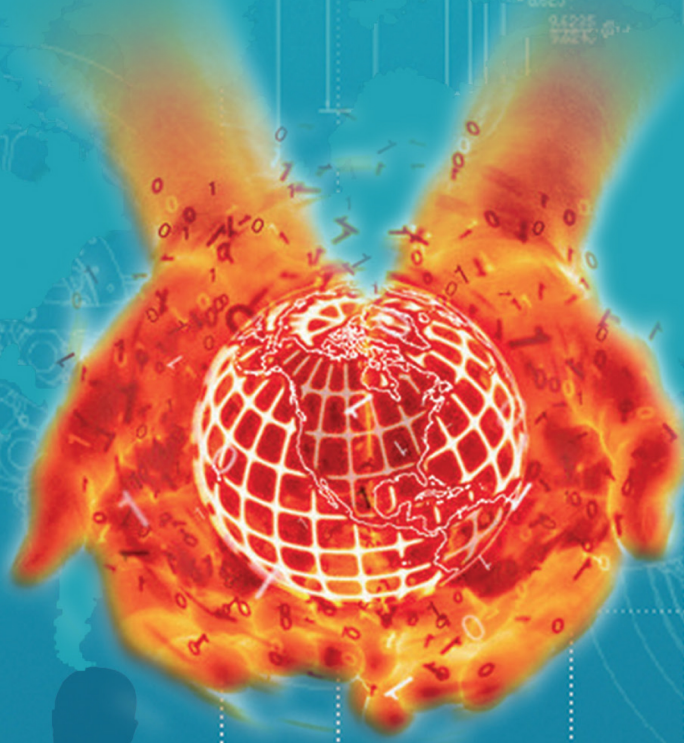


BEYOND

Yıl: 8 Sayı: 11 Nisan 2007



Ege Genç İşadamları Derneği ile
İşletme Kulübü Öğrencileri Tarafından Hazırlanmıştır.



İÇİNDEKİLER

Editörden	2
EGİAD	3
2006 Yılı Ekonomik Değerlendirme	4
Uluslararası Ekonomi Neye Göre Değişiyor	5
Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu& Madalyonun Öbür Yüzü	9
Gelişen Ekonomilerin Sorunu: Cari Açık	12
Yabancı Banka Alarmı	14
Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı Projesi & Bölgesel Politikaları	16
Türkiye’de Sigortacılık ve Sektördeki Yabancılaşma	22
Maliyet Bilgileri Temeline Dayalı Pazarlama Kararları	24
Reklamlar Bilincimizin Ne Kadar Altında	26
Gerilla Pazarlama Teknikleri	30
Another Brick in the Wall	32
Kongre Turizmi	36
Sevgilin Kadar Uzaksın Kendine	37
Bir Dost	40
Cumhurbaşkanı Seçimi Ak Parti’nin bir İç Mesele mi?	41
Seni Beklediğim Kadar	42
Probleme Dayalı Öğrenme: İşletmecilik Eğitiminde Farklı bir Yaklaşım	44
Farklı bir Renk	46
Ege Denizi’nin Hikayesi	48
Bin Yılın Birikimi “GO”	49
Dokuz Eylül Üniversitesi Yelken Topluluğu	50
DEÜ Dağcılık & Doğa Sporları Topluluğu	51
Özgürlüğün Adı Yamaç Paraşütü	52
Herkes Farklı Herkes Eşit	53
2006’ın En Çok Okunan Kitapları	54
İKTP yazısı (İşletme Toplulukları Platformu)	56



Sahibi

Cemal ELMASOĞLU

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

İlhan BİLGEHAN

Editör

Gözde GÜRBÜZ

Yayın Kurulu

Asaf Savaş AKAT, N. Mustafa YUTMAZ,

Caner TEKİN, Enver ALTINTAŞ,

Elçin BAYRAKTAROĞLU,

Begüm ÖZYOL, E. Ezgi BEKTAŞ,

Gözde GÜRBÜZ,

Meltem ÖZÜLERİĞİDEN,

Hasan CABBAROV, Selim MENTEŞ,

Asist. Prof. Dr. B. Esra ASLANERTİK,

Serbay SOMUNCUOĞLU,

Mustafa REİSLİ, Tunca ÖZDEMİR,

M. Gökalp YÖRÜK, Tuba NANTO,

Pelin ATABEK GEBEŞ, Cezmi ERSÖZ,

Can DÜNDAR, Mehmet BARLAS,

Hıncal ULUÇ, Prof. Dr. Yasemin ARBAK,

Nesli UZ, S. Oylum ŞEKER,

Nihan GÖKER, Merve TEKİN,

Süreyya ENTEN, Mert KÜÇÜKYUMRUK,

Sadi ÇETİNKAYA, Doğuş GÜL,

Yasemin SÖNMEZ

Yazışma Adresleri

DEÜ İşletme Fakültesi İşletme Klübü

Tınaztepe-Buca / İZMİR

Tel: (0 232) 453 50 68

Fax: (0 232) 453 50 62

www.debaclub.net

e-posta: info@debaclub.net

e-posta: baclub@yahoo.com

Ege Genç İşadamları Derneği

1456 Sk. No:10 / 1 Kat:8

Punta İş Merkezi Alsancak / İZMİR

Tel: (0 232) 422 30 00

Fax: (0 232) 422 33 00

www.egiad.org.tr

e-posta: egiad@egiad.org.tr

Hazırlık ve Baskı

Tükelmat A.Ş.

1571 Sk. No:16 Çınarlı / İZMİR

Tel: (0 232) 461 96 42

Fax: (0 232) 461 96 46

Baskı Tarihi

06 Nisan 2007

EDİTÖRDEN...

Beyond dergisinin 11. sayısıyla tekrardan bir-likteyiz. Bu sayımızın içeriği önceki sayılarımızdan çok farklı oldu. Amacımız dergiyi bir önceki sayıdan daha ileriye götürmekti. Bunu başardığımızda da inanıyorum. Siz de dergiyi okuyunca bunu göreceksiniz ve bana hak vereceksiniz. Dergi farklı oldu derken, bu sayının oluşmasında değerli İşletme Fakültesi hocalarım ve üniversiteli arkadaşlarımın dışında ülkemizin önde gelen kişilerinin de katkılarına payı büyüktür. Bunlar kimler mi? Türkiye'nin önemli gazeteci ve yazarlarından Hıncal Uluç ve Mehmet Barlas, ekonomist Asaf Savaş Akat, sınımsız yazılarıyla Can Dündar, melankolik edebiyatçımız Cezmi Ersöz...

Dergiyi başarılı bir şekilde çıkartabilmemizin gururu içerisindeyim. İnanın ki çok fazla emek harcanarak oluşturduğumuz bir sayıyı elimizde tutuyorsunuz. Öncelikle ana konumuz pazarlama ve pazarlamanın reklamlar üzerine etkileridir. Bunun yanı sıra cumhurbaşkanlığı seçimi, 2006 yılına ilişkin ekonomi değerlendirmeleri, küreselleşme ve dünyamızın karşılıklıya kaldığı sorun küresel ısınma, okulumuzun gelecek dönem aktif eğitime başlaması nedeniyle aktif sistem, yeni bir iş alanı kongre turizmi & Swiss otel, İşletme Fakültesi'nden ve EGİAD'dan haberler...

Beyond dergisine editörlük yapmam üniversite hayatım boyunca yaptığım en zevkli ve en yorucu iş diyebilirim. Ve ne mutlu ki bana, bu sene bir sayı ile yetinmeyip bahar dönemi içinde 12. sayıda da editörlüğüme devam edebileceğim. Bu sayıda emeği geçen herkese çok teşekkür ederim. Özellikle yardımlarını ve desteklerini eksik etmeyenlere...

Son olarak, üniversiteye gelmemizle birlikte hayat koşuşturmasının tam ortasına gelmiş bulunuyoruz. Bu koşuşturma içinde hayatta es geçtiklerimizde olmuyor değil! Bu yüzden dergide unuttuğumuz değerlere (sevgi, dostluk ve aşka) de yer verdik. Sözlerimi bir mesajla bitirmek istiyorum. Bu mesajı "Aşk mektubu" (message in the bottle) adlı filminden aldım. Ve sizlerle de paylaşmak istedim. Sizin için çok değerli olan kişilere söylemeniz dileğiyle...

"Denizdeki tüm gemilere...

... ve bekleyen limanlara.

Aileme...

...dostlarıma ve yabancılara.

Bu bir mesaj ve bir dua.

Yolculuklarım bana korkunç bir gerçeği öğretti.

Herkesin aradığı ve çok az kişinin bulunduğu...

...bir şeye zaten sahiptim

Sonsuza dek...

...sevmek için doğduğum tek insan.

Outer Banks'dan ve Mavi atlas okyanusu sırrından...

...bir insan. Benim gibi.

Kendi yaptığı kendi öğrendiği...

...basit hazinelerle zengin biri.

Sonsuza dek güvende olabileceğim bir liman.

Hiçbir rüzgar ya da sorun...

...küçük bir ölüm bile bu evi sarsamaz.

Duam, dünyadaki herkesin bu tür bir aşkı tanıması.

Ve onunla şifa bulması.

Duam duyulacak olursa tüm suçlarım...

... ve pişmanlığım silinsin.

Tüm öfke son bulsun.

Lütfen Tanrım

Amin..."

Gözde GÜRBÜZ / İngilizce İşletme 3. Sınıf





Değerli Beyond Okurları,

Dergimizin yeni sayısını sizlere sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. EGİAD'ın yeni yönetim kurulu olarak üniversite gençliği ile genç işadamlarının bu örnek birlikteliği ve işbirliği her yeni sayıda daha nitelikli bir dergiye dönüşerek gelişmektedir. EGİAD olarak her sayfasında ciddi bir emek bulunan bu çalışmaya katkıda bulunan genç kardeşlerimizi kutluyor ve bu vesile ile BEYOND'a mütevazı desteğimizin her zaman devam edeceğini belirtmek istiyorum.

Bizler EGİAD üyeleri olarak "ülkemizin geleceğine inanıyoruz" sloganını her ortamda tekrarlarken bu inancımızın dayanağı bu ülkenin geleceği olan gençlerimiz ve çocuklarımızdır. Onların Beyond benzeri yayınlarla ülkenin ekonomik, toplumsal, kültürel sorunlarına sahip çıkmaları, fikirlerini dile getirmeleri bizi çok mutlu ediyor. Üniversite gençliği bugün ülke sorunlarına karşı her zamankinden daha fazla duyarlı olmalı. Türkiye zor süreçlerden geçerken gençlik, sesini ve görüşlerini daha yüksek sesle duyurmalı.

Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecinde yaşadığımız sıkıntıları değerlendirdiğimizde aslında ülkemizin tüm kesimlerinin demokrasi, laiklik ve cumhuriyet'in diğer vazgeçilmez değerleri ışığında kenetlenmesi ve aynı hedef doğrultusunda çalışması gerekiyor. Atatürk'ün çağdaş uygarlıkların düzeyine çıkma hedefinin ne denli önemli bir vizyonu gösterdiği bugün daha iyi anlaşılmaktadır. Sanayisi, ekonomisi ve demokrasisi ile

güçlü olan toplumlar küreselleşmenin etkilerini olumlu yönde yaşarken gelişmemiş ekonomilerin içine düştüğü olumsuz durum önemli bir uyarıdır.

Değerli Beyond Okurları, sevgili gençler,

Türkiye elindeki değerleri akıllıca kullandığı takdirde bölgesel bir güç olmayı sürdürebilecek potansiyele sahiptir. Bu değerlerin en önemlisi de insan kaynağımızdır. Eğitimin, araştırma-geliştirmenin ve yaratıcı-yenilikçi düşüncenin ön planda olduğu bir ulusal kalkınma stratejisinin istikrar ve demokrasi ortamında Türkiye'yi özlediğimiz gelişme çizgisine taşıması daha da kolay olacaktır. Bu yolda biz genç işadamları ve üniversite gençliği kolkola ve öncü olmak zorundayız.

Beyond'un gelecek sayısında buluşmak üzere en iyi dileklerle sevgi ve saygılar sunarım.

E.Cemal Elmasoğlu
EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı

2006'DA BÜTÇE...

2006 yılında bütçenin denk yada cüzi bir açıklıkla kapanabileceğinin işaretleri ilkbahardan itibaren gelmeye başlamıştı. Bütçe verileri yayınlandıkça bu beklenti güçlendi. Yıl sonuna doğru az çok sayılar bile belirginleşti.

Ocak başında bütçeyi birebir yakın yansıtan nakit dengesi Hazine tarafından açıklandı. 2006'da nakit gelir ve giderler üzerinden faiz-dışı dengede 37 milyar YTL fazla, bütçe dengesinde 7.5 milyar YTL açık vardı. Özelleştirmeden ve TMSF'den gelen 11 milyar YTL eklenince Hazine hesabında borçlanma öncesinde 3.5 milyar YTL fazla çıkıyordu.

Maliye Bakanlığı 2006 yılı Merkezi Yönetim Bütçe sonuçlarını Perşembe günü yayınladı.

Faiz dışı fazla 42 milyar YTL, bütçe açığı ise 4 milyar YTL'ye çıktı. Böylece bütçe açığının milli gelire oranı yüzde 1'in altına geriledi. Bu oran 2001'de yüzde 16.5, geçen yıl yüzde 2 idi.

Türkiye mucizesi

Ne kadar vurgulasak azdır. Yakın dönem dünya iktisat tarihinde Türkiye'nin 2000 sonrası bütçe performansının bir benzerini bulmak mümkün değildir. Sıkı maliye politikası uygulaması açısından Türkiye kelimesinin tam anlamı ile "mucize" yaratmıştır.

Bu olayın kahramanı vatandaşdır. Dönem içinde gelirinden devlete ödediği vergi hızla yükselmiştir. Buna

milyar YTL bu dönemde fakirden zengine yapılan gelir transferinin tutarıdır.

Nerede hata yapıldı

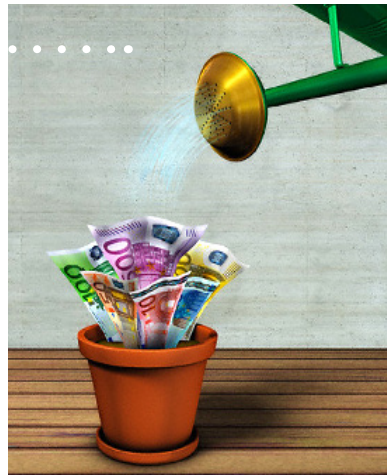
Kendi tavrımı açıklamak istiyorum. Yüksek faiz dışı fazla şeklindeki sıkı maliye politikasını ve bütçe disiplinini hep destekledim. Bugün de destekliyorum. Desteklediğim için bedelini vatandaşın ödediğini her fırsatta hatırlatmaya özen gösteriyorum.

Bir adım geriye gidelim. Bu bedel neden ödendi? Bu acı ilaç neden içildi? Düşük enflasyonla hızlı büyüyen, böylece işsizlik sorununu hafifleten ve bunu dış dengesizliklere yol açmadan gerçekleştiren bir "güçlü ekonomiye" geçmek için ödendi.

Böylece esas soruna geldik. Vatandaş kendi payına düşeni yapıyor. Sıkı maliye politikasını kabulleniyor. Ama karşılığını da bir türlü alamıyor. Bunun yerine benim "sanaysiz, ihracatsız, istihdamsız ama enflasyonist büyüme" dediğim konjonktür geliyor.

Son bütçe verileri, ekonomide bugün yaşanan sorunların sorumluluğunu bütçe ve maliye politikasının sırtına yıkılamayacağını bir kez daha kanıtıyor. Ama sorun varsa sorumlusu da vardır. Mutlaka bir yerde hata yapılmıştır.

Benim teşhisim biliniyor. Bütçede somutlaşan büyük toplumsal fedakarlığa rağmen yaşanan sorunların sorumlusu 2003 sonrasında uygulanan yanlış para po-



karşılık devletten aldığı hizmetler az çok sabit kalmıştır. Aradaki fark faiz ödemelerine gitmiştir. Vatandaşın son yedi yılda yaptığı inanılmaz fedakârlığı ölçmek için birikimli faiz dışı fazlayı kullanmıştık. 2006 sonu için yeniden hesapladım.

Bütçenin yedi yıllık (2000-2006 dönemi) faiz-dışı fazlası, Aralık 2006 fiyatları ile 233 milyar YTL'dir. Uygulanan maliye politikasının ekonomi politliğini iyi kavramalıyız. En muhtaç vatandaş bile benzin, mazot, elektrik, KDV, telefon, vs. neredeyse nefes aldığı anda devlete vergi ödüyor. Faiz ise yerli ve yabancı mali piyasa yatırımcılarına ödeniyor. Genel hatları ile 233

litikalarıdır. Hataların köküne incek şekilde para politikasının ayrıntılı analizi bu açıdan hayatidir.

"Beyond", 9 Eylül Üniversitesi İşletme fakültesi İşletme kulübü yönetici ve üyelerinin bugünün ötesine geçecek vizyon ve enerjiye sahip olduklarını kanıtıyor. Kutluyorum. Başarıların devamını diliyorum.



Asaf Savaş AKAT
akat@bilgi.edu.tr



ULUSLARARASI EKONOMİ NEYE GÖRE DEĞİŞİYOR?

Ekonomi tarihinde pazar arayışı sürekli olarak yaşanmıştır. 20. yy'da, büyük buhran ve dünya savaşlarının ara verdiğini süreç, II. Dünya Savaşı'ndan sonra tekrar yaşanmaya başlamıştır. ABD'nin ticaretin serbestleştirilmesi yönünde liderlik yaptığı Soğuk Savaş döneminde (1946-1990) sanayileşmiş ülkelerdeki ortalama koruma oranı %40'lardan %5'e gerilemiştir. İnternetin kullanımından önce dahi, telekomünikasyon ve ulaşım maliyetlerinin önemli ölçüde düşmesi dünya ticaretinin gelişimine büyük katkıda bulunmuştur. Enflasyondan arındırıldıktan sonra, 1990 yılındaki dünya ihracatı 40 yıl öncekinin 10 katı düzeyine çıkmıştır. Globalleşme, bir farkla bu süreci devam ettirmektedir. Son zamanlara kadar ülkeler birbirinden bağımsız ekonomik birimler olarak görülmekteydi. Oysa bugün, firmalar ve mali piyasalar işlemlerinde ülke sınırlarını gözardı eden bir konuma gelmiştir.

Bir ülkenin ekonomisinin, diğer ülkelerle olan ilişkilerinden ve dünya dengelerinden bağımsız olarak değişiklik göstereceğini beklemek doğru olmayacaktır. Bu nedenle de uluslararası ilişkilerin iyi irdelenmesi ve doğru adımlarla ilerlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bir ülkede borsanın bulunması ve onun dünyadaki gelişmelerden etkilenmesi küresel ekonominin bir parçası olduğu anlamını taşımaz. Örneğin Rusya'da borsanın dünyadaki dalgalanmadan etkilenmesi ve onunla

birlikte düşüp yükselmesi Rusya'nın küresel ekonomiyle bütünleşme politikası izlediği anlamına gelmez. Rusya, Putin'in gelişle birlikte, küresel ekonomiye bağlarını kopardı. Küresel ekonominin kontrolüne girmek bir yana kendisi dünya ekonomisine yön veren bir aktör olmak iddiasındadır. Dünya enerji piyasasındaki payı ve Ortadoğu'daki konumuyla dünya ekonomisinin geleceğini belirlemekteki rolünün ABD'den daha az olmadığına bilincindedir. 1990 yılına kadar hükümetler,



bireysel olarak ya da Dünya Bankası gibi çok taraflı kuruluşlar vasıtasıyla, gelişmekte olan 29 ülkeye sağlanan kredi ve dış borçların yarısını karşılarken, 1999 yılında özel sermaye girişi 136 milyar dolar ile, 22 milyar dolarlık hükümetler kanalıyla gerçekleşen sermaye akışını oldukça geride bırakmıştır. Buna ek olarak, çokuluslu (ulus ötesi) şirketler uluslararası bir birleşme ve satın alma gayreti içine girmişler ve sadece 1999'un ilk yarısında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki bu tür işlemlerin boyutu 500 milyar doları aşmıştır. Bu tutar, 1998 yılının tamamına ait miktara (544 milyar dolar) hemen hemen eşit ve 1991 yılına ait tutarın (85 milyar dolar) yaklaşık 7 katıdır. Şirket birleşmelerindeki patlamanın ardında yatan neden firmaların artık piyasaları globalleşmiş olarak görmesidir.

Global ticaret ve yatırımlar, yeni ürün, teknoloji ve işletme teknikleri ile ülkelerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ülkelerin kendi yatırım ve ticaret politikaları tabii ki en önemli faktördür. Ancak, dünya ekonomisine entegre olmak ülkelerin kalkınmalarına büyük oranda yardımcı olmaktadır.

Dünya Bankası verilerine göre, yaşadığı mali krize rağmen, Asya'da günlük geliri 1 dolar veya daha az olanların nüfusa oranı 1897'de %27 iken, 1998 yılında %15'e gerilemiştir. Diğer taraftan, dünya ekonomisiyle entegre olmamış veya ilişkilerini sınırlı düzeyde tutmuş olan Latin Amerika ve Sahra Afrika'sı ekonomileri önemli bir gelişme gösterememiştir. Hatta, Afrika'da günlük geliri 1 dolardan az olanların oranı 1987-1998 döneminde değişmemiş ve %46 gibi yüksek bir seviyede kalmıştır.

Uluslararası ticaret ve yatırımların yaşam standardını yükseltmesi, yatırım fonlarının rasyonel kullanımına ve ticaret akışının tek taraflı olmaması şartına bağlıdır. 1990'larda Asya ülkelerindeki yüksek oranlı büyümenin önemli nedenlerinden biri büyük ölçüde yabancı sermaye girişi olmasıdır. Bu ülkelerde yaşanan harcama patlaması Avrupa, Japonya ve ABD'den yapılan ithalatı önemli ölçüde artırmıştır. Ancak, büyük miktarlarda ekonomiye giren yabancı sermaye akılcı yatırımlara yönlendirilmediği, ihtiyaç olmayan fabrikalara, bina ve bürolara yatırıldığı için yabancı sermayenin bu ülkelere kaçmasıyla kriz patlak vermiş ve büyüme negatife dönmüştür.

Sonuç olarak uluslararası ekonomi; -büyük oranda- gelişmesini tamamlamış devletlerin politikalarıyla yön bulmakta ve bu yön bir günde oluşmuş projelerle gerçekleştirmektedir. İşte Ortadoğu'nun bugünkü ekonomik durumunun en özet şekliyle incelenmesi:

1. Rapid Deployment Force (1980-Carter Doktrini) "Bir dış gücün Körfez'i kontrole kalkışması, ABD'nin yaşamsal çıkarlarına saldırıdır ve askeri güç dahil, her yolla engellenecektir."

2. The Central Command (1980'ler-Reagan) ABD'de yeni ve merkezi bir komutanlık, Körfez'den ve Doğu Afrika'dan Afganistan'a kadar sorumlu. Anti-Sovyet bir ittifak çabası (Türkiye-İsrail-S. Arabistan). Suudilere ve Körfez'e milyarlarca dolarlık silah satışı.

3. Körfez savaşı S. Arabistan, ticari ve askeri alanda "kaynak çeşitliliği"ne yöneldi. Körfez Savaşı, durumu eski haline getirdi. Savaş sonrası ABD, Suudilere



10 yılda 43 milyar \$, Körfez'e 16 milyar \$'lık silah sattı. Irak'ta uçuşa kapalı bölgeler oluşturuldu.

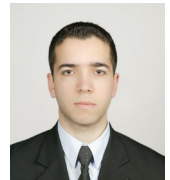
4. Afganistan Teröre karşı "ucu açık savaş" başladı. 2003 savunma bütçesi 400 milyar \$. Bunun 60 milyar \$'ı Körfez'e. Askeri tesisler Körfez'den, Hint Okyanusu'nda Diego Garcia'ya, Afrika'da Cibuti'ye, Özbekistan ve Kırgızistan'a..

Uluslararası ticaret ve yatırımların yaşam standardını yükseltmesi, yatırım fonlarının rasyonel kullanımına ve ticaret akışının tek taraflı olmaması şartına bağlıdır. 1990'larda Asya ülkelerindeki yüksek oranlı büyümenin önemli nedenlerinden biri büyük ölçüde yabancı sermaye girişi olmasıdır.

5. Irak Project for the New American Century-Neocons. Perle, Kagan, Wolfowitz, Woolsey, Cheney, Rumsfeld, Lewis Libby, Elliot Abrams, Halilzad.. Bunlar Nixon ve Ford'la da vardı.

6. "Yeni Dünya Düzeni"/"Küreselleşme"/"Orta Doğu Barış Prosesi", "Yol Haritası", "Büyük Orta Doğu Projesi", "Daha Geniş Orta Doğu/K. Afrika"...

Nezih Mustafa YUTMAZ
Ege Üniversitesi
Su Ürünleri Fakültesi 1. Sınıf
Anadolu Üniversitesi İİBF Kamu
Yönetimi Bölümü
(Açıköğretim) 3.Sınıf





KÜRESEL EKONOMİDE TALEP ETMENİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

“Küreselleşme” evrimsel ilerleyen bir olgu ancak; yaşadığı kırılmalıklar günümüzdeki bir takım uygulamalara da ışık tutuyor.

19. yüzyılda, yerel mal ve altın standardındaki düzenlemeye bağlı ve 20 yüzyılda, paraların değişim hareketlerine dayanan iki genişleme hareketi küreselleşmenin gövdesini oluşturuyor.

Milyenlerin yedinci yılında, toparlanmaya çalışan bir dünya ekonomisi içinde bulunuyoruz. Bir yandan yapısal sorunlar, diğer yandan Amerikan liderliğine dair değişimler küresel ekonomideki ana bunalımın nedenleri olarak ortaya çıkıyor.(1) Ancak, Amerikan dış politikasındaki son yaklaşımların küresel ekonomiyle ilişkisini düşünürsek... Biri ekonomik diğeri politik iki etmenin birbirlerine ne kadar bağlantılı olduğunu görebiliriz.

“Küreselleşme” evrimsel ilerleyen bir olgu ancak; yaşadığı kırılmalıklar günümüzdeki bir takım uygulamalara da ışık tutuyor. Tarihsel süreçte iki tip küreselleşme açığa çıkıyor: 19. yüzyılda, yerel mal ve altın standardındaki düzenlemeye bağlı ve 20 yüzyılda, paraların değişim hareketlerine dayanan iki genişleme hareketi küreselleşmenin gövdesini oluşturuyor.(2) Bu ikinci süreçte yaşanan önemli bir fark olarak; para değ-

Amerika'nın dolar fazlasını emecek etkenlerden birisi, bu ülkeden mal alma ya da yatırımda bulunmaktır.

Örnek olarak; Çin'in sürekli Amerikan tahvillerine yatırım yapıp bu büyümeyi finanse etmesi, anlaşılacağı gibi Washington-Pekin ilişkilerinin seyrini belirlemektedir.

şim değerlerinde görülen ivme altın gibi “gerçek” mallara endekslenmediğinden, özellikle finansal küreselleşme sözde bir büyüklük olarak karşımıza çıkmıştır.(3) İşte bu durum 20. yüzyılın sonunda mali liberalizasyon süreciyle de birleşince, spekülasyon sermaye hareketleri

önemli bir sıçrama olanağı bulmuştur.

İkinci bir sorun, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana süregelen ve petrol krizleriyle harmanlanan bir “kapasite” sorunudur. Uluslararası piyasalarda yaşanan üretim fazlası, talep yaratacak yeni pazarlar bulunmasını gerektirmiştir. Yeni pazarlar, ticaretin yanında –spekülatif para akışını hızlandıracak- mali liberalizasyonu da yaşadığı oranda küresel ekonomi için cazibe merkezi görünümü kazandıracaktır. Böyle bir durumda, yeni nesil çatışmalar sonunda görülen temel özellik, talep yaratmaya dayalı klasik emperyalizm teorisinin daha ileri bir şekli olabilir. Lenin ve Hobson'un kuramlarının konuyla ilgili yanı, kapitalizmin üst noktasına ulaşmış devletlerin yaşanan talep fazlasını emecek yeni pazarları gerektiğinde işgalle elde etmeleridir (4). Günümüze uyarlandığında, tek başına bir neden-sonuç ilişkisi kurulamamakla birlikte, ülkelerde askeri müdahalelerden sonra görülen küresel sisteme eklenme süreçleri, bize kuramın halen geçerli olabileceğini göstermektedir.

