ülkelerin faaliyetleri ile ilgili, 19 Eylül 1978 tarih ve 78/774/AET sayılı konsey kararı; Uluslararası deniz taşımacılığında rekabet kurallarına ve üye devletlerin deniz taşımacılığı menfaatlerine zararlı faaliyetlerde bulunan üçüncü ülkeler deniz filoları hakkında, her üye devletin bilgi toplayacağı bir sistemin oluşturması esasını getirmektedir. Ayrıca, hakkında bilgi toplanan üçüncü ülke veya ülke grubuna karşı, üye devletlerin kendi ulusal mevzuatlarının

³¹³Bu konuda geniş bilgi için bkz. VERNICOS, Nicos "Deniz taşımacılığı" Avrupa tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV yayını No:55 S:62-70

bir bölümünü oluşturan karşı önlemlerin müştereken uygulanması konusunda, Avrupa konseyi karar verebilecektir.

Buna karşılık bir düzenleme, Türk mevzuatında bulunmamaktadır. Türk deniz ticaret filosunun, toplam ulusal deniz yük hacminin sadece %35 ini taşıyacak kapasitede olması, ve topluluk pazarında rekabet şansının olmaması nedeniyle, üçüncü ülkelerin zararlı rekabetini önleyici bir düzenleme getirilmemiştir.

"Üye devletler arasında ve üye devletlerle üçüncü ülkeler arasında, denizyolu taşımalarında hizmetlerin serbest sunumu ilkesinin uygulanmasına dair 4055/86/AET sayılı konsey tüzüğü, taşıma pazarına serbest girişi sağlama yönünde, esas olarak ulusal bandıralı gemiler için kısmi ya da toptan rezervasyonların yapıldığı yük taşımalarında uygulanan tek taraflı ulusal uygulamaların kaldırılmasına yöneliktir."³¹⁴ Bu tür kısıtlamalar, 1 Ocak 1993 tarihine kadar elimine edilmiştir. Bu durumda, Türkiye'nin gümrük birliği ya da topluluğa üyeliği durumunda, 152 sayılı Ekonomik işler yüksek koordinasyon kurulu kararı tüzüğe aykırı olacaktır.

Tüzüğün 3, 4 ve 5. maddeleri Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir. Bu maddelere göre, üye devletlerin üçüncü ülkelerle aralarında mevcut ve kargo paylaşımını içeren ikili anlaşmaların kaldırılması ya da uyarlanması öngörülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'nin AT ülkeleriyle yapmış olduğu ikili anlaşmaların bu çerçevede ele alınması gerekmektedir.

4. maddeye göre, uyarlama, BM davranış koduyla düzenlenen taşımalar için kod hükümleri bağlamında, diğer taşımalar için hakkaniyet, serbestlik ve ayırım yapmama ilkeleri bağlamında gerçekleştirilecektir. Buradan hareketle, Türk taşımacılarının, gümrük birliği aşamasından sonra, tümüyle topluluk rekabet kuralları çerçevesinde hareket etmeleri gereği ortaya çıkmaktadır.

Hem topluluk içi hem de uluslararası yük taşımacılığındaki büyük payı itibarıyla, ulaştırma sektörü içinde özel bir konuma sahip olan deniz taşımacılığı ile ilgili olarak, AT ülkelerinin ortak bir denizcilik politikası saptamaları oldukça zor olmuştur.

³¹⁴VERNICOS a.g.e. S:69

22 Aralık 1986 da AT bakanlar konseyi, topluluğun ortak denizcilik politikasının temellerini oluşturan dört ayrı tüzüğü kabul etmiştir. Bu düzenlemelerin kaynağı, komisyonun AT konseyine ilk kez 1985 de sunduğu ve ortak deniz taşımacılığını düzenleyen Memorandum'dur. "Bu düzenlemenin temel sebebi, topluluk deniz ticaret filosunun son yıllarda önemli tonaj kaybına uğramasıdır. 1975 de dünya tonajının yaklaşık %30 unu oluşturan AT filosu, 1987 den sonra %20 nin altına düşmüştür. Bu gerilemede, dünya denizciliğini etkileyen krizin rolü olduğu kadar, özellikle üçüncü dünya ülkelerinin korumacı ve bayrak ayrımcı politikaları ile doğu bloku ülkelerinin devlet sübvansiyonlu politikaları etkili olmuştur."³¹⁵ Böylece AT ülkelerinin mukayeseli üstünlüklerinin yok olması ile ortak bir politika gündeme gelmiştir.

AT denizcilik politikasında temel ilke, korumacı olmayan, liberal bir politikanın tüm üye ülkelere uygulanması ve deniz ticaretinde geniş bir serbest rekabet ortamının yaratılmasıdır. Nihai hedef ise, AT bayraklı bir filo kurulması ve etkinliğinin sağlanmasıdır. Böyle bir filo, sağlayacağı stratejik avantajların yanısıra, döviz kazandırma, deniz ve karada sağlayacağı istihdam imkanları, topluluk gemi inşa sektörüne talep yaratma, hizmet ve finans kuruluşlarına iş sahası açma gibi bir çok faydayı da beraberinde getirecektir.

Düzenlemelerde, üçüncü ülkelerin sınırlayıcı uygulamalarına veya yabancı armatörlerin haksız rekabetine karşı, topluluk armatörlerini koruyucu mekanizmalara ve gerektiğinde karşı tedbir almalarını mümkün kılan hükümlere yer verilmiştir.

"Bugün ülkemizin dış ticaretinde taşımaların %85 i denizyolu ile gerçekleştirilmekte, bu da ticaret filomuzun durumunu önemli kılmaktadır.

Deniz ticaret odası kayıtlarına göre, 5.245.739 DWT ve 821 gemi ile dünya ticaret filoları arasında 24. sırada yer alan Türk deniz ticaret filosunun, yaş ortalaması 18'in üzerinde olan yaşlı gemilerden oluşması, ülkemizin dünya ticareti ile rekabet şansını azaltan en önemli nedenlerden bir tanesidir. Yurt dışında pek çok ülkenin, deniz kirliliğine yol açtığı gerekçesiyle yaşlı gemileri limanlarına sokmak istememesi ve

³¹⁵VERNICOS a.g.e. S:63

taşıdıkları risk yüzünden bunlara ek prim uygulaması nedeniyle, bu gemiler ancak çok ucuza mal taşıyabilmekte ve daha yüksek sigorta primi ödemektedirler.

