

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Bilim Dalı

145867

KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN
SORUNLARI VE ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman

Doç. Dr. Zeki ÇAKMAK

Çiğdem ZEYTİN

Kütahya – 2004

Kabul ve Onay

Çiğdem ZEYTİN'in hazırladığı “**Kuyumculuk Sektörünün Sorunları ve Çözümüne Yönelik Bir Uygulama**” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğin ilgili maddelerine göre değerlendirilip kabul edilmiştir.

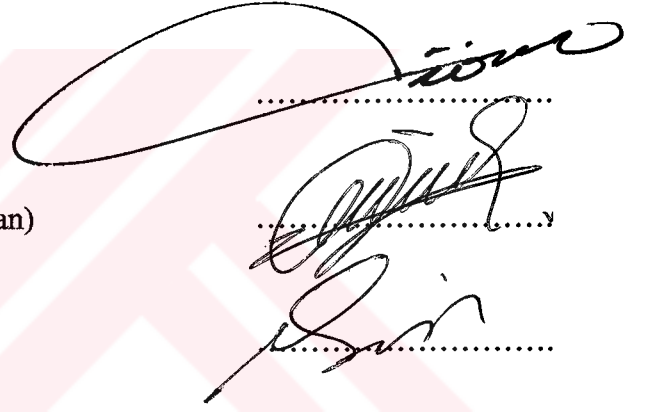
06/07/2004

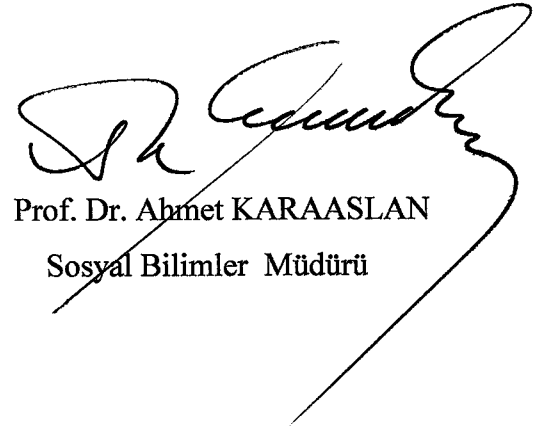
Tez Jürisi

Prof. Dr. Bülent TOKAT

Doç. Dr. Dr. Zeki ÇAKMAK (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. M. Kemal DEMİRCİ




Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN
Sosyal Bilimler Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Kuyumculuk Sektörünün Sorunları Ve Çözümüne Yönelik Bir Uygulama” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.


Çiğdem ZEYTİN

25...06.../2004



ÖZGEÇMİŞ

1969 yılı Amasya-Merzifon doğumludur. İlk-orta okulu İzmir’de, lise öğrenimini İstanbul’da tamamladı. 1994 yılı Anadolu Üniversitesi İktisat Programı, 1996 yılı Muğla Üniversitesi Süs Taşları ve Takı Tasarımı Programını Mezun oldu.

1999 Eylül ayında Dumlupınar Üniversitesi Altıntaş Meslek Yüksek Okulunda uygulamalı Takı Teknolojisi Programında Öğretim Görevlisi olarak göreve başladı. 2000-2001 Bahar Döneminde Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletmecilik Ana Bilim Dalı, Yönetim –Organizasyon Bölümü’nde Yüksek Lisans eğitimine başladı, halen devam etmektedir. 2000 – 2001 Bahar Döneminde Altıntaş MYO’nda Müdür Yardımcılığı, 2001 – 2003 yılları arasında da Vekaleten Altıntaş MYO’nda Müdürlük görevini yürüttü. 2002-2003 Güz Döneminde, “Kuyumculuk Sektörünün Sorunları ve Çözümüne Yönelik Öneriler ve Bir Uygulama” konulu tez çalışmasına başladı.

Kütahya’da Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Meslek Yüksekokulu’nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

ÖZET

Kuyumculuğun geçmişi çok eski çağlara dayanır. Her medeniyet, çeşitli şekillerde kuyumculuğun gelişmesine kendi çapında katkılar sağlamıştır. Kuyumculuğun tarihsel sürecine bakıldığında, sadece ekonomik açıdan değil, sanatsal açıdan da önemli bir fonksiyonu yerine getirdiği görülmektedir.

Kuyumculuğun sanatsal açıdan ortaya koyduğu işlev kadar, ekonomik değer yaratma işlevi de önemlidir. Bundan dolayı ülkelerin ekonomisine sağladığı katma değer sadece işlenen madenlerin değere dönüştürülmesinden değil, ayrıca bu alanda sağlanan istihdam ile işletmecilik faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde de, kuyumculuk önemli bir sektör konumundadır.

Sadece dünyada değil, Türkiye’de de, kuyumculuk, önemini kaybetmeden sürdüren bir sektör konumundadır. Türkiye, dünya ülkeleri arasında, bu sektörde 6. sırada bulunmaktadır. Ancak, işletmecilik faaliyetlerinin gerçekleştirildiği her sektör gibi, kuyumculuk sektöründe, kuyumculuk faaliyetleriyle uğraşan işletmelerin hem yönetsel hem dış çevreden kaynaklanan sorunları bulunmaktadır.

Türkiye’de kuyumculuk sektöründe işletmelerin sorunlarını, yönetsel, pazarlama, finans, personel, teknolojik ve dış çevre etkileşiminden kaynaklanan sorunların analiz edilerek sınıflandırılmasını ve sorunların ortaya çıkarılarak çözüm araştırmasını öngören bu çalışmada, genel olarak kuyumculuk sektörü, kuyumculuk sektörünün Türkiye’de yeri ve önemi, kuyumculuk sektöründe en önemli hammadde olan altın ve gümüş ile kuyumculuk sektörünün sorunları ile bu sorunların çözümünü araştıran İstanbul’da kuyumculuk sektörüne faaliyet gösteren işletme sahip ve temsilcilerinin görüşlerinin yansıdığı, bir anket uygulamasından oluşmuştur.

Kuyumculuk sektöründeki işletmelerin ankete verdikleri yanıtlar incelendiğinde, kuyumcular üretim yapan ve emek-yoğun çalışan bir sektör olarak faaliyet göstermektedir. kuyumculuk sektörü de diğer sektörler gibi gelişmek, yenilenmek ve büyümek istemektedir.

Anket sonuçlarına göre kuyumculuk sektöründe yönetimde, örgütlemeye, pazarlamada, işgörende (personel) ve finansta sorunlarla karşılaşmış ve bu sorunlara öneriler yapılmıştır.

ABSTRACT

The past of the jewellery lasts very old times. Every civilization, it had been get the joins the surround of the developing jewellery at the different forms. It was looked historical period of the jewellery, it only not the economical looking, it was looked that it was done an important function from the art looking.

It is important too to make more valuable for economical, until function to make working the art looking of the jewellery. Therefore to make o profit to the economical of the country, it is not only from to win money up the mines, also at this field to get with an employing too to realize the value of looking activity of the management, the jewellery is position an important sector.

Only it is not world, but in Turkey too, the jewellery is situation o sector which is going on not to lose its importance but, like every sector that realized activity of the management at the jewellery sector, there are available for help their problems both administration and outer appearance their source, that the management work at jewellery activity.

There are problems of the management at the jewelery sector in Turkey, administration, marketing, financing personnel, technical and outer appearance their source. These problems were analysis and their classification and to look for solution. At this solution, generally there are jewellery sector, place and importance in Turkey their jewellery sector and. Gold and silver which is an important raw material at the jewellery sector with their problems of the jewellery sector with the solution of these problems were explore who in have management owner which working at the jewellery sector and their representative were imitated their opinions, that. It had been from arranges an inquiry.

When the responses on therorvey about business enterprises of sector of jewellery are investigated, the jewel liars have been showing activity as making production and working labour – intensive

The sector of jewellery has been required to develop, renew and grow like the other sectors. According to the survey results, some problems had been encountered at the sector of jewellery administration, organizing, marketing, personal and finance and some suggestions had been done.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar.....	xii
GRAFİKLER.....	xv
KISALTMALAR.....	xvi
TEZ HAKKINDA.....	xvii

BİRİNCİ BÖLÜM

KUYUMCULUĞA GENEL BAKIŞ

1.1. KUYUMCULUK KAVRAMI VE TANIMI.....	2
1.1.1. Kuyumculuk Kavramı	2
1.1.2. Kuyum ve Kuyumculuğun Tanımı.....	2
1.1.3. Kuyumculuğun Önemi.....	3
1.2. KUYUMCULUĞUN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	3
1.2.1. Antik Çağ Kuyumculuğu.....	4
1.2.2. Roma Kuyumculuğu.....	6
1.2.3. Bizans Kuyumculuğu.....	7
1.2.4. Osmanlı Kuyumculuğu.....	9
1.3. KUYUMCULUKTA EN ÇOK KULLANILAN DEĞERLİ MADENLERDEN ALTIN.....	12
1.3.1. Altın Madeninin Tanımı ve Özellikleri.....	12
1.3.2. Altının Kimyasal ve Fiziksel Özellikleri.....	16
1.3.3. Altının Tarihçesi.....	17
1.4. KUYUMCULUKTA EN ÇOK KULLANILAN DEĞERLİ MADENLERDEN GÜMÜŞ.....	18
1.4.1. Gümüşün Tanımı ve Önemi.....	18
1.4.2. Gümüşün Tarihçesi.....	19

İKİNCİ BÖLÜM

KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE KULLANILAN ALTIN VE GÜMÜŞÜN EKONOMİK DEĞERİ VE TÜRKİYE'DEKİ KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDEKİ KULLANIMI

2.1. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA ALTIN ARZ VE TALEBİ.....	23
2.1.1. Genel Olarak Altın Arzı.....	23
2.1.1.1. Türkiye'de Altın Arzı.....	24
2.1.1.2. Dünyada Altın Arzı.....	25
2.1.2. Genel Olarak Altın Talebi.....	27
2.1.2.1. Türkiye'deki Altın Talebi.....	27
2.1.2.1.1. Türkiye'de Altın Talebini Etkileyen Unsurlar.....	29
2.1.2.1.2. Türkiye'de Altın Talebinde Dönemler.....	30
2.1.3. Dünyada Altın Talebi.....	31
2.1.4. Türkiye'de ve Ortadoğu Ülkelerinde Hurda Altın Arzı.....	31
2.1.5. Türkiye'de Altın Ticareti.....	32
2.2. TÜRKİYE'DEKİ ALTIN PİYASASI ÖZELLİKLERİ.....	34
2.2.1. İstanbul Altın Borsası ve Bu Piyasada Gerçekleşen İşlemlerin Özellikleri.....	34
2.2.2. Altının Politik Gücü ve Dağılımı Açısından Özellikleri.....	35
2.2.3. İstanbul Altın Borsası'nın Ekonomiye Katkısı.....	37
2.3. ALTININ TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ALTIN RAFİNERİNİN GEREKLİLİĞİ.....	40
2.3.1. Altının Türk Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Sürece Katılması.....	40
2.3.2. Türkiye'de Altın Rafinerisinin Kurulmasının Gerekliği.....	41
2.4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GÜMÜŞ ARZ VE TALEBİ.....	44
2.4.1. Dünya Gümüş Arzı ve Talebi.....	44
2.4.2. Türkiye'de Gümüş Arz ve Talebi.....	44
2.4.3. Türkiye'de Gümüşün İthalat ve İhracatı.....	45

2.5. TÜRKİYE'DE GÜMÜŞ İŞLETMECİLİĞİ VE GÜMÜŞ PİYASASININ ÖZELLİKLERİ.....	45
2.5.1. Etibank Gümüş Madeni Tesisleri.....	45
2.5.2. Gümüş Piyasasının Özellikleri.....	46
2.5.2.1. Gümüş Piyasasının Kurulmasının Nedenleri.....	47
2.5.2.2. Gümüşte Yasal Düzenlemeler.....	47
2.6. TÜRKİYE'DE KUYUMCULUK SEKTÖRÜ.....	48
2.6.1. Türkiye'deki Kuyumculuk Sektörünün Konumu.....	48
2.6.2. Türkiye'deki Kuyumculuk Endüstrisi.....	49
2.6.3. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün Arz ve Talebi.....	50
2.6.4. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İthalatı ve İhracatı.....	52
2.6.4.1. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İthalatı	52
2.6.4.2. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İhracatı.....	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARINI İŞLETME İŞLEVLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRME

3.1. GİRİŞ.....	58
3.2. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE YÖNETİM VE SORUNLARI.....	59
3.2.1. Kuyumculuk Sektörünün Yönetim Kavramı Açısından Analizi	59
3.2.2. Kuyumculuk Sektörünün Yönetim İşlevleri Açısından Analizi.....	62
3.2.2.1.Kuyumculukta Planlama	62
3.2.2.2.Kuyumculukta Örgütlenme.....	65
3.2.2.3.Kuyumculukta Yürütme	71
3.2.2.4.Kuyumculukta Uyumlaştırma	73
3.2.2.5.Kuyumculukta Denetleme	75
3.3. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE ÜRETİM VE SORUNLARI.....	77
3.3.1. Kuyumculuk Sektörünün Üretim Kavramı Açısından Analizi.....	77
3.3.2. Kuyumculuk Sektörünün Üretim Sorunları Açısından Analizi	78
3.3.2.1. Hurda Altın İle İlgili Sorunlar.....	78
3.3.2.2. Altın Takıda Patent ve Model Sorunları.....	79

3.3.2.3. Teknoloji ve Teknolojinin Gelişimi İle İlgili Sorunlar.....	79
3.3.2.4. İşgücü (Personel) Sorunları.....	80
3.3.2.5. Finansal Sorunlar.....	80
3.3.2.6. Değerli Taşlar İle İlgili Sorunlar.....	81
3.3.2.7. İç Piyasa İle İlgili Sorunlar.....	82
3.4. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE PAZARLAMA VE SORUNLARI....	82
3.4.1. Kuyumculuk Sektörünün Pazarlama Kavramı Açısından Analizi...	82
3.4.2. Kuyumculuk İşletmelerinde Pazarlamanın Önemi.....	83
3.4.3. Kuyumculukta Pazarlamayı Etkileyen Unsurlar.....	84
3.4.3.1. Pazar.....	85
3.4.3.2. Hizmet.....	85
3.4.3.3. İşgören ve Müşteri.....	85
3.4.3.4. Vizyon ve Misyon.....	86
3.4.4. Kuyumculukta Pazarlama Sorunları.....	86
3.5. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE İŞGÖREN VE SORUNLARI.....	87
3.5.1. Kuyumculuk Sektörünün İşgören Kavramı Açısından Analizi	87
3.5.2. İşgören Yönetiminin İşlevleri.....	88
3.5.3. İşgören Yönetiminin Sorunları.....	89
3.6. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE FİNANS VE SORUNLARI.....	90
3.6.1. Kuyumculuk Sektörünün Finans ve Finansal Yönetim Kavramı Açısından Analizi	90
3.6.2. Kuyumculukta Finansal Yönetim İşlevleri.....	91
3.6.3. Finansman Sorunları.....	91
3.7. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİŞKİLER	92
3.8. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE MUHASEBE.....	93
3.9. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME....	93
3.9.1. Altın Rafinerisinin Kurulması Sorunu.....	94
3.9.2. Külçe Altın Kiralanması.....	95
3.9.3. Altın Sertifikası Sorunu.....	97

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARININ ÇÖZÜMÜNE
YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI

4.1. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	99
4.1.1. Araştırma Alanı.....	99
4.1.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	99
4.1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	99
4.2. ANKET SONUÇLARININ DÖKÜM VE DEĞERLENDİRMESİ.....	100
4.2.1. Anket Uygulananların Kimlik Profillerinin Analizi	100
4.2.2. Kuyumculuk Sektörünün Sorunlarının Analizi	106
4.2.3. Kuyumculuk Sektörünün İşletme ve Yönetim İşlevlerine Göre Sorunlarının Analizi.....	131
SONUÇ VE ÖNERİLER	136
EKLER.....	139
KAYNAKÇA.....	143
DİZİN.....	150

TABLOLAR

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1.1. Dünya Altın Üretimi.....	15
Tablo 2.1. Dünyada Yıllar İtibariyle Altın Arzı.....	24
Tablo 2.2. Dünya Altın Arzı Kaynaklara Göre Dağılımı.....	26
Tablo 2.3. Dünya Altın Rezervleri.....	26
Tablo 2.4. Ülkelerin Merkez Bankalarında Bulunan Altın Dağılımı.....	35
Tablo 2.5. Ülkelere Göre 2001 Yılı Altın Takı İthalatı	52
Tablo 2.6. Yıllara Göre Türkiye'nin Altın Takı İhracatı.....	54
Tablo 2.7. 2001 Yılında Ülkelere Göre Altın Takı İhracatı.....	54
Tablo 4.1. Anket Uygulananların Cinsiyet Profili.....	101
Tablo 4.2. Anket Uygulananların Medeni Durum Profili.....	101
Tablo 4.3. Anket Uygulananların Öğrenin Durumu Profili.....	102
Tablo 4.4. Anket Uygulananların Yaş Profili.....	103
Tablo 4.5. Kuyumculuk Sektöründe Çalışma Durumu.....	104
Tablo 4.6. Kuyumcuların Mesleki Eğitim Durumları.....	105
Tablo 4.7. Kuyumculuk Sektörünün Sorunlarını Analize Yönelik Sorular ve Dökümleri.....	107
Tablo 4.8. İşletmemizde Çalışan Elemanlarımız Niteliklidir.....	108
Tablo 4.9. İşletmemizde Etkin Pazarlama Yöntemleri Uygulanmaktadır.....	108
Tablo 4.10. İşletmemizde Yeni Ürün Üretiminde Yönlendiricidir.....	109
Tablo 4.11. İşletmemizde Kuyumculuk Sektöründe Yaratıcı Fikirlerde Öncüdür..	109
Tablo 4.12. İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmeleri Takip Etmektedir....	110
Tablo 4.13. İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmelerden Faydalanmaktadır	110
Tablo 4.14. İşletmemizde Birimler Arası Rekabet Söz Konusudur.....	111
Tablo 4.15. İşletmemizde Birimler Arası Yardımlaşma Söz Konusudur.....	111
Tablo 4.16. İşletmemizde Etkin Ve Üretken Bir Çalışma Sistemi Vardır.....	112
Tablo 4.17. İşletmemizde Çalışanlar Ücretlerinden Memnundur.....	112
Tablo 4.18. İşletmemizde Esnek Bir Yönetim Anlayışı Mevcuttur.....	113
Tablo 4.19. İşletmemiz Otoriter Bir Yapıya Sahiptir.....	113
Tablo 4.20. İşletmemizde Önemli Olaylar Kutlanır.....	114
Tablo 4.21. İşletmemizde İşletme İle İlgili Tüm Bilgilere Kolay Ulaşılmaktadır	114

	<u>Sayfa</u>
Tablo 4.22. İşletmemizde Çalışanların Başarıları Ödüllendirilmektedir.....	115
Tablo 4.23. İşletmemizde Çalışan Herkes Kendinden Ne İstendiğini Bilir.....	115
Tablo 4.24. İşletmemizde Ekip Çalışması Yapılmaktadır.....	116
Tablo 4.25. İşletmemizde Zorunlu Bir Giyim Tarzı Vardır.....	116
Tablo 4.26. İşletmemizde Çalışanlar Yöneticilere Ulaşabilmektedir.....	117
Tablo 4.27. İşletmemizin Üretimi Mevsimlere Göre Değişir.....	117
Tablo 4.28. İşletmemizin Ürün Satışı Mevsimlere Göre Değişir.....	118
Tablo 4.29. İşletmemizde Yöneticiler Tarafından Çalışanların Birbirine Olan Bağlılıklarının Gözlendiği Bildirmektedirler.....	118
Tablo 4.30. İşletmemizde Görev, Yetki Ve Sorumluluklarının Dağılımını Gösteren Yazılı Metni Vardır.....	119
Tablo 4.31. İşletmemizde Çalışanlar Kendilerini Emniyette Ve Hissetmektedir..	119
Tablo 4.32. İşletmemizdeki Ürünlerin İthalatı Ve İhracatında Türkiye’de Uygulanan Yeterlidir.....	120
Tablo 4.33. İşletmemizin Çalıştığı “Ham Ürün” Bulunmasında Zorluklar Yaşanmamaktadır.....	120
Tablo 4.34. Kuyumcular İçin Altın Rafinerisi Kurulursa İşletmemize Altın İhracatı Konusunda Sağlar.....	121
Tablo 4.35. Türkiye’deki Kuyumcu İşletmelerinin İşletmeler Arasında Birlikteliği Söz Konusudur.....	121
Tablo 4.36. İşletmemizde Ürünlerin Model Patenti Konusunda Yaşanmamaktadır.....	122
Tablo 4.37. İşletmemizde Ürün Çeşitliliğini Sağlayabilmek İçin Yurt İçi Yarışmalar Düzenlenmektedir.....	122
Tablo 4.38. İşletmemizde Piyasanın Ürün Çeşitliliğini Sağlayabilmek İçin Tasarımcılarımız Desteklenmektedir.....	123
Tablo 4.39. İşletmemizin Şehir Merkezinde Faaliyet Göstermesi Sizi Daha Çok Memnun Etmektedir.....	123
Tablo 4.40. İşletmemiz Ürünlerinde Kullandığı Değerli Taşları Bulmakta Zorlanmamaktadır.....	124

	<u>Sayfa</u>
Tablo 4.41. İşletmemizde Ürün Yapımında Kullanılan Kimyasal Maddeler İçin Kimyagerler Bulmakta Zorlanmamaktadır.....	124
Tablo 4.42. İşletmemizde Ürünlerin Ayarı İçin Güvenilir Ayar Evleri Bulmakta Zorlanmamaktadır.....	125
Tablo 4.43. Türkiye’de Uygulanan Enflasyonist Ekonomi Ham Madde Alımınızı Etkilememektedir.....	125
Tablo 4.44. Altın İthalatının Serbest Bırakılması Kuyumculuk Sektörünün Gelişmesinde Faydalı Olmuştur.....	126
Tablo 4.45. Kuyumcular İçin Organize Bir Altın Ödünç Piyasası Gereklidir.....	126
Tablo 4.46. İşletmemizde Teknik, Tasarım, Hukuk, Çalışma Ve Yeniliklerle İlgili Bilgi Veren Dergi, Kitap ve Faydalanılmaktadır.....	126
Tablo 4.47. İstanbul Altın Borsasının Kurulması Türkiye Ekonomisine Faydası Büyüktür.....	127
Tablo 4.48. Türkiye’deki Kuyumculuk İşletmeleri Dünyadaki İşletmelerle Rekabet Edebilecek Düzeydedir.....	127
Tablo 4.49. Dünyadaki Altın Fiyatlarındaki Değişiklikler Türkiye’yi Etkilemektedir.....	128
Tablo 4.50. Kuyumculuk Sektöründe Ayar, Damga Teknolojisi Gelişmiştir ve Güvenilir.....	128
Tablo 4.51. İşletmemizdeki Üretim İle İlgili Sorunların Çözümlerinde Sektör Dernekleri Yardımcı Olmaktadır.....	128
Tablo 4.52. İşletmemizdeki Satışla İle İlgili Sorunların Çözümlerinde Sektör Dernekleri Yardımcı Olmaktadır.....	129
Tablo 4.53. Ürünlere Uygulanan KDV Oranları Uygundur.....	129
Tablo 4.54. İşletmemizde Eski Teknolojiyi de Kullanabilen Ustalara da Yer Verilmektedir.....	130
Tablo 4.55. İşletmemiz İnternet Ortamında da Tanıtılmaktadır.....	130
Tablo 4.56. İşletmemizin Yurt İçi ve Yurt Dışı Tanıtımları yeterlidir.....	130
Tablo 4.57. Türkiye’deki Altın Madenciliğinden Kuyumculuk Sektörü İçin Yeterli Altın Madeni Çıkartılabiliyor.....	131
4.58. Kuyumculuk Sorunları Analiz Tablosu.....	132

GRAFİKLER

	<u>Sayfa</u>
Grafik 4.1. Anket Uygulananların Cinsiyet Profili.....	101
Grafik 4.2. Anket Uygulananların Medeni Durum Profili.....	102
Grafik 4.3. Anket Uygulananların Öğrenin Durumu Profili.....	102
Grafik 4.4. Anket Uygulananların Yaş Profili.....	103
Grafik 4.5. Kuyumculuk Sektöründe Çalışma Durumu.....	104
Grafik 4.6. Kuyumcuların Mesleki Eğitim Durumları.....	105



KISALTMALAR

a.g.m.	Adı Geçen Makale
a.g.e.	Adı Geçen Eser
A.Ş.	Anonim Şirket
ABD	Amerika Birleşmiş Milletler
Ag	Gümüşün Kimyasal Simgesi
Au	Altının Kimyasal Simgesi
Cu	Bakırın Kimyasal Simgesi
DAK	Dünya Altın Konseyi
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
İAB	İstanbul Altın Borsası
İGEME	İhracat Geliştirme Etüd Merkezi
İMF	Uluslararası Para Fonu
İSB	İstanbul Serbest Bölgesi
İSO	Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KDV	Katma Değer Vergisi
Ltd.	Limited Şirket
Milyem	Ayar
MÖ	Milattan Önce
MS	Milattan Sonra
SDS	Sektörel Dış Ticaret Şirketi
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
TCMB	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TUKİAD	Türkiye Kuyumcular İşadamları Derneği
W.G.C.	(World Gold Council) Dünya Altın Konseyi



TEZ HAKKINDA

ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Türkiye’de faaliyet gösteren değişik sektörlerde işletmecilik faaliyetinde bulunan her işletme gibi, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin de kendi sektörlerine ve işletmecilik ve yönetimlerine ilişkin sorunları bulunmaktadır. Bu araştırmada temel problem, kuyumculuk sektörünün işletmecilik açısından sorunları bulunduğu ve bu sorunların rasyonel işletmecilik ilkeleri çerçevesinde yerine getirilmediğidir. Ayrıca, bir sorunda, bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sorunlarının sadece işletmecilik bazında çözülecek sorunlar olmayıp devletin üstüne düşenlerin de olduğudur.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, kuyumculuk sektörünün Türkiye’de işletme olarak yeni yeni gelişmeye ve büyümeye başlamasıyla, işletme içi ve işletme dışı sorunlarının potansiyelinin saptanması amaçlı olarak çalışılmıştır.

Bu amaçla, kuyumculuk sektörünü sorunların tespiti için bir örneklem kütle seçilmiştir. Bu örneklem kütle kuyumculuk sektörünün sorunları ve çözümüne yönelik bir uygulama araştırmasında yön verebilmesi için kuyumculuk sektörünün çeşitli yönlerine yönelik anket uygulanmıştır.

Bu bağlamda, sektörü analiz ederek, sorunlarını işletmecilik işlevleri bazında incelenerek, kuyumculuk sektörünün sorunlarının çözümüne yönelik önerilerde bulunmayı kolaylaştırmaktır ve sağlamaktır.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Altın ve gümüş madenlerinin bulunması ve insanların bu madenleri işlemesiyle kuyumculuk sektörü gelişmiş ve bütün dünyada önemi artırmıştır. Bu önemine binaen, kuyumculuk sektörü büyümüş özellikle de altın piyasasının büyümesiyle problemleri de beraberinde getirmiştir. Geçmişte, çok dar alanda yapılan faaliyetler, küresel pazarlara taşınan birer işletmecilik faaliyeti olmuştur. Bu bağlamda da, dünyada olduğu gibi Türkiye’de kuyumculuk sektörü önemli bir sanayii yatırımı olduğu söylenebilir.

Kuyumculuk sektöründe Türkiye'nin dünyada 6. sırayı aldığı düşünüldüğünde, Türkiye ekonomisine sağlayacağı katma değer açısından kuyumculuk sektörünün önemi yadsınamaz. Dolayısıyla böylesine önemi bulunan bir sektörün ve daha spesifik olarak da bu sektördeki işletmelerin sorunlarının analizini ve çözümlerini araştıran bu araştırmanın, bu sektörün gelişmesine ve sorunlarının çözümüne ışık tutması açısından önemi kendiliğinden ortaya çıkar.

ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ

Ekonomik anlamda kuyumculuk sektöründeki işletmeler değerli madenlerle ve değerli taşlarla çalıştılarından, tüm değer yargıları, yönetim ve organizasyon, pazarlama, insan kaynakları, finansman ve değer anlayışları diğer sektörlerden farklıdır. Türkiye'de Kuyumculuk sektörünün gelişmesi ve ilerlemesi sağlanarak dünyada söz sahibi kuruluşlar haline gelmesi sağlanması, bu araştırmanın öneminde de değinildiği gibi önemlidir. Bu bağlamda, bu araştırmanın temel hipotezlerini şunlar oluşturmaktadır:

Hipotez 1: Tüm işletmecilik sektöründe olduğu gibi, yeni sektör haline gelen kuyumculuk sektörünün de yönetim, üretim, işgören, pazarlama gibi yönetim işlevleriyle ilgili sorunları mevcut olacaktır. Yapılan anket sonucunda işletmenin işlevleri bazında sorunlar tespit edilmiş olup çözüm önerileri sunulmuştur. Bu sorunlar çözüldüğünde kuyumculuk sektördeki işletmeler Türk ekonomisine daha çok katma değer sağlar hale geleceklerdir.

Hipotez 2: Kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sorunlarının bir kısmı, devlet bazında yapılacak düzenlemelere bağlıdır. Bu düzenlemeler yapılırsa, bu sektörün ülke ekonomisine sağlayacağı katma değer daha da artacaktır.

ARAŞTIRMANIN VARSAYIMI

Araştırmanın temel varsayımı, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yeni işletmeler olduğu için işletme ve işletmenin işlevlerinin uygulanması bazında sorunlarla karşılaşabilme olasılığının fazla olması dolayısıyla konunun incelenmesi gerektiğini ve sorunların analiz edilerek çözümlerini araştırılması ve

sınıflandırılarak çözüm yollarının ortaya konması durumunda, sektörel gelişmenin daha sağlıklı bir yapıya kavuşturulacağı bir gerçektir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Kuyumculuk sektörünün sorunları ve çözüm önerilerini araştırmayı, analiz etmeyi amaçlayan bu araştırma, Türkiye genelinde yapılmış bir araştırma değildir. Bundan dolayı da, her bölgeye ilişkin spesifik sorunlara yönelik olarak görülmemelidir. Bu araştırmada örneklem sadece bu sektörde en ağırlıklı olduğu düşünülen İstanbul'da faaliyet gösteren işletmeler alınmıştır. Dolayısıyla bu araştırma, İstanbul'daki işletmelerin ortaya koyduğu görüşlerle sınırlıdır. Araştırmanın İstanbul'da yapılma sebeplerinden biri Türkiye'de kuyumculuk sektörü denildiğinde ilk akla gelen yer İstanbul'dur. İstanbul üretim yapan kuyumcuların çoğunluğunu bünyesinde barındırmaktadır. Diğer kuyumculuk üretimi yapan şehirler İzmir, Ankara, Mardin ve Trabzon gibi şehirlerdir ki buralarda yapılan üretim Türkiye bazında ele alırsak çok küçük kalmaktadır. Ayrıca, bu araştırma, derinlemesine yapılan bir araştırmadan çok, sadece işletmecilik çerçevesinde ve devletin üzerine düşen genel sorunlar üzerine yoğunlaşan bir araştırma olup, araştırma bu açıdan değerlendirilmelidir. Bu araştırmada, sadece genel sorunlara dikkat çekmekle sınırlıdır.

İşletmelerin büyük yoğunluğunun İstanbul'da olmasından dolayı, kuyumculuk sektörünün sorunları ve çözümüne yönelik anket çalışmasında yönetimden üretime, üretimden pazarlamaya, çalışanların niteliğinden işletmelerin ithalat ve ihracat konusunda uygulananlara Türkiye'de yeterli miktarda altın çıkartılabiliyor mu? Soruları sorulmuştur. Alınan yanıtlar doğrultusunda Türkiye'deki kuyumculuk sektörü konusunda bilgi sahibi olunmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma üç teori ve bir uygulama olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır.

Teorik olarak birinci bölümde kuyumculuğun tanımı tarihi ve kuyumculuk sektöründe kullanılan değerli madenler hakkında bilgiler verilmiştir; ikinci bölümde ise kuyumculuk sektöründe kullanılan altın ve gümüş madenlerinin ekonomik değeri ve Türkiye'deki kuyumculuk sektörünün yeri ve önemi irdelenmiştir. Üçüncü bölümde ise

kuyumculuk sektörünün sorunlarına işletme işlevlerine göre değerlendirme yapılmıştır. Dördüncü bölümde ise kuyumculuk sektörünün sorunlarına yönelik anket düzenlenmiştir.

Uygulama bölümünde ise, iki bölümden oluşan bir anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulamasının birinci bölümü anket uygulananların genel kimlikleri ile ilgili sorular yöneltmiştir. İkinci bölümü işletmelerde sorunların araştırılmasına ve çözüm önerilerinin bulunmasına kaynaklık edecek sorular oluşturmuştur. Anketin birinci bölümünde 8; ikinci bölümünde ise 50 soru yer almıştır. Anketteki toplam 57 soruyu analiz ederek yanıtlar doğrultusunda işletmedeki sorunlar araştırılmıştır.

Anket uygulaması İstanbul'da fuara iştirak eden kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletme sahip ve temsilcileri ile İstanbul Çemberlitaş'ta faaliyet gösteren işletme sahiplerine uygulanmıştır.

Anket verileri bilgisayar ortamında değerlendirilerek tablo ve grafiklere dökülmüş ve her soru ile ilgili yorum yapılmıştır. Ayrıca anket sonucunda önemli görülen bazı yanıtlar, işletmecilik işlevleri açısından sınıflandırılarak yorumlanmıştır.



TEZ METNİ



BİRİNCİ BÖLÜM

KUYUMCULUĞA GENEL BAKIŞ

1.1. KUYUMCULUK KAVRAMI VE TANIMI

1.1.1. Kuyumculuk Kavramı

Kuyumculuğun tarihi insanoğlunun tarihi kadar eskiye dayanan bir geçmişe sahiptir. Bugün günlük yaşamda kuyumcu denildiğinde akla ilk gelen, altın alım satımı işiyle uğraşan sarraflardır. Halbuki, kuyumculuk, altın, gümüş alım satımıyla uğraşma işinden öte altın ve gümüş madenlerini işleyerek süs eşyası meydana getirmeye yarayan bir meslektir. Dolayısıyla, kuyumculuk, kıymetli madenlerin önemini halen sürdüren ender ve önemli mesleklerdendir. İlk zamanlarda altın ve gümüş madeninin az çıkması üreticilerinde buna bağlantılı olarak az üretim yapmasıyla ortaya çıkan ürünlerde sanatsal ağırlık söz konusu olmaktadır.

Günümüzde ise toprağın altındaki madenlere eskiye nazaran daha fazla ve kolay ulaşılabilmektedir. Bu doğrultuda da, altın ve gümüş takı üretim artmaktadır.

Kuyumculuk sanat haline dönüştürülerek herkesin beğeneceği bir ürün haline gelmesini sağlayan ender, önemli ve en eski mesleklerdendir. İnsanoğlunun madeni bulmasıyla başlayan bu sanat, bu önemini tarihin hiçbir döneminde yitirmemiş bilakis her zaman en önemli durumda seyrini sürdürmüştür.

Günümüzde ise gerek kalite, gerek teknoloji ve model olarak insanların beğenisini çekmeye çalışan kurumların oluşması düzenli bir üretimin ve pazarlamanın sağlanabilmesi için gerekli şartların oluşması için çalışılması gerekmektedir.

1.1.2. Kuyum ve Kuyumculuğun Tanımı

Kuyumculuk ve kuyum, iki farklı kavramdır. Buna göre kuyumculuk, kıymetli soy madenlerden ve değerli taşlardan süs eşyası, takı ve mücevher gibi süs eşyaları yapma sanatını olarak tanımlanmaktadır.¹ Bu sanat sonucu, ortaya çıkan ürüne yani yapılan süs eşyalarına kuyum denmektedir. Bir diğer tanıma göre, altın ,gümüş v.b.

¹ Adli Ayter, **Kuyumculuk Meslek Bilgisi ve Mücevherat Sanatı**, Arset Matbaa San. Ve Tic. A.Ş., İstanbul 1996, s.1

değerli madenlerin ya doğrudan yada kıymetli taşlarla beraber işlenerek takı eşyası haline getirilmesine kuyumculuk denmektedir.²

1.1.3. Kuyumculuğun Önemi

Kuyumculukta değerli madenlerle çalışılması ekonomik olarak önem arz etmektedir. Paranın olmadığı ilk çağlarda bu değerli madenler bir ödeme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Değerli madenlerin kullanılması, alım satım işlemlerinin daha rahat yapılabilmesine olanak tanıdığı gibi, toplumlararası ilişkilerin gelişmesi üzerine de oldukça etkili olmuştur. İnsanları asırlar boyu peşinden sürükleyen, savaş ve barışlara neden olan, estetik ve güzel görünümünden dolayı bazen takı eşyası, bazen külçe ve bazen de para olarak şekilden şekile giren bu madenler bütün zamanların en değerli madenleri durumundadır.³ Bu değerli madenlerin özellikle kuyumculukta kullanılıyor olması ülkelerin ekonomisine büyük katkı sağlamada öncelik kazandırmaktadır.

Küreselleşen dünyada, üretilen malların tüketicilere aktarılırken meydana gelen aksaklıkların giderilebilmesi için kuyumculukla uğraşan işletmecilerin etkin bir şekilde hizmet verebilmesi sağlanmalıdır. Kuyumculukta kullanılan takı eşyası zorunlu olarak tüketilmemesine rağmen tasarruf amaçlı olarak, yatırım amaçlı olarak kullanılabilen ve hiçbir zaman değer kaybetmeyen bir araçtır.

1.2. KUYUMCULUĞUN TARİHSEL GELİŞİMİ

Kuyumculuğun tarihsel gelişimi çok eski çağlara dayanmaktadır. Madenlerin bulunmasıyla başlayan kuyumculuk sanatı, günümüze kadar kendini koruyarak ve geliştirerek gelebilen ender mesleklerden biridir.

² M.Zeki Kuşoğlu, *İstanbul Ansiklopedisi*,5.Cilt.,İstanbul,1994,s.144.

³ Asuman Yalçın-Filiz Çakır,*Kuyumculuk Sektöründe Altın Takı Satın Alan Müşteri Profiline Karşılaştırmalı Uygulaması*,6. Ulusal Pazarlama Kongresi,28 Haziran-1 Temmuz 2001, Erzurum, s.129.

M.Ö. 3000'lerde Mezopotamya'nın Ur kentinde kuyumculuk sanatının ilk örneklerine rastlanmıştır. Özellikle Ur kenti mezarlarındaki hükümdar mezarlarından çıkan ürünler gerdanlık, küpe, saç tokası ve müzik aletleri gibi takı ve eşyalardır.⁴

Kuyumculuk mesleğinin yapılabilmesi için değerli madenler ve değerli taşlar gerekmektedir. Kuyumculuğun sürdürülebilmesi için maddi imkanlar iyi olmalıdır. Buradan yola çıkarak kuyumculuğun tarihsel gelişmesini incelersek, maddi durumun iyi olduğu dönem ve ülkelerin günümüze kadar ulaşabilen eserleri o dönem ve ülkelerin zenginliğinin ve refah düzeyinin en iyi olduğu zamanlara rastlamaktadır.

“M.Ö. 14-16 yy.larda kuyumculuk Eski Mısır'da en parlak dönemini yaşamıştır.⁵ Ayrıca Alaca Höyük ve Troya kazılarında çıkan takı örneklerine bakarak Anadolu'da kuyumculuğun çok eski tarihlere kadar yapılmıştır.

1876' da Myknai'deki kazılarda çıkarılan Agamemnon'un Maskesinin bulunmasıyla Mikan'ların kuyumculuğa çok değer verdiği anlaşılmaktadır. Buradan da anlaşılıyor ki eski tarihlerde insanlar kuyumculuğa önem vermişlerdir.

Yunan uygarlığının hüküm sürdüğü Yunanistan ve Ege Adalarında yapılan kazılarda Arkaik Dönemde Yunan Kuyumculuğunun örnekleri bulunmuştur. Roma Uygarlığında ise kuyumcular örnekleri bulunmuştur. Roma Uygarlığında ise kuyumcular Pers ve Helenizm etkisinde kalmıştır. İran'da Pers, Part ve Sasani uygarlıklarının İslama geçiş dönemine kadar kuyumculuk sanatı devam etmiştir.”⁶ Kısaca anlatılan bu genel bilgilerden sonra uygarlıklara göre kuyumculuğun tarihsel gelişimine aşağıda yer verilmiştir.

1.2.1. Antik Çağ Kuyumculuğu

Neolitik (Cilalı Taş) çağda, avcılık ve toplayıcılık düzeninden yerleşik düzene geçen Anadolu insanının yakınlarının mezarlarına ölü armağanları koyma geleneğini de başlatmıştır.⁷ Bu geleneğe göre asıl amaç öldükten sonra ölü kişilerin

⁴ Ana Britanica, Ana Yayıncılık A.Ş., C.14, s.125.

⁵ A.g.e., 14. Cilt, s.126

⁶ A.g.e., 14. Cilt, s.126

⁷ Akyay Yıldız Meriçboyu, Anadolu Antik Takıları, www.Turkishairlines.com/skylife/tr/16.04.2002

yaşadıkları zamanda kullandıkları eşyaları tekrar kullanabilmek için ihtiyaç duymaları gerektiğini düşünülmesinden kaynaklanmaktadır.

İkel toplumlarda insanlar vücutlarını takı ile süslemeleri, törelere dayalı bir yapının olmasının yanı sıra dinsel ,büyüsel inançlara da dayanmaktadır.⁸

Ölümler için mezarlara konan bu armağanlar arasında çeşitli taşlardan, hayvanların diş, boynuz ve kemiklerinden, deniz kabuklarından yapılmış boncuk dizileri, bilezikler ve yüzükler bulunmaktadır. Anadolu'nun Arkaik Dönem takıları eski yerleşim bölgesi olan Diyarbakır yöresinde Çayönü Tepesi, Orta Anadolu'da Catalhöyük, Aşıklar Höyük ve Köşk Höyük kazılarında çıkartılmıştır.⁹ Takıların üretimi ve kuyumculuğun başlangıç tarihi bakır, gümüş ve altın madenlerinin bulunmasıyla başlamıştır denilebilmektedir.

Özellikle MÖ. 4000 yıllarında değerli madenlerin bulunmasıyla kuyumculuğun tarihi başlamıştır. MÖ. 3000'de ise kuyumculuk çok gelişmiş olup, değerli örnekler, kuyumculuk tekniği ile tasarımlardaki gelişmişliğin kanıtlarıdır.¹⁰

MÖ 7. yüzyılda Anadolu'nun batı yarısında birbirinden değerli pek çok takı bulunmaktadır. Lydia Devletinin egemen olduğu İç Batı Anadolu'da ise, Lydia'nın başkenti Sardes kuyumculuğun merkezi olarak bilinmektedir. Bu dönemin en önemli atölyesi Lampsakos'tadır. Daha sonraları ise, Antiokhia (Antakya) ile Aleksandria (İskenderiye) faaliyete geçmiş olmasına rağmen MÖ 2. yüzyılın yarısında başlayan, birinci yüzyılda yoğunlaşan ekonomik sıkıntı, takı üretimini de sıkıntıları da beraberinde getirmiştir. Anadolu'nun, Roma'ya bağlı bir eyalet olduğu dönemde ise konu edilen ekonomik sıkıntılar Roma dönemi kuyumculuğunda da rastlanmıştır.¹¹ Anadolu ilk çağlardan beri verimli topraklarında ve ticaret yollarının geçiş yeri olması sebebiyle en eski yerleşim merkezi olarak kullanılmıştır. Bundan dolayı, altın madenciliğinin de ilk kullanıldığı yerlerden biri olmuştur. Takı eşyalarında en eskileri Anadolu'da çıkarılmıştır.

⁸ Altan Türe, Takılar ve Süs Taşlarında Sembollerin Dili, Goldaş Kültür Yayınları 3, Gri Tasarım ve Mat., İstanbul, 2004, s.14.

⁹ Akyay Yıldız Meriçboyu, A.g.m., www.Turkishairlines.com/ skylife/tr/16.04.2002

¹⁰ A.g.m., www.Turkishairlines.com/ skylife/tr/16.04.2002

¹¹ A.g.m., www.Turkishairlines.com/ skylife/tr/16.04.2002

M.Ö. 2500'lü yıllarda olduğu tahmin edilen Alacahöyük'te (Çorum yakınlarında), altından yapılmış madeni eşyalara rastlanmıştır. Altın işlemeciliğinin çok olduğu Anadolu'da altın madenciliği de önemli bir yer tutmaktadır. İlk zamanlarda Troya'lılar tarafından işletildiği düşünülen Anadolu'daki madenlerin, Roma ve Bizans dönemlerinde de işletildiği tahmin edilmektedir.¹² İlk dönemlerde bulunan bu madenlerde teknolojinin ileri olmamasından dolayı altınların bir kısmı çıkarılmıştır. Günümüzde ise teknoloji ilerlemiş ve altın çıkarılma işlemleri kolaylaşmıştır.

Anadolu'daki bu eski madenlerin tarihi ve arkeolojik değerleri bulunmaktadır. Günümüzde ise bu eski maden yatakları, altın arama çalışmalarında madencilere yardımcı olmaktadır. Madenciler ilk olarak eskiden altın olduğu bilinen madenlerin yakınlarında altın arama çalışmalarını yoğunlaştırmaktadır.¹³

1.2.2. Roma Kuyumculuğu

Altın, dünyadaki uygar ülkelerin ekonomik yapısında temel oluşturmaktadır. Ülkedeki altın stoklarının fazla olması o ülkenin zenginliğinin ve gelişmişliğinin göstergesidir. Gelişmiş ülkeler sanata yönelik çalışmalara daha fazla önem vermektedir. Roma döneminde ilk başlarda ekonomik sıkıntılar sebebiyle takı yapımı ve kullanımı kısıtlanmasına rağmen daha sonraları bu kısıtlama ortadan kalkmıştır.