Talep yaratma etkeni uluslararası ilişkiler davranışlarını tek başına açıklayamasa da, önemli bir anahtar olacaktır. Bu konuda son yıllarda önemli örnekler görülebilmektedir. 90'larda uluslararası müdahaleye maruz kalan Bosna Hersek ve Yugoslavya'ya kabul ettirilen istikrar paketleri, iç pazarın dışa açılmasının yanı sıra, mali sermayenin liberalizasyonunu öngörüyordu. Örneğin Bosna'da yeniden yapılanma sürecini açan Dayton Anlaşmasına göre; merkez bankası başkanının IMF'den atanması gibi uluslararası yetki ikamesini getiren bir dizi karar, Balkanların uluslararası ekonomik düzene entegrasyonu yönünde gibi görünmektedir(5). Yine, Büyük Ortadoğu Projesi olarak bilinen ve Ameri-



ka Birleşik Devletleri'nin tek taraflı inisiyatifiyle oluşturulmaya çalışılan yeniden yapılanma süreci, içerisinde ticari ve mali pazarın küresel sisteme entegrasyonu içermektedir.

Burada, talep yaratma durumu biraz daha ileri götürülerek, ulusal paranın uluslararası arenadaki talebini artırmak olarak çevrildiğinde ilginç bir durum ortaya çıkacaktır. Bir dünya devletinin kendi parasının uluslararası rezerv para olma statüsünü ekonomik, siyasi, askeri tedbirlerle koruması, klasik teoriden çok farklı olsa da tamamen ilgisiz değildir. Amerika, diğer dünya devletlerinden farklı olarak ekonomik açığını sınırsız para basarak karşılayabilmektedir. Örneğin, Türkiye 100 milyon dolarlık açığı borçla finanse etmek zorunda kalırken Amerika için para basmak yetecektir. Ancak bu durum dolar fazlasını emecek uluslararası talep olduğu sürece işleyecektir. Öyleyse Amerika bu talebin devamlılığını sağlamak zorundadır.

Amerika'nın dolar fazlasını emecek etkenlerden birisi, bu ülkeden mal alma ya da yatırımda bulunmaktır. Örnek olarak; Çin'in sürekli Amerikan tahvillerine yatırım yapıp bu büyümeyi finanse etmesi, anlaşılacağı gibi Washington-Pekin ilişkilerinin seyrini belirlemektedir. Fakat ilki kadar önemli bir ikinci etken de, Amerikan dolar arzını dengeleyecek küresel petrol ticaretidir. Petrol satışı Amerikan doları ile yapıldığı ölçüde, alıcılar bu para birimini bulundurmamak durumundadırlar. Eğer dolar enerji ticaretinde kullanılmamaya başlarsa, Amerikan ekonomik büyümesi derinden sarsılacaktır. Bu yüzden, İkinci Körfez Savaşı öncesi Saddam Hüseyin'in petrol ticaretinde Euro'ya geçme kararı alması(6), aynı şekilde İran'da Euro bazlı petrol borsasının açılacak olması, Washington'un bu devletlere muhalefetinin önemli bir yönünü oluşturmuştur(7).

Kısacası, dünya hegemonlarının uluslararası davranışları ve talep etmenine bağlı ekonomi-politik yapı önemli bir ilişki içindedir. Bu talep etmeni ticari arz fazlasını ve sıcak para hareketlerini besleyebilecek yeni pazarlar tarafından oluşturulmaktadır. Ancak bir üçüncü yön, Amerikan dolarının rezerv para olma durumunu koruyacak bir finansal talepten geçmektedir. Öyleyse, Amerikan dış politikasının bu öncelikler çerçevesinde kurulmasını öngörmek akıllıca olacaktır.

DİPNOTLAR

1. Yıldızoğlu Ergin , "Feda ve Kâr", Cumhuriyet 01.01.2007 s.13
2. Yeldan Erinc , "Neoliberal Küreselleşme İdeolojisinin Kalkınma Söylevi Üzerine Değerlendirmeler", Sınırdı, yıl:1 sayı:5, s.151
3. agm, s. 151
4. Viotti Paul, Kauppi Maule, "Globalism, Dependency and the Capitalist World System", Viotti & Kauppi (edit), International Relations Theory, Boston, Allign & Bacon, 1999, s. 144
5. Özdek Yasemin , "Uluslararası Politika ve İnsan Hakları", Ankara, Öteki, 2000, s.107
6. Göküy Bülent , Rogers Poul, "İran, Irak ve Petrodoların Sonu", İstanbul, Versus Kitap, 2006, s.48
7. Yıldızoğlu Ergin , "İran Büyük Tehdit Ama Kime?", Cumhuriyet 23.01.2006 s.13



Caner TEKİN
Uluslararası İlişkiler (İng) 4. Sınıf

KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU & MADALYONUN ÖBÜR YÜZÜ



1 990'lardan başlamak üzere dünyamız tarihsel olarak üçüncü küreselleşme de diyebileceğimiz bir döneme girmiştir. Bu dönem, yani küreselleşme dönemini tarif etmek, körlerin fili tarif etmesine aşırı derecede benzemektedir. Gelişmiş ülkeler ve bu ülke merkezli uluslararası şirketler için ekonomik küreselleşme, dünya piyasasını canlandıran ve yeni ticaret alanları doğuran olumlu bir durumu nitelendirirken; azgelişmiş ülkeler ve bu ülkelerin yerel sermaye grupları için de nispeten tehlikeli ve zararlı bir niteliğe bürünmektedir.

Küresel ekonomi bir canavar mı, yoksa bir modernleşme aracı mı?

Bu soru küreselleşmenin geneline sorulan ve cevabı uzun süredir bulunamayan sorulardan biridir. Küresel ekonominin beraberinde getirdiği iş olanakları, dünya piyasalarına açılma şansı gibi "olumlu" etkileri değerlendirdiğimizde gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelerin küresel ekonomi adını verdiğimiz uluslararasılaşmadan belli bir oranda çıkar sağladıklarını söyleyebiliriz. Oysa, madalyonun öbür yüzüne baktığımızda küresel ekonominin rekabetçi ortamı söndürdüğü, yerel sermaye gruplarını kendi baskısı altına alarak üretimden ve piyasadan dışladığı bir süreci görmekteyiz. Küresel ekonominin parçası olmak ve getirip götürdüklerini tartışmasız bir biçimde kabullenmek beraberinde modernleşmeyi hızlandırmakta ve gelişmeyi canlandırmaktadır diyenlere karşı; küresel ekonominin ulusal pazarı sömüren bir araç olarak kullanıldığı ve olumsuz etkileri nedeniyle ulus-devletin güç kaybettiğini iddia edenler çoğunluktadır.

Ekonomik küreselleşme beş fonksiyondan oluşur.

Bunlar; uluslararası ticaret, finansal akım, iletişim, ulaşım ve nüfus hareketliliği olarak sıralanabilir. Özellikle 1990'lardan sonra hızlanarak artan uluslararası ticaret, beraberinde pek çok ülkenin de küresel piyasaya dahil olması sürecini getirmiştir. Uluslararası alanda söz sahibi olan ülkelere baktığımızda genelde uluslararası ticarete payı yüksek olan ülkelerin bu sınıfa girdiğini görmekteyiz. Fakat, uluslararası ticaretin en önemli eksikliği istatistiklerde her zaman gözden kaçmakta-





dır. Bu da, üretim araçlarını yıllar süren yapısal değişkenlere bağlı olarak maksimum düzeyde tutmuş olan ülkelerin üretimi daha da hızlandırmış oldukları gerçektir. Dolayısıyla, küresel ekonomi sayesinde zaten az gelişmiş olan ve üretim gücü düşük ülkelere bir sihirli değnek değmemiş ve 1990 öncesinde az üreten ülke yine az üretmeye devam etmiştir. Bu nedenle, küresel ekonomi, serbest piyasanın halihazırda canlı olduğu ve üretim araçlarının en üst seviyede kullanıldığı gelişmiş

Yabancı yatırımların sıcak para halinde gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere gelmesi de diyebileceğimiz bu durum, beraberinde uluslararası şirketlerin daha da güçlenmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. Çok Taraflı Yatırım Anlaşması (MAI)' da denilen ve küresel şirketlerin, işgücü yüksek olan az gelişmiş ülkelerle imzaladığı anlaşma metni de, aslında küreselleşmenin hal-i pür melalini gözler önüne sermektedir.

ülkelerin ellerindeki malları uluslararası ticaret yoluyla az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere daha kolay satmaları için gerekli olan yolları açmaktan başka bir işe yaramamıştır. Zengin olan daha da zenginleşmiş, fakir olan daha da fakirleşmiştir.

Bir diğer fonksiyon olarak nitelendirdiğimiz finansal akımların artış sürecini incelediğimizde de benzer bir durumla karşılaşırız. Yabancı yatırımların sıcak para halinde gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ve azge-

lişmiş ülkelere gelmesi de diyebileceğimiz bu durum, beraberinde uluslararası şirketlerin daha da güçlenmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. Çok Taraflı Yatırım Anlaşması (MAI)' da denilen ve küresel şirketlerin, işgücü yüksek olan az gelişmiş ülkelerle imzaladığı anlaşma metni de, aslında küreselleşmenin hal-i pür melalini gözler önüne sermektedir. Söz konusu anlaşmaya göre bir uluslararası şirket, yatırım yaptığı bir ülkede çalıştırdığı işçiler grev ya da sendika kurma yoluna gidip daha fazla ücret ya da çalışma koşullarında iyileşme talep



ettiklerinde, şirket istediği zaman oradaki fabrikasını kapatıp başka bir ülkeye geçme hakkına sahip olacaktır. Anlaşmanın diğer bir önemli maddesi de uluslararası şirket ile yerel ülkedeki işçi arasındaki bir davanın, yine bu uluslararası şirket tarafından belirlenmiş ve Tahkim adı da verilen bir uluslararası mahkemede görüleceğinin kabul edilmiş olmasıdır. Kısacası, yatırım yapan şirket ya da uluslararası sermaye; ulus-devlet mahkemelerini tanımamakta ve işçilerin haklarını hiçe saymaktadır. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler de bu durumu kabullenip, sermayenin gelmesini yeterli bulmaktadır. 1990'lardan sonra dünya genelinde artan finansal akımın arka yüzünde cereyan eden bu gelişmeler, küreselleşmenin iddia edildiği gibi insancıl bir yüzü olmadığını da açıkça ortaya koymaktadır.

Üçüncü fonksiyon olan iletişim teknolojilerinin yoğunluğu da benzer nitelikler sergilemektedir. Teknoloji üreticisi ülkeler Soğuk Savaş döneminden beri devam eden üretim yöntemlerini kullanarak, küresel dalga sonrası artan bir hızla iletişim teknolojilerini baskın hale getirmişler ve az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeleri birer pazar olarak görmüşlerdir. Bu aşamada üç grup ülkeden bahsedilebilir.

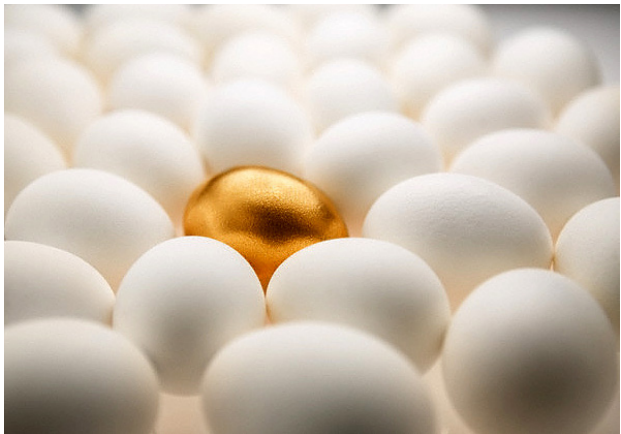
Birinci grup söz konusu teknolojileri üreten ve pazarlayanlar, ikinci grup bu teknolojileri benimseyip üretenlerden satın alanlar, üçüncü grup ise teknolojiye ayak uyduramayıp iletişim sektöründe geri kalan ülkelerdir. Dolayısıyla, her ne kadar gittikçe artan bir iletişim teknolojileri çağından ve "bilgi toplumu"ndan söz ediliyor olsa da, madalyonun öbür yüzünde yine gelişmiş ülkelerin çıkarlarının ön planda tutulduğu bir süreci görmekteyiz.

Benzer bir durum, ulaşım ve nüfus hareketliliği örneklerinde de görülmektedir. Yeni ulaşım araçlarından faydalanan grup; gerek iş, gerekse turizm amaçlı bir hareketlilik içinde bulunan toplumlarda küreselleşmenin öbür yüzünün temsilcileridirler. Şöyle ki, uluslararası sermayenin çalıştırmak için kendi ülkesine getirdiği işçi sayıları son yıllarda hızlanarak artmaktadır. Ucuz işgücünün olduğu ülkelerden dönemlik getirtilen bu emek sınıfının küreselleşmeden olumlu etkilendiğini söylemek gayet naif bir tutum olacaktır. Küresel sermaye, bu noktada işgücünün ucuz olduğu ülkeye doğrudan yabancı yatırım yoluyla girmekte ve yukarıda da belirtmiş olduğum gibi, çıkarları tehlikeye düştüğü anda hareket özgürlüğü çerçevesinde yatırımlarını sona erdirebilmektedir.

Sonuç olarak baktığımızda küresel ekonominin zenginleştirici, refah seviyesini arttırıcı etkilerinin gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkeler açısından düşük seviyelerde seyrettiği ve bu ülkelerin ancak küresel sermayenin çıkarlarına hizmet ettiği ölçüde zenginleştirildiği görülmektedir. Küresel ekonomi içindeki haksız rekabetin sonuçlarından biri olarak zenginlerin daha zengin, fakirlerin ise daha fakir olduğu gerçeği gözler önündedir. Unutulmaması gereken nokta, bir ülkenin GSMH oranlarındaki yükselişe bakarak o ülkenin zenginleştiğini iddia etmenin, gelişmiş ülkeler ve küresel sermayenin zenginliği gözönüne alındığında gayet naif bir tutumdur. İktisatçılarımızdan beklentimiz, bu tutumu bir kenara bırakarak; küresel ekonomi içinde rekabet gücünün artırılması için gerekli düzenlemelerin yapılması ve ülkemizin bu pastadan alacağı payın artırılması için stratejiler üretmeleridir.

Çok Taraflı Yatırım Anlaşması (MAI)'de denilen ve küresel şirketlerin, işgücü yüksek olan az gelişmiş ülkelerle imzaladığı anlaşma metni de, aslında küreselleşmenin hal-i pür melalini gözler önüne sermektedir. Söz konusu anlaşmaya göre bir uluslararası şirket, yatırım yaptığı bir ülkede çalıştırdığı işçiler grev ya da sendika kurma yoluna gidip daha fazla ücret ya da çalışma koşullarında iyileşme talep ettiklerinde, şirket istediği zaman oradaki fabrikasını kapatıp başka bir ülkeye geçme hakkına sahip olacaktır. Anlaşmanın diğer bir önemli maddesi de uluslararası şirket ile yerel ülkedeki işçi arasındaki bir davanın, yine bu uluslararası şirket tarafından belirlenmiş ve Tahkim adı da verilen bir uluslararası mahkemede görüleceğinin kabul edilmiş olmasıdır.

Araş. Gör. Evren ALTINKAŞ
DEÜ İŞL. FAK.
ULUSLARARASI İLİŞKİLER



GELİŞEN EKONOMİLERİN SORUNU: CARI AÇIK

Türkiye ekonomisi yakaladığı ekonomik performans ve yıllık ortalama yüzde 7,8 büyüme hızı ile günümüzde OECD ülkeleri içinde en hızlı büyüyen ekonomiler arasında yer alıyor. Fakat bu tablo aynı zamanda kritik bir duruma da işaret ediyor: gün geçtikçe artan cari açık sorunu.



Cari açık nedir?

Cari açık sorunu ile ilgili güncel verilere ve çeşitli önerilere geçmeden önce, cari açığın diğer bir ifadeyle ödemeler bilançosu açığının tanımını yapmanın ve ilgili kavramları vermenin anlaşılabilirlik açısından daha iyi olacağını düşünüyoruz.

İthalat ve ihracatın yapıldığı dışa açık bir ekonominin dış dünya ile iktisadi ilişkilerini gösteren tabloya ödemeler bilançosu denir. Bu bilanço beş bölüme ayrılır: sermaye hesabı, cari hesap, finans hesabı, rezerv varlıklar, net hata ve noksan.

Sermaye hesabı, cari dengenin finansmanını sağlayan bölümdür. Cari açığı büyüyen bir ekonomi sermaye hesaplarını da büyütme zorundadır; fakat sermaye hesapları büyüyen bir ekonominin dışa bağımlılığı da artar.

Cari işlemler açığı, ödemeler bilançosunun bir bölümünü oluşturan cari işlemler hesabının eksi değer alması durumunda ortaya çıkar. Yani, ülkenin ihraç ettiği mal ve hizmetlerden elde ettiği ödeme, ülkenin yurtdışından ithal ettiği mal ve hizmetlere yaptığı ödemeden azdır. Diğer bir ifadeyle yatırım ve tüketim harcamalarımızı finanse etmek için gerekli tasarruflarımızın az olması sonucu dışarıdan borç almışız diyebiliriz.

İthalat ve uluslararası şirketlerin kâr çıkışları gibi farklı yoldan ülkeyi terkeden döviz çıkışları cari açık miktarını arttırırken, ihracat ve turizm, gurbetçi dövizleri gibi farklı yollardan gelen döviz girişleri cari açığın kapanmasına yardımcı olur. Finanse edilemeyen açıklar ülkelerde ekonomik krizlere yol açar. Söz konusu duruma örnek olarak 1994 ve 2001 krizlerini örnek verebiliriz.

Diğer bir önemli konu cari açık ile ekonomik büyüme arasındaki güçlü bir ilişkidir. Bu iki gösterge genel olarak aynı dönemde benzer eğilimleri gösterirler. Ülke ekonomilerinin hızlı büyüme seyrine girdiği dönemlerde, toplum ekonominin büyümeye başlamasından dolayı olumlu beklentiler içine girer ve bu da tasarruf oranını düşürür ve cari açığın artmasına neden olur. Aşağıda Türkiye'nin cari açık ve büyüme oranı ilişkisini geçmiş yılları da temel alarak incelemek amacıyla tablo verilmiştir.

Türkiye'de Cari Açığın ve Büyümenin 1989–2005 Yılları Arasındaki Gelişimi

Yıllar	Büyüme Oranı (%)	Cari Açık (Milyon dolar)
1989	1,6	938
1990	9,4	-2625
1991	0,3	250
1992	6,4	-974
1993	9,1	-6433
1994	-6,1	2631
1995	8,6	-2339
1996	7,1	-2437
1997	8,3	-2638
1998	3,9	1984
1999	-6,1	-1344
2000	6,9	-9819
2001	-9,5	3390
2002	7,9	-1522
2003	5,9	-6808
2004	9,9	-15647
2005	7,6	-23310

Alper Akalın, Cari Açık, 18 Temmuz 2006;

Tablodan görülebileceği gibi büyüme oranının arttığı yıllarda cari açıkta da bir artış görülmüştür. 1990 yılında büyüme oranı %9,4 olarak gerçekleşirken, cari açıkta da önceki yıla göre yüksek bir artış gözlenmiştir. 1991 yılında düşen büyüme oranıyla birlikte cari işlemler hesabı, artı değer almış yani kapanmış hatta üstüne cari fazla verilmiştir. Dikkat çekici diğer bir husus ise geride bıraktığımız son 15 yıl içerisinde verilen en büyük cari fazla oranı 3 milyar 400 milyon dolara yakın rakam ile 2001 yılı. Ülke ekonomisi yakın tarihinin en ciddi krizini yaşadığı dönemde en büyük cari fazlasını vermiş.

Peki, cari açık nasıl sorun olmaktan çıkar?

Cari açık sorununu ortadan kaldırmak için iki seçeneğimiz vardır; ilki cari açığa razı olup onu finanse etmeye çalışmak. 2003 yılından itibaren iç talep artışıyla hareketlenen ekonomimiz, enflasyonun tek haneye düşmesi ile yabancılar için göreceli olarak getirisi daha cazip olan piyasalarımıza sıcak para olarak isimlendirilen fonlar gelmeye başladı. Cari açığımızın finansmanında bu fonlar büyük önem taşıyor. Bu noktada doğan problem ise bu sermayenin yarın ülkeden çıkıp gidemeyeceğini kimse garanti edemiyor.

Diğer bir alternatif ise cari açığı azaltmaya yönelik önlemler almak. Bu durum üç yolla sağlanabilir. İlk seçenek Merkez Bankası'nın döviz piyasasına müdahale etmesi, döviz satın alması ve kuru yukarıya çekmesi. Bu durumda kurların yükselmesiyle ithal mal yurtiçine kıyasla pahalı hale gelir, ihraç mallarımız yabancı için daha ucuz konuma gelir, yani ithalat kısılır, ihracat artar. Cari açığı azaltmak için diğer bir yol, Merkez Bankası'nın gösterge faizi düşürerek piyasa faizlerinin düşüşüne yol açması ve bu yolla dövizden Türk Lirası'na akımı yavaşlatarak kurun yükselmesini sağlaması.

Başka bir alternatif ise iç vergileri artırarak talebi ve dolayısıyla ithalatı kısmak. Bu yolla dış talep kısıldığı gibi iç talep de kısılmış olur.

Yukarıda saydıklarımız sadece mevcut olasılıklardır. Yapılması gerekenlerin başında şu anki cari açığımızı

finanse eden yabancı fonların kesilmesine, kaçmasına sebep olacak siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklardan uzak durmak geliyor. Bununla beraber Türk sanayicilerin yapısal sorunlarına çözüm bulup maliyetlerini düşürmesiyle dış piyasalardaki rekabet güçlerinin ve ihracat hacminin artırılması diğer önemli bir konudur.

Bu noktada cari açığı kapatmak için ihracatımızı arttırmalı ve ithalatımızı da azaltmalıyız. Kur politikasına ilişkin olarak ise istikrarlı olmamız önemli, fakat baktığımızda bugünkü kur aşırı değerlenmiş bir YTL'yi işaret ediyor ve bu durumda Türk sanayicisine, üreticisine rekabette güçlük yaratıyor.

Faizlerin yüksek olması tasarruf etmek yerine tüketimi teşvik ediyor. Ayrıca düşük kur yerli tüketim malından yabancı tüketim malına geçişi (substitution effect) sağlamakla kalmayıp aynı zamanda toplam tüketimi de arttırıyor (income effect). İç tasarruflar azalıyor, ekonomi dışarıdan yabancı sermayeye ihtiyaç duyuyor. Dış borçlanmanın etkisiyle cari açık artıyor.

Kaynakça:

- "Derviş: Cari açık düşürülmeli", Radikal gazetesi, 8 Mart 2006
Mahfi Eğilmez, "Cari açık ve portföy sepetleri", Radikal, 14 Mart 2006
İsmet Berkan, "Cari açık nasıl düşer?", Radikal, 16 Mart 2006
Fatih Özatay, "Cari açık için yapılabilecekler", 17 Nisan 2006
Mahfi Eğilmez, "Cari açık ve vergi", 24 Ağustos 2006
Fatih Özatay, "Cari açık sorunu için çözümler (4)", 27 Ağustos 2006
"Cari açıkta bu yılki hedef aşıldı", RADİKAL, 8 Kasım 2006
Baran Tuncer, "Cari açığı hafife almayın", RADİKAL, 19 Kasım 2006
Mahfi Eğilmez, "Cari açık nedir?", Radikal, 21 Kasım 2006
Uğur Gürses, "Cari açık, yabancılar, AB..", Radikal, 29 Kasım 2006
<http://www.siyasal.org>

Elçin BAYRAKTAR,
Begüm ÖZYOL, E.Ezgi BEKTAŞ
İngilizce İşletme 3. Sınıf





Türkiye’de finans sektöründe son zamanlarda yaşanan gelişmeler milli bankalar açısından tehdit mi yoksa fırsat mı olduğu tartışmalarını da beraberinde getirdi. 2001 yılında yaşanan krizin ardından dünyanın en büyük bankacılık gruplarından HSBC Bank’ın Demirbank’ı almasıyla başlayan süreç, özellikle son iki yılda çok hızlandı. CNNTURK’ün 18 Ekim 2006 tarihli haberine göre bankacılık sektöründe son iki yılda toplam 11 hisse devri ve satış gerçekleştirildi.

YABANCI BANKA ALARMI

Başbakan Yardımcısı Abdüllatif Şener, bankacılık sektöründeki yabancı sermaye payının önümüzdeki 6 ayda yüzde 30’a çıkacağını söyledi. Sektörde şu anda onaylanmış yabancı sermaye oranının yüzde 15 olduğunu belirten Şener, borsa paylarıyla birlikte bu oranın yüzde 31’e yükseldiğini söyledi.

Aşağıdaki tabloda Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların sektör içerisindeki payları verilmiştir. Tabloya baktığımızda yabancı payı ve aktifteki payı en yüksek bankanın Garanti Bankası olduğunu görmekteyiz.

Yabancı bankaların Türk bankacılık sektörü içerisindeki payları ise şöyle:

Banka ismi	Aktifteki payı (%)	Yabancı payı (%)
Garanti Bankası*	9.2	4.6
Yapı Kredi Bankası*	6	3
Koçbank *	3.7	1.85
TEB*	1.4	0.7
Finansbank	3.1	3.1
Fortis	1.7	1.7
HSBC	2	2
Citibank	0.6	0.6
Diğer	0.9	0.9
Denizbank	2.4	2.4
Şekerbank*	0.8	0.4
Tekfenbank	0.2	0.2
MNG Bank	0.1	0.1
Akbank	13.2	23.83
Toplam	45.3	21.19

*Yüzde 50-50 ortaklık varsayımıyla

*Kaynak Referans gazetesi

Bankacılık tarihimize baktığımızda Türkiye’de ilk bankacılık hizmetlerini başlatanların yabancılar olduğunu görürüz. Hatta bu bankalardan biri olan Osmanlı Bankası uzun süre Osmanlı Devletinin ardından Türkiye Cumhuriyeti’nin merkez bankası rolünü üstlenmiştir. Yabancı bankalar Cumhuriyetin ilanına kadar sürdürmüş oldukları politikalarla piyasaya hakimlerdi. Fakat 1929 ekonomik bunalımıyla piyasadaki etkinliklerini kaybettiler. 1924-80 yılları, Türk yatırımcıları destekleme ve yabancı yatırımları engelleme politikaları nedeniyle, oldukça dar bir alanda faaliyet göstermelerine neden olmuştur. Fakat 24 Ocak

1980 tarihli ekonomik ve siyasi kararların hemen ardından yabancı bankalar yaygın bir şekilde faaliyet göstermeye başlamışlardır.

Son iki yılda ülkemizde gerçekleşen satın alma ve ortaklıklara baktığımızda:

* 17 Ekim 2006: ABD’li finans devi Citigroup , Akbank’ın yüzde 20’sini 3.1 milyar dolara satın almak üzere anlaşta.

* 4 Eylül 2006: MNG Bank’ın yüzde 91 hissesinin Lübnanlı Hariri ailesinin iki bankacılık iştirakine 160 milyon dolara satılması için 4 Eylül’de BDDK’ya başvuru yapıldı. Satış sonrasında Arab Bank, MNG’nin yüzde 50’sine, Bankmed ise yüzde 41’ine sahip olacak. Yani, MNG Bank’ın yüzde 91 hissesi, Lübnanlı Hariri Ailesi’ne ait BankMed ve ailenin yüzde 15 oranında ortak olduğu Arab Bank’a satıldı

* 31 Ağustos 2006: Uluslararası yatırım bankası Merrill Lynch, Tat Yatırım Bankası’nı (Tatbank) ve bankanın aracı kurumu olan Tat Menkul’ü satın almaya karar verdiğini açıkladı

* 3 Temmuz 2006: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF), 3 Temmuz’da yaptığı açıklamada Uzan Grubundan haczedilen Adabank’ın yüzde 99.99 hissesini Kuveyt merkezli The International Investor şirketine 45.1 milyon YTL ile satıldığını açıkladı.