Filomuz, 1980-85 arasında hızlı bir gelişme gösterebilmiş, 1985 den itibaren ise tonaj kaybetmeye başlayarak %10 oranında küçülmüştür. Deniz ticaret filomuzda özel sektör, tonaj olarak %80 civarında bir paya sahiptir. Toplam filo tonajının %82 si yurtdışında inşa edilmiş gemilerden oluşmaktadır.

1988 yılından sonra deniz ticaretinde, geçmiş yıllara oranla bir canlanma olmasına rağmen, yük taşımacılığında ciddi bir artış gözlenmemiştir. Bu durum, gemi inşaa sanayiindeki üretimi tonaj ve adet olarak sınırladığı gibi, azalan üretim, tonaj başına düşen maliyetleri de arttırmıştır. Gemi üretimini sınırlayan önemli faktörlerden bir tanesi de, gemi inşa ve onarım sanayinde kullanılan girdilerin yeterli miktarda ve zamanında sağlanamamasıdır."³¹⁶

Uluslararası ticaretin yeni ihtiyaçları ve gelişen rekabetçi ortam, limanların ülke ekonomilerindeki yerini daha önemli kılmış, limanların geleneksel görünümünün değişmesiyle, her bir liman dünya ticaret ve ulaştırma sisteminde aktif ve öncü bir role sahip olma yarışına girmiştir. Bu gelişmeler ışığında ülkemizde, transit limanlar başta olmak üzere mevcut limanlarımızın iyileştirilmesine önem verilerek bunların modernizasyonu, kapasite arttırımı ve islahı için kısa ve uzun vadeli planlama yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Limanlarımızda özellikle yanıcı eşya ve soğuk hava antrepolarının yetersiz olması, günümüz şartları itibarı ile önemli bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa daha modern antrepolar yapılması ile, transit yüklerden çok daha fazla gelir elde etmek mümkündür.

Bir diğer önemli eksiklik de, limanlarımızda malların ölçü, tartı ve ambalajının kontrol edilmesi hizmetlerini (Tally hizmetleri) veren ciddi bir kuruluş bulunmamasıdır. Pek çok Avrupa ülkesinde yeminli Tally firmaları, limanlarda armatörlere ücret karşılığı hizmet vermekte, yazdıkları raporlar gerektiğinde mahkemelerde kanıt olarak kullanılmaktadır.

³¹⁶AT KOORDİNASYON KURULU (Ulaştırma) S:383

"Konteyner taşımacılığı alanında da bazı konularda yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir."³¹⁷ Mesela, Türkiye'de sadece liman sınırları içinde konteynerlere yükleme ve boşaltma yapılabilmesi, terminallerde büyük bir sıkışıklık ve zaman kaybına sebep olmaktadır. Böylece çağdaş dağıtımın gereği olan, kapıdan kapıya taşımacılık hizmetleri imkansız hale gelmektedir.

2.3.1.3. Hava taşımacılığı

Topluluk içi yük taşımacılığında havayolunun çok önemsiz bir yere (% 0.2) sahip olması nedeniyle, ekspres hafif ağırlıkta kargonun, havayoluyla taşınmasını geliştirmek üzere çıkarılan, 81/560/AET sayılı konsey tavsiyesiyle, üye devletlerin ekspres hafif kargonun, halen hizmetteki havayollarıyla taşınmasını kolaylaştırmaları, ve bu sektörde yeni hizmetler sunulmasıyla ilgili başvurulara, pazarın durumunu da gözönüne alarak, önem vermeleri tavsiye edilmektedir.

Ülkemizde de yük taşımacılığında havayolu önemsiz bir yer tutmaktadır. Bu nedenle bazı teşvik uygulamaları da mevcuttur. Örneğin, Para ve kredi kurulunun 24.1.1983 tarihli kararına dayanılarak, ABD ve uzakdoğu ülkelerine yapılan T-shirt, konfeksiyon ve giyim eşyası ihracatında, 3500 km. ve daha uzun mesafeler için, karşılığı "Destekleme ve istikrar fonu"ndan ödenmek üzere %60 indirimle gidilmiştir. Bu açıdan Türkiye, topluluk ile aynı davranış biçimini benimsemiştir. Son yıllarda, özellikle konsolide hava kargo taşımacılığı alanında kayda değer gelişmeler olduğu gözlenmektedir. Bu sistem, taşımacılık şirketlerinin, havayolu şirketlerinden büyük kotalar alarak, miktar indirimi sağlamaları ve bu yolla müşterilerine havayolu taşıma tarifesinin altında fiyat vermeleri esasına dayanmaktadır. Ayrıca gümrük ve teslimat işlemleri de taşıyıcı tarafından yapılmakta ve müşteriler için hızlı ve yeterli bir servis sağlanmaktadır.

³¹⁷Bu konuda bkz. OMAĞ, M.Kemal "Konteynerli taşımalara ilişkin bazı sorunlar" I.Ü. İ.T.İ.A.D. İstanbul 1973 Sayı:2 S:407-437

3. Türkiye-AT mevzuat yaklaştırma çalışmalarının son durumu

Mayıs 1995 itibarı ile, pazarlamayı ilgilendiren alanlarda yapılan mevzuat uyumu çalışmaları oldukça ileri bir düzeye gelmiştir. Gerek talep yaratma, gerekse talebi karşılama fonksiyonlarını ilgilendiren konularda TBMM gündeminde bulunan kanun tasarıları, AT mevzuatı ve Türkiye'nin içinde bulunduğu şartlar gözönüne alınarak hazırlanmıştır. Bazıları kanunlaşmış bulunan bu tasarıların hangi aşamada oldukları aşağıda belirtilmiştir.

FİKRİ VE SİNAİ MÜLKİYET

Patent

- Patent ve faydalı model hk. kanun tasarısı: TBMM plan ve bütçe komisyonu gündeminde
- Türk patent enstitüsü kuruluşu ve görevleri hk. 544 sayılı KHK: 24.06.1994 gün ve 21970 sayılı R.G. de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.
- Patent işbirliği antlaşmasına katılım: TBMM genel kurul gündeminde.
- Paris antlaşması Stockholm metnine (1-12 md.) katılım: 94/5903 sayılı bakanlar kurulu kararı ile 23.09.1994 gün ve 22060 sayılı R.G. de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Markalar

- Kanun tasarısı hazırlama: Tasarıyı hazırlayacak komisyon çalışmalarını sürdürüyor.

Sınai tasarım

- Kanun tasarısı hazırlama: Tasarıyı hazırlayacak komisyon çalışmalarını sürdürüyor.

ÜRETİM FAALİYETİ

Gıda

- Muhtelif gıdalarda mikrobiyolojik sınıflandırma ile ilgili tüzük: Hazırlık aşamasında.