M.Ö. 1 yüzyıl ikinci yarısında Augustus'un Roma, Akdeniz çevresi ve Yakın Doğuyu Roma İmparatorluğuna dönüştürmesi ve rahat bir dönemin meydana gelmesiyle kısıtlamalar ortadan kalkmıştır.¹⁴ Roma Döneminde sanat yaşamında da bir yoğunluk bulunmaktadır. Bu yoğunluk kuyumcuları da etkilemiş ve en güzel takı çalışmalarını bu dönemlerde ortaya çıkarmışlardır. Kısıtlamanın kalkmasıyla Roma altın işçileri çalışmalarına yoğunluk vererek güzel eserler meydana çıkarmışlardır.

Roma İmparatorluğu M.Ö. 8. yüzyılda Romalılar Grek kolonileri ve Etrüks Kültürünün etkisiyle kuyumculuğa iki yeni teknik getirmişlerdir. Bu iki yeni tekniğin

¹² Elif Yılmaz, "Altına Hücum", *Bilim ve Teknik Dergisi*, Mart,2002.ss. 34-35.

¹³ A.g.e., ss.34-35

¹⁴ Yılmaz Savaşın , Altan Türe, "Roma Takıları", *Antika Dergisi*, Mısırlı Yayınları, İstanbul 1986, s. 9-10.

birincisi oyma ve dövme tekniklerinin birlikte kullanıldığı ajur tekniğidir.¹⁵ Bu teknikle ilk zamanlar basit ve kaba olan ürünler kısa bir sürede geliştirilip daha ince ve zarif takılar haline dönüştürülmüştür. Bu teknik Bizanslılar tarafından kullanılan telkari tekniğinin temelini oluşturmuştur. İkinci teknik ise savat (niello) tekniğidir. Romalılar, M.Ö. 15. yüzyılda takılarını, siyahların süslemesinde adı verilen savat tekniğini ilk olarak uygulamışlardır. Helenistik Dönemin en önemli takı yapım merkezlerinde olan İskenderiye ve Antakya, Roma döneminde de takı yapımında birinci derecede önemli merkez olma özelliğini korumuşlardır. Bu şehirlerin yanı sıra Roma şehri üçüncü bir takı merkezi olarak gelişmiştir ve buradaki ustalar genellikle doğudan Roma'ya göç eden kuyumculardır.¹⁶

1.2.3. Bizans Kuyumculuğu

Hıristiyanlığın kabul edilmesiyle birlikte Bizans kuyumculuğunda dini etkiler ön plana çıkmaya başlamıştır. Takılarda dini içerikler oluşmuş ve daha ziyade din adamlarının kullanabileceği haç gibi takıların yapılması ön plana çıkmıştır.

Bizans kuyumculuğu, Hıristiyanlığın kabul edilmesiyle dini temalardaki takılara daha fazla yönelmişlerdir. Bizans kuyumcuları; Helenistik ve Roma kuyumculuğunun gelenekleri doğrultusunda değerli ve yarı değerli taşlar kullanmışlardır. Kuyumcuların kullandıkları değerli taşlar zümrüt, safir, yakut, lapis lazuli, firuze, akik, yeşim gibi taşlardır.¹⁷

6. yy.da Doğu Roma İmparatorluğu, üç kıtanın büyük bir kısmına sahip bulunmaktaydı. Bu topraklarda Anadolu merkez olmak üzere Yunanistan ve Balkanlar'ın büyük bir kısmına, Suriye, Filistin ve Kuzey Afrika'ya, Sicilya ve İtalya'nın bazı bölgeleridir.¹⁸ Savaşlar zamanla bu toprakların kaybedilmesine sebep olmuştur. Üç kıtada bulunan değişik kültür ve uygarlıklar takı yapımında yönlendirici bir zenginliğe sahip olunmasında öncü olmuştur.

¹⁵ Yılmaz Savaşçın, a.g.m., s.10.

¹⁶ A.g.m., s.11-12.

¹⁷ Gülgün Köroğlu, "Bizans Kuyumculuğu", *Art-Dekor Dergisi*, Mayıs, 2002, s.74,

¹⁸ A.g.m., s.75.

“Hıristiyanlığın yaygınlaşmaya başlaması, sanatın gelişmesinde yönlendirici ve etkin bir rol oynamıştır. İmparatorluğun yayıldığı tüm yerlerden gelen zenginlikler ve en iyi sanatkarlar belirli kentlerde toplanmaya başlamıştır. İmparatorluğun en önemli kuyumculuk merkezlerinin, Helenistik ve Roma dönemlerinin sanat merkezleri olan Roma, Aleksandria (İskenderiye) ve Antiokheia (Antakya)’dadır. Konstantinopolis (İstanbul) ise, başlangıçta henüz bu merkezlerin yanında daha az önemli eserler üreten ikinci derecede bir kuyumculuk merkezi olmuştur.

Bizans kuyumculuğu, Roma kuyumculuğunun teknik şekil ve form olarak devamıdır. Bizans hükümdarı Büyük Konstantin kuyumculuk sanatını geliştirebilmek için kuyumcuları vergi almamıştır.”¹⁹ Bizans İmparatorluğunun topraklarının üç kıtaya yayılmış olmasından dolayı kuyumculuğun kendini bulması uzun zaman almıştır. Savaşlardan dolayı Bizans İmparatorluğu doğudaki maden kaynaklarının büyük kısmını kaybetmiştir. Daha sonra o dönemlerde Konstantinopolis (İstanbul) kuyumcuların ve kuyumculuğun merkezi olmuştur.

Bizans İmparatorluğundaki ekonomik güçsüzlük altın takı modellerinde de bolca kullanılan değerli taşların yerini ince altın levhalarla yapılan takılar almıştır. Bizans döneminde takıları iri ve gösterişli formlardan oluşmaktadır. Arkeolojik kazılarda bulunan mozaik ve fresklerde görkemli tören gruplarının zengin giysili figürlerinde incili taşlar ve omuz tokaları gibi bazı heybetli takılar büyük bir ihtimalle madenlerinin eritilmesi nedeniyle örnekleri günümüze kadar ulaşamamıştır.²⁰

Altın takılarda genellikle düz halkalardan oluşan bileziklerin bazı örneklerinde yüzey emaye ile çok renkli bezenmiştir. Hıristiyanlığın konu edildiği ve mine işçiliği ile bezendiği madalyonlar yaygın olarak kullanılmakta ve küpelerde ise hilal ve askı tipleri bulunmaktadır. Bizans’ta daha iri formlar revaçta olup yapımında gümüş, altın ve bronz kaplama kullanılmıştır.²¹

Bizans İmparatorluğunun sona ermesine rağmen özellikle Yunanistan, Balkanlar, Almanya, İtalya, Fransa, İspanya, Rusya ve İslam toprakları ile Osmanlı’da da kuyumculuk sanatlarında uzun süre yaşamıştır. Günümüzde ise bu döneme ait takı

¹⁹ A.g.e., s.74.

²⁰ A.g.e., s.74.

²¹ Altan Türe, Yılmaz Savaşçın, “Anadolu Takıları IV, Bizans Dönemi Takıları”, Antika Dergisi, S.1, İstanbul,1986,s.25.

örnekleri müzelerimizde ve ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, Yunanistan, İtalya, Mısır, Suriye, İsrail müze ve özel koleksiyonlarında yer alınmaktadır.²²

1.2.4. Osmanlı Kuyumculuğu

Osmanlı Devleti aynı Roma Devleti gibi çok fazla toprak parçasında hüküm sürmektedir. Bu yüzden kültür ve medeniyet olarak zengin bir alt yapısı bulunmaktadır. Bu yapıyı sanatçılar her eserde göstermeye çalışmıştır. Özellikle zenginlik dönemlerinde kuyumculuk eserlerinde nadide çalışmalar ortaya çıkarmışlardır.

“620 yıl yaşayan Osmanlı İmparatorluğu 36 tane padişah hükümdar olmuştur. Hükümdarlıkları boyunca bu padişahlar hükümdar oldukları döneme ait tuğralar yaptırımlarına rağmen bu tuğralara rastlanmamıştır. Bunun en önemli nedeni, devlet hazinesinden devamlı bir şekilde ekonomik krizlere uğramasıdır.

Osmanlı Devleti yeniçerilerine sık sık maaş dağıtılmasından dolayı devlet hazinesi krize girmektedir. Bu krizler gerek saraydan, hazineden halktan toplanan altın ve gümüşten ürün kıymetli eşyalar darphane (vezirhan) da eritilerek gümüş akçe (para) bastırılmasıyla pek çok değerli ve damgalı sanat eserleri nakit paraya çevrilmiştir.²³ Osmanlı Devletini yeniçerilerinin sık sık isyan etmesi, bu isyanları bastırmak için onlara bahşiş dağıtmayı mecburi tutmuştur.

1789 yılında İstanbul'da 1.Abdülhamit zamanında halktan 15.300 kg. gümüş eşya toplayarak darphaneye teslim etmişlerdir. Müslümanlardan ise toplanan eşyalar bu miktarların toplamından daha fazlası Osmanlı İmparatorluğunda meydana gelen iktidar değişiklikleri veya ekonomik kriz dönemlerinde bu yolla tüketilmektedir. El emeği ve göz nuruyla yaratılan bu gerçek sanat eserleri eritilerek bir anda yok olup gitmiştir.”²⁴

Tuğralar 900 ayar (milyem) olan eşyalara vurulmakta ve bu eşyalar hükümet kontrolünden geçmektedir. Buy yüzden rahatlıkla alınıp satılmaktadır. En çok Sultan Abdülaziz ve 2.Abdülhamit dönemlerine ait olan tuğralara rastlanmaktadır. Kanuni ve Yavuz dönemlerine ait tuğralı gümüşlerin nadir örneklerine müzelerde rastlamak mümkündür. Tarhuncu Ahmet Paşanın milyonlarca gümüş eşyayı eriterek

²² Gülgün Koroğlu, a.g.m., s.78.

²³ A.g.e.,s22.

²⁴ Adli Ayter, “Anadolu'nun Kuyumcu Sanatçıları”, Gold News Dergisi, İstanbul Kuyumcular Odası Yay.,Yıl 6, S. 70, , İstanbul, Mayıs 1997, s. 22.

akçe bastırmasıdır.²⁵ Osmanlı İmparatorluğu'nda padişahlar bile kuyumculuk eğitimi almışlardır. Bunlar Yavuz Sultan Selim ve Kanuni Sultan Süleyman'dır.²⁶

Osmanlı sarayında çeşitli hizmet erbabı grupları bulunmaktadır. Osmanlı Sarayında ehl-i hiref denilen sanatkârlar zümresi bulunmaktadır. Ehl-i hiref el sanatlarıyla uğraşan kimselere verilen isimdir. Ehl-i hirefler, devşirme zamanında saraya verilen acemilerden oluşur ve yeteneklerine göre yetiştirilirdi.²⁷ Osmanlı sarayının emrinde çalışan kuyumcular(ehl-i hiref) siparişlerini Harem ve padişahlardan alırlardı.²⁸ Bunlar arasında yer alan kuyumcular, Topkapı Sarayı'nın Orta Kapısı ile Akağalar Kapısı arasında kalan Birun denilen bölümünde yaşarlardı.²⁹ Bunların amirlerine ise, kuyumcubaşı denilmekte ve kuyumcular, devşirmelerin kabiliyetlilerinin arasından seçilirdi. Daha sonraları saray kuyumcularına nezaret ederler ve onları yetiştirirdi. Saray için alınacak mücevherler ile yabancı hükümdarlara hediye olarak yaptırılan mücevherler, kuyumcubaşı tarafından muayene edilir ve kıymetleri belirlenirdi.³⁰

Osmanlı sanatının itibaren en belirgin özelliği, Ehl-i hiref örgütündeki nakkaşların hazırladığı desenlerin, saraya bağlı sanatçılar tarafından tezhipten madene, çiniden seramiğe, kumaştan halıya kadar tüm eserlerde uygulanması ile üslup ve desen birliğinin sağlanması amacıyla uğraşmışlardır.³¹ Zergenli Bölüğü, Ehl-i hiref örgütündeki kuyumcularla uğraşan pek çok ustanın ve çeşitli bölüklerin altın işçiliği yapanlardır. Yeşim, nefes ve maden eserler üzerine altın kakmacılığı yapanlara "zernişani", taş yontucu ve işlemecilere "hakkakan", taşa foya yapanlara ise "foyager" denilmekteydi. Osmanlı Sarayında 58 zerger, 22 zernişani, 9 hakkak ve 1 foyager bulunmaktadır. Zerger, hakkak ve zernişanlar genellikle Tebrizli ve Bosnalıların oluşturduğu, usta ve çırakların arasında ise, Arnavut, Rus, Gürcü, Akkermanlı, Üsküplü, Çerkes ve Hersekli'nin bulunduğu bilinmektedir.³² Fatih Sultan Mehmet tarafından

²⁵ A.g.e., s.23.

²⁶ Adli Ayter, a.g.e.,s.12.

²⁷ Aygün Ülgen, "Osmanlı Kuyumculuğu", *Yeni Türkiye* 2000/34,S. 34, s. 682.

²⁸ Sabahattin Türkoğlu, "Saray Kuyumculuğu", *Sanat Dünyamız*, sayı34, yıl 11, 1985, İstanbul, s.13.

²⁹ Bahaeddin Yediyıldız, "Osmanlı Toplumunu", *Osmanlı Toplumunu ve Medeniyeti Tarihi*, Cilt I, İstanbul, 1994, s.446-448.

³⁰ Midhat Sertoğlu, *Osmanlı Tarih Lugatı*, İkinci Baskı, İstanbul, 1986, s.194.

³¹ Osmanlı Dönemi, Azaryan Yalısı, *Osmanlı Sanatı* (1299-

1923) sadberkhanimmuzesi.org.tr/turkish/sanat/osmanli_sanhtm.5k.08.02.2004.

³² Aygün Ülgen, a.g.e.,s. 681.

kurulan Topkapı Sarayı'nın hazine koğuşunun amiri, hazinedarbaşı ve hazine kethüdasıdır. Hazinedarbaşı sarayın en nüfuslu görevlileri arasındadır. Sarayda hizmet gören ve sayıları 2000 kadar olan ehl-i hiref denilen saray sanatkarlarının başı bulunmaktadır. Enderun hazinesi ve saraya ait mücevherler ve kıymetli eşyanın korunmasından sorumlu olmaktadır.³³ Osmanlı padişahları zaman zaman Enderun Hazinesini ziyaret edip, buradaki ambarlar, sandıklar ve dolaplar içinde saklanan eşya, silah ve mücevherlerden oluşan hazineyi gördükleri bilinmektedir.³⁴

19. yüzyıldan kalan parçalarda daha önceki dönemlerin kuyumculuk teknikleri uygulanmıştır.³⁵ İslam geleneğinde altın, gümüş gibi değerli madenlerin ve taşların kullanımı yasaklanmamakla birlikte, bunların kullanımında aşırılığa kaçılmaması telkin edilmektedir.³⁶ Altın ise eşyalarda ve takılarda saf olarak değil, başka bir madenle karıştırılarak kullanılmıştır. Osmanlı kuyumculuğunda en çok Kur'an kabı, kılıç, hançer, gürz, tüfek, tesbih, bardak, matara, kase, şerbetlik, maşrapa, zarf, kutu, sandık, şamdan, buhurdan, kaşık, nargile, yazı takımı, yelpaze, ayna, tarak, askı, kamçı, sadak, Kabe hediyeleri, taht, beşik, örtü, kaftan, at koşum takımı gibi küçük ve büyük boyutlu eşyalar, yani dekoratif eşya ve kullanıma yönelik eşyadan başka sorguç, hotoz, zülüflük, enselik, saç bağı, gerdanlık, iğne, çelenk, küpe, bilezik, yüzük, halhal, pazubend, düğme, zincir, saat, köstek, kemer, kemer tokası, muska ve hamayıl gibi örnekleri çoğaltılabilecek takı çeşitleri oldukça güzel eserlerdir.³⁷

Osmanlı silahlarını ise değerli taşlarla süslemek ya da çeşitli tekniklerin uygulanması için, kuyumcu, hattat, nakkaşların işbirliği yaparak yapımlarını gerçekleştirdikleri eserlerdir. Osmanlı silahlarının yapımında genellikle demir, bakır ve pirinç kullanılmış, gümüş ve altın madenleri ise süslemede ön plana çıkmıştır. Bu madenlerin süsleme tekniğinde ise genellikle kalem işi, kabartma, kakma, tombak, savat, telkari, granülasyon ve ajur kullanılmıştır.³⁸

³³ Mehmet İpşirli, "Saray Teşkilâtı", *Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi*, Cilt I, İstanbul, 1994, s.151.

³⁴ İ.H. Uzunçarşılı, *a.g.e.*, s.316-321.

³⁵ Aygün Ülgen, *a.g.e.*, s.693.

³⁶ Gül İperoğlu, "Osmanlı Sarayında Takı", *Mozaik*, S.14, İstanbul, Ekim, 1996, s.23.

³⁷ İperoğlu, *a.g.e.*, s.23

³⁸ Örcün Barışta, *Türk El Sanatları*, Ankara, 1988, s.79-83.

1.3. KUYUMCULUKTA KULLANILAN DEĞERLİ MADENLERDEN ALTIN

1.3.1. Altın Madeninin Tanımı ve Özellikleri

Altın kimyasal bir elementtir ve simgesi Au'dur. Sarı renkte değerli bir metaldir.³⁹ Altın iyi bir ısı ve elektrik iletkeni olan altın yumuşak ve çok sünektir ve dövülmeye, haddelenmeye elverişli metaller arasında ilk sıradadır.⁴⁰ 10 gr ağırlığında bir altın kütlesi, 11 m kadar bir alanı kaplayacak büyüklükte levha haline gelinceye kadar dövülebilir. Varak denilen zar inceliğindeki altın levhalar yeşil ışığı geçirir.⁴¹

Altın, dünyada az bulunan aynı zamanda diğer madenlerle birlikte fazlaca bulunmayan, rengi ve parlaltısı göz alıcı, işlenmesi kolay olan, havadan ve sudan etkilenmediği için kararır paslanmayan bir madendir. Işıltılı bir maden olması kolay işlenebilmesi her zaman insanların ilgisini çekmiştir.

Altın da, elementlerin çoğu gibi az miktarda da olsa bütün kor kayaçların yapısında, genellikle başka elementlerle kimyasal bileşikler oluşturmaksızın, yalın halde bulunur.⁴²

İlk çağlarda insanlar mal değişimi için kullandıkları alet ve malları kullanıyorlardı. Altın madeninin bulunmasıyla birlikte mal değişiminde kullanılan ilk ödeme aracı olan altın, insan topluluklarının içinde bulunduğu ortama ve coğrafi şartlara bağlı olarak zaman içinde çok büyük farklılıklar göstermektedir. Altın madeninin bulunup, mal değişiminde kullanılmaya başlamasına kadar olan zamanda çok farklı araçlar kullanılmıştır.⁴³

Altın üretimi, işletmeciliği veya ticareti konusunda söz sahibi olan ülkelerin bir çoğunda, altın sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar özel bir bankaya ihtiyaç duymamışlar ve külçe altın konusunda uzmanlaşmış ülkeler işlemlerini yaparken altın üzerinden kredi vermekte, altın ithalatı ve ihracatı gibi faaliyetlerde

³⁹ Altın Takı Üretimi Teknik El Kitabı, World Gold Council Yayınları, 2002, s.20.

⁴⁰ Ana Britanica, a.g.e., s.485.

⁴¹ Elif Yılmaz, Çağların Işıltısı, Bilim ve Teknik, Cilt 30., S. 354, Mayıs 1997, s.32.

⁴² Ana Britanica, A.g.e., s.485.

⁴³ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, Altın Borsası Yayınları 2, Rota Yay. Yap.Tan. Tic. Ltd. Şti., s. 15.

bulunabilmektedir.⁴⁴ Değerli madenlerin en önemlisi altın madenidir. İlk çağlarda alışveriş işlemlerinde para yerine kullanılmıştır. Altın, insanların savaşmalarına ve onun peşinden gitmelerine neden olan, güzel görüntülü, her daim ekonomik değeri olan en değerli madenidir.

Dünyada kullanılan altının %85'i takı olarak tüketilmektedir. Dünyada bir yılda tüketilen altının yalnızca %15 kadarı elektronik, tıp, dişçilik, vb endüstrilerde kullanılmaktadır.⁴⁵

Altına olan yıllık talep 3400 tondur. Günümüze kadar dünyada üretilip yeryüzüne çıkarılmış olan altının 130000 ton kadar olduğu ve bunun %15 kadarının kayıp olduğu sanılmaktadır. Bu altının 77200 tonu takı, madalyon ya da altın külçe biçiminde özel kişilerde olduğu, Merkez Bankaları ve finans kurumlarında da 32991 ton altın bulunmaktadır. IMF'de ise altın 3217 tondur. ABD Merkez Bankası'nda 8137 (rezervlerinin %57'si); Almanya'da 3469(%35) ton; Fransa'da 3025(%42); Türkiye'de 116 ton (%4). Yüzyıllardır üretilen altının büyük bir bölümü merkez bankalarında, yer altındaki çelik kasalarda bekletilmektedir.⁴⁶

Dünyadaki madenlerin işletilmesi, dünya ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır. Ama bu madenlerin işletilmesi doğal güzelliklerin yok olmasına da neden olabilmektedir. Dünyadaki gelişmiş ülkelerin gelişmelerinin sağlanmasında madenciliğinde büyük önemi bulunmaktadır. Madenleri bulunmayan ülkeler madenleri olan ülkeleri fethetmek için çaba sarfetmişlerdir. Günümüzde ise bunu ekonomik güçle sağlayabilmektedirler. Çünkü maden çıkarma yada işletme işi çok pahalı olmaktadır. Bunu da özellikle Türkiye'de yabancı şirketler üstlenmektedir.

Türkiye'deki altın madenlerinin işletilmesiyle ülkenin içinde bulunduğu sosyolojik (işsizlik v.b.) ve ekonomik sorunların yanı sıra, üretim toplumu olma yerine tüketim toplumu olma eğilimi artmakta ve üretime dönük yatırım projelerinin hayata geçirilmesi, ülke sorunlarının aşılmasında katkı sağlayacaktır.⁴⁷ Türkiye'deki altın madenlerinde siyanür kullanılmaktadır. Bunun sebebi Türkiye'de bilinen altın

⁴⁴ M. Hakan Sağlam, Türkiye'de Altın, Finans Dünyası ,Temmuz, 1992, s. 90.

⁴⁵ Tahir Özgür, www.jmo.org.tr/mogundem/altin/normandy.asp,10.06.2003.

⁴⁶ A.g.e.,10.06.2003.

⁴⁷ Tefvik Güyagüler, "Altın Madenciliği", Bilim ve Teknik Dergisi , Mart 2002, s. 36-37.

yataklarının çoğunluğu epitermal yataklardan oluşmaktadır. Bu altın yataklarında cevherleşme özelliği bulunmaktadır.⁴⁸

Yerin altından çıkarılan altın madenin aranması pahalı olmaktadır. Bu bağlamda çok fazla sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yatırımlarda risk faktörünün çok yüksek olduğundan dolayı, ülkemizde daha çok yabancı sermaye bu işe yatırım yapmaktadırlar. Altın madenlerinin işletilmesi ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır. Ülke içinde stoklarda bir artışın sağlanması ülke ekonomisi için artı bir değerdir.

Altın yataklarından yerkabuğunun derinliklerinde bulunan magmatik kayalarla, kireçtaşı ya da dolomit gibi karbonatlı kayaların dokunaklarındaki başkalaşım kuşaklarında bulunmaktadır. Bakırın zengin olduğu yataklarda da, altın üretilebilir düzeye ulaşabilmektedir.⁴⁹

Altın yatakları, kumlar ve çakıllar içinde genellikle akarsu havzalarında bulunmaktadır. Altının boyutları, mikronlardan yumruk büyüklüğü kadar olabilmektedir. Türkiye'deki altın madeni bakır yataklarında bulunduğundan çok düşük bakır tenörlü olmakta bu günün koşullarında bu yataklardan elde edilen altının karlılık payı çok azdır. Dünyadaki altın stokunun yaklaşık 75.000 ton olmasına rağmen, yeni madenler aranmakta ve dünya altın üretimi artırılmaya çalışılmaktadır.⁵⁰

⁴⁸ A.g.e., s. 36-37.

⁴⁹ A.g.e., s.35.

⁵⁰ Sarı Işıltının Peşinde, "Bilim ve Teknik Dergisi", Mart, 2002, s.35.

Tablo 1.1. Dünya Altın Üretimi

Ülkeler	1996	1997	1998	1999	2000	2001(tahmini)
Güney Afrika	498	492	464	449	431	400
A.B.D.	318	360	366	341	353	300
Avustralya	289	311	312	303	296	290
Kanada	164	169	166	158	154	160
Çin(tahmini)	145	175	178	170	180	185
Endonezya	-	-	-	130	125	120
Peru	-	-	-	128	133	140
Rusya	120	115	104	104	126	155
Özbekistan	72	75	80	-	-	-
Brezilya	63	59	55	-	-	-
Diğer Ülkeler	580	660	735	735	735	725
Dünya Toplamı	2250	2410	2460	2540	2550	2530

Kaynak: www.maden.org.t/yeni3/yayınlar/madencilik sektörü 07.01.2002

Yukarıdaki Tablo 1.1'de dünya altın üretimi Avustralya, Çin, Özbekistan, Peru gibi ülkelerde üretim artmaktadır. Endonezya, Brezilya gibi ülkelerde azalmaktadır. Güney Afrika, Rusya, Kanada gibi ülkelerde üretim dalgalanmalar göstermektedir.

Altın, sadece madenlerde bulunmaz çıkarılan madenler stoklar halinde de bulunmaktadır. Altın stoku denildiğinde tedavüldeki altın paralar, bankaların altın ihtiyatları ve özel şahısların sakladıkları altın ve altından ürün eşyalar aklımıza gelmelidir. Altın stoku içine giren bu unsurlardan tedavüldeki altın paraları tespit etmek kesinlikle mümkün değildir. Bankadaki altın paralar kolayca hesap edilebilir, ama halkın elinde bulunan ve tedavüldeki altınlar bilinmemektedir.⁵¹

Altın stoklarına sahip bulunan ülkelerin içinde ilk başta ABD gelmektedir. Birinci Dünya Savaşından önce bütün dünyanın en çok altın bulunduran bir merkezide Rus Çarlık İmparatorluğunun merkez bankası idi. Birinci Dünya Savaşından sonra bu mali piyasaların yönü Amerika Birleşik Devletlerine doğru yöneltildiği görülmektedir. Birinci Dünya Savaşı devam ederken bile, A.B.D.'nin, altının birinci sınıfa almamış olmakla birlikte, Birinci Dünya Savaşından sonra İngiltere'nin ve Rusya'nın yerlerini alarak, dünya altınlarının hazinesi bulunmaya başlamıştır.⁵²

⁵¹ Süleyman Barda, *Altın Meselesi*, İsmail Akgün Mat., İstanbul Üniversitesi Yay., 592, İktisat Fak. 73, 1954, ss.55-61.

⁵² A.g.e., s.56.

Dünyadaki ulusların ellerinde bulundurdukları altın stokunun bugünkü durumunu, iki savaş arasındaki devrede geçirdiği son 10 sene içinde, kıymetli sarı madenin belli başlı ülkeler aynı zamanda kıymetli madeni en fazla ellerinde bulunduran sektörler değildirler. Dünyadaki altınların büyük kısmını ellerinde bulunduran Amerika Birleşik Devletleri ve onun arkasından gelen Milletlerarası Para Fonu İsviçre, İngiltere ve nispeten Belçika, Fransa ve Kanada, adeta Dünyaya yayılmış altın madeninin hemen hemen belli başlı sığınakları olmuştur.⁵³

1.3.2. Altının Kimyasal ve Fiziksel Özellikleri

Altının, kimyasal bileşimin gösterdiği gibi, doğal altında % 90 veya daha fazla altın bulunmakta olup, önemli bir miktar gümüşün de bileşiminde yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda, arkeolojik dönemlerden beri altının içindeki gümüş ve bakırı ayırıştırmak zor olmaktadır. Genellikle o dönemlerde kullanılan ayırıştırma tekniği aşağıdaki evrelerden oluşmaktadır:⁵⁴

- Altın-gümüş alaşımının eritilerek soğuk suya dökülmesiyle belirli büyüklükte taneler halinde elde edilmesi (granulation),
- Tanelerin tuzla işlenmesi,
- Oluşan gümüş klorürün (AgCl) asit veya amonyak vasıtasıyla süzülmesi.

Bu işlemlerin uygulanmadığı ve doğal olarak yüksek oranda gümüş içeren altın kullanıldığı zaman, “elektrum” olarak adlandırılan ve beyazımsı bir renk veren altın-gümüş alaşımı oluşmaktadır. Elektrumdan yapılmış madeni eşyalara Akdeniz’de yapılan arkeolojik kazılarda bol miktarda rastlanmıştır. Altının özellikleri aşağıda belirtilmiştir.

Atom Numarası:79, Atom Ağırlığı:196.967, Ergime Noktası:1063C, Kaynama Noktası:2966C, Özgül Ağırlığı 19,3’dür.⁵⁵

⁵³ A.g.e., s. 55-61

⁵⁴ Kıymetli Madenler, a.g.e.,s.16-17.

⁵⁵ “Altın”,Gelişim Hachette, C.1, Gelişim Yay., Apa Ofset, İstanbul, 1992, s.452.

Altının yüksek ısı ve elektrik iletkenliği sayesinde günümüzde kuyumculuk sektörünün dışında özellikle ileri teknolojinin kullanıldığı endüstrilerde kendine geniş bir kullanım alanı bulmuş ve altını diğer metaller karşısında üstün duruma getiren temel özellikleri aşğıdaki gibi sıralayabiliriz.⁵⁶

- Üretim Hacminin Sınırlı Olması
- İnelastik Arz Yapısı
- Aynı veya Benzer Özelliđe Sahip Başka Bir Madenin Olmayışı
- Rezerv Aracı Olması

1.3.3. Altının Tarihçesi

Anadolu'da, Neolitik ve Kalkolitik dönemlerde çok gelişmiş uygarlıkların yaşadığı görülmekte olup altından yapılmış ileri düzeyde estetik değeri olan madeni eşyalar bulunmaktadır. Bu madeni eşyalar genellikle M.Ö.2500 yıllarında Çorum yakınlarında Alacahöyük'te rastlanmaktadır.⁵⁷

Bu ilk dönemde altın toz halinde ve yıkama usulü ile elde edilmiş ve eritilerek külçe halinde döküldükten sonra bu şekilde çalışılmıştır. Alacahöyük'ün simgesi haline gelen geyik heykellerindeki altın kaplamalar ise dövülerek ince yaprak haline getirilmiş metalin, yine dövme yardımıyla bronz gövde üzerine kaplamasıyla elde edilmiştir. Çanakkale yakınlarındaki Troya'da yapılan kazılarda M.Ö.2500-2000 yıllarında sanatsal değeri çok yüksek altın kaplar ve altın süs eşyaları ele geçmiştir. Lidya'da altın-gümüş alaşımı olan elektrumdan yapılan bakla biçimli sikkeler tarihteki ilk sikkelerdir. Ön yüzleri ilk zamanlar düz, sonra çizgili, daha sonra da resimli olan sikkeler saf altından basılmaya başlanmıştır.⁵⁸

Altın madeni, en çok akarsu yatakları boyunda bulunmakta olup tekniği basit olan yöntemlere bulunmaya çalışılmaktadır. Lidya uygarlığının başkenti olan Sardes'te (Manisa yakınlarında) Paktalos yanında atölyelerde altın işlemler

⁵⁶ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, s. 17-18.

⁵⁷ A.g.e.,s15.

⁵⁸ Macit Özenbaş, Bilim ve Teknik, S:354, C. 30 Mayıs 1997, s.34.

yapılmaktaydı. Bu atölyeler o dönemde altın işleme merkezi olarak bilinmekteydi. Günümüzde de aynı yerde altın işleme atölyeleri temsili olarak yeniden yapılmış olup tarihi geçmiş ziyaretçilere sergilenmektedir.⁵⁹

Altının kullanılmaya başlanmasıyla ticari gelişmelerde daha kolay olmaya başlamıştır. M.Ö.3000'de Mezopotamya ve Mısır'da, M.Ö.2000'de Avrupa ve Girit'te devlet değerli madenlere ağırlıklarını gösteren damga vurmuştur. Ortaçağda ise bazı sarraflar emanet altın almakta olup 20. yüzyıla kadar altın para olarak kullanılmaya devam etmiştir.⁶⁰ İnsanların yoğun olarak yaşadığı ve ticaret yollarının geçtiği yerlerde devamlı bir şekilde altın ve altından yapılmış paralarla mal alış verişi yapılmaktadır.

Doğada az miktarda bulunan altın, metalik halde bulunduğundan, kolay elde edildiği ve işlendiğinden ilk çağlardan bu yana hep üretilmektedir.⁶¹ Roma İmparatorluğu dönemi sonuna kadar 10000 ton, orta çağda 2000- 3000 ton ve Amerika kıtasının keşfinden sonra da yılda 5 ton kadar altın çıkarıldığı tahmin edilmektedir. 1700- 1800 yıllarında yıllık 10-15 ton olan dünya altın üretimi, 1948 yılında Kaliforniya altın yataklarının bulunmasından sonra 200 tona ulaşan altın , 1904 yılında G. Afrika altın yataklarının keşfi ile yılda 500 tona, 1936 yılında da 1000 tona ulaşmıştır. Günümüzde ise yılda 1500 tonun üzerinde altın bulunmaktadır. Tüm tarih boyunca günümüze kadar 100000 tonun biraz üzerinde altın üretildiği düşünülmektedir.⁶² Hangi ülke olursa olsun altının çok olduğu ülkelerde gelişme daha çabuk olmaktadır. O ülke insanları daha rahat ve güzel bir yaşayış tarzı sergileyebilmektedir.

1.4. KUYUMCULUKTA KULLANILAN DEĞERLİ MADENLERDEN GÜMÜŞ

1.4.1. Gümüşün Tanımı ve Önemi

Gümüşün atom numarası $Z= 47$, atom ağırlığı $M= 107,868$ ve simgesi Ag olan bir elementtir. Gümüş değerli ve asal bir metal olup, havadan etkilenmez ve

⁵⁹ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, s.16.

⁶⁰ Kenan Bulutoğlu, Para ve İnsan, Altın Kitaplar Matbaası, İstanbul,1984, s. 230-231.

⁶¹ Mehmet Doğan, "Altın Üretim Sorunu", Popüler Bilim Dergisi, Mart 2003, S.111, s. 44.

⁶² A.g.m., s. 44-45.

toprakta doğal olarak katıksız halde bulunur. Bu bağlamda, gümüşün, bakır ve altınla birlikte, bilinen en eski metallere biri oluşunu açıklamaktadır.⁶³

Gümüş parlak ve beyaz bir metal olup yoğunluğu 10,5, ergime noktası 960°C, kaynama noktasıysa 2212°C'tir. Bakır ve altınla birlikte, elementleri sınıflandırma çizelgesinin IB kümesinde yer alır. Son derece dövülgen ve telleşebilir nitelikte olan gümüş, ısıyı ve elektriği çok iyi iletir, bu nedenle de elektrikte kullanılır. Gümüş, doğal halde (özellikle A.B.D'nde), bakır ve altınla birlikte alaşım özellikle de sülfür olarak bulunur. Genellikle altın, kurşun ve çinkonun mineralleriyle bir arada görülür. Merkez yüzlü kübik sistemlere bağlıdır sertliği azdır.⁶⁴

1.4.2. Gümüşün Tarihçesi

Gümüş de, altın madeni gibi kolay işlenebiliyor olması ve altından daha çok doğada bulunmasından dolayı insanların bu çok fazla madeni kullanma isteği doğmuştur.

Gümüş insanoğlunun ilk bulduğu madenlerden biridir ve süs eşyası olması ve soy metal olması nedeniyle doğada kolay bulunabilmektedir.⁶⁵ Dünya üzerindeki değişik toplumların kültürlerini psikolojik ve sosyolojik açıdan incelediğinde, değişik form ve şekilde, kullanım kazanan gümüşün insanlar üzerinde birtakım etkiler bıraktığını, adeta büyüleyici, çekici, sempati kazandırıcı özelliği olduğu bilinmektedir. Gümüşün bu özellikleri aşağıda şöyle sıralanabilir:⁶⁶

- Kem gözlerden, kötülüklerden koruyucu olmaktadır,
- Hastalıklardan uzak tutucu, iyileştirici olmaktadır,
- Üreme ve çoğalmayı artırıcı olmaktadır,
- Erotizm ve aşkı güçlendirici olmaktadır,

⁶³ "Gümüş", Gelişim Hechettle, Gelişim Yayıncılık, Cilt 5, Apa Ofset, 1992, s.1676.

⁶⁴ "Gümüş", a.g.e., s.1676.

⁶⁵ Süha Nizamoglu, "Gümüş ve Ülkemizdeki Üretimi", 4. Temizocak Formu, Gümüş Sempozyumu, 9. Eylül Ün., Temizocak Kuyumculuk A.Ş., 25-26 Mart 1988, İzmir, S.33.

⁶⁶ Namık Arkun Sevinç, "Gümüşün Endüstriyel Tasarımı Bildirisi", 4. Temizocak Gümüş Sempozyumu, D.E. Üniv. Temizocak Kuyumculuk A.Ş., 25-26 Mart 1988, İzmir, Mehmet Temizocak Kuyumculuk Yayınları, No:4, s.63.

- Kıymeti, değeri, zenginliği, hazine ve dekoru, süslenmeyi, şaşayı vurgulayıcı olmaktadır,
- Güç ve iktidarı, asalet, haşmet ve haysiyeti ifade edici olmaktadır,
- Ölümü ve yası simgeleyici gibi özellikleri bulunmaktadır.

Gümüş, ilk çağlardan günümüze kadar değerli bir metal olan altının hemen sonra gelmekte olup yatırım aracı olarak ta değer kazanmıştır. Gümüş, insanların ilk bulduğu madenlerden olduğu için takı olarak en çok kullanılan madenlerdendir.⁶⁷ gümüş ham dünya üzerinde daha çok bulunduğundan hemde ilk bulunan madenlerden olduğundan dünya üzerinde daha fazla gümüş takı eşyası bulunmaktadır.

İlk çağlardan itibaren, günümüze kadar uzanan bilimlerin değer ifadesi olan madeni paralar, süs eşyası ve kuyumculukta kullanılan gümüş, beyaz parlak rengi, nadir oluşuyla, kendine has değerli bir madendir. Gümüş yalnızca kuyumculukta değil aynı zamanda yüksek elektrik ve ısı iletkenliği ile yansıtma özelliği nedeniyle değişik endüstriyel alanlarda da kullanılabilir. ⁶⁸

Eski Roma'da Latince Argentum kelimesiyle ifade bulunan gümüşün kimyasal simgesi Ag olarak kullanılmıştır. Aynı zamanda "ay madeni" veya "Diana'da" denilen gümüşün eski devirlerdeki simgesinin ise, hilal olduğunu görülmektedir. Gümüş M.Ö. 4000 yılından itibaren kullanılmaya başlamıştır. O döneme ati kral mezarlarından çıkarılan gümüş süs eşyaları bunu doğrulamaktadır.⁶⁹ Eski Mısır'da 3500'lerde ise Menes tarafından uygulanması zorunlu hale getirilen bir hüküm verilmiş ve "bir kısım altın, iki buçuk kısım gümüşün değerine eşittir" diyerek, belki de altında dünyada ilk standart oluşmaktadır. Altın ile gümüşün tabii bileşiği olan elektronlar, doğal kaynak olarak Lidya'da, İyonya, eski Yunan ve İtalya'da para başta olmak üzere çeşitli süs ve kullanım eşyası olarak kullanıldığını görülmektedir. Bu çağlarda özellikle Ege sahilleri kıymetli madenlerden yapılmış eserlerle oldukça zengindir ve her sanat dalında olduğu gibi bu sanat dalında da birbirinden etkilenmeler söz konusu olmaktadır. ⁷⁰ Gümüşün

⁶⁷ Yalçın Temizocak, "Gümüşün Kuyumculuktaki Yeri", 4. Temizocak Sempozyumu, , IV.Bildiri, 25-26 Mart 1988, İzmir, ss.52

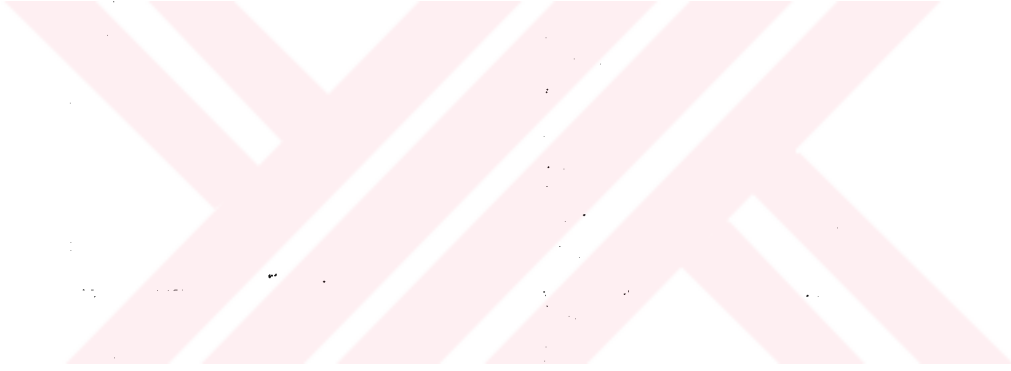
⁶⁸ A.g.e., 53

⁶⁹ A.g.e., 53

⁷⁰ A.g.e., 54

doğada ilk olarak çıkarılmaya başlaması gümüş süs eşyalarının çok olmasının nedenlerinden biridir. Aynı zamanda doğada daha fazla olması ve kolay işlenebilmesi gümüş süs eşyalarının çok olmasının da diğer bir nedenidir.





İKİNCİ BÖLÜM

**KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE KULLANILAN ALTIN VE GÜMÜŞÜN
EKONOMİK DEĞERİ VE TÜRKİYE'DEKİ KUYUMCULUK
SEKTÖRÜNDEKİ KULLANIMI**

2.1. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA ALTIN ARZ VE TALEBİ

2.1.1. Genel Olarak Altın Arzı

Arz, bir malın bir satıcının bir piyasada belli bir zaman süresi içinde ve başka şeylerin eşit varsayımı altında her fiyat seviyesinde satmağa hazır olduğu mal miktarıdır.⁷¹ Altın arzı ise, altının piyasaya belli bir zaman süresi içinde ve başka şeylerin eşit varsayımı altında satılmaya hazır hale gelmesidir.

Altının çıkarılmaya başlanmasından itibaren 1850 yıllarında üretilen altın miktarı 10 bin tonu bulunmaktadır.⁷² Son 130 yıl içinde 80 bin tona ulaşmış olan bu rakamlar senede 600 tonluk bir artış anlamına gelmektedir. Altın üretiminde bu ani yükselme gelişen teknolojiyle birlikte maden çıkarma tekniklerinin de gelişmesine bağlanabileceği gibi, Güney Afrika'da 19. yüzyılda bulunan geniş altın yataklarını da bağlanabilir.⁷³

Altın, bulunabilmesinin ve işlenmesinin kolay olması aynı zamanda dünyada az miktarlarda çıkmasından dolayı her zaman piyasalarda değerli bir maden olarak işlem görmektedir. Altın madeninin en fazla kullanıldığı sektörlerden birisi ve en önemlisi kuyumculuk sektörüdür. Özellikle altın bazı toplumlarda birikim aracı olarak kullanıldığından her zaman piyasalarda bulunması istenmektedir.

Öyle ki M.Ö. 4000 yılından günümüze kadar altın madenlerinden çıkartılan altın miktarının 30 bin tonu aştığı ve bu miktarın % 40'ını (36 bin tonla) resmi rezervler ve sürümdeki altın paralar, % 3'ü (128 bin ton) altın mücevherat, % 26'sını da (24 bin ton) özel yatırımlar oluşturmaktadır.⁷⁴ Günümüzde ise altın arzı piyasaya iki kaynaktan elde edilmektedir. Bu kaynaklar maden ocakları ve stoklardan oluşmaktadır.⁷⁵

⁷¹ Orhan Turkyay, Erdoğan Alkin, "Arz", *İktisada Giriş*, Anadolu Üniv., Yay., No: 1275, Eskişehir, Mayıs 2001, s.25.

⁷² "Altın Arzı" *Para ve Sermaye Piyasaları*, Sayı:86, Yıl:8, 1986.s.17-18.

⁷³ A.g.e., s.18.

⁷⁴ A.g.e., s.18

⁷⁵ A.g.e., s.19.

Aşağıdaki tabloda altın arzı 1989 yılında 1998 yılına kadar üretim, hurda altında artış hakkında bilgi vermektedir. Tablo 3.2’de görülmektedir.⁷⁶

Tablo 2.1. Dünyada Yıllar İtibariyle Altın Arzı

ARZ (TON)	YILLAR / TON									
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Cevher Üretimi	2063	2133	2159	2234	2287	2279	2274	2357	2480	2555
Resmi Satışlar	434	198	111	622	464	81	173	275	376	412
Hurda Altın	400	531	482	488	576	617	625	641	629	1098
İleri Dönük Satışlar	178	234	66	174	116	163	535	125	472	58
Yatırımlardan Ayrılma	1	-	310	-	-	165	-	119	271	-
Toplam Arz	3076	3096	3128	3518	3442	3305	3606	3518	4228	4123

Kaynak: www.maden.org.tr/madencilik sektörü 07.01.2002.