* 30 Mayıs 2006: Fransa-Belçika finansal hizmetler grubu kamu ve yerel yönetim altyapı finansörü Dexia, Denizbank’ın Zorlu Holding’in elindeki yüzde 75 hissinin 2.44 milyar dolara alımı konusunda Zorlu Holding’le anlaşta.

* 8 Mayıs 2006: Tekfenbank’ın yüzde 70’inin, Yunanistan’ın aktifler açısından en büyük üçüncü, piyasa değeri açısından ikinci bankası olan EFG Eurobank’a satışı konusunda EFG Eurobank ile Tekfenbank’ın sahibi Tekfen Holding anlaşmaya vardı.

* 3 Nisan 2006: Finansbank’ın yüzde 46’sı, Yunanistan’ın aktif büyüklüğü açısından en büyük bankası olan National Bank’a 2.3 milyar euroya satıldı.

*13 Aralık 2005: İsraili Bank Hapoalim Cingilloğlu’na

ait C Bank'ın yüzde 57.55'ini 113 milyon dolara satın aldı. Bankanın yeni adı Bank Pozitif oldu.

* 28 Eylül 2005: İtalyan Unicredit ile Koç Holding'in yarı yarıya ortaklığı olan Koçbank, Yapı Kredi Bankası'nın yüzde 57.42'sini 1.182 milyar euro bedelle satın aldı.

* 24 Ağustos 2005: Garanti Bankası'nın ana hissedarı Doğu Holding, General Electric'in (GE) iştiraki GE Consumer Finance ile, 1 milyar 555 milyon dolara Garanti'nin hisse senetlerinin yüzde 25.5'ini satın aldı.

* 11 Nisan 2005: Bankacılık ve sigortacılık sektörlerinde faaliyet gösteren Hollanda-Belçika finansal grubu Fortis, Dışbank'ın yüzde 89.34 hissesini satın alınması konusunda anlaşma imzaladı. Kısaca, Dışbank'ın yüzde 89.34'ünü temsil eden hisseleri, 880 milyon 25 bin euroya Fortis'e satıldı.

* 10 Şubat 2005: Fransız BNP Paribas, Türk Ekonomi Bankası'nın (TEB) yüzde 84.25'ine sahip olan TEB Mali Yatırımlar'ın yüzde 50'sini 216.8 milyon dolara satın aldı. Böylece BNP Paribas, TEB'in de yüzde 42.12'sine sahip oldu.

* Şekerbank'ın yüzde 33.98 hissesi, Kazak Bank Turan Alem Group'a 424 milyon 733 bin YTL karşılığında satıldı.

Şu günlerde de Oyakbank'ın satışı söz konusudur. Oyakbank Genel Müdür yardımcısı Ergun Okur Bankanın yüzde 50 ihtimalle satışının Fransız Credit Agricole ile olacağını açıkladı.

Uzmanların görüşler'ne göre, banka satışlarına damgasını vuracak olan olay Halkbank'ın özelleştirilmesi olacaktır. 850 bin küçük ve orta ölçekli müşterisi ve 23,3 milyar dolarlık aktif büyüklüğü ile Türk bankacılık sektörünün 6. büyük bankası olan Halkbank, yerli yabancı tüm kuruluşların dikkatini çekmektedir. Ayrıca, Halkbank'ın 523 şubesi ve 11 bin çalışanı bulunmaktadır. KOBİ bankacılığı konusunda uzman bu bankanın satışından yalnızca bankacılık sektörü değil, sanayi kesimi de ciddi şekilde etkilenecek. Oyakbank ve Alternatifbank'ın ardından Halkbank'ın satılmasıyla sektördeki yabancı payının yüzde 50'ye ulaşacağı düşünülmektedir. Türkiye'deki bankalara kâr açısından bakıldığında, bankacılık sektörünün net karında rekor düzeyde artış yaşandığı ve en yüksek artışın da yabancı bankalarda gerçekleştiği görülmektedir. Çoğunluk hisseleri ve yönetim kontrolü yabancılardan elinde olan bankaların 2005 yılının ilk dokuz ayında 422 milyon YTL olan brüt kârları 2006 yılında 1

milyar 303 milyona YTL, net kârları ise 1 milyar 64 milyon YTL'ye yükseldi. Yabancı sermayeli bankaların brüt karındaki yüzde 130 ve net kârı da yüzde 152 oranında arttı. Söz konusu artışın özellikle 2006 temmuz ayında devir işlemleri tamamlanan Finansbank'ın yabancı sermayeli banka olarak sınıflandırılmasının da büyük etkisi olduğu belirtiliyor. (ANKA, 29 Kasım 2006)

Aşağıda ki, tabloda belirtildiği üzere, yabancı sermayeli bankaların sektör toplamı içindeki payı son on yılda yüzde 25 etrafında dalgalanmaktadır. 1990'da 23, 1995'te 18, 2004 yılı sonu itibarıyla 13 adet yabancı banka bulunmaktadır. Yabancı banka sayısı azalmasına rağmen toplam banka sayısı göz önüne alındığında oransal olarak çok fazla değişim söz konusu değildir.

Sonuç olarak, bankacılık sektörü toplam mali sektör aktifleri içinde yüzde 75 civarında paya sahip bulunmaktadır. Yabancı bankaların bankacılık kesiminin toplam aktifleri içindeki payı 1992'de yüzde 3,7'den 2000 yılında yüzde 5,4'e yükselmiştir. Bununla birlikte yabancı bankaların sektör içindeki ağırlığı Türkiye ile benzer gruptaki ülkelerle karşılaştırıldığında halen düşük düzeydedir. Ve şu an için yabancı bankaların sektördeki payları konusunda endişelenecek bir durum söz konusu değildir.

Kaynakça

Yayla M., Kaya Türker Yasemin, Ekmen İbrahim, ARD Çalışma Raporları: 2005/6, Bankacılık Sektörüne Yabancı Girişi: Küresel Gelişmeler ve Türkiye. Eylül 2005.

Dikbaş Kadir, Aksiyon Dergisi. Sayı: 624 - 20.11.2006, TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu raporları

Çakır Vesile, TCMB Yabancı Sermayeli Banka Girişleri ve Ulusal Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Ankara, Aralık 2003.

Alp, Aysel. Bankacılıkta yabancı payı yüzde 50'yi bulur, <http://www.ekonomist.com.tr/finans/02574/>

CNNTURK, Türk bankaları kapış kapış, 18 Ekim, 2006 09:28:00

[http://www.cnnturk.com / EKONOMI/GENEL/haber_detay.asp?PID=40&haberID=24781](http://www.cnnturk.com/EKONOMI/GENEL/haber_detay.asp?PID=40&haberID=24781) <http://www.bddk.org.tr/turkce/linkler/ybankatemsilcilik.htm>

<http://www.bddk.org.tr/turkce/linkler/bankalarveofklar.htm>

Gözde GÜRBÜZ &
Meltem ÖZÜLERİĞİDEN
İngilizce İşletme 3. Sınıf



Türkiye'deki Yabancı Bankalara ve Bankacılık Sektörüne İlişkin Bilgiler(1990-2003)

	Yabancı Bankalar			Toplam Sektör		
	Banka Sayısı	Şube Sayısı	Personel Sayısı	Banka Sayısı	Şube Sayısı	Personel Sayısı
1990	23	113	3.012	66	6.560	154.089
1991	21	108	3.011	65	6.477	152.901
1992	20	109	3.010	69	6.206	146.823
1993	20	108	2.408	70	6.212	143.983
1994	20	105	3.256	67	6.087	139.046
1995	18	104	2.985	68	6.241	144.793
1996	18	104	3.170	69	6.442	148.153
1997	18	116	3.799	72	6.819	154.864
1998	18	115	4.051	75	7.370	166.492
1999	19	121	4.185	81	7.691	173.988
2000	18	117	3.805	79	7.837	170.401
2001	15	233	5.395	61	6.908	137.495
2002	15	206	5.416	54	6.106	123.271
Eyl.03	15	211	5.430	51	5.968	122.964

BAKÜ - TİFLİS - CEYHAN HAM PETROL BORU HATTI PROJESİ & BÖLGESEL POLİTİKALARI

Teknoloji gelişimi ve küreselleşme, ülkeleri yeni enerji kaynakları arayışına ve yeni stratejik planlar yapmalarına zorlamaktadır. Sürekli artmakta olan enerji talebini karşılaya bilmek için dünyanın önde gelen ülkeleri yarışa girmiştir. Türkiye’de bu konuda sahip olduğu jeofizik yapısının yanısıra Gürcistan ve özellikle Azerbaycan’la olan iyi ilişkilerini kullanarak çabalarını, Hazar Havzası zengin hidrokarbon rezervlerini batı piyasalarına taşıyacak ekonomik, güvenli ve çevreye duyarlı taşıma sistemlerinin geliştirilmesine odaklanmıştır. Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı Projesi bu çabaların sonucu hayata geçirilmektedir.

tışmalar yaşanmıştır. Özellikle Ermenistan ve onu destekleyen birkaç devlet, hattın Gürcistan’dan değil de Ermenistan üzerinden geçmesini istemekteydiler. Dünyanın önde gelen ekonomistleri ve politikacıları Ermenistan’ın yanlış politika yürüterek bölgenin enerji projelerinden uzakta kalmasını uzun vadede ekonomilerini olumsuz etkileyeceğini belirttiler.

Projenin Türkiye İçin Önemi

Projenin Türkiye için hem ekonomik hem de büyük bir politik önemi vardır. BTC Projesi’nden sağlanacak dolaylı kazançlar bir yana bırakılırsa, Türkiye’nin, bu projeden “geçiş vergisi ve işletmecilik hizmetleri” kar-



Bakü-Tiflis-Ceyhan HPBH Projesi kapsamında; Bakü’den başlayıp, Ceyhan’da son bulacak bir boru hattı ile başta Azeri petrolü olmak üzere bölgede üretilecek petrolerin Ceyhan’a taşınması ve buradan da tankerlerle dünya pazarlarına ulaştırılması planlanmaktadır. Bu proje doğu batı arasında bir enerji koridoru yaratmakla kalmayıp, bölge ülkelerinden dünya pazarına hem doğal gaz ve petrol ihracı hem de diğer bölgesel projelere öncülük edecektir. BTC HPBH ile hem Türkiye’nin jeopolitik önemi artacak hem de Azerbaycan ve Gürcistan’ın siyasi ve iktisadi istikrarına katkı sağlayacaktır. Proje ile Azerbaycan, dünya genelinde sayılı üreticiler arasına girerken, Gürcistan’da en önemli geçiş ülkesi olarak ön plana çıkacaktır.

Proje gerçekleştirilmeden önce projeye ilgili çok tar-



şılığında; taşınacak kapasiteye bağlı olarak, 1 ile 16. yıllar arasında 140 milyon \$ ile başlayıp 200 milyon \$'a ulaşan, 17 ile 40. yıllar arasında ise 200 milyon \$ ile başlayıp 300 milyon \$ civarına çıkan bir yıllık gelir elde etmesi beklenmektedir. Özellikle 50 MT'luk maksimum yıllık kapasiteye ulaşıldığında BTC'den sağlanması beklenen gelirin, Irak hattından sağlanan gelirin üzerinde olacağı öngörülmektedir. Bu rakamlar, BTC'nin Türkiye açısından önemini somutlaştırmaktadır. Projenin Türkiye'den geçmesi, hem Türk şirketlerine hem de bölge ahalisine çalışma ve iş imkânı sağlamaktadır. Ayrıca politik olarak yenilenen enerji dengesi Türkiye'nin stratejik önemini de ortaya çıkarmaktadır. Türkiye, 21. yüzyıla girerken Hazar bölgesi enerji kaynaklarının dünya pazarlarına naklinde istikrarlı ve güvenilir bir ülke konumunda olmasıyla doğu-batı enerji koridoru üzerinde stratejik bir rol üstlenmiştir. BTC ile Türkiye jeopolitik gücünü daha da sağlamlaştırmıştır.

Projenin Güzergâhın Geçtiği Yörelere Halk İçin Önemi

Projenin sosyal amacı, projenin inşaatı ve işletimi aşamasında meydana gelebilecek olan olumsuz etkilerden kaçınmak, bu mümkün değilse olumsuzlukları en aza indirmek ve olumlu etkileri arttırmaktır. Sosyal etkilerin değerlendirilmesi amacıyla güzergâh boyunca doğrudan etkilenen yerleşim yerleri ve ilgili otoritelerle istişare toplantıları yapılmış, anketler uygulanmış halkın projeye karşı tutumu, endişeleri belirlenmiş ve yerleşim yerlerinin sosyal yapıları ortaya konmuştur. Araştırma sonuçları ve alınacak önlemler ÇED (Çevresel Etki De-

Projenin Türkiye'den geçmesi, hem Türk şirketlerine hem de bölge ahalisine çalışma ve iş imkânı sağlamaktadır.

Ayrıca politik olarak yenilenen enerji dengesi Türkiye'nin stratejik önemini de ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye, 21. yüzyıla girerken Hazar bölgesi enerji kaynaklarının dünya pazarlarına naklinde istikrarlı ve güvenilir bir ülke konumunda olmasıyla doğu-batı enerji koridoru üzerinde stratejik bir rol üstlenmiştir. BTC ile Türkiye jeopolitik gücünü daha da sağlamlaştırmıştır.

ğerlendirmesi) Raporu içinde yer alan Halkla İlişkiler Yönetim Planları'na yansıtılmıştır. Dünya Bankası standartlarında hazırlanan ÇED Raporu, 17 Eylül 2002 tarihinde T.C. Çevre Bakanlığı'nın onayına sunulmuş ve 18 Ekim 2002 tarihinde, T.C. Çevre Bakanlığı tarafından onaylanmıştır. Bu tarihten itibaren, Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı Projesi'nin, özellikle finansmanın sağlanmasında etkin olan temel şartlardan, Dünya Bankası'nın öngördüğü çevre standartlarının gerektirdiği nitelikleri yakalamak amacıyla; gözlem, kontrol ve geliştirme çalışmaları aralıksız devam etmektedir. Söz konusu çevre standartlarının uygulanmasında kontrolü sağlamak amacıyla proje direktörlüğünün bu konuda



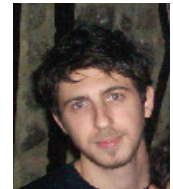
uzman bir şirket ile sözleşmesi bulunmaktadır.

İstihdam stratejisiyle de özellikle vasıfsız eleman istihdamı konusunda yöre halkına adil bir istihdam imkânı sağlanılmıştır. Aynı zamanda, inşaat müteahhitleri ile yapılan anlaşmalarda, istihdam edilecek vasıfsız elemanların tümünün güzergâh boyunca doğrudan etkilenen yerleşim yerlerinde ikamet eden kişiler arasından seçilmesi maddesi konmuştur.

Projenin İşletme Dönemi (BIL)

Projenin işletme dönemi en az 40 yıl sürecek ve 10'ar yıllık uzatmalar ile 60 yıla kadar uzayabilecek bir süreç içermektedir. 1996 yılında BOTAŞ tarafından kurulmuş olan BOTAŞ International Ltd. (BIL) firması, Türkiye Cumhuriyeti Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından BTC HPBH Türkiye Kesimi İşletme firması olarak atanmıştır. İşletme Anlaşması, BTC Co. ile müzakerelerinin sonuçlanması ile 25 Ekim 2002 tarihinde imzalanmıştır. Bugün itibarıyla BIL gerekli tüm elemanları, makine ve ekipmanları ile, hazırlıklarını tamamlayarak işletmeye geçmiştir. Diğer faydalarının yanı sıra bu projeden "geçiş vergisi ve işletmecilik hizmetleri" karşılığında; taşınacak kapasiteye bağlı olarak, 300 Milyon \$ civarına çıkan bir yıllık gelirin başrol oyuncusu olan BIL Türkiye'de özel bir boru hattı işletmeciliğinin de ilk örneğini sergileyecektir.

Kaynakça: www.btc.com.tr



Hasan CABBAROV
İngilizce İşletme 3. Sınıf

DÜNYA'NIN ATEŞİ YÜKSELİYOR KÜRESEL ISINMA ARTIK KAPIMIZDA

Atmosferdeki sera gazlarının oranı artıyor, okyanus ve denizler ısınıyor, buzullar eriyor, deniz seviyesi yükseliyor, ormanlar yok oluyor, göller, nehirler ve diğer su kaynakları küçülüyor, kuraklık artıyor, canlı yaşamı tehlikeye giriyor...

Küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin canlı hayatı ve dünyanın fiziksel ortamına etkilerinin ne şekilde olacağı sorusu ise, hikayenin en ciddi düşünülmesi gereken kısmı belki de. Sıcaklık kayıtlarının düzenli bir şekilde tutulmasının başlangıcı olan 19. yy sonlarından itibaren ortalama küresel sıcaklık 0.6 derece artış gösterdi ve artışın sonucu olarak deniz seviyesi 10-20 santimetre arasında yükselmiştir.



Yukarıdaki cümleler ne bir film senaryosundan ne de bir bilimkurgu romanından yapılmış alıntılardır. Bunlar aslında bugünlerde hep duyduğumuz ve değişen iklim koşulları ile birlikte de yüz yüze kalacağımız küresel tehdidin sonuçlarıdır. Son yıllarda yaşanan anormal iklim değişiklikleri ve buna bağlı görülen doğal felaketler dünyamızda bir şeylerin yolunda gitmediğinin açıkça işaretçisidir. Evet, yıllardır oluşturulan felaket senaryoları artık kapımızda.

Peki ama son günlerde herkesin dilinde olan bu küresel ısınma nedir, nasıl oluşur? Aslında olay çok ta karmaşık değil ancak küresel ısınmayı anlayabilmek için öncelikle sera etkisini ve önemini anlamakla işe başlayacağız. Güneşten gelen ışınlar (kısa dalgali radyasyon ışınları) yeryüzüne ulaştıktan sonra ısıya dönüşerek dünyamızı ısıtıyor. İşte yeryüzünden yansımaları sırasında uzun dalgali radyasyon ışınlarına dönüşen bu ışınların büyük bir oranı tekrar uzay boşluğuna dönüşüyor. Öte yandan atmosfer, ışığı geçiren fakat ısıyı tutan bir yapıda olması nedeniyle oluşan ısıyı, sera gazları sayesinde (CO2 metan, su buharı, vs.) tutuyor ve dünyanın belirli bir sıcaklıkta kalmasını sağlıyor. Böylece canlı varlığı için hayati önem taşıyan nehirlerin göllerin ve okyanusların donması engellenmiş oluyor. Diğer bir deyişle doğal sera etkisi dünyamızı kaplayan bir tür koruyucu görevi görüyor. Bir an için sera etkisinin olmadığını düşünürsek, dünya bugünkü değerinden tam 33 derece daha düşük sıcaklıkta olurdu. Tek başına bu veri bile söz konusu sistemin ne kadar da önemli olduğunu çok açık şekilde gösteriyor. Peki, bunun tam tersi olursa ne olurdu? Yani sera etkisinin gerektiğinden daha da fazla olması durumunda neler ile karşılaşabiliriz? İşte bu sorunun cevabı ile birlikte küresel ısınmanın ne olduğunu da anlamış olacağız.



Dünyanın ısı kaybına uğramaması için büyük önem taşıyan doğal sera etkisini sağlayan gazlar, insanoğlunun dünyadaki gelişim serüveninin sonuçları olan sanayileşme ve diğer faktörlerin etkisiyle, olması gereken oranların çok üstüne çıkmış durumdadır. Örneğin, 18. yy ortalarında meydana gelen sanayi devriminden günümüze dek atmosferdeki karbondioksit miktarı yüzde 31 oranında bir artış kaydetmiştir. Karbondioksitin ısıyı tutmadaki yüksek etkinliği göz önüne alındığında, dünyamızın donmasını engelleyen battaniyenin daha da kalınlaşarak, onu gerektiğinden fazla ısıtacak olduğunu görebilmek zor değildir. Ayrıca bu örnek sadece karbondioksit için geçerlidir. Zira ısı tutmada karbondioksitten bile yetkin olan metan gibi bazı sera gazlarının oranları da hem sanayileşme hem de fosil yakıtların kullanılması nedeniyle gittikçe artıyor. İşin ilginç yanı, artan karbondioksit miktarını istenen seviyelere çekebilecek olan bitki örtüsü ve orman varlığı da inanılmaz bir vurdumduymazlıkla yok ediliyor. Bu nedenle



küresel ısınma tehdidi zincirleme bir reaksiyon halini alarak etkisini daha da hızlı gösteriyor. İşte bu şekilde meydana gelen küresel ısınma, etkisi yeryüzünü ve atmosferin alt tabakalarını gerektiğinden fazla ısıtarak orta ve uzun vadede küresel iklim değişikliklerine sebep oluyor.

Küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin canlı hayatı ve dünyanın fiziksel ortamına etkilerinin ne şekilde olacağı sorusu ise, hikayenin en ciddi düşünülmesi gereken kısmı belki de. Sıcaklık kayıtlarının düzenli bir şekilde tutulmasının başlangıcı olan 19. yy sonlarından itibaren ortalama küresel sıcaklık 0.6 derece artış gösterdi ve artışın sonucu olarak deniz seviyesi 10-20 san-

timetre arasında yükselmiştir. Ancak hükümetler arası iklim değişikliği paneli (IPCC) raporuna göre bu yüzyılın sonuna kadar tahmin edilen sıcaklık artışı 1.5 ila 5.8 derece arasında olması beklenmektedir. Bu rakamlar sizde bir kaygı yaratmamış olabilir ancak dünyada medeniyet kurulduğundan beri ortaya çıkan sıcaklık artışının sadece 1 derece olduğunu söylersek durumun ciddiyeti ortaya çıkıyor.

Tabii başta da belirttiğimiz gibi iş sadece küresel bir ısınmanın yaşanması ile bitmeyecek. Küresel ısınma ile birlikte küresel bir iklim değişimi de yaşayacağız. Buna göre çok daha sert hava olayları ile karşılaşılacak, kıyı bölgelerde yağış miktarları artarken iç kesimlerde kuraklık ve sıcak hava etkili olacak, artan fırtına ve yükselen deniz seviyeleri nedeniyle sel vb. gibi doğal felaketler daha çok meydana gelecektir.

Bu derece de büyük iklimsel değişikliklerin insanlığın ekonomik ve sosyal yaşamında da geri dönüşmez etkiler bırakacağı kesindir. Bu konudaki çarpıcı açıklamalarıyla gündeme gelen Dünya Bankası eski başkanlarından Sir Nicolas Stern'in raporuna göre deniz suyu seviyesinin yükselmesiyle 100 milyon kişi göçmen durumuna düşecek. Dağlardaki buzulların erimesi 1 milyar insanın su kaynağını yok edecek, yeryüzü canlı çeşitliliğinin yüzde kırkı yok olacak ve tabii ki sıtma başta olmak üzere birçok salgın hastalık dünyayı kasıp kavuracak. Ancak dünyamızın yaşadığı mevcut iklim değişikliklerini küresel ısınmaya bağlamayan ve dünyanın oluşumundan günümüze dek görülen normal iklimsel sapmalar olarak değerlendirenler de yok değil. Uzmanlar bu gibi iddiaların pek de doğru olmadığını belirtmekte, zira dünyanın gördüğü doğal iklimsel değişiklikler bölgesel olarak meydana gelmişken bugün yaşanan ısınma küresel çapta bir etki göstermektedir. Kısacası karşı karşıya kaldığımız durum insan

kaynaklı yapay bir değişimdir. Tüm bu olanlara karşılık insanoğlu yaklaşan bu felaketi düzeltmek adına ne yapıyor, ne yapmalıdır?

Dünya genelinde küresel ısınmaya karşı ilk tepki daha 1890'lı yıllarda İsveçli bilim adamlarından gelmiştir. İsveçli bir grup bilim adamının raporu, sera gazlarının artması ve bunların iklim değişikliğine etkileri arasında bir ilişki kurulabileceği yönündeydi. Zaman içinde birçok araştırma ve rapor hazırlansa da konuya sistemli bir yaklaşım 1988 yılında BM himayesinde Hükümetler Arası İklim Değişikliği Panelinin(IPCC) kurulmasıyla olmuştur. Panelin amacı insan kaynaklı iklim değişikliği riskinin anlaşılması konusuna ilişkin bilimsel, teknik ve sosyo-ekonomik verilerin değerlendirilmesi olarak açıklanmıştır. IPCC, 1990, 1996 ve 2001 yıllarında geniş kapsamlı değerlendirme raporları da yayımladı ve küresel ısınma ile ilgili dünya çapında bir farkındalık yaratmaya çalıştı.

Bu süreçle birlikte 1992 Rio toplantılarında BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi imzalandı. Buna göre sözleşme; "Atmosferde tehlikeli bir boyuta varan insan kaynaklı sera gazı emisyonlarının iklim sistemi üzerindeki olumsuz etkisini önlemek ve belli bir seviyede durdurmak" amacını taşıyordu. Rio toplantılarından sonraki en ciddi adım bugünde gündemde olan ünlü Kyoto Protokolü olmuştur. Bu protokole göre sanayileşmiş 38 ülke, sera gazı emisyonlarını ortalama yüzde 5 indirerek, bunları 2008-2012 yılları arasında 1990 seviyelerinin altına çekecekti. Tek başına dünya sera gazı üretiminin dörtte birini atmosfere yayan ABD için, bu oran % 8, Japonya için %6 olarak belirlenmişti. Buna ek olarak fosil yakıtların kullanımına da bazı kısıtlamalar getirilmesi gündeme getiriliyordu. Ancak ABD ve Avustralya gibi sera gazı emisyonu yüksek bazı ülkelerin, "ekonomik gelişmelerinin etkileneceğini" öne sürerek, protokolü imzalamaya yanaşmamaları, protokolün uygulanmasını sağlayacak koşulları meydana getiremedi. Zira bu protokolün uygulanabilmesi için, protokolü imzalayan ülkelerin oluşturdukları toplam sera gazı oranı, dünyadaki sera gazı salınımının yüzde 55 ini oluşturmalıydı. Ancak Kyoto Protokolünün uygulanmasının önündeki engel Rusya'nın protokole evet demesi ile aşılmış oldu. İçeriğindeki somut çözüm önerileri göz önüne alındığında Kyoto Protokolü küresel ısınmaya karşı önemli bir kilometre taşı olarak görülebilir.

Peki birey olarak bu savaşta biz neler yapabiliriz?

Uzmanlar,önemsiz olarak görülebilecek bireysel katkıların hiçte küçümsenmemesi gerektiğini belirtiyorlar.Bu nedenle aşağıda yer verdiğimiz bazı uygulamalar küresel ısınma ile mücadelede bize düşen görevlerin bazıları olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre;

* Güçlü sera etkisi yaratan klorofloro karbon gazı içeren spreyleri kesinlikle kullanılmamalı ozon dostu yazan ürünleri seçilmeli,

* Otomobillerinizin yakıt filtrelerini sık şekilde değiştirmeli, yasalarla belirtilen egzoz emisyon oranlarına uyulmalı,

* Mümkün olduğunca toplu taşıma sistemlerini kullanarak, karbon salınımı yapan araç sayısını sınırlı tutmaya yar* Pencerelerinizde çift cam tercihi vs gibi



ısı yalıtımı sağlayacak önlemler olarak yakıt ihtiyacımızı kontrol edilebilmeli,

* Tarım ürünlerinin yetiştirilmesinde aşırı gübre ve su kullanımının önüne geçilmeli,

* İstanbul da İSKİ nin yapmış olduğu bir araştırmaya göre kentlerde yaşayan her bireye dünya ortalaması olarak 60 lt su sağlanması gerekirken,İstanbul da ortalama harcanan su miktarı kişi başına 170 lt olarak belirtildi. Bu türden bir su israfının önüne geçmenin çok önemli olduğu bu günlerde,bireysel su kullanımında daha dikkatli olunmalı ve su israfı kesinlikle önlenmelidir.