Kozmetik

- Kozmetikler kanunu: 26.02.1994 gün ve 21561 sayılı R.G. de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Standardizasyon

- Deterjanlar konusunda Türk standartlarının AT ile uyumu: 46 adet Türk standardı uygulamaya konulmuştur.

-Motorlu araçların imalat ve prototiplerine yönelik emisyon sınır değerleri: TS 4236 ve TS 5643 no lu TS olarak yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

-Topluluğun EN 45000 ve 29000 üretim standartları: TS-EN 45001, 45003, 45011, 45013, TS-ISO 9001, 9002, 9003, 9004 ve 9006 no lu Türk standartları olarak yürürlüğe girmişlerdir.

-Oyuncakların mekanik özellikleri, yanabilirlikleri, ambalaj ve işaretlenmesi: TS 5217, 5218, 5219 no lu TS olarak yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

-Otomatik olmayan tartı aletleri: Standartların tamamı çalışma programına alınmıştır.

-Elektromanyetik uygunluk alanında: Uyumlu durumdaki TS hariç, tümüyle çalışma programına alınmıştır.

-Dizel motorların prototip ve üretimine yönelik olarak emisyon sınır değerleri hk. TS: TS 10623 no lu olarak yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

FİYATLANDIRMA FAALİYETİ

Rekabet hukuku

-Rekabetin korunması hk. kanun: 13.12.1994 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

TUTUNDURMA FAALİYETİ

Tüketicinin korunması

-Tüketicinin korunması hk. kanun: 8.3.1995 tarih ve 22221 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

DAĞITIM FAALİYETLERİ

Kara ulaştırması

-Uluslararası eşya ve yolcu taşımacılığına ait yönetmelik değişikliği: 20.8.1994 gün ve 21203 sayılı R.G.de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

-Uluslararası eşya taşıma sözleşmesi (CMR): Onay aşamasında

-Taşıma kanunu taslağı: Çalışma Bakanlığı içinde hazırlık çalışmaları yapılmaktadır.

ÖZET VE SONUÇ

Mevcut şartlara göre şekillenmeye ve yönlendirilmeye elverişli bir faaliyetler bütünü olan pazarlama, bu tezin odak noktası olarak ele alınmış, fakat daha geniş kapsamda, tarihi ve ekonomik örgülerin içinde incelenmiştir.

Tezin kavramsal karşılaştırma bölümünde, kapitalist üretim biçiminin yerleşik düzene geçen toplumlar tarafından geliştirilmesi ve batı Avrupa'da en etkili biçimini alarak, orta sınıf insanının girişimciliğini başlatması incelenmiştir. Aynı şekilde batı pazarlaması da, batı kapitalizminin bütünleyicisi olarak gelişmiş ve etkinliği artmıştır. Üretim ve ticaret teknikleri, 14. yüzyıldan itibaren gelişerek, büyük bir bilgi ve beceri birikiminin oluşmasına yol açmışlardır. Bu birikim, batı Avrupa dışındaki ülkelere de yayılarak, farklı kültürlerde farklı gelişme yolları bulmuş, ancak, ana hatları ile her zaman aynı kalmıştır. Yerleşik düzene geçtikleri halde kapitalist üretim tarzını oldukça geç bir zamanda benimseyen Türk'ler, kapitalizm ve pazarlama felsefesini adapte ederlerken, kültürel yapılarına uzak kalan "ferdi kapitalizm" modelini benimsemişlerdir. Oysa, Türk'lerin tarihi ve kültürel birikimlerine daha yakın değerlere sahip olan bazı ülkeler, literatürde "cemaatçi kapitalizm" adı verilen bir başka yöntem geliştirerek, batı Avrupa'nın birikimini daha kolay özümseyebilmişlerdir.

Türkiye, üretim ve ticaret yöntemlerinde kapitalizmin gerektirdiği değişiklikleri yaparken, diğer yandan, ferdi kapitalizmin gerektirdiği, önemli bazı kültürel değişimleri de yaşamaktadır. Başka faktörlerin yanısıra, özellikle bu nedenle, Türkiye'de kapitalizmin gelişme hızı, benzeri olan diğer ülkelere göre düşük kalmıştır.

Bir ülkede yapılan ticaretin kapasitesi, o ülkenin mevcut kaynakları ve/veya üretim gücü ile bağlantılıdır. Bütün ekonomik gücünü ticaretten alan ülkeler de vardır. Fenike ve Antik Yunan kültürleri, aracı tüccarlığın nasıl güç ve refah yaratabildiğini bütün dünyaya göstermişlerdir. Yakın zamanın Beyrut'u da aynı zihniyetin bir ürünüdür. Japonya ise, ticaret kapasitesini üretim gücüne bağlamıştır. Arap ülkelerinde, ticaret kapasitesi doğal kaynakların miktarı ile belirlenmektedir. Ticaretin niteliği ise, bir ülkedeki mevcut kültürün biçimleyici özelliklerine bağlı olarak değişmektedir. Girişimcilik ruhunun kamçilandığı ve özel mülkiyetin yaygınlaştığı ülkelerde, ticaret tekniklerinde, yani pazarlamada

hızlı gelişmelerin olduğu gözlenmektedir. Zira karlılık, pazarlama fonksiyonlarının etkinliği doğrultusunda artmaktadır. Kapitalizmin gelişmesi, mutlaka pazarlamanın da gelişmesine yol açacaktır. Bazı durumlarda da, ileri pazarlama tekniklerinin bir kuruluşa veya topluma enjekte edilmesi, eğer gerekli altyapı mevcutsa, kapitalist anlamda bir ilerlemeye de sebep olabilir. Ancak bu ilerlemenin, aracı/tüccar kar güdülerini kamçılması veya üretim gücünde bir artışa dönüşmesi tamamen sözkonusu kuruluş veya toplumun geliştirdiği kültüre bağlı kalmaktadır.