2.1.1.1. Türkiye’de Altın Arzı

Türkiye’de altın bulunmaktadır. Bu madenler ekonomik değer olarak ülke ekonomisine katkı sağlayacak düzeyde bulunmaktadır.⁷⁷

Türkiye’deki altın madenlerinde yapılan incelemeler sonucu bu madenlerden çıkarılacak altınların ekonomik değeri bulunmaktadır. Altın madenlerinin ekonomik değerinin bulunmasına rağmen, bu madenlerden hiç birisi faaliyete geçirilmemiştir. Kuyumculuk sektöründe altına olan ihtiyaçtan dolayı Türkiye’de altın arama ve arıtım işlemlerine yönelik çalışmalar yapılmaya başlamıştır.

Türkiye’de genellikle altın elde edilmesi hurda altınlarla sağlanabilmektedir. Halktan toplanan hurda altınlar ramat edilerek tekrar kullanıma sunulmaktadır.⁷⁸ Kuyumculuk sektöründe kullanılan altınlar genellikle bu ramat edilmiş altınlardır.

Genellikle halktan toplanan hurda altınlar uluslararası onaya sahip olmayan ramat evlerinde kuyumcuların istediği ayara getirilerek tekrar kuyumculuk sektörüne

⁷⁶ www.maden.org.tr/yeni3/yayınlar/kitaplar/madenciliksektörü2002/altın.htm.,28.06.2003.

⁷⁷ Gülhan Özbayoğlu, “Altının Doğada Bulunuşu, Rezervi ve Üretimi”, Bilim ve Teknik Dergisi, Mayıs, 1997, C.30, S.354, s.33.

⁷⁸ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, s.69.

geri dönüştürülmektedir.⁷⁹ Halktan toplanan bu hurda altınlar tekrar işlenerek satışa sunulmaktadır

Türk halkı hem geleneklerinden dolayı hem de ülkedeki enflasyonist ekonomiden dolayı en güvenilir yatırım olan altını daima tercih etmektedirler. Türkiye'deki altın arzının arttırılması için ülkemizde tespit edilen madenlerden altın çıkarılma işlemlerinin yapılabilmesi gerekmektedir.

2.1.1.2. Dünyada Altın Arzı

Dünyadaki altın üretiminin % 25'i altınlı kuvars damarlarından elde edilmektedir. Dünyada yaklaşık olarak 43.000 ton işlenebilir olmak üzere 75.000 ton altın rezervi olduğu tahmin edilmektedir.⁸⁰

Türkiye'de yapılan altın madenciliğinde, genellikle "maden çıkarılması ile ülke ekonomisine, yöreye ve yöre halkına yapılacak katkının, gelecek tahribat ve zarardan çok büyük olup olmadığı" hususu tam olarak ortaya konulmuş olmadığından, yöreye ve yöre halkına ne kadar faydalı veya zarar olacağı kesin olarak anlaşılmayan bir faaliyet olarak görülmektedir.⁸¹

Dünya'da Kuzey Amerika, Urallar, Güney Afrika ve Avustralya'da altın madenleri bulunmakta olup, aynı zamanda deniz ve okyanuslarda da erimiş tuzlar halinde milyonlarca ton altın bulunmaktadır. Günümüze kadar yapılan geniş araştırmalara rağmen deniz suyundan altın çıkartmak için ucuz bir yöntem bulunamamıştır.⁸² Ayrıca denizden altın çıkarmak karadan altın çıkarmaya göre daha çok teknoloji gerektirdiğinden zor ve pahalıya mal olmaktadır. Karalarda çıkarılan altın madenleri de giderek azalmaktadır. Bundan dolayı denizde altın arama teknolojisinde gelişim sağlanarak denizlerde bulunan altınlarında çıkarılma işlemlerinin yapılması gerekmektedir.

⁷⁹ Kıymetli Madenler ve Piyasaları , s. 69.

⁸⁰ Özbayoğlu, a.g.m., s.33.

⁸¹ Şinasi Eskikaya, "Altın Madenciliği", *Bilim ve Teknik Dergisi*, C.30, S.354, Mayıs, 1997, s.36.

⁸² Kıymetli Madenler ve Piyasaları,a.g.e. ,s.38

Altının elde edilmesinde belli başlı üç temel kaynağı vardır. Bunlar topraktan çıkartılan altın, tekrardan kullanıma giren hurda altın, resmi sektör satışları şeklinde sıralanabilmektedir. Piyasaya sunulan bu arz kaynaklarının üçü de altın fiyatlarını değişik şekillerde etkilemektedir. Altın diğer madenlerden farklı olarak hiçbir zaman yok edilemediğinden tekrar kullanılabilen ender madenlerden birisidir.⁸³

Tablo 2.2’de Dünya altın arzının kaynaklara göre dağılımı görülmektedir. Burada her yıl altın üretimini artışı gözlenmektedir.

Tablo 2.2. Dünya Altın Arzı Kaynaklara Göre Dağılımı (ton)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Maden Üretimi	1,908	2,063	2,133	2,159	2,234	2,287	2,278	2,273	2,357	2,464
Resmi Sektör	-	434	198	111	622	464	81	173	275	406
Hurda Altın Arzı	394	393	530	480	487	574	615	623	640	611
Altın Kredisi	164	78	5	-	-	-	-	-	-	-
Vadeli İşlemler	126	115	222	96	156	215	158	466	30	329
Hedging	63	-	7	15	103	-	57	92	101	184
Yatırım Arzı	91	2	-	304	-	-	173	-	108	260
TOPLAM	2,746	3,085	3,095	3,166	3,602	3,541	3,362	3,627	3,510	4,254

Kaynak: Kıymetli Madenler ve Piyasaları,s.39.

Tablo 2.3’de dünyadaki ülkelere göre, ton olarak altın rezervleri gösterilmektedir.

Tablo 2.3. Dünya Altın Rezervleri

ÜLKELER	Rezerv, ton	Baz rezerv, ton
Güney Afrika	19.000	36.000
A.B.D.	5.600	6.000
Avustralya	5.000	6.000
Kanada	1.500	3.500
Çin*	1.000	4.300
Endonezya	1.800	2.800
Peru	200	650
Rusya	3.000	3.500
Diğer Ülkeler	13.000	16.000
Dünya Toplamı	50.000	78.000

*Tahmini

Kaynak: www.maden.gov.tr./madencilik sektörü.,07.01.2002

⁸³ A.g.e. ,s.39.

2.1.2. Genel Olarak Altın Talebi

Talep, bir tüketicinin zaman birimi başına, değişik fiyat seviyesinde bir malda satın almağa hazır olduğu miktarları göstermesidir.⁸⁴ Altın talebi ise altının satın alınmaya hazır olduğu miktarları göstermesidir.

“Altının piyasada yapılan serbestleştirme ve yaygınlaştırma çalışmaları 50’li yıllardan bu yana güncelliğini koruyan ve özel şahısların altın bulundurmasına ilişkin kısıtlamayı yürürlükten kaldırılmağa başlanmıştır. Sanayileşmiş ve kalkınmakta olan ülkelerde dövizin yeterli derecesine göre hafifletici hükümlere yer verilmektedir.⁸⁵ 1974’de Amerikan vatandaşlarının altın bulundurmasına ilişkin yasağın kaldırılmasıyla ABD günümüzde altın madenin yıllık üretiminin dörtte birine sahip olan bir ülke konumundadır. Dünyadaki politik gelişimlere ve enflasyonist eğilimlere bağımlı olarak geniş halk kitlelerinin gelirlerindeki artış altınla ilgilenenlerin oluşturduğu çemberi genişletilebilir. Altının tarihi incelendiğin de, altının diğer değerli madenlere göre talebinde değişik bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Altın zamanla önem kazanmasına karşın “endüstriyel istem” talebi oluşturan bileşenlerden sadece bir tanesi olmaktadır.”⁸⁶

2.1.2.1. Türkiye’deki Altın Talebi

Türk halkı altına geleneksel olarak büyük önem vermekte ve altını birikim aracı olarak kullanmaktadırlar. 1992 yılından beri Türkiye’de altın satışları tüketici bazında 4 milyar doların üzerinde gerçekleşmiştir.⁸⁷ Türk halkı geleneklerine bağlılığından ve yatırım amaçlı olarak altına olan talebi her zaman geçerliliğini korumaktadır.

Türkiye talep ettiği altın miktarı bakımından dünyanın birçok ülkesini geride bırakmaktadır. Bir yıl içinde yaklaşık olarak 2600-2700 ton fiziksel altının el değiştirdiği dünya altın borsalarında, bu pay 100 ile 150 ton arasında değişmektedir.⁸⁸ İlk çağlardan günümüze kadar yeryüzüne çıkartılan toplam dünya altın rezervlerinin 110.000 ton olduğu günümüzde mevcut altınların %5’lik kısmının yani 5.000 tonun Türkiye’de olduğu tahmin edilmektedir. Altın talebi, dünya altın rezervleri bakımından

⁸⁴ Turkay, Alkin, “Talep”, a.g.e., s.33.

⁸⁵ A.g.e., s. 20

⁸⁶ “Altına Talep”, Sermaye ve Para Piyasası, Yıl 8, S. 87, 1986, s. 20.

⁸⁷ V. Didem, *Dünyada ve Türkiye’de Altın Ticareti*, Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi, Enstitü No: 9010-15, İstanbul, 1993, s. 82.

⁸⁸ “Altına Talep”, a.g.e., s. 20

%3 gibi önemli bir paya sahip olmamıza rağmen, toplam dünya nüfusu içerisinde Türkiye'nin payı %1'in oldukça altındadır.⁸⁹ Türkiye dünyanın en çok altın satın alan ülkelerden biridir ve bu satın alım her yıl biraz daha fazlalaşarak artmaktadır.⁹⁰ Türkiye 2000 yılında 204 ton altın alımı ile rekor kırmıştır. Türkiye'nin dünya altın ticaretindeki payı %10'a ulaşmaktadır.⁹¹

Altın Dünyada ve Türkiye'de az bulunduğu için her zaman değerini koruyan bir maden olmuştur. Dünyada ve Türkiye'de insanların altına olan talebi her zaman çok fazla olmaktadır. Altına olan talep, ülkelerin kalkınmasına, zenginliklerine, ekonomik durumlarına, sosyolojik durumuna göre değişiklikler gösterebilmektedir. Çünkü ülkelerin, kendilerini koruyabilmeleri, ekonomik olarak diğer ülkelere karşı kendilerini daha güçlü kılabilmeleri için altın rezervlerine ihtiyaç duymak duymaktadırlar.

Türkiye'de altına olan talebin çok olmasının sebeplerinin başında Türk halkı gelmektedir. Türk halkı, enflasyonist bir ekonomik düzene sahip bir ülkede yaşadığı için, tasarruf yapma isteği, kendini ekonomik kararsızlıklardan dolayı güvende hissetmesi gerekmektedir.

Aynı zamanda takı amaçlı olarak kullandığı altını talep edebilmektedir. Özellikle Türkiye'deki kırsal kesimlerdeki altın talebi, daha çok başlık parası, tasarruf, kendini güçlü hissetmek gibi nedenlerden dolayı talebi daha fazladır. Geleneklerine bağlı bir yapıya sahip olan Türk halkı, altına olan talebini geleneklerine olan bağlılıklardan dolayı çok daha fazla olabilmektedir. Geleneklere bağlılık, bankacılık sisteminin kırsal kesimde fazla olmaması halkın altın talebini fazlalaştırmaktadır. Türkiye'deki büyük şehirde yaşayan kişilerde ise bu talep daha az olmaktadır. Güvenliğin sağlanması açısından, çalışan kişilerin yoğunluğu, bankacılık sisteminin de iyi çalışıyor olması ve başka tasarruf materyallerine yönelmeye altına olan talebin kırsal kesime göre daha az olmasına sebep olmaktadır. Türkiye'deki ekonomik değişiklikler altına olan talebi değiştirmektedir.

⁸⁹ Pekcan Erdoğan, *Altın Bankacılığı Rafinerisi ve Türkiye*, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:1992-31, İstanbul, 1998.s.54.

⁹⁰ Serdar Çıtak, *İstanbul Altın Borsasının Açılması*, *Akşam Gazetesi*,30.12.2000.

⁹¹ Çıtak, *Akşam Gazetesi*,18.06.2000.

2.1.2.1.1. Türkiye’de Altın Talebini Etkileyen Unsurlar

Altın arama işlemlerinde teknoloji, son yıllarda büyük gelişmeler göstermiştir. Teknolojideki bu gelişme altın üretimini de arttırmaktadır. Bu artış ekonomi ve çevre konusunda kendisini belli etmektedir. Altın üretiminin artmasının nedenleri aşağıda sıralanmıştır,⁹²

- Altının para sistemlerinin temel unsurları olması,
- Altının kuyumculuk, dişçilik, elektronik, metalurji uzay teknolojisi gibi alanlarda yaygın olarak tüketimi,
- Altının enflasyona karşı değerini koruyabilen bir yatırım aracı olarak kullanımı,
- Altın üretim maliyetinin genellikle piyasadaki fiyatının altında olması.

Türkiye’de altın talebi yaratan kaynakları belirtmenin yanı sıra, bu talebi etkileyen ve yönlendiren unsurları da açıklamak gerekmektedir. Uluslararası piyasada altın talebi, büyük ölçüde ve spekülasyon amaçlı olmakta ve yatırım imkanlarının sağladığı bütün getirilere karşı çok duyarlı olduğu ve hemen o alanlara yönelmeler olmaktadır.⁹³

Türkiye’de altın piyasası oligopol bir yapıya sahiptir. Oligopol piyasa sayesinde, dış piyasadaki altın fiyatlarında artışlar derhal iç fiyatlara yansırken dış altın fiyatlarında düşüşler, ya yansımama ya da daha düşük oranda ve gecikerek devreye sokulmaktadır.⁹⁴ Türkiye’de altın talebinde spekülatif davranışlar çok sınırlıdır. Kısa dönemli altın fiyatı dalgalanmaları zayıftır. Türk Lirasının dış değerindeki kayıpların sürekli olması yanında, altın talebinin tasarruf amaçlı olması ve dolayısıyla fiyat dalgalanmalarına karşı duyarlı olmamasının payı belirleyici büyüklükte olmaktadır. Biçimlenen fiyatlarla altın talebi arasında genelde negatif bir ilişkili olmaktadır. Fiyatların yükselmesi talebi daraltmakta, düşmesi ise artırmaktadır.⁹⁵ Fiyat

⁹² Ayhan Erler, “Türkiye Altın Potansiyeli”, *Bilim ve Teknik Dergisi*, C.30, S.354, Mayıs, 1997, s.38

⁹³ 3. Temizocak Formu, Temizocak Kuyumculuk A.Ş., 20-21 Aralık 1985, İzmir, s.38.

⁹⁴ A.g.e., s.38.

⁹⁵ A.g.e., s.38.

yükselmesine rağmen altın talebinin artışı, büyük ölçüde sağladığı getiriyle de ortaya çıkmaktadır. Burada, fiyat değil, karlılık derecesi söz konusudur. Yüksek fiyata rağmen getiride yüksekse, altın talebi artmaktadır.⁹⁶

Tasarruf amaçlı altın talebi ağırlık taşıdığını göstermesi bakımından, gelir unsurunun altın talebinin pozitif etkilenmesi önemlidir. Kişi başına gelir arttığı dönemlerde, genelde altın talebi de genişlemektedir. Diğer tasarruf araçlarının sağladığı getirilerin mukayesesi de, altın talebini yönlendirici etkiye sahip olabilmektedir.⁹⁷

Faiz oranı ile enflasyon oranı arasında karşılaştırma yapma bilincinin gelişmesi, tasarrufçuyu büyük ölçüde yönlendirmektedir. Devlet tahvilleri, hazine bonoları ve gelir ortaklığı senetlerinde de aynı bilinç devreye girmektedir. Ülkenin ekonomik durumunu belirleyen enflasyon, döviz sıkıntıları, politik bunalımların varlığı veya psikolojik niteliğe sahip olarak daha etkili olan bu yöndeki beklentiler, altına yönelmeyi, daha doğrusu altına sığınmayı tahrik ve teşvik etmektedir. Bunlar, tasarrufları koruma ve sağlama alma bakımından, akılcı davranışların tipik örneklerini oluşturmaktadır.⁹⁸

2.1.2.1.2. Türkiye’de Altın Talebinde Dönemler

Altın talebini etkileyen sebeplerin başında ekonomik ve siyasi istikrarsızlık gelmektedir. Ekonomide ve siyasetteki bu istikrarsızlıklar yatırım araçlarında değişikliklere yeni yatırım araçlarına doğru yönlendirmiştir. Bu etkenlerin ağırlıklı olarak önemlerinin değişmesiyle altın talebinde de kaynakların değiştiği ve yeni yönelişler ortaya çıkmaktadır.

1968 yıllarda, altının dolar karşısındaki sabit paritesinin yükseltildiği yıl olmaktadır. Daha sonraları ortaya çıkan gelişmelerle 1971’de tamamen serbest bırakılmıştır.⁹⁹ Bu nedenle, 1980 öncesi dönemini, 1968’den başlatmak, altın talebindeki kaynakların sağlıklı değerlendirilmesini yapabilmek yönünden isabetli sayılmaktadır. 1968’de altın talebi büyük ölçüde gerilemiş, 1969’da ise 1968’e oranla

⁹⁶ A.g.e.,s.39.

⁹⁷ A.g.e.,s.39.

⁹⁸ A.g.e., s.39.

⁹⁹ Cahit Kayra, “Türkiye Serbest Piyasada Altın Ticareti”, Maliye Tetkik Kurulu, Ankara, 1970, s.52

artış göstermiştir.¹⁰⁰ 1978 yılında Türk ekonomisinin bunalım içine girdiği ve döviz sıkıntısının en yoğun olduğu yıldır. Bu yıllarda ülkeye 600 milyon dolara yakın altın girişi söz konusu olmuştur.¹⁰¹

1980 yılı Türk ekonomi politikası dönüm noktasındadır. Bu nedenle altın talebi açısından önemli bir yıldır. Bu yıllarda geniş çaplı değişikliklerin uygulanmaya konmasıyla, 1980 öncesi ve 1980 sonrası dönemleri, birbirinden farklı davranışlara ve yönelişlere konu olmaktadır.¹⁰²

2.1.3. Dünyada Altın Talebi

Dünyadaki altın madenlerinin sınırlı olmasından ve dünyada yeraltında değişik şekilde dağılıma sahip olduğundan talepte de değişiklikler gözlenebilmektedir. Bunun sebebi altın çıkan ülkelerdeki talep ve altın çıkmayan ülkelerdeki talebe göre değişebilir.

Aynı zamanda altın talebi ülkelerin gelişmişlik düzeyine, ekonomik yapısına, kültür gelişimine, gelenek ve göreneklerine göre değişebilmektedir. Altın sadece takı eşyası olarak değil, endüstriyel ürünlerde de kullanılmaktadır. Mesela, diş yapımı gibi kullanım alanları mevcuttur.

Altın madenlerinin birçoğunun içerisinde bulunan altınların çıkarılmasından dolayı cevher verimliliğinin giderek azalmasına ve 80'li yılların başından itibaren dünya ülkelerinin tümünü etkisi altına alan yüksek enflasyona bağlı olarak artış kaydeden altın üretim maliyetleri, altın üreten ülkeler açısından maden üretmenin tüm çekiciliğini ortadan kaldırmaktadır.¹⁰³

2.1.4. Türkiye'de ve Ortadoğu Ülkelerinde Hurda Altın Arzı

Hurda altın, kullanılmış takıların, paraların ve bozuk ürünlerin tekrar eritilerek kullanılır hale getirilme işlemleridir. Altını bol talep edildiği ülkelerde hurda altın daha fazla bulunmaktadır.

¹⁰⁰ A.g.e.,s.52.

¹⁰¹ 3. Temizocak Formu, Temizocak Kuyumculuk A.Ş.,20-21 Aralık 1985,İzmir,ss.34-35.

¹⁰² A.g.e., s.39.

¹⁰³ Erdoğan, a.g.e., s. 102.

Maden üretimi, resmi sektör satışları ve hurda altın arzı olarak bilinen arz bileşen arasında fiyat dalgalanmasının en fazla hurda altın arzı olmaktadır. Fiyatların yükselmesi durumunda ellerindeki altınları satmaya başlayan kişiler, fiyatların düşmesi durumunda kişiler beklemeyi tercih etmektedir.¹⁰⁴

Altın takı kullanan kişiler kullandıkları takıların zarara uğrayarak bozulmasından dolayı bu altınları kuyumculara ve sarraflara verilen altınlar, eritilir daha sonra bu altınlar külçe haline getirilmektedir. Saflığının belirlenmesi için rafinaj işlemi yapılır ve 24 ayar standart altın külçesi haline getirildikten sonra tekrardan altın piyasalarına arz edilmektedir.¹⁰⁵ Altın fiyatlarının yükselmeye başladığında ise halkın elinde bulunan hurda altın arzının en önemli kaynağını oluşturmaktadır. Hurda altınlarının rahatlıkla paraya çevrilebildiği ender ülkelerden biri olan Türkiye'dir. Altın takı imalatının yüksek ayarlı altın kullanılarak yapılması, paraya ihtiyaç duyan veya alternatif yatırım araçlarına yönelmek isteyen kişilerin, alışveriş işlemi sırasında fazla kayba uğramalarına imkan tanımaktadır.¹⁰⁶

Ekonominin sıkıntılı olduğu dönemlerinde kuyumcuların hurda altını işleyerek yurt dışına sattıklarını ve çok iyi bir döviz girdisi sağlanmaktadır.¹⁰⁷ Kuyumculuk sektörüne de bayanların altınlarının yüzde 75'i, kullanmadıkları takılardan oluşmaktadır. Bu altınların yüzde 5 veya 10'u gram altına dönüştürülüp bankaya yatırıldığında bir hurda dönüşü kuyumculara yeni iş imkanları sağlamaktadır.¹⁰⁸

Geleneksel bir yapıya sahip Türk halk, altın takıyı tasarruf aracı ve birikim olarak kullanılmaktadır. İhtiyacı olduğu durumlarda bu altınları paraya çevrilebilmesi, hurda altın arzının meydana çıkarmaktadır.

2.1.5. Türkiye'de Altın Ticareti

Türkiye, coğrafi konumu olarak Asya kıtasını Avrupa kıtasına bağlayan bir ülkedir. Aynı zamanda tarihteki İpek Yolu ve Baharat Yolu üzerinde olması altın

¹⁰⁴ A.g.e., s. 56.

¹⁰⁵ A.g.e.,s.60.

¹⁰⁶ A.g.e., s. 60-61.

¹⁰⁷ Tahir Özgür, www.jmo.org.tr/jmogundem/altin/normandy.asp,10.06.2003.

¹⁰⁸ Mine Yagıcı, *Gold News Dergisi*, Ekim 2003,Sayı:140,ss.11-12.

geçişinde de önemli bir konumdadır. Bundan dolayı altın kimi zaman gayri resmi yollarla ülkemizde geçmektedir.

Ancak Türkiye’de 1984 yılına kadar talebe yönelik resmi bir altın girişine olanak sağlamıştır. Bu girişlerin kaynağı Lübnan’daki Beyrut serbest bölgesidir. Beyrut’taki uluslararası bankalar İsviçre’den döviz transfer işlemleriyle altın ithal ve ihracatının yapıldığı Türkiye en yakın merkezi olmaktadır.¹⁰⁹

Altın ticareti, Türkiye’de uzun süreden beri yapılmakta ve kökenleri Yavuz Sultan Selim’e kadar gitmektedir. Türkiye’de, Darphane altın basımında tek ve yetkili bir kurum olarak çalışmaktadır.¹¹⁰ Kuyumcular tarafından getirilen altınların ayar tespitini yaparak, damga ve piyasaya darphanenin ayar kontrolünden geçmiş takı eşyası sürülerek, alıcılar için gereken güven unsuru sağlanmaktadır. Altın fiyatları ise, dış ve iç ekonomik göstergelere göre İstanbul Altın Piyasasınca belirlenip tüm ülkeye duyurulmaktadır.¹¹¹

Türk halkının bir güven unsuru olarak gördüğü ve talep ettiği altın miktarının büyük boyutlarda olmaktadır. Altının hassas bir metal olduğu düşünülürse, bugün hala altın piyasasını düzenleyen resmi bir altın borsasının düzenlenememektedir.¹¹² Sermaye piyasasının gelişmesiyle halkın elinde bulunan altınları gerçek yatırımlara çekmek yolunda bazı çalışmalar yapılabilmektedir.¹¹³

Genellikle altın alımı, tasarrufun şekil değiştirmesi olduğundan, tahvil ve hisse senedi gibi ekonominin üretken çarklarına girmemekte ve stok unsur olarak kalmaktadır.¹¹⁴ Türk halkının elinde 3000 ton altın olduğunu ve bu kadar atıl bir tasarruf kaynağının harekete geçirilmesi gerekmektedir. Özellikle ekonomik olarak kalkınmaya yönelik çalışmalar içerisinde olan ülkemiz için bu çok büyük önemli olabilmektedir. Türk halkının elinde bulunan tüm altınların ılımlı bir politikayla halkın elinden

¹⁰⁹ M. Hakan Sağlam, Türkiye’deki Altın Ticareti, Y.Lisans Tezi (Yayımlanmamış), İstanbul Ün. Sosyal Bil. Ens., 1991, s. 77.

¹¹⁰ Ali Aliç, Türkiye’de ve Dünyada Altın, Maliye ve Gümrük Bakanlığı Araş. Plan. ve Koor. Kur. Yay., 1985/268, Ankara, s.67

¹¹¹ A.g.e., s.67.

¹¹² A.g.e., s.67.

¹¹³ A.g.e., s.68.

¹¹⁴ A.g.e., s.68.

çekilerek Merkez Bankası kasalarına girmesi, ödeme dengesi açıklarını borçlanarak kapatan bir ülkenin, bu yoldan resmi altın döviz rezervlerinin artması çelişkili bir durum olabilmektedir.¹¹⁵

2.2. TÜRKİYE'DEKİ ALTIN PİYASASI ÖZELLİKLERİ

2.2.1. İstanbul Altın Borsası ve Bu Piyasada Gerçekleşen İşlemlerin Özellikleri

İstanbul Altın Borsası Altın Piyasası'nın ve bu piyasada gerçekleşen işlemlerin özellikleri genel olarak aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.¹¹⁶

- Türkiye'de İstanbul Altın Borsasında gerçekleşen satışlarda Hazine Müsteşarlığı'nın Altın Standartları Tebliği ile belirlenen uluslararası rafinerilerden çıkışlı saflığı 995/1000 ile 999.9/1000 arasında bulunan altınlar işlem görmektedir.
- Türkiye'de piyasada 1 gr, 10 gr, 50 gr, 100 gr, 250 gr, 500 gr ve 1000 gr'lık altınlar işlem görmektedir.
- Türkiye'de altın alım satımında TL/gr ve ABD Doları/ons cinsinden işlemler gerçekleştirilebilmektedir.
- Türkiye'de piyasada TL/gr ve ABD Doları/ons cinsinden işlemlerde aynı günden (T+0) başlayıp birer gün artmak suretiyle beş güne kadar (T+5) opsiyonlu takas valörü uygulanmaktadır.
- Türkiye'de en küçük fiyat hareketi TL/gr cinsinden verilen emirlerde 100 TL, ABD Doları/ons cinsinden verilen emirlerde ise 5 centtir.
- Altın alım satımında alt limit 5 kg'dır. Bu miktarın üzerindeki satışlarda miktar 1 kg ve katları olarak gerçekleşmektedir.
- İstanbul Altın Borsasında üye olan kişi, kurum ve kuruluşların satın alabilecekleri ve satabilecekleri altının değeri Borsa Takas Merkezi'ne teslim ettikleri

¹¹⁵ Reşit Ergener, "Altının Ekonomik Değeri", Milliyet, 25.Eylül.1983, s.4

¹¹⁶ Kıymetli Madenler Piyasası, a.g.e.,s. 96.

altınların ve diğer teminatlarının değerlerinin toplamının yirmi katı ile sınırlı olduğu görülmektedir.

2.2.2. Altının Politik Gücü ve Dağılımı Açısından Özellikleri

Altın değerli bir maden olarak her zaman ve her kültürde değerini korumuştur. Ülkelerin Merkez Bankalarında altının çok bulunmasına ülkenin ekonomisinin ve kültürünün diğer ülkelere göre daha güçlü olduğunun göstergesidir.

Dünyada altının bulunmasından bugüne kadar üretilen altının toplamı yaklaşık 110.000 tondur. 35 bin tonu altın üreticisi şirket ve spekülörlerin elinde bulunmakta, 40 bin tonu ziynet eşyası, para, madalya yapımında az bir bölümü de teknolojiye kullanılmaktadır.¹¹⁷ 5 bin ton kadarlık bir bölümünün akıbeti bilinmemektedir. Dünyadaki ülkelerin Merkez Bankalarında bulunan 29080 tonu'nun 4 Haziran 2001 itibariyle ülkelere göre dağılımı tablo 4'te gösterilmektedir. Merkez Bankalarında bulunan 29080 Tonu'nun 4 Haziran 2001 itibariyle ülkelere göre dağılımı Tablo 2.4'deki gibidir.¹¹⁸

Tablo 2.4. Ülkelerin Merkez Bankalarında Bulunan Altın Dağılımı

ÜLKELER	TON	ÜLKELER	TON
ABD	8.137 ton	Lübnan	287
Batı Almanya	3.469	Belçika	258
Fransa	3.025	Filipinler	228
İtalya	2.452	İsveç	185
İsviçre	2.353	Güney Afrika	180
Hollanda	912	Cezayir	174
Japonya	764	Libya	144
ECB(AB Merkez Bank)	747	Suudi Arabistan	143
Portekiz	607	Singapur	127
İspanya	523	Yunanistan	123
İngiltere	436	TÜRKİYE	116
Taiwan	414	Romanya	105
Çin	395	Polonya	103
Rusya	391	Avusturya	80
Hindistan	358	Kanada	36
Avusturya	347	Diğer Gelişmiş Ülkeler(8)	180
Venezualla	323	Diğer Tüm Ülkeler(180)	949
		TOPLAM	29080

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı www.igeme.org.tr. 08.012.2002

¹¹⁷ İstanbul Panel Notları, World Gold Council, Aralık, 2002.

¹¹⁸ A.g.e., Aralık 2002

ABD'nin Merkez Bankasında bulunan altın rezervi 8.137 ton ile en çok olan ülkedir. Sadece 6. sıradaki Hollanda Merkez Bankasında bulunan altın rezervi bu listede yer almayan 180 civarındaki ülkenin resmi rezervlerine hemen hemen eşittir. Tüm ülkelerin toplam altın stoku, ilk 5 ülkenin (ABD, Almanya, Fransa, İtalya, İsviçre) altın stokunun yarısına bile ulaşamamaktadır.

Altın üretimi yapılan ülkeler içerisinde bulunan ve dünyadaki altın üretici şirketlerinin hemen hemen yarısının merkezi konumundaki Avustralya, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Kanada'nın Merkez Bankalarındaki altın stoklarının 296 ton seviyesindedir.¹¹⁹ Altın üretiminin adil paylaşımı mümkün olmadığından, sürekli olarak güçlünün lehine üretilmesinin, bağımlılığı ve sömürüyü daha da arttıracaktır.¹²⁰ Öyle ki altın madenlerinin olduğu ülkeler her zaman güçlü ülkeler olmayabilir. Güçlü olan ülkeler madenlerin yoğun bulunduğu bölge veya ülkeleri sömürge haline getirdiğinden zengin madenlere sahip ülkeler bu kaynaklarını kullanamayabilirler.

Dünyada bugüne kadar üretilmiş altının yaklaşık 1/3'ini elinde tutan altın üreticisi şirketler ile altının spekülasyonundan para kazananların altını değerli kılmak için her yola başvurmaları kapitalist sistemin doğal bir sonucudur.¹²¹ Finansal piyasalardaki altın ve altına endeksli işlemlerin detaylarından da kolayca anlaşılacağı gibi, altın üretimi, kapital sahibi birkaç yüz kişinin dışında hiç kimseye yarar sağlamayan, toplumlar arası, güç dengesini güçsüzler aleyhine bozan savaş, terör, sosyal patlamalar, ekonomik istikrarsızlık dönemlerinde, elinde bulunduran kesime tek taraflı getiri sağlayan ve üretim süreci sırasında ve takip eden yıllarda söz konusu bölgeleri çöllerleştiren, toprağın tükenmez üretkenliğini bile yok eden, insanların nesiller boyu hastalıklara maruz kalarak, ölmelerine neden olan kısaca, asla kabul edilemez bir üretilimdir.¹²²

¹¹⁹ Selim Yılmaz, *Altının Ekonomik ve Hekonmik Boyutları*, www.antimal.org/mkl/syoaltineb.htm, 16.03.2003.

¹²⁰ A.g.e., 16.03.2003

¹²¹ A.g.e., 16.03.2003.

¹²² A.g.e., 16.03.2003.

2.2.3. İstanbul Altın Borsası'nın Ekonomiye Katkısı

Altın Türkiye'de yatırım aracı olarak zaman içerisinde getirisinin artmasıyla tasarrufçuların gözdesi haline gelmiştir. Türkiye, altının bol ancak ekonomik kalkınmaya olan katma değerinin en az kullanıldığı ülkelerden birisidir. Türk ekonominin bu altınları hayata geçirilmesi ülkemiz açısından çok önemli bir konudur. Kuyumcular aracılığıyla pazarlanan altının borsada işlem görmesi, para politikalarına da yeni bir boyut getirecektir.

Türkiye'de kurulan Altın Borsasına özellikle Rusya, Özbekistan ve Türkmenistan gibi ülkelerden altın gelecektir. Böylece altın ticaret yolları Türkiye üzerine yönelecektir. Bunun gerçekleşmesi Altın Rafinerisinin kurulması ve standart altın üretimine geçilmesiyle altın girişi ile altın ticareti daha da artacaktır. Halkın elindeki altınların sahiplerinin kullanmadığı, modası geçmiş ve tamir gerektiren altın takıları (bilezik, kolye, küpe, yüzük, vb.) ve tasarruf amacıyla satın alınan külçe altınlar ve paralar (Cumhuriyet altını, ziynet altını, yabancı ülke altını) borsa kanalıyla ekonomiye kazandırılması için de gerekmektedir.¹²³

Rusya, Özbekistan ve Türkmenistan gibi ülkelerden gelen altınların bir kısmı Türkiye'de stok halinde bekleyeceği gibi kullanılmak üzere ticarethanelerde işlem görecektir. Bu altınların alım satım işlemlerinden gelir elde edileceği gibi ekonomiye de belirli bir katkı sağlayacaktır.

İstanbul Altın Borsası, öncelikle Türkiye'ye getirilen altının ithal merkezi olacak ve kuyumculuk sektörü belli standartta hammaddelerini borsa aracılığı ile karşılayacaktır. Zaman içinde gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de ödeme ve tasarruf olma fonksiyonun kaybedip mal haline gelebilecek ve halkın elindeki yastık altından çıkan altın, bankacılık sistemi içine girecektir. Bankacılık sektöründe altına dayalı yatırım araçlarını yaymak için borsanın faaliyete geçmesi gerekirdi.¹²⁴ Altın ticaretinin bir bölümünün gerçekleştiği Ortadoğu ülkelerine yakınlığı nedeni ile İstanbul Altın Borsası kısa sürede gelişecek ve İstanbul'un finans merkezi haline gelmesinde

¹²³ Selçuk Demiralp, HDTM'nın Türkiye Altın Piyasasında Serbestleşme Çalışmaları ile İlgili Yasal Düzenlemeler, World Gold Council, İstanbul, 1994, s. 30.

¹²⁴ A.g.e., s.30.

çok büyük bir rol oynayacaktır. Yurt içi ve yurt dışı yatırımcıların, altın sektörünün ve mali kesimin serbest rekabet şartları altında düzenli bir kurum içinde altın alım satımı gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.¹²⁵ Böylelikle alım satım işlemleri resmi işlemler içine girecek ve ne kadar altın alımı ve satımı yapılmış kolay ve rahat bir şekilde tespiti sağlanacaktır.

İstanbul'da bir Altın Borsasının kurulmuş olması çok önemlidir. İstanbul bankacılık ve sigortacılığın yanısıra mali piyasaların bulunduğu bir finansal alt yapıya sahiptir.¹²⁶ Türkiye'nin dünya altın arz ve talebini birleştiği bir noktada bulunmasından dolayı elinde bulunduğu avantajın değerlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki altınların da kurulacak rafineride standartlaştırılması ile İstanbul Altın Borsası üzerinden talebin yoğun olduğu Ortadoğu'ya ihracatı ile ekonomiye ek kaynak sağlanacaktır. Altın Borsası ile yatırımcılar yeni, imkanlar tanıyacaklar ve böylece ekonomiye yeni plasman sağlanması kolaylaşacaktır. Özbekistan, Kırgızistan çok büyük miktarda altın madenine sahiptirler. Üç ülkenin yıllık toplam kapasitesi 100 tonun üzerinde bulunmakta ve bu miktarı 150 tona kadar çıkarma imkanları vardır.¹²⁷

Eğer Türkiye'de bir rafineri kurulursa, Türkiye'nin Orta Asya'daki Türk devletleri ile olan ilişkileri dikkate alındığında, bu altın madenleri kurulan rafineri kanalı ile standartlaştırılarak Altın Borsasında işlem görmesi sağlanacak ve altın ihracatı artırılabilecektir.¹²⁸ Altına dayalı finansman araçlarının hem faaliyete geçmesi hem de çeşitlerinin artması ile piyasalara belirli bir oranda derinlik kazandırılıp belirli kişi ve kurumların piyasa üzerindeki etkisi azaltacaktır. Finansal piyasalar ve bu piyasalardaki derinlik, piyasalara stabilizasyon sağlamak ve sonuçta reel ekonomi açısından daha uzun vadeli planların yapılmasına imkan vermektedir. İstanbul Altın Borsası'nın kurulması ile altın piyasasına güven gelmiştir. Ayrıca altının ülke dışına çıkma ve gömüleme elastikiyetinin yüksek olması nedeni ile meydana gelebilecek riskleri azaltarak altın piyasasının gelişmesine olumlu yönde katkı yapmaktadır.¹²⁹

¹²⁵ A.g.e.,s. 30.

¹²⁶ Muhammed Karataş, **Tasarrufların Yönlendirilmesinde Altın Borsaları ve Türkiye'de Altın Borsası Uygulaması**, Yüksek Lisans Tezi, İzmir,1996, s.158.

¹²⁷ Karataş,a.g.e., s.158.

¹²⁸ A.g.e., s.158.

¹²⁹ Ali Kılıç, **Bilanço Dergisi**, İstanbul,Nisan1993, s.2.

Sağlayacağı bu katkılar sayesinde İstanbul Altın Borsası, ülke ekonomisine kazandırılacak yeni araçlar ile de ekonomik kalkınma ve büyümeye destek verilecektir. Plasman piyasaları arasındaki rekabetin yoğunluk kazanmasıyla ekonomiye canlılık gelecektir.¹³⁰ Piyasalara kazandırılan stabilizasyon ile tasarruflara güven verilmiş olup, yatırımcıların yatırımlara korkmadan girmeleri teşvik edilmiş olacaktır. Makro ekonomik olarak istihdam artışı sağlanmış olacaktır. Ekonomik kalkınmaya katkısı oldukça büyük olan İstanbul Altın Borsası'nın yararları aşağıdaki gibi sıralanmıştır:¹³¹

- Kuyumculuk sektöründeki işletmeler altının elde edilmesinde maliyetler düşmekte, daha ucuz faiz ile altın kredisi sağlama, işleme ve işletme imkanına sahip olabilmektedir.
- Altın kaçakçılığının önlenmesi için uluslararası altın borsalarına endekslenmek avantaj sağlayabilir ve dünya altın piyasasındaki fiyatları hızla izlemek ve ayarlamak kolay olmaktadır.
- Halkın elindeki altınların işletilmesine, ekonomiye kazandırılmasına altın işleme atölyelerinin geliştirilmesine ve bu kanalda istihdamın artırılmasına katkı sağlanmalıdır. Böylelikle piyasada fiyat oluşumu daha sağlıklı bir hale gelecektir.
- Halkın elinde bulunan altınları ekonomiye kazandırmak ve bunun yanı sıra piyasada işlenen altının % 40'ın ihraç edildiği düşünülürse altın tekstil sektöründen sonra önemli ihraç kaynağı olabilecektir.

Altın Borsası Başkan Yardımcısı Vedat Özdan'ın, Türkiye'deki altın yönetimi konusundaki görüşleri ise aşağıda açıklandığı gibidir:¹³²

- Merkez Bankası fiyatlar düşmeden altın rezervinin 100 tonluk bölümünü satarak 1.1 milyar dolar gelir elde edilebilmektedir.
- Avrupa Merkez Bankaları yıllık satışlarını 400 tonla sınırlanmakta olup temel hedefi altın satmamak değil, altın fiyatlarının satış nedeniyle düşmesini önlemektedir.

¹³⁰ Karataş, a.g.e.,s.190.

¹³¹ A.g.e., ss.190-191.

¹³² Yaman Törüner, Milliyet Gazetesi,17.09.2003.

▪ Dubai'deki IMF - Dünya Bankası toplantıları sonrasında bu anlaşma yenilenebilir. Anlaşma yenilenmediği takdirde altın fiyatları gelecek yıldan itibaren düşebilmekte ve tarafların sayısı, satış kısıtlamaları önem taşımaktadır.

▪ Almanya, Fransa, İtalya dünya rezervlerinin % 30'unu elinde tutmakta ve satmak istediklerini bildirmektedirler.

▪ Bir yıl içinde altının onsu 372 dolardan 300 dolara inmektedir.

▪ Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 1995 yılından beri altın rezervleriyle oynamamış ve Altın Borsası'nın doğal üyesi olduğu halde burada hiç alım satım yapmamaktadır. Merkez Bankası dahilindeki rezervlerini bizim borsamızda satılmaktadır.

2.3. ALTININ TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ALTIN RAFİNERİNİN GEREKLİLİĞİ

2.3.1. Altının Türk Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Sürece Katılması

Türkiye'deki altın piyasası oligopol niteliğindedir. Türkiye'de sınırlı sayıda kuyumcu işletmeleri bulunmakta ve kuyumcular piyasaya hakim olmaktadır. Bu yüzden fiyat dalgalanmaları büyük olmamaktadır. Ayrıca spekülasyonu sınırlayan, altın fiyatlarının çok değişik faktörlerinin etkisi altında olması karşısında dünyadaki her türlü gelişmelerin ve borsaların çok yakın izlenmesi gereğini zorunlu kılmıştır.¹³³ Dünyada büyük fiyat dalgalanmaları olduğu zaman ise Türkiye bundan etkilenmektedir.

1985'den itibaren Türkiye'nin külçe altın ihtiyacı gayri resmi yollardan karşılanmaktadır. Bu yüzden işin kaçakçılığını yapan kişiler ve komisyonculara çok fazla para ödenmektedir. Altın ticaretiyle uğraşan kişiler faturalı olarak altın temin edememekte bu yüzden piyasalarda altın sıkışıklığı söz konusu olmaktadır.¹³⁴ Ayrıca altın alım satımı faturalı olmadığı için Türkiye'de ekonomik olarak kayba uğramaktadır.

¹³³ 3.Temizocak Formu, a.g.e., s.36.

¹³⁴ Erdoğan, a.g.e., s.71.

Altın alım satımının kaçak olması ve bu altınların değer ve gramları güvenilirliği şüpheli olduğundan kuyumcular güç şartlar altında çalışmaktaydılar. Bu yüzden Türk kuyumcuları 1567 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu'nun sıkı engelleme ve uygulamalarından dolayı oldukça güç şartlarda işlem yapmaktaydı. Ancak 1989 yılında T.C. Merkez Bankası bünyesinde oluşturulan ve 1995 yılı Haziran ayına kadar faaliyet gösteren Döviz Karşılığı Altın Piyasasının kurulmasından sonra gerçek anlamda sektör niteliği kazanmaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren de altın ithalatının resmi olarak yapılmasına imkan sağlayan bu sistem, sektörün gelişmesine ve dış pazarlara açılmasına öncülük etmektedir.¹³⁵

Bir kilo külçe altının 400-500 dolar karla alınıp satıldığı 1989 öncesi dönemden, 1 kilo altının faturalı olarak 22 dolara satıldığı 1989 sonrası döneme geçildiğinde sektörün oldukça rahatladığı ve Merkez Bankası'nın 1989 yılında altın satışlarına başlamıştır. 1984 yılındaki altın satış denemesinde olduğu gibi Merkez Bankası'nın bu işi başaramayacağı ve en kısa zamanda sona ermektedir.¹³⁶

Kuyumculuk sektöründeki işletmeler hammadde olarak altın kullanıldığından sermaye yetersizliği söz konusu olmaktadır. Katma değeri oldukça yüksek olan altın ihracat sektörüne yeni kaynaklar aktarıldığında Türkiye'nin işlenmiş altın ihracatı kısa sürede daha da artabilecektir.¹³⁷

2.3.2. Türkiye'de Altın Rafinerisinin Kurulmasının Gerekliliği

Altın ithalatında Türkiye dünyada ilk sıralarda yer aldığından dolayı Altın Rafinerisinin kurulmasıdır. Bundan dolayı altından işlenmiş takıların altınlarıyla hurda ve maden şeklinde altınların belirli saflık derecelerine getirilebilmesi için bir altın rafinerisine ihtiyaç bulunmaktadır.¹³⁸ Altın borsasında altının işlem görebilmesi için çubuk ya da külçe şeklinde ve 995.0-999.0-999.9 saflıklarda olması gerekmekte ve bunların ağırlıkları 350-430 Ons arasında değişmektedir. Kuyumculuk sektörü yılda 200 ton mücevher üretmekte olup potansiyeli ise 500 tonu bulabilecektir.¹³⁹ Bu kadar

¹³⁵ A.g.e., s.71.