Selim MENTEŞ
İngilizce İşletme-2



TÜRKİYE'DE SİGORTACILIK SEKTÖRÜ VE SEKTÖRDEKİ YABANCILAŞMA

Sigortacılık ilk defa Osmanlı İmparatorluğu döneminde Avrupa'da sigortacılık ortaya çıktıktan 500 yıl sonra görülmüştür. Osmanlı'da, İngilizler ilk bankayı kurdukları gibi ilk sigorta şirketini de kurmuşlardır. Türkiye'de sigortacılık geç gelişmiş ve gelişmesi zaman almıştır. Bunun nedeni olarak İslam dinindeki kadercilik anlayışından kaynaklandığı düşünülmektedir. Hâlbuki bunu bu kadar basit bir sebebe bağlamak doğru değildir. Osmanlı döneminde verilen kapitülasyonlar, mali yapının ve ticaretin Avrupa'nın gerisinde kalmasına ve de ticaretle uğraşan Türklerin, Avrupalılarla mücadele edememesine neden olmuştur. İlk Türk sermayesiyle açılan sigorta şirketi şimdi Cibali Tütün Fabrikası olan Tütün Rejisi ve Duyun-u Umumiye İdaresi ortaklığıyla açılan Osmanlı Umumi Sigorta şirketi idi. O dönemde tahmini olarak 40'ın üzerinde şirket vardı ve bunlardan sadece 1 tanesi Türk sermayesine sahipti. Cumhuriyet kurulduktan sonra millileştirme esas alınarak yabancıların payının biraz düştüğü görülmektedir. Şöyle ki; 1932 yılında 8 tane Türk sermayeli sigorta şirketi ve 29 tane de yabancı sermayeli sigorta şirketi olmak üzere toplam 37 tane sigorta şirketi bulunmaktaydı. Sigortacılığa getirilen düzenlemeler giderek yabancıların Türk pazarından çıkmasına neden olup, Türk sermayesinin de pazar payının artmasını sağlamıştır.

1942 yılına geldiğimizde sektörde 31 şirket vardı ve de bunlardan 7 tanesi Türk sermayeliydi. Cumhuriyet döneminden sonra uygulanan planlı kalkınma programları sektörün boyutunu biraz daha değiştirdi. 1980 yılında sektörde 21 tanesi Türk sermayeli, 15 tanesi de yabancı sermayeli olmak üzere toplam 36 şirket bulunuyordu. 1980'den sonra sektörde serbestleşmenin başlamasıyla birlikte, 1980'lerin sonunda 32 tane Türk sermayeli ve 17 tane de yabancı sermayeli olmak üzere toplam 49 şirket bulunuyordu. Serbestleşmenin gel-



mesi ve sigortacılık mevzuatlarında yapılan değişikliklerden sonra Türkiye yine yabancıların cazibe merkezi haline gelmeye başladı. 1989 yılında sermaye hareketlerinin tamamen serbestleşmesiyle birlikte ülkemize giren sermaye girişleri, Türkiye'nin iç dinamiklerinden kaynaklanan sorunları gidermeyi başaramadı ve uzun vadeli sürdürülebilir bir büyüme sürecini beraberinde getiremedi ve bu da 1994 krizini doğurdu. Bu krizin etkisi bankacılık sektöründe hissedildiği gibi sigortacılık sektöründe de hissedildi.

2006 yılı itibarıyla Türk sigorta sektöründe hayat ve emeklilik alanında faaliyet gösteren 21 şirket, hayat dışı sigorta alanında da faaliyet gösteren 31 sigorta şirketi bulunmaktadır. Hayat ve emeklilik alanında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinden 11'inde değişen oranlarda yabancı sermaye bulunurken, hayat dışı alanlarda faaliyet gösteren sigorta şirketlerinden 16'sında yabancı sermaye mevcuttur. Yani, sektörde bulunan 52 şirketten 27 tanesi yabancı sermayeli ya da yabancı ortaklıdır. Ankara Ticaret Odası'nın yabancıların sigorta şirketlerindeki ortaklıklarını esas alarak hazırladığı "Sigorta Sektöründe Yabancı Payı" raporuna göre, sektördeki yabancı payı, Ekim 2006 itibarıyla % 27,2'dir. Yabancıların hayat ve emeklilik dışı alanlarda faaliyet gösteren sigorta şirketlerindeki payı % 18,4 iken, hayat ve emeklilik alanındaki şirketlerde yabancı sermaye ağırlığı ise % 30,5'dir. Yabancıların Türkiye'deki pazar payına bakarsak; sektörde hayat dışı alanlarda faaliyet gösteren 16 yabancı ortaklı şirketin toplam pazar payı % 60 civarındadır. Türkiye'de hayat ve emeklilikte faaliyet gösteren yabancı şirketlerin pazar payı ise % 55 civarındadır. Hayat ve emeklilik sektörünün hayat dışından daha fazla büyümesi beklenmektedir. Gündemde bankacılık sektöründe yabancı sermaye girişi ön plana çıktığı için sigortacılık sektöründeki yabancı sermaye girişi arka planda kalmıştır. Belki de en ciddi yabancılaşma bu sektörde yaşanıyor. Bundan dolayı bu sektöre giren yabancı sermayeye dikkat çekmek istedim!

Yabancı şirketlerin Türk sigorta şirketlerine ve ya sigorta sektörüne ilgi göstermesinin nedenlerinin en başında sektördeki büyüme hızı gelmektedir. Diğer önemli neden ise Türkiye'nin AB'ye olan üyelik süreci olduğu düşünülmektedir. Ülkemizde artan istikrar, mali disiplin, düşen enflasyon oranı ve gerileyen reel



faizler Türkiye'yi yabancı sermaye için cazip hale getirmiştir. Yabancı sermaye girişini gerçekten bu sebeplere mi bağlamalıyız? Öz sermaye yeterliliğimiz, sigortalananabilir varlıklarımız ve en önemlisi sigorta bilincimiz bulunmakta iken, yabancıların 1900'lerin başındaki gibi yoğun ilgisinin başka önemli sebepleri de olabilir mi? Gerçekten bütün sigorta şirketleri yabancı sermayenin olsa ne olur? Türkiye gibi bölgesinde iddialı olan ya da olmak zorunda olan bir devletin önemli finans sektörlerinden olan sigortacılığın tamamen yabancıların eline geçmesi şüphesiz büyük sıkıntılar çıkartacaktır. Cari açığı kapatmak için veya başka sebepler için sigorta sektörü olduğu gibi yabancılarla satılmamalı, belirli bir oran olmalıdır. Bunun için iyi analiz yapılması kaçınılmazdır. Ayrıca diğer şirketleri hareketlendirmek için sermayeye yeterliliklerinin risk esasına göre değerlendirilmesi ve teminat sistemi yerine garanti fonu uygulamasına geçilmesi ilk onda olmayan şirketleri hareketlendirebilir diye dü-

*Yabancı şirketlerin
Türk sigorta şirketlerine veya
sigorta sektörüne ilgi göstermesinin
nedenlerinin en başında sektördeki
büyüme hızı gelmektedir.
Diğer önemli neden ise Türkiye'nin
AB'ye olan üyelik süreci olduğu
düşünülmektedir.*

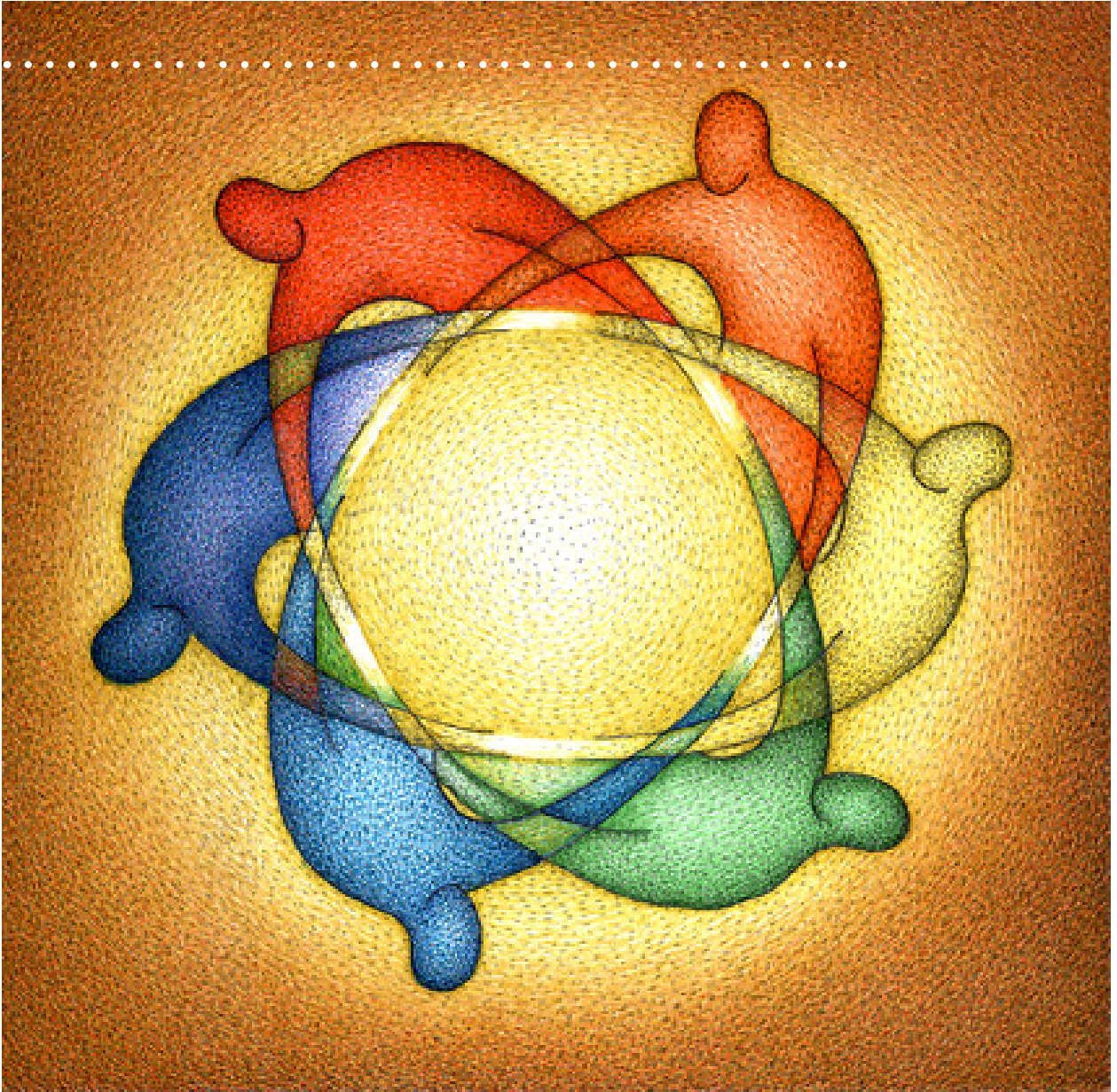
şünüyorum. Sonuç olarak sigorta sektörü Türkiye'de geleceği olan bir sektör ve Türkiye bölgesinde iddialı olan bir devlet olduğundan yabancı sermaye girişi bu açıdan iyi analiz edilmelidir.

Kaynakça:

www.sigortacigazetesi.com.tr
www.capital.com.tr
www.milliyet.com.tr
www.atonet.org.tr
<http://tr.wikipedia.org>

Tolgahan YILDIZ
İngilizce İşletme 4. Sınıf





MALİYET BİLGİLERİ TEMELİNE DAYALI PAZARLAMA KARARLARI

Dünyamız özellikle son çeyrek asırda hızlı bir değişim göstermekte ve çeşitli ülke ekonomileri, buna bağlı olarak da işletmeler bu değişime ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Pazarlar giderek bütünleşmekte, dünya ekonomik, siyasal ve kültürel bir globalleşmeye tanık olmaktadır. Sınırların giderek yok olduğu dünyamızda uluslararası rekabette galip çıkabilmek için yöneticiler çok daha hızlı ve daha etkin bir karar alma mekanizması oluşturmak durumundadırlar. Bunun paralelinde, yöneticiler kararlarındaki etkinliği arttırabilmek için daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaya başlamışlardır.

Her işletmenin birincil amacı kâr elde etmektir. Bu amaca ulaşmak için de üretimde verimliliğin arttırıl-

ması, varolan kapasitenin en etkin biçimde kullanımı, gerektiğinde yeni yatırımlarda bulunulması gereklidir. Üretim ve yatırımlar ile ilgili kararların verilebilmesi için doğru verilere ulaşılması şarttır.

İşletmelerde muhasebe, karar verme sürecinde oldukça büyük önem taşımaktadır. Verilen kararların rasyonel olabilmesi, muhasebeden gelen bilgi akışına ve bu bilgilerin doğru, tutarlı, zamanında oluşuna bağlıdır. İşletme yönetiminde gerçekleştirilmek istenen değişikliklere ilişkin karar ve davranışların dayanağı muhasebe verileri olduğu için işletme yönetiminin etkilendiği tüm değişimler öncelikle muhasebe fonksiyonu üzerinde etkili olmaktadır.

İşletmeler faaliyetlerinin her aşamasında muhase-



benin ve muhasebe bilgi sisteminin ürettiği bilgilere ve verilere ihtiyaç duyarlar. Aynı zamanda işletme içi ve işletme dışı farklı birey ve gruplar da farklı zamanlarda, çok çeşitli nedenlerle bu bilgi ve verilere gereksinim duyarlar. Muhasebenin öncelikli ve temel amacı işletmedeki karar vericilere ekonomik kararlar vermelerine yardımcı olacak bilgileri sağlamaktır.

Tüm işletme kararlarında olduğu gibi, pazarlama kararlarında da eksiksiz ve güvenilir bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle pazarlamaya ilişkin planlama ve kontrol fonksiyonlarında muhasebeden sağlanan bilgilerden yararlanılmaktadır. Pazarlama araştırmaları ve kararları için tüm muhasebe bilgileri önemli olmakla birlikte genellikle maliyet muhasebesine ilişkin bilgilerden daha fazla yararlanıldığı gözlemlenmektedir. Geniş bir bakış açısıyla değerlendirdiğimizde, maliyet muhasebesi ve pazarlamanın kesişme noktalarını şu şekilde sıralayabiliriz (Ceran, İnal, 2004):

Yukarıdaki kesişme noktalarından ve bu noktaların

sinim vardır. Faaliyet Esasına Dayalı Maliyetleme gibi yeni yönetim muhasebesi yaklaşımları, işletmenin rekabet üstünlüğüne yönelik maliyet bilgisini ve etkin kullanımını içeren yaklaşımlar olarak ortaya konmuşlardır.

Günümüz koşullarında işletmelerin rekabetçi piyasalarda üstünlük sağlayabilmeleri üretilen mal ve hizmetlerin maliyetlerinin en doğru şekilde belirlenerek işletmenin performansının artırılmasına bağlıdır.

Bu bağlamda, Geleneksel Maliyetleme sistemlerindeki eksikliklerin giderilmesi amacıyla ortaya konan "Faaliyet Esasına Dayalı Maliyetleme" ile tamamiyle pazara yönelik fiyatlamayı içeren "Hedef Maliyetleme" çağdaş iki yönetim muhasebesi yaklaşımı olarak pazarlama kararlarının verilmesinde destekleyici olmaktadır. Her iki yaklaşım da farklı sürelerde ve farklı noktalarda işletmeye çok çeşitli yararlar sağlasa da, rekabet yalnızca muhasebe ve pazarlamada değil her süreçte entegrasyonu öngördüğünden tüm sistemlerin

Mal ve Hizmet Üretim Planlanması Başabaş noktası analizleri, Mal çeşitleriyle ilgili oran hesaplamaları, Ambalajlamayı iyileştirmeye yönelik yöntemler, Marka muhasebesi.	Fiyat Politikası Fiyat politikasıyla ilgili seçenekleri geliştirme, Fiyat politikasıyla ilgili modeller.(maliyet artı fiyatlama, hedef maliyetleme vb.)
Tutundurma Politikası Reklamların etkisini ölçme, Reklam bütçeleme, Reklam maliyeti artışlarına fon ayırma	Dağıtım Politikası Lojistik Planlama ve Depolama (lojistik maliyetlerin hesaplanması).

Kaynak: Ceran Y., İnal M. E., 2004. Maliyet Bilgileri Temeline Dayalı Pazarlama Kararları İçin Pazarlama Muhasebesi, Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. dergisi, sayı:22, Ocak Haziran.

işletme açısından taşıdığı kritik değer pazarlama-muhasebe ilişkisinin önemini açıkça göstermektedir.

Doğru ve gerçekçi bir maliyet bilgisi, artan rekabetle karşı karşıya kalan işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Özellikle ana faaliyet konusu üretim olan işletmeler, değişen koşullara anında uyum sağlamak, ürettikleri mamulleri düşük maliyetle ancak yüksek kalite ile müşterilerine sunmak durumundadırlar.

Doğru maliyet bilgisine ulaşabilmek de bu noktada gelişmenin anahtarı olmaktadır. Bu bilgiye ulaşabilmek için işletmeler ne tür bir bilgiye, ne zaman ve nereden ulaşabileceklerinin sorgulamasını yapmaktadırlar. Ancak bu sorgulama, işletmenin stratejik açıdan ne durumda olduğunun belirlenmesinde yol gösterici olsa da, bir bilgi sistemi oluşturma ve karar verme konularında yetersiz kalmaktadır (Ferrera, 1995).

Stratejik ve taktik kararların alınabilmesi için genel maliyet bilgisinin ötesinde bir maliyet bilgisine gerek-

bütünleştirilip yarattığı sinerjiden yararlanılması başarının temelini oluşturmaktadır.

Kaynakça:

Ceran Y., İnal M. E., 2004. Maliyet Bilgileri Temeline Dayalı Pazarlama Kararları İçin Pazarlama Muhasebesi, Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. dergisi, sayı:22, Ocak Haziran.

TEK, N. (1995), "Pazarlama Maliyetleri ve Tekdüzen Muhasebe Sisteminde İzlenmesi",

Pazarlama Dünyası, Yıl:9, ss. 10-14.

Ferrara William L., "Cost/Management Accounting: 21st Century Paradigm", Journal of Management Accounting, December 1995

Demir Hulusi, Gümüšoğlu Şevkinaz, "Üretim Yönetimi (İşlemler Yönetimi)", Beta Yayınları, Genişletilmiş 5. Baskı, İstanbul 1998



Asist. Prof. Dr.
B. Esra ASLANERTİK DEÜ

REKLAMLAR BİLİNCİMİZİN NE KADAR ALTINDA ?



Bugün birçok firma ürünlerini insanlara sunmak için çeşitli reklam yöntemlerini kullanmaktadır. Reklamlar günümüzde öyle yaygınlaşmıştır ki adeta arkası yarın dizilerine benzeyip, gelecek bölümde ne olacak diye düşündürmektedir. İşte bu noktada aklımıza şu soru gelmekte “reklamlar bilincimizin ne kadar altında?” Diyelim ki deterjan almak için markete gittiniz ve size hangi markanın alınacağı söylenmemiş, üstelik deterjanın kalitesi hakkında da gerçekten bilgisiz olduğunuzu düşünürsek tezgaha sıralanmış 10 -15 farklı marka içerisinde birini almak zorundasınız. Rasgele bir tane aldınız diyelim. Acaba gerçekten rasgele mi aldınız? Subliminal reklamcılık olarak adlandırılan ve doğrudan doğruya bilinçaltını hedef alan pazarlama tekniğinin irdelenmesiyle bu ve bunun gibi sorulara büyük ölçüde cevap verilebilmektedir.

Uzmanlar tarafından kesin sonuçlar verebilmesi açısından hala tartışılan subliminal reklamcılık ilk kez Amerika’da 1957 yılında James Vicary adında bir reklamcılık uzmanı tarafından test edilmiştir. Vicary yaptığı bu deneyde film oynatılırken perdeye saliselik görüntülerle “patlamış mısır ye” ve “kola iç” direktiflerini yansıtmıştı. Deney sonucunda patlamış mısır satışlarında 57.7% ve kola satışlarında 18.1%’lik bir artış meydana geldiği görülmüştür. Peki farkına bile varamadığımız

bu komutlar nasıl oluyor da bizi yönlendirebiliyor? Bilinçaltı, bilincin binde 999’unu oluşturuyor,yani şu anda bu yazıyı bilincinizin binde biriyle okumaktasınız. Gözün fovea hareketleri sizin şu anda fark edemediğiniz şeyleri de görüyor. Göz devamlı bir tarama içindedir. Tarıyor ve aldığı bilgileri bilinçaltına atıyor...

Türkiye’de bilinçaltı reklamcılık üzerine araştırmalar yapan Metin Çelik’in çalışmalarından yola çıkarsak durumu şu şekilde açıklayabiliriz; insan, reklamı geneli itibarıyla 1/1000’ i oranında görür ve hafızasına kaydeder diğer 999/1000’ lik kısım reklamın ayrıntılarıdır (şekiller, renkler, resimler...) Bu ayrıntılar önem sırasına göre bilinçaltına yerleşirler. Ayrıntılarda ne kadar bilinçaltının dikkatini çekecek veriler verilirse kişinin davranışları o önemde etkilendir. Tam da bu noktada fırsatçı reklamcılık zihniyeti devreye girer ve mümkün olduğu kadar 999/1000’lik kısma bilinçaltı açısından önemli ve

Uzmanlar tarafından kesin sonuçlar verebilmesi açısından hala tartışılan subliminal reklamcılık ilk kez Amerika’da 1957 yılında James Vicary adında bir reklamcılık uzmanı tarafından test edilmiştir.

öncelikli veriler uygun biçimde yerleştirilir. Peki nedir bilinçaltını bu derece etkileyen ve bizi bir anlamda istem dışı davranışlar göstermeye iten etmenler? Özellikle ABD’de ki şirketler, bünyelerinde psikologlar ve sanat yönetmenleri bulundurulur. Amaç psikologların yardımıyla insan güdülerini harekete geçirecek simgeleri bulabilmek ve bunları sanat yönetmenleri aracılığıyla da reklamın içine gömebilmektir. Tabii ki bu simgeler kişilerin kültürlerine, milletlerine, yaşam tarzlarına göre değişim gösterebilir ama iki kavram vardır ki bunlar hiçbir ayırım gözetmeksizin bütün insanların bilinçaltılarında yer etmiştir: Bunlardan birincisi doğum, dünyaya geliş ve bu süreçte aşk (sex), diğeri ise ölüm ve bununla bağlantılı olarak çatışma ve şiddet (kill). Görüldüğü



yaklaşık 1.5 milyon dolarlık satış yapmıştır. Bu olaydan sonra yapılan bir araştırmada deneklere reklam gösterilmiş ve deneklerin %60 ı reklamın kendilerinde ‘doyma ulaşma’, ‘sex düşkünlüğü’, ‘heyecanlanma’ gibi etkiler bıraktığını söylemiş, reklamın gizli mesaj içermeyen versiyonu ise denekler tarafından bu şekilde ifade edilmemiştir. Marlboro düşen satışlarını artırmak için potansiyel genç içicileri hedef alan bir reklam hazırladı. Gençlerin ruh halini araştıran reklamcılar,13-14-15 yaşlarındaki gençlerin kendi başlarına buyruk, kimseye minnet etmeyen ve asi olarak yapılanmış bir karaktere sahip olduklarının sonucuna vardılar. Bu kitle için hazırlanan reklamda gün batımına doğru at üze-



gibi bilinçaltı özellikle bu arketiplere (ölüm,doğum ve ona bağlı olarak cinsellik) çok fazla duyarlıdır.

Reklamların içerisine gömülmüş mesajlar yazılı veya görsel medya aracılığıyla tüketicilere iletilir. Tüketici doğal olarak mesajın farkına hemen varamayacaktır ama 1 hafta sonra markete gittiğinde bu mesaj onu daha önce hiç fark etmediği bir içki markasını onlarca farklı şişe arasından alıp denemeye itecektir.

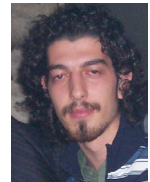
Bu konuda çarpıcı örnekler söz konusudur; Camel sigara paketinin üzerindeki deve resmini çoğu insan bilir, ama devenin ön bacağındaki erkek silüetini fark edebilen çok azdır. Kuzuların Sessizliği filminin afişinde bu teknik çok başarılı şekilde kullanılmıştır. İlk bakışta Jodie Foster ’ın ağzında bir kelebek olduğu görülür, fakat daha yakından bakılırsa kelebeğin sırtında kuru kafa olduğunu fark edilir, daha da dikkatli olunulursa kurukafanın yüzünü oluşturmak için çıplak kadın figürleri kullanıldığı gözünüze çarpar. Bu örnekte hem doğum hem de ölüm temaları bir arada başarılı bir şekilde kullanılmıştır. 5 Temmuz 1971 tarihli Times ’ın arka kapağında yer alan Gilbey’s London Dry Gin içki reklamında bardaktaki buzlar üzerinde gömülü halde ‘sex’ yazmaktadır. Bu reklam sayesinde Gilbey’s



rinde giden kovboy ikonunu seçtiler. Tabii bu tanımlamanın akla getirdiği ilk isim Red Kit’in son sahnesi.

Red Kit her zamanki gibi kahramanlığını yapmıştır ve kimseye minnet etmeden ve teşekkür kabul etmeden kasabadan ayrılmaktadır. Bu reklam Marlboro ’nun satışlarında ciddi bir artışa neden olmuş ve bir süre sonra Red Kit, sigara karşıtlarının çabalarıyla sigarayı bırakmak zorunda kalmıştır .

Türkiye’de de yapılan araştırmalara göre bir hayli fazla kullanılan bilinçaltı reklamcılık son dönemde meclise sunulan yasa teklifiyle tartışma konusu olmuştur. Subliminal reklamcılığın etkileri tartışıla dursun, Amerika ve İngiltere’de yasaklanan bu uygulamaların pazarlama konusunda ne kadar ileri gidilebileceğini göstermesi açısından son derece başarılı bir teknik olduğu söylenebilir.



Serbay SOMUNCUOĞLU
İngilizce İşletme 3. Sınıf



DÜNYANIN EN DEĞERLİ 250 MARKASI BELİRLENDİ



brand assist

Brand Finance şirketi, sağlıklı bir marka değeri sıralaması oluşturabilmek amacıyla 10 yıldan bu yana, dünyanın en büyük markalarının yer aldığı bir rapor hazırlıyor. 2006 yılı için hazırlanan tablo ocak ayının sonuna doğru açıklandı.

Brand Finance'ın Dünyanın En Değerli 250 Markası Raporu'nda ilk 20 sırayı alan şirketler sırasıyla şöyle: Coca-Cola (ABD), Microsoft (ABD), Citibank (ABD), Wal-Mart (ABD), IBM (ABD), HSBC (İngiltere), GE (ABD), Bank of America (ABD), Hewlett-Packard (ABD), Marlboro (ABD), Vodafone (İngiltere), Gillette (ABD), Intel (ABD), L'Oreal (Fransa), Google (ABD), Toyota (Japonya), Nokia (Finlandiya), McDonald's (ABD), Pepsi (ABD) ve Dell (ABD).

2006 yılı raporu sıralamasında ilk 20'ye ya da 250 şirketin sıralandığı listeye giren herhangi bir Türk markası olmazken, Telsim'i alan İngiliz şirketi Vodafone ilk 20 içinde yerini almayı başarmıştır.

Marka değerinin artan önemi

Ekonominin işleyişi yeni ekonomi kavramlarıyla birlikte değişmektedir. Eskiden bilânçolarda yer alan maddi varlıklar, yerini "entelektüel sermaye", "marka değeri" gibi soyut değerlere bırakıyor. Bu soyut değer-

lere "görülmeyen varlıklar" (intangible assets) deniliyor. Örneğin Coca-Cola'nın piyasa değerinin yüzde 50'sini, Microsoft'un piyasa değerinin yüzde 17'sini, Ford'un piyasa değerinin yüzde 75'ini, Nike'ın şirket değerinin yüzde 84'ünü, Prada'nın yüzde 73'ünü, Acer'in ise yüzde 71'ini marka değeri oluşturuyor.