Türkiye, 10 asırlık bir yerleşik düzen geleneği üzerine inşa edildiği halde, sıai üretici olmayı oldukça geç öğrenmiş bir ülkedir. Özgüveni ve kimliği olan bir üretim sistemi, kalıcı bir biçimde henüz bütün topluma işlenememiştir. Çalışmak ve üretmek, toplumsal bir felsefeden ziyade, nüfusun büyük bölümü için hala "diğerlerinin" yapması gereken bir iştir. Bu durumu gerek kırsal kesimde, gerekse şehirleşme sürecine girmiş büyük kitlelerde izlemek mümkündür. Üretken çağını yaşayan birçok insanın, ürettiğinin karşılığını beklemek yerine, Allah, devlet ve akraba kaynaklarından yardım görmeyi beklmeleri oldukça düşündürücüdür. Üretimle ilgisi olmayan rant gelirleri, spekülatif kazançlar ve yasadışı yöntemlerin hızlı bir biçimde servetler yaratabilmesi, zahmetli üretim faaliyetlerinin iyice gözardı edilmesine yol açmaktadır. Böylece üretim kapasitesi nüfusuna göre zaten oldukça düşük olan Türkiye, potansiyel üretim kapasitesine ulaşmakta geç kalmaktadır. Diğer taraftan ticaret tekniklerinin, yani pazarlamanın, üretim kapasitesinden daha hızlı bir gelişme göstererek, üretim gücü düşük bir tüketim toplumu yaratmaya başlaması, oldukça hassas bir ekonomik yapının da oluşmasına sebep olmuştur. Üretim kapasitesinin aynı kalması durumunda, yabancı mal talebinin daha da artması kaçınılmaz olacaktır. Bu durumda, gelecekte mevcut refah düzeyini korumak için Türkiye'nin, doğal kaynaklarını ticarete konu yapması, ve/veya re-eksport ticarete uzmanlaşarak, aracı tüccar hale gelmesi gerekebilir. Oysa, topluma enjekte edilmekte olan ticaret tekniklerinin, eğitim sistemi ve mali/ekonomik denetim yöntemleri ile yönlendirilerek, üretim isteğine ve gücüne dönüşmesi, muhakak ki Türkiye'nin 21. yüzyılda güvenilir bir zemine oturmasını sağlayacaktır.

Türkiye'nin kanuni çerçeve açısından bir ekonomik yeniden yapılanmaya başlaması, Avrupa Topluluğu'na yakınlaşması ile birlikte gündeme gelmiştir. Avrupa standardını yansıtan yeni

düzenlemelerin, ödünsüz uygulanmaları durumunda, gerek mal ve hizmet üretim dinamiğine, gerekse ticaret hayatına olumlu katkılarda bulunacağı şüphesizdir.

Pazarlamayı ilgilendiren konularda, Gümrük Birliği için yapılan düzenlemeler, genel olarak AT mevzuatı ile uyum içindedir. Ancak eksik, hatalı ya da uygulamada Türkiye şartlarına uygun olmadığı ortaya çıkan düzenlemeler için çalışmaların devam etmesi gerekmektedir. Mesela, tüketici korunması hakkında hazırlanan kanun, tüketici dernekleri Oya da benzeri kuruluşların katkılarından ziyade, üretici kesimin katkıları ile şekillenmiştir. Bu yüzden, DPT'nın, AT ile ilişkiler genel müdürlüğünün raporunda da belirtildiği gibi, kanun tasarısı, AT mevzuatı ile uyum sağlamak ve tüketicileri etkin biçimde korumak hedeflerini yerine getirebilecek yeterlilikte görünmemektedir. Tasarıda, yanıltıcı reklamlarda ispat yükünü tüketici lehine ters çeviren AT direktifine benzer bir uygulama yoktur. Ayıplı malların neden olduğu zararların tazminini öngören bir düzenleme mevcut değildir. Kapıdan satışlar konusundaki düzenlemeler, AT mevzuatı ile çelişmektedir ve tüketici kredilerini, kapsam itibarı ile belirleyen ve kredi maliyetinin nasıl hesaplanacağını açıkça gösteren bir düzenleme mevcut değildir.

Rekabet, ulaştırma ve standardizasyon konularında AT mevzuatı ile büyük oranda bir yakınlaşma sağlanmıştır. Uygulamadaki yakınlaşmanın ne oranda başarılı olacağını görmek ise ancak önümüzdeki bir kaç yıl içinde mümkün olacaktır. Yeni yasal düzenlemeler, Türk ticaret dünyasında bugüne kadar alışlagelmiş güç dengelerinin değişmesine, yapıcı rekabet, kalite ve seçme özgürlüğünün topluma yerleşmesine yol açabilecek güçtedir. Ancak bu oluşumların gerçekleşebilmesi, hem üretici ve hem de tüketicilerin eğitilmeleri, yeni düzenlemeleri kullanmaya teşvik edilmeleri ile mümkün olacaktır. Hak ve sınırlarını tam olarak bilmeyen insanların, kendilerinden beklenen davranışlarda bulunmalarına imkan yoktur. Eğitime paralel olarak, yaptırım gücünün doğru kullanılması da, toplumda bir güven ve disiplin ortamının yaratılmasına yardımcı olacaktır.

Yeni rekabet yasının ilk uygulaması, yasanın çıkmasından 5 ay sonra, Kayseri'de gerçekleşmiştir. Sabancı Holding'e bağlı Akçimento hakkında açılan davada, Kayseri ticaret odası Akçimento'yu kartel oluşturmakla suçlamıştır. Cesaretle atılan bu ilk adım, kanuni sonucuna ulaştığında, onu diğerleri de takip edecektir. Böylece en azından bu konuda, toplumsal bir bilinçlenme beklenebilir.

Türkiye bir çok sektörde kemikleşmiş monopol, oligopol piyasaları ile kartellere sahiptir. Pazara giriş son derecede güç, hatta bazı durumlarda imkansızdır. Yeni rekabet yasası, Gümrük Birliği Anlaşmasının onaylanmasından sonra, yabancı girişimcileri de ilgilendirecek ve güçlü bir dayanağa kavuşacaktır. Bu dayanak Avrupa Topluluğu'dur. Onay aşamasından sonra, rekabet alanında önemli bir hareketlenmenin gözleneceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Rekabet alanında ve dolayısıyla fiyatlama konusunda olumlu bazı değişimlere yol açması beklenen bir diğer gelişme de, 2886 sayılı Devlet İhale Kanununda yapılan değişikliklerdir. Değişikliklere göre, uygulama projeleri ve keşif bedelleri, yapılmamış işlerin ihale edilmesi mümkün olmayacaktır. Uygun bedel tanımlarındaki "tercihe layık görülme" kriteri, yerini, "en ekonomik bedel" ve bazı özel durumlarda da "hizmetin gereklerine uygunluk" kriterlerine bırakacaktır. İhale ilan sürelerinin arttırılması, istenen mal veya hizmetin niteliklerinin detaylı olarak ilanda yer alması da, diğer olumlu gelişmelerdir.