¹³⁶ A.g.e.,s.71.

¹³⁷ A.g.e., s. 71.

¹³⁸ Muhammed Karataş, İstanbul Altın Borsasının Gelişmesinde Altın Rafinerisinin Rolü, *Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, Yıl:34, S.5, Mayıs, 1997, s.50.

¹³⁹ A.g.e., s.50.

yoğun bir çalışmada altın rafinerisine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle kuyumculuk sektöründeki işletmelere doğru ayar ve saflıkta altın sağlanması için gereklilik arz etmektedir.

Altın borsasında işlem görecekt altınların belli bir standardı olması gerekmektedir. Bankalarda bulunan altın depo hesaplarında toplanan hurda altınların standart hale getirilebilmesi için altın borsasının kurulması amacı güdülmektedir.¹⁴⁰ İstanbul Altın Borsasında uluslararası rafinerilerde üretilen altınlar işlem görmektedir. Borsada işlem görebilecek altınlar rafineri olmadığı için ithal edilmek zorunda olunmakta halkın elindeki altınları borsa kanalıyla ekonomiye kazandırmak rafinerisiz mümkün görünmektedir.¹⁴¹

“Türkiye’de çıkartılan altının, ülke sınırlarını terlettikten sonra yeniden ithal edilerek geri getirilmesi büyük bir döviz kaybına neden olmaktadır.¹⁴² Ayrıca bu ithalat işlemlerinde altın ve gümüş alışı sigorta ettirilmektedir. Sonra uçakla yurtdışına önceden banka tarafından saptanmış rafine şirketine gönderilip rafine parası ve kendi damgasını basan bu şirkete döviz ödenmektedir. Ülkeye getiren altın borsaya alınmakta ve burada da borsa komisyonu ödenmekte, ülke dışına ayrıştıma gönderilen altın hem çok maliyetli olmakta hem de zaman kaybına uğramaktadır.

Türkiye’de geleneksel olarak hurda altını eritme ve ayrıştırma işlemleri ifraz ayar evleri tarafından sağlıksız ve güvenilirlikten uzak yüksek bir maliyetlerle yapılmaktadır. Bazı ifraz evlerinin kimyager bulunmamakta ve kullanılan yöntemlerin ikelliği nedeniyle tam sonuç alınmamaktadır.

Türkiye’de üretilen altınlardan ve hurda halinde bulunan altınların ayar ve gram güvenilirliği sağlandığı takdirde, uluslararası standartlara uygun olacaktır. Uluslararası standartlara uygun olan altınlar kolaylıkla hem iç piyasada hem de dış piyasada satışları sözkonusu olacaktır. Altın üretiminde dışa bağımlı olmamak için aşağıdaki maddelerin yerine getirilmesi gerekmektedir.”¹⁴³

- Altına bağlı olarak döviz çıkışının artması sağlanmalıdır. .
- Rafinaj işlemleri neticesinde üretilen altınların ekonomiye katkısı yurt dışına kaydırılmalıdır.
- İşlem maliyetlerinin artması ve ayar bozukluklarından haksız kazançların oluşması engellenmelidir.

¹⁴⁰ Sabahattin Ünsaç, *Dünya Gazetesi*, İstanbul Altın Borsası Özel Eki, 26 Temmuz 1995, s.10.

¹⁴¹ A.g.e, s.10.

¹⁴² A.g.e., s. 10.

¹⁴³ Karataş, a.g.e., s.50-51.

▪ Ekonominin büyümesine bağlı olarak meydana gelen altın tasarrufunun rafine edilmesinde sıkıntılar giderilmelidir.

▪ Bu gelişmelere bağımlı olarak İstanbul Altın Borsası'nın uluslararası piyasalarda rekabet gücü arttırılmalıdır

İstanbul'da kurulacak altın rafinerisi, dünya piyasalarındaki satışı sağlayacaktır. Ayrıca altın rafinerisi ile iç ve dış piyasalardaki hurda ve cevher altının standart külçe ve çubuklara dönüştürülmesi yanında kuyumculuk sektörüne de altın alışımlarından hazırlanmış yarı ürünler olarak hizmete sunulabilir.¹⁴⁴ Altının ihracatının yerine rafine edildikten sonra ihraç edilmesi sağlanmalıdır. Bu doğrultuda Türkiye'de bir altın rafinerisinin kurulması gerekli olmaktadır.¹⁴⁵

Altın sektörünün gelişmesiyle birlikte Türkiye'de de bir altın rafinerisinin kurulması gerekliliği arz etmektedir. Altın rafinerisinin kurulması, altına bağlı finansal araçların geliştirilmesi ve uygulanması da en az altın borsası kadar önem arz etmektedir.¹⁴⁶ 1993 yılında yapılan fizibilite raporuna göre, kurulacak tesisin sabit yatırım maliyeti 100 ton kapasite için 6.8 milyon dolar olacağı ve işletme sermayesini oluşturması için de yaklaşık 3 ton külçe altına ihtiyaç duyulmaktadır. Kurulacak bu kuruluşlar arasında Degussa, Bakırsan, Metalor, Sarkuysan gibi firmaların yanında özel şahıslarda girişimde bulunmaktadır.¹⁴⁷

Türkiye'de halkın elinde yaklaşık 5 bin ton altının olduğu tahmin edilmekte ve hurda altının %10-15 rafineriye çekilmesi altının geri dönüşümünde önemli bir yer tutacaktır.¹⁴⁸

¹⁴⁴ Murat Akman, Türkiye'deki Altın Arz ve Talebinin Değerlendirilmesi ve İstanbul Altın Borsası'nın Bu Sisteme Katkıları, World Gold Council, İstanbul, 1994, s.19.

¹⁴⁵ Ulusal Madencilik Politikası, [www.maden.org.tr /yeni3/duyurular/ ulusalmadencilik politikasiçingenelilkeler.htm](http://www.maden.org.tr/yeni3/duyurular/ulusalmadencilikpolitikasiçingenelilkeler.htm).75k.06.02.2004.

¹⁴⁶ Milliyet Gazetesi, 4 Ekim 1995, s. 8.

¹⁴⁷ Nedim Şener, Vedat Akman, İstanbul Altın Borsası ve Dünya'daki Örnekleri, İstanbul, 1994, s. 88.

¹⁴⁸ A.g.e., ss.51-52

2.4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GÜMÜŞ ARZ VE TALEBİ

Gümüş madeni yumuşak bir madendir. Bu yüzden kolay kullanılabilir olduğundan pek çok süs eşyası yapımında bu madenden faydalanılmaktadır. Sadece süs eşyası gümüş para takı değil aynı zamanda endüstriyel bir maden olduğu için sanayi de ve sağlık alanında da kullanıma sunulmaktadır.

Türkiye'de de eski tarihlerden beridir gümüş kullanımı söz konusu olmaktadır. Gümüş sadece gümüş takı olarak değil, altın takıda alaşım olarak da kullanılmaktadır.

2.4.1. Dünya Gümüş Arzı ve Talebi

Gümüş madeni ısıyı iyi iletmediği için sanayide de oldukça fazla kullanım alanı bulmuştur. Bunun yanı sıra özellikle süs eşyası, hediyelik eşya gibi ürünlerin üretiminde Japonya, Tayland, İtalya, Hindistan, Endonezya, Türkiye gibi ülkeler dünya pazarlarında söz sahibi olmaktadır. Türkiye'nin gümüş üretimi yanında özellikle Tayland'dan işlenmiş gümüş ithalatı bulunmaktadır.¹⁴⁹

Gümüş madeninin kolay işlenebiliyor olması, sanayi dallarında da kullanımını genişletmektedir. Özellikle eski tarihlerden günümüze kadar daima para olarak kullanılmıştır. Ayrıca paslanmadığından dolayı sağlık gereçleri olarak da kullanılmıştır. Altın takılarda ayar düşürme işlemlerinde ve kaynak yapımında kullanılmakta olup mutfak eşyası, süs eşyası gibi alanlarda gümüş kullanımı yaygın olmaktadır.

2.4.2. Türkiye'de Gümüş Arz ve Talebi

Türkiye'de kullanılmak için bir yılda üretilen gümüş miktarı 270 tondur. Bu miktarın 40'ını Etibank Kütahya tesislerinden elde edilmektedir. Ayrıca tamamı ithal edilen röntgen filmlerindeki gümüşün yeniden değerlendirilmesi, gümüş ithalatı ve gayri resmi gümüş girişi Türkiye'deki diğer gümüş arzı kaynaklarını oluşturmaktadır.¹⁵⁰ Ayrıca halkın elinde bulunan gümüşlerin ramat edilerek piyasaya sunulması da söz konusudur.

¹⁴⁹ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, a.g.e., s.106.

¹⁵⁰ A.g.e., s.110.

Gümüş ithalatı resmi rakamlarda ortalama 90 ton civarındadır. Bu rakam Etibank'ın yıllık gümüş üretimindeki artma ve azalmalardan direk etkilenecek şekilde değişim göstermektedir. Etibank'ta fazla üretim söz konusu olduğunda ithalat azalmakta, az üretim olduğunda ise ithalat artmaktadır. Türkiye'de kullanılan yıllık gümüş miktarının önemli bir kısmı, röntgen filmlerinde kullanılan gümüşün ramat edilerek tekrar değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Hastanelerden ihale yolu toplanan bu röntgendeki gümüşler saflaştırılarak granül gümüş haline getirilmekte ve bu şekilde piyasaya sunulmaktadır.¹⁵¹

2.4.3. Türkiye'de Gümüşün İthalat ve İhracatı

Dünya gümüş üretiminin %1'ni Etibank Gümüş A.Ş. tesislerinde elde edilerek Türkiye'de üretilmektedir.¹⁵² Türkiye'nin gümüş ithalatı yıllık ortalama 90 ton civarındadır. Etibank Gümüş A.Ş.'nin gümüş üretimi ile Türkiye'nin ithalatı ters orantılı olarak değişmektedir. Resmi ithalatın yanında gümüşte son düzenleme öncesinde uygulanan % 15 KDV yılda ortalama 40 tonu bulan gayri resmi gümüş girişine neden olmaktadır.¹⁵³

Türkiye'de turizmin önem kazanmasından dolayı, gümüş üzerine imal edilen takı eşyaları çok fazla olmakta ve her zaman geleceği parlak bir yatırım aracı olarak önem arz etmektedir.¹⁵⁴

2.5. TÜRKİYE'DE GÜMÜŞ İŞLETMECİLİĞİ VE GÜMÜŞ PİYASASININ ÖZELLİKLERİ

2.5.1. Etibank Gümüş Madeni Tesisleri

Türkiye'de gümüş cevherini topraktan çıkartan, Etibank Kütahya 100. Yıl Gümüş Madeni İşletmesidir. Etibank Gümüş A.Ş. açık cevher işletmesine sahip olmakta ve anot elektroliz işlemine tabi tutulan 99.9 Ag saflıkta granül gümüş üretmektedir. 5,

¹⁵¹ A.g.e.,s.110

¹⁵² Kenan Mortan, "Dünya Ekonomisinde Gümüş", 4.Temizocak Formu Gümüş Sempozyumu, D.E. Üniv. Temizocak Kuyumculuk A.Ş., 25-26 Mart, 1988, İzmir, s.23.

¹⁵³ Kıymetli Madenler Piyasası,a.g.e.,s.111.

¹⁵⁴ A.g.e.,s.112.

10, 15 ve 20 kg'lık torbalarda piyasaya sunmaktadır.¹⁵⁵ Türkiye'nin piyasa içi tüketimi ise 25-30 tonu bulmaktadır.¹⁵⁶

Toprak altından çıkarılan gümüşü 99.9 saf ulaştırılmak için elektroliz yöntemine tabi tutmak gerekmektedir. Bu işlem yapılırken, gümüşün granüle dönüşümü için eleklerden geçirilerek soğuk suya dökülmesi gerekmektedir.¹⁵⁷

Etibank tesislerinin yıllık üretimi 122.4 tondur. Etibank 1994 yılı için gramı 5.000 TL/gr üretim maliyetle gümüş çıkarmış fakat 15.000 TL/gr ticari maliyet bu rakamı 20.000 TL/gr'a yükseltmiştir. Etibank'ın 1994 yılında gümüş satış fiyatı ise 5.317 TL/gr (% 15 KDV hariç) olarak belirlenmiş olup aradaki fark zarar olarak devlet tarafından karşılanmıştır.¹⁵⁸ Buradan da anlaşılıyor ki maliyetler yükseldikçe fiyat artışları söz konusu olmaktadır.

Etibank Kütahya Gümüşköy 100.Yıl tesislerinde üretilen yıllık külçe gümüş 122,4 tondur.¹⁵⁹ Türkiye'nin yıllık külçe gümüş üretimi yaklaşık 155 tonu geçebilmektedir.¹⁶⁰

2.5.2. Gümüş Piyasasının Özellikleri

Türkiye'de gümüş atölyelerinin büyük bir kısmı İstanbul ve İzmir'de bulunmaktadır. Eti Gümüş'te üretilen gümüş Türkiye'nin ihtiyacını karşılayamamaktadır.¹⁶¹

Türkiye'de gümüşün yaklaşık % 90'ı Kapalıçarşı'daki imalatçılar tarafından kullanılmakta olup, gümüşe takı ve ev eşyası yapımı yanında altın ayarlama işlemlerinde de ihtiyaç duyulmaktadır.¹⁶² Türkiye'de gümüş imalatçılığı dendiğinde ilk akla gelen Kapalıçarşı yani İstanbul'dur. Ama Türkiye maden sanatlarını işleme bakımından zengin bir kültüre sahip olduğundan pek çok şehirde gümüş imalatçıları bulunabilmektedir.

¹⁵⁵ A.g.e.,s.112.

¹⁵⁶ Mortan,a.g.e.,s.27.

¹⁵⁷ Kıymetli Madenler Piyasası,a.g.e., s.112.

¹⁵⁸ A.g.e., s.113.

¹⁵⁹ Özcan Dora,Hammadde Olarak Gümüş, 4.Temizocak Gümüş Sempozyomu,9 Eylül Ün.,Temizocak Kuyumculuk A.ş. 25/26 Mart 1988,İzmir,s.48.

¹⁶⁰ A.g.e., s.48.

¹⁶¹ "Gümüşün Altın Çağı", Radikal, Radikal Ekonomi, 28.05.2000

¹⁶² Kıymetli Madenler Piyasası,a.g.e.,s.114.

Bu şehirler sırasıyla Trabzon, Eskişehir, Beypazarı, Mardin-Midyat, Urfa, Gaziantep'tir. Buralarda yaklaşık 100- 200 irili ufaklı atölyeden işlenmiş gümüş girişi olmaktadır.¹⁶³

2.5.2.1. Gümüş Piyasasının Kurulmasının Nedenleri

Türkiye'de Etibank Gümüş tesislerinde gümüş çıkarılmakta ve piyasaya sunulmaktadır. Gümüşün satılabilmesi bir gümüş piyasasının oluşması gerekmektedir. Bu piyasa işlemlerini yaparken, sağlıklı bir şekilde yürüyebilmesi için gümüş piyasası oluşturulması ve gümüşlerin dünya piyasasında da satış işlemlerinin gerçekleşmesinin sağlanması gerekmektedir.

Globalleşen dünyada ekonomi sadece güçlü ve güvenilir pazarların ayakta kalmasına imkan tanımaktadır. Güçlü piyasaların oluşmasının ise ancak sağlıklı ve uluslararası kurallarla işleyen piyasaların kurulup işlemesi ile mümkün olmaktadır. Türkiye'de altında olduğu gibi uluslararası piyasalara entegre bir gümüş piyasası kurulması dünya piyasalarında rekabet edecek sektör için önemli bir adım olacaktır.¹⁶⁴

2.5.2.2. Gümüşte Yasal Düzenlemeler

T.C. Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca Kıymetli Madenler Borsası'nda işlem gören Gümüş ve Platin Standartları ve Rafinerileri hakkında tebliği 20.4.1999 tarih ve 23672 sayılı Resmi Gazetede onaylanarak yayımlanmış ve yürürlüğe girmiştir. Daha sonra Sermaye Piyasası Kurulu onayından çıkan Gümüş ve Platin Piyasası, bu konu ile ilgili gerekli düzenlemeleri yaparak Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmesini sağlamış ve yürürlüğe girmesini sağlamıştır.¹⁶⁵

¹⁶³ A.g.e., s.114.

¹⁶⁴ A.g.e., s.115.

¹⁶⁵ A.g.e., s.117.

2.6. TÜRKİYE'DE KUYUMCULUK SEKTÖRÜ

2.6.1. Türkiye'deki Kuyumculuk Sektörünün Konumu

Kuyumculuk meslek olarak el işçiliğine dayanmaktadır. Yoğunlukta makineler ve teknolojiden uzak bir sistemle çalışılmaktadır. Makineler bulunsa bile ağırlıkta insan gücü ihtiyacı bulunmaktadır.

Kuyumculuk emek-yoğun bir üretim şekli olduğundan, sektördeki pozitif gelişmelere paralel olarak işçi istihdamını artırmaktadır. Kuyumculuk sektördeki gelişmeler sonucu son on yıl içinde sektördeki istihdam, üretime paralel olarak dört kat artmıştır.¹⁶⁶ Türkiye yurtiçi ve yurtdışı piyasalarda gelişmiş bir kuyumculuk sektörüne sahip durumdadır. Türk halkının altına önem vermesinden dolayı kuyumculuk sektörü sürekli gelişme göstermektedir.¹⁶⁷

Türk halkının elinde altın takı şeklinde birikimleri 5000 ton olduğu tahmin edilmekte olup kişilerin tasarruflarını enflasyona karşı koruyabilecek başka yatırım araçlarının bulunmadığını ve sosyal güvenlik kurumlarının yetersiz kaldığı durumlarda halkın altın takıya yatırım yapmaları akıllıca bir tutum olmaktadır.¹⁶⁸

Kuyumculuk sektörü, altın piyasasının büyümesini memnuniyetle karşılamaktadır. Mevcut sorunların finans sektörünün politikalarının ayrılıklarından doğduğu inancındadır. Bankacılık sektörünün halktan altın toplamaya çalıştığı, fakat Türk insanının altını daima tasarruf aracı olarak düşündüğünden buna sıcak bakmamaktadır.¹⁶⁹ Türk halkında bunun sağlanabilmesi için mal yerine tasarruf aracı düşüncesinin değişmesi gerektiği düşüncesi ortaya çıkmıştır. Altında işçilik masrafının bulunduğu ve bankaya yatırım esnasında bu masrafın iptal edildiği ve ancak farklı faiz politikasıyla bu masrafın telafi edilebileceği sistemin geliştirilmesi durumunda, bu yöndeki bankacılık hizmetlerinin başarıya ulaşabileceği söylenebilmektedir. Altın kredi sisteminin verimliliği için bankaların mevcut mevduatlarından ziyade, kendi

¹⁶⁶ www.esk-to.org.tr/sayı82/22.htm, 05.11.2003.

¹⁶⁷ V. Didem, a.g.e., s.129.

¹⁶⁸ Salih Yardımcı, Türkiye'de Altın Varlığının Ekonomik Sürece Katılması Semineri, İktisadi Araştırma Vakfı, İstanbul, 1993, s.30.

¹⁶⁹ Pekcan Erdoğan, a.g.e., s.180.

stoklarına güvenmeleri gerektiği bilinmektedir. Sonuçta sektörü kaynak yaratmak için bankacılık kesiminden daha agresif bir yaklaşım beklemektedir.¹⁷⁰

Türkiye’de yıllık yaklaşık 300 ton altın işleme kapasitesine sahip olup 125000 kişiye istihdam yaratılmaktadır.¹⁷¹ Türkiye’de 1992 yılında 14, 18 ve 22 aylarda toplam yaklaşık 160 ton altın takı üretilmiştir. 1992 yılında Dünyada yapılan takı üretiminin %4,4’ü Türkiye’de gerçekleştirilmiştir. “Gold 1993” Raporuna göre, Türkiye’de üretilen yaklaşık 160 ton altın takıların %50’si doğrudan yurt dışına ihracat veya döviz karşılığı turiste; satış yoluyla da yurt dışına satılmıştır. Yurt dışından ithal edilen külçe altın için ödenen dövizden kazanıldığı gibi, Türkiye ekonomisine net olarak 700 milyon dolarlık ek ve net bir döviz girişi sağlanmıştır. Bu da, Türkiye’nin tüm ihracat gelirlerinin yaklaşık %5’i kadardır.¹⁷²

Kuyumculuk sektöründe üretim ve pazarlamasında, pek çok ailenin geçim kaynağını oluşturmaktadır. Kuyumculuk mesleği özelliği nedeniyle büyük bir sermaye birikimi olması gerekmektedir. Kuyumculuk emek yoğun bir üretim şekline sahip olduğundan ülke ekonomisi açısından istihdamı artırıcı rol oynamaktadır. Kuyumculuktaki ucuz işgücü Türkiye’nin ihracatta avantajlı bir konuma sokmaktadır.¹⁷³ Kuyumculuk sektörü, çalışan istihdamı yönünden büyük ağırlığı olan bir sektördür. Türkiye’de 50 bin kuyumcu işletmesi yaklaşık bu işletmelerde istihdam edilen personel sayısı 250 bin civarındadır.¹⁷⁴

2.6.2. Türkiye’deki Kuyumculuk Endüstrisi

Kuyumculuk sektöründe, altın endüstriyel ve zanaatçılık alanında en önemli tüketim malzemesi olarak son yirmi yılda kullanılmaktadır. Altın fiyatlarının, kararlılık ve güvence sağlaması, İkinci Dünya Savaşı’ndan bu yana bu kıymetli madenden yapılan takılara olan talebi üç katına çıkartmıştır.¹⁷⁵

¹⁷⁰ A.g.e.,s.180.

¹⁷¹ Özer Ertuna, Türkiye’de Liberalleşme ve Altın Sektörü Reformu, World Gold Council Araştırması, ss. 29-31.

¹⁷² Raşit Hoşgör, Türkiye’deki Altın Varlığının Ekonomik Sürece Katılması, İst.,1993,s.70.

¹⁷³ www.esk-to.org.tr/sayı82/22.htm,05.11.2003.

¹⁷⁴ Alaattin Kameronğlu, “Türk Kuyumculuk Sektörü Büyüklükte Avrupa İkincisi”, Gold News Dergisi, Mayıs, 2002, s.23.

¹⁷⁵ “Altına Talep”, Para ve Sermaye Piyasası Dergisi , Yıl:8, sayı:87, 1986, İstanbul, s.21-22.

Altın üretimi arttıkça altın takı kullanan kişilerde artmaya başlamış ve sadece zenginlere has bir yatırım kaynağı olma niteliği çıkıp halkında kullandığı bir materyal olmaya başlamıştır. Kuyumculuk endüstrisinin gelişmesiyle piyasaya mal sürme olanakları artmış olup, altın ihtiyacı da bu orantıda artış göstermiştir. Kuyumculuk sektöründe altın işletmesi kişiler fiyat artışlarını, altının saflık oranını azaltmakla yani ürünlerin ayarlarını düşürmekle talebi karşılamaya çalışmaktadır. Avrupa'da üretilen takılar genelde 18 ayar damgası taşırken, son zamanlarda bu rakam 10 ayara kadar inmiştir. Diğer kıtalarda ise 8 ayar altından yapılmış takılar da satılmaktadır.¹⁷⁶ Altın takı, takı taşıyan kişinin tamamen kendi zevk ve isteklerini ön plana çıkarması gerekmektedir. Dolayısıyla madenin değerinden daha çok model ve işçilik bedeli ödenecektir. Takıların satılmalarında, alıcının zevki ve moda anlayışı, geniş çapta etken olmaktadır.

Altına yatırım yapmayı düşünen kişiler, altını takı olarak değil de külçe, para yada kağıt-altın olarak tasarruf yapmaya yönelenmektedirler. Bunun sebebi altın takı sadece kuyumcularda paraya çevrilebilmektedir. Ama diğer yatırım araçları tüm banka, borsa ve altın ile iş yapan kurumlarda paraya çevrilebilmektedir. Altına yatırım yapmak isteyenler yıllık olarak %2 artışlar gösterse de, altın talebinin büyük kısmını oluşturan birikim, yatırım ve spekülasyona yönelik bölüm tekdüze bir yapıya sahip değildir.¹⁷⁷ İlk çağlarda sanat ve kültüre yönelik olarak kullanılan altın daha sonra geniş halk kitlelerinin sosyal ve ekonomik kullanımı söz konusu olmuştur.

2.6.3. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün Arz ve Talebi

Türk halkı geleneklerine bağlı yaşayan bir toplumdur. Geleneklerine göre de altın takı kullanımı çok fazla olmaktadır. Ayrıca özellikle altın takı kullanım kırsal kesimlerde daha fazla olduğu bilinmektedir. Şehirlere gidildikçe altın takı kullanımı daha düşük bir seyir izlemektedir. Kırsal kesimlerde yatırım amaçlı kullanılmaktadır. Şehirlerde ise yatırım araçlarında hem çeşitlilik gözlendiği için hem de çalışma ortamı hareketli olduğu için daha az talep edilmektedir. Altın takıya olan talep ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiği gibi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından değişiklikler

¹⁷⁶ A.g.m.s.21-22,

¹⁷⁷ A.g.m., s.22.

göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde kişiler altını sadece takı amacıyla, gelişmekte olan ülkelerde ise yatırım yapma amacıyla satın almaktadır.

Gelişmiş ülkelerde ekonomi düzenli bir seyir içinde iken gelişmekte olan ülkelerde ekonomik dalgalanmalar gözlenebilmekte bu da yatırım yapan kişileri zor duruma düşürebilmektedir. Gelişmekte olan ülkelere talep edilen takı eşyalarının kalitesi ile gelişmiş ülkelere talep edilenler arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde altın takı eşyası alan kişilerin, altın fiyatlarının yükselmesi veya ekonomik güçlüklerle karşılaşmaları durumunda ellerindeki altınları satmak istemektedirler. Örneğin, 80'li yılların sonuna doğru büyük ölçüde değer kaybeden ham petrol fiyatlarına bağlı olarak Ortadoğu ülkelerinin hurda altın arzı artış kaydetmiştir.¹⁷⁸

Türk halkı, altın takı kullanmaya ve almayı her zaman talep etmektedir. Öyle ki altın takı vazgeçilmez değerli bir mal olarak, gelir arttıkça talep edilen bir lüks mal niteliğinde olmasından dolayı altın takı her zaman talep edilen ürünlerin başında gelebilmektedir. Şehirlerde ve kırsal bölgelerde en önemli gösteriş ve zenginlik unsuru olarak görülen altın takı, kişilerin geliri arttıkça, altın takı talebi de artmaktadır.¹⁷⁹

Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda gelenek ve göreneklere bağlı olarak alım satımı olan altında büyük bir çeşitlilik ve incelik göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, bu tür ülkelerde altına sahip olan kişiler, alışveriş yapılan altın piyasalarında Batılılara göre çok daha aktif olmaktadır.

Türk halkının altın olan talebinin ekonomik büyüme ve refah seviyesinin yükselmesi altın alımlarını etkilemektedir. Türk halkında geleneklerine bağlı olan bir toplum olarak mali durumu iyileşmeye başlayan, geliri artan kişilerin lüks tüketim mallarına ve bu arada altın takıya ayrılan para miktarında artış olmaktadır.

İmal edilen takı eşyalarının ayar ve gramında yapılan yeni düzenlemelere bağlı olarak, kuyumculuk sektörünün talep ettiği altın miktarı hızla artmaya

¹⁷⁸ Erdoğan, a.g.e., s.113.

¹⁷⁹ Aliç, a.g.e., s.63.

başlamaktadır.¹⁸⁰ Kişiler aldıkları altınların ayarları ve gramları konusundaki tereddütleri kalmadığı için daha rahat bir şekilde altın alımı yapabilmişlerdir.

Takı yapımında kullanılan altın miktarının oldukça düşük düzeylerde olduğu yıllar 1970'li yıllardır. Talebin hızla artmaya başladığı yıl ise 1980'li yıllardır.¹⁸¹ Teknolojinin ve ulaşımın Türkiye'de gelişmesi bu artışa sebep olmuştur.

2.6.4. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İthalatı ve İhracatı

2.6.4.1. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İthalatı

Altın takı ithalatı yıllara göre değişiklikler göstermektedir. 1999'da 28.3, 2000 yılında 55.1, 2001 yılında 50.9 milyon dolar ithalat yapılmaktadır. Ükelere göre 2001 yılı altın takı ithalatı, ülkeden ülkeye yapılan ihracat, toplam içinde aldığı pay yüzde olarak Tablo 2.6'de gösterilmiştir.¹⁸²

Tablo 2.5. Ükelere Göre 2001 Yılı Altın Takı İthalatı

Ükeler	Bin \$	Ükeler	Bin \$
İtalya	2452249	Hong Kong	3541
İst.Serbest Böl.	840517	İsrail	3521
BAE	519910	İsviçre	3391
ABD	19783	Tayland	1310,3
Almanya	18504	Beyaz Rusya	880,2
Güney Kore	8812	Japonya	670,1
Fransa	6321	Lübnan	590,1
Rusya	5101	Avusturya	320,1
Hindistan	4361	Diğerleri	49314
İspanya	3891	Toplam	430.708

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.igeme.org.tr 08.02.2002

1980'lerin ortasına kadar altın takı sektörü, tamamen iç piyasaya hitap etmektedir. Altın takı ithalatı da 1985 yılına kadar tamamen yasaktır. Altın girişi illegal olduğu için altın dünya fiyatlarından daha pahalıya mal olmaktadır. İthal edilen altınla

¹⁸⁰ Erdoğan, a.g.e., s.115.

¹⁸¹ A.g.e., s.70.

¹⁸² Birsen Yılmaz "Altın ve Mücevherat", T.C.Başbakanlık Dış Tic. Müs. İhracat Geliştirme Etüd Merkezi, Dış Tic. Müs. Yay., 7 Aralık 2002,s.3.

yapılan takı üretimi de, tamamen iç piyasada yönelik olduğu için bu sektör, Türk ekonomisine her yıl yaklaşık 1 milyar dolardan fazla bir yük getirmiştir.¹⁸³

1985'den itibaren Türkiye'ye yasal olmayan yollarla altın girmektedir. Bu da iç piyasada Türk ekonomisi için büyük bir yük oluşturmaktadır. Altın ithalatın serbestleşmesinden sonra dengeler Türkiye'nin lehine dönmeye başlamaktadır. Kuyumculuk sektörü yatırıma yönelmeye başladı ve Türkiye giderek katma değeri yüksek takılar üretmeye başladı.¹⁸⁴

2.6.4.2. Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün İhracatı

Türk ekonomisi enflasyonist bir yapıya sahip olduğundan dolayı, kişilerin yatırımları değişebilmektedir. Yatırım için altın takı almanın yanı sıra, başka yatırımlara da yönelebilmektedir. Yinede geleneksel bir yapıya sahip Türk halkının altına talebi artmış durumdadır.

Sektörün yurtdışına açılmasında 1993 yılında değerli metallere uygulanan ithalat ve ihracat kısıtlamalarının kaldırılmasının da etkisi olmaktadır. Altın mücevherat ihracatının geçmişi son on yıla dayanmakla beraber, performansı gayet iyidir ve ihracat her yıl büyük bir hızla artmaktadır.¹⁸⁵

İhracat 1992 yılında 12.7 milyon dolar iken, 2001 yılında bu değer 430.8 milyon dolara ulaşmıştır. 2001 yılı itibariyle, ihracatta önde gelen ülkeler; ABD (Toplam ihracatın %48'i), BAE (%9.5), İsrail(6.9), Almanya (%4) ve Avusturya'dır (%2.3). Türk altın takı sanayi, yabancı turistlere de büyük miktarlarda satış yapmaktadır. İhraç edilen ve yurtiçinde turistlere satılan altın takı miktarı, sektörün toplam üretiminin yaklaşık %50'sini oluşturmaktadır. Sektörde yaklaşık 200 civarında ihracatçı bulunmaktadır. Bunların yaklaşık 30 tanesi büyük firmalardır. Ayrıca sektörde, "Anagold Dış Tic. A.Ş" ismini taşıyan bir de Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDS) bulunmaktadır. Bu şirket çatısı altında 50 tane üretici yer almaktadır.¹⁸⁶

¹⁸³ www.igeme.org.tr.7.12.2002

¹⁸⁴ A.g.e., 7.12.2002

¹⁸⁵ A.g.e., 7.12.2002

¹⁸⁶ A.g.e.,7 Aralık 2002.

Tablo 2.6. Yıllara Göre Türkiye'nin Altın Takı İhracatı

Yıllar	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Dolar (Bin \$)	12.7	23.6	44.2	55.4	109.2	160.7	207.2	285.2	384.3	430.7

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.igeme.org.tr 08.02.2002

Yukarıda Tablo 2.6, yıllara göre Türkiye'nin altın takı ihracatını gösterirken; Tablo 2.7, 2001 yılında ülkelere göre yapılan altın takı ihracatını göstermektedir.

Tablo 2.7. 2001 Yılında Ünelere Göre Altın Takı İhracatı

Üneler	\$	Üneler	\$
ABD	205.148	Fransa	3.91
BAE	40.810	Japonya	3.81
İsrail	29.95	Çek Cum	3.61
Almanya	22.87	İspanya	3.51
İtalya	17.14	İsviçre	3.11
Avusturya	10.14	Avustralya	1.91
İngiltere	8.33	Kanada	1.81
Panama	5.12	Portekiz	1.31
Hong-Kong	4.12	Diğerleri	64.5
		Toplam	430.7

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.igeme.org.tr 08.02.2002

Türk altın takı ihracatında birinci sırada olan ABD'nin 2001 yılı toplam altın takı ithalatı 4 milyar 705 milyon dolardır. Bu toplam içerisinde Türkiye'den yaptığı ithalatın payı %4 olmuştur. Türkiye'nin bu pazarda en önde gelen rakipleri İtalya, Hindistan, Tayland, Hong Kong, Çin, İsrail, Kanada, Dominik Cumhuriyeti, Güney Kore, Meksika ve Peru'dur.¹⁸⁷

Bu ürünleri, Almanya'da çalışan Türk işçileri ve ülkemizi ziyaret eden yabancı turistler beraberinde götürmektedirler. Ekonominin içinde bulunduğu şartlara bağlı olarak altın ithal edilmesine ve işlenmesine rağmen, bu altınların sadece bir kısmının yurtdışına ihraç edilmesi, Türkiye açısından önemli bir kayıptır. İşlenmiş altın ihracatında lider durumda olan İtalya, takı eşyası olarak işlenen ürünlerini Amerika, İngiltere, Kanada ve İspanya ile bazı Ortadoğu ülkelerine ihraç edebilmektedir.¹⁸⁸

¹⁸⁷ Birsen Yılmaz, a.g.e., s.4.

¹⁸⁸ A.g.e., s.4.

Türkiye'deki takı imal edenler, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmektedirler. Türk ekonomisinin içinde bulunduğu zorluklar, yüksek enflasyon ve faiz hadleri, alım gücünde görülen gerilemeler ve gittikçe çeşitlenen alternatif yatırım araçları göz önüne alındığında genelde iç piyasaya hitap eden Türk altın sektörünü yakın gelecekte ciddi sorunlar beklemektedir.¹⁸⁹ Türkiye'deki kuyumcular sadece iç pazara değil dış pazarlara da açılmak istemektedir. Bunun en büyük sebebi dış pazarlardaki satış potansiyelin güçlü olmasıdır.

Dünyadaki sektörler arasında takı sektörü 3. sırada yer bulmaktadır. Türkiye ise, dünya altın stokunda Hindistan'dan sonra 2. sırada yer almaktadır.¹⁹⁰ Kuyumculuk sektörüne sahip çıktığı takdirde sektör olarak daha ileriye gidilebileceği düşünülmektedir. Bu sektör bir yandan istihdam sağlarken, bir taraftan da ihracatı artırmaktadır.

Amerikan piyasasında altın takı 14 ayar ve 10 ayar daha çok satılmaktadır. Teknoloji olarak Türk kuyumculuk sektörü henüz çok geri durumdadır. Eskiden el ile yapılan pek çok şeyi bugün İtalyanlar, makine ile aynı kalite ve aynı estetikte yapabilmektedir.¹⁹¹ Teknoloji sayesinde üretim arttırmaktadır. Türkiye'de kuyumculuk sektöründe aslında binlerce firma faaliyet göstermektedir. Buna rağmen, ihracatta başarılı olunmamaktadır. Bankaların kuruluş amaçlarından biri de yatırımcıya finans sağlamak iken üretici ve sanayiye arkalarını dönmüş durumdadır. Bankalar belki tekstil sektörünü daha yakından tanıdığı için daha rahat kredi verebilirken kuyumculuk sektörünün dünyadaki yerini ve önemini bankacıların yeterince bildiği iddia edilemez.¹⁹²

Dünya Altın Konseyi (DAK) Türkiye Genel Müdürü Murat Akman, 2001 yılında kuyumculuk sektörü açısından iyi geçtiğini belirterek, iç piyasadaki daralmayı ihracattaki artışla aştıklarını söylemektedir.¹⁹³ Akman'a göre, iç piyasada tüketimin azalmasına karşılık, insanların hayatlarını sürdürebilmek ya da borçlarını ödeyebilmek için krizin etkilediğini daha fazla hissettirmeye başladığı haziran-temmuz aylarında

¹⁸⁹ Erdoğan, a.g.e., s. 58.

¹⁹⁰ "ABD'ye Her Yıl 800 Ton Mücevher Gidiyor", *Zaman Gazetesi*, 09.04.2001.

¹⁹¹ A.g.e., 09.04.2001.

¹⁹² A.g.e., 09.04.2001.

¹⁹³ Bozkurt Turan, "Kriz 80 Ton Altını Da Yastık Altından Çıkarttı", *Zaman Gazetesi*, 14.04.2003.

ellerindeki altınları bozdurma yoluna gidilmektedir. Akman'a ithalat döviz sıkıntısı nedeniyle yarı yarıya düşmektedir. Aradaki altın açığı ise, iç piyasadan gelen hurda tabir edilen geri satışlarla karşılanmaktadır.¹⁹⁴



¹⁹⁴ Turan, a.g.e, 14.04.2003.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARINI İŞLETME İŞLEVLERİNE

GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. GİRİŞ

Türkiye’de kuyumculuk sektörü, yeni görünümde olan bir işletme sektördür. Bunun nedeni, kuyumculuk mesleğinin, modern anlamda işletme olarak faaliyet göstermeye başlamasının yeni olmasından kaynaklanmaktadır.

Kuyumculuk sektöründeki işletmeler üretim işletmeler kapsamında olduğundan sorunlarını işletmenin işlevleri bazında incelemek gerekmektedir. Her sektörde olduğu gibi kuyumculukta da işletmelerin değişim, gelişim ve yenilenme gibi amaçları bulunmaktadır. Söz konusu değişimler, kuyumculuk sektörünü de gerek yönetsel gerekse yapısal olarak etkilemektedir. Özellikle, bu sektörde de, yeni pazarlar bulma veya pazar payını genişletmek son derece önemlidir. Bu sektördeki işletmelerin üretimini arttırabilmek için, örgütlenme, personel, ar-ge gibi işlevler önemlidir. Kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin gerçek Pazar payını genişletme, gerekse pazarda üstünlük sağlama gibi isteklerinin yerine getirilmesi hususunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

Her işletmenin bir veya birkaç amacı bulunabilmektedir. Bunlar kar elde etmek, kendilerinin tanınmasını sağlamak işletmenin büyümesi ve genişlemesinin sağlanması gibi amaçlardır. Kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde bu amaçların bir veya bir kaçını sahip olmak isteyebilmektedir. Bundan dolayı kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin de amaçların en iyi biçimde yerine getirebilmesi için, yönetim işlevlerinin rasyonel bir biçimde yerine getirilmesi ve sektörün sorunlarının analiz edilerek bu sorunların çözümüne yönelik stratejiler geliştirilmesi gerekir. Gerçekten de, bu çalışma kapsamında yapılan araştırma da görülmüştür ki, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin rasyonel bir işletmecilik faaliyetinde bulunabilmesi için hem içsel hem de dışsal bazı sorunlarını çözmeleri gerekmektedir.

Kuyumculuk sektörünün sorunlarını işletme işlevlerine göre değerlendirme yaparsak ilk başta işletmenin yönetimi konusunda bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Yönetim konusu incelendikten sonra yönetimin işlevleri olup planlama, örgütlenme, emir komuta, koordinasyon ve denetleme konusunda da bilgilenmesi gerekmektedir.

Bir işletmede yönetimin yanı sıra üretim, pazarlama, finans halkla ilişkiler ve ar-ge olmadan faaliyet göstermesi mümkün değildir. Bir işletmeyi insan vücudu gibi düşünürsek, bir aksama ve problem olduğunda vücut nasıl hastalanırsa işletmelerde de yönetim, üretim, pazarlama gibi işlevlerinde meydana gelen sorunlarda işletme faaliyetlerinde sorunlar çıkabilmektedir.

Bu çalışmanın araştırma sonuçlarından ve araştırma kapsamında yapılan bire bir görüşmeler sonucu elde edilen görüşlerden de yararlanılarak, kuyumculuk sektörü ve işletmelerinde aşağıda irdelenen sorunlar saptanmıştır. Saptanan bu sorunlar, işletme işlevleri bağlamında sınıflandırılmıştır.

3.2. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN YÖNETİM SORUNLARI

3.2.1. Kuyumculuk Sektörünün Yönetim Kavramı Açısından Analizi

İşletmelerde belirlenen amaçların etkin ve verimli olarak gerçekleşmesi için bir insan grubunun, işbirliği ve uyumlaştırmanın sağlanmasına yönelik faaliyetlerden meydana gelen yönetim uygulamaları toplumsal yaşamla birlikte meydana çıkmıştır.¹⁹⁵ Ayrıca bir amaca ulaşma yolunda girilen işlerin ve faaliyetlerin tümü, yönetim olarak tanımlanmaktadır.¹⁹⁶ Diğer bir tanımla da yönetim, insanları uyum içinde çalıştıracak amaca ulaşma, insanlara iş gördürme sanatıdır.¹⁹⁷

Günümüz işletmelerinde yönetim sorunları şöyle sıralanabilir:¹⁹⁸

Planlama yaparken örgüt amacının, çalışma alanının ve çalışma ilkelerinin kesinlikle belirlenmemiş olması,

Bölümlerde yapılacak işlerin tespit edilememesi,

Örgütlemeye aşırı merkeziyetçilik anlayışı,

¹⁹⁵ Atilla Baransel, Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi, 2. Baskı, İşletme Fak. Yay. No:3295, Ventüs Ofset, 30. Yıl Yay., 1979, s.5.

¹⁹⁶ Bülent Tokat, Derya Şerbetçi, İşletmecilik Bilgisi, 3. Baskı, İstanbul, 1998, s.151.

¹⁹⁷ Tamer Koçel, İşletme Yöneticiliği, İstanbul Üni., İşletme Fak., 5. Baskı, Beta Basım ve Yay. Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1995, s. 4

¹⁹⁸ İ.Cem Aşkun, B. Tokat, İşletmelerde Örgüt, İnci Ofset, Kütahya, 2003, s.161.

Yöneticilerin ayrıntılarla uğraşması,

Bölümler arası bağlantıların sağlanamaması,

Emir komuta sisteminde haberleşmenin oluşturulamaması,

Yetki göçerimine gerekli önemin verilememesi,

Uyumlaştırma yöneticilerin kendi işlerinde ve yapılan diğer işlerde ahengi sağlayamaması,

Denetlemenin çağdaş yöntemlerle yapılamaması,

Yöneticilerin kendi yerlerini alacak kişileri yetiştirmede kıskanç davranmaları gibi davranışları sergileyebilmektedirler.

Bu bağlamda, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmeler incelediğinde, kuyumculuk işletmelerinde esnek bir yönetim anlayışı bulunduğu söylenemez. Bunun nedeni, üretilen ve işlenen madenin altın ve gümüş gibi değerli madenlerden oluşmasıdır. Bu durum ister istemez, işletmelerin etkin denetime dayalı yani daha ziyade otoriter bir yönetim sistemine yöneltmiştir. Buradan hareketle, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin en önemli sorunu, güven ikilemi yaşayan ve bunun sonucu etkin denetime yönelen işletme yönetimlerinin, böyle denetimler sonucu nitelikli personeli ile karşılaştıkları sorunlar, en önemli yönetsel sorunları oluşturmaktadır.

Kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri yönetimin temel özellikleri kapsamında da değerlemek olasıdır.

Yönetimin temel özellikleri şöyle sıralanabilir;¹⁹⁹ İnsancıl olmalı, amaç, grup, işbirliği, iş bölümü ve uzmanlaşma özelliği, basamaksal, demokratik, evrensel, bireyci iki yönlü süreç, yaratıcı süreç, haberleşmeye dayalı süreç gibi özellikleri yanı

¹⁹⁹ Tokat, Şerbetçi, a.g.e., ss.154-156.

sıra yönetimin ussal bir faaliyet olma yönetimin sanatsal bir faaliyet olma gibi özelliği taşımaktadır.

Bu özellikler doğrultusunda kuyumculuk sektörünü incelersek, anket sorularından işletmenizde önemli olaylar kutlanıyor mu? ya da başarı ve ödüllendirme söz konusu mu? diye sorduğumuzda hayır yanıtı çok olduğunu görmekteyiz. Böylelikle kuyumculuk işletmelerinde yönetimin insancıl bir yönünün olmadığı görülmektedir.