Coca-Cola'nın piyasa değeri 142 milyar 163 milyon dolar. Marka değeri ise 72 milyar 537 milyon dolar, yani yaklaşık piyasa değerinin yüzde 51'ine denk geliyor. Brand Finance'ın Dünyanın En Değerli 250 Markası Raporunda ikinci sırayı Microsoft almaktadır. Microsoft'un piyasa değeri 420 milyar 992 milyon dolar, marka değeri ise 10 milyar 197 milyon dolardır. Türkiye'de patron ve yöneticilerinin çoğu "intangibile assets" dediğimiz bu maddi olmayan varlıkların ne anlama geldiğini maalesef bilmiyorlar. Patronlar gayri maddi duran bu varlıkların şirkete sağladığı değer ve faydaların farkında bile değiller. Bu nedenle gayri maddi duran bu varlıkların parasal değerini tespit ettirmek akıllarına bile gelmiyor. Oysa finansal raporlama standartlarının, aralarında markaların da bulunduğu soyut varlıkları bilânçolarda göstermeye başladığına dikkat çekmek istiyorum.

Türkiye'de marka danışmanlığı hizmeti veren Bran-



NOKIA
Connecting People



dassist'in Genel Müdürü Muhterem İlgüner, konuyla ilgili yaptığı açıklamada, çalışmada yer alan dünyanın en büyük küresel markalarının toplam 2 trilyon doların üzerinde değere sahip olduğunu vurgulayarak, bu değer önemli bir bölümünün geleneksel tüketici ürünleri sektörlerinin dışında yer aldığını belirtti. İlgüner, ülkelerin marka değeri üzerindeki etkisine de değinerek

2006 yılı raporu sıralamasında ilk 20'ye ya da 250 şirketin sıralandığı listeye giren herhangi bir Türk markası olmazken, Telsim'i alan İngiliz şirketi Vodafone ilk 20 içinde yerini almayı başarmıştır.

şunları kaydetti: "Halen, Amerikan ve Avrupa şirketlerinin marka değeri liginde tartışmasız bir hâkimiyete sahip olduklarını görüyoruz. İlk 250 şirket arasında, 117 Amerikan, 98 Avrupa şirketi bulunduğunu görüyoruz. Ülkeler bazında ABD'yi İngiltere'nin 27, Fransa'nın 24, Almanya'nın 16 şirketle izlediğini görüyoruz."

Ülkelerin de markaların değerinin yükselmesinde büyük rol oynadığını vurgulayan İlgüner, Fransız Evian ve Alman Audi'nin geldikleri ülkeye vurgu yaptıklarını, bunun yanında kimi şirketlerin de markalarını başka ülkelerde konumlandırmayı tercih ettiklerini ve bunun önümüzdeki yıllarda güçlenecek bir eğilim olduğunu belirtti. İlgüner, "Rapor, gelişmekte olan ülke markalarının ulusal düzenlemelerin elverdiği durumlarda zengin büyük markalar tarafından satın alınmasını da kaçınılmaz bir süreç olarak görüyor" değerlendirmesinde bulunmuştur.

En yüksek marka değeri finansal hizmetler sektöründe

Raporun en dikkat çekici yönlerinden birisi de geleneksel tüketici ürünleri markalarının sanıldığı kadar sıralamada yer almadıklarıdır. Finansal hizmetler sektörü 36 şirket ve 364 milyar dolar marka değeri ile büyük ara farkla ilk sırada yer alıyor. Bunu, 19 şirketle oto-

motiv sektörü ve 18 şirketle perakende sektörü izliyor. Dikkate değer diğer şirketler arasında petrol, doğal-gaz, medya ve iletişim sektörleri bulunuyor.

Türkiye'den bir markanın sıralamaya girememesi konusuna da değinen İlgüner, "Bu rapor, ülkemizin refahını, zenginliğini artırmanın yolunun, sunduğumuz ürün ve hizmetlere artı değer kazandırmaktan geçtiğini bir kez daha ortaya koyuyor. Bu artı değere erişmenin yolu ise: yaratıcı ve yenilikçi olmaktan; çağdaş pazarlamanın öğretilerini benimsemekten ve kararlı, tutarlı, sabırlı hareket etmekten, kısacası marka geliştirmek ve yönetmekten geçiyor" görüşünü aktardı.

İşin magazin tarafını bırakmak lazım

Brezilya, İspanya, Güney Kore gibi ülkeler listeye bir veya iki marka olsa da girmeyi başarmıştır. Türkiye'nin bu listeye girmesi için İlgüner'in de dediği gibi "İşin popülist, magazin tarafını bırakıp dünyanın saygı duyup uyguladığı öğretileri uygulaması" gerekmektedir.

Örneğin futbol kulübü yöneticileri zaman zaman marka değeri konusunda beyanlarda bulunmaktadırlar. 250 markalık listeye girebilen tek spor kulübü 1,4 milyar dolar marka değeri ile New York Yankees oldu. Manchester United ve Real Madrid gibi dev futbol kulüplerinin marka değerlerinin ise 500 milyon doların altında kaldığını gördüğümüzde, söz konusu beyanların da ne kadar havada kaldığını anlıyoruz.

Kaynakça:

www.brandfinance.com
www.brandassist.com.tr
www.blogcu.com



Mustafa REİSLİ
Uluslararası İlişkiler (İng) 1.Sınıf

GERİLLA PAZARLAMA TEKNİKLERİ

Gerilla pazarlamanın temel amacı çok küçük bütçeler ile dikkat çekici ve etkili pazarlama çalışmaları yapmaktır. Yani, yaratıcı fikirler ve şaşırtıcı yaklaşımlar ile tüketicilere marka bilincini ve tüketim alışkanlıklarını kazandırmaktır. Bu nedenle alışıldık pazarlama tekniklerini kullanmaz. Bunun yerine yalın bir anlatım ve doğrudan mesaj verme yöntemini benimser. Gerilla pazarlama çalışmaları daha zekice ve yaratıcı oldukça etkisi bir o kadar daha artar. Ancak adından da anlaşılacağı gibi keskin bir üslubu da içinde barındırır. Bir miktar da anlaşılama riski taşır. Yani bu çalışmaları, bir tüketici olarak, yeteri kadar vaktiniz olmadığı için es geçebilirsiniz, ya da kafanız dalgın olduğu için istenilen mesajı tam olarak alamayabilirsiniz. Bu nedenle masa başı çalışmalarında planlanan her 10 tane projeden 1-2 si ancak hayata geçirilebilmektedir. Gerilla pazarlama tekniklerinin medya

kullanımı sınırlı olmakla beraber, çalışmalarına medyanın ilgisi daima yüksektir. Yapılan etkili çalışmaları, sık sık televizyon haberlerinde görebilir, gazetede okuyabilir ya da çoğunlukla fotoğraflarını e-mail yoluyla görmüş olabilirsiniz. Düşük bütçeler ile pazarlama yapan firmaların hâlihazırda yaptıkları instore ve outdoor çalışmalarında faydalandıkları, çok fazla ek maliyet gerektirmeyen ve son derece yaratıcı olan etkili yöntemlerden bazıları sizler için bu kısımda göstereceğiz. Umarız ilginizi çeker.

Dünyanın önde gelen pil markalarından "Duracell" in bir alışveriş merkezine uyguladığı başarılı bir tekniği görüyoruz.

Sadece pil görünümünü sağlayan bu yapıştırma ile firma, tüketiciye doğru mesajı, doğru bir yerde veriyor. Yürüyen merdivenlerin o hiç bitmek bilmeyen çalışma mekanizması ile Duracell'in size sunduğu uzun ömür garantisi. Yorumu size kalmış...

3M firmasının şehrin belli noktalarına koyduğu bu reklam panosu bir hayli ilginç.

Firma kırılmaz cam üretiminde ne kadar başarılı olduğunu daha iyi anlatamazdı herhalde.

Tabii bu gibi yöntemlerin bazı ülkelerde kullanılabilirliği tartışılır. Zira bir gün bir kamyon gelip, reklam panosunu olduğu gibi de götürebilir.

Bir traş bıçağı firmasının bu çalışması yine tüketiciye mesajı çok net veriyor.

"Sinekkaydı bir traş istiyorsanız, bizi tercih edin"

Fiat Ducado'nun bir alışveriş mağazasında uyguladığı etkileyici yöntem. Bu modelin, tüketiciye sunduğu ayrıcalık çok net ortadadır.

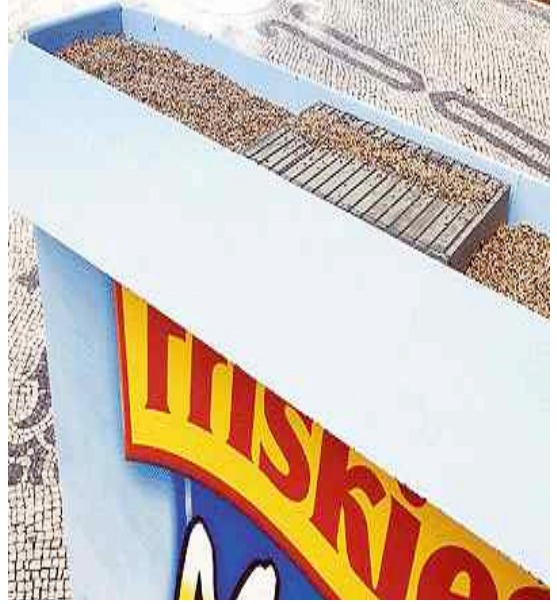
"Geniş ve rahat bir otomobil"

Kaynakça:

www.marketingturkiye.com
www.ticaripazarlama.com



Tunca ÖZDEMİR
İngilizce İşletme 4. Sınıf



Friskies" adlı kuşyemi markasının gerçekten çok başarılı bir çalışması. Kuşyemi reklamının etrafının, sürekli kuşlarla sarılı olduğu dikkatimizi çekiyor. Evinde kuş besleyen birisi için gerçekten çok iyi bir referans. Diğer fotoğrafta ise, bu reklam panosunun üst kısmının bir kuşyemliği haline getirildiği ve bu yüzden kuşların bu kadar ilgi gösterdiğini görüyoruz.



WE HELP YOU LIVE IT!

DİL EĞİTİMİ



YAZ OKULU



WORK & TRAVEL



MASTER



SERTİFİKA



INTERNSHIP

AMERİKA - İNGİLTERE - KANADA - ALMANYA
AVUSTRALYA - YENİ ZELANDA - MALTA



UNITED TOWERS

Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı

Merkez Ofis
Cumhuriyet Cad. Dehi Sok. No: 2/2 34370 Harbiye / İSTANBUL
Tel : (212) 296 68 00 Faks : (212) 295 31 81
E-mail: info@unitedtowers.com

İzmir Ofis
Kırsal Şenitmi Cad. No 9/2 35220 Alsancak / İZMİR
Tel : (232) 421 88 77 Faks : (232) 421 46 66
E-mail: izmir@unitedtowers.com

www.unitedtowers.com

ANOTHER BRICK IN THE WALL

Adı Joe, John ya da Jason gibi "J" harfi ile başlamıyordu. Çünkü onun anadilinde isimler bu harf ile başlamazdı. (bkz. Jandarma, Jeton, Jilet, Jöle vb.)

Pek aç değildi, az önce İtalyan pizzasını Amerikan tarzı menüyle yemişti. Hollywood yapımı "The Lord of the Rings" filmini seyretmek için sinemaya gidiyordu. Yeni Nike'ları babasının doğum günü hediyesiydi. Kapağında "Made in China" yazan iPod'uyla İngiliz grubu Placebo'nun "Meds" albümünü dinliyordu. Coca Cola yudumlayarak seyretmişti konserlerini! Annesinin yemeklerini bir yana koyarsak en sevdiği yemek "BigMac Menü" ve en sevdiği program MTV'deki "The Simpsons"tı.

Amerika'nın küçük bir sahil kasabasında oturuyordu ama İngilizcesi çok iyiydi. Adı Joe, John ya da Jason değildi. Sizden, bizden biriydi. Ve gidip duvardaki diğer tuğlaların yanına yerleşti!

Yukarıda saydıklarımın bir kısmına bağımlı sessiz kalabalıktan biri olarak hemen asıl konuya geliyorum.

Pazarlama

Pazarlamanın Amerikan Pazarlama Derneği'nce 1984 yılındaki toplantısında yapılan tanımı şöyledir: "Pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayabilecek mübadeleleri gerçekleştirmek üzere malların, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin planlama ve uygulama sürecidir."

Bir diğer kabul gören tanım ise Dr. Zeki Yüksekbilgili'nin "Pazarlama Mucize Değildir" kitabında belirtilmiştir; "Pazarlama, rekabetin fiyattan başka esaslarla yapılabilişliliği bilimidir."

Pazarlama, toplumun ve bireyin sosyo-psikolojik yapılarıyla ilgili bilim dallarından yararlanarak inceleyen ve onların gerçek tutum ve davranışlarını öğrenmeye çalışan bir faaliyettir. Ayrıca pazarlama yerel, bölgesel ve ulusal pazarların birbirine bağlanmasında rol oynayan faktörlere ilgi gösterir.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Mustafa Tanyeri 2006 yılında gerçekleştirilen 2. Pazarlama Forumu'nda pazarlamanın farklı bir yönünden bahsetmiştir. İnsanların satın alma sürecinin ihtiyaçlarından daha çok, kendilerine hissettirdiği duygulardan etkilendiğini vurgulamıştır. Gerçek değerinin daha üstünde bir fiyatla satın alınan eski bir gaz lambası, özlem duyulan anıları etrafına verdiği ışıktan daha çok aydınlatmaktadır!

Dr. Philip Kotler

Dr. Philip Kotler (doğum 27 Mayıs 1931, Chicago), Northwestern Üniversitesi, Kellogg School of Manage-

ment'da öğretim görevlisidir. Financial Times tarafından tüm zamanların 4. önemli gurusu seçilmiştir (Jack Welch, Bill Gates ve Peter Drucker'ın ardından). Avrupa Yöneticilik Merkezi tarafından "Pazarlamanın stratejik uygulaması konusunda dünyanın en önde uzmanı" olarak duyurulmuştur. Ayrıca sosyal pazarlamanın en önemli öncülerinden biri olarak kabul edilir.



"Scent of a Woman" filminde Al Pacino bir soru sorar ve çocuk cevap veremez. Al Pacino'da "Tabii ki bilemezsin, nereden bilebilirsin ki, hayatın boyunca MTV'den başka bir şey seyretmemişsindir." diye çocuğu azarlar.

Dr. Kotler, 12. defa baskısı yapılmış olan Pazarlama Yönetimi kitabının yazarıdır. Harvard Business Review, Sloan Management Review, Business Horizons, California Management Review ve the Journal of Marketing gibi tanınmış yayınlarda basılmış yüzlerce makalesi bulunmaktadır.

Danışmanlık şirketi, the Kotler Marketing Group (KMG) aracılığıyla "Pazarlama Strateji ve Planlaması", "Pazarlama Organizasyonu" ve "Uluslararası Pazarlama" alanlarında IBM, Michelin, Bank of America, Merck, General Electric, Honeywell ve Motorola gibi pek çok tanınmış şirkete danışmanlık yapmıştır.

Just see MTV

Pazarlamanın ne olduğundan, bu konuda uzmanlaşmış birini tanıttıktan ve hayatımıza olan etkilerini anlattıktan sonra günümüzün pazarlama harikalarından bahsetmemek olmaz tabii ki!

MTV, yaptığı müzik temelli yayınla popüler kültür üzerinde etkisi olan ve ayrıca yaptığı programlarla gençlerin ilgisini çeken bir kanaldır.

MTV tıpkı Coca Cola ve McDonald's gibi Amerikan kültürünün dün-



yaya empozisinin simgeleri gibi görülmüştür. Her ne kadar bir yandan ABD ve George Bush karşıtı şarkılara da yer verse, Green Card reklamları da yayınlaması ile gençleri ABD lehine etkilediği konusunda eleştirilere ve tartışmalara sebep olmuştur.

Kliplerini bolca gösterdiği Green Day'in "Holiday" şarkısında George Bush için yapılan Hitler göndermesi, Bush'u destekleyenleri çileden çıkartmıştır. Ama Green Day üyelerinden Billie Joe Armstrong kendileri cevap olarak "Bu şarkı Amerika karşıtı değil, savaş karşıtıdır." demiştir.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde doktoraşını aldıktan sonra, Amerika'da North Carolina State Üniversitesi'nde çalışmalarını sürdüren Dr. Umud Halaç kampüs hayatında ve gündelik yaşamda karşılaştıklarını farklı bir açıdan yorumlamaktadır. Ona göre Amerika'da tüketimi hızlandırmak için kullanılan ünlü kişiler ve reklamlar diğer ülkelerdeki gençleri, Amerika'daki yaşlılarından daha fazla etkilemektedir.

MTV, müzik endüstrisinde müziğin önemini azaltıp, yerine görselliğe dayalı bir estetik koyduğu yönünde eleştiriler almıştır. Reality showlara çok fazla zaman ayırarak müzik yayınını azaltması ve yalnızca en popüler olan videoların yayınlanması yüzünden büyük eleştiriler almaktadır.

"The Matrix" filminin başlangıç sahnesinde "Wake up Neo" sesi duyulur ve kapı çalınır. Bazı arkadaşları Neo'dan bir disket alacaklardır. Neo bir kitap arasından disketi bulur. Aradığı Fransız sosyal teorist Jean Baudrillard'ın "Simulacra & Simulation" kitabıdır. Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü'nde bir konferans da vermiş olan yazar "Hyperspace" düşüncesini ve mantığını ileri sürmektedir. Ona göre MTV hiç bir gerçekliği yansıtmayan sahte bir kanaldır. MTV gençliği gerçeklikten habersiz sanal bir



dünya gençliğidir.

"Scent of a Woman" filminde Al Pacino bir soru sorar ve çocuk cevap veremez. Al Pacino'da "Tabii ki bilemezsin, nerden bilebilirsin ki, hayatın boyunca MTV'den başka bir şey seyretememişsindir." diye çocuğu azarlar. Hollywood'dan alınmış yukarıdaki örneklerde de olduğu gibi MTV'nin, çocuk ve gençlere kötü rol modelleri sunduğu sıkça dile getirilmektedir. Onları şiddet unsurlarına, uyuşturucu kullanımına ve kitap okumamaya özendirildiği yönünde suçlamalarla karşılaşmaktadır. Bu sebeple 90ların başından itibaren MTV, karakterlerinde daha sorumlu olmaları, okula devam etmeleri, küçük yaşta alkolden uzak durmaları ve sosyal konularda daha duyarlı olmaları şeklinde düzenlemeler yapmıştır.

Hareket Vakti

Dünyanın süper gücünün (?) ekonomi ve pazarlama alanındaki üstünlüğü kesinlikle tartışılmaz seviyededir. Bilim ve teknolojiye yatırımın üst düzeyde olması bu alanlardaki önderliği beraberinde getirmektedir.

Bu yazının amacı bir ülkeyi ve onun değerlerini yüceltmek ya da küçük düşürmek değildir. Çok kapsamlı akademik bir konuyu, hayatımıza girmiş bazı simgelerle daha da iyi anlamaya ve anlatmaya çalışmaktı. Yazı biterken arka fonda Pink Floyd klasiği "Another Brick In The Wall" tekrar etmekteydi. Ve tahmin ettiğiniz gibi adım Joe, John ya da Jason değildi... DEĞİL MİYDİ?



M. Gökalp YÖRÜK
İngilizce İşletme
4. Sınıf





ÖMÜR BOYU BERABER OLMAK DİLEĞİYLE...

- Yüksek kaliteli ürün ve hizmet sunmak
- Olağanüstü hizmet vermek
- Sürekli iletişim

Uzun yıllar boyunca işletmeler, pazarlamanın amacının elden geldiğince çok sayıda müşteri bulmak ve onları ürüne bağlı hale getirmeye çalışmak olduğuna inanmışlardır. Pazarlamanın amacı haline gelen müşteri bağlılığına girmeden önce isterseniz biraz bağlılık kavramından söz edelim;

Bağlılık, ilişkilerin temelinde yatan karşılıklılık, sadakat ve alternatiflerden vazgeçilmesi ile yakından

ilgili bir unsurdur. Bir ilişkide bağlılık aşamasına gelmişse, taraflar uzun vadede fayda elde etmek için kısa vadede fedakârlıklar yapmaya hazırdır. Ayrıca bu aşama artık tarafların birbirlerine karşılıklı olarak ciddi sözler ve taahhütler verdikleri, bağlayıcı bir anlaşma niteliğindedir. Bu aşamada, taraflar ilişkiyi korumak için ellerinden gelenin en iyisini yapmaya isteklidirler, çünkü bu ilişki taraflar için değerli bir ilişkidir.

Peki, bu denli önemli olan bağlılığı ilişkide ne sağlar?

Güven ilişkide gerçekleşen değişimlerde oldukça büyük bir öneme sahip, çünkü içinde güven barındıran ilişkiler, tarafların bu ilişkiye daha fazla bağlılık göstermelerine sebep oluyor. Toplumsal Değişim Teorisi, bu durumu karşılıklılık ilkesi ile açıklıyor. Güvensizlik, güvensizliği doğurmakta ve bu durum ilişkide bağlılığın azalmasına neden olmaktadır. Bağlılığın az olduğu ilişkilerde ise taraflar, kısa vadeli değişim işlemlerine odaklanmaktadır. Bu sebeplerden ötürü, güven ilişkide bağlılığın temel belirleyici etmenlerinden birisi durumunda, o halde güvenin ilişkide bağlılığı sağlamak için en önemli faktör olduğunu söyleyebiliriz. Ancak ilişkilerin uzun süreli olmasının, çok önemli iki koşulu daha var; bunlardan ilki bağlılığın karşılıklı olması, ikincisi ise karşılıklı bağlılığın orantılı olmasıdır. Taraflardan birisi ilişkiye diğerine göre daha fazla bağlı ise veya bağlılık karşılıklı değilse, ilişkiye daha fazla bağlı olan taraf, diğer taraftan gelebilecek fırsatçı davranışlara karşı, daha savunmasız kalmaktadır. Bu durumda ilişkinin çözülmesinin başlangıcı olabiliyor. Bütün bunlara dayanarak müşteride bağımlılık yaratmak için 3 şarta başvurulabilir.

Yüksek kaliteli ürünler: Müşteri ürününüzün kalitesini yargılamak her şeyi hesaba katar. İşletmenizin



her yönü, ürünün kalitesini desteklemelidir. Ambalajın en güzel olması gerekmez ama müşterinin eline geçtiğinde ürünün iyi durumda olmasını sağlayacak kadar dayanıklı olmalıdır. Ürün müşteriye zamanında ulaşmalı ve söz verdiğiniz gibi görünmelidir. Bu kavram aksi yönde de çalışabilmektedir. Sunumunuz da ürününüz kadar iyi olmalıdır. Müşteriler eğer paralarının değerini üründen geri alabildiklerini hissederseniz sizden ürün almaya devam ederler. Değer aslında göreceli kıymet anlamındadır. Yani 5 YTL'lik bir şey alıyorsanız fakat o sizin için daha kıymetliyse (olağanüstü kullanışlı veya duygusal bir nedenden dolayı) onun değeri sizin ödediğiniz 5 YTL'den de fazladır. Müşteriler, eğer elde ettikleri değerini ödedikleri fiyattan fazla olduğunu hissederseniz size sadık kalırlar.

Olağanüstü müşteri hizmeti: Ürünüze katılan değer önemli bir bölümü, müşterilerinizin firmanızdan umduğu hizmetten kaynaklanır. İyi hizmetin unsurlarından bazıları şunlardır:

- Zamanında teslim
- Güvenilirlik
- Doğru ve net faturalama
- İade ve geri ödeme kolaylığı
- Esneklik
- Özenlilik

Devam eden iletişim: Müşteri bağlılığı yaratmanın en iyi yolu onlarla sürekli iletişim kurmaktır. Örneğin bir bilgisayar firması, müşteri onlardan ürün aldıktan kısa bir süre sonra ürünleri hakkında ne düşündüklerini ve onu nasıl kullandıklarını, ürünün beklentilerini karşılayıp karşılamadığını soran bir mektup gönderiyor. Firma bu soruların yanıtlarını yalnızca müşteri memnuniyeti sağlamak için değil, gelecekteki bilgisayar tasarımlarını buna göre uyarlamak ve müşteri gereksinimlerini giderecek yeni ürünler bulmak için de kullanıyor.

Müşteri ile iletişim hatlarını açık tutmanın başka birçok yolu daha vardır. Örneğin bir başka firmanın sahibi, müşterileriyle ilişkisini yeni, yaratıcı ve alışılmadık yollarla sürdürme konusunda çok yaratıcı. O kadar ki, ailesiyle birlikte Avrupa'ya gittikleri zaman, çocukları ve kocasıyla birlikte listelerdeki bütün isimlere kart atıyorlar.

Müşteri ile ilişki sürdürme yönteminin bir diğer cazip yolu onlar için eğitim malzemesi sağlamaktır. Örneğin, makyaj malzemesi satıyorsanız yılda bir veya iki kez güzellik sırları veren bir bülten gönderebilirsiniz. Bunun alım satımla bir ilgisi yoktur, müşterilerinize bir hizmet ve adınızı akıllarında tutmalarını sağlamak için bir yöntemdir.

Müşterilerle devam eden bir ilişki kurmanın başka bir yolu da onlara yıl boyunca kullanabilecekleri ve adınızı önlerinde bulunduracakları bir şey göndermektir.

Bir bağlılık programına ne kadar para harcayabileceğinizi bulmak için, müşterilerinizin uzun vadedeki değerini belirlemelisiniz. Bunu en sadık müşterilerinizin ortalama harcamalarını bularak yaparsınız. Varsayın ki, tekrarcı bir müşteriniz yılda ortalama 100 YTL harcıyor. Müşteri başına yılda 29.60 YTL 'ye mal olacak bir bağlılık programı pekiyi bir fikir olmaz. Müşterileri tutmak için ne kadar harcamanız gerektiğini söyleyen sihirli bir



formül yok. Yapacağınız en iyi şey, çeşitli programlar geliştirip seçeneklerinizi denemek. Müşteri başına yılda 8, hatta 10 YTL müşterinizin sizden almasını devam ettirmeye değer, fakat 12 YTL çok fazla olabilir.

10 YTL harcamanın en iyi sonucu verdiğini düşünün. Bunu bir seferde de harcayabilirsiniz, çeşitli şekillere de bölebilirsiniz. Yıl boyu birkaç kişisel not gönderip yılbaşında 5 YTL tutan bir hediye verebilirsiniz; üç ayda bir mektup gazete gönderebilirsiniz, müşterinin doğum günü için 10 YTL bir indirim sertifikası verebilirsiniz. En iyi müşterinizi tutmak için ne harcarsanız harcayın, bu yeni müşteriler bulmak için para harcamaktan çok daha iyi bir yatırımdır.

Müşteri bağımlılığı programları ile ilgili unutulmaması gereken en önemli nokta, onlarla ilişkiyi sürdürmek için para ve emek gerektiğidir. Bir bağlılık programını en etkili şekilde çalışması için onu güncel ve eğlenceli tutun, sık sık canlandırın. En iyi müşterilerinize, hiç neden yokken hediyeler gönderin. İnsanlar sürprizleri, hediyeleri ve kendilerine teşekkür edilmesini severler.

Kaynakça:
Lois K. Geller, Karlı Doğrudan Pazarlama
(Sistem Yayıncılık)



Tuba NANTO
İşletme 4
Adnan Menderes Üniversitesi



swissôtel GRAND EFES
IZMIR

Kongre Turizmi



izmir'in turizm alanındaki avantajlarından en önemlilerinden bir tanesi İzmir'in Türkiye'nin 3. büyük kenti olarak turizm sektöründe çok büyük bir potansiyele sahip olmasıdır. İzmir kongre turizmine aday ve bu alanda taşıdığı potansiyel nedeniyle beklentilerin de yüksek olduğu bir şehirdir.

Kent son dönemde EXPO 2015 gibi büyük projelere hazırlanıyor. EXPO İzmir'i turizmde çok önemli hale getirecek. Bizde bu gelişmeler doğrultusunda hedeflerimizi belirtiyoruz. Her alanda kendimizi geliştirerek, her türlü ihtiyaca yönelik hizmet sunmayı hedefliyoruz. Gelecekte İzmir'in başarıya ulaşacağı önemli ve değerli gelişmelere imza atacağına inanıyoruz.