Üretim alanında, metroloji ve standardizasyon açısından, Türkiye ile AT yasal düzenlemeleri arasında büyük farklılıklar yoktur. Bu konulardaki mevzuatın, çoğunlukla Avrupa ülkelerinden uyarlanması sebebi ile, yeni yasal düzenlemeler büyük değişimlere sebep olmamıştır. Bu alandaki en büyük değişiklik, yaptırım ve denetim mekanizmalarının, AT'nun da etkisi ile sıkışması ve patent yasasının olumlu katkıları olacaktır. Böylece ucuz ve kalitesiz kopyaların yerini güvenilir markaların alması, yaratıcılığın ceza yerine ödül görmesi ve dış pazarlara açılacak mamul sayısının artması mümkün olacaktır.

Ulaştırma alanında yapılan yeni düzenlemelerin hayata geçmesi ile, dağıtım faaliyetlerinde belirgin bir iyileşmenin ortaya çıkması beklenebilir. Özellikle yeni rekabet kurallarının taşımacılık sektöründe kullanılması ve ulaşımda en büyük paya sahip olan kara ulaştırmasına alternatif olabilecek Ro-Ro seferleri ile, kombine taşımacılığın geliştirilmesi, dağıtım açısından büyük önem taşımaktadır. Deniz taşımacılığı başta olmak üzere, demiryolu ve hava taşımacılığında ilerlemesi beklenen depolama hizmetleri, diğer gelişmelerle birleştiğinde, lojistik faaliyetlerde zamanlama, frekans, miktar ve maliyet açısından önemli gelişmeler olacaktır.

ENGLISH SUMMARY

A COMPERATIVE STUDY BETWEEN THE MARKETING CONCEPTS AND REGULATIONS OF TURKEY AND THE EC

As a combination of commercial techniques, marketing has a long history rooted in the culturel heritage of nations.

The style of dealing with the main economic events such as production, exchange and consumption has always shown great differences between the sedentary and nomadic communities. Therefore, the development of Turkish commercial experience and its supportive legal legislation are quite different than the western civilizations' and the main determinant of the difference is the concept of "capitalizm".

In the first part of this dissertation, the development stages of western capitalizm were ellaborated. Then the infra-structure of 20th. Century Turkish capitalist mind has been analyzed by using the "historisizm". The western capitalizm and its sister western marketing were compared with Turkish capitalist mentality and Turkish marketing concept at the end of the first part. A futuristic evaluation has also been placed.

In the second part, marketing related regulations of the EC were compared to Turkish regulations. According to the Customs Union Agreement which has been signed between the EC and Turkiye, the Turkish commercial legislation should be adapted to the ECs' in 1997. However, in the second part the similarities and differences between the old and current regulations were shown. The systematic of this analysis is explained below:

Marketing has two main functions: Creation of demand and satisfaction of demand. Demand creative marketing activities might be classified as production, price and promotion whereas only the distribution activity is considered as demand satisfier.

Selected policies and regulations of Turkiye and the EC which are found to be related with the above functions and activities were compared. Those policies and regulations are: Industry and standardization for production. Competition for price. Consumer rights for promotion and tranportation for distribution.

Second part ends with the latest information on the developments and future expectations of new Turkish commercial legislation. Dissertation ends with a conclusion and some suggestions.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- ABİZANDA, Pena "Ulaşım, Avrupa tek pazarının dinamik dayanağı" Avrupa tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV yayını No:55 İstanbul 1988
- AKDAĞ, Mustafa "Türkiye'nin İçtimai ve İktisadi Tarihi cilt I" Tekin yayınevi İstanbul 1959
- AKDAĞ, Mustafa "Türkiye'nin iktisadi ve içtimai tarihi cilt II" Cem yayınevi İstanbul 1974
- AT KOMİSYONU "The Economics of 1992" European economy study No:35 Brüksel Mart 1988
- AT KOORDİNASYON KURULU, REKABET HUKUKU VE POLİTİKASINA İLİŞKİN MEVZUAT UYUM ALT KOMİTESİ "Rekabet hukuku ve politikası alanında AT mevzuatına uyum değerlendirme raporu" AT ile ilişkiler genel müdürlüğü Ankara 1992
- AT KOORDİNASYON KURULU "Tüketicinin korunmasına ilişkin değerlendirme raporu" T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı mevzuat uyumu alt komitesi Ankara 1990
- AT KOORDİNASYON KURULU "Ulaştırma politikası alanındaki değerlendirme raporu" Ulaştırma Bakanlığı AT koordinasyon dairesi başkanlığı Ankara 1992
- ATIYA, Aziz "Crusade, commerce and culture" Indiana University press Bloomington 1962
- AVCIOĞLU, Doğan "Türkiye'nin düzeni" Bilgi yayınevi Ankara 1968
- AVCIOĞLU, Müjde "AT hukukunun uluslararası (Supranational) özellikleri." Maliye ve Gümrük bakanlığı APK yayını No:303 Ankara 1988
- AYHAN, Rıza "Ticaret hukukunun genel esasları, Ticari işletme hukuku" Ankara 1992
- AYİTER, Nuşin "hukukta fikir ve sanat ürünleri" Ankara 1972
- BARKAN, Ömer "16. ve 17. asırlarda Osmanlı imparatorluğunda zirai ekonominin hukuki ve mali esasları" İ.Ü. İktisat fakültesi İstanbul 1943
- BARNES, Harry E. "An economic history of the western world" Harcourt&Brace Co. NY 1937
- BARTELS, Robert "The development of marketing thought" Richard Irwin Inc. NY 1962
- BRAUDEL, Fernand "Afterthoughts on material civilization and capitalism" Tercüme: P.M.Ranum John Hopkins University Press Baltimore 1973
- BELL, Daniel "The end of ideology" Harvard University press Cambridge Mass. 1988