Bunun yanı sıra otoriter bir yapıya sahip olduğu için, demokratik ve evrensel olmamaktadır. Kuyumculukta aile işletmeciliği sözkonusu olduğundan otoriter bir yapıya sahip olması güvenlik açısından çok önemlidir. Kuyumculuk sektöründe güven ön planda olduğu için, genelde aile şirketi konumunda olan işletmelerde bireyci özellikler sözkonusu olmaktadır.

Kuyumculuk işletmelerinde genellikle kurucu kişi aynı zamanda yönetimi elinde bulunduran kişi olmaktadır. İşletmede bu kişilerin etkin bir güce sahip olması kuyumculuk işletmelerinin gelişimini, büyümesini etkilemektedir. Böyle durumlarda yönetici kişinin vizyonu ve prensipleri doğrultusunda işletme yönetilmektedir. Eğer yönetici konumundaki kişilerin vizyonu geniş değil ise işletmede meydana gelen çalışmalar profesyonel olmayacak ve yönetim düzensiz bir şekilde yürütülecektir.

Kuyumculuk sektöründe işletmeler yeni yeni şirketleşmeye başladıklarından dolayı yönetim sürecinde üretimin sağlanabilmesi için yapılması gereken tüm faaliyetleri bir araya getirmeye çalışılmalıdır.

Üretimin sağlanabilmesi ve işletmelerin sürekliliği için şirket içinde çalışan personelin işletme amaçları doğrultusunda yönlendirme yapılması gerekmektedir. Amaç üretim olunca, kuyumculuk sektöründe çalışanlar bu amaç doğrultusunda çalışmalarını sürdürebilmektedir.

Kuyumculuk işletmelerinde yaratıcılık süreci için, yönetimde amaçların saptanması ve bu amaçlara ulaşılması gerekliliği doğrultusunda yönetim faaliyetlerini güncel düşünceler eklenmesi gereklidir. Bunun yapılamaması söz konusu olduğunda işletmelerin yönetim düzeni kurulamamaktadır.

Kuyumculuk sektöründe yönetimin nasıl olduğunu sorarsak, sorumuzun yanıtı otoriter bir yapıya sahip olmaktadır. Otoriter olmasının nedeni ise üretim aşamasında üretilen ürünlerin değerli madenler olması en önemli etkenlerden biridir.

Kuyumculuk sektöründeki otoriter yönetim yapısının olmasından dolayı süreklilik gösteren işlerin görülmesinde insan faktörünün makinalara ek olarak etkin bir şekilde kullanılabilmesine ve formal örgüt yapısının oluşmasına neden olmaktadır.²⁰⁰ Kuyumculuk sektöründe açık ve seçik olarak belirlenmiş bir örgüt yapısı ve otorite ilişkileri ile etkinlik ve verimliliğin nasıl artırılacağı konuları işlenmiştir.²⁰¹

Bu işletmelerin yönetiminde insan faktörü dışındaki unsurlar üzerinde durulmuş olup insan faktörü ikinci plana atılmıştır. Çalışanlar kendilerine söylenenleri yaparlar. Örgüt için etkinliklerini evrensel kabul etmektedirler. Ayrıca dış çevre koşullarını göz ardı ederek değişen şartlar üzerinde de durulmamıştır.²⁰²

3.2.2. Kuyumculuk Sektörünün Yönetim İşlevleri Açısından Analizi

Yönetimin işlevleri , işletmenin amaçlarını gerçekleştirebilmek için, yönetimin yapması gereken faaliyetler olmaktadır.

Bunlar sırayla, planlama, örgütleme, emir- komuta, uyumlaştırma, denetleme olarak sınıflandırılmıştır.²⁰³

3.2.2.1. Kuyumculukta Planlama

Kuyumculuk sektöründeki işletmeler emek yoğun bir çalışma sistemi mevcut olduğundan üretim işletmeleri incelendiğinden, kuyumculuk işletmelerinde planlama yapılması yönetimin işlevlerine kurumsal bir çerçeve çizmek açısından önem taşımaktadır.

²⁰⁰ A.g.e., s.152.

²⁰¹ A.g.e., s.152.

²⁰² B. Tokat – D. Şerbetçi, İşletmecilik Bilgisi, İstanbul, 2001, ss.152-153.

²⁰³ Göksel Ataman, İşletme Yönetimi, Türkmen Kitapevi, Beta A.Ş., İstanbul, 2001, s.11.

Yönetimin ilk işlevi olan planlama, bir amaca ulaşmak için bunlara ulaşacak araçların ve imkanların seçimi ve tespiti olarak tanımlanabilir.²⁰⁴ Bir işletmede, planlamanın yapılması o işletmede işlerin yapılması, bu işlerin yapılması, kimin yapacağı, ne kadar zamanda yapacağı ile ilgili konuların bir araya toplanıp işletmenin politikasına göre düzenleme yapılmalıdır.

Kuyumculuk sektöründeki işletmelerin planlamayı iyi bir şekilde dizayn edebilmelidir. Üretimin aksamaması ve düzenli bir çalışma sisteminin oluşturulması gerekmektedir.

Kuyumculuk sektöründeki işletmelerde de planlamanın bu koşullarına uyulduğunda üretimin yapılmasında herhangi bir zorluk çekilmeden düzen içinde gerçekleşecek bir şekilde biçimlenebilmektedir.

Ayrıca planlamanın özelliklerini de aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:²⁰⁵

i. Planlama her şeyden önce bir seçim işlemidir.

ii. Planlama bir karar işlemidir.

iii. Planlama geleceğe dönük bir eylemdir.

iv. Planlamada gelecekte tahmin edilebilmek yönetimin belirleyici bir fonksiyonudur.

Planlamanın bu özelliklerinden yola çıkarak yeni sektör olan kuyumculuk sektöründeki işletmelerin planlarını iyi bir şekilde düzenlediklerinde işletmedeki yapılacak işlemlerin kendiliğinden yapıldığı görülebilecektir.

İşletmelerde planlamada neyin, nasıl, niçin, ne zaman, nerede ve kim tarafından yapılacağı belirlenmelidir.²⁰⁶ Yönetim işlevlerinden olan planlamanın

²⁰⁴ Mümin Ertürk, *İşletme Biliminin Temel İlkeleri*, Beta Basım Yay. Dağ. A.Ş. , 1. Basım., İstanbul. 1995 s.100.

²⁰⁵ İnal Cem Aşkun, Bülent Tokat, *“İşletmede Yönetim ve Örgüt”*, Avcı Matbaası, Eğitsel Yayın, İst, 2003, s.15-16

²⁰⁶ Tokat – Şerbetçi, a.g.e., s.160.

yararları, sakıncaları ve gereklilikleri incelenirse işletmede plan yapmanın önemli olduğu anlaşılır.

Bu bağlamda kuyumculuk işletmelerinde planın yapılması, kimin neyi, ne şekilde, nasıl, ne zaman yapacağı konusunda bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır. Kuyumculuk işletmeleri genellikle aile işletmeleri olduğundan dolayı planlamayı da kendi istekleri doğrultusunda gerçekleştirmektedirler. Ancak yönetim işlevleri bağlamında planlama yapamayan kuyumcular işletmelerin de meydana gelecek karmaşadan büyük ölçüde etkilenebilecektir.

Planlamada bunların bilinmesindeki yararlar aşağıda sıralanmıştır.²⁰⁷

- Zaman ve emek kaybını azaltır.
- Yöneticilerin dikkatini amaca çeker.
- Çabaları uyumlaştırır.
- Olanaklar amaca yöneltir, kontrolü sağlar.
- Kural ve ilkelerin gelişmesine yol açar.
- Yetki göçerimini kolaylaştırır.
- Denetimde kullanılacak standartlarını ortaya çıkarır.

Kuyumculuk işletmelerinde, planlama yapılırken, yukarıda açıklanan yararların bilinmesi faydalı olacaktır. Planlamanın doğru bir şekilde yapılmasıyla, zaman ve emek kaybını azaltır, yöneticiler amaçları doğrultusunda hareket ederler, işletmede uyum ve denetleme kolay bir şekilde sağlanır, yetki göçerimi ve denetimler kolay olur. Böylelikle işletmeler amaçladıkları hedeflerine ulaşabilmek için yaptıkları plandan yararlı bir şekilde faydalanmış olmaktadır. İşletmede yapılmış bir plan var ise, işletmedeki bu planı her çalışan bilir ve bu doğrultuda çalışmalarını yürütür.

²⁰⁷ Aşkun, Tokat, a.g.e., s.8.

Kuyumculuk işletmelerinde planlamanın iyi bir biçimde yapılması işletmenin hedef ve amaçları için çok önemlidir. Hedef ve amaçlar belirlenirken plan yapılmalı ve bu plan doğrultusunda hareket edilerek çalışmalar sürdürülmelidir.

Kuyumculuk işletmelerinde plan dahilinde yapılan çalışmalarda kimin, neyi, nasıl, niçin, ne zaman yapacağı belli olmalıdır. Yani plan açık, kesin ve dengeli olmalı, ayrıca, işletmedeki tüm imkanlar kullanılarak plan yapılmalıdır.

3.2.2.2. Kuyumculukta Örgütlenme

İşletmelerde planlamanın yapılmış olması işletmenin başarılı olabilmesi için yeterli olmamaktadır. İşletmede başarıya ulaşabilmek için planlamanın yapılmasının yanında planlamanın başarılı bir biçimde uygulanıyor olması da gereklidir. Planlamanın başarılı olabilmesi için örgütlemeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Yönetimde planlama işlevini yerine getirdikten sonra sıra örgütlemeye gelmektedir. Örgütlemeye, planda belirlenen hedeflere ve bunlara ulaşmak için saptanan yollara uygun bir biçimde örgüt kurmak önemlidir.²⁰⁸ Örgütlenme belirlenen amaçlara ulaşmak için düzenli bir sistemin oluşması gerekmektedir. İşletmelerinde de belirli bir amaç olmayıp işletmenin etkin ve karlı bir biçimde çalışmasını sağlayan vazgeçilmez bir araçtır.²⁰⁹

Kuyumculuk sektöründe de örgütlenmeyi sağlayabilmek için işletmenin planlarında belirlenen hedeflere ulaşma yollarını tespit edilerek örgütün kurulması aşamalarının oluşturulması gerekmektedir.

Kuyumculuk işletmelerinde belirlenen amaca ulaşabilmek için düzenli bir sistemin oluşması işletmedeki örgütlenmeye bağlıdır. Böylelikle işletmeler etkin ve karlı bir biçimde çalışmaya başlayabilmektedir.

²⁰⁸ A.g.e., s.103.

²⁰⁹ Tokat - Şerbetçi, a.g.e.,s.166.

Kuyumculukta örgütlemeye hedeflerin uygulamaya konulmasını sağlayan ve hedeflere ulaşmak için bir araya gelen bir grup insanın birlikte çalışması, saptana amaçlara ulaşmak için gerekli koşulların sağlanmasıdır.

Örgütlenme, büyük küçük bütün işletme ve kurumlarda olması zorunluluk arzettir.²¹⁰ Örgütlenme yapılmadan işletme ve kurumları olması mümkün değildir. Örgütlenme sayesinde çalışan kişiler yapacağı işleri ve kendilerinin olması gereken konumlarının ne olduğu konusunda bir karmaşaya düşmeden çalışmalarını yürütülebilmektedir.

Bölgümlere ayırma ilkeleri uygulanırken, örgütün başarılı olabilmesi için aşağıdaki ilkeler göz önünde bulundurulmalıdır:²¹¹

- Bölümlere ayırma benzer işlerin dikkate alınması ilkesi,
- Uzmanlaşmadan yararlanma ilkesi,
- Denetleme ilkesi,
- Eşgüdümlemeyi kolaylaştırma ilkesi,
- Giderleri azaltma ilkesidir.

Ayrıca örgütlerde bölümlere ayırırken dikkat edilen diğer bir sistem ise örgütlerde kullanılan bölümlendirme türleridir. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilirler:²¹²

- İşlevlerine göre bölümlere ayırma,
- Üretilen mal ve hizmete göre bölümlere ayırma,
- Müşterilerine göre bölümlere ayırma,

²¹⁰ Aşkun – Tokat, a.g.e., s.28.

²¹¹ Şerbetçi – Tokat, a.g.e., ss. 176-177

²¹² A.g.e., ss.176-177

- Sayı temeline bölümlere ayırma,
- Bölge temeline bölümlere ayırma,
- Süreç ve makina bölümlere ayırma,
- Zaman temeline bölümlere ayırma,

Örgütlerde yetki devri, belirli görevlerin yerine getirilmesi için bir yöneticiye yada bir yöneticiden diğerine aktarılması işlemidir.²¹³

Kuyumculuk işletmelerinde yetki devri uygulanmaktadır. Böylelikle kuyumculuk işletmeleri genellikle aile işletmeleri olduğundan dolayı kurucu kişi yönetimi diğer aile bireylerine veya yöneticilere devredebilmektedir. İşletmeyi kuran yöneticiler daha sonra kendilerindeki yetkileri işletme yöneticilerine devrederek bu yöneticilerin çalışmalarını yürütmesini sağlamaktadır.

Yetki devri planlı bir yönetim faaliyetidir. Yetki devrinin başarılı bir şekilde yapılabilmesi için bazı şartlar gereklidir. Bunlar;²¹⁴

- Yetki ve sorumluluğun denk olması
- Komuta birliği sağlanması
- Sorumluluk devredilemez olarak sıralanabilir.

Kuyumculuk işletmelerinde yetki devri oldukça zordur. Bunun nedeni ise genelde kuyumculuk işletmeleri aile içi şirketleri olarak tanımlanabildiği içindir.

Sorumluluk alan kişi bir başkasına bu sorumluluğu devretmek istemeyebilir. Değerli madenlerle çalışıldığı için yetkinin bir başkasında olması işlerin takibinde zorluk çıkacağı düşüncesiyle veya işlerin nasıl gittiği konusunda bilgi sahibi olunulmak istenebilir.

²¹³ A.g.e., ss.175-176

²¹⁴ A.g.e., 176

Ayrıca örgütte her kararda ve yönetimde bilgi sahibi olmak için yetki devri çok zor ve sorumluluk gerektiren bir işlemdir. Örgütlerde merkezleşme veya merkezleşmeme söz konusu olabilmektedir.

Kuyumculuk işletmelerinde de merkezi bir örgüt sistemi söz konusudur. Genelde işletmedeki yöneticiler hem işletme sahibi olduğu için bütün yetki ve sorumlulukları ellerinde bulundurarak işletme içinde yapılan tüm işlemler hakkında bilgi sahibi olurlar. Böylelikle işletme içinde uyumlaştırmanın sağlanması ve tüm işletme kaynaklarından rahatlıkla faydalanılabilme gibi imkanlarından yararlanılabilmektedir.

Merkezileşmede, belirli bir işin aynı çatı altında ya da belirli bir yerde toplanarak yapılması işlemi olarak kabul edilmektedir.²¹⁵

Merkezleşmenin yarar ve sakıncaları bulunmaktadır. Yararları şöyle sıralanabilir.²¹⁶

- Üst yöneticiler güç ve prestij sahibi olurlar.
- Politika uygulamadan yarar sağlarlar.
- Üst yönetim koordinatör görevi yapar.
- Harcamaları ve kaynakları çeşitli bölümler tarafından aynı amaç için kullanılmasını önler.
- Üst yönetim kurmaylarından yararlanma imkanı verir.
- Gerek stratejik gerek taktik planların güvenilirliğini artırır.

²¹⁵ Metin Özdönmez, Aytuğ Akesen, Abdi Ekizoğlu, **Yönetim ve Organizasyon**, İ.Ü. Basımevi ve Film Merkezi, Üniversite Yay., No: 4062, Fak. Yay. No: 450, İstanbul, 1998, s.99.

²¹⁶ Şerbetçi – Tokat, a.g.e., s.179

Kuyumculuk işletmelerinde şube sistemi ile çalışılıyor olsa bile örgüt yönetiminde merkezileşme söz konusu olmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biriside değerli madenlerin kullanılması alım satım işlemlerinin yapılmasıdır.

Merkezleşmenin sakıncaları ise;²¹⁷

- Kararların üst yönetime verilmesinden dolayı değişik şehirlerde şube açılmasını engeller.
- Üst yöneticiler karar verdiği için yetki devretmezler.
- Merkezileşmiş yönetim ile gelişme ve ilerleme zordur.
- Tüm yetkiler üst yönetimde olduğundan, yöneticinin ölmesi veya iş değişikliği işletmeyi zor durumda bırakır.

Kuyumculuk işletmelerinde yetki her zaman yöneticilerde bulunmaktadır. Yönetim genellikle işletme sahiplerinde bulunduğu için yetkilerin büyük bir çoğunluğu bu kişilerde bulunmaktadır.

Kuyumculuk sektöründe merkezileşememe gibi sorunlar sözkonusudur. Anketi yanıtlayanların büyük bir çoğunluğu işletmedeki bilgilere kolay erişemediğini söylemektedir. Buradan da anketi yanıtlayan kişilerin bulunduğu işletmelerin örgüt yapısında bir düzenleme yapılması gerekliliğinin söz konusu olduğu öğrenilebilmektedir. Özellikle kuyumculuk işletmelerinde denetim büyük önem arz etmektedir. Bölümler ve birimler arası çalışmalarda güven ön planda olmalı ve denetim kolaylıkla yapılabilir olmalıdır. Biçimsel örgüt yapısı da belli bir yetki, sorumluluk ve ölçülebilirlik içeren, ayrıntılarıyla tanımlanmış çeşitli işlerden oluşan bir sistem anlayışı vardır.

Biçimsel olmayan örgüt ise, biçimsel yetki ve süreçlere bağlı olmadan oluşturulan gönüllü insan topluluğudur.²¹⁸ Biçimsel olmayan örgütte, insanlar

²¹⁷ A.g.e., s.179-180.

²¹⁸ A.g.e., s.176

başkalarıyla birlikte bulunma isteğine dayanan sosyal bir güdüye bağlı olarak oluşmaktadır.²¹⁹

Ayrıca biçimsel örgüt çalışanların görev ve yetkilerini belirleyen emir, yönerge, ilke, kural ve yöntemlerden oluşmaktadır. Biçimsel örgütte kim kime bağlı ve kimden emir alacağı bellidir.²²⁰ Kuyumculuk sektöründeki işletmelerin örgüt yapısı biçimsel bir yapıya sahiptir. İşletmelerin ilk kuruluş aşamalarında örgütsel yapı çok küçüktür. Sadece çalışan veya birkaç çırakla işletmenin işlemleri yürütülüyordu. Zaman ve gelişimle sektörel bir seviyeye gelen şimdiki işletmelerde ise örgüt yapısı düzenli bir şekilde görülebilmektedir.

Örgütsel yapıya ilişkin temel konulardaki bölümlere ayırma ise, işletme ile ilgili faaliyetlerin sıralanarak kümelerle ayrılması yoluyla ödev ve görevlerden oluşmaktadır.

İşletmelerde örgütlendirilmesinde karşılaşılan sorular aşağıdaki gibi sıralanmıştır.²²¹

- Yönetimde eylemler hangi açıdan gruplanmalıdır.
- Eylem ve işler hangi gruba dahil edilmelidir.
- Çalışanlar arasında ilişkiler nasıl olmalıdır.
- Yetki ve sorumluluklar nasıl verilmelidir.
- Merkezleşmenin olup olmamasına nasıl yer verilmelidir.
- Komuta ve kurmaylar arasındaki denge nasıl olmalıdır.
- Hizmet bölümlerine nasıl yer verilmelidir.

Gibi sorular yöneticiler için büyük önem taşımaktadır.

²¹⁹ Veysel Yıldırım, a.g.e., s.215.

²²⁰ Özdönmez, Akesen, Ekizoğlu, a.g.e., s.89.

²²¹ Aşkun – Tokat, a.g.e., s.28-29.

İşletmelerde örgütlenme yapılırken belirli evrelerden geçilmesi gerekmektedir. Bunlar; yapılacak işlerin belirlenip gruplandırılması işgörenlerin belirlenip atanması, yetki ve sorumlulukların belirlenmesi yer araç ve yöntemlerin belirlenmesi gerekmektedir.²²²

İşletmelerde örgütlenme dendiğinde, işletmenin yaptığı işler doğrultusunda yapılacak işlerin bölümlendirilmesi, sıralanması gruplandırılarak düzenlenmesi işletmedeki bölüm ve kısımların ayrılma işlerinin yerine getirilmesidir. İşletmelerde çalışan kişileri bir grup haline getirmek ve onların kendi aralarında ve dışarıdaki işletmelerle ilişkilerinin düzenlenmesinin sorumluluk dahilinde yapılmasıdır.

İşletmede yapılacak işlerin gruplara ayrılması gerekmektedir. Yapılacak işler ayrıldıktan sonra burada istihdam edilecek işgörenin belirlenip çalışması sağlanmalıdır. Çalışan kişilerin yetki ve sorumlulukları belirlenmelidir. Yetki ve sorumluluklar kullanılırken, üretim için gerekli malzeme ve olanakların nasıl kullanılacağı konusu belirlenmelidir.

Bu bağlamda örgütlenme işletmenin iskeletidir diyebiliriz.

3.2.2.3. Kuyumculukta Yürütme

Bütün işletmelerde olduğu gibi, yönetimde planlama ve örgütlemenin oluşmasından sonra yürütme (emir-komuta) ya da diğer bir anlatımla yöneltme işlevinin de oluşturulması gerekmektedir.

Buradan da yöneltmeyi tanımlarsak, örgüt içinde belirli görevleri üstlenmiş olan işgörene yapacakları işlerle ilgili karar ve politikaları bildirme ve bunlara karşı emir verme faaliyetleridir.²²³ İşletmedeki yöneticilerin astlarına emir verme yoluyla görevlerini en verimli ve etkin bir şekilde yaptırmasına olanak sağlayan ve böylelikle örgüte dinamizm kazandıran bir işlemdir.²²⁴ Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir:²²⁵

²²² A.g.e., ss.29-36.

²²³ A.g.e.,s.182.

²²⁴ Özdönmez, Akesen, Ekizoğlu, a.g.e., s.59

²²⁵ Aşkun – Tokat, a.g.e.,s.182.

- Emir yerine getirilebilir ve makul olması gerekmektedir.
- Emir açık olmalıdır.
- Emir tam olmalıdır.

Kuyumculuk sektöründeki işletmelerde, ürün üretimi için geçerli emirlerin yapılması emirlerin iyi ve anlaşılabilir olabilmesi için yukarıda belirtilen özelliklerin hepsinin uygulanması gerekmektedir.

Etkili bir yöneltme düzeninin koşulları;

- İşletmelerde iyi bir emir için takım ruhunun olması,
- Yöneticilerin birlikte çalıştığı kişileri iyi tanımalıdır.
- Görev ve sorumluluk yüklenmeyen personeli işletmeden uzaklaştırmalıdır.
- Yöneticiler, personel ile işletme arasındaki ilişkiyi iyi takip etmelidir.
- Yönetici, iyi örnek olmalıdır.
- Yönetici, sürekli personeli denetim altında tutmalıdır.
- Yöneticiler, yardımcıları ile sık sık toplantı yapmalı ve raporlar almalıdır.
- Yönetici, ayrıntılarla boğulmamaya dikkat etmelidir.
- Yönetici, personelde birlik ve beraberlik ruhuna egemen olmalıdır.
- Astların yeteneklerine göre mevki verilmelidir.

- İyi bir ödüllendirme ve ceza sistemi olmalıdır.²²⁶

Buradan yola çıkarak kuyumculuk sektöründe de yürütme işlevinin işlerin iyi bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Ayrıca yürütmeye ilişkin temel konular aşağıdaki gibidir.²²⁷

- İnsanları belirli bir amaca doğru harekete geçirmek için gösterilen çabaların toplamı güdülemedir.
- Liderlik söz konusu olmalıdır. Belirli koşullar altında ortak amaçlar için birleşen insanları amaçlarının gerçekleştirilmesidir.
- İşletmelerde iletişimin sağlanması gerekmektedir. İletişim, bir kişiden başka bir kişiye bilginin, duygunun, düşüncenin ve anlayışın aktarılmasıdır.

İletişim sürecinin yedi ögesi bulunmaktadır. İletişim süreci ögeleri; Gönderici, filtre, mesaj, iletişim kanalı, çevre koşulları, alıcı, geriye bilgi akışı olarak sıralanabilir.

- Grup olmalıdır. Gruplar insanların yaşamlarının önemli bir bölümünü seçtiği veya seçildiği sosyal topluluklardır.

Örgütlerde belli başlı grupları tiplerini ise; biçimsel gruplar, biçimsel olmayan gruplar, birincil gruplar ve ikincil gruplar olarak ayırabiliriz.

3.2.2.4. Kuyumculukta Uyumlaştırma

Henri Fayol'a göre uyumlaştırma, işletmenin çalışmasını kolaylaştıracak ve başarılı olmasını sağlayacak şekilde tüm faaliyetlerin düzenlenmesi anlamına gelmektedir.²²⁸ Uyumlaştırma her işletme için daha kurulmasından başlayarak önemlidir. İşletmede bölümlerin oluşması, bölümler arası iletişimin sağlanması, bu

²²⁶ Şerbetçi – Tokat, a.g.e., s.183.

²²⁷ A.g.e., s.183-186.

²²⁸ Baransel, a.g.e.,s.186.

bölümleri yönetecek ve mevkilerin oluşması için gereken çalışanın bir araya getirilmesi yani koordine edilmesi gerekmektedir. Özellikle kuyumcu işletmeleri gibi emek-yoğun çalışanı bulunan, çalışma bölümlerinde çeşitlilik gösteren ve bu bölümler birbirine bağlı olan meslek dallarında uyumlaştırmanın sağlanması çok önemlidir. Çalışanların birbiriyle iletişim sağlayarak koordine edilmesi işletmenin hayatta kalabilmesi için gereklilik arz etmektedir.

Uyumlaştırmanın sağlanmasında belirli yöntemler söz konusu olmaktadır. Bunlar;²²⁹

- Bilgi sistemi ve haberleşme
- Kurul ve komitelerin bulunması
- Kurumdaki bölümleri bir arada tutmayı sağlayabilen bütünleştirici ve aracı yöneticiler bulunmalıdır. Yukarıda sıralanan bu yöntemler uyumlaştırmanın sağlanmasında etkili bir yol izlerken işletmecilere yardımcı olması gereken maddelerdir.

Uyumlaştırmanın sağlanabilmesi için uygulanan yöntemler kuyumculuk sektöründeki işletmeler içinde geçerlilik arz etmektedir. Uyumlaştırmanın ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir. Bunlar;²³⁰

- Kişiler arasında dolaysız buluşup görüşme ile uyumlaştırma sağlamalıdır.
- Planlama ve politikalar kararlaştırılırken daha başlangıçta uyumlaştırma sağlanmalıdır.
- Bir sorun ile ilgili bütün etkenlerin karşılıklı olarak birbiri üzerine etkileri göz önüne alınarak uyumlaştırma yapılmalıdır.
- Uyumlaştırma sürekli bir işlem gibi düşünülmelidir.

²²⁹ Erol Eren, **Yönetim ve Organizasyon**, Beta Bas. Yay. Dağ. A.Ş., 3. Basım, İstanbul, 1996, s.225-226.

²³⁰ Aşkun – Tokat, a.g.e., s.50-51.

Kuyumculuk sektöründeki işletmeleri yeni olduğu için ortak çaba ve sonuçlar elde edilebilmesi için uyumlaştırmanın sağlanması gerekmektedir. İşletmelerdeki işlemlerin kolay, rahat ve huzurlu bir şekilde yürütülebilmesi için uyumlaştırmanın iyi olması şarttır.

Uyumlaştırma işlevinin iyi bir şekilde işleyebilmesi için gerekli koşullar, iyi ve yakın bir örgüt yapısının kurulması, plan ve problemlerin uyumlaştırmanın sağlanması, iyi uyumlaştırma için haberleşme yöntemlerinden ve araçlarından yararlanılması, gönüllü uyumlaştırmanın özendirilmesi ve gözetim yolu ile uyumlaştırmanın sağlanması gerekmektedir.²³¹

Kuyumculuk işletmelerinde meydana gelen uyumlaştırma bozukluğu tüm işletmeyi etkileyebilmektedir. Bu etkileşim en üst kademedен en alt kademeye kadar etkili olabilmektedir. İşletmenin yaşamının devamlılığı için koordineli çalışma söz konusudur.

3.2.2.5. Kuyumculukta Denetleme

Yönetim işlevinin en sonuncusu olan denetleme, diğer işlevlerin yerine gelip gelmediği konusunda araştırır ve bu yönde işlemler yapmaktadır. Her işletmede olduğu gibi, kuyumculuk işletmelerinde de diğer yönetim işlevlerinin uygun bir şekilde yapılıp yapılmadığını denetleme işleviyle öğrenilebilir.

Denetleme, işletmenin ayrı ayrı bölümleri veya işletmenin tümünün işleyişini değerlendirerek bunları geliştirici değişikliklerin yapılması denilebilir. Denetleme işlevi yönetimin tüm işleriyle bağlantısı bulunmaktadır. Planlamayla daha çok ilgilidir. Çünkü planlanan amaçlara erişilip erişilmediğinin saptanması, amaçtan sapmalar olup olmadığı araştırılarak değerlendirilmesi yapılan tüm işlerdir.²³²

Ayrıca denetleme elde edilen bilgileri işletmenin planlarına ışık tutması işletmenin gerekliliğinin sağlanabilmesidir. Haberleşme teknolojisinde meydana gelen gelişmeler işletmelerin faaliyetlerini devamlı bir şekilde izlenmesini planların daha

²³¹ Aşkun – Tokat, a.g.e., ss.51-56.

²³² Tokat - Şerbetçi, a.g.e.,s.189-190.

etkin bir biçimde oluşmasına olanak sağlamaktadır.²³³ Kuyumculuk işletmelerinde haberleşmenin etkin bir biçimde yapılıyor olması faaliyetlerin devamlılığı için gerekli olmaktadır.

Denetleme, bir faaliyeti daha önceden belirlenerek amaçlara yöneltilmesinde önderlik eden bir süreçtir. Denetleme sürecinin temel aşamaları aşağıdaki gibidir.²³⁴

- Amaç, plan ve politikaların ışığında belirlenmesi
- Yapılan faaliyetlerin ölçülmesi
- Mevcut faaliyetlerin önceden belirlenen sonuçlarına göre standartlarla karşılaştırılması
- Düzeltme kararı verme gibi sıralanabilmektedir.

Denetleme az olan zaman, emek ve sermayenin verimini arttırabilmek için alınabilecek tedbirlerle, iyi bir denetleme sisteminin önemi oldukça büyüktür.²³⁵ Denetleme diğer tüm yönetim işlevleriyle ilgilidir ve yapılan tüm işlemleri denetlemektedir. Hataların yapılmamasına dikkat etmekte olup yapılan hatalar üzerinde düzeltme çalışmaları yapmaktadır.

Denetlemenin teknikleri ve araçları ise kişisel gözlem, muhasebe kayıt ve raporları, başa baş grafiği, bütçeleme gibi sıralanabilir.²³⁶

Kuyumculuk sektöründe denetleme amaçlarının kararlaştırılmasında, standartların belirlenmesinde, stratejik denetleme noktalarının belirlenmesinde durumun saptanmasında, sapmaların nedenleri ile düzeltici görevlerinin belirlenmesi gibi evrelere sahip olabilmektedir. Kuyumculuk sektöründe üretim yaparken planlama, örgütlenme, emir-komuta, uyumlaştırma gibi yönetim işlevlerinin iyi bir şekilde yürüyüp yürümediğini denetleme işleviyle çözüme ulaştırılabilmektedir.

²³³ Göksel Ataman, a.g.e.,s.554.

²³⁴ Halil Can, **Organizasyon ve Yönetim**, Siyasal Kitabevi, 1994, 3.Baskı, s.210.

²³⁵ Aşkun – Tokat, a.g.e., s.69.

²³⁶ A.g.e., ss.71-79.

Diğer bir deyişle, denetleme işlevinin etkin ve verimli bir şekilde yapılabilmesi için gerekli koşullar aşağıdaki gibidir.²³⁷

- Araçlara ve planlara dayanmalıdır.
- Esnek olmalıdır.
- Doğru olmalıdır.
- Objektif olmalıdır.
- Örgüt yapısına uygun olmalıdır.
- İleri bakmalıdır.
- Sık sık gözden geçirilmelidir.
- Anlaşılabilir olmalıdır.

Kuyumculuk işletmelerinde denetleme işlevinin etkin ve verimli bir şekilde çalışıyor olması yapılan işlemlerin düzgünlüğü açısından önem arz etmektedir.

3.3. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE ÜRETİM VE SORUNLARI

3.3.1. Kuyumculuk Sektörünün Üretim Kavramı Açısından Analizi

Bir işletme kendisini yaşatabilmesi için ürün üretmek zorundadır. Bir ürünün üretimi denildiğinde, nicelik ve nitelik bakımından bir kişinin üretim gücünü aştığından bu ürünü üretmek için çalışanların güç birliği yaparak örgütlenmesidir.²³⁸

Kuyumculuk sektöründeki işletmelerde üretimin amacı, işletmelerinin devamlılığını sağlamak, büyümek ve gelişmek olduğu düşünülürse, işletmede ağırlıklı bir üretim uygulama yapması gerekmektedir. Emek yoğun üretim yapılan kuyumculuk işletmeleri, üretim için gerekli olan hammadde, uygun işgücü, iyi uygulana bir yönetim anlayışı ve pazarlama sistemlerinin oluşturulması gerekmektedir. Kuyumculukta üretim denildiğinde, malların tasarlanıp imal edilmesi ve satışa sunulacak hale gelmesidir.

²³⁷ Şerbetçi – Tokat, a.g.e., s.197.

²³⁸ İ.Ethem Başaran, “Yönetim”, Gül Yayınevi, 2. Basım (Yeniden Yazım), Mayıs 1989, Ankara, s.145.

Üretim, işletmeler açısından büyük önemi olan temel nitelikli bir işletme işlevidir. Buna bağlı olarak, üretim işlevini yerine getiren, tüm üretimle ilgili faaliyetlerin toplandığı üretim bölümü de işletmenin en önemli bölümlerinden biri olarak işletme içindeki yerini alır.²³⁹ Üretim yönetimi, işletmelerdeki diğer çalışan bölümleriyle yakından ilgili olmaktadır. Bölümler arasındaki ilişkileri iyi bilmek bir üretim yönetimi için önemlidir. İşletmenin uyguladığı pazarlamanın , malların istemini yakından etkiler ve buda üretim eyleminin sürekliliğini ve hacminin ne olacağını belirler.²⁴⁰

Kuyumculuk işletmeleri kuruluş aşamasında birkaç kişiden oluşan imalatlar halinde üretim yapmaya başlamışlardır. Atölye olarak geçen bu imalathaneler, küçük çaplı olup kısıtlı miktarda üretim kapasitesine sahip olmaktadır. Üretim yapabilmek için değerli madenler kullanıldığı için sermayenin altın ve gümüşten oluşması ve üretilecek ürünün altın ve gümüşten meydana gelmesi etkili olmaktadır. Ham maddenin pahalı olması üretilecek ürünüde etkilemektedir.

3.3.2. Kuyumculuk Sektörünün Üretim Sorunları Açısından Analizi

3.3.2.1. Hurda Altın İle İlgili Sorunlar

Altın takıların bir müddet kullanıldıktan sonra veya arıza olduğunda genelde eritilmesi düşünülmektedir. Hurda altın arzı altın arzının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Altın madeni tekrar dönüşümü olan bir maden olduğundan değişik ayarlarda eritilerek tekrar tekrar kullanılabilir. Öyle ki bazen ülkeler ekonomik sıkıntıya düştüklerinde ellerinde bulunan eski altın eşya ve paraları tekrar ekonomiye kazandırma yönünde çalışmalar yapmışlardır. Bu sayede de ekonomik krizlerden kurtulmuşlardır.

Takı eşyası için tüketilen altının bir kısmının ülke içinde mevcut bulunan eski altınlardan yani hurda altınlardan yararlanılarak yapılmaktadır.²⁴¹ Maliye

²³⁹ Tokat, Şerbetçi, a.g.e., s. 243.

²⁴⁰ Rıdvan Karalar, Genel İşletme, 9.Baskı (Düzeltilmiş), Eskişehir, 2003, s.291.

²⁴¹ Cahit Kayra, a.g.e., s.53

Bakanlığı ve Gelirler Müdürlüğü'nce aslında kâr amaçlı yapılmayan bu işlemlere ait vergi muafiyeti ile ilgili düzenlemelerinin yapılması sektör açısından çok önemlidir.²⁴²

3.3.2.2. Altın Takıda Patent ve Model Sorunları

Patent ve model sorunu kuyumculuk sektörünün gelişmesini engelleyen bir sorundur. İmalatçıları tarafından kullanılan patentlerin izinsiz bir şekilde kopya edilerek başka imalatçılar veya şirketler tarafından kullanılması pazar rekabetinde haksız kazançların meydana çıkması söz konusu olmaktadır.

Bir kişiye ait olan imalat patentinin diğer kişiler tarafından izinsiz olarak kullanılmasına ve bu patentlerle düşük ayarlı üretim yapılması söz konusu olabilmektedir. Bu sorunun çözülmesi amacıyla kuyumcu atölyelerinin büyük bölümünü bünyesinde barındıran İstanbul'da bir Altın Enstitüsü'nün açılması, verilen ifrazcısının patent izinlerinin bu kurum tarafından her yıl yenilenmesi, faaliyette bulunmayan imalatçının patentlerinin iptal edilmesi ve patentlerde taklitçiliği önlemeyi amaçlanmaktadır.

3.3.2.3. Teknoloji ve Teknolojinin Gelişimi İle İlgili Sorunlar

Teknolojik gelişmeye bağlı olarak, daha yüksek nitelikteki çalışanların istihdam edilmesine ihtiyaç vardır. Sanayileşme aşamasında olmamız nedeniyle, toplumsal kültürel özelliklerimiz dikkate alınırca, insanlarımızın iş birliği yapması ve takım çalışması konusunda ciddi bir eğitim görmesi gerekir.²⁴³

Teknoloji gün geçtikçe eskimeye mahkumdur. Her sektörde olduğu gibi kuyumculuk sektöründe de teknik gelişmeye uymak zorunluluğu mevcuttur. Kullanılan teknoloji her geçen gün işe yaramaz hale gelmektedir. Teknolojiyi yenilemek ve çağdaş bir şekilde üretim yapabilmek için güçlü bir sermayenin bulunması gerekmektedir. Kuyumculuk sektörü el emeğinin ağırlıklı olduğu sektördür. Bundan dolayı işçilik

²⁴² Kıymetli Madenler Piyasası, a.g.e., s.75-77.

²⁴³ Kemal Tosun, *Yönetim ve İşletme Politikası*, İ.Ü. İşletme Fak. İşletme İktisadi Enst. Yay., İstanbul, 1990, s.139.

ağırlıkta çalışılmaktadır. Gelişmeleri takip etmek ve mevcut donanımı koruyup etkin şekilde kullanmak ve yeni teknikleri izlemek de önemlidir.

Ortadoğu, Güneydoğu Asya ve Uzakdoğu'da asırlardır süren mükemmel bir el yapımı altın takı üretimi geleneği bulunuyor. Gelişmekte olan pazarlar, dünyanın başlıca gelişmiş pazarlarının ana ihracatçıları haline geliyorlar. 1993'de dünyada altın tüketiminde sıralamanın başında Hindistan, Çin, Tayvan, Suudi Arabistan ve Türkiye yer almaktadır. Türkiye'de altın takı imalatı için tüketilen altın miktarı 1993'te 131 tonda, ancak daha çok ekonomik problemler sebebiyle bu sayı 1994'te 86 tona düştü.²⁴⁴

3.3.2.4. İşgücü (Personel) Sorunları

İşgücü, insan kaynaklarından yararlanma, insan gücünün aranılıp bulunması, işe alınması, yetiştirilmesi, değerlendirilmesi, yükseltilmesi, görevinin ve görev yerinin değiştirilmesi ve işine son verilmesine ilişkin tekniklerin kuyumculuk işletmeleri tarafından uygulanmaktadır.²⁴⁵ Ancak, işletmelerin en temel amacı insan kaynaklarını en iyi şekilde kullanabilmektir. Bu bağlamda gerekli olan çalışmaların yapılması gerekmektedir. Özellikle emek – yoğun işlerin ağırlıkta olduğu bu sektörde çalışanların işleri birbirine bağlı olarak yapılmaktadır. İşletmelerde ekip çalışması, sorumlulukların belirlenmesi amaçlı olarak yapılması gerekmektedir.

Kuyumculuk sektöründe işgücü (personel) çalıştırmak uzmanlık alanı gerektirdiği için zorluklar yaşanmaktadır. Bu sektörde çalışanlar usta çırak ilişkisiyle yürütülmeye çalışılmış şirketleşmeye başladığında ise işgöreninin yetiştirilmesi de bu doğrultuda gerçekleşmiştir. Ancak, sanat ağırlıklı olan bu sektörde, yetişmiş eleman sıkıntısı her an olabilir.

3.3.2.5. Finansal Sorunlar

Kuyumculuk işletmeleri, altın gibi değerli madenleri kullandıkları için bu madenlerin enflasyona karşı değer artış ve azalışları sektörü zor durumda bırakmaktadır. Sermaye ağırlıklı olarak değerli madenlerden ve değerli taşlardan

²⁴⁴ Gold News Aylık Dergisi, Yıl 8, s.87, s.85.

²⁴⁵ Cahit Tutum, Personel Yönetimi, Türkiye ve Ortadoğu Amme İd. Ens. Yay. No:179, Ankara, 1979, s.1.

oluşmaktadır. Bu bağlamda üretilen ürünlerin piyasaya çıkarılırken piyasa fiyatının düşük olması söz konusu olduğunda zarar meydana gelecektir. Böyle durumlarda, bu işletmeler sık sık finansal sıkıntı içine düşebilmektedir. Özellikle kriz dönemleri ve enflasyonist yönetim uygulandığında sektörde finansal sorunlar yaşanmaktadır. Finansal yetersizlikler söz konusu olduğunda daha ziyade küçük işletmeler zor duruma düşmektedir. Teknolojiden ziyade el emeği ağırlıkta olduğu için finansal olarak sadece altın alımı yapılabilmektedir.

Ekonominin bozuk olduğu dönemlerde üretilen ürünler, ekonominin düzgün seyrettiği zamanlardakinden az olmaktadır. Ekonominin iyi olduğu zamanlarda üretim daha fazla olmaktadır. Çünkü halkın alım gücünün artması üretimi de arttırmaktadır.

3.3.2.6. Değerli Taşlar İle İlgili Sorunlar

Kesin olarak tanımlanamamakla birlikte elmas, yakut, safir ve zümrütün dışında kalan, kuyumculuk ve süsleme sektöründe kullanılan mineral ve taşlar yarı değerli taşlar sınıfında yer almaktadır.²⁴⁶ Yarı değerli taşlar kuyumculuk ve süsleme eşyası yapımında ağırlıklı olarak kullanılırlar. Kuyumculukta genellikle gümüş ile birlikte kullanılan mineral ve taşlar, yarı değerli taşlar olarak ta değerlendirilebilmektedir. Kuyumculuk sektöründe özellikle son yıllarda büyük ilgi görmeye başlayan yarı değerli taşların bir bölümü Türkiye'de bulunmaktadır. Ancak Türkiye'de üretim potansiyeli bulunan yarı değerli taşların daha sağlıklı değerlendirilebilmesi için öncelikle konuyla ilgili eğitimin yaygınlaştırılması ve yatakların bulunduğu yörelerde yaşayanların bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.²⁴⁷

Kuyumculuk sektöründe değerli madenlerin yanı sıra elmas, yakut, safir gibi değerli taşlar kullanılmaktadır. Bu değerli taşların satışının özendirilmesi ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için tanıtım çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Değerli taşların tanımlanmasının, zaman zaman eksperlerin az olmasından dolayı ülkemizde güven sorunu yaşanmaması için değerli ve yarı değerli süs taşları laboratuvarının kurulması gereklidir. Bu sağlandığında niteliği tanımlanmış taş alma şansı yükseltilecek ve satın

²⁴⁶ “Türk Değerli Maden ve Mücevher Sektörü”, www.immib.org.tr/mucevher/index.asp-19k-10.03.2004.

²⁴⁷ A.g.e.

alınan takıların sigorta ettirilmesi aşamasının oluşmasında, değerini belirleyecek bilimsel bir kurum oluşması sağlanacaktır. Değerli taşlar ile satılan ürünlerin kalitesinin uygunluğu değerinin bilinmesi için garantili satılması alıcı için çok önemlidir.

3.3.2.7. İç Piyasa İle İlgili Sorunlar

Türkiye’de daha fazla bir üretim gerçekleştiremeyen ve çoğunlukla az kapasiteyle çalışan altın imalat atölyelerinde atıl bir kapasite mevcuttur.

Türkiye takı üreticilerinin ve işlenmiş altın ihracatı konusunda uzmanlaşmış şirketlerin, ucuz maliyetli altın kredisine sahip olmaları durumunda yeni pazarlar aranmaktadır. Ülkemizde üretilen altın takı eşyalarının yaklaşık % 40’ı yurtdışına ihraç edilmekte ve ihracat işleminin sadece %5’lik kısmının resmi kanallarla gerçekleştiğine, geri kalanının ise Türkiye’ye tatile gelen yabancı turistler veya yurtdışında çalışan Türk işçilerince yolcu beraberinde götürüldüğüne dikkat çekmekte yarar vardır.²⁴⁸ Çalışma prensipleri ve şartları altın sektörüne oldukça benzeyen ve genelde peşin parayla çalışan bazı sektörlerin de (örneğin; kağıt sektörü) altın üzerinden kredi talebinde bulunabilmektedirler.²⁴⁹

3.4. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE PAZARLAMA VE

SORUNLARI

3.4.1. Kuyumculuk Sektörünün Pazarlama Kavramı Açısından Analizi

Pazarlama, kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun biçimde değişimini sağlamak üzere, malların, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtım ve satış çabalarını planlama ve uygulama sürecidir.²⁵⁰ Diğer bir deyişle, iki veya daha fazla taraf arasında gerçekleşen bir değişim, mübadele sürecidir.²⁵¹

²⁴⁸ Erdoğan, a.g.e.,s.8.