Kongre turizmi Türkiye'de son yıllarda çok gelişme kaydetti. İstanbul önemli bir merkez olarak, büyüyen ve yükselen bir yıldız oldu. İstanbul'a gelen insanlar kendisini Türkiye'ye gelmiş tanımlıyorlar. Onlara bir kere Türkiye'ye çektikten sonra İzmir'e çekmek daha kolay olacaktır. Biz hep bu alanda yoğunlaşacağız. İzmir kongre turizmde toplantı salonu ve otel yetersizliği nedeniyle İzmir pazarını kaybetti. Efes Kongre Merkezi kapalı olduğu için kentimizdeki beş üniversitenin kongreleri şehir dışına gidiyor.

İlk etapta İzmir'deki yetersizlik nedeniyle dışarıya giden kongreleri alacağız, sonrada uluslararası kongreleri de getirmeyi hedefliyoruz.

9 bin metrekaRELİK Grand Efes Convention Center, ulusal ve uluslararası toplantılar, konferanslar, diğer etkinlikler için önemli bir merkez olacak. Bölgedeki en büyük kongre ve toplantı alanı olarak; 13 toplantı odası (her biri 250'şer kişilik) 1 balo salonu (1250 kişilik), 2 çok amaçlı hol (1000 kişilik) ve 1600 metrekaRELİK sergi alanını içerecek.

Açık hava organizasyonları ve düğünler, 2 bin kişiye kadar servis verebilecek Palmiye bahçesinde yapılacak.

Üniversite mezunlarının sektöre kolayca uyum sağlayabilecek şekilde donanımlı olduklarını düşünüyoruz. Zincirin kariyer planlamasına uygun olarak yükselme olanağı her zaman açıktır.

Swissotel Grand Efes, İzmir'e göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ederiz.



swissôtel GRAND EFES
IZMIR



Pelin Atabek Gebeş
Satış Müdürü , Kongre ve Toplantılar
(Convention Sales Manager)
Swissôtel Grand Efes, İzmir
pelin.atabek@swissotel.com



Sevgilin Kadar Uzaksın Kendine

Bir sancı; bir nöbet gibiydi, içimdeki sevgisi... Sancı tahammül edilmez olunca, telefonlara sarılırdım. Geceleri, imza günlerine gittiğim şehirlerdeki yoksul otellerin odalarından, sabahlara kadar onu arardım. Nöbetim dininceye kadar... Terler içinde... Sevgisiyle çıldırmayı ve her türlü rezilliği göze alarak...

Hata üstüne, hata... Sabırsız, hesapsız, soluk soluğa. Yanlış üstüne yanlış yaparak arardım... Korkuyordum. Sevgimden emin olmaya başlar başlamaz birilerinin onu elimden almasından korkuyordum. Yitirme korkusu, son bulacak korkusu. Yoksulluğun verdiği bir korkuydu bu.

İçimde bir ses durmadan; "Artık aramaz, biraz diren, hep sen aradın, onun aramasını bekle; sabret!" derdi. Evet, bu ses vardı, bu ses de bana aitti ama onu dinleyen kimdi... Gördüğüm her telefona bir bağımlı gibi sarılıyor ve sesini duyar duymaz: "Seni seviyorum!" diyordum...

Bu coşkuyu, onun varlığı sağlamıştı. Varlığına minnet duyuyordum, bu yüzden... Bu yüzden, benim bütün sırlarımı, niyetlerimi, arzularımı bilsin, istiyordum... Bende olan ve olabilecek, her şeyi bilsin. Hem de vakit geçmeden, bir an önce...

Ama o sıkıldı benden, birdenbire hem de ben ona tam kendimi açmışken; nasıl olduysa, sıkıldı benden...

Kim bilir, belki onu bu kadar çok seveceğimi düşünmemişti... Belki de sevgim onu boğmuştu.

Nitekim itiraf etmişti; bana bir şey olur, endişesini daha fazla taşımak istemiyordu. Duyularımı gittikleri yerden geri çağırmalı, kendime çekidüzen vermeliydim...

Hem, hayat devam ediyordu. Ama ben en çok bu cümleden, nefret ediyordum ama o hep bunu söylüyordu: "Hayat devam ediyor..." Onun için, "Hayat devam ediyor," demek; "Ben seni, senin hissettiğin anlamda sevmiyorum," demekti. "Hayat devam ediyor," demek; "Böyle sevgilere, böyle aşklara bu dünyada yer yok," demekti... Hiçbir şeyi abartma, "Normale dön;

Kaybolmuş bir ney...

Unutulmuş bir dağ...

Kırık aynasında parmaklarını kesen bir kar tanesi...

*Arındıkça kanayan bir düş;
gecenin avlusunda kanatsız bir peri...
Kapılarda yırtılmış hayal bildirileri...*

*Sense yastığının altındaki anahtara uçuyorsun.
Anahtar, suların ardındaki
bir yüze düşüyor;
su ürperiyor...*

*Şimdi eski bir sevgili kadar yakınsın kendine...
Aşk, yüzün kadar yakın;
ömrüm, yüzün kadar uzak sana...*

*Yastığının altında bir uçurum gibi açılıyor kaderin.
Yeni sevgilin kadar uzaksın kendine,
kanayan masumiyetin
kadar yakın...*

Gittiğim her yerden, onu arardım...

var olanı kabullen, boyun eğ!" demekti.

İçimdeki utancın ve kaybedişin acısı dinsin, en çok da bana iyilik olsun diye söyledi bir gün: "Sana âşık olamadım, çünkü sen benim gibisin. Öyle yakın, öyle bildiğim bir varlıksın ki inan, çok denedim ama olamadım... Sana sarıldığımda, kurtulmak istediğim kendime sarılmış gibi oluyordum... Ne zaman bir başkalık, bağışlayıcı bir uzaklık arasam, sana çarpıyordum; unutmak istediğim kendime çarpar gibi... Ben kendimden kurtulmak istiyordum, sen beni yine kendime döndürüyordun... Seninle seviştiğimde, kendimle sevişmiş gibi oluyordum. Öylesine yakındın ki bana..."

Bunları söyledi ve sonra kayboldu, gitti. Ona kendisini hatırlatmayan, kendisine ait hiçbir iz, hiçbir ipucu taşımayan yerlere gitti... Benden ve ona kendisini hatırlatan her şeyden çok yorulmuştu...

Ve bana, "Bak, hayat devam ediyor!" derken, kendisi gibi olmayan birine âşık olmuştu... Onun için sancılar çekmeyen, nöbetler gelince onu hiç olmadık yerlerden aramayan, ona hayatının ancak çok küçük bir parçasında yer veren, onu benim gibi hayatının son umudu gibi aramayan birine âşık olduğuna kendisini inandırmıştı...

Onun deyişiyle, ulaşılmaz, gizemli, imkânsız birine; kendisinden, benden farklı birine.

Artık kimi geceler bu ulaşılmaz, bu imkânsız, gizemli adama duyduğu aşk için gelip benden yardım istemeye başlamıştı... Onun için neler yaşadığını, nelere katlandığını bilerek, hem de...

Evin içinde, elinde cep telefonu, kaygı ve merakla; "Ne dersin, onu aramam doğru olur mu?" diye sorup duruyordu, geldiği geceler.. Gözleri heyecanlı ve bencil bir ışıkla parlardı... Beni bu hayattan silerek... Hep onunla dolu olarak parlardı...

Yine de bu hayatta böyle olması gerektiğini içten içe hissederek; "Sen bilirsin, istersen ara; içinden nasıl geliyorsa öyle yap!" derdim... Aklıma onu, Anadolu'nun o yoksul otellerinden geceler boyu nasıl susuzlukla, sancıyla, umut ve umutsuzlukla aradığım gelirdi hep; kendimi güçlkle tutardım...

Oysa o evimde, durup dinlenmeden arardı, ulaşılmaz gizemli adamını. Cep telefonundan, aradığınız numara kapalı ya da kapsama alanı dışındadır, mesajı gelmesine aldirmeden, hep arardı. Utanmaz bir inat-

la... Susardım, onun konuşmasını beklerdim ama konuşacak halde değildi. Ulaşılmaz aşkı, kapsama alanı dışında, uzakta bir yerdedi. Bu, içindeki özlemi daha da artırıyordu. Onun için meraklanıyor; ona hissettikleri, bu uzaklıktan daha çok anlam kazanıyordu... Beni sildiği gibi, kendisini de silmişti. O uzaktaki, gizemli ve güçlü adamın ölçüleri, görüşleri, düşüncelerinden daha önemli hiçbir şey yoktu artık. Ona kavuşur kavuşmaz onun ölçülerini tamamen benimseyecek ve dünyaya bu ölçülerle meydan okuyacaktı.

Bense nerede olursam olayım, hep kapsama alanı içindeydim. Beni ne zaman isterse bulabilirdi. İstemese bile, bulabilirdi. Bu yüzden ben kaybettim ama kapsama alanı dışında olan adam kazandı. Gizemli, güçlü, egemen olan adam kazandı...

*Şimdi yaralarını sarmaya
bana geliyor:*

Kötü enerjisini bana bırakmaya.

Topraklamaya...

Benden akıl almaya geliyor:

Şimdi ben onun için sadece mola yeriyim...

Zamanı geldiğinde, gücüne inandığında,

beni yine terkedecek, biliyorum...

Yine de ona sevdalı varlığımdan ayıramıyorum kendimi... Sanki beni arayacakmış gibi, "Ara!" diyorum, bazen, o da hemen arıyor zaten. Telefondaki ses yine kapsama alanı dışında olduğunu söylüyor. İşte o zaman onu kendi yerime koyuyor, daha fazla üzülmesin, yıpranmasın diye, "Bir süre arama, biraz sabret, bekle, o seni arasin!" diyorum, ama o yine arıyor...

Ama, uzaktaki adam onu aramadığı için, ona, yeni, özel, aykırı, gizemli öyküler ekliyor. Onu daha da yüceltiyor. Daha da önemsiyor... "Zaten sen benim içimdesin," diyor bana, her şeyini bildiğim. Beni çok iyi bildiği için, kendi gibi küçümsüyor... Çünkü ben ona kendisini hatırlatıyorum. Ona kendisini hatırlatmayan biri gerekti hep, hep bunu beklemişti. Uzak, güçlü, ne olduğu belirsiz birini... Belirsizliğiyle heyecan uyandıran... Hiçbir sorununu, karmaşasını çözemediği, çözmekten usanıp çareyi sonunda kaçmakta bulunduğu kendisinden kopar



*Bilmiyor oysa,
o en dipteki acısıyla yüzleşmekten çekindikçe,
hep kendisinden kaçacak.
Ve hep uzaktaki, gizemli, imkânsız birine sevdalanacak.
Bilmiyor oysa, yıllarını bu uzaklıklarla
kendisi arasındaki o korkunç, o kapanmaz boşlukta
savrulurken geçirecek...
Bilmiyor oysa...*

tan, uzaklaştıran birini. Bir zamanlar hayatta en çok sevdiğim insan için bile, aşk buydu işte... Aşk onun için de ulaşılmaza, güçlüye, aramayana duyulan yoğun özlemdi... Kendisinden, o en dipteki acısından kaçıp kurtulmaktı...

*İçimdeki utancın ve
kaybedişin acısı dinsin, en çok da
bana iyilik olsun diye söyledi bir gün:
"Sana âşık olamadım,
çünkü sen benim gibisin.
Öyle yakın, öyle bildiğim bir varlıksın ki inan,
çok denedim ama olamadım..."*

Bazen onda kendimi görüyorum; "Ne olur, arama artık!" diyorum bazen, "aradıkça kaybedersin, biraz daha sabret, onun aramasını bekle!" diyorum... "Uzaktan, ulaşılmaz olan sen ol; ne olur, bırak şu telefonu elinden; aradıkça, özledikçe, içini açtıkça, kaybedersin!" diyorum, gözlerimdeki yangını gizleyerek, işte böyle söylüyorum... Ama o beni dinlemiyor. Gücün, ulaşılmazın, güçlünün gizeminden onu kurtaramıyorum... Durmaksızın arıyor. Bu defa buluyor onu: "Şu an yoldayım, ben seni sonra ararım," diyor, uzaktaki, imkânsız adam...

Bu ona yetiyor...

"Şu an yoldayım, ben seni sonra ararım!.." Benim yıllarca, geceler boyunca söylediğim onca şeyden, daha çok etkiliyor bu cümle onu... "Buymuş işte!" diyorum, "gerçek bu kadar!.. Aşk da bu hayat gibi adaletsiz, acımasız, hep güçlünün, hep ulaşılmaz olanın

kazandığı bir duyguymuş... Aşk da bu hayat gibi sadece bir iktidar oyunuymuş. Bu oyunda, hep bir köle ve bir de efendi varmış..." Sonunda uzaktaki adam onu yanına çağırıyor... İş bittiğinde, mola verdiğinde, tenini özlediğinde, gecesinin bir bölümünü onunla geçirmeye karar verdiğinde yanına çağırıyor...

Sonra o ayağa kalkıyor, cep telefonunu çantasına koyuyor; yanına geliyor: "Ona gidersem, kızar mısın?" diyor...

'Hayatı hiçe sayan bir gülümseyişle' bakıyorum yüzüne; "Hayır, neden kızayım! Yaşamak, senin de hakkın!" diyorum...

Çıkarken, son anda göz göze geliyoruz. Anlıyorum... Ne yaşamak istediğini anlıyorum. Bana aramızda o çok gizli bir anlaşma yapmışız gibi, bir an ama çok derinden bakıyor. "Beni biliyorsun; ne olur, bir şey deme ve engelleme!" diyor sanki gözleriyle... En dipteki acısını bana bırakıp gidiyor... Bu hayatta çözülmesi mümkün olmayan, onu bu hayattan koparıp kendisiyle yüzleştiren her şeyi bana bırakıp kendince o ulaşılmaz güç, gizemli, o güçlü saydığı adama gidiyor...

Biliyorum, onu anlamaktan başka yapacak hiçbir şeyim yok... "Peki, git!.. Git!.. Zaten özlediğimiz hiçbir şey, bu hayatta mümkün değil. Sana nasıl yenilmiş olmalıyım ki döndüğünde kapım ardına kadar açık," diyorum... Hayatı hiçe sayan bir gülümseyişle bakıyorum arkasından.

"Git!" diyorum sonra kendi kendime, "kapım ardına kadar açık sana... Git!" diyorum...



Cezmi
ERSÖZ

Bir dost...

Saate bakmaksızın kapısını çalabileceği bir dostu olmalı insanın...

"Nereden çıktın bu vakitte" dememeli, bir gece yarısı telaşla yataktan fırladığında;

"Gözünün dilini" bilmeli; dinlemeli sormadan, söylemeden anlamalı...

Arka bahçede varlığını sezdirmeden, mütemadiyen dikilen vefalı bir ağaç gibi köklenmeli hayatında; sen, her daim onun orada durduğunu hissetmelisin. İhtiyaç duyduğunda gidip müşfik gövdesine yaslanabilmeli, kovuklarına saklanabilmelisin.

Kucaklamalı seni güvenli kolları,
...dalları bitkin başına omuz, yaprakları kanayan ruhuna merhem olmalı...

En mahrem sırlarını verebilmeli, en derin yaralarını açıp gösterebilmelisin; gölgesinde serinlemelisin sorgusuz sualsiz...

Onca dalkavuk arasında bir tek o, sözünü eğiip bükmeden söylemeli, yanlış anlaşılmayacağını bilmeli.

Alkışlandığında değil sadece, asıl yuhalandığında yanında durup koluna girebilmeli.

Övmeli alem içinde, baş başayken sövmeli ve sen öyle güvenmelisin ki ona, övdüğünde de sövdüğünde de bunun iyilikten olduğunu bilmelisin, "hak ettim" diyebilmelisin.

Teklifsiz kefil olmalı hatalarının; günahlarının yegane şahidi...

Seni senden iyi bilen, sana senden çok güvenen bir sırdaş...

Gözbebekleri bulutlandığında yaklaşan fırtınayı sezebilmelisin.

Ve sen ağladığında, onun gözünden gelmeli yaş...

Böyle bir dostum var benim.

Pek sık görmesem de hep yanımda olduğumu bildiğim, yalansız riyasız dertleşebildiğim.

Kuşağımın en iyisiydi hilafsız...

Beraber okuduk, birlikte koştuk son 20 yılın amansız parkurunu...

Katılışıya ağladık, doyusıya güldük yol boyu... Ekmeğimizi ve acılarımızı bölüştük.

Çocuklar doğurduk, büyükler gömdük.

Sonunda yara bere içinde oraya buraya savrulduk.

Buluştuk geçenlerde...

Bitaptı; kayan bir yıldız kadar ışıltılı, bir o kadar yorgun:

"- N'apıyorsun" diye sordum.

"- Seyrediyorum" dedi; "çaresizce, öfkeyle, şaşkın-

lıkla ama sadece seyrediyorum".

Seyrettiği; kuşağımızın en kötülerinin, pespayelik yarışında ipi ilk göğüsleyenlerin zirveye hak kazanmalarındaki akıl almaz gariplikti.

İyiliğin ve ustalığın bu kadar eziyet gördüğü, kötülüğün ve yeteneksizliğin bunca ödüllendirildiği bir başka coğrafya var mıydı acaba?

Okuldaki ideallerimizden, gençlik coşkumuzdan söz ettik bir süre; tozlu raftaki bir kitabı yıllar sonra merakla karıştırır gibi... Ülkemizin kaderini değiştirmeye azimliydik mezun olurken; lakin karanlığını boğmaya yemin ettiğimiz ülke, karanlığına boğmuştu bizi...

Pazarda görsek tezgahından meyve almayacağımız adamların cenderesinde bir ömür geçirmiş, tünelden çıkış sandığımız ışığın, üstümüze gelen kamyonun farı olduğunu çok geç fark etmiştik.

Velhasılı ne sevebilmiş, ne terk edebilmiştik. Krizde geçmişti bütün gençliğimiz; ve şimdi çocuklarımıza tek devredebildiğimiz, çok daha ağırlaşmış bir kriz...

"- İşte" diye iç geçirdi kadim dostum, "...bunları seyrediyorum bir kenardan sessizce..."

İşte en çok da böyle zamanlarda bir dostu olmalı insanın...

Yıllarca aynı ip üstünde çalışmış, cesaretle ihanet arasında gidip gelen bir salıncağın sınavında birbiriyle kaynaşmış iki trapezci gibi güvenle kenetlenmeli elleri...

"Parkurun bütün zorluğuna rağmen dostluğumuzu koruyabildik, acıları birlikte göğüsleyebildik ya; yenildik sayılmayız"

diyebilmeli...

İssizliğin, yalnızlığın en koyulaştığı anda, küçücük bir kağıda yazdığımız kısa, ama ümitvar bir yazıyı, yüreğe benzer bir taşa bağlayıp birbirimizin camından içeri atabilmeliyiz:

"Bunu da aşacağız!

İmza: Bir dost!.."

Dokuz Eylül öğrencilerine, İşletme Kulübüne ve Beyond dergisine ismi gibi hep ileriye taşıyacağı- nız bu yolda başarılar dilerim.



Can DÜNDAR

CUMHURBAŞKANI SEÇİMİ AK PARTİ'NİN BİR İÇ MESELESE Mİ?



Eğer bir partinin TBMM'deki milletvekili sayısı cumhurbaşkanı seçmeye yeterli ise, o ülkedeki Cumhurbaşkanlığı seçimi, öncelikle o partinin bir "iç mesele"si olur. Kurumsal ve genel siyasi dengeler, ikincil öncelik taşır.

Bu hep böyle olmadı mı?

Tek Parti dönemini ve ara rejimleri bir kenara bırakalım.1950'de Celal Bayar'ı Demokrat Parti, Cumhurbaşkanı seçti. Parti içinde mesela "Fuat Köprülü Cumhurbaşkanı olmalı" diyenler de vardı. Ama Bayar Cumhurbaşkanı oldu, Adnan Menderes'e de Başkan olmak düştü. Kuruculardan Refik Koraltan TBMM Başkanı, Fuat Köprülü'de Dışişleri Bakanı oldular.

1989'da da Turgut Özal cumhurbaşkanı olmaya karar verdi ve Anavatan Partisi'nin oyları ile seçildi. O seçim öncesinde de "Özal başbakanlıkta kalmalı" doğrultusunda konuşuldu ve yazıldı. Cumhurbaşkanı adayı olarak sayısız isimler telaffuz edildi. Ama son kararı Özal verdi. Süleyman Demirel'in 1993'te Cumhurbaşkanı seçilmesi ise, TBMM'deki çoğunluğa sahip DYP ile SHP'nin uzlaşmaları sayesinde gerçekleşti. Neticede o dönemde Cumhurbaşkanının kim olacağı, DYP ile DSP'nin veya Süleyman Demirel ile Erdal İnönü'nün iç meseleleriydi.

Sezer ve Korutürk

Buna benzer bir uzlaşma denemesi, 2000 yılında Demirel'in görev süresi bittiğinde onun Cumhurbaşkanlığına uzatmak amaçlı Anayasa değişikliği girişimine dayandı. Ama Ecevit'in öncü olduğu bu girişim TBMM'de reddedilince, sahneye Ahmet Necdet Sezer adı sürüldü. O dönemi arşivlerden hatırlamaya çalıştım. Örneğin Sezer'in cumhurbaşkanı olmasını, 7 Mayıs 2000 tarihli "Baltimore Sun" (ABD) gazetesi "Reformcu Yargıç Başkan Seçildi" başlığıyla vermiş. Yorumda da Sezer'in ilk demecindeki, uzun yıllardır AB'ye üye olmak isteyen Türkiye'de demokrasinin daha

da ilerlemesi gerektiği içerikli çağrısı vurgulanmış. Daha önce 1973 Nisan ayında da, bir partinin cumhurbaşkanı seçecek çoğunluğu olmadığı için, Fahri Korutürk bir anda 365 oyla Çankaya'ya çıkmamış mıydı? Korutürk kendisine Cumhurbaşkanı adaylığını duyuran Çağlayangil'e "Aradınız, taradınız, köşede kalmış beni buldunuz sanırım" dememiş miydi? Kısacası "Ne olduğu bilinmez, ettiğinden bellidir" ifadesi içinde Cumhurbaşkanı olduktan sonra politik çizgileri anlaşılan siyaset dışı kişiliklerin dönemi, galiba şu anda gündemde değil. TBMM Başkanı Bülent Arınç mesteklaşlarımızla yaptığı bir konuşmada şöyle demiştir: Bu yıl yapılacak Cumhurbaşkanlığı seçimi, öncelikle AK Parti'nin bir "iç meselesi" dir.

İsterse olur

AK Parti'nin "3 Adamı" nın aralarındaki ilişkileri hatırlatıp, "Tayyip Bey aday olmak isterse hiçbirimiz itiraz etmeyiz. O Cumhurbaşkanı olur. Kendisi istemezse ve başka birini önerirse ben onun dediğine "hayır" demem. Varsa çekincelerim söylerim. Erdoğan Cumhurbaşkanı olursa Abdullah Gül'ün Başbakan olacağı ise yüzde yüzdür" diyerek, herkese reel politik dersi vermiş. Tayyip Erdoğan cumhurbaşkanı olmak ister mi sorusu, tabii ki bir başka mesele.

İkisi de siyasi parti lideri olan, seçim kazanıp başbakanlığa gelebilen Turgut Özal ve Süleyman Demirel, partilerini bırakmanın sonuçlarını bile bile, sonunda cumhurbaşkanı da olmak istemişler neticede. Kısacası "Siyaset" ve "İhtiras" kan kardeşidirler.



Mehmet BARLAS



“Seni bekledi im kadar!...”

Üniversiteli delikanlı Kolejli kıza bir voleybol maçında rastladı. Okul salonundaydı maç. Tribünsüz, minik bir salon..

Seyircilerle, oyuncular arasında, sahanın çizgisi vardı sadece.. O kadar yakındılar.. Delikanlı, bu tatlı, bu güzel, bu dünyalar şirini kıızı ilk defa görüyordu takımında.. Hoşlandığını, fena halde hoşlandığını hissetti. Az sonra bir şeyi daha hissetti. Uzun zamandan beri maçı değil, o güzel kıızı izlediğini.. Kıız servis atarken hemen önünden geçti. Göz göze geldiler.. Kıız gülümsedi.. Delikanlı, çok popülerdi o yıllarda..

Kız onu tanımış olmalıydı. Kim bilir, belki kız da ondan hoşlanmıştı.. Belki de delikanlı öyle olmasını istediği için ona öyle gelmişti.. Set değişip, takım karşıya gidince, delikanlıda yerini değiştirdi, o da karşıya gitti.. Üçüncü sette tekrar eski yerine döndü.. Kıızda gidiş gelişleri fark etmişti galiba.. Bir defa daha gülümsedi. Manidar..

“Anladım” der gibi bir gülümseyişi bu.. Delikanlı o hafta boyu hep bu dünyalar şirini kıızı düşündü.. Pazar günü, sabahın köründe kalktı, erkenden oynanacak maçı, ne maçı canım, o dünyalar şirini kıızı görmek için.. Delikanlı artık kızın hiçbir maçını kaçırmıyordu..

Dahası.. Ankara Koleji’nin her dağılış saatinde, okul civarında oluyordu, onu bir kez daha görmek için.. Karşılaştıklarında, hafif çok hafif bir gülümseme, çok minik bir baş eğmesi ile selamlaşır olmuşlardı..

Bir defasında, yaptığına sonra kendisi de günlerce güldü.. O gün gene tesadüfmiş gibi, okul dağılımı kızın karşısına çıkmış, gülümseyerek selamlamış, sonra arka sokaklara dalıp, yıldırım gibi koşarak, bir blok ötede gene karşısına çıkmıştı.. Kıız bu defa, iyice gülmüştü.. Karşısında, sözüm ona ağır ağır yürüyen, ama nefes nefese delikanlıyı görünce.. Delikanlı, voleybol takımının kaptanını iyi

tanıyordu. Arkadaştlar. Sonunda bütün cesaretini topladı, kaptana açıldı.. O kıızdan fena halde hoşlanıyordu. Galiba kız da ona karşı boş değildi. Bir yerde, bir şekilde tanışmaları gerekiyordu.. O zamanlar, bu işler böyle oluyordu çünkü.. Kaptan: “Tabii” dedi.. “Bu hafta sonu güzel bir konser var. Biz onunla gitmeye karar vermiştik zaten. Sen de gel. Hem konseri birlikte izleriz, hem de tanışsınız..”

Mutluluk işte bu olmalı” diye düşündü delikanlı.. “Mutluluk işte bu..” Ve konser gününe kadar geceleri hiç uyuymadı.. Konser gününü de hiç ama hiç unutmadı..

O ne heyecandı öyle.. Konserin verildiği sinemanın kapısında tanıştılar.. El sıkıştılar.. O güzel ele dokunduğu anı da hiç unutmadı delikanlı.. Kaptan, salona girdiklerinde, ustaca bir manevra daha yaptı. Delikanlı ile dünyalar şirini kız yan yana düştüler. İnanamıyordu delikanlı.. Onunla nihayet yan yana oturduğuna, onun sıcaklığını hissettiğine, onun nefesini duyduğuna inanamıyordu.. Biraz önce tanışırken tuttuğu el, bir karış ötesinde öylesine duruyor, delikanlı, sahnede dünyanın en romantik şarkısı söylenirken ki, o an dünyanın bütün şarkıları dünyanın en romantik şarkısıydı ya, o eli tutmak için öylesine büyük bir arzu duyuyordu ki içinde.. Ama uzatamıyordu işte elini.. Her şey böyle iyi giderken, yanlış bir hareketle, onu ürkütebileceğinden, incitebileceğinden öylesine korkuyordu ki.. Sonunda dayanamadı, sanki kolu uyuşmuş gibi, uzandı.. Kolunu kızın koltuğunun arkasına koydu.. Kızın omzuna değil.. Koltuğun üzerine.. Sonra kız arkaya yaslandı.. Birkaç saç teli, delikanlının elinin üzerine dokundu.. Kalbi yerinden fırlayacak gibi atıyordu artık genç adamın.. Dünyalar şirini kızın saçları eline dokunuyordu çünkü..