- BELL, John F. "A history of economic thought" The Ronald Press Co. NY 1953
- BERG, Maxine "Markets and Manufacture In Early Industrial Europe" Routledge London 1991
- BERGER, Peter "The capitalist revolution" Basic books NY 1986
- BERKES, Niyazi "100 soruda Türkiye iktisat tarihi 2" Gerçek yayınevi İstanbul 1970
- BORATAV, Korkut " Çağdaş Türkiye. İktisat tarihi. Türkiye tarihi cilt 4" Cem yayınevi İstanbul 1989
- BOWDEN, KARPOVICH & USHER "An economic history of Europe since 1750" American book Co. NY 1937
- BULLETIN OF THE EC COMMISSION "Communication of the Commission to the Council on the development of the Common transport policy "EC Commission Bruxelles 1978
- BULLETIN OF THE EC "The consumer in the European Community" EC Commission Bruxelles 1988
- BURKE, Peter "Republics of merchants in early modern Europe" Baechler-Hall London 1989
- CAMERON, Rondo "A concise economic history of the world" Oxford Uni. press Oxford 1989
- CASPARI, Manfred "The European Commission's powers of investigation in the enforcement of competition law" EC Office of Official Publications Luxembourg 1986
- CHANDLER, Alfred, "The Visible Hand" Harvard University Press Cambridge 1977
- CLOUGH, Shepard "European economic history" McGraw-Hill 1968 NY
- ÇEVİK, Kemal "Ekonomik fayda toplulukları" Ankara 1983
- DANKO T. A. "Semi-nomadism in the history of central Asia and Kazakhstan" Mejdunarod Vostokovedov Moskova 1963
- DAVISSON - HARPER "The ancient world" Meredith Co. NY 1972
- DAWSON, Jonh A. "Commercial distribution in Europe" Croom Helm London 1982
- DELORS, Jacques "1992 sınırsız Avrupa ortamı" İKV yayımları No:64 Eylül 1988
- DEPIGNY, Anne "A Europe without borders-1992 and beyond" EC Delegation to the United States NY 1992

- DeVRIES, Jan "Economy of Europe in an age of crisis 1600-1700" Cambridge University press
Cambridge 1976
- DOMANIÇ, Hayri "Türk Ticaret Kanunu Şerhi C:1" İstanbul 1988
- DRUCKER, Peter "The new society" Heinemann London 1985
- DRUCKER, Peter "Kapitalist ötesi toplum" İnkilap kitabevi İstanbul 1994
- DUNN, Christopher & HALL, Thomas "Core/Periphery relations in precapitalist world" Westview
press Boulder 1991
- DUNNE, Nancy "Doing business in Europe after Maastricht" US Chamber of Commerce report
Washington 1992
- EC COMMISSION "Europe without frontiers" European Documentation Luxembourg 1989
- EMERSON, Michael "The economies of 1992" Oxford university press 1988
- EREN, Fikret "Borçlar hukuku, genel hükümler C.I" Ankara 1989
- ERTÜZÜN, Tevfik, "Türkiye'de iç ve dış ticaretin gelişmesini engelleyen faktörler" Ayyıldız matbaası
Ankara 1974
- EUROMONITOR "European advertising, marketing & media data 1992" Euromonitor publications
ltd. directory and source book UK 1992
- FINLEY, M.I. "The ancient economy" University of California press Berkeley 1973
- FOSTER, J. Bellamy "The uncoupling of the world order. Capitalist theory and crisis theory" St.
Martin's Press" NY 1989
- GÖLE, Celal "Ticaret hukuku açısından, Aldatıcı reklamlara karşı tüketicinin korunması" Sevinç
matbaası Ankara 1983
- GÜNÜĞÜR, Haluk "Avrupa ekonomik topluluğunu kuran antlaşma (Roma Antlaşması)" Barışcan
yayıncılık Ankara 1988
- HAMILTON, Franklin "The Crusades" The Dial press NY 1965
- HATİPOĞLU, Zeyyat "Cumhuriyet rejiminde Türkiye ekonomisinin gelişmesi" İstanbul 1973
- HEICHELHEIM, Fritz "An ancient economic history" A.W.Sijthof's Leiden 1957

- HEPER, Metin - ÖNCÜ, Ayşe - KRAMER, Heinz "Turkey and the West. Changing political and cultural identities" I.B.Tauris&Co.ltd. NY 1993
- HICKS, John "A theory of economic history" Oxford university press Oxford 1969
- HIRCHMAN Albert "The passions and interests" Princeton University press Princeton 1977
- HUIZINGA, Johann "The waning of the middle ages" E.Arnold Books London 1924
- İNALCIK, Halil "The Ottoman Economic Mind and Aspects of the Ottoman Economy" Studies in the Economic History of the Middle East Nicholson Press London 1976
- İNALCIK, Halil "The Ottoman Empire, Classical age 1300" Weidenfeld-Nicholson Londra 1973
- İSTANBUL TİCARET ODASI Yayın No:1987/13 "Tüketicinin korunması ile ilgili mevzuat" Can matbaa İstanbul 1987
- KARAYALÇIN, Yaşar "Ticaret hukuku II, Şirketler hukuku" Bilgi Ankara 1973
- KARAYALÇIN, Yaşar "ticaret hukuku, I. giriş, Ticari işletme" Bilgi Ankara 1968
- KEPENEK, Yakup "Türkiye ekonomisi" ODTÜ İ.İ.B.F.No:46 Ankara 1982
- KÖPRULU, Fuat "Osmanlı imparatorluğunun kuruluşu" Ayyıldız matbaası Ankara 1972
- KOZLU, Cem "Türkiye mucizesi için..Vizyon arayışları ve Asya modelleri" Türkiye İş bankası kültür yayınları Ankara 1994
- KUBİLAY, Huriye "İthalatta yapay fiyat indirimi ve karşı önlemler" İzmir 1994
- KURAN, Emin "Avrupa'da Osmanlı ikamet elçiliklerinin kuruluşu ve ilk elçilerin siyasi faaliyetleri" TTK 1978
- LEON, Paolo "Structural change and growth in capitalism" The John Hopkins Press Baltimore 1967
- LEVY, Jean Philippe "The economic life of the ancient world" Chicago University press Chicago 1974
- LIANDER, Bertil "Marketing development in the EEC" Mc Graw-Hill book Co. NY 1964
- LIANDER, Bertil "Marketing development in the EEC" Mc Graw-Hill Co. NY 1964
- LORD KINROSS "The Ottoman Centuries; The rise and fall of the Turkish empire" Morrow Quill Paperbacks NY 1977