²⁴⁹ A.g.e., ss. 8-14.

²⁵⁰ İlhan Cemalciler, *Pazarlama Kavramlar, Kararlar*, Beta Basım Yay., Dağ, A.Ş., Nisan, 1998, İstanbul, s.6.

²⁵¹ Remzi Altunışık, Şuayıp Özdemir, Ömer Torlak, *Modern Pazarlama*, Değişim Yay., Eylül, 2001, s.4.

İşletmelerin mal ve hizmetlerini üreticiden tüketiciye doğru akışını yönlendirmesi işlemine pazarlama denmektedir. Pazarlama işletmenin dışa dönük bir yanıdır.²⁵² Kuyumculuk işletmelerinde pazarlama işlevinin iyi bir şekilde çalışıyor olması o işletmenin diğer departmanlarında çalışmaların iyi olması anlamına gelmektedir.

3.4.2. Kuyumculuk İşletmelerinde Pazarlamanın Önemi

Türk halkı geleneklerine bağlı olarak altın takı alma eğilimindedir. Yalnız son ekonomik krizler nedeniyle değişik yatırım araçlarının oluşması, altın takı alımında azalma göstermiştir.

Aynı zamanda kuyumculuk sektörü de gelenekçi yapısından uzaklaşmaktadır. Günümüzde, yatırım amacıyla altın takı alınması yerine döviz, hisse senetleri, banka hesapları ve benzeri yatırım araçları ile değerlendirilmektedir. Takı güzel görünümü ve onu taşıyan insana kattığı değer için satın alınmaktadır. Ayrıca düğün, nişan ve sünnet gibi geleneklerin ağır olarak sürdüğü yerlerde talep çok olmaktadır.

Pazarlama ve bunun sonucu satışın bir bilim dalı olduğu, çağdaş pazarlama tekniklerinin uygulanmasıyla, zor satılan malların bile müşteri bulduğu gözden uzak tutulmamalı, pazarlamada tüm çağdaş yeni teknikler sektöre kazandırılmalıdır. Pazarlama üreticiden, son kullanıcıya kadar kesintisiz süren bir ilişki zinciridir. Kuyumculukta da, malın son kullanıcıya aktarılmasına kadar geçen evrelerde üreticinin, aracılardan ve perakendecilerin sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukların yerine getirileceği, müşteri odaklı bir pazarlama sistemi tesis edilmelidir.

Mesleği uygulayabilmenin ön koşulu olarak belirli düzeyde meslek bilgisinin aranması, pazarlama etkinliklerine de açılım kazandıracaktır. Bu konudaki alt yapı düzenlemeleri, her biri yılların uygulamalarıyla büyük uzmanlık kazanmış sektörün belli başlı kuruluşlarının gayretleri ve çabaları sonucu sürdürülmektedir.²⁵³

²⁵² İsmet Mucuk, *Pazarlama İlkeleri*, Der Yayınları, 3. Basım (genişletilmiş), İstanbul, 1986. ss.2-3.

²⁵³ *Kıymetli Madenler Piyasası*, s.75.

Dış ticarete etkinlik için sektörün bilgilendirilmesi ve uyarılması çalışmaları başlanmalıdır. Teşvikler, devlet uygulamaları ve yabancı ülkelerde yaşanan deneyimlerin, tüm dış ticaret sektörünün öncelikli açılım kapısı olduğunu bilmek ve bu kapının tüm dünyaya açılması için profesyonelliği ve uzmanlığı zorunlu saymak gerekmektedir.²⁵⁴

Altın takının hem yurt içinde ve hem de yurt dışında daha kolay pazarlanabilmesi için pazarlama yapılacak hedef kitlenin istekleri bilinmesi gerekmektedir. Pazarlaması yapılacak ürünlerin tespiti yapıp o ürünlerin geliştirilmesi çoğaltılması için çalışmalar yapılmalıdır. Bilinçli bir pazarlama politikası izlendiğinde kuyumcu işletmelerinin satış konusunda sorunları ortadan kalkacaktır.²⁵⁵

Türkiye'deki altın takı sektörü, dış pazarlara yönelmemesi durumunda, yakın gelecekte ciddi sorunlar beklemektedir. Ülke ekonomisindeki durgunluk ve iç piyasadaki talep yetersizliğinden pek çok atölye kapanmaya başlamıştır. Bu kapanma, olaylarının yakın gelecekte de yeniden yaşanması istenmiyorsa, gerek altın takı imalatçılarının gerekse altın satış mağazalarının en kısa zamanda organize olmaları, küçük ölçekli işletmelerin orta ve büyük ölçekli işletme düzeyine çıkmaları ve kurulacak olan ihracat şirketi öncülüğünde takı ihracatına ağırlık vermeleri gerekmektedir.²⁵⁶

3.4.3. Kuyumculukta Pazarlamayı Etkileyen Unsurlar

İşletmedeki pazarlama üretilen ürünün fiyatı, tanıtımı, ürünün Türkiye'deki ve Dünyadaki dağıtımıyla ilgili faaliyetleridir. Altın takı pazarlaması yapılırken göz önünde tutulması gereken en önemli etkenlerden biriside borsada belirlenen altın fiyatlarıdır. Bu fiyat endeksindeki değişimler takı pazarını da etkilemektedir. Altın ve gümüş fiyatlarındaki artış ve azalış, mevsimlere göre ve ekonomik istikrara göre değişebilmektedir.

²⁵⁴ A.g.e.,s77.

²⁵⁵ Erdoğan, a.g.e., s.14.

²⁵⁶ A.g.e., s.15.

3.4.3.1. Pazar

Kuyumculukta altın takı üreten işletmelerin tüketicilerinin oluşturduğu tüm kişi, şube ve büyük marketler pazar olarak algılanabilir. Pazarı iç pazar ve dış pazar olmak üzere ikiye ayırırsak, iç pazar daha kolay ulaşılabilir ve daha güvenilirdir. Türkiye’de üretim devamlı bir şekilde yapılabildiği ve Dünya üretim listelerinde ilk sırayı teşkil edebildiği için Dünya pazarında da yer edinebilmiştir.

3.4.3.2. Hizmet

Hizmet üretilen malların pazarlamasında müşterilere sunulan bir yarardır. Bu yararı kuyumculuk işletmeleri çantacı olarak adlandırılan pazarlama elemanlarını müşterilerinin ayağına kadar göndererek sağlamaktadırlar.

Hizmeti mallardan ayıran ve pazarlama açısından önem taşıyan özellikleri bulunmaktadır. Bunlar;²⁵⁷

- Hizmet soyuttur.
- Hizmetin kalitesini hizmeti sunan işgörenin kalitesi belirler.
- Mallarda kalite kontrolü yapılabilir. Ama hizmette bu mümkün değildir.
- Müşteriler ürün alırken çeşitliliği görebilir, hizmette bu mümkün değildir.
- Hizmetin stoklanması mümkün değildir.

3.4.3.3. İşgören ve Müşteri

İşgören, bir işletmede veya organizasyonda yönetime bağlı olarak çalışan erkek ve kadın elemanlarının hepsine birden verilen isimdir. Mal ve hizmet üreten özel veya kamu kuruluşlarında veya bu büyüklükteki endüstriyel organizasyonlarda

²⁵⁷ Cemal Yükselen, **Pazarlama İlkeleri – Yönetim**, 3.Baskı, Detay Kitap ve Yay. Sistem Ofset, Ankara, Ekim 2001, s.267-268.

işgörenler çalışabilmektedir.²⁵⁸ Bir işletmede işgörenin çalışabilmesi için belirli ilkeleri yerine getirmiş olmalıdır. Bunlar; yeterlilik ilkesi, kariyer ilkesi, eşitlik ilkesi, güvence ilkesi, yansızlık ilkesi olarak sıralanabilir.²⁵⁹

Kuyumculuk işletmelerinde işgörenlerin nitelikli ve yetenekli olması gerekmektedir. Özellikle üretim aşamalarında çalışıyorsa mutlaka yapılan iş hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Bu sebepten dolayı genellikle bu sektörde çalışacak işgücü genç yaşlardan seçilmektedir. Bir ustanın yetişebilmesi için çok uzun bir zaman gerekmektedir. Yanız teknolojiyi kullanarak üretim yapanlarda ise durum biraz daha esnek olabilmektedir.

İşletmeler, ürünlerinin satışında işletmenin pazarlamacıları müşteri gruplarına göre ihtisaslaşması, alıcının arzu , ihtiyaç ve psikolojisine uygun bir hizmet yapabilmelidirler.²⁶⁰ Müşteri denildiğinde üretilen ürünü satın alan kişidir diyebiliriz.

3.4.3.4. Vizyon ve Misyon

Vizyon, işletmede yaratılmak istenen ve geleceğe yönelik hayallerin tümü olarak tanımlanabilir.²⁶¹ İşletmelerde işletmenin amacının belirlenip o amaç doğrultusunda yol almak için yapılan tüm işlemleri kapsamaktadır.

Misyon ise işletmelerin amaçlarından olan karlılık, büyüme, süreklilik gibi faaliyetleri gösteren işletmelerin hangi yönlerini vurgulayacaklarıyla ilgilidir ve misyon işletmelerin varolma sebebidir.²⁶²

3.4.4. Kuyumculukta Pazarlama Sorunları

1971 yılında kurulan İstanbul Kuyumcular Odası, İstanbul ili sınırları içerisinde 10 bini aşkın üyeye hizmet veren bir meslek örgütüdür. Anadolu topraklarının 8 bin yıllık geleneği olan kuyumculuk, bugün bünyesinde pek çok sanatkarı

²⁵⁸ Mümin Ertürk, a.g.e., s.233.

²⁵⁹ Cahit Tutum, a.g.e., s.s.18-41.

²⁶⁰ Erol Eren, a.g.e., s.270.

²⁶¹ Göksel Ataman, a.g.e., s.218.

²⁶² A.g.e., s.218.

barındırmaktadır. İstanbul Kuyumcular Odasının üyeleri sade karlar, mihlayıcılar, kakmacılar, kalemkarlar, yaldızcılar, mineciler gibi sanatkarların yanı sıra, 2-3 kişilik atölyelerden, yüzlerce kişinin çalıştığı fabrikalara kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. İstanbul Kuyumcular Odası, sektörün temsil edilmesi misyonunu İstanbul ili ile sınırlı tutmamakta, Türk Kuyumculuk Sektörünü ulusal ve uluslararası platformda temsil etmektedir.²⁶³

Türkiye’de bulunan altın imalat atölyeleri ile altın satış mağazalarının birçoğu küçük ölçekli olup, kendi başlarına ihracat yapabilecek düzeyde bulunmamaktadır. Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu yüksek enflasyon, işsizlik ve yüksek faiz hadleri gibi çeşitli sorunlar, kuyumculuk sektöründe etkili olmaktadır. Türkiye’deki altın takı atölyeleri ile altın satış mağazalarının en kısa zamanda dış pazarlara yönelmesi hem sektörün gelişmesi hem de ülke ekonomisine getiri sağlaması açısından gerekmektedir

Ülkemizde ise yeterli etkinliği olmayan kuyumcu dernekleri ve kuyumcu odalarının altın takı ihracatı konusunda uzman olan bir ihracat örgütlenmesine gitmesi ve bu çerçevede böylesi bir işlevi görececek şirketin kurulmasına önderlik etmeleri gerekmektedir.

3.5. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE İŞGÖREN VE SORUNLARI

3.5.1. Kuyumculuk Sektörünün İşgören Kavramı Açısından Analizi

İşgören, işletmelerin vizyonları doğrultusunda misyonlarını geliştirerek üretimi ve hizmeti sağlayan işletmedeki işleri kolaylaştıran bir işlevidir. İşgören, işletmede herhangi bir kademesinde çalışan kişilerden oluşmaktadır.

İşletmeye alınan kişi, işletmenin işgörenidir. İşgören, işletmede işçi, memur, hizmetli adı altında tüm çalışanlardır. Örgütlerde yönetime bağlı olarak çalışan bütün elemanlar işgören kapsamı içindedir. Günümüzde ise personel kavramı ile işgören kavramı aynı anlamda kullanılmaktadır.²⁶⁴ Kuyumculuk işletmelerinde ağırlıkta olarak

²⁶³ Gold İstanbul Dergisi, İstanbul Kuyumcular Odası, www.iko.org.tr.13 Eylül2003.

²⁶⁴ Tokat - Şerbetçi, a.g.e.,s.303.

nitelikli işçi çalıştırmak istemektedirler. Nitelikli işçi, deneyimi olan, belirli bir mesleki eğitimi almış, yaptığı ve yapacağı işi bilen kişilerdir.²⁶⁵

Kuyumculuktaki işletmeler amaçlarına etkin olarak ulaşabilmeleri için eğitim ve deneyimleri birbirinden oldukça farklı işgören gruplarının bir araya getirilerek faaliyetlerini örgütlemek ve yönetmek zorundadırlar.

Günümüzde yeni bir üretim sürecine sahip kuyum işletmelerinde, işgören yönetimi oldukça yaygın bir bilgi ve beceri dağarcığını gerektirmektedir. Bu bağlamda, kuyumcularda işgörenlerini sanayisinde işçisini işgöreni gibi görerek, yalnızca üretim kaynaklarını etkin kullanımı ilkesini temel öngörerek, denetlemek, işgören yönetimi stratejisini uygulamak gerekmektedir.

Kuyumculuk işletmelerinde işgörenlerin yaptıkları işler hakkında bilgi sahibi olabilmesi çok önemlidir. İşletmede etkin ve verimli çalışabilmesi için işçi kadrosundaki elemanların kuyum bilgisine sahip olması gerekmektedir. Yapılan işlerin el emeği ağırlıkta olduğu için tasarımından üretimine ve en son kontrolüne kadar ürünlerin doğru üretilmesi sağlanması en önemli faaliyettir.

Bu faaliyetlerin gerçekleşmesi için şef veya departman sorumlularına büyük görevler düşmektedir. Bu görevler örgüt içinde nasıl yerleştirileceği, hangi işi yapacağı, konumunun ne olacağı konusunda bilgilendirilmesi olarak sınıflandırılabilir.

3.5.2. İşgören Yönetiminin İşlevleri

İşgören yönetiminin temel işlevleri, işgücü planlaması, iş analizi, işgören bulma ve seçme, işgören seçimi, işe alıştırma, işgören eğitimi, işgören değerlemesi, disiplin, ücret yönetimi, sağlık ve iş güvenliği, işgören hizmetleri, sendikal ilişkiler olarak sıralayabiliriz.²⁶⁶ Bu işlevlerin geçerliliği her işletmede olduğu gibi kuyum işletmelerinde de geçerlidir. Üretim ağırlıkta hizmet verecek kuruluşlar işgücüne önemle yaklaşması en doğru karardır denilebilir.

²⁶⁵ Rıdvan Karalar, a.g.e.,s.372.

²⁶⁶ Tokat - Şerbetçi, a.g.e.,ss.307-337.

Kuyumculuk sektöründeki işgücü sorunlarına bir göz atmamız gerekirse, altın ve gümüş madenlerinin işlendiğinden dolayı tehlikeleri bulunan bir sektördür. Bu bağlamda çalışma koşullarına uyumlu bir sigorta güvencesinin bulunması gerekmektedir. Özellikle kuyumculuk, sektörde işlenen kullanılan materyaller kıymetli maden ve kıymetli taşlardan oluşması, işlenen ve imal edilen ürünlerin her an değer artışı özelliğine sahip olması ve bu nedenle yeniden değerlendirilerek ürün fiyatlarının ve sigorta poliçelerinin de çok yüksek prim gerektirmektedir. Bu nedenle, yapılan ürünlerin saklanması ve ulaştırılması, alarm ve denetleme sistemleri ve özel güvenlik birimlerinin kurulması vb. gibi sektörün imalat maliyetini artıran bazı önlemler alması gerekmektedir. Ağır iş koşullarının olduğu bu sektör her zaman tehlikeler mevcut olacaktır. Bu yüzden kurumların bu konuda özel olarak işgörenleriyle ilgilenmeleri gerekmektedir.

3.5.3. İşgören Yönetiminin Sorunları

Eğitim , insanların belli amaçlara göre yetiştirme sürecidir. Bu süreçten geçen insanın kişiliği farklılaşır. Bu farklılaşma, eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşir.²⁶⁷ Türkiye’de genel olarak eğitime ayrılan kaynakların yetersiz olduğu, sorunların çözümünün önemli mali kaynaklara ihtiyaç gösterdiği bilinmektedir.²⁶⁸

Kuyumculuk sektörünün hedeflerine ulaşabilmesi için eğitim gerekmektedir. Kuyumculuk sektörünün, gelecekte beklenenlerle uyumlu bir eğitim sisteminin oluşmasının sağlanması gerekmektedir. Eğitimin, sadece mesleki eğitimle sınırlı olmaması üretim, satış, finansman, genel yönetim gibi farklı konularda, evrensel standartları sektör için gerekmektedir. Gelişmiş teknolojiyi sektöre yansıtıran iyi eğitimcilerin olması gereklidir. Sektör hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir.

Sektörün farklı kesitlerinde eğitim hizmeti verecek uzman kuruluşlarla işbirliğinin gereğine inanmak gerekmektedir. Sektör konusunda uzmanlaşmak isteyen, çağdaş pazarlama ve yönetim tekniklerini sektöre kazandırmaya açık, sektörle birlikte

²⁶⁷ M. Şefik Sezgen, *Eğitim ve Öğretim İlkeleri*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, 1989, s.1.

²⁶⁸ İ. Sabit Barutçugil, *Cumhuriyet’ten Bu Yana Türkiye Ekonomisinin Gelişimi Ve Geleceğe Bakış*, İst. Tic. Oda. Yay., İstanbul, 1989, s.85.

büyüme amaçlayan kuruluşlar belirlenmiş olmalıdır. Profesyonel eğitimciler, kuyumculuk sektörü için eğitim standartlarını belirleyecekler ve uygulamalar başlatılmalıdır.²⁶⁹ Bu doğrultuda, Kuyumculuk Meslek Liselerinin çoğaltılması, Meslek Yüksek Okullarında Kuyumculuk programlarının açılması bu eğitime destek olacaktır.

3.6. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE FİNANS VE SORUNLARI

3.6.1. Kuyumculuk Sektörünün Finans ve Finansal Yönetim Kavramı

Açısından Analizi

Finans kavramı, hem işletmenin temel amaçlarına ulaşmasına yardım için hem de diğer işletme fonksiyonlarına işletme amaçlarına dönük bir biçimde yardım eden bir fonksiyon özelliğindedir. Bu bağlamda finans yöneticisi, işletmenin temel amaçlarına ulaşmasını sağlayıcı finansal politika ve stratejileri saptamak, yeterli sermayeyi sağlamak, saptanan politika ve strateji programlarını uygulayarak sonuçlarını denetleme etmek gibi oldukça önemli görevleri üstlenmiş bulunmaktadır.²⁷⁰

Finans ve finansal yönetim, işletme için gerekli olan paranın sağlanması, korunması ve etkin olarak kullanılmasıdır. Finansal yönetim, işletmenin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için gerekli olan paranın bulunması, bu paranın uygun bir şekilde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.²⁷¹ Finansal işlevler şöyle sıralanabilir.²⁷²

- İşletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için gerekli olan ekonomik değerlerin saptanması,
- İşletmenin sahip olacağı harcamalarını belirlenmesi,
- Harcamaları karşılayabilmek için gerekli fonun sağlanması,
- Kaynakların gereksinimler yönünde harcanması

²⁶⁹ Kıymetli Madenler ve Piyasaları, ss.78-79.

²⁷⁰ "Finansal Yönetim", Finans ve Ekonomi, www.mylmz.net/finans/finansal_yonetim.htm., 09.02.2004.

²⁷¹ A.g.e., 09.02.2004.

²⁷² Tokat - Şerbetçi, a.g.e., s.271.

- İşletmenin yaşadığı süreç boyunca finansal yapısının analizi ve denetimidir.

3.6.2. Kuyumculukta Finansal Yönetim İşlevleri

Finansal planlama, finanslama, finansal denetim olmak üzere sınıflandırılabilir.²⁷³

3.6.3. Finansman Sorunları

Kuyumculuk sektörünün en önemli sorunları arasında finansman yetersizliğinin geldiği bilinmektedir. Altın borsası bu amaçla kurulmuştur. Altın borçlanmasına imkan sağlayacak gerekli yapısal hazırlıklara öncelik verilmesi ve bu amaçla bankaların altın üzerinden mevduat kabul edebilmelerine ve altın üzerinden kredi verebilmelerine imkan sağlayacak gerekli kanuni düzenlemelerin yeterlilik içinde yapılması gerekmektedir.

Türkiye’de altın üzerinden borçlanmak isteyen belli bir işletme grubu bulunmaktadır. Türkiye’de kurulacak altın bankasında mevduat olarak toplanan altınları veya parasal tonları, altın karşılığında bu sektöre kredi olarak aktarabilmek mümkündür. Yabancı bankalardan temin edilen ve vatandaşlardan toplanan düşük faizli altınların kuyumculuk sektörüne aktarılması çok iyi olacaktır.²⁷⁴

Türk takı üreticilerinin içinde bulunduğu ekonomik zorluklar göz önüne alındığında, sınırlı bir finansla imalat işini gerçekleştiren küçük boyutlu atölyelerin satış işlemi sırasında bu kadar uzun bir vade tanımları hiçbir şekilde mümkün değildir. Finans yetersizliği bu sektörün hemen her kademesinde kendini göstermekle, imalatçılar, toptancılar ve hatta kuyumcular finansman bulmakta zorlanmaktadır. Külçe altın ithalatının ve takı eşyası satışlarının had safhaya ulaştığı yaz aylarında, altın imalatıyla uğraşan atölyelerin ve toptancıların birçoğu, müşterilerinden gelen işlenmiş

²⁷³ A.g.e.,ss.276-278.

²⁷⁴ Pekcan Erdoğan, a.g.e.,s.8.

altın taleplerini karşılayabilmek amacıyla bazı kişilerden çok yüksek faizle altın borçlanmaktadırlar.²⁷⁵

3.7. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler kelimesinin kullanılması yeni, ancak fikir çok eskidir. Devletlerde oluşan kamu kuruluşları halk yararına çalışmak ve hizmet etmek için kurulmuştur. Halkla ilişkilerin tanımını yapmak oldukça güçtür. Özel ve kamu kesimlerinde faaliyet gösteren bir kuruluşun, ilişkide bulunduğu kişilerin anlayış, sempati ve desteğinin elde edilmesi için sürekli olarak yapmış olduğu yönetme görevidir.²⁷⁶ Halkla ilişkiler bir gereksinmedir, etkileşimdir, iletişimdir.²⁷⁷

Halkla ilişkiler bir örgütün halkla iyi ilişkiler içerisindeki geliştirdiği bütün eylemlerdir diyebiliriz. Ayrıca, işletmelerin çalışmalarına yönelik gerekli iletişimin sonunda sağlanan düşüncelerdir.²⁷⁸

Kuyumculuk sektöründe, firmaların satış yapabilmesi için pazarlamaya yönelik tanıtım yapmaları gerekmektedir. Kuyumculuk sektöründe, şirketler kendilerini tanıtabilmek için reklam yapmak zorundadırlar. Bunlar, medya aracılığı ile olduğunda daha etkileyici olmaktadır. Görsel tanıtım kişilerin alma eğilimlerini arttırmaktadır. Tanıtımların geliştirilebilmesi için şirketlerin uzman kişilerle çalışması gerekmektedir. Bu uzman kişiler tanıtım etkinliklerini sürdürebilmek için şirketlere danışmanlık yapmaları gerekmektedir.

Ayrıca, kuyumculuk sektöründeki şirketler hem yurt içinde hem de yurt dışında yani dünyaya kendilerini tanıtabilmeleri için, son yılların en iyi tanıtım aracı olan interneti kullanmaları gerekmektedir. İnternet ile tanıtım hem kolaylık hem de çabukluk sağlamaktadır.

²⁷⁵ A.g.e., s.7.

²⁷⁶ Nuri Tortop, **Halkla İlişkiler**, Yargı Basım Yay. Dağ. LTD. Ş. T. İ., (Basım, Ankara, 2003, ss. 11-13.

²⁷⁷ A. Rıdvan Bülbül, **Halkla İlişkiler**, Damla Ofset, Konya, 1998, ss 1-2.

²⁷⁸ Rıdvan Karalar, **İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler**, Birlik Ofset, 5. Baskı, Eskişehir, 2002, s.7.

3.8. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE MUHASEBE

İşletmeler insan ihtiyaçlarının karşılanması için mal ve hizmet üretmektedir. Bu üretim ve hizmeti yaparken hammaddelerin alımı satımı, dağıtımı ilgili işlemlerinin bir sistem çerçevesinde bilgi ve işlem olarak dökümünün yapılması gerekmektedir. Bu işlemler için muhasebe işlemlerinin yapılması gerekmektedir.

Muhasebeyi bilgi sistemi olarak tanımlayabiliriz. Bir işletmede işletme hakkında karar verme durumu olan kişi ve kuruluşların işletme için alacağı kararları desteklemek için bilgi üretilmesidir.²⁷⁹ Muhasebe, işletmede meydana gelen ve para ile ilgili işlemleri toplayan, kaydeden, sınıflayan ve rapor haline getirerek analiz edip yorumlayan kişilere bilgi sağlayan sanat, bilim ve uygulamadan oluşan bir sistemdir.²⁸⁰ Kuyumculuk sektöründe pırlantada ve mücevherde uygulanan % 23 K.D.V. oranı ise sektörün başka önemli bir sorunudur.²⁸¹

K.D.V. yüksek olması pazarlama işlemlerini zorlamaktadır. Bu oranın yüksek olması yasa dışı kayıtların olmasına neden olmaktadır. Kayıt dışı satışların gerçekleşmesi Türk ekonomisinde büyük kayıplara neden olacaktır. Bundan dolayı KDV oranlarının düşürülmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. KDV oranlarının düşürülmesi üretimden pazarlamaya kadar olan süreçte bir kârlılık söz konusu olacaktır. KDV oranlarındaki yükseklikten dolayı kuyumculuk teknolojisi etkilenmekte ve üretimin kalitesinde de büyük değişiklikler yapılabilmektedir. KDV'deki yüksek oranlardan dolayı yasa dışı işlemlerin yapılıyor olması Türk ekonomisinde vergi olarak kayıplara neden olmaktadır.

3.9. KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME

Araştırma ve geliştirme, bilim ve teknoloji alanında bilim, teknoloji ve yaratıcılığa dayalı bir süreçtir. Evrensel anlamda bilim ve teknoloji üretimi temelinde,

²⁷⁹ Hüseyin Ergin, *Muhasebeye Giriş*, 10. Baskı (Genişletilmiş), Ege Matbaa, Ankara, 2004, s.14.

²⁸⁰ A.g.e., s.15.

²⁸¹ Kıymetli Madenler Piyasası, a.g.e., ss.75-77.

araştırma ve geliştirme etkinlikleri yer almakta ve işletmeler bazında ve iş yaşamında ise “Yaratıcılığın sistematik bir biçimde geliştirilerek pazarlanabilir ürünlere dönüştürülmesi” sanatıdır.²⁸²

Bir ülkede bilim ve teknolojinin gelişmesinin şartlarından biri gerekli alt yapının oluşması gereklidir. Türkiye’de ise bilim ve teknoloji alt yapısı yeterli değildir. Bilgiye dayalı ekonomilerde en önemli özelliği bilginin istenilen zamanda, istenilen miktarda ve kalitede üretilmesidir. Bu iyi işleyen bir AR-GE sistemi gerektirmektedir ki bunun da temel alt yapısını bilgisayar ağları ve İnternet ortamında oluşturulmaktadır.²⁸³

3.9.1. Altın Rafinerisinin Kurulması Sorunu

Türkiye’de altın sektörünün gelişmesi ve en kısa zamanda gerçekleştirilmesi gereken çok önemli bir diğer konu ise altın rafinerisidir. Türkiye’de, kurulacak olan altın rafinerisi sektörde köklü bir yapısal değişikliğe neden olacaktır. Altın talep eden hemen her ülkede, altın takı eşyası alan veya altına yatırım yapan bazı kişilerin, moda ve kişisel tatmin gibi insan doğasında bulunan psikolojik faktörlerin ve ekonomik faktörlerin etkisiyle, satın aldıkları zaman içinde paraya çevirdikleri veya yenisiyle değiştirmedikleri bilinmektedir.²⁸⁴

Böyle bir durum karşısında kuyumculara ve sarraflara götürülen kullanılmış altınlar, hurda altın fiyatı üzerinden satın alınmakta ve eritilerek hurda altın külçesi haline getirilmektedir. Eritilen ve eritildikten sonra ayar edilen hurda altın külçelerinin, rafinaj işlemine girmeksizin tekrardan imalat işleminde kullanılması pek mümkün değildir. Ülkemizde ve özellikle de İstanbul’da bulunan ifraz evlerinin, altını gayet yüksek bir fiyata saflaştırılmaları, imalat işiyle uğraşan atölyelerin bu tür külçeleri saflaştırma işlemine tabi tutmaksızın tekrardan kullanıma sokmalarına neden

²⁸² Özcan Altınay, Araştırma Geliştirme ve Proje Yönetimi, www.ekometre.com/get_article.asp?article_id=355&author_id=11_44k, 11.03.2004.

²⁸³ Ramazan Acun, Türkiye’de AR-GE: Mevcut Durum ve Geleceğe Bakış, www.ekocerceve.com/img/haberler/TurkiyeARGE.doc.

²⁸⁴ Erdoğan, a.g.e., s.8

olmaktadır. İfraz evlerinin birçoğunda kimyager dahi bulunmaması da, bu sektörde yıllardır bilinen diğer bir sorundur.²⁸⁵

Bu tür olumsuzluklardan dolayı atölyelerce üretilen altın takı eşyası üzerine vurulan ayar damgaları pek gerçeği yansıtmamaktadır. Ayar konusunda gerekli standart oluşturulmadığı sürece, ülkemiz takı endüstrisinin özellikle dış pazarlarda rekabet edebilmesi mümkün olmayacaktır. Bu konuda standart oluşturmanın tek yolu, altın rafinerisinin en kısa zamanda kurulmasıdır.²⁸⁶ Cevher olarak ithal edilen altınların, saflaştırma işleminden sonra külçe formuna getirmek ve bu şekilde piyasaya sürmek belli bir kazanç sağlamakla birlikte, bu altınların külçe halinde değil de yarı ürün alایشım halinde piyasaya sürülmesi sektörün gelişmesi açısından özel bir önem arz etmektedir.²⁸⁷

3.9.2. Külçe Altın Kiralanması

Külçe altın kiralaması denildiğinde, bir kuruluşun başka bir kuruluşa altın cinsinden borçlanmasıdır. Külçe altını kirayla alan kuruluşlar, altın takı imal ihracatçıları, toptancıları ve perakende satış yapan kuyumculardır. Külçe altını kiraya veren kuruluşlar ise, genellikle altın portföyüne sahip bankalar, altın konusunda çalışan finans kurumları ve ülke merkez bankalarıdır. Kiralamadan sonra, borçlanan kuruluş borcunu, Fiziki altın cinsinden ödeyebildiği gibi, borçlanma süresi sonunda spot piyasalarda altının o günkü değerinin karşılığını da ödeyebilmektedir.²⁸⁸ Altın kiralaması (Altın Cinsinden Kredi) uygulamasının ülke ekonomisine sağlayacağı yararlar şöyle sıralanabilir:²⁸⁹

- Takı ve altın konusunda çalışan kuruluşlara düşük faizli işletme sermayesi sağlanacaktır. Günümüzde, büyük kuyumculuk kuruluşları önemli birer sanayi yatırımdır.

²⁸⁵ A.g.e.,s.9.

²⁸⁶ A.g.e., s.9.

²⁸⁷ A.g.e., ss.9-10

²⁸⁸ Murat Akman, Türkiye'deki Altın arz ve Talebinin Değerlendirilmesi ve İstanbul Altın Borsasının Sisteme Katkıları, World Gold Council, İstanbul,1994, s.71.

²⁸⁹ A.g.e., ss.71-72.

- Altın kiralaması kuyumculuk ile ilgili yatırımların işletme sermayelerinin genişlemesine büyük katkıda bulunacaktır.

- Altın takı ve altın konusunda çalışan kuruluşlara minimum riskle borçlanma imkanı sağlayacaktır.

Altının kiralanması durumunda, borç alınan miktar altın cinsinden (veya altının ödeme tarihindeki değeri üzerinden) ödenmesi sağlanacaktır. Böylelikle altın borçlanan kuruluşun, uluslararası altın fiyatlarının ve çapraz kurların değişmesinden doğan risklerinin sıfır olmasını sağlayacaktır.

- Altın kredisi sistemi, kuyumculuk sektörünün, imalatçı toptancı ve perakendeci aşamalarının faaliyetinin genişlemesini sağlayacağından, takı ihracatını ve döviz karşılığı yurt içi satışları önemli ölçüde artırarak ülkeye giren döviz miktarını artırıcı etki yapacaktır.

Kuyumculuk sektörü, emek-yoğun bir sanayi dalıdır. Genellikle, kuyumculuk sektöründe, diğer sanayi kollarına kıyasla, istihdamı artırmak için gerekli sabit sermaye yatırımı daha azdır.

Kuyumculuk sektörünün gelişmesini özendirici önlemler istihdama önemli katkıda bulunacaktır. Buna göre uygulama için aşağıdaki şu öneriler yapılmaktadır:²⁹⁰

- İstihdam için gerekli alt yapı mevcuttur. Türkiye'deki piyasada sertifikalı standart külçe altın bulunmakta ve altın cinsinden kredilerin verilmesi ve geri ödemeleri standart külçe altın ile sağlanacaktır.

- Altın kredilerinde aracılık yapacak kuruluşlar bankalar bulunmalıdır. Türkiye de leasing mevzuatının ve leasing şirketlerinin sermaye yapılarının altın cinsinden kredi vermeye uygun olmadığı görülmüş, bu konuda aracılık yapacak kuruluşların bankalar olması gerektiği sonucu ortaya konulmuştur.

²⁹⁰ Akman, a.g.e., ss.73-75.

▪ Kuyumculuk sektöründe tüccarların kendi aralarında altın cinsinden kredi ilişkileri bulunmaktadır. Ama uygulanacak düzenlemelerle altın cinsinden kredi alımı kurumsallaştırılacaktır.

▪ Bankalar altın mevduat kabul edebilmeli ve altın cinsinden kredi açabilmelidir.

▪ T.C. Merkez Bankasının ve Darphane'nin atıl duran altın rezerv ve stoklarının bir bölümü, ticari bankalar aracılığıyla nemalandırıldığında, söz konusu altınlar ülkemizde kalarak, ekonomiye yarar sağlayabilecektir. Böylelikle ülkemizde altın kiralması uygulaması başlanması gerekmektedir.

Türkiye kuyumculuk sektörünün yıllardır beklediği altın kredisi uygulamasının başlatılmasına ülke ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır.

3.9.3. Altın Sertifikası Sorunu

Potansiyel altın alıcıları, henüz altın almamış fakat altın almayı ilke olarak benimsemiş kişilerdir.²⁹¹ Altın takı eşyasına sahip olan kişilerin bu tür bir işleme girişmeleri, eldeki altınların herhangi bir kuyumcuya satılmasından ve elde edilen para karşılığı kadar sertifikanın bu bankadan satın alınmasından sonra mümkün olabilecektir. Her iki işlemde de görüleceği gibi altın bankasının elinde devamlı olarak TL birikimi olmakta ve altın sertifikalarından kaynaklanan yüklenim risklerinin ortadan kaldırılması amacıyla, bankanın elinde bulunan TL fonlarının altına çevrilmesi gerekmektedir.²⁹² Altın sertifikasıyla altın alınıp satılması kişilerin güvenilir altın takı sahibi olması anlamına gelmektedir. Altın sertifikasıyla herhangi bir banka veya kuruluştan para karşılığı alınabilmeli ve satılabilmelidir.

²⁹¹ Erdoğan, a.g.e., s.4.

²⁹² A.g.e., s.5.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KUYUMCULUK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARININ ÇÖZÜMÜNE

YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI

4.1. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

4.1.1. Araştırma Alanı

Bu araştırma çerçevesinde gerçekleştirilen anket, 2003 yılında Türkiye Kuyumcular Derneğinin, İstanbul CNR fuar alanında düzenlediği, kuyumculuk sektörünün yeni model, tasarım ve her türlü ürünlerinin sergilendiği ve pazarladığı, dünyanın ve Türkiye'nin her yerinden katılımcının iştirak ettiği, **“18. İstanbul 2003 Mücevher, Takı, Gümüş, Saat ve Malzemeleri Fuarına”** iştirak eden işletme sahip ve temsilcileri ile İstanbul Çemberlitaş'ta faaliyet gösteren kuyumculuk sektöründe önemli yere sahip olan imalatçılara uygulanmıştır.

4.1.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma çerçevesinde uygulanan anket, sadece **“18. İstanbul 2003 Mücevher, Takı, Gümüş, Saat ve Malzemeleri Fuarına”** iştirak eden ancak kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletme sahip ve temsilcileri ile İstanbul Çemberlitaş'ta faaliyet gösteren kuyumculardan oluşan 115 kişiye uygulanmıştır. Anket formu katılımcılar tarafından yanıtlandıktan sonra yapılan değerlendirmede geçerli olan 100 kişinin anketi değerlendirmeye alınmıştır. Anket uygulaması bu nedenle, söz konusu fuara iştirak eden kuyumcular ile İstanbul Çemberlitaş'ta bulunan imalatçılar ile sınırlı olmaktadır.

4.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Kuyumculuk sektörünün sorunlarını tespit etmeyi ve tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlayan bu araştırmanın uygulamasında, anket uygulaması yöntem olarak kullanıldığı gibi, yüz yüze görüşülen işletme sahip ve temsilcilerinin görüşlerinden de yararlanılmıştır.

Kuyumculuk sektöründeki sorunları değerlendirebilmek amacıyla yapılan araştırmada araştırma yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formunda bulunan sorular araştırmacı tarafından hazırlanmış olup, bu araştırmanın teorisinde değinilen noktalardan hareketle hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket uygulaması, iki bölüm ve 57 sorudan oluşmuştur. Anketin birinci bölümü, anket uygulananların kimlik profillerini çıkarmayı amaçlayan yedi sorudan oluşurken; ikinci bölüm ise, kuyumculuk alanında faaliyet gösteren işletmelerin sektörel açıdan sorunlarını analiz etmeye yönelik 50 anket sorudan oluşmuştur. Sorunları tespit amacıyla 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Anket değerlendirmesinden elde edilen sonuçlar, bilgisayar ortamında SPSS istatistik paket programı yardımıyla değerlendirilmiş, kimlik bilgileri grafik ve tablolara aktarılarak araştırmanın görselliği de sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak, anketin ikinci bölümünde sadece tablolara frekans, yüzde ve geçerlilik değerleri aktarılmıştır. Anket uygulamasından elde edilen veriler, ayrıca her tablonun altında yorumlanmış, daha sonra ise, sorunların analizine katkı sağlaması amacıyla, sektörün sorunlarında öne çıkan sorunlar, işletme ve yönetim işlevlerine, teknolojik gerekçelere, işletmenin çevresinde etki eden olaylar çerçevesinde devlet, rekabet gibi değişik kategoriler altında sıralanmıştır. Burada kararsızlığı belirten seçenek hariç diğer kesinlikle katılmıyorum değişkeni ile katılmıyorum; katılıyorum değişkeni ile tamamen katılıyorum değişkenleri sorunların analiz ve bu analiz için tablo hazırlanmasında aralarında olumlu ve olumsuz görüşler olarak kabul edilip yüzde toplamları birleştirildikten sonra tabloya aktarılmıştır.

4.2. ANKET SONUÇLARININ DÖKÜM VE DEĞERLENDİRMESİ

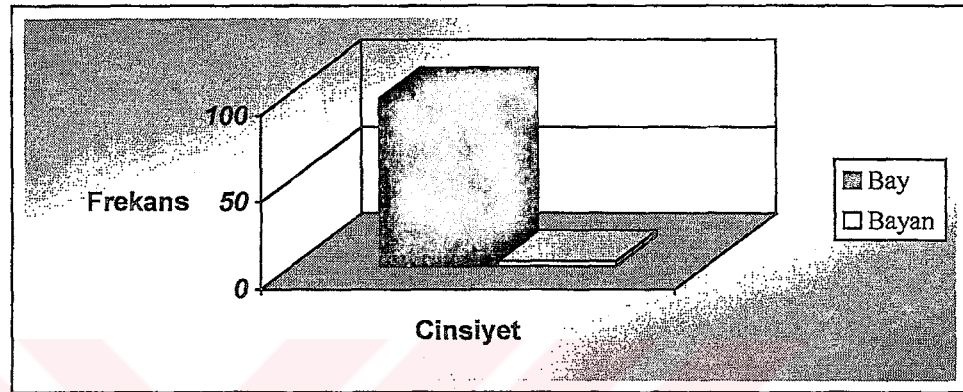
4.2.1. Anket Uygulananların Kimlik Profillerinin Analizi

Anketin birinci bölümü, anket uygulananların kimlik profillerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu çerçevede yöneltilen sorulara alınan yanıtlar, bilgisayar ortamında değerlendirildikten sonra, tablo ve grafiklere aktarılmıştır. Aşağıda elde edilen sonuçların döküm ve değerlendirmelerine yer verilecektir.

Anket uygulananlara ilk bölümün birinci sorusunda cinsiyetleri sorulmuştur. Buna göre anket uygulananların cinsiyet profili Tablo 4.1 ve Grafik 4.1’de gösterildiği gibidir.

Tablo 4.1. Anket Uygulananların Cinsiyet Profili

Cinsiyet	Frekans	%
Bay	97	97.0
Bayan	3	3.0
Toplam	100	100



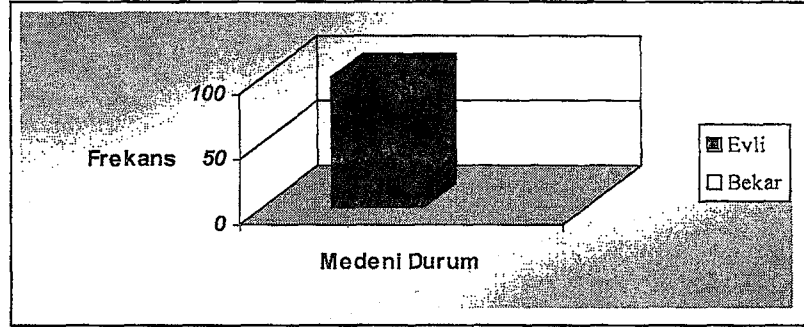
Grafik 4.1. Anket Uygulananların Cinsiyet Profili

Tablo 4.1 ve Grafik 4.1'den anlaşılacağı gibi, anket uygulananların %97'si bay; %3 bayandır. Buna göre, bu anket uygulaması sonuçlarına göre örneklem olarak seçilen bölgede kuyumculuk sektöründe faaliyet gösterenlerin tamamına yakını bay olup, bu sektörde çalışan bayan yüzdesi oldukça düşüktür.

Anket uygulananlara yöneltilen ikinci sorusu ile, anket uygulananların medeni durum profili çıkarılmak istenmiştir. Buna göre anket uygulananların medeni durumu profili Tablo 4.2 ve Grafik 4.2'de gösterildiği gibidir.

Tablo 4.2. Anket Uygulananların Medeni Durum Profili

Medeni Durum	Frekans	%
Evli	100	100
Bekâr	-	-
Toplam	100	100

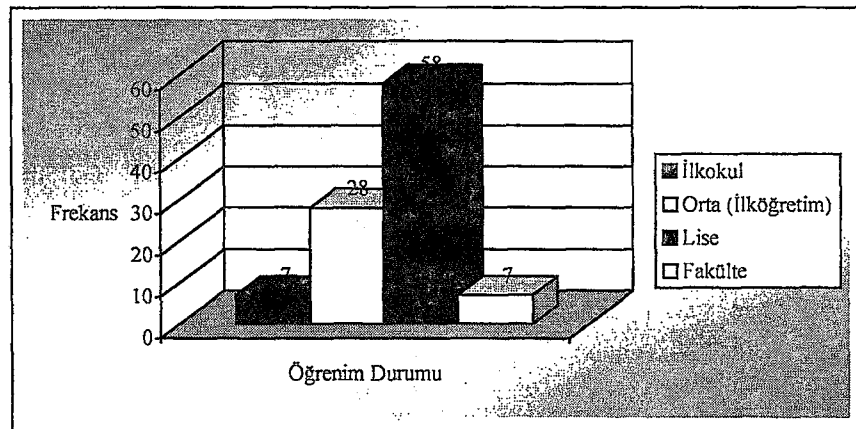


Grafik 4.2. Anket Uygulananların Medeni Durum Profili

Gerek Tablo 4.2 gerekse Grafik 4.2'den anlaşılacağı gibi, örneklem olarak seçilen bölgede, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren anket uygulananların tamamı evli olup, bekar hiç yoktur.