Konserden çıkarken, kız, şakalaştı.. “Sizi her maçımızda görüyoruz. Aıştık nerdeyse.. Yarın Adana’da maçımız var.. Gözlerimiz sizi arayacak..” Hayır, aramayacaktı..

Delikanlı o anda kararını vermişti çünkü.. Cebinde onu otobüsle Adana'ya götürüp getirecek, hatta öğle yemeğinde bir de Adana kebab yedirecek kadar para vardı..

Gece yarısı kalkan otobüse bindi.. Sabah erkenden Adana'ya indi. Maç saatine kadar başı boş dolaştı.

Salona erkenden girdi, en ön sıraya tam servis köşesine en yakın yere oturdu.. Takımlar sahaya çıkarken, salondaki en heyecanlı seyirci oydu. Maç falan değildi sebep tabii.. İlk sette kız farkında bile değildi onun.. Nerden olsundu ki.. İkinci sette öbür tarafa gittiler.. Döndüklerinde, üçüncü sette kız fark etti delikanlıyı..Yüzünde çok ama çok şaşkın bir ifade, biraz mutluluk, birazda gurur vardı sanki.. Ankara'nın hele Kolej'de çok popüler bu delikanlısının onun için ta oralara geldiğini bilmenin gururu..

Maç bitti. Kız soyunma odasına, delikanlı garajlara gitti. Tek kelime konuşmadan.. Konuşmaya gelmemiştiki ki..

Kız "Keşke orada olsaydın" demişti. O da olmuştu işte.. Hepsi o.. Ona o kadar çok şey söylemek istiyordu ki aslında..

Bir gün üniversite kantininde gazete okurken, iç sayfalarda bir şiire rastladı. Daha doğrusu bir şiirden alınmış bir dörtlüğe..

Söylemek istediği her şey bu dört satırda vardı sanki..

Bembeyaz bir karta yazdı o dört satırı.. Öğleden sonrayı zor etti, Kolej'in önüne gitmek için.. Kızın karşından geldiğini gördü. Koşarak yanına gitti. "Bu sana" diye kartı eline tutuşturdu ve kaybordu ortadan, kız, dizeleri okurken...

*"Ne hasta beklerdi sabahı
Ne taze ölüyü mezar
Ne de şeytan bir günahı
Seni beklediğim kadar!.."*

Ertesi gün öğleden sonra, tarif edilemez heyecanlar içinde Kolej'in önündeydi gene.. Kız karşından geliyordu.. Bu defa yanında arkadaşları yoktu. Yalnızdı..Yaklaştığında işaret etti delikanlıya.. Gözlerine inanamadı genç adam.. Onu yanına mı çağırıyordu yoksa.. Evet, çağırıyordu işte.. Kalbinin duracağını sandı yaklaşırken.. "Sana bir şeyler söylemek istiyorum" dedi kız.. O da heyecanlıydı, belli..

"Bak iyi dinle.. Dünkü satırlar için çok teşekkürler.. Herhalde hissettin, ben de senden hoşlanıyorum. Ama senden evvel tanıdığım birisi daha var. Ondan da hoşlanıyorum ve henüz karar veremedim, hanginizden daha çok hoşlandığıma.. Ve de şu anda, onu terk etmem için bir sebep yok."

"O zaman karar verdiğinde ve de eğer seçtiğin ben olursam, hayatında başka kimse olmazsa, ara beni" dedi delikanlı ikiletmeden.. Ayrıldı kızın yanından.. Bir daha voleybol maçına gitmeden, bir daha okul yolunda önüne çıkmadan.. Bir daha onu hiç görmeden.. Yıllarca sonra Levent'in söyleyeceği şarkıdaki Sezen'in sözlerini o, o zaman biliyordu sanki. Aşk onurlu olmalıydı.. Günlerce, haftalarca, aylarca bekledi.. Tıpkı, kıza verdiği o dörtlükteki gibi bekledi.. Hastanın sabahı, şeytanın günahı beklediği gibi bekledi.. Heyecanla bekledi. Hırsıyla, arzuyla bekledi. Umutla, umutsuzlukla bekledi. Bazen öfkeyle bekledi.. Ama bekledi.. Başka hiç kimseye bakmadan, başka hiç kimseyi bulmadan bekledi.

Bir gün bir şiir antolojisinde şiirin tamamını buldu.. İki dörtlüktü şiir aslında.. İlki kıza verdiği.. Bir ikinci dörtlük daha vardı o kadar.. O dörtlüğü de bir kartın arkasına dikkatle yazdı.. Cebine koydu.. Bekleyiş sürüyor, sürüyordu.. Okullar kapandı, açıldı.. Aylar, aylar geçti.. Bir gün deli-



kanlı kızı aniden karşısında gördü.. "Günlerdir seni arıyorum" dedi kız. "Günlerdir seni arıyorum. İşte sana haber.. Artık hayatımda hiç kimse yok!.."

"Yaa" dedi delikanlı.. "Yaa" dedi sadece.. Kalbi heyecandan ölesiye çarparken, aylardır ölesiye beklediği an gelip çatmışken, ağzından sadece bu ses çıkmıştı..

"Yaaa!.."

Cebinde artık iyice eskimiş kartı uzattı kıza.. "Sana bir şiirin ilk dörtlüğünü vermiştim ya bir gün" dedi.. "Bu da ikinci ve son dörtlüğü onun.."

Sonra yürüdü gitti, arkasına bile bakmadan.. Kız dizelere bakarken..

*"Geçti istemem gelmeni
Yokluğunda buldum seni.
Bırak vehimimde gölgeni
Gelme artık neye yarar!.."*

Aradan yıllar, çok ama çok uzun yıllar geçti. Delikanlı bugün hâlâ düşünüyor..

O uzun, çok uzun bekleyiş aşkını öldürmüş müydü, acaba?

Ya da beklerken, ölesiye beklerken hayalinde öylesine bir sevgili yaratmıştı ki, artık yaşayan hiç kimse bu hayali dolduramazdı.. O sevgilinin kendisi bile.. Hayalindekiyi yaşatmak için mi, yaşayanı silmişti yani?.. Yokluğunda bulmak bu mu demek oluyordu?.. Ya da.. Ya da..

Bir şiirin romantizmine mi kapılmış, bir delikanlılık jesti uğruna, mutluluğunun üzerinden öylece yürüyüp gitmişti, acaba?

*"İşletmeciler dostlarımı sevgiyle kucaklarım...
Bir gün karşılıklı da konuşuruz gençler..."*



Hıncal ULUÇ

PROBLEME DAYALI ÖĞRENME: İŞLETMECİLİK EĞİTİMİNDE FARKLI BİR YAKLAŞIM



Son yıllarda dünyamızda küreselleşmeyle birlikte yaşanan hızlı değişim, yaşamın hemen hemen her alanında geleneksel yöntem ve yapıların terk edilerek yerine çağın ihtiyaçlarına uygun sistemlerin geliştirilmesini gerektirmiştir. Bilgi çağı olarak adlandırılan bu yeni dönemin şüphesiz en önemli dinamiği, sahip olduğu temel ve gelişmiş bilgi donanımının ötesinde kullanılan yüksek teknolojiler ile baş edebilen, karmaşık problem çözme yeteneği gelişmiş, güçlü iletişim becerilerine sahip, takım çalışmasına yatkın, değişimin akıl almaz hızına ayak uydurabilecek donanımdaki uzman işgücüdür. Doğal olarak bu uzman işgücünün yukarıda özetle tanımlamaya çalıştığımız temel özellikleri, geçmişte tanımlanan niteliklerinden neredeyse siyahla beyaz kadar farklı olup, bir o denli de çeşitlilik içermektedir. Bu çarpıcı değişim karşısında eğitim kurumlarının son yıllarda olanca ağırlığıyla yer alan ve hareketle tartışmaya açılan temel konu, yüzyıllardır benimsenmiş geleneksel eğitim yöntemlerinin iş gücünün bu dönüşümünü gerçekleştirmeye yeterli olup olmadığıdır. Özellikle eğitim kuruluşlarının akreditasyon çabaları çevresinde ivme kazanan bu tartışmaların bugün geldiği noktada geleceğin uzmanlarına çağın gereksinimlerine uygun yetkinliği kazandırmak konusunda yetersiz kaldığı tartışmasız kabul edilmektedir. Bununla birlikte halen nasıl bir eğitim sistemi sorusunun yanıtına tüm akademik disiplinleri tatmin edecek bir cevap bulunduğu da söylenemez.

Kooperatif öğrenme, projeye dayalı öğrenme, örnek olay çalışması gibi temellerini yapılandırmacı felsefeden alan yaklaşımlar arasında en fazla gündeme gelen Probleme Dayalı Öğrenmedir (PDÖ). PDÖ yaklaşımı 1960'lı yıllarda ilk olarak Mc Master Üniversitesi öncülüğünde Tıp eğitiminde uygulanmaya başlamış ve çok kısa sürede fen bilimleri ve mühendislik başta olmak üzere pek çok yüksek eğitim alanında alternatif bir eğitim yaklaşımı olarak kabul görmüştür. Dokuz Eylül Üniversitesi, Tıp Fakültesi öncülüğünde 1997 yılında gerçekleştirmeye başladığı uygulamalarla, PDÖ yaklaşımının ülkemizdeki öncülüğünü üstlenmiştir.

PDÖ geleneksel yöntemlerin aksine öğrenci merkezli bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımı destekleyen temel ilke öğrenme işlevinin öğrencinin çözmeye güdüldüğü bir problem önceliğinde gelişmesidir. Bu yaklaşımda karmaşık gerçek yaşam problemleri, öğrencileri edinilmesi gereken kavram ve ilkeleri tanımlamak ve araştırmaya yöneltmek üzere kullanılmaktadır. Problemler genelde eğitici grubu tarafından önceden belirlenmiş öğrenme hedeflerine ulaşılmasını ve bu hedeflerin içerdiği kavram, beceri ve etik unsurların bütünleştirilmesini sağlamak üzere tasarlanır. Öğrenme sürecinde küçük takımlardan oluşan öğrenci grupları bilginin edinilmesi, paylaşılması ve bütünleştirilmesi amacıyla ortak bir çalışma yürütürler.

Klasik bir PDÖ oturumu kısaca şu aşamalardan oluşmaktadır:

- Oturum öğrencilere sunulan bir problemle başlar. 6-7 kişiden oluşan öğrenci grupları geçmiş bilgilerini ve problemle ilgili düşüncelerini bir araya getirerek problemi tanımlamaya çalışırlar.
- Bu çalışma sürecinde öğrenciler karşılıklı tartışarak problemin çözümü çerçevesinde anlamadıkları ve bilmedikleri olguları öğrenme hedefleri olarak tanımlar. Amaç problemin çözümü için elde bulunan bilgilerin kullanılması ve problemin çözümü için gereksinim duyulan bilgi ihtiyacının ortaya çıkarılmasıdır.
- Oturum sonunda öğrenciler saptanan öğrenme hedeflerini gözden geçirerek önceliklerini, bu hedeflerinin gerçekleştirilmesine ilişkin görev ve sorumlulukları ile kullanılabilecek kaynakları tartışırlar.
- PDÖ'nün izleyen oturumlarında bir araya gelen öğrenciler öğrenme hedeflerini ortaya koyarak elde edinilen yeni bilgiyi problem bağlamında bütünleştirirler. Problemin yapısına bağlı olarak süreç, problemin yeniden tanımlanması ve yeni öğrenme hedeflerinin belirlenmesiyle devam eder.

Bu özellikleriyle probleme dayalı öğrenme öncelikle öğrencilerin karmaşık problemleri incelemeye, analiz etmeye ve çözümlenmeye; küçük gruplar da bir takım olarak çalışmaya; çok yönlü yazılı ve sözlü iletişimlerini geliştirmeye yönelik yetkinliklerinin gelişimini sağlayan bir yaklaşımdır. Ancak PDÖ'nün öğrencilere

kazandırdığı ifade edilen bu yetkinliklerin ötesinde en güçlü yönü öğrenmeyi öğreten bir yaklaşım olmasıdır. Bir diğer deyişle, PDÖ öğrenciye belli bir problemle karşı karşıya kaldığında bu probleme ilişkin bilgi gereksinimini tanımlamayı, bu bilgiyi nereden ne şekilde edineceğini, edindiği bilgiyi anlamlandırmayı, bu bilgiyi geçmiş bilgileriyle farklı bir bağlamda ilişkilendirerek ve bütünleştirerek kullanmayı ve öğrenme süreci sırasında başkalarıyla etkileşimi öğreterek sadece eğitimi sürsünce değil yaşamı boyunca da sahip olması gereken bir donanım sağlamaktadır.

1980'li yıllardan günümüze değin işletmecilik eğitime yöneltilen temel eleştirilerden biri mezunlarının üst düzeyde teknik bilgi donanımına sahip olmakla birlikte bu donanımı kullanmalarını olanaklı kılacak yetkinliklere sahip olmadıklarıdır. Zaman zaman teoriyle uygulamanın bağdaştırılmadığı şekilde ifade edilen bu durum, öncelikle işletme eğitiminin disiplinleri arasına koymuş olduğu katı sınırlarından kaynaklanmaktadır. Günümüzde iş dünyasının dinamikleri işletmelerin bütüncül bir bakış açısı benimsenmesini gerektirmektedir. Artık hiçbir işletme problemini salt muhasebe, finans, pazarlama, üretim, insan kaynakları veya yönetim problemi olarak görmek mümkün değildir. İş dünyası bu çalışma alanları arasındaki sınırları çoktan kaldırmış olmakla birlikte işletme okulları hala bu akademik sınırlar içinde eğitim vermeye devam etmektedirler. Bir diğer önemli unsur ise teorik bilgi kazandırmaya odaklanmış işletmecilik eğitiminin, günümüz mezunlarının iş dünyasının dinamikleriyle başa çıkmalarını sağlayacak iletişim, takım çalışması ve problem çözme gibi temel yetkinliklere eğitim planları içinde yeterince yer vermesidir. Bu yöndeki eleştiriler öncelikle tıp alanında kullanılmaya başlamasının ardından hızla yaygınlaşan PDÖ yaklaşımının işletmecilik eğitiminde de uygulanabilirliğine dikkat çekmiştir.

Diğer disiplinlerle karşılaştırıldığında işletmecilik eğitiminde PDÖ kullanımı oldukça yenidir. Bununla birlikte özellikle batı üniversitelerinde çeşitli düzeylerde (ders, program, derece, kurumsal düzeyde) pek çok uygulamasının bulunduğu görülmektedir.

PDÖ işletmecilik eğitiminin temel sorunlarına çözüm getirebilecek bir yaklaşım olarak görülmekle birlikte sistemin başarı açısından birkaç önemli koşul son derece önemlidir.

• Geleneksel eğitim yaklaşımlarının merkezinde öğretim üyesi yer alırken PDÖ eğitiminin merkezini öğrenci oluşturmaktadır. Bu köklü değişim öğretim üyesinin geleneksel rolünü bir kenara bırakarak mentor, koç, kolaylaştırıcı, yönetici ve lider gibi farklı roller üstlenmesini gerektirmektedir. Yıllardır geleneksel rolünü benimsemiş öğretim üyesinin bu rol değişimine ne ölçüde hazır olduğu sistemin başarısı açısından kritik öneme sahiptir. Eğiticilik yanında araştırma-geliştirme yapmak gibi temel bir işlevi bulunan öğretim üyesinin, özellikle sistemin kuruluş aşamasında üstlenmek durumunda olduğu yük, doğaldır ki bu rolün benimsenmesini zorlaştıran en önemli dışsal faktördür.

• PDÖ'nün en güçlü yönlerinden birisi öğrenciyi öğrenmeye güdülemesidir. Gerçek iş yaşamından alınmış bir probleme çözüm bulacağı düşüncesi öğrenciyi heyecanlandırırken, başarının 11 yıllık eğitimi boyunca edinmiş olduğu alışkanlıklardan oldukça farklı alışkanlıkları gerektirmesi kendisini en fazla zorlayan unsur olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında öğretim üyesinin

yanında öğrencinin de sisteme uyumunu sağlamak başarının en önemli anahtarlarından biridir.

• PDÖ'nin işletmecilik eğitimiyle ilgili uygulamaları dikkate alındığında farklı öğrenme bağlamlarında yaygınlaştıkça kullanıldığı görülmektedir. Bazı durumlarda öğrenme hedeflerinin öğretim üyesi tarafından belirlendiği yapılandırılmış problemler kullanılırken, özellikle son sınıf veya yüksek lisans düzeyinde öğrenme hedeflerinin tamamen öğrenciye bırakıldığı açık uçlu problemler de kullanılmaktadır. Tek oturumluk problemlerin yanısıra bir eğitim dönemi boyunca devam edebilen

PDÖ geleneksel yöntemlerin aksine öğrenci merkezli bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımı destekleyen temel ilke öğrenme işlevinin öğrencinin çözmeye güdülendiği bir problem önceliğinde gelişmesidir.

problemlere de rastlanabilmektedir. Oldukça farklılık gösteren bu uygulamaların ortak kaygısı problemin iş yaşamının uygulamalarıyla bağdaşan, gerçek bir problem olmasıdır. Bu konu o derece önemsenmektedir ki, iş dünyasında çalışanların süreç içinde aktif rol aldığı uygulamaları dahi görmek mümkündür. Şüphesiz bu koşulun sağlanması iş dünyasıyla üniversitelerin yakın iş birliğini gerektirmektedir. Bir diğer deyişle sistemin başarısı açısından iş dünyası üniversitelerle problemlerini paylaşmaya ve sistemin gelişmesine destek vermeye hazır ve istekli olmalıdırlar.

Sonuç olarak PDÖ'nün işletmecilik eğitime farklı bir vizyon getireceği ve bu vizyonun geleceğin profesyonellerinin yetiştirilmesi adına taşıdığı önem yadsınamaz. Bununla birlikte PDÖ'nün hak ettiği başarıyı yakalayabilmesi açısından yukarıda sıralanan bu koşulların ötesinde gerek bu köklü değişimin öngördüğü alt yapıyı kurmak, gerekse ihtiyaç duyulan iş gücünü karşılamak üzere güçlü bir ulusal politikaların varlığı tabii ki eğitim kurumlarının bu yöndeki çabalarına ivme kazandıran temel unsur olacaktır.

Kaynakça:

Aktif Eğitim (Ocak 2007) Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesinde Aktif Eğitim. İzmir; İndirilme Tarihi: 5 Ocak 2007 WWW: <http://www.tip.deu.edu.tr/index.php?id=1621>

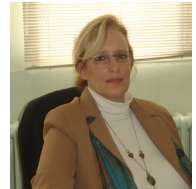
Coombs, G., Elden, M. (2004). Introduction to The Special Issue: Problem-Based Learning As Social Inquiry—PBL and Management Education. *Journal of Management Education*, 28(5), 523-535.

Duch, B. J., Groh, S. E., Allen, D. E. (2001). *The Power of Problem-Based Learning*. Virginia: Stylus Publishing.

Peterson, T. O. (2004). So You're Thinking of Trying Problem Based Learning?: Three Critical Success Factors for Implementation. *Journal of Management Education*, 28(5), 630-647.

Vleuten, C. P. M., Verwijnen, G. M. (1996). Fifteen Years of Experience with Progress Testing in a Problem-Based Learning Curriculum. *Medical Teacher*, 18(2), 103-109.

Prof. Dr. Yasemin ARBAK
DEÜ





FARKLI BİR RENK...

*1600-1750 yılları arasında
“Düzgün olmayan inci” anlamındaki Barroco olarak isimlendirilmiş,
her yenilik gibi tutucu kesimin tepkisini almış,
Rönesans dönemindeki aydın fakat klasik sanat yaklaşımlardan
farklı olarak yine aydın fakat feyzalınan kaynaklar
ortak olsa da kullanılan araçların
farklı olduğu bir dönem...*

Gözlerimi açtım yine bir güne... Aslında ne garip şey yaşamak değil mi? Kimimiz kader olarak isimlendiririz, tesadüfler zinciridir yaşadıklarımız kimimize göre, kimisine göre bambaşka tanımları vardır yarın nasıl, hangi durumda

olacağımıza dair, kim bilir yine bir hüsrana daha bekliyordur yada bir başarı daha yada ölüm yada tesadüflerden biri işte...

Gözlerimi açtım işte bir güne daha... Perdeyi araldım yine her zamanki gibi yatağımdan çıkmadan, güneş ışığını görmek isterdim ki içim ısınsın, aydınlansın diye ama gördüğüm kapkaranlık bir havaydı... Daha bir gün öncesinde hava o kadar güzeldi ki, bir çocuk gibi kıpır kıpırdı içim şimdi karanlık hem de öylesine karanlık ki...

Hemen bilgisayarımı açtım, kahvemi hazırladım, Bach&Handel albümünden çalan Sarabande, ve ben yine düşüncelere daldım insanın değişkenliği üzerine, sonsuz dediğimiz, keşfedilemez uzaydan bir tane de insanın içinde olduğunun üzerine... İklimler gibi yaşıntılarımız, değişken, pişmanlıklarla, başarılarla, öf-

kelerle, umutlarla, mutluluklarla dolu, kimi zaman ise sadece hüçlük...

Bana bu hisleri yaşatan dışarıdaki hava mıydı sadece acaba? dedim ve bir anda ayıldım, o kadar dalmıştım ki müziğe, hayır, sadece havanın karanlık olması değildi tabii ki, insanlar hep değişken hava aydınlık da olsa...Benim bu hislerim iç dünyama ve çalan müziğe dair bir karmaşaydı ve meraklandım neden Sarabande'de böyle bir hal aldım diye? Ve cevap: Barok Döyem...

1600-1750 yılları arasında “Düzgün olmayan inci” anlamındaki Barroco olarak isimlendirilmiş, her yenilik gibi tutucu kesimin tepkisini almış, Rönesans dönemindeki aydın fakat klasik sanat yaklaşımlardan farklı olarak yine aydın fakat feyzalınan kaynaklar ortak olsa da kullanılan araçların farklı olduğu bir dönem...

Rönesans gibi bir yeniçağ sanatı olan Barok sanatının da temel amacı görüneni gerçekte olduğu gibi inandırıcı bir biçimde vermektir. Natüralizm denilen bu tutumda amaç aynıydı fakat Barok sanatçı bu amacına Rönesans sanatçısından çok ayrı yollardan varmayı başarmıştır. Hareketlilik, derinlik, değişkenlik, iç dünyalar, rutin olandan farklılık gibi kavramlarla akla gelir Barok. Dönem tıpkı şu andaki benin dünkü benden farklı olması ve yarın ki benin bunlardan da farklı olaca-

ği gibi, klasik olandan farklı asimetrik yapılar, asimetrik günler, farklı ruh halleri, ayrıntıya takılan yaklaşımlar... Hani dönemin heykelticilerinden olan Bernini'nin, Azize Theresa'nın dinsel duygular içerisinde kendinden geçişi konusunu işlediği eseri gibi, fazla ayrıntılı ama ifade edilmek isteneni örtmeyecek şekilde, Sarabande'de notalara boğulmak, karmakarışık duygulara saplanmak ama insan olmak gerçeğininin yok olması gibi, her şeyin insana dair olduğunun yine ortada olması gibi...

Derinlik, ifadeler ve ayrıntıların ahengi... İç yaşamın bir çeşit günlüğünü tutmaya çalışmak... Tekdüzeliliğin sıkıcılığından uzaklaşmak istemek... Rönesansın huzur ve sükunetine melodramı, hayal kırıklıklarını, kendine güvensizliği ve umutsuzluğu ekleyerek belki de hayatın asıl gerçeklerini göstermeye çalışmak... İşte Barok gerçekliği...

Müzikte zıtlık kavramını insanlıkla tanıştıran Barok dönemi, aynı tınılardaki çalgılar birbirleriyle savaşırcasına, karşıtlık oluşturarak eserde yer alırlar. Klasik dönem sanatçıların, dönemin tutucu kesiminin, düzgün olmayan inci, süslü, abartılı ve karışık olarak tanımlamalarına rağmen bu dönemin herhangi bir sönük dönem olarak kalmaması, araştırılmaya değer görülmesi ve sanatta süregelen izler bırakması tesadüf olamazdı ve işte bu da diğer Barok gerçeklikleri gibi bir gerçektir yadsınamayacak olan...

Tıpkı insan yaşamındaki inişler çıkışlar gibi, anlık tepkiler ve sönmeler gibi, seslerin alçalıp yükselmesi, piyano ve forte gibi aşına olduğumuz terimler yani düşük ses, yüksek ses tanımları bu dönemde keşfedilmiş olup görülmekteydi ki Rönesans'ta sesler hep aynı seviyedeydi ve gerçeklik kavramına bakacak olursak söyleyebiliriz ki yaşantıların sesi hep aynı seviyede kalamaz, değil mi? Hani yaşantılarda bir sayfa kapanır sonra hemen başka bir sayfa açılır ve derken sanki yaşamlar geride kalmış birer defter haline gelir ya, Barok dönem müziğinde de işte bu başlangıçlar bitimler sonra yeniden başlamalar ve mutlak bitimler güçlü bir şekilde yer alır. İğnenin pek çok insana batırıldığında yine pek çok farklı acıların duyulacağı gibi, kimi acıların kimi insanlar için vurgulu kimileri için ise vurgulanacak başka acılarının var olduğu gerçeği gibi sanatçının acı-

Tıpkı insan yaşamındaki inişler çıkışlar gibi, anlık tepkiler ve sönmeler gibi, seslerin alçalıp yükselmesi, piyano ve forte gibi aşına olduğumuz terimler yani düşük ses, yüksek ses tanımları bu dönemde keşfedilmiş olup görülmekteydi ki Rönesans'ta sesler hep aynı seviyedeydi ve gerçeklik kavramına bakacak olursak söyleyebiliriz ki yaşantıların sesi hep aynı seviyede kalamaz, değil mi?

ları vurgulanır ve hep kendinizden bir şeyler bulursunuz. Barok müzikte insana dair olmasının sonucunda genel yargılardan uzaklaşılır, artık değişkenlik, çeşitlilik vardır söz konusu olan...

Şimdi bana sorsalar bir eserin Barok olduğunu nasıl anlarsın diye, kısaca şöyle derim; Hayatımdaki inişlerim, yokuşlarım, umutlarım, pişmanlıklarım ve derken karanlık ortasından bir anda güçlü bir ışık çıkması ve



gözlerimin kamaşması ve o an boşalmasına bir yağmur, sonra bir çocuk gülümsemesi, bir kadın kahkahası, yobaz bir insanın tepkileri, aydın insanın karşı tepkileri, gölgeler, ışıklar, renk zıtlıkları, hayatımın hızı ve öfkeli, korkulu, coşkulu yüzler... Bunları hissetmem yeter...

Karanlık ortasında ışık oyunları ile o kadar belirli hale gelmiş bir yüz ifadesi benim Sarabande'de hissettiklerimin kısa tanımı... Şimdi Badinerie çalmaya başladı, sonra Manuet, sonra Rondo, sonra...

İşte yaşamlarımız bu kadar değişken, hadi bırakalım tekdüzelikleri, klasik olandan farklı bir klasik müzik dinlermişçesine, klasik olandan farklı bir şeyler sunalım yaşamımıza, belki bizden sonrakiler irdeler klasikmişçesine bu yaptıklarımızı...



Nesli UZ
İngilizce İşletme
4. Sınıf



EGE DENİZİ'NİN HİKAYESİ

Girit kralı Kral Minos zamanında Girit'in çok büyük bir derdi varmış; Minotauros, yani boğa başlı, insan etiyle beslenen yarı insan yarı hayvan bir varlık.



Geçenlerde bir arkadaşımın yurda doğru yürüyorduk ve yan yana oturabileceğimiz uygun bir yer bulur bulmaz açtık gazeteyi başladık okumaya... Gazetede haberlerden biri dikkatimi çok çekmişti; ülkenin birinde bilgi yarışmasına katılmış bir yarışmacı final sorusunu bilerek hatırı sayılır miktarda para ödülü almış. Haberin aklımda kalmasının nedeni sorudan çok arkadaşımın sorunun cevabına verdiği tepkiydi. Soru şöyleydi: "Kendisini kayalardan atmak suretiyle intihar eden kralın isminin verildiği denizin adı nedir?" Cevabın Ege Deniz'i olduğunu okuyan arkadaşım çok şaşırılmış ve bunu ilk defa öğrendiğini söyleyince bu sefer şaşırma sırası bana geçmişti. Sonra düşündüm ki arkadaşımın ne tarihe ne de mitolojiye karşı ilgisi var, bu söylenceyi bilmesi biraz rastlantı eseri olmuştu. Birden arkadaşım "Bu kralın hikayesini anlatmamı ister misin?" diye sordum. Kabul edince başladım anlatmaya...