- MANN, Michael "European development; Approaching a historical explanation" Europe and the rise of capitalism Basil Blackwell ltd. Oxford 1989
- MARDİN, Ş. ""Jön Türklerin Siyasi Fikirleri" Ayyıldız Ankara 1964
- McKENDRICK, J.BREWER, H.PLUMB "The birth of a consumer society" Indiana university press Bloomington 1982
- MİMAROĞLU, S.K. "İşletme hukuku" Bilgi yayınevi Ankara 1978
- MUCUK, İsmet "Pazarlama ilkeleri" Der yayımları İstanbul 1984
- NEWHALL, A. "The Crusades" Holt, Rinehart and Winston Inc. NY 1963
- ÖCAL, Akar "AT adalet divanının rekabetle ve serbest dolaşım ile ilgili bazı yeni kararları" Batıder C:11 Sayı:1
- ÖCAL, Akar "Avrupa tipi ticaret ticaret şirketi üzerine" Sevinç matbaası İstanbul 1968
- ÖGEL, Bahaeddin "Türk kültür tarihi" Türk tarih kurumu basımevi Ankara 1984
- OĞUZ, Orhan "Ortak pazar" E.İ.T.İ.A. yayını No:37 1966
- ORTAN, A. Necip "Avrupa patent sistemi C.I, Avrupa patenti anlaşması" Ankara 1991
- PAMUK, Şevket "Osmanlı ekonomisi ve dünya kapitalizmi" Yurt yayınevi Ankara 1984
- PELKMANS, Jacques "The new approach to technical harmonization and standardization" European Institute of Public Administration Maastricht 1988
- PETERS, Edward "Christian society and the Crusades" Bell press NY 1975
- PIRİNÇÇİOĞLU N.- DÖLEN, M. "AET ve Türkiye'nin ekonomik-sınai yapılarına ve tarımsal destekleme fiyatlarına yönelik karşılaştırma çalışmaları" MPM yayımları No:331 1985
- POLLARD, Sidney "The Integration of the European Economy Since 1815" George Allen & Unwin Ltd. London 1981
- PRYOR, Frederick "Casual theories about the origins of agriculture" Research in economic history JAI Press Inc London 1989
- QUELCH, J.-BUZZEL, R. & SALAMA, E. "The marketing challenge of Europe 1992" Addison-Wesley publishing group Harvard B.S.Boston 1991

- RAMAZANOĞLU, Hüseyin "Turkey in the world capitalist system" Gower publishing Co.
Vermont 1986
- ROSENBERG, Nathan & BIRDZELL, L.E. "Batı nasıl zengin oldu" Form yayımları İstanbul
- ROUX, Jean-Paul "Türklerin tarihi" Milliyet yayımları İstanbul 1991
- SEDILLAT, Rene "Değiş tokuştan süpermarkete" Cep kitapları İstanbul 1983
- SELEN, Hamit Sadi "Ticaret tarihi" İnkilap kitabevi İstanbul 1960
- SETTON, KENNETH "A history of the Crusades I-II" University of Wisconsin Press Madison 1969
- SHAW, S. James "History of Ottoman Empire and Modern Turkey" Cambridge University press 1976
- SOMBART, Werner "Luxury and capitalism" University of Michigan press Ann Arbor 1967
- STEINHAUS, Kurt "Atatürk devrimi sosyolojisi" (Türkçesi: Metin Aktaş) Sander yayınevi
İstanbul 1973
- SÜMER, Faruk "Oğuzlar" Ankara 1967
- SÜMER, Faruk "Yabanlu pazarı" Türk dünyası araştırma vakfı İstanbul 1985
- SUTHERLAND, Peter "Tek bir Avrupa pazarının oluşturulmasında ulaştırma sisteminin rolü" Avrupa
tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV
yayı No:55 İstanbul 1988
- TAHİR, Kemal "Hür şehrin insanları" Der yayımları Ankara 1976
- TANDOGAN, Haluk "Tüketicilerin korunması ve sözleşme özgürlüğünün bu açıdan sınırlanması"
Ankara 1977
- TARKAN, Sabih "Ticari İşletme Hukuku" Ankara 1993
- TİMUR, Talat "Lamartine, Osmanlı devleti ve Burgazova çiftlikleri" Tarih ve toplum derg. S:24 İst. 85
- TIR SERİSİ NO:13 "TIR sözleşmesi" Gümrük ve Tekel Bakanlığı Ankara 1977
- TOFFLER, Alvin "Yeni güçler yeni şoklar" Altın kitaplar yayınevi İstanbul 1992
- TOFFLER, Alvin "Şok" Altın kitaplar İstanbul 1981

- TSURU, Shigeto "Japan's capitalism. Creative defeat and beyond" Cambridge University press
Cambridge 1993
- TURAN, Osman "Selçuklular ve İslamiyet" Turan neşriyat yurdu İstanbul 1971
- TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ "Avrupa Topluluğu'nda tüketiciyi koruma politikaları ve Türkiye'nin uyumu" Kuruluş Ofset basımevi Ankara 1989
- TÜSİAD "AT ve Türkiye'de ulaştırma sektörü. uyumla ilgili sorunlar" TÜSİAD T/88.12.121 İstanbul
- TÜSİAD "Türkiye'de eğitim raporu" TÜSİAD İstanbul 1990
- TYUMENEV, A.I. "The state economy in ancient Sümer" Ancient Mesopotamia USSR academy of sciences Nauka publishing house Moscow 1969
- ÜLGENER, S.F. "İktisadi çözümlenin ahlak ve zihniyet dünyası" Der yayınları İstanbul 1981
- ÜNAL, Şeref "İşletmeler hukuku alanındaki değerlendirme raporu" T.C. Adalet bakanlığı işletmeler hukuku mevzuat uyumu alt komitesi Ankara 1990
- UZUNÇARŞILI "Osmanlı devletinin saray teşkilatı" Ayyıldız Ankara 1984
- UZUNÇARŞILI, İ.H. "Osmanlı devleti zamanında kullanılmış bazı mühürler hakkında bir tetkik." Belleten Y. İstanbul 1940
- UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı "Osmanlı tarihi cilt I" Ankara 1961
- WALLERSTEIN, Immanuel "The capitalist world economy" Cambridge University press 1979
- WALLERSTEIN, Immanuel "The modern world system." Academic press N.Y. 1980
- WEBER, Max "The protestan ethic and the spirit of capitalism." Scribners N.Y. 1976
- WELSTEDT, Bertil "State manufacturing enterprise in a mixed economy, The Turkish case" John Hopkins University press Baltimore 1980
- YERASIMOS, Stefanos "Az gelişmişlik sürecinde Türkiye Cilt 1" Gözlem yayınları İstanbul 1974