Tablo 4.3. Anket Uygulananların Öğrenin Durumu Profili

Öğrenim	Frekans	%	Geçerlilik	Toplanan %
İlkokul	7	7.0	7.0	7.0
Orta(İlköğretim)	28	28	28.0	35.0
Lise	58	58.0	58.0	93.0
Fakülte	7	7.0	7.0	100.0
Toplam	100	100.0	100.0	



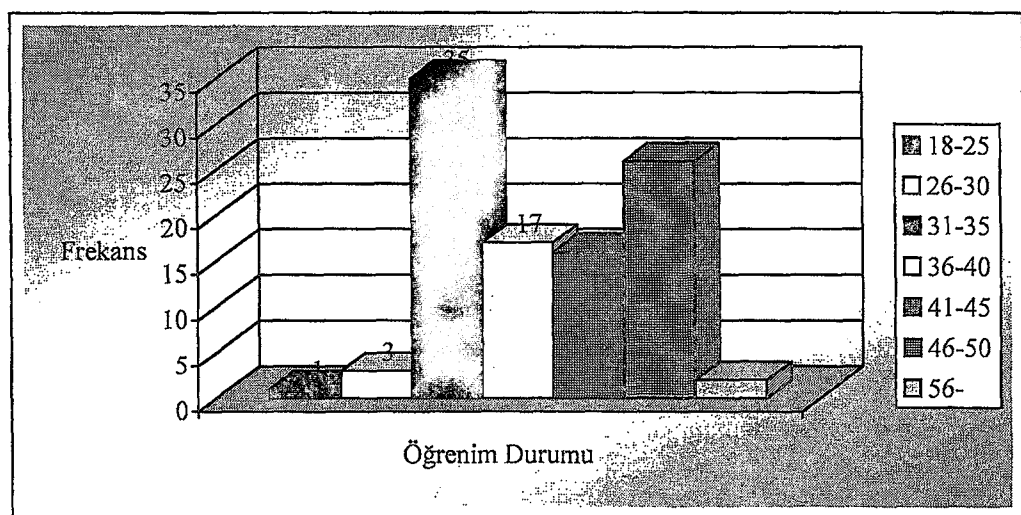
Grafik 4.3. Anket Uygulananların Öğrenin Durumu Profili

Tablo 4.3 ve Grafik 4.3'den anlaşılacağı gibi, anket uygulananların %58'i lise; %28'i ilköğretim mezunudur. Fakülte ve ilkokul mezunu kümülatif toplamı ancak %17'dir. Buna göre, örneklem olarak seçilen bölgede faaliyet gösteren işletme sahip veya temsilcilerinin daha çok lise mezunlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca soru formunda bulunmasına rağmen kuyumculuk üzerine eğitim veren M.Y.O , Kuyumculuk Meslek Lisesi ile lisans üstü eğitim aldığını belirten olmamıştır.

Anket uygulananlara yöneltilen beşinci soru ile anket uygulananların yaş profili çıkarılmak istenilmiştir. Buna göre anket uygulananların yaş profili Tablo 4.4 ve Grafik 4.4'deki gibidir.

Tablo 4.4. Anket Uygulananların Yaş Profili

Yaş dağılımı	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
18-25	1	1.0	1.0	1.0
26-30	3	3.0	3.0	4.0
31-35	35	35.0	35.0	39.0
36-40	17	17.0	17.0	56.0
41-45	16	16.0	16.0	72.0
46-50	26	26.0	26.0	98.0
56-	2	2.0	2.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	



Grafik 4.4. Anket Uygulananların Yaş Profili

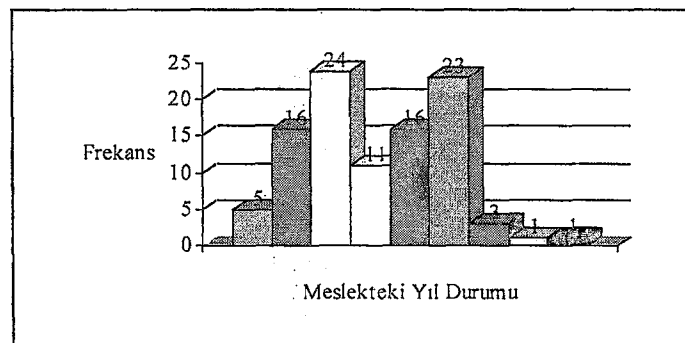
Tablo 4.4 ve Grafik 4.4'den anlaşılacağı gibi, anket uygulananların %35'i 31-35 yaş; %26'sı 46-50 yaş; %17'si 36-40 yaş, % 16'sı ise 41-45 yaş arasındadır. Buna göre, örneklem alınan bölgede kuyumculuk mesleğinde uğraş verenlerin 31-35 yaş ile 46-50 yaş arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Diğer yaş grupları oldukça düşük orana sahiptir.

Bu da göstermektedir ki, kuyumculuk sektöründe faaliyette bulunan işletme sahip ya da temsilcileri gençler denilebilecek yaş kategorisindedir. Ancak, tablo analizinden anlaşılacağı gibi, %26 yüzde oranı ile 46-50 yaş grubu ikinci sırada yer almaktadır. Bu da göstermektedir ki, orta yaşın üstündeki tecrübeli kişiler, bu sektörde çalışmalarına devam etmektedir.

Anket uygulananlara yöneltilen altıncı soruda ise kuyumculuk sektöründe kaç yıldır çalışmakta oldukları sorulmuştur. Buna göre anket uygulananların kuyumculuk sektöründe çalışma durumları Tablo 4.6 ve Grafik 4.6'da gösterildiği gibidir.

Tablo 4.5. Kuyumculuk Sektöründe Çalışma Süresi

Çalışma Yılı	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam%
1-5	5	5.0	5.0	5.0
6-10	16	16.0	16.0	21.0
11-15	24	24.0	24.0	45.0
16-20	11	11.0	11.0	56.0
21-25	16	16.0	16.0	72.0
26-30	23	23.0	23.0	95.0
31-35	3	3.0	3.0	98.0
36-40	1	1.0	1.0	100.0
41-45	1	1.0	1.0	100.0
Toplam	100	100	100	



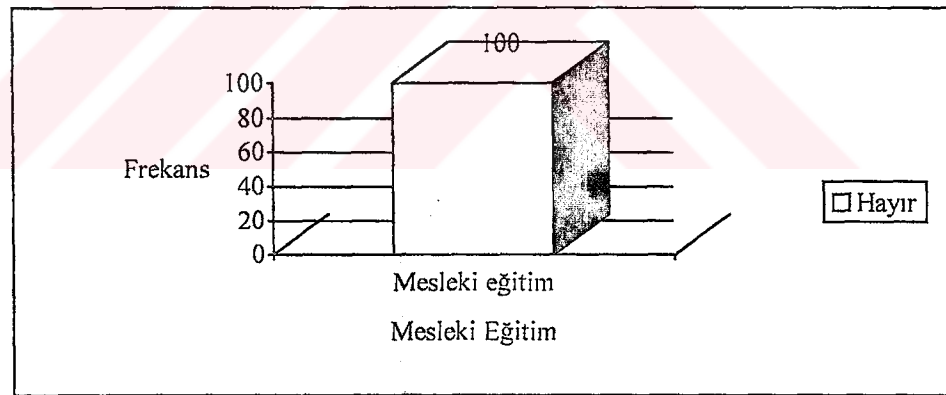
Grafik 4.5. Kuyumculuk Sektöründe Çalışma Durumu

Tablo 4.5 ve Grafik 4.5’de de görüldüğü gibi, anket uygulananların %24’ü 11-15 yıl; %23’ü 26-30 yıl; %16’sı 21-25 yıl; %11’ ise 16-20 arası sektörde çalışmakta olduklarını belirtmişlerdir. Diğer yaş kategorileri oldukça düşük bir orana sahiptir. Buna göre, kuyumculuk sektöründe çalışanlar 6-10 ile 26-30 çalışma yılı arasında yoğunlaşmaktadırlar. Bu sektörde çalışma frekansları ortalaması 11.11 yıl olmaktadır.

Anket uygulananlara yöneltilen yedinci soru ile kuyumculuk mesleği ile ilgili bir eğitim alıp almadıkları öğrenilmek istenmiştir. Buna göre, anket uygulananların meslek eğitimleri ile ilgili durumları Tablo 4.8’deki gibidir.

Tablo 4.6. Kuyumcuların Mesleki Eğitim Durumları

Mesleki Eğitim	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Evet	-	-	-	-
Hayır	100	100.0	100.0	100.0
Toplam	100	100	100	100



Grafik 4.6. Kuyumcuların Mesleki Eğitim Durumları

Ankete katılanların %100’ünün belirttiğine göre, bu sektörde çalışanlar kuyumculuk sektörüyle ilgili herhangi bir eğitim almamışlar. Dolayısıyla kuyumculuk mesleğinin babadan oğula ya da ustadan çırağa geçerek öğrenilmiş bir meslek olduğu söylenebilir. Bunda ayrıca kuyumculuk mesleğine yönelik eğitim veren okulların da Türkiye’de henüz yeni kurulmaya başlamasının da bunda rol oynadığı söylenebilir.

4.2.2. Kuyumculuk Sektörünün Sorunlarının Analizi

Kuyumculuk sektörünün sorunlarına çözüm yolları araştırmak amacıyla gerçekleştirilen anketin ikinci bölümünde de, kuyumculuk işletmelerinde olası yönetsel, üretim, pazarlama, finans ve personel sorunları ile ar-ge, konusunda gibi diğer sorunları analiz etmeyi amaçlayan 50 soruluk anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

İşletmeler kurulma aşamasından başlayarak sorunlarla karşılaşabilmektedirler. İşletmedeki ürünün üretiminde ilk başta hammadde tedarik edilmesiyle üretim sorunları başlamaktadır. Üretim sürecinde personel, örgütlenme, üretim ve yönetim gibi sorunlarla karşılaşabilmektedir. İlerleyen aşamalarda finans, ar-ge, pazarlama gibi sorunlar işletmeye yüklenebilmektedir.

Bu işletme sorunları sadece kuyumculuk sektörünü has olmayıp tüm işletmeler içinde söz konusu olabilmektedir. Kuyumculuk sektörünün sorunlarının çözümünde işletmedeki verimliliğin etkinliğin ve gelişimin sağlanması gerekmektedir. Bunun sağlanabilmesi için teknolojinin bilgi ve becerinin insan kaynaklarının uygun bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Sonuç itibariyle kuyumculuk işletmeleri gelecekteki vizyonlarını belirleyerek varlıklarının devamlılığı için uygun teknolojiyi elemanı ve günümüzdeki yenilikleri takip ve tatbik ederek işletmelerinin hayatını devamı sağlamaya çalışmalıdırlar.

Bu anket uygulaması sonucuna yönelik elde edilen sonuçlar Tablo 4.7’de de görüldüğü gibidir:

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Katılmıyorum
3. Ne katılıyor / Ne de katılmıyorum (fikrim yok)
4. Katılıyorum
5. Tamamen katılıyorum

Tablo 4.7. Kuyumculuk Sektörünün Sorunlarını Analize Yönelik Sorular ve Dökümleri

Sırası	Anket Uygulamasında yöneltilen sorular	1	2	3	4	5
1.	İşletmemizde çalışan elemanlarımız niteliklidir.	5	20	23	49	3
2.	İşletmemizde etkin pazarlama yöntemleri uygulanmaktadır.	26	25	18	29	2
3.	İşletmemizde yeni ürün üretiminde sektörde yönlendiricidir.	13	37	11	37	2
4.	İşletmemizde kuyumculuk sektöründe yaratıcı fikirlerde öncüdür.	13	37	12	36	2
5.	İşletmemizde kendi sektöründeki gelişmeleri takip etmektedir.	-	4	5	82	9
6.	İşletmemizde kendi sektöründeki gelişmelerden faydalanmaktadır.	15	32	16	33	4
7.	İşletmemizde birimler arası rekabet söz konusudur.	26	61	10	3	-
8.	İşletmemizde birimler arası yardımlaşma söz konusudur.	-	2	4	82	12
9.	İşletmemizde etkin ve üretken bir çalışma sistemi vardır.	-	-	3	78	21
10.	İşletmemizde çalışanlar ücretlerinden memnundur.	22	8	4	43	23
11.	İşletmemizde esnek bir yönetim anlayışı mevcuttur.	23	42	18	12	5
12.	İşletmemiz otoriter bir yapıya sahiptir.	1	16	15	52	16
13.	İşletmemizde önemli olaylar kutlanır.	23	37	11	26	3
14.	İşletmemizde işletmeyle ilgili tüm bilgiler kolay ulaşılmaktadır.	5	74	15	5	1
15.	İşletmemizde çalışanların başarıları ödüllendirilmektedir.	16	38	13	30	3
16.	İşletmemizde çalışan herkes kendinden ne istediğini bilir.	9	38	8	45	0
17.	İşletmemizde ekip çalışması yapılmaktadır.	-	1	-	81	18
18.	İşletmemizde zorunlu bir giyim tarzı vardır.	1	1	-	60	38
19.	İşletmemizde çalışanlar yöneticilere kolaylıkla ulaşabilmektedir.	2	2	19	69	8
20.	İşletmemizin üretimi mevsimlere göre değişir.	0	5	18	49	29
21.	İşletmemizin ürün satışı mevsimlere göre değişir.	4	21	33	17	25
22.	İşletmemizde yöneticiler tarafından çalışanların birbirine olan bağlılıklarının gözlemlendiği bildirmektedirler.	0	1	15	83	1
23.	İşletmemizde görev, yetki ve sorumluluklarının dağılımını gösteren yazılı metni vardır.	15	16	2	38	29
24.	İşletmemizde çalışanlar kendilerini emniyette ve huzurlu hissetmektedir.	16	9	8	30	37
25.	İşletmemizdeki ürünlerin ithalatı ve ihracatında Türkiye’de uygulanan kanunlar yeterlidir.	16	26	15	37	6
26.	İşletmemizin çalıştığı “ham ürün” bulunmasında zorluklar yaşanmamaktadır.	0	14	16	65	5
27.	Kuyumcular için Altın Rafinerisi kurulursa işletmemize altın ihracatı konusunda kolaylık sağlar.	0	2	4	89	5
28.	Türkiye’deki kuyumcu işletmelerinin işletmeler arasında birlikteliği söz konusudur.	7	52	23	16	2
29.	İşletmemizde ürünlerin model patenti konusunda sorunlar yaşanmamaktadır.	24	18	35	18	5
30.	İşletmemizde ürün çeşitliliğini sağlayabilmek için yurt içi yarışmalar düzenlenmektedir.	36	54	5	5	-
31.	İşletmemizde piyasanın ürün çeşitliliğini sağlayabilmek için tasarımcılarımız desteklenmektedir.	3	-	1	18	
32.	İşletmemizin şehir merkezinde faaliyet göstermesi sizi daha çok memnun etmektedir.	3	4	16	63	14
33.	İşletmemiz ürünlerinde kullandığı değerli taşları bulmakta zorlanmamaktadır.	5	22	21	39	13
34.	İşletmemizde ürün yapımında kullanılan kimyasal maddeler için kimyagerler bulmakta zorlanmamaktadır.	13	34	7	32	14
35.	İşletmemizde ürünlerin ayarı için güvenilir ayar evleri bulmakta zorlanmamaktadır.	-	58	8	67	20
36.	Türkiye’de uygulanan enflasyonist ekonomi ham madde alımımızı etkilememektedir.	11	49	12	26	2
37.	Altın ithalatının serbest bırakılması kuyumculuk sektörünün gelişmesinde faydalı olmuştur.	1	2	4	88	5
38.	Kuyumcular için organize bir Altın Ödünç Piyasası kurulması gereklidir.	-	-	8	87	5
39.	İşletmemizde teknik, tasarım, hukuk, çalışma ve yeniliklerle ilgili bilgi veren dergi, kitap ve broşürlerden faydalanılmaktadır.	3	22	25	40	10
40.	İstanbul Altın Borsasının kurulması Türkiye ekonomisine faydası büyüktür.	-	2	13	78	7
41.	Türkiye’deki kuyumculuk işletmeleri Dünyadaki işletmelerle rekabet edebilecek düzeydedir.	-	1	-	33	66
42.	Dünyadaki altın fiyatlarındaki değişiklikler Türkiye’yi de etkilemektedir.	4	10	15	59	12
43.	Kuyumculuk sektöründe ayar, damga teknolojisi gelişmiştir ve güvenilir.	-	3	9	77	11
44.	İşletmemizdeki üretim ile ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır.	9	51	30	8	2
45.	İşletmemizdeki satışla ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır.	9	50	35	5	1
46.	Ürünlere uygulanan KDV oranları uygundur.	22	33	4	35	6
47.	İşletmemizde eski teknolojiyi de kullanabilen ustalara da yer verilmektedir.	10	35	31	20	4
48.	İşletmemiz İnternet ortamında da tanıtılmaktadır.	1	-	1	61	37
49.	İşletmemizin yurt içi ve yurt dışı tanıtımları yeterlidir.	13	16	8	43	20
50.	Türkiye’deki altın madenciliğinden kuyumculuk sektörü için yeterli altın madeni çıkartılabiliyor.	30	56	13	1	0

Tablo 4.8. İşletmemizde Çalışan Elemanlarımız Niteliklidir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	5.0	5.0	5.0
Katılmıyorum	20	20.0	20.0	25.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	23	23.0	23.0	48.0
Katılıyorum	49	49.0	49.0	97.0
Tamamen Katılıyorum	3	3.0	3.0	100.0
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin birinci sorusu, personel sorununa yöneliktir. Bundan dolayı, kuyumculuk sektöründe istihdam edilen personel (eleman) ile ilgili olarak işletme sahip ve temsilcilerinin görüşü alınmıştır. Buna göre, anket uygulananların %52'si personellerinin nitelikli olduğu görüşünde iken; %25'i ise nitelikli olmadığı görüşündedir. Ancak, "ne katılıyor ne de katılmıyorum" diyerek "kararsız bir tutum sergileyenlerin de yüzde oranı oldukça yüksektir. Her ne kadar %52'si nitelikli personel sorunu yaşanmadığını belirtse de, sektörde yaklaşık %50'si de personelini niteliklerinin yeterli görmemektedir.

Tablo 4.9. İşletmemizde Etkin Pazarlama Yöntemleri Uygulanmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	26	26.0	26.0	26.0
Katılmıyorum	25	25.0	25.0	51.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	18	18.0	18.0	69.0
Katılıyorum	29	29.0	29.0	98.0
Tamamen Katılıyorum	2	2.0	2.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin ikinci sorusuyla kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde etkin pazarlama yöntemlerinin uygulanıp uygulanmadığı konusunda anket uygulananların görüşü alınmak istenmiştir. Buna göre Tablo 4.9'dan görüleceği gibi, anket uygulananların %31'i etkin pazarlama yöntemleri uygulandığı görüşündedir. Uygulanmadığı görüşünde olanların oranı ise % 51'dir. Kararsız kalanların sayısı da %18 gibi bir rakam olması tereddütlerin olduğu konusunu ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 4.10. İşletmemizde Yeni Ürün Üretiminde Yönlendiricidir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	13	13.0	13.0	13.0
Katılmıyorum	37	37.0	37.0	50.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	11	11.0	11.0	61.0
Katılıyorum	37	37.0	37.0	98.0
Tamamen Katılıyorum	2	2.0	2.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin üçüncü sorusu, yeni ürün, tasarım geliştirme ile ilgilidir. Anket uygulananların %50'si, işletmelerinin sektörlerinde yönlendirici olduğuna görüşünde değildirler. Buna karşın %39'u ise yeni ürün üretiminde yönlendirici oldukları görüşündedirler. Buna göre, kuyumculuk sektöründe işletmeler yeni ürün üretiminde çok fazla yönlendiricilik özelliğine sahip görünmemektedirler.

Tablo 4.11. İşletmemizde Kuyumculuk Sektöründe Yaratıcı Fikirlerde Öncüdür.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	13	13.0	13.0	13.0
Katılmıyorum	37	37.0	37.0	50.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	12	12.0	12.0	62.0
Katılıyorum	36	36.0	36.0	98.0
Tamamen Katılıyorum	2	2.0	2.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin dördüncü sorusuna anket uygulananların % 50'si, işletmelerinde kuyumculuk sektöründe işletmelerinin yaratıcı fikirlerde öncü olduğu görüşünü paylaşmamaktadır. Buna karşın ancak %38'i yaratıcı fikirlerde öncü oldukları görüşündedirler. Dolayısıyla kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde yaratıcı fikirlerin öncülüğü çok yüksek görülmemektedir.

Tablo 4.12. İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmeleri Takip Etmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	4	4.0	4.0	4.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	5	5.0	5.0	9.0
Katılıyorum	82	82.0	82.0	91
Tamamen Katılıyorum	9	9.0	9.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin beşinci sorusu, işletme dışı çevrenin izlenip izlenmediğiyle ilgilidir. Tablo 4.12'den anlaşılacağı gibi, oldukça yüksek işletmelerin kuyumculuk sektöründeki gelişmeleri izlediklerini ortaya koymaktadır. Buna göre kendi sektöründeki gelişmeleri izlediğini belirtenlerin yüzde olarak oranı %91'dir.

Tablo 4.13. İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmelerden Faydalanmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15.0	15.0	15.0
Katılmıyorum	32	32.0	32.0	47.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	16	16.0	16.0	63.0
Katılıyorum	33	33.0	33.0	96.0
Tamamen Katılıyorum	4	4.0	4.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin altıncı sorusu, işletmelerin kendi sektöründeki gelişmelerden en kadar faydalandıkları ile ilgilidir. Bu aynı zamanda bir önceki soruyla bağlantılıdır. Tablo 4.13'den anlaşılacağı gibi, %37'i gelişmelerden faydalandıkları belirtmektedirler. %47'i gelişmelerden faydalanamadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.14. İşletmemizde Birimler Arası Rekabet Söz Konusudur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	26	26.0	26.0	26.0
Katılmıyorum	61	61.0	61.0	87.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	10	10.0	10.0	97.0
Katılıyorum	3	3.0	3.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin yedinci sorusu, koordinasyon, iletişim ve çatışma ile ilgilidir. Tablo 4.24'den anlaşılacağı üzere, %87'si işletmelerinde birimler arası rekabet sorunu yaşanmadığı; %3'ü yaşanmadığı yönünde görüş belirtirken, kararsızlar %10' olarak belirginleşmişlerdir

Tablo 4.15. İşletmemizde birimler arası yardımlaşma söz konusudur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	2	2.0	2.0	2.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	4	4.0	4.0	6.0
Katılıyorum	82	82.0	82.0	88.0
Tamamen Katılıyorum	12	12.0	12.0	100.0
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin sekizinci sorusu da yine bir önceki soruyu sına ma mahiyetindedir. Birimler arası yardımlaşmanın sorgulandığı bu soruya anket uygulananların %94'ü birimler arası yardımlaşmanın olduğu görüşünü belirtirlerken, buna karşı %2'si yardımlaşma bulunduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Bu sonuçlardan anlaşılacağı gibi, kuyumculuk işletmelerinde birimler arası yardımlaşma en üst derecede görüşü yaygındır.

Tablo 4.16. İşletmemizde Etkin Ve Üretken Bir Çalışma Sistemi Vardır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılıyorum	78	78.0	78.0	79.0
Tamamen Katılıyorum	21	21.0	21.0	20
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin dokuzuncu sorusu, işletme içi analize yöneliktir. Tablo 4.15'den de anlaşılacağı gibi, anket uygulananların %99'u etkin ve üretken bir çalışma sistemleri olduğu görüşündedirler.

Tablo 4.17. İşletmemizde Çalışanlar Ücretlerinden Memnundur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	12	12.0	12.0	12.0
Katılmıyorum	8	8.0	8.0	20.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	14	14.0	14.0	34.0
Katılıyorum	43	43.0	43.0	77.0
Tamamen Katılıyorum	23	23.0	23.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin onuncu sorusu personel yönetim konusunda olup personel ücretleriyle ilgilidir. Anket uygulananların %66'sı ücret bakımından memnuniyetlerini belirtirken, %20'si ise ücretlerden memnuniyetsizliğini belirtmektedir. Bu konuda kararsızların oranı da yüksektir. Kararsızların memnun olmayan yönünde olduğu düşünüldüğünde, bu oran %34' olur. Dolayısıyla her ne kadar %66'sı ücretlerden memnun olsa da, memnuniyetsizlik derecesi azımsanmayacak kadar yüksektir.

Tablo 4.18. İşletmemizde Esnek Bir Yönetim Anlayışı Mevcuttur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	23	23.0	23.0	23.0
Katılmıyorum	42	42.0	42.0	65.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	18	18.0	18.0	83.0
Katılıyorum	12	12.	12.0	85.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on birinci sorusu, yönetim işlevi ile ilgidir. Tablo 4.16'dan anlaşılacağı gibi, anket uygulananların %65'i esnek bir yönetim anlayışı sergilenmediği yönünde görüş belirtmektedir. Esnek yönetim anlayışı olduğu yönünde görüş belirtenlerin oranı %17'ir. Bu oranın yüksek çıkması da, altın gibi değerli madenin üzerinde çalışılmasından ve hassas bir iş yapılmasından kaynaklandığı söylenebilir.

4.19. İşletmemizde Otoriter Bir Yapıya Sahiptir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılmıyorum	16	16.0	16.0	17
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	15	15.0	15.0	32.0
Katılıyorum	52	52.0	52.0	84.0
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on ikinci sorusu da bir önceki soruyla bağlantılı olup yönetim anlayışını ortaya çıkarmayı amaçlayan sınama nitelikli bir sorudur. Buna göre anket uygulananların % 52'si otoriter bir yapının varlığından söz ederken; %17'si ise böyle bir yapı olduğu görüşünde olmadıklarını belirtmişlerdir. Bir önceki soruya ise %66 gibi bir yoğunluk, esnek bir yapının olmadığı görüşü ile yanıt vermişti. Gerçekten de esnek yapı da olmamasının ve otoriter bir yönetim anlayışı olduğu görüşünün yoğun olması, en önemli gerekçesi olarak, sektörün faaliyet gösterdiği madenin değer ve özelliği gösterilebilir.

Tablo 4.20. İşletmemizde Önemli Olaylar Kutlanır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	23	23.0	23.0	23.0
Katılmıyorum	37	37.0	37.0	60.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	11	11.0	11.0	71.0
Katılıyorum	26	26.0	26.0	97.0
Tamamen Katılıyorum	3	3.0	3.0	100.0
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin on üçüncü sorusu da personel yönetimi ile ilgilidir. Tablo 4.18'den anlaşılacağı gibi kuyumculuk sektöründen faaliyet gösteren işletmelerde önemli günlerin dikkate alınmadığı anlaşılmaktadır. Buna göre anket uygulananların %60'ı önemli günlerin kutlanmadığı; %29'u ise kutlandığı görüşündedir.

Buradan da anlaşılıyor ki işletme sahiplerinin elemanlarının çalışma sistemlerinden dolayı elemanlarının otoriter bir sistem olduğu için kişisel ve sosyal durumlarıyla alakadar olmadığıdır.

Tablo 4.21. İşletmemizde İşletme İle İlgili Tüm Bilgilere Kolay Ulaşılmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	5.0	5.0	5.0
Katılmıyorum	74	74.0	74.0	79.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	15	15.0	15.0	94.0
Katılıyorum	5	5.0	5.0	99.0
Tamamen Katılıyorum	1	1.0	1.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	

Anketin on dördüncü sorusuna anket uygulananların %74'ü işletmelerinde işletmeyle ilgili tüm bilgiler kolay ulaşamadıkları görüşündedirler. Buna karşın %6'ı ise bu görüşe katılmamaktadır.

Bu anketin sonuçlarına göre, işletmecilerin çoğu, işletmelerinde işletmeyle ilgili tüm bilgiler kolay ulaşılabilme olanağının az olduğu görüşündedir.

Tablo 4.22. İşletmemizde Çalışanların Başarıları Ödüllendirilmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	16	16.0	16.0	16.0
Katılmıyorum	38	38.0	38.0	54.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	13	13.0	13.0	67.0
Katılıyorum	30	30.0	30.0	97.0
Tamamen Katılıyorum	3	3.0	3.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on beşinci sorusuna anket uygulananların %54'ü işletmelerinde başarıların ödüllendirildiği düşüncesine katılmamakta; buna karşın %33'ü böyle bir görüşte olduklarını belirtmektedirler.

Tablo 4.23. İşletmemizde Çalışan Herkes Kendinden Ne İstendiğini Bilir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4.0	4.0	4.0
Katılmıyorum	38	38.0	38.0	42.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	8	8.0	8.0	50.0
Katılıyorum	45	45.0	45.0	95.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on altıncı sorusuna anket uygulananların %50'si işletmedeki herkesin kendilerinden ne istendiğini bildiği görüşünde olduğunu belirtirken, %42'si aksi görüş belirtmişlerdir. %8'de kararsız bulunmaktadır. Buradan da anlaşılıyor ki işletmede çoğunlukla personel kendinden ne istendiğini bilmekle birlikte, yine iş, görev ve yetkilerde sorun söz konusudur.

Tablo 4.24. İşletmemizde Ekip Çalışması Yapılmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılıyorum	81	81.0	81.0	82.0
Tamamen Katılıyorum	18	18.0	18.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on yedinci sorusu yönetim işlevi ile ilgili olup ekip çalışmasının olup olmadığını ortaya çıkarmak istemektedir. Buna göre anket uygulananların %99'u ekip çalışması yapılmaktadır yanıtını verirken; ancak %1'i bu görüşe katılmamaktadır. Bu anketin sonuçlarına göre, işletme sahip ya da temsilcilerinin çoğu, işletmelerinde ekip çalışması yapıldığı görüşündedir.

Tablo 4.25. İşletmemizde Zorunlu Bir Giyim Tarzı Vardır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılmıyorum	1	1.0	1.0	2.0
Katılıyorum	60	60.0	60.0	62.0
Tamamen Katılıyorum	38	38.0	38.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on sekizinci sorusuna anket uygulananların %98'i zorunlu giyim tarzının bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu anketin sonuçlarına göre, işletmelerin genelinde zorunlu bir giyim tarzı vardır.

Tablo 4.26. İşletmemizde Çalışanlar Yöneticilere Ulaşabilmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2.0	2.0	2.0
Katılmıyorum	2	2.0	2.0	4.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	19	19.0	19.0	23.0
Katılıyorum	69	69.0	69.0	92.0
Tamamen Katılıyorum	8	8.0	8.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin on dokuzuncu sorusuna anket uygulananların % 77'si personelin yöneticilere kolayca ulaşabildiğini, buna karşın %4'ü ulaşamadığını belirtmişlerdir.

Anketin sonuçlarına göre, kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde genellikle yöneticilere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Buradan da anlaşılıyor ki işletme sahiplerinin personeline değer verdiği her zaman sorunların çözümünde personel yararlı olacağından personel rahatlıkla işletme sahiplerine ulaşabilmektedir.

Tablo 4.27. İşletmemizin Üretimi Mevsimlere Göre Değişir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	5	5.0	5.0	5.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	18	18.0	18.0	23.0
Katılıyorum	48	48.0	48.0	71.0
Tamamen Katılıyorum	29	29.0	29.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirminci sorusuna anket uygulananların %77 kuyumculuk işletmelerinde mevsimlere göre üretimin değiştiğini, %5'i de değişmediğini belirtmiştir.

Buna göre, kuyumculuk işletmelerinde üretim mevsimlere göre değişir olduğuna yanıt vermişlerdir. Altın takının üreticiden satın alınma mevsimlere göre değişmektedir. Türk halkının özellikle yaz aylarında düğün, nişan, sünnet gibi faaliyetlerinden dolayı altın takıya yöneldiğini düşünülebilir. Ayrıca Türkiye'ye gelen turistlerin de bu alımları arttırdığı da düşünülebilmektedir.

Tablo 4.28. İşletmemizin Ürün Satışı Mevsimlere Göre Değişir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4.0	4.0	4.0
Katılmıyorum	21	21.0	21.0	25.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	33	33.0	33.0	58.0
Katılıyorum	17	17.0	17.0	75.0
Tamamen Katılıyorum	25	25.0	25.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi birinci sorusuna anket uygulananların %32'si ürün satışlarının mevsimlere göre değiştiği; %25'i de değişmediği görüşünderken, en yüksek oranı %35 ile kararsızlar oluşturmaktadır.

Tablo 4.29. İşletmemizde Yöneticiler Tarafından Çalışanların Birbirine Olan Bağlılıklarının Gözleendiği Bildirmektedirler.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	43	43.0	43.0	43.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	15	15.0	15.0	58.0
Katılıyorum	40	40.0	40.0	99.0
Tamamen Katılıyorum	1	1.0	1.01	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi ikinci sorusuna anket uygulananların %41'i personelin bir birine olan bağlılıklarının olduğu; %43'ü ise aksi yönde görüş belirtmiştir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren işletmecilerin çoğunluğu işletmelerinde yöneticiler tarafından çalışanların birbirine olan bağlılıklarının birbirine çok yakın olduğu gözlenmektedir.

Tablo 4.30. İşletmemizde Görev, Yetki Ve Sorumluluklarının Dağılımını Gösteren Yazılı Metni Vardır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15.0	15.0	15.0
Katılmıyorum	16	16.0	16.0	31.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	2	2.0	2.0	33.0
Katılıyorum	38	38.0	38.0	71.0
Tamamen Katılıyorum	29	29.0	29.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi üçüncü sorusuna anket uygulananların %77'si görev, yetki ve sorumlulukların dağılımını gösteren yazılı metnin olduğunu; %31'i ise olmadı görüşündedirler. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren işletmecilerin çoğunluğu işletmelerinde görev, yetki ve sorumluluklarının dağılımını gösteren yazılı metni vardır olduğuna yanıt vermişlerdir. Olumlu yanıt verenlerin %67 olduğu görülmektedir.

Tablo 4.31. İşletmemizde Çalışanlar Kendilerini Emniyette Ve Huzurlu Hissetmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	16	16.0	16.0	16.0
Katılmıyorum	9	9.0	9.0	25.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	8	8.0	8.0	33.0
Katılıyorum	30	30.0	30.0	63.0
Tamamen Katılıyorum	37	37.0	37.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi dördüncü sorusuna anket uygulananların %67'si kendilerinin huzur ve güvende hissettiklerini; buna karşın %25 aynı görüşü paylaşmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 4.32. İşletmemizdeki Ürünlerin İthalatı Ve İhracatında Türkiye’de Uygulanan Kanunlar Yeterlidir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	16	16.0	16.0	16.0
Katılmıyorum	26	26.0	26.0	42.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	15	15.0	15.0	57.0
Katılıyorum	37	37.0	37.0	94.0
Tamamen Katılıyorum	6	6.0	6.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi beşinci sorusuna anket uygulananların % 43 Türkiye’de kanunların ithalat ve ihracat için yeterli olduğu; %41’i yeteriz, %16 ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren işletmecilerin çoğunluğu işletmelerinde ürünlerin ithalatı ve ihracatında Türkiye’de uygulanan kanunlar yeterlidir olmadığına yanıt vermişlerdir. Olumsuz yanıt verenlerin %57 olduğu görülmektedir.

Tablo 4.33. İşletmemizin Çalıştığı “Ham Ürün” Bulunmasında Zorluklar Yaşanmamaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	65	65.0	65.0	65.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	16	16.0	16.0	81.0
Katılıyorum	14	14.0	14.0	95.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi altıncı sorusuna anket uygulananların %19’u hammadde bulmada zorluklarla karşılaşmadığını, %65’i sıkıntı çekildiğini belirtirken, %16’sı kararsız bir tutum göstermiştir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren işletmecilerin çoğunluğu çalıştığı “ham ürün” bulunmasında zorluklar yaşanmamaktadır.

Tablo 4.34. Kuyumcular İçin Altın Rafinerisi Kurulursa İşletmemize Altın İhracatı Konusunda Kolaylık Sağlar.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	2	2.0	2.0	2.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	4	4.0	4.0	6.0
Katılıyorum	89	89.0	89.0	95.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin yirmi yedinci sorusuna anket uygulananların %94'ü altın rafinerisinin kurulmasından yana görüş belirtirken, katılmayanın yüzde oranı % 2, kararsızların yüzde oranı ise %4'dür. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun Kuyumcular için Altın Rafinerisi kurulursa işletmemize altın ihracatı konusunda kolaylık sağlar olduğuna yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.35. Türkiye'deki Kuyumcu İşletmelerinin İşletmeler Arasında Birlikteliği Söz Konusudur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	7	7.0	7.0	7.0
Katılmıyorum	52	52.0	52.0	59.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	23	23.0	23.0	82.0
Katılıyorum	16	16.0	16.0	98.0
Tamamen Katılıyorum	2	2.0	2.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun Kuyumcular için Altın Rafinerisi kurulursa işletmemize altın ihracatı konusunda kolaylık sağlar olmadığına %66 olumsuz yanıt verilmektedir %23'ü kararsız kalmakta olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.36. İşletmemizde Ürünlerin Model Patenti Konusunda Yaşanmamaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	14	14.0	14.0	14.0
Katılmıyorum	18	18.0	18.0	32.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	35	35.0	35.0	67.0
Katılıyorum	28	28.0	28.0	95.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin bu sorusuna anket uygulananların %33'ü model konusunda patent sorunları olduğu, buna karşın %32'si ise olmadığı yönünde görüş belirtirken, kararsızların oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.37. İşletmemizde Ürün Çeşitliliğini Sağlayabilmek İçin Yurt İçi Yarışmalar Düzenlenmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	36	36.0	36.0	36.0
Katılmıyorum	54	54.0	54.0	90.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	5	5.0	5.0	95.0
Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuzuncu sorusuna anket uygulananların %10 ürün çeşitliğini sağlamak için yurt içi yarışmalar düzenlendiğini, %90'ı ise bunun olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 4.38. İşletmemizde Piyasanın Ürün Çeşitliliğini Sağlayabilmek İçin Tasarımcılarımız Desteklenmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3.0	3.0	3.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	1	1.0	1.0	4.0
Katılıyorum	78	78.0	78.0	82.0
Tamamen Katılıyorum	18	18.0	18.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz birinci sorusuna Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun işletmemizde ürün çeşitliliğini sağlayabilmek için yurt içi yarışmalar düzenlenmektedir olduğuna %96 olumlu yanıt vermesinden anlaşılmaktadır.

Tablo 4.39. İşletmemizin Şehir Merkezinde Faaliyet Göstermesi Sizi Daha Çok Memnun Etmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3.0	3.0	3.0
Katılmıyorum	4	4.0	4.0	7.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	16	16.0	16.0	23
Katılıyorum	63	63.0	63.0	86.0
Tamamen Katılıyorum	14	14.0	14.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz ikinci sorusuna anket uygulananların % 77'si şehir yerlerinin şehir merkezinde olmasından daha memnun olacaklarını belirtirken, ancak %7'si aksi görüş ileri sürmüştür.

Tablo 4.40. İşletmemiz Ürünlerinde Kullandığı Değerli Taşları Bulmakta Zorlanmamaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	5.0	5.0	5.0
Katılmıyorum	22	22.0	22.0	27.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	21	21.0	21.0	48.0
Katılıyorum	39	39.0	39.0	87.0
Tamamen Katılıyorum	13	13.0	13.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin bu sorusuna anket uygulananların %52'si işletmelerinin ürünlerinde kullandığı değerli taşları bulmakta zorlandıklarını belirtmişlerdir.

Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun işletmemizin ürünlerinde kullandığı değerli taşları bulmakta zorlanmamaktadır sorusuna %52 olumlu olduğuna yanıt verirken %21'i kararsız kalmış %32'si olumsuz yanıt vermiştir.

Tablo 4.41. İşletmemizde Ürün Yapımında Kullanılan Kimyasal Maddeler İçin Kimyagerler Bulmakta Zorlanmamaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	13	13.0	13.0	13.0
Katılmıyorum	34	34.0	34.0	47.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	7	7.0	7.0	54.0
Katılıyorum	32	32.0	32.0	86.0
Tamamen Katılıyorum	14	14.0	14.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz dördüncü sorusuna anket uygulananların %46'sı ürün yapımında kullanılan kimyasal maddeler için kimyagerler bulmakta zorlandıklarını, %47 zorlanmadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bu konudaki görüşler birbirine yakınlık arz etmektedir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun işletmemizin ürünlerinde kullandığı değerli taşları bulmakta zorlanmamaktadır sorusuna %47 kişisi olumsuz olduğuna yanıt vermişlerdir, %46'sı ise olumlu yanıt vermekte olup %7'si ise kararsızdır.

Tablo 4.42. İşletmemizde Ürünlerin Ayarı İçin Güvenilir Ayar Evleri Bulmakta Zorlanmamaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	5	5.0	5.0	5.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	8	8.0	8.0	13.0
Katılıyorum	67	67.0	67.0	80.0
Tamamen Katılıyorum	20	20.0	20.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz beşinci sorusuna anket uygulananların %87'sü ürünlerin ayarı için güvenilir ayar evleri bulmakta zorlandıkları belirtmişlerdir. Buna karşılık ileri süren ise sadece %5'dir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt veren çoğunluğun işletmemizde ürünlerin ayarı için güvenilir ayar evleri bulmakta zorlanmamakta olduklarına yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.43. Türkiye'de Uygulanan Enflasyonist Ekonomi Ham Madde Alımınızı Etkilememektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	11	11.0	11.0	11.0
Katılmıyorum	19	19.0	19.0	30.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	12	12.0	12.0	42.0
Katılıyorum	46	46.0	46.0	98.0
Tamamen Katılıyorum	2	2.0	2.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin bu sorusuna ise anket uygulananların %48'i enflasyonun hammadde alımlarını engellediği yönünde görüş belirtirken, %30'ı böyle bir şeyin olmadığı görüşündedir.

Tablo 4.44. Altın İthalatının Serbest Bırakılması Kuyumculuk Sektörünün Gelişmesinde Faydalı Olmuştur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılmıyorum	2	2.0	2.0	3.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	4	4.0	4.0	7.0
Katılıyorum	88	88.0	88.0	95.0
Tamamen Katılıyorum	5	5.0	5.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz yedinci sorusu, anket uygulananların altın ithalatının serbest bırakılması kuyumculuk sektörünün gelişmesinde faydalı olacağı şeklindeki görüşü ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.45. Kuyumcular İçin Organize Bir Altın Ödünç Piyasası Kurulması Gereklidir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	3	3.0	3.0	3.0
Katılıyorum	87	87.0	87.0	90
Tamamen Katılıyorum	4	4.0	4.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz sekizinci sorusuna anket uygulananların %91'i organize bir altın ödünç piyasası kurulması yönünde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 4.46. İşletmemizde Teknik, Tasarım, Hukuk, Çalışma Ve Yeniliklerle İlgili Bilgi Veren Dergi, Kitap ve Faydalanılmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3.0	3.0	3.0
Katılmıyorum	22	22.0	22.0	25
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	25	25.0	25.0	50.0
Katılıyorum	40	40.0	40.0	90.0
Tamamen Katılıyorum	10	10.0	10.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin otuz dokuzuncu sorusuna anket uygulananların %50'si işletmelerinde çeşitli dergi ve broşürlerden yararalandığını belirtmişlerdir. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt verenlerin çoğunluğu işletmemizde teknik, tasarım, hukuk, çalışma ve yeniliklerle ilgili bilgi veren dergi, kitap ve broşürlerden faydalanılmaktadır, seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.47. İstanbul Altın Borsasının Kurulması Türkiye Ekonomisine Faydası Büyüktür.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	2	2.0	2.0	2.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	13	13.0	13.0	15.0
Katılıyorum	4	4.0	4.0	93.0
Tamamen Katılıyorum	78	78.0	78.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırkıncı sorusuna İstanbul Altın Borsasının kurulması Türkiye ekonomisine faydası büyüktür seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.48. Türkiye'deki Kuyumculuk İşletmeleri Dünyadaki İşletmelerle Rekabet Edebilecek Düzeydedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Katılıyorum	33	33.0	33.0	34.0
Tamamen Katılıyorum	66	66.0	66.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100.0

Anketin kırk birinci sorusuna, Türkiye'deki kuyumculuk işletmeleri Dünyadaki işletmelerle rekabet edebilecek düzeydedir seçeneğine yüksek düzeyde olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.49. Dünyadaki Altın Fiyatlarındaki Değişiklikler Türkiye'yi de Etkilemektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	4	4.0	4.0	4.0
Katılmıyorum	10	10.0	10.0	14.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	15	15.0	15.0	29.0
Katılıyorum	59	59.0	59.0	88.0
Tamamen Katılıyorum	12	12.0	12.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk ikinci sorusuna çoğunluğu Dünyadaki altın fiyatlarındaki değişiklikler Türkiye'yi de etkilemektedir seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.50. Kuyumculuk Sektöründe Ayar, Damga Teknolojisi Gelişmiştir ve Güvenilir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Katılmıyorum	3	3.0	3.0	3.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	9	9.0	9.0	12.0
Katılıyorum	77	77.0	77.0	89.0
Tamamen Katılıyorum	11	11.0	11.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk üçüncü sorusuna, kuyumculuk sektöründe ayar, damga teknolojisi gelişmiştir ve güvenilir seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.51. İşletmemizdeki Üretim İle İlgili Sorunların Çözümlerinde Sektör Dernekleri Yardımcı Olmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	15	15.0	15.0	15.0
Katılmıyorum	32	32.0	32.0	47.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	16	16.0	16.0	63.0
Katılıyorum	37	37.0	37.0	96.0
Tamamen Katılıyorum	4	4.0	4.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk dördüncü sorusuna işletmelerinde üretim ile ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır seçeneğine olumsuz yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.52. İşletmemizdeki Satışla İle İlgili Sorunların Çözümlerinde Sektör Dernekleri Yardımcı Olmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	9	9.0	9.0	9.0
Katılmıyorum	50	50.0	50.0	59.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	35	35.0	35.0	59.0
Katılıyorum	5	5.0	5.0	99.0
Tamamen Katılıyorum	1	1.0	1.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk beşinci sorusuna, işletmemizdeki satışla ile ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır. İşletmemizdeki üretim ile ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır seçeneğine olumsuz yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.53. Ürünlere Uygulanan KDV Oranları Uygundur.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	22	22.0	22.0	22.0
Katılmıyorum	33	33.0	33.0	55.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	4	4.0	4.0	59
Katılıyorum	35	35.0	35.0	94.0
Tamamen Katılıyorum	6	6.0	6.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk altıncı sorusuna anket uygulananların %55'i KDV oranlarının uygun olmadığı, %41 uygun olduğu görüşündedir.