MAKALELER

- ARKAN, Sabih "Karayolu ile eşya taşınmasına ilişkin uluslararası sözleşmenin uygulanma koşulları ve taşıyıcının sorumluluğunu düzenleyen hükümler." BATİDER 1979 C:10, Sayı:2
- ARPACI, Tamer "Türkiye'de işletmelerde, pazarlamanın dünü bugünü" AISEC haftası Sayı:5 Ankara Nisan 1986
- ATIKLER, İbrahim "Standardizasyon konusunda hukuki karşılaştırma ve değerlendirme raporu" TSE Avrupa toplulukları mevzuatına uyum çalışmaları Ankara 1990
- BAXTER, Andrew "Single market spells a re-think on logistics" Financial Times London 27 Ocak 92
- BUCHAN, David "EC may admit new "members if the union is agreed" Financial Times London 25 Kasım 1991
- BUCKLEY, Neil "Cinderella industry finds its feet" Financial Times Survey, Distribution Services 5 Ekim 1993
- CANSEL, Erol "Türk Hukukunun AT Hukukuna Uyumu" Amme İdaresi Dergisi Cilt 25 Sayı:2 Haziran 1992
- COTE, Kevin "1992: Europe becomes one" Advertising age 11 Haziran 1989
- DAVIDSON, Ian "New era for EC family" Financial Times London 3.12.1992
- DERİS, Aydın "Patent kanunu tasarısı hakkında görüşler" Patent ve markaların tescil öncesi ve sonrası sorunları hakkında sempozyum Ankara 1984
- EC NEWS "Avrupa komisyon'undan, GATT'ın ticaret politikası değerlendirmesi için rapor." AT komisyonu Türkiye temsilciliği 17 Mayıs 1992
- EC NEWS "AT komisyonu ulaştırma ve çevre ile ilgili yeşil kitabı kabul etti" EC News Ankara 13 Mart 1992 Sayı:10
- EKHOLM, Kaşja "On the limitations of civilization: The structures and dynamics of global system." Dialectical antropology Haziran 1980
- FULLER,B.-NICOLAIDES, P & STOPFORD, J. "National or global? The study of company strategies and the European market for major domestic appliances" Working paper No:28, Centre for business strategy, London Business School Haziran 1987
- GOODING, Claire "The retail industry. More changes ahead" Financial Times Survey. Distribution services London 5 Ekim 1993

- GÜNUĞUR, Haluk "Avrupa bütünleşmesine genel bakış" TOBB,AT ve Türkiye AT ilişkileri semineri, Ocak 1988
- GÜRÜZ, Kemal "Türkiye'de okul öncesi, ilk ve ortaöğretim durumu, sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerilerinin ana hatları" yayınlanmamış metin Ankara 1993
- HARRIS, Greg "Now comes the hard part: Marketing" (Barbara Toman, editör) *The Wall street journal's world business* 22.9.1989
- HENLEY CENTRE "The United Markets of Europe: Financial services" Henley Centre London 1989
- HILL, Andrew "Free movement of EC dual-use goods sought" *Financial Times* 23 Ocak 1992
- HILL, Andrew "Electronics sector backed in the EC industry ministers meeting" *Financial Times* 18 Kasım 1992
- HOLLANDER, Stanley "Anti-salesman Ordinances of the Mid-Nineteenth Century" (S.A. GREYSER "Toward Scientific Marketing") *American Marketing Assc.* Chicago 1964
- İBRAHİM, Demir "Sınai mülkiyet kavramı, doğuşu ve gelişmesi" Patent ve markaların tescil öncesi ve sonrası sorunları sempozyumu Ankara 1984
- JOHNSTON, F. - PIPER, R. "Who is selling what in European Retail" *Marketing Week* 20 Mayıs 1989
- KIRKLAND, Richard "Merger mania is sweeping Europe" *Fortune* Aralık 19 1989
- LAKE, Michael "Avrupa topluluğu: Bugün ve yarın" *EC News* Ankara 21.Ekim 1991
- LEVITT, Theodore "The globalization of markets" *The Marketing Renaissance (Editor: David Gumpert)* Harvard Business Publications John Wiley & Sons NY 1985
- MANTRAN, Robert "Azınlıklar, meslekler ve yabancı tüccarlar" *Tarih ve toplum dergisi* Sayı 16 İstanbul Nisan 1985
- MEAD, Gary "Advertising campaigns for itself" *Financial Times* London 26.Kasım 1992
- NOLTE, Hans-Heinrich "Küresel toplum içinde Avrupa" (Küresel rekabet) *İz yayınları* İstanbul 94
- ÖCAL, Akar "AT konseyinin tek ortaklı ltd. şirkete ilişkin direktif tasarsına kısa bir bakış" *İktisat maliye dergisi* C:36 Sayı:6 1990
- ÖZEL, Mustafa "Küresel rekabette Japon şirketleri; Tarihsel kökler" *İz yayınları* İstanbul 1994

- PAÇACI, İrfan "AT" nun doğuşu ve tarihsel gelişimi" Türk idare dergisi Sayı:381 Aralık 1988
- PILLOGET, René "The European tradition in movements of insurrection" HALL & MANN
- PORTER, Michael "Ulusların rekabetçi üstünlüğü" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994
- QUELCH, BUZZEL, SALAMA "Making Europe a mighty market" New York Times 22 Mayıs 1989
- REICH, Robert "Küresel ağlar" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994
- RIJ, Jan Van "Türkiye'nin AET'na tam üyeliği" 6.AISEC haftası Ankara 1987
- RUBBIA, Carlo "Yüksek performanslı bilgisayarlar: Devrimsel teknolojide Avrupa girişimi önerisi" EC News 22 Mart 1992 Sayı:12
- SAHİLLİOĞLU, Halil "Osmanlılarda narh müessesesi ve 1525 yılı sonunda İstanbul'da fiyatlar" Belgelerle Türk tarihi dergisi Sayı:3 İstanbul 1977
- SAKAI, Kuniyasu "Japon sanayiinin feodal dünyası" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994
- SAVITT, Ronald, "Time, space and competition: Formulations for the development of marketing strategy" Managerial and Decision Economics 1986 No:7
- TEKİNALP, Ünal "AET antlaşmasının 85 ve 86. maddeleri anlamında işletme kavramı" İktisat ve maliye dergisi C:26 Sayı:11 1980
- TEKİNALP, Ünal "Eser sahipleri mesleki birlikleri" BATİDER C:10 Sayı:1
- TERRY, Michael "European report on distribution" Holland Herald Temmuz 1993
- THUROW, Lester "Kafa kafaya rekabet" (Küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994
- THUROW, Lester "Yirmibirinci yüzyıl kimin olacak?" (küresel rekabet) İz yayınları İstanbul 1994
- TİMUR, Tefik "1938 anlaşmasını doğru değerlendirdik mi?" Yapıt dergisi Sayı 10 İstanbul 1985
- VERNICOS, Nicos "Deniz taşımacılığı" Avrupa tek pazarının dinamik unsuru: Ulaştırma sektörü (Konferans tebliğleri) İKV yayını No:55 OMAĞ, M.Kemal "Konteynerli taşımalara ilişkin bazı sorunlar" İ.Ü. İ.T.İ.A.D. İstanbul 1973 Sayı:2
- WILKINSON, David "Cores, peripheries and civilizations" DUNN & HALL