Tablo 4.54. İşletmemizde Eski Teknolojiyi de Kullanabilen Ustalara da Yer Verilmektedir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	10	10.0	10.0	10.0
Katılmıyorum	35	35.0	35.0	45.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	31	31.0	31.0	76.0
Katılıyorum	20	20.0	20.0	96.0
Tamamen Katılıyorum	4	4.0	4.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin bu sorusuna anket uygulananların %45'i işletmelerinde eski teknolojiyi de kullanabilen ustalara yer verdiklerini, %24'u ise yer vermedikleri düşüncesindedirler.

Tablo 4.55. İşletmemiz İnternet Ortamında da Tanıtılmaktadır.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1.0	1.0	1.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	1	1.0	1.0	2.0
Katılıyorum	61	61.0	61.0	63.0
Tamamen Katılıyorum	37	37.0	37.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt verenlerin çoğunluğu işletmemiz İnternet ortamında da tanıtılmaktadır seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.56. İşletmemizin yurt içi ve yurt dışı tanıtımları yeterlidir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	13	13.0	13.0	13.0
Katılmıyorum	16	16.0	16.0	29.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	8	8.0	8.0	37.0
Katılıyorum	43	43.0	43.0	80.0
Tamamen Katılıyorum	20	20.0	20.0	
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin kırk dokuzuncu sorusuna bu anketin sonuçlarına göre, yanıt verenlerin çoğunluğu işletmemizin yurt içi ve yurt dışı tanıtımları yeterlidir seçeneğine olumlu yanıt vermişlerdir.

Tablo 4.57. Türkiye’deki Altın Madenciliğinden Kuyumculuk Sektörü İçin
Yeterli Altın Madeni Çıkarılabilir.

Değişkenler	Frekans	%	Geçerlilik	Toplam %
Kesinlikle Katılmıyorum	30	30.0	30.0	30.0
Katılmıyorum	56	56.0	56.0	86.0
Ne Katılıyor Ne de katılmıyorum	13	13.0	13.0	99.0
Tamamen Katılıyorum	1	1.0	1.0	100
Toplam	100	100.0	100.0	100

Anketin bu sorusuna anket uygulananların %86’sı yeterli altın madeni çıkartıldığı düşüncesine çıkartılmamaktadır. Bu anketin sonuçlarına göre, yanıt verenlerin çoğunluğu Türkiye’deki altın madenciliğinden kuyumculuk sektörü için yeterli altın madeni çıkartılabilir seçeneğine olumsuz yanıt vermişlerdir.

4.2.3. Kuyumculuk Sektörünün İşletme ve Yönetim İşlevlerine Göre

Sorunlarının Analizi

Buraya kadar yapılan anket sonuçları üzerinde duruldu. Anket sonuçlarından sağlanan veriler, yeniden sınıflandırılarak, olumlu ve olumsuz yönler tasnif edildi, böylece kuyumculuk işletmelerinin sorunları belirginleştirilmeye çalışıldı. Aşağıda, anket sonuçlarından sağlanan verilerden yararlanılarak hazırlanan kuyumculuk işletmelerinin sorunları analiz edilmiştir.

Tablo 4.58. Kuyumculuk Sorunları Analiz Tablosu

Yönetim	% Evet	% Hayır	Üretim	% Evet	% Hayır
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Esnek bir yönetim sistemi ▪ Otoriter yapı ▪ Ekip çalışması yapılması ▪ Yöneticilere ulaşabilme ▪ Kendini huzur ve güvende Hissetme ▪ Etkin, üretken çalışma sistemi 	17	65	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sektördeki gelişmelerden yararlanma ▪ Mevsimlere göre üretim değişikliği ▪ Mevsimlere göre satış değişikliği ▪ Hammadde (değerli taş) ▪ Sektör demekleri üretim sorununa yardımcı olması ▪ Model patent sorunu yaşanmamaktadır. ▪ Enflasyonist devlet anlayışında hammadde alımı etkilenmemektedir ▪ Altın ithalatının serbest olması ▪ Dünya altın fiyatları Türkiye'yi etkilemektedir. ▪ Türkiye'deki altın madenlerinden yeterli maden çıkarılabiliyor mu? 	57	27
	52	17		77	5
	99	1		32	25
	77	4		52	27
	67	25		41	47
	99	1		32	33
				30	48
				93	3
				71	14
				1	86
Pazarlama			Personel		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ İşletmemizde Etkin Pazarlama Yöntemleri Uygulanmaktadır ▪ İthalat ihracat için kanunlar yeterli mi ▪ Ürün çeşitliğini geliştirmek için yurt içi yarışmalar düzenlenmesi ▪ Tanıtım yurtiçi-dışı ▪ Tanıtım internet ▪ Sektör demekleri, ▪ Rekabet gücü ▪ İşletmemizde (ham madde) ▪ Satış ile ilgili sorunlarda demeklerin yardımı 	51	31	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İşletmemizde çalışan elemanlarımız niteliklidir ▪ Ücretlerden memnuniyet ▪ Önemli günlerin kutlanması ▪ Başarı ödüllendirme , ödül sistemi ▪ Görev tanımları (ne istendiğinin bilinmesi) ▪ Yazılı görev, yetki ve sorumlulukların varlığı ▪ Nitelikli eleman bulma (kimyager) ▪ İşletmemizde zorunlu giyim tarzı vardır. 	52	25
	43	41		66	34
	90	10		29	66
	63	29		33	54
	98	2		45	47
	6	59		77	31
	3	61		46	47
	19	65		98	2
	6	59			
Örgütleme			Ar-Ge		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Güvenilir ayar evleri ▪ Altın rafineri kurulması ▪ Ödünç altın piyasası kurulması ▪ İstanbul altın borsası kurulmasının faydası ▪ İşletmeler arası işbirliğini örgütleme ▪ Bilgilere kolay ulaşabilmek ▪ Kuyumcu işletmelerinin birlikteliği ▪ Şehir Merkezinde faaliyetten memnunluk 	20	58	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmelerden Faydalanılmaktadır ▪ İşletmemizde Kendi Sektöründeki Gelişmeleri Takip Etmektedir. ▪ İşletmemizde Kuyumculuk Sektöründe Yaratıcı Fikirlerde Öncüdür. ▪ Kitap ve teknik konulardan faydalanılmaktadır. ▪ Tasarımcıların desteklenmesi ▪ Yeni ürün üretiminde yönlendiricidir. 	37	57
	89	2		91	4
	87	-		58	50
	78	3		50	25
	82	4		96	3
	6	79		39	50
	18	59			
	87	7			
Finans			Koordinasyon		
KDV oranı	41	55	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Birimler arası rekabet ▪ Birimler arası yardımlaşma ▪ Bilgilere kolay ulaşabilme (iletişim) ▪ Yöneticiler tarafında çalışanların bağlılıkları 	87	3
				94	2
				74	20
				43	41

Kuyumculuk sektörünün sorunlarının sınıflandırıldığı Tablo 4.58 ile, sorunların analizinin kolaylığı sağlamak açısından anket ile öğrenilmek istenilen ve bir başlık altında sınıflandırılacak yanıtlar bu başlıklar altında toplanarak, “Evet %” ve “Hayır %” sütunu altındaki sütunda da yüzde olarak değerleri gösterilmiştir. Böylece anket de analizde kolaylık sağlaması için elde edilen verilerin daha anlaşılabilir hale

getirilmesi buna bağlı olarak da bütüncül bir görüş ile sektörün durumunun analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Tablo 4.58'de analiz edildiğinde, kuyumculuk sektörünün en öncelikli sorunları şöyle sıralamak mümkündür:

▪ **Yönetim sorunları** : Tablo 4.58'de açıkça görülmekte ki anket uygulananların %17'i sektörde esnek bir yönetim anlayışı olduğu görüşünü ortaya koyarlarken; diğer soruya verdikleri yanıtta ise, % 52'si otoriter bir yönetime dikkati çekmektedirler. Dolayısıyla, anket uygulananların esnek yönetim anlayışına %65' hayır yanıtını vererek, otoriter ağırlıkta bir yönetim anlayışının işletmelerde bulunduğunu gözlemlemekteyiz. Kuyumculuk işletmelerinin altın, gümüş ve değerli taşlarla çalıştığından böyle bir yönetim anlayışının sergileniyor olması doğal olarak karşılayabiliriz.

Sektörün genel durumuna bakıldığında, işlenen maden ve madenin özelliği açısından sıkı bir kontrolü gerektirmektedir. Bundan dolayı, anket uygulananlar buradan yola çıkılarak, sektörde işin gereği sıkı kontrolü, otoriter yönetim olarak algıladıkları izlenimi hissedilmektedir. Bunda sektörde çalışan personelinin niteliklerine duyulan ihtiyaç ve personele güven duygusunun önemli olması da bir faktördür.

Üretim ilişkin sorunlar: Anket sonuçlarına göre, kuyumculuk sektöründe üretim yaparken mevsimlere göre değişiklikler gözlenmiştir. Bu doğrultuda bakılacak olursa üretim yaparken bazı mevsimler iş açığı olmakta ve bu durumda işçiler gerektiğinde işten çıkarılma gibi sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bu sorunun çözümüne gelecek olursak her işletmede olduğu gibi sadece yurt içi değil yurt dışına da satış yapabilmek için girişimlerde bulunulması gerekmektedir. böylece daimi olarak üretim yapılabilecektir. Mevsimlere göre üretim yaptıklarını söyleyen üreticiler %77'yi bulmaktadır. Bu rakam üretim yapan bir sektör için çok büyük bir rakamdır. Aynı şekilde mevsimlere göre satışta da %32 gibi bir değişkenlik söz konusudur. %25'i buna hayır cevabını verse de satışların mevsimlere göre arttığı söylenebilir. Geleneklerine bağlı Türk toplumu genelde yaz aylarında nişan, düğün, sünnet gibi faaliyetlerde bulunduğundan dolayı yaz aylarında satış ve üretim daha fazla olmaktadır. Ayrıca,

Türkiye’de yaz aylarının turizm mevsimi olması da satış ve üretimin artmasına neden olmaktadır.

Ankete göre Dünya altın fiyatlarındaki değişikliklerden Türkiye’de etkilenmektedir ki bunda rakamsal olarak %71 ile ifade edilebilmektedir. Altın ile çalışan kuyumculuk bu fiyatlardan etkilenmekte ve üretim yaparken bunu fiyatlarına yansıtmaktadırlar.

Türkiye’de yeterli altın madeni çıkartılabiliyor mu? Sorusuna da %86 hayır yanıtını vermiştir ki Türkiye’de maden ocaklarının bulunmasına ve bazılarını çalıştırılıyor olmasına rağmen Türkiye için yeterli altın bulunmamaktadır. Ayrıca maden çıkartılmasının pahalı olması madenlerin çıkarılamamasının bir sebebi olarak ta görebilmekteyiz.

▪ **Personele ilişkin sorunlar:** Özellikle üretim alanında sektörde istihdam edilen personel nitelikli personel olduğu halde, nitelikli personel bulmada sorunları olduğu anlaşılmaktadır. Tablodan görüldüğü gibi işletmelerde çalışan personelin %52 oranında nitelikli olduğu belirtilmekte ve %47’si nitelikli personel bulmada sorunu olduğunu belirtmektedir. Kuyumculuk sektöründe başarı ve ödüllendirme yetersizlik olduğu yine bu anket sonucundan anlaşıldığı gibi, personelin moral ve motivasyonunu artıracak, işletmesiyle bütünleşmesini sağlayacak önemli günlerin kutlanması gibi sosyal aktiviteler açısından da bir yetersizlik göze çarpmaktadır.

▪ Yazılı görev, yetki ve sorumlulukların var olduğu yönünde görüş %77 olduğu halde, personelden ne istendiğinin bilinmesine verilen yanıtlardan burada da bir sorun olduğu, yazılı görev, yetki ve sorumlulukların personelden ne istendiğini bilir hale getirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Personele ödenen ücretler açısından, anket uygulananların %66’sı ücretleri yeterli görmekte birlikte, %34’ünün yeterli bulmadığı görülmektedir. Ücretleri yeterli bulmayanların oranı da küçümsenmeyecek bir oran olup, bu nitelikli personel sorunu olan sektörde personel ücretleri ile bu sorunun ilişkilendirilmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir.

▪ **Pazarlamaya ilişkin sorunlar :** Tablo 4.55 analiz edildiğinde sektörde, tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin kullanılmasına ilişkin bir soruna % 51’i hayır ve

%31 Evet yanıtını vererek pazarlamada sorunların olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda üretimin mevsimlere göre değişmesi pazarlama konusunda da sorunların olduğunun bir göstergesidir. İthalat ihracat ile ilgili sorunların yaşandığını %43'ü evet diyerek bu konuda da bir sorunların yaşandığı söylenebilir.

▪ **Finansal yapıya ilişkin sorunlar** : Finansal yapıya ilişkin sektör yeni örgütlenmenin ortaya konulmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bunun için Ödünç altın piyasası kurulması ile İstanbul altın borsası kurulmasının faydalı olacağı görüşü ağırlıktadır. KDV oranında düzenleme yapılması görüşü söz konusudur.

▪ **Ar-Ge'ye ilişkin sorunlar** : Sektörde yeni ürün geliştirmede sıkıntılar olduğu ankete verilen yanıtlardan anlaşılmaktadır. Sektördeki ederlerken, yaratıcı fikirler ortaya koyamadıklarını düşünmektedirler. Tasarımcılara destek olmalarına rağmen yaratıcılıkta öncü hissetmiyorlar ve gelişmelere takip etmelerine rağmen gelişmelerden faydalanamadıklarını belirtmektedirler. Buradan da anlaşıldığı kadarıyla, sektörde ar-ge sorunu bulunmaktadır.

▪ **Örgütlenme sorunu** : Sektörde anket sonuçlarından ortaya çıkan en önemli sorun örgütlenme sorunu olduğu anlaşılmaktadır. Anket uygulananların çoğu, güvenilir ayar evleri kurulması, altın rafineri kurulması, ödünç altın piyasası ve İstanbul altın piyasası kurulmasını istemektedirler. Ayrıca işletmeyle ilgili tüm bilgilere ulaşamadıklarını belirtmişlerdir. Türkiye'deki kuyumcuların kendi aralarında bir işbirliğinin olmaması da örgütlenmede zorluklar yaşadıklarının bir göstergesi olmaktadır.

İşletmeler organize sanayii bölgesi faaliyete geçmeden önce şehir merkezinde üretim ve pazarlama ile uğraşmaktaydı, sanayii bölgesinin kurulmasıyla şehirden taşınmak zorunda kalındı. Sanayii bölgesindeki iyi olanaklara rağmen işletmeler alışık oldukları yerlerden ayrılmak zorlandılar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kuyumculuk sektörü, tarihi geçmişi çok eski çağlara uzanan bir meslek olup halen önemini koruyan ender mesleklerden biridir. Bunun nedeni, bu mesleğin değerli madenlerin işlenmesine ve gelişen teknolojilere rağmen emek yoğunluğunun önemini halen korumasına bağlamak mümkündür. Ancak, Türkiye ve dünya ekonomisinde önemi oldukça sektörel olarak Türkiye’de gelişmesi çok yenidir. Bunun nedenlerinin başında Türkiye’de bu işle uğraşanların genelde azınlıklar olması ve mesleğin babadan oğula geçen bir meslek olmasıdır.

Kuyumculuk sektöründe diğer sektörler gibi gelişmek, yenilenmek ve büyümek istemektedir. Çünkü, Türk gelenek, görenek ve alışkanlıklarına sebebiyle halkımız altın takı alma eğilimi göstermektedir. Bu bağlamda, kuyumculuk sektöründeki işletmeler geleceğe yönelik vizyonlarını belirterek, varlık nedenlerini, amaçlarını, yeniden tanımlayarak ,yeniliklere ve değişimlere yönelik stratejilerle rekabet edebilme yeteneğine sahip olmaya çalışmaları gerekmektedir.

Kuyumculuk sektörünün gelişme ve büyüme gösterememesinin nedeni olarak, altın ithalatının 1985 yılına kadar yasak olmasından dolayı altın işlemecilerinin altın madenini karaborsa ve kaçak getirilen altınlarla yapması, buna bağlı olarak da sadece o zaman dönemdeki altın takı ihtiyacını karşılayabilecek düzeyde olması gösterilebilir.

Bu sektörün gelişmesini engelleyen bir diğer neden de, Türkiye’de altın madenlerinin bulunmasına rağmen altın madeninin çıkarılmasına ve bu alana yatırım yapılmasına ancak 1980 yılında başlanılmış olması gösterilebilir. Türkiye’deki ekonomik atılımların bu yılda artmaya başlaması, uygulanan sıkı yönetimin yine bu yılda bitmesi yatırımların artmaya başlamasında belli başlı sebepler diyebiliriz.

Böyle olmasına rağmen, altın ve gümüşün Türkiye’deki kullanım alanlarındaki dağılımlara göre en önemli tüketim kuyumculuk sektöründeki faaliyetlere dayanmaktadır. Ayrıca, Türkiye dünyadaki kuyumculuk pazarında İtalya’dan sonra gelmektedir.

Her sektörde olduğu gibi kuyumculuk sektöründeki, işletmelerin de büyüme ve varlıklarını sürdürebilme arzuları bulunmaktadır. Ancak, bu süreçte, bu arzularını engelleyen gerek işletme içi gerekse işletme dışı sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunların çözümü, bu sektördeki işletmelerin sağlıklı büyümesi ve gelişmesi sadece kendileri açısından değil, ülke ekonomisine sağlayacağı katma değer açısından önemlidir.

Konunun bu önemi dikkate alınarak gerçekleştirilen bu araştırmada, Türkiye’de kuyumculuk sektörü, kuyumculuk işletmeleri ve olası sorunlarının ve çözüm önerilerinin ne olacağı üç bölümde irdelenmiş ve yapılan anket uygulaması ile de Türkiye’deki kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin işletmecilik ve yönetimi açısından sorunları ve çözümleri araştırılmıştır.

Buna göre bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin en önemli sorunlarının örgütlenme ve ar-ge’ye ilişkin sorunlar olduğu, ayrıca pazarlamaya ilişkin kanunlardan kaynaklanan bazı sorunlarla karşılaştığı, personel açısından nitelikli personel bulma sorunları olduğu, yine personel yönetimi açısından başarıyı ödüllendirmede yetersizlikler olduğu, en önemlisinin ise yaratıcı fikirler geliştirilmediği ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, kuyumculuk işletmeleri geleceğe yönelik vizyonlarını belirleyerek, varlık nedenlerini amaçlarını yeniden tanımlayarak, yeniliğe ve değişime yönelik stratejileriyle rekabet üstünlüğünü sağlamaya çalışmaktadır. Çünkü işletmeler sorunlarını mevcut olanaklarla çözememekte, yavaş gelişme süreçlerini, değişen çevre koşullarını uyum sağlamada yetersiz kalmaktadır. İşletmenin yaşamlarını sürdürebilmelerini ve arzularını ulaşmada performansları engel olmaktadır. İşletmeler geçmişte temel aldıkları anlayış ve yöntemleri terk ederek bütünüyle farklı yöntem ve uygulamalar üzerinde yoğunlaşmışlardır.

İşletmede gelişimi ve verimliliği sağlamak, etkinliği arttırmak gibi genel amaçlarını ve insan kaynaklarını, bilgi ve becerilerini arttırmak, eğitilmesi ve yetiştirilmesini sağlamak, işletme yapısını katı ve hiyerarjik bir şekilden kurtarıp, iletişimci, katılımcı, serbest bir şekle kavuşturmak, daha az iş gücü ve maliyetle daha çok ve kaliteli verim elde etmek için teknolojik gelişimi sağlama isteği ile işletme

yapısında, iş süreçlerinde ,kültürlerinde, teknolojisinde ve insan kaynaklarında değişim eylemine girmelidir.

Ancak, bu araştırma sonucunda, kuyumculuk sektöründe işletmelerin örgütlenme sorunu olduğu bunun kendileriyle ilgili olmayıp, yasal yükümlülükler boyutuyla olduğu, devletin bu çerçevede altın rafinerisi kurulması, İstanbul Altın Borsası ile ödünç altın piyasası kurulması, güvenilir altın ayar evleri açması ve bunlar için gerekeni en kısa yapması gerekmektedir.

Yine bu çalışmada, kuyumculuk işletmelerinin nitelikli personel ihtiyacı bulunduğu anlaşılmalı birlikte, son dönemlerde üniversitelerde MYO çerçevesinde yeni programların açıldığı, buralardan mezun olan öğrencilerden bu açığın giderilebileceği gibi, çıraklık eğitim merkezlerinde de, bu alanda programların açılması da bu sorunun çözümünde etkili olabilir. Ayrıca, Fakülte bazında da kulların açılması nitelikli personel açığını azaltacaktır.

Bu çalışmada hammadde tedariki konusunda da bazı sorunlar olduğu anlaşılmaktadır. Kuyumculuk sektöründe çalışan işletmelerin hammadde tedarikinin kolaylaştırılması, üretim artışına neden olacaktır. Dolayısıyla hammadde konusunda da etkin çalışmalar yapılması, kuyumculuk sektörünün gelişmesine ve Türk ekonomisi üzerinde daha etkin rol üstlenmesine yol açacaktır.



EKLER

Değerli İşletmeci

Bu anket "Türkiye'de Kuyumculuk Sektörünün Sorunları ve Çözümüne Yönelik Bilimsel Bir Araştırma için bilgi toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgiler, ikinci bölümde kuyumculuk sektörünün sorunları ve çözüm yolları konusunda kuyumculuk sektöründeki işletmelerin görüş ve önerileri işlenmektedir.

Uygulamanın içinde bulunan sizlerin görüş ve önerileri, bu araştırmanın sonuçları bakımından büyük değer taşımaktadır. Sizlerden beklenen her bölümdeki maddeleri dikkatlice okuyup 1,2,3,4,5 seçeneklerinden görüşünüzü en iyi yansıtan durumun, seçeneklerden hiç birisi görüşünüzü yansıtmıyorsa, en yakın seçeneğini (x) ile işaretleyiniz.

İstenilen bilgiler, sadece bilimsel bir araştırma amacıyla kullanılacak, başkası tarafından görülmeyecektir. Bu nedenle soruların cevaplandırılmasında gerçek görüşünüzü yansıtmanız araştırmanın gerçekliği bakımından önemlidir.

Ankete isim yazmayınız. Hiçbir soruyu cevapsız bırakmayınız. İlginize teşekkür eder. Saygılarımı sunarım.

Çiğdem ZEYTİN

Adres :

Dumlupınar Üniversitesi Altıntaş MYO

43100 – KÜTAHYA

Tel : 0.274.3112624

0.533 449 4371

ANKET SORULARI

Lütfen durumunuzu yansıtan her soru için bir (x) işareti koyunuz.

1. Cinsiyetiniz Bay Bayan
2. Medeni durumunuz Evli Bekar
3. Çocuğunuz var mı? Evet Hayır
4. Öğrenim Durumunuz

<input type="checkbox"/> İlkokul	<input type="checkbox"/> Ortaokul	<input type="checkbox"/> Normal Lise
<input type="checkbox"/> Kuyumculuk Meslek Lisesi		<input type="checkbox"/> Kuyumculuk üzerine eğitim veren MYO
<input type="checkbox"/> Dört yıllık fakülte		<input type="checkbox"/> Lisans Üstü
5. Yaşınız

<input type="checkbox"/> 18-25	<input type="checkbox"/> 26-30	<input type="checkbox"/> 31-35
<input type="checkbox"/> 36-40	<input type="checkbox"/> 41-45	<input type="checkbox"/> 46-50
<input type="checkbox"/> 50-55	<input type="checkbox"/> 56 üstü	
6. Kuyumculuk sektöründe Kaç yıldır çalışıyorsunuz?

<input type="checkbox"/> 1-5	<input type="checkbox"/> 6-10	<input type="checkbox"/> 11-15
<input type="checkbox"/> 16-20	<input type="checkbox"/> 21-25	<input type="checkbox"/> 26-30
<input type="checkbox"/> 31-35	<input type="checkbox"/> 36-40	<input type="checkbox"/> 41-45
<input type="checkbox"/> 46-50	<input type="checkbox"/> 51-55	<input type="checkbox"/> 55 üstü
7. Kuyumculuk sektöründe çalışmadan önce hangi sektörde çalıştınız?
.....
8. Kuyumculuk sektörü üzerine daha önce eğitim aldınız mı?
 Evet Hayır

İKİNCİ BÖLÜM

Aşağıda verilen durumlara ilişkin seçeneklerden, sıklık derecesine göre, görüşünüze en iyi yansıtan 1, 2, 3, 4, 5 seçeneği (X) ile işaretleyiniz.

Belirtilen sorular dışında önerileriniz olursa, anketin sonundaki Başka başlığı altındaki boşluğa yazabilirsiniz

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Katılmıyorum
3. Ne katılıyorum / Ne de katılmıyorum (fikrim yok)
4. Katılıyorum
5. Tamamen katılıyorum

Sırası	Anket Uygulamasında yöneltilen sorular				
1.	İşletmemizde çalışan elemanlarımız niteliklidir.				
2.	İşletmemizde etkin pazarlama yöntemleri uygulanmaktadır.				
3.	İşletmemizde yeni ürün üretiminde sektörde yönlendiricidir.				
4.	İşletmemizde kuyumculuk sektöründe yaratıcı fikirlerde öncüdür.				
5.	İşletmemizde kendi sektöründeki gelişmeleri takip etmektedir.				
6.	İşletmemizde kendi sektöründeki gelişmelerden faydalanmaktadır.				
7.	İşletmemizde birimler arası rekabet söz konusudur.				
8.	İşletmemizde birimler arası yardımlaşma söz konusudur.				
9.	İşletmemizde etkin ve üretken bir çalışma sistemi vardır.				
10.	İşletmemizde çalışanlar ücretlerinden memnundur.				
11.	İşletmemizde esnek bir yönetim anlayışı mevcuttur.				
12.	İşletmemizde otoriter bir yapıya sahiptir.				
13.	İşletmemizde önemli olaylar kutlanır.				
14.	İşletmemizde işletmeyle ilgili tüm bilgiler kolay ulaşılmaktadır.				
15.	İşletmemizde çalışanların başarıları ödüllendirilmektedir.				
16.	İşletmemizde çalışan herkes kendinden ne istediğini bilir.				
17.	İşletmemizde ekip çalışması yapılmaktadır.				
18.	İşletmemizde zorunlu bir giyim tarzı vardır.				
19.	İşletmemizde çalışanlar yöneticilere kolaylıkla ulaşabilmektedir.				
20.	İşletmemizin üretimi mevsimlere göre değişir.				
21.	İşletmemizin ürün satışı mevsimlere göre değişir.				
22.	İşletmemizde yöneticiler tarafından çalışanların birbirine olan bağlılıklarının gözlemlendiği bildirilmektedirler.				
23.	İşletmemizde görev, yetki ve sorumluluklarının dağılımını gösteren yazılı metni vardır.				
24.	İşletmemizde çalışanlar kendilerini emniyette ve huzurlu hissetmektedir.				
25.	İşletmemizdeki ürünlerin ithalatı ve ihracatında Türkiye’de uygulanan kanunlar yeterlidir.				
26.	İşletmemizin çalıştığı “ham ürün” bulunmasında zorluklar yaşanmamaktadır.				
27.	Kuyumcular için Altın Rafinerisi kurulursa işletmemize altın ihracatı konusunda kolaylık sağlar.				
28.	Türkiye’deki kuyumcu işletmelerinin işletmeler arasında birlikteliği söz konusudur.				
29.	İşletmemizde ürünlerin model patenti konusunda sorunlar yaşanmamaktadır.				
30.	İşletmemizde ürün çeşitliliğini sağlayabilmek için yurt içi yarışmalar düzenlenmektedir.				
31.	İşletmemizde piyasanın ürün çeşitliliğini sağlayabilmek için tasarımcılarımız desteklenmektedir.				
32.	İşletmemizin şehir merkezinde faaliyet göstermesi sizi daha çok memnun etmektedir.				
33.	İşletmemiz ürünlerinde kullandığı değerli taşları bulmakta zorlanmamaktadır.				
34.	İşletmemizde ürün yapımında kullanılan kimyasal maddeler için kimyagerler bulmakta zorlanmamaktadır.				
35.	İşletmemizde ürünlerin ayarı için güvenilir ayar evleri bulmakta zorlanmamaktadır.				
36.	Türkiye’de uygulanan enflasyonist ekonomi ham madde alımınızı etkilememektedir.				
37.	Altın ithalatının serbest bırakılması kuyumculuk sektörünün gelişmesinde faydalı olmuştur.				
38.	Kuyumcular için organize bir Altın Ödünç Piyasası kurulması gereklidir.				
39.	İşletmemizde teknik, tasarım, hukuk, çalışma ve yeniliklerle ilgili bilgi veren dergi, kitap ve broşürlerden faydalanılmaktadır.				
40.	İstanbul Altın Borsasının kurulması Türkiye ekonomisine faydası büyüktür.				
41.	Türkiye’deki kuyumculuk işletmeleri Dünyadaki işletmelerle rekabet edebilecek				

	düzeydedir.						
42.	Dünyadaki altın fiyatlarındaki değişiklikler Türkiye'yi de etkilemektedir.						
43.	Kuyumculuk sektöründe ayar, damga teknolojisi gelişmiştir ve güvenilir.						
44.	İşletmemizdeki üretim ile ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır.						
45.	İşletmemizdeki satışla ilgili sorunların çözümlerinde sektör dernekleri yardımcı olmaktadır.						
46.	Ürünlere uygulanan KDV oranları uygundur.						
47.	İşletmemizde eski teknolojiyi de kullanabilen ustalara da yer verilmektedir.						
48.	İşletmemiz Internet ortamında da tanıtılmaktadır.						
49.	İşletmemizin yurt içi ve yurt dışı tanıtımları yeterlidir.						
50.	Türkiye'deki altın madenciliğinden kuyumculuk sektörü için yeterli altın madeni çıkartılabiliyor.						

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

3. Temizocak Formu, Temizocak Kuyumculuk A.Ş.,İzmir, 20-21 Aralık 1985.

AKMAN, Murat **Türkiye’deki Altın Arz ve Talebinin Değerlendirilmesi ve İstanbul Altın Borsası’nın Bu Sisteme Katkıları**, World Gold Council,İstanbul,1994,s.19.

ALİÇ, Ali, **Türkiye’de ve Dünya’da Altın**, Maliye ve Gümrük Bakanlığı Araştırma Plan ve Koordinasyon Kurulu Yayınları, 1985/268, Ankara.

Altın Takı Üretimi Teknik El Kitabı, World Gold Council Yayınları,2002.

ALTINIŞIK, Remzi – ÖZDEMİR, Şuayıp – TORLAK, Ömer, Modern, **Pazarlama**, Değişim Yay., Eylül 2001.

Ana Britanica, Ana Yayıncılık A.Ş.,1.cilt,1992.

AŞKIN, İ. Cem – TOKAT, Bülent, **İşletmelerde Örgüt**, İnci Ofset, Kütahya, 2003.

AŞKIN, İ. Cem – TOKAT, Bülent, **İşletmede Yönetim ve Örgüt**, Eğitsel Yayın, Avcı Mat., İstanbul, 2003

ATAMAN, Göksel, **İşletme Yönetimi**, Türkmen Kitabevi, Beta. A.Ş. İstanbul 2001.

AYTER, Adli, **Kuyumculuğun Tanıtılması Kuyumculuk Meslek Bilgisi ve Mücevherat Sanatı**, Arset Matbaa San. Ve Tic. A.Ş.,1996, İstanbul.

BARANSEL, Atilla, **Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi**, 2. baskı, İşletme Fakültesi Yay. No., 3295, Venüs Ofset 3. Yıl Yay. 1979,

BARDA, Süleyman, **Altın Meselesi**, İsmail Akgün Matbaa, İstanbul Üniversitesi Yay., 592, İktisat Fak.,73,1954.

BARIŞTA, Örcün, **Türk El Sanatları**, Ankara,1988.

BAŞARAN, İ. Ethem, **Yönetim**, Gül Yayınevi, 2. Basım, Mayıs 1989, Ankara.

BÜLBÜL, A. Rıdvan, **Halkla İlişkiler**, Damla Ofset, Konya, 1989.

CAN, Halil, **Organizasyon ve Yönetim**, 3.Baskı, Siyasal Kitabevi, 1994.

CEMALCİLER, İlhan, **Pazarlama Kavramları Kararları**, Beta Bas., Yay., Dağ., A.Ş., Nisan 1998, İstanbul.

ERDOĞDU, Pekcan **Altın Bankacılığı Rafinerisi ve Türkiye**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:1992-31, İstanbul, 1998.s.54.

EREN, Erol, **Yönetim ve Organizasyon**, Beta Bas. Yay. Dağt., A.Ş., 3. Basım İstanbul, 1996

ERGİN, Hüseyin, **Muhasebeye Giriş**, 10. Baskı Ege Mat., Ankara, 2004.

ERTÜRK, Mümin, **İşletme Biliminin Temel İlkeleri**, Beta Basım Yay. Dağt., 1.Basım İstanbul, 1995.

Gelişim Hechettle, **Altın**, Gelişim Yayıncılık, Cilt 5, Apa Ofset.

Gelişim Hechettle, **Gümüş**, Gelişim Yayıncılık, Cilt 5, Apa Ofset.

İPŞİRLİ, Mehmet, "Saray Teşkilâtı", **Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi**, Cilt I, İstanbul, 1994.

İstanbul Panel Notları, World Gold Council, Aralık, 2002.

KARALAR, Rıdvan, **Genel İşletme**, 9. Baskı, Eskişehir, 2003.

KARALAR, Rıdvan, **İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler**, Birlik Ofset, 5. Baskı, Eskişehir, 2002.

KAYRA, Cahit, **Türkiye'de Serbest Piyasada Altın Ticareti**, Maliye Tetkik Kurulu, Ankara, 1970.

Kıymetli Madenler ve Piyasaları, İstanbul Altın Borsası Yayınları, Yayın No:2, (Rota Yay.Yap.Tanıtım Tic. Ltd. Şti.), İstanbul.

- KOÇEL, Tamer, **İşletme Yöneticiliği**, İstanbul Ün. İşletme Fak., 5. Baskı, Beta Basım ve Yay., Dağ., A.Ş., İstanbul, 1995.
- KUŞOĞLU, M. Zeki, **Kuyumculuk**, İstanbul Ansiklopedisi 5. Cilt, İstanbul, 1994
- MUCUK, İsmet, **Pazarlama İlkeleri**, Beta Yay., 3. Basım, İstanbul, 1986.
- SERTOĞLU, Midhat, **Osmanlı Tarih Lugatı**, İstanbul,1986,s.194.
- SEVİNÇ, Arkun Namık, **4.Temizocak Gümüş Sempozyumu**, Gümüşün Endüstriyel Tasarımı Bildirisi.
- SEZGEN, M. Şefik, **Eğitim ve Öğretim İlkeleri**, MEB. Basımevi İstanbul, 1989.
- ŞENER, Nedim - AKMAN, Vedat **İstanbul Altın Borsası ve Dünya'daki Örnekleri**, İstanbul,1994, s. 88.
- TEMİZOCAK, Yalçın, **4. Temizocak Sempozyumu**, Gümüşün Kuyumculuktaki Yeri, IV.Bildiri,
- TOKAT, Bülent, ŞERBETÇİ Derya, **İşletmecilik Bilgisi**, 3. Baskı, İstanbul ,1998.
- TOKAT, Bülent, ŞERBETÇİ Derya, **İşletmecilik Bilgisi**, Avcı Ofset, İstanbul ,2001.
- TORTOP, Nuri, **Halkla İlişkiler**, Yargı Basım Yay., Dağ. Ltd. Şti., Ankara, 2003.
- TOSUN, Kemal, **Yönetim ve İşletme Politikası**, İ.Ü. İşletme Fak. İşletme İktisadi Enst. Yay., İstanbul,1990.
- TÜRE, Altan, **Takılar ve süs Taşlarında Sembollerin Dili**, Goldaş Kültür Yay., 3, Gri Tasarım ve Mat., İstanbul, 2004.
- UZUNÇARŞILI, İ.H., **Osmanlı Sarayında Ehl-i Hiref Defterleri**, Ankara, 1986.
- ÜLGEN, Aygün, **Osmanlı Kuyumculuğu**, Yeni Türkiye, 2000
- YEDİYILDIZ Bahaeddin, **Osmanlı Toplumunu**, Osmanlı Toplumunu ve Medeniyeti Tarihi, Cilt I, İstanbul,1994,s.446-448.

YÜKSELEN, Cemal, **Pazarlama İlkeleri – Yönetim**, 3.Baskı, Detay Kitap ve Yay. Sistem Ofset, Ankara, Ekim 2001, s.267-268.

MAKALELER

“ABD’ye Her Yıl 800 Ton Mücevher Gidiyor”, **Zaman Gazetesi**, 09.04.2001

Altın Arzı, Para ve Sermaye Piyasası, Yıl 8, S.86,1986.

Altına Talep, **Sermaye ve Para Piyasası**, Yıl 8, S. 87,s. 20, 1986.

AYTER, Adli, “Anadolu’nun Kuyumcu Sanatçıları”, **Gold News Dergisi** , İstanbul Kuyumcular Odası Yay., Yıl 6, S. 70, İstanbul, Mayıs 1997.

BULUTOĞLU, Kenan, **Para ve İnsan**, Altın Kitaplar Mat., İstanbul, 1984

ÇITAK, **Akşam Gazetesi**,18.06.2000.

ÇITAK, Serdar, İstanbul Altın Borsası Açılması, **Akşam Gazetesi**,30.12.2000.

DEMİRALP, Selçuk, **HDTM’nin Türkiye Altın Piyasasında Serbestleşme Çalışmaları ile İlgili Yasal Düzenlemeler**, World Gold Council, İstanbul, 1994.

DOĞAN, Mehmet, Altın Üretim Sorunu, **Popüler Bilim Dergisi**, Mart 2003, S.111.

DORA, Özcan, **Hammadde Olarak Gümüş**, 4. Temizocak Formu Gümüş Sempozyumu, 9 Eylül Üniv., Temizocak Kuyumculuk A.Ş. 25-26 Mart 1998, İzmir.

ERGENER, Raşit, Altının Ekonomik Değeri, **Milliyet**, 25.11.1983.

ERLER, Türkiye Altın Potansiyeli, **Bilim ve Teknik**, Cilt 30., S. 354, Mayıs 1997.
Gold İstanbul Dergisi, İstanbul Kuyumcular Odası, www.iko.org.tr.13 Eylül
2003 Gümüşün Altın Çağı, Radikal, Radikal Ekonomi 28.05.2000

GÜYAGÜLER, Tevfik, **Bilim ve Teknik**, Mart 2002.

İPEROĞLU, Gül, “Osmanlı Sarayında Takı”, **Mozaik**, S.14, İstanbul, Ekim,1996.

- KARATAŞ, Muhammed, “İstanbul Altın Borsası’nın Gelişmesinde Altın Rafinerisinin Rolü”, **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Yıl 34, S.5, Mayıs 1997.
- KEMEROĞLU, Alaattin, Türk Kuyumculuk Sektörü Büyüklükte Avrupa İkincisi, **Gold News Dergisi**, Mayıs 2002.
- KILIÇ, Ali, **Bilanço Dergisi**, Nisan,1993.
- KÖROĞLU, Gülgün, Bizans Kuyumculuğu, **Art Decor Dergisi**, Mayıs 2002.
- MERİÇBOYU, Yıldız Akyay, **Anadolu Takıları**, www.Turkishairlines.com
skylife/tr/2001. 16.04.2002
- MORTAN, Kenan, **Dünya Ekonomisinde Gümüş**, 4. Temizocak Formu Gümüş Sempozyumu, 9 Eylül Üniv., Temizocak Kuyumculuk A.Ş. 25-26 Mart 1998, İzmir.
- NİZAMOĞLU, Süha, **Gümüş ve Ülkemizdeki Üretim**, 4. Temizocak Formu Gümüş Sempozyumu, 9 Eylül Üniv., Temizocak Kuyumculuk A.Ş. 25-26 Mart 1998, İzmir.
- Osmanlı Dönemi, Azaryan Yalısı, Osmanlı Sanatı, Sadberk Hanım Müzesi.
org.tr/turkish/sanat/osmanli-sahtm8.02.2004
- ÖZENBAŞ, Macit, **Bilim ve Teknik**, S..354, C. 30 Mayıs 1997.
- SAĞLAM, M. Hakan, **Finans Dünyası**, Türkiye’de Altın, Temmuz 1992.
- SAĞLAM, M. Hakan, **Türkiye’de Altın** , Finans Dünyası, Temmuz, 1992.
- Sarı Işıltının Peşinde, **Bilim ve Teknik**, Mart 2002.
- SAVACIN, Yılmaz, **Gümüş ve Süs Taşları**, 4. Temizocak Formu Gümüş Sempozyumu, 9 Eylül Üniv., Temizocak Kuyumculuk A.Ş. 25-26 Mart 1998, İzmir.
- SAVACIN, Yılmaz ,TÜRE Altan, “Anadolu Takıları IV, Bizans Dönemi Takıları”, **Antika Dergisi**, Mısırlı Yayınları, İstanbul 1986.

SAVACIN, Yılmaz ,TÜRE Altan, “Roma Takıları”, **Antika Dergisi**, Mısırlı Yayınları, İstanbul 1986.

TÖRÜNER, Yaman, **Milliyet Gazetesi**,17.09.2003.

TÜRKOĞLU, Sabahattin, Saray Kuyumculuğu, **Sanat Dünyamız**, S.34. Y.II, 1985, İstanbul,

ÜNSAÇ, Sabahattin, **Dünya Gazetesi**, İstanbul Altın Borsası Özel Eki, 26 Temmuz 1995.

YAGICI, Mine, **Gold News Dergisi**,Ekim 2003,Sayı:140.

YALÇIN, Asuman – ÇAKIR, Filiz, “Kuyumculuk Sektöründe Altın Takı Satın Alan Müşteri Profiline Karşılaştırmalı Uygulaması”, **6. Ulusal Pazarlama Kongresi**, 28 Haziran – 1 Temmuz 2001, Erzurum

YILMAZ, Elif, “Altına Hücum”, **Bilim Teknik Dergisi**, Mart, 2002,

YILMAZ, Elif, “Çağların Işıltısı”, **Bilim ve Teknik Dergisi**, Cilt 30, S.354, Mayıs 1997

İNTERNET KAYNAKLARI

ALTINAY, Özcan, Araştırma, Geliştirme ve Proje Yönetimi,
www.ekometre.com/get_article.asp.44k.11.03.200,

BARUTÇUGİL, İ. Sabit, “Cumhuriyetten Bu Yana Finansal Yönetim, Finans ve Ekonomi”, www.mylmznet/finans/finansalyönetim.htm.9.02.2004

HAN, Ramazan, Türkiye’de AR-GE Mevcut Durum ve Geleceğe Bakış,
www.ekoçerçeve.comimg/haberler/TürkiyeAR-GE

ÖZGÜR, Tahir, www.jmo.org.tr/jmogundem/altın/normandy.asp,10.06.2003.

ÖZGÜR, Tahir, www.jmo.org.tr/mogundem/altın/normandy.asp,10.06.2003.

TUTUM, Cahit, “Türk Değerli Maden ve Mücevher Sektörü”,www.immib.org.tr/mvceher/index.asp-19k.10.03.2004

Ulusal Madencilik Politikası,

www.maden.rog.tr/yeni/duyurular/ulusalmadencilikpolitikasiicingenelikeler.htm.75k. 6.02.2004

www.esk-to.org.tr/sayı82/22.htm,05.11.2003.

www.maden.org.tr/yeni3/yayınlar/kitaplar/madenciliksektörü2002/altın.htm.,

YILMAZ, Selim, **Altının Ekonomik ve Hegonomik Boyutları**,

www.antimal.org/mkl/syoaltineb.htm.



DİZİN

A		İnsan kaynakları 80	
Altın6, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 78, 79, 94, 95, 96, 97, 107, 117, 121, 126, 127, 128, 131, 132, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 148		İthalat 45, 56, 132	
Altın rafinerisi.....43		K	
Anadolu.....4, 5, 7, 8, 17, 86, 147		Kuyumculuk.... 2, 31, 32, 41, 48, 49, 50, 52, 53, 55, 60, 78, 79, 80, 81, 83, 87, 89, 91, 93, 99, 103, 104, 106, 107, 109, 126, 127, 128, 131, 132, 134, 136, 138, 142, 143	
Arz17, 24, 43, 44, 50, 143		Kuyumculuk sektörü. 32, 48, 55, 60, 79, 80, 81, 83, 89, 91, 93, 99, 106, 107, 132, 134, 136, 138, 142	
Ayar95, 125, 128		M	
B		Maden 26, 32, 45	
Bizans6, 7, 8		O	
C		Osmanlı 8, 9, 10, 11, 144, 145, 146	
Cumhuriyet37, 40, 89		P	
D		Pazarlama..... 82, 83, 108, 132	
Döviz.....41		Personel..... 80, 132	
E		Piyasa 34, 82	
Eğitim89, 105		R	
Esnek yönetim113		Rekabet 111, 127, 132	
F		Roma İmparatorluğu 18	
Finans.....13, 132, 147		T	
G		Teknoloji..... 55, 79	
Gümüş.....19, 20, 44, 45, 46, 47, 99, 145		Ü	
H		Üretim 17, 78, 128	
Hammadde.....132		Y	
İ		Yatırım 26, 53	
İhracat52, 53, 54			