Girit kralı Kral Minos zamanında Girit'in çok büyük bir derdi varmış; Minotauros, yani boğa başlı, insan etiyle beslenen yarı insan yarı hayvan bir varlık. Minotauros daha güçlüken çocukların burnunu ısırap kullarını yiyormuş. Kral Minos bakmış bu böyle olmayacak, bir çare bulmak lazım. Hemen Daidalos'tan bir çözüm yolu bulmasını yoksa oğlu İkaros'u öldüreceğini söylemiş. Daidalos günlerce düşündükten sonra, krala çitlen bir labirent yapıldığında Minotauros'un içinde kaybolacağını ve sonsuza kadar içinden asla çıkamayacağını söylemiş. Çitlen labirent iki adam boyu uzadığında Minotauros'u içine atmışlar. Tam kurtulduk diye sevinirken bu sefer de açlıktan bağırarak Minotauros'un sesinden dolayı bir türlü rahat, huzur yüzü görmemişler. Biçare Kral Minos bakmış bu çözüm işe yaramıyor, Daidalos'tan bir çözüm yolu daha bulmasını emretmiş. Daidalos, Minotauros'un insan eti yediğini söyleyip her gün labirente insan göndermeyi önermiş. Tek çözümün bu olduğunu bilen Kral Minos bu öneriyi kabul etmiş ama bu sefer de halk ayaklanmış. Bunun üzerine Kral Minos donanmasını toplayarak sefere çıkmış. Atina'yı kuşatan Kral Minos'a Atina kralı Kral Aigeus çok fazla karşı duramamış. Kral Minos, Atina'yı vergiye bağla-

mayacağını bunun yerine Minotauros'a verilmek üzere yanında Atina'dan ondört genci götüreceğini söylemiş. Kral Minos'a karşı oldukça güç durumda olan Kral Aigeus ne yapsın bunu kabul etmek zorunda kalmış. Bu sefer Atina şehir meclisi, Girit'e gönderilecek gençlerin arasında Kral Aigeus'un oğlu Theseus olmazsa hiçbir gencin Girit'e gönderilmeyeceğini kararlaştırmış. Zavallı Kral Aigeus bunu da kabul etmiş. Oğlunu Girit'e göndermeden önce ona, o günden sonra gemilerin hep siyah yelken takacağını ama Minotauros'u öldürüp gelirse Girit'ten gelecek olan gemiye beyaz yelken takmasını söylemiş.

Theseus Girit'e geldiğinde Kral Minos'un kızlarından Ariadne'ye ilk bakışta aşık olmuş. Labirente gönderilmeden önce Ariadne, Theseus'a bir sicim ip vermiş ve labirentin girişindeki çalılara ipin ucunu bağlamasını, Minotauros'u yendiği vakit bu ip sayesinde çıkışı bulabileceğini söylemiş. Ve aynen Ariadne'nin dediği gibi Theseus, Minotauros'u öldürdükten sonra ip sayesinde labirentten çıkmış. Hemen Ariadne ile bir Atina gemisine binerek Girit'ten kaçmışlar ama Theseus sevinçten yelkenleri değiştirmeyi unutmuş.

Bu sırada Kral Aigeus dört gözle deniz kıyısında ki kayaların üstünden Girit'ten gelecek olan sevinçli haberi bekliyormuş. Günlerce bekledikten sonra ufuk çizgisinde birden bir karartı görmüş. Karartı biraz daha yaklaşıncaya bunun Girit'e gönderilen gemilerden biri olduğunu anlamış ama yelkenlerin siyah olduğunu görünce zavallı Kral Aigeus, oğlunun öldüğünü sanmış. O an üzüntüsünden delirmiş ve kendini kayalardan Arkhipelagos'a, yani bugün Ege Denizi dediğimiz denize atmış.

İşte Ege Deniz'i adını bu trajik söylencenin bahtsız karakteri Kral Aigeus'tan almaktadır. Bu arada Minotauros söylencesinin farklı anlatımları da mevcuttur. Ama eninde sonunda Kral Aigeus kendini Ege Denizi'ne atıyor...

S. Oylum ŞEKER
Turizm İşletmeciliği (İng) 4. Sınıf





BİN YILIN BİRİKİMİ "GO"

Günümüzde gittikçe popülerleşen Go aslen uzak doğu kökenli bir strateji oyunudur. Dört bin yıldır oynandığı düşünülen Go, Çin'de ve Japonya'da sadece bir oyun olarak değerlendirilmemiş aynı zamanda savaş stratejilerinden sanat anlayışlarına kadar uzanan bir yaşam tarzı olarak benimsenmiştir.

Go oyunu temelde alan daraltma gibi basit bir anlayış üzerine kurulmuştur. Oyun, iki kişiyle ondokuz santimetre boyutundaki bir tahta (goban) üzerinde yüz seksen siyah ve yüz seksen beyaz taşla oynanır. Toplamı üç yüz atmış taşı bulan bu sayı Çin ay takvimine göre bir yıldaki günleri temsil ederken, tahtanın dört köşesi mevsimleri üzerindeki dokuz yıldız da gezegenleri simgeler. Bunun dışında siyah taşlar geceyi, beyaz taşlar gündüzü temsil ederler. Oyundaki amaç tahta üzerinde en çok alanı kaplamaktır.

Kuralları çok basit olan Go'yu öğrenmek çok kolaydır ancak oynanabilecek fazla hamle ve strateji olduğundan ustalaşması çok uzun sürebilir. Go oyunu satrançtan birçok yönden ayrılmaktadır. Öncelikle, satrançta olası değişik oyun sayısı 10 üzeri 120 iken, Go'da ise bu sayı 10 üzeri 761 dir. Go, zekânın yanında

güçlü içgüdüler ve tecrübe de gerektirdiğinden analitik bir içeriği olan satranç oyunundan farklıdır. Bu yüzden satranç oyununda insan beynini yenen "Deep Blue" gibi makineler üretilmişse de, Go oyunu için insan duyarlılığına sahip mekanizmalar geliştirilemez. Satranç oyununda taşla dolu bir tahtayla son vezire kadar alan boşaltılırken kaybeden tamamen yok olmuştur. Aksine,

*Kuralları çok basit olan
Go'yu öğrenmek çok kolaydır ancak
oynanabilecek fazla hamle
ve strateji olduğundan ustalaşması
çok uzun sürebilir.
Go oyunu satrançtan birçok
yönden ayrılmaktadır.*

taşları doldurarak alan daraltmaya dayanan Go oyununda kaybetmek için son taşın da yenilmesi gerekmez. Bu yönüyle oyunun sonunda erdemli bir galibiyet ve ölçülü bir yenilgi vardır. Ünlü bir Çinli düşünürün sözüyle, "Savaşmak, Go oyununda anahtar olarak değil, sadece en son çare olarak kullanılır"

Alan doldurma kavramı ile savaş stratejilerine esin kaynağı olan Go oyunu, Bernard Ollie ve Guy Maynard'ın ünlü romanı "Şeytanın Saati"nde olduğu gibi, soğuk savaş dönemi askeri-politik betimlemelerinde de kullanılmıştır.

Kaynakça: www.sinoturkish.com



Nihan GÖKER
İngilizce İşletme-1

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YELKEN TOPLULUĞU

Okulumuz öğrencileri tarafından 2000 yılında kurulmuş olan yelken topluluğunun üyeleri çoğunlukla Denizcilik İşletmeciliği ve Güverte öğrencilerinden oluşuyor. Topluluk kulübe üye olma karşılığında (dönemlik 15YTL) dışarıdan katılmak isteyen kursiyerlere ve okulumuz öğrencilerine yelken eğitimi veriyor. Üyelik için Denizcilik İşletmeciliği ve Güverte bölümü binasındaki topluluk odasında, görevlilerle görüşmeniz yeterli oluyor. Kursiyerler dönemlik eğitimler sonunda düzenlenen yarışlara katılabiliyorlar. Ayrıca topluluk İzmir kayıklarına bağlı olduğu için talep edilmesi durumunda İzmir belediyesinin düzenlediği organizasyonlarda görev alabiliyorlar. Kulübün İzmir kayıkları olarak adlandırılan 9 teknesi ve bunların dışında da 4 tane yarış standartlarına uygun 2 kişilik 4.20 cm boyutlarında tekneleri mevcuttur. Hafta sonları saat 11'de İnciraltı Crown Plaza önünde toplanıp denize açılan ve ellerindeki kısıtlı imkanlarla denizin tadını çıkararak bu topluluk yeni katılımcılarını bekliyor. İlgilenenlere duyurulur...



Nihan GÖKER
İngilizce İşletme-1



DEÜ DAĞCILIK & DOĞA SPORLARI TOPLULUĞU



DEÜ Dağcılık ve Doğa Sporları Topluluğu 1990 yılında kurulmuş olup pek çok aktif üyesi ile köklü bir kulüp haline gelmiştir. Bunda verilen eğitimin kalitesi ve sürekli olarak yapılan faaliyetlerin payı büyüktür. Her dönem üyeleri bir önceki dönemden daha hızlı gelişebilmiş, daha iyi eğitim alabilmiştir.

Pek yaygın olmayan dağcılık ve kaya tırmanışı sporlarını ilgilenele duyurabilmek ve bilmeyenleri de haberdar edebilmek için her güz ve bahar dönemi başlarında İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde kayıt standı açmaktayız. Dağcılık ve kaya tırmanışı doğada bulunduğumuz sırada zevk alabileceğimiz bir spor, eğlenebileceğimiz bir adrenalin kaynağıdır. Dağcılık; yüksek irtifalara çıkıp başarıya hissini tatmaktır. Bunun için öylesine mücadele edersiniz ki! Sadece fiziksel mücadeleden bahsetmiyorum daha da önemlisi zihinsel savaştır, sınırlarını zorlayabilmektir. Ama asıl önemli olan orada bulunabilmektir. Şehirde, insanlardan uzaklaşıp özgür olduğunu hissedebilmektir. Kaya tırmanışı ise kaya yüzeylerde çeşitli emniyet malzemeleri güvencesiyle tırmanmaktır. Tırmanılacak yer önceden belirlenmiş ve emniyet için gerekli malzemeleri önceden çıkılmıştır. Bir de tüm malzemeleri tırmanıcının kendisi takarak ve rotayı kendisi belirleyerek yapılanı vardır ki o da geleneksel tırmanış olarak adlandırılır. Kaya tırmanışında yükseğe çıkmak önemli değildir, ka-

yanın yapısına ve şekline göre belirlenen zorluk dereceleri vardır ve hedef o rotayı ipten yardım almadan, ipi sadece emniyet için kullanarak, tamamen kaslarını ve zekânı kullanarak çıkmaktır.

Kulübümüzün başarısının en önemli sebeplerinden biri de Kaynaklar gibi zengin bir kaya tırmanış bahçesinin yarım saat kadar uzağımızda olmasıdır. Her hafta sonu burada tırmanıp aynı zamanda eğitimleri de burada veririz ayrıca kulübümüzde bulunan yapay tırmanış duvarında da antrenman yapma imkânımız vardır. Kulüp olarak üç senedir nisan ayında düzenlediğimiz Kaynaklar Kaya Tırmanış Şenliği'mize tüm üniversitelerin ve özel kurumların dağcılık kulüpleri katılmaktadır. Bu sene dördüncüsü düzenlenecek olan Kaynaklar Kaya Tırmanış Şenliği'nide kulübümüz düzenleyecektir.

DEÜ Dağcılık ve Doğa Sporları Topluluğu olarak Türkiye çapında başarılı tırmanıcılar yetiştirmiş eğitimlerden eğitimlerimizi alıp ve aynı kalitede biz aktif üyeler eğitimler vermeye çalışıyoruz. İlgisini çeken herkesi bekliyoruz...



Merve TEKİN
Mimarlık 2. sınıf

ÖZGÜRLÜĞÜN ADI YAMAÇ PARAŞÜTÜ



Bir grup havacının 1980'lerin başında serbest paraşütlerle yamaçlardan koşarak kalkmalarıyla başlamış oldu. Uçakla atmanın maliyetinin fazla olması ve paraşütçülerin farklı heyecanlar arama istekleri yamaç paraşütünü doğurmuştur.

Ülkemizde hemen her şehrimizin civarında uçuşa uygun bölgeler bulunmaktadır. 1900 metre irtifaya sahip ve dünyanın en iyi uçuş noktası sayılabilecek Ölüdeniz'e sahip olmamız ve her sene burada düzenlenen havacılık festivalleri ülkemize olan ilgiyi de arttırmaktadır.

Yamaç paraşütü, diğer hava araçlarıyla karşılaştırıldığında öğrenilmesi en kolay olanıdır. Bununla beraber, yamaç paraşütünün pahalı bir spor olduğu da bilinen bir gerçektir. Ülkemizde bu sporu yapmak için birçok kulüp, dernek, kurs, şirket ve şahıs vardır. Bu sporu yapmanın en eğlenceli ve maliyet açısından en uygun olan yolu ise üniversite kulüpleridir. Ancak ülkemizde bilindiği gibi yamaçparaşütü eğitimi veren ve yapan sayılı üniversite kulübü vardır. Bunlardan biri de Dokuz Eylül Havacılık Topluluğu (DEHAVK) 'dur. Topluluğumuza Dokuz Eylül Üniversitesi öğrencisi veya öğretim elemanı olan herkes katılabilmektedir.

Biraz da yamaç paraşütünü tanıyalım: Yamaçparaşütü 2 temel parçadan oluşur. Bunlardan biri kanat

diğeri ise pilotun uçuş boyunca oturduğu ve yedek paraşütün de burada bulunduğu harnesdir. Harneste bulunan yan ve sırt korumalar pilotu bir kaza anında darbelerden korur. Kanadı harnesse bağlayan iplerden sadece bir tanesinin çekeri 130 kilodur. Bir diğer temel malzeme ise kasktır. Yamaç paraşütünde biri sağda diğeri solda olmak üzere iki adet fren bulunur. Bu frenler sayesinde dönüşlerimizi istediğimiz yere ve inişlerimizi de yere çok yumuşak bir şekilde yaparız. Yani çoğu insanın düşündüğü gibi rüzgar hangi yöne eserse oraya değil, biz nereye istersek oraya gideriz.

DEHAVK'ın bir üyesi olarak üniversitemizin bütün öğrencilerini ve öğretim görevlilerini topluluğumuza gerçek özgürlüğü bizimle beraber hissetmeye ve yaşamaya davet ediyorum. Uçmak insanın özgürlüğüne en çok yaklaştığı andır, bu anı kaçırmayın.

Topluluğumuza <http://kisi.deu.edu.tr/dehavk> internet sitemizden ulaşabilirsiniz.



Süreyya ENTEN
İngilizce İşletme 2. Sınıf

HERKES FARKLI HERKES EŞİT



Toplum Gönüllüleri, gençliğin enerjisini toplumsal faydaya dönüştürmeyi amaçlayan bir değişim ve dönüşüm projesidir. Aralık 2002'de kurulan TOG, gençlerin öncülüğünde ve yetişkinlerin rehberliğinde toplumsal barış, dayanışma ve değişimi hedeflemektedir.

Farklılıklara saygı, şeffaflık ve hesap verebilirlik penceresinden bakan, ekip çalışmasına ve girişimcilğe önem veren, yaşam boyu eğitimi amaçlayan ve en önemlisi yerel katılımı sağlayan bir organizasyon olan TOG, Türkiye'de 81 üniversitenin 56'sında aktif olarak sosyal sorumluluk projeleri yapmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin çeşitli yerlerinden gençleri bir araya getirerek Togatak ve Gençlik Konseylerini düzenlemektedir.

Toplum gönüllüleri neler yapıyor?

Okulları boyayıp, yaşlılara spor yaptırıyorlar, ilköğretim gençlerine dersler veriyorlar, çevre sorunlarıyla ilgileniyorlar. Kısacası toplumdaki her sorun Toplum Gönüllüleri için yeni bir proje teşkil etmektedir.

Dokuz Eylül Toplum Gönüllüleri

2003 yılından bu yana aktif olarak çalışan ve sosyal sorumluluk projeleri yürüten TOGDEU 2006 yılında 50 gönüllüsüyle birlikte ürettiği sosyal sorumluluk projelerini hayata geçiriyor. Şu anda ki projeler GEP (Gönüllü Eğitim Projesi), Elma Şekeri, Küçük Adımlar Büyük Yarınlar ve Bende Varım 'dır. GEP projesi ile Karabağlar İyiburnaz ilköğretim okulunda haftasonları gönüllü arkadaşlarımız tarafından öğrencilere İngilizce, matematik, hayat bilgisi dersleri veriliyor. Ayrıca ders dışında da sosyal aktiviteler yapılmaktadır. Elma Şekeri Projesinde SHÇEK'te (Sosyal Hizmetler Çocuk Esirgeme Kurumu) kalan çocuklarla beraber oyunlar oynayıp, sinemaya ve tiyatroya giderler, film gösterileri düzenlerler. Küçük Adımlar Büyük Yarınlar projesinde lise ve ilköğretim çağındaki gençlerin sosyal sorumluluk bilinci kazanmasına yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunulur. Öncelikle bu gençlere ekip çalışması, sosyal sorumluluk bilinci ve proje ile ilgili eğitimler verilerek onların genç yaşta bu konularda bilinçli olmaları sağlanır. Ve



son olarak Bende Varım Projesi ile Karabağlar'daki Çamlık mevkiindeki ev kadınlarının dikiş nakış , örgü, takı gibi konularda Halk Eğitim Merkezinden gelen uzman kişiler tarafından haftada dört gün eğitim verilir.

Bir gün kumsalda yürümekte olan bir çocuk, uzaktan adamın birinin önceki gün kopan fırtınadan dolayı sahile vuran deniz yıldızlarını toplayarak denize attığını görür;merakla adamın yanına yaklaşır:

- Amca! ne yapıyorsun? diye sorar:

Adam çocuğa dönerek cevap verir;

- Birazdan güneş yükselip sular çekilecek, onları suya atmazsam ölecekler.

Çocuk şöyle bir kumsala bakar ve adama dönerek;

- İyi ama amca! kilometrelerce kumsal!

bunlardan binlerce var!

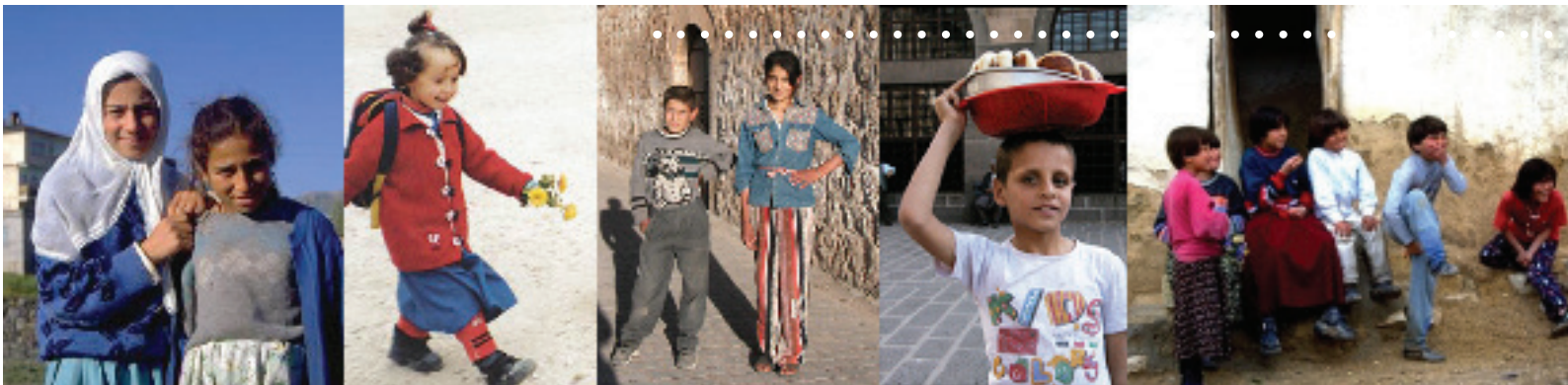
Bir iki tanesini yaşatsan ne fark eder ki?

Adam elindeki deniz yıldızını denize atarak çocuğa döner:

- Bunun için çok şey fark etti ama ...



MERT KÜÇÜKYUMUK
İngilizce İşletme 1
SADI ÇETİNKAYA
İngilizce İktisat 1



2006'nın En Çok Okunan Kitapları

1-Elif Şafak / Baba ve Piç

Baba ve Piç, İstanbul - San Francisco hattında gidip geliyor: Müslüman-Türk Kazancı ailesiyle Ermeni asıllı Amerikalı Çakmakçıyanlar'ın 90 yıla yayılan öyküleri iç içedir. Kederli bir geçmişi tamamen unutmak mı daha doğru, geçmiş bilincini beraberinde taşımak mı? Diğer yandan bir kadınlar romanıdır Baba ve Piç. Erkeklerin apansız ve açıklamasız ölüverdiği, geriye hep kadınların kaldığı bir sülaleden dört kuşak kadının hikâyesi. Anneannelerin, ciciannelerin, teyzelerin hafızalarıyla can bulan bu romanı severek okuyacaksınız.

2- Emre Kongar / Tarihimizle Yüzleşmek

Emre Kongar 'ın tarihimizle ilgili yanlış bilinen bazı özelliklerle saptırılan önemli konuları incelediği ve doğrularını aktarmaya, tarihi öğrenme bilinci yaratmaya çalıştığı ilginç bir kitap.

3- Soner Yalçın / Efendi 2

Beyaz Müslümanların Büyük Sırrı

Soner Yalçın bu kez okuyucularını, tarikat şeyhi Harun Hoca'nın (Aaron Kandiyoti) peşinden, tarikatlara, dergâhlara, müritlere, siyaset ve ticaret dünyasına, ilginç akrabalık bağlarına uzanan bir yolculuğa çıkarıyor...

İslamcı çevrelerin içindeki Sabetayistler... Tarikatlara, tekkelere, müritlere, iş dünyasına, siyasete ve ilginç akrabalık bağlantılarına uzanan ilişkiler ağı...

İsimler... İsimler...

Said-i Nursi'nin mezarından kaçırılan cesedi yıllardır neden bulunamıyor?..

Sabetay Sevi'nin sağkolu Osman Çelebi, hangi ünlü Mevlevî'nin büyükedesiydi?..

Nâzım Hikmet'in Nakşibendî Gümüşhaneli Dergâhıyla akrabalık bağları neydi?..

4- İpek Çalışlar / Latife Hanım

İpek Çalışlar'ın kahramanına tarafsız yaklaşmayı başarak yazdığı, çok başarılı bir biyografi. Kesinlikle fikirlerinizi değiştirecek bir kitap.

5- Zülfü Livaneli / Leyla'nın Evi

Mülkün, iktidarın ve itibarın, sahibi olanlardan alınıp başkalarına verilisinin hikayesi. Her satırında isyan, umut ve öfke, finalinde ise gözyaşı var.

DVD Top 5

1- The Cars / Arabalar

Yönetmen: John Lasseter Türü: Animasyon/Komedi

2- Orman Çetesi

Yönetmen: Tim Johnson Türü: Animasyon / Macera

3- Hokkabaz

Yönetmen: Ali Taner Baltacı Türü: Komedi / Dram



4- Miami Vice

Yönetmen: Michael Mann Türü: Macera/Polisiye

5- The Sentinel / Fedai

Yönetmen: Clark Johnson Türü: Macera/Polisiye

VCD Top 5

1- Pirates of Caribbean / Karayip Korsanları

Yönetmen: Gore Verbinski Türü: Aksiyon/Macera

Oyuncular: Johnny Depp, Orlando Bloom



2- Babam ve Oğlum

Yönetmen: Çağan Irmak

Türü: Drama Oyuncular: Çetin Tekindor,

Fikret Kuşkan, Hümeysra

3- Ice Age 2 / Buz Devri 2

Yönetmen: Carlos Saldanha

Türü: Animasyon/Macera

Seslendirenler : Ray Romano, John Leguizamo

4- Garfield 2

Yönetmen: Tim Hill Türü: Animasyon/Komedi

Seslendirenler : Breckin Meyer, Jennifer Love Hewitt

5- The Shawshank Redemption – Esaretin Bedeli

Yönetmen: Frank Darabont Türü:Drama

Oyuncular:Tim Robbins, Morgan Freeman

Yerli Albümler Top 5

1 – Dolapdere Big Gang – Local Strangers

2 – Rober Hatemo – Sihirli Değnek

3 – Ebru Gündeş – Kaçak

4 – Yaşar – Sevda Sinemalarda

5 – Mucize Nağmeler



Yabancı Albümler Top 5

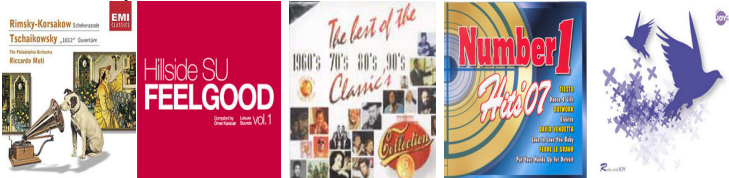
1- Rimsky Korsakow / Scheherazade

2- Hillside Su Feelgood / Leisure Sounds Vol.1

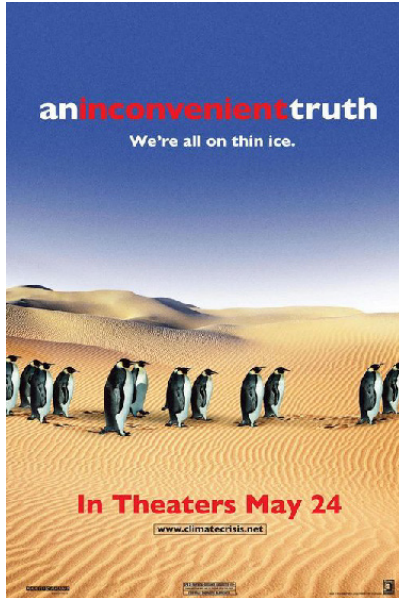
3- Best Of Classics Box

4- Number 1 Hits

5- Relax Joy



UYGUNSUZ GERÇEK - AN INCONVENIENT TRUTH*



*“Uygunsuz Gerçek”,
Gore’un inandırıcı iddiasını
zeka ve umutla işliyor.
Artık küresel ısınmayı politik bir konu
olarak göremeyiz, aksine küresel uygarlığı
zorlayan en büyük ahlaki mücadelelerle
karşı karşıyayız.*

İnsanlık bir saatli bombanın üzerinde oturuyor. Eğer dünyanın birçok yerindeki bilim adamlarının söyledikleri doğruysa, gezegenimizin tamamını etkileyecek, birbirini tetikleyen, tahribat yaratacak, daha önce yaşadıklarımızın çok ötesinde; olağanüstü hava koşulları, kuraklıklar, seller, salgınlar ve öldürücü sıcak dalgaları dizisinden oluşan büyük bir felakete sadece on yıl var.

Bu söylenenler size ciddi bir kasvetin ve kıyametin tarifi gibi geliyorsa, bir kez daha düşünün. Sundance Film Festivali’nde büyük ilgi gören Davis Guggenheim filmi “Uygunsuz Gerçek” size küresel ısınmanın ölümcül ilerleyişini büyük bir mücadele ile önlemeye ve bu kavram hakkındaki mitlerin, yanlış anlaşımaların açığa çıkartılmasına çalışan bir adamın hikayesini etkileyici bir biçimde anlatmayı teklif ediyor.

Bu mücadeleye girişen ise eski ABD Başkan Yardımcısı Al Gore. 2000 seçimlerini kaybetmesinin ardından hayatını bu konuya adayan, bütün çabasını gezegeni bu geri döndürülemez değişimden kurtarmaya yardımcı olmak için harcayan adam. 2005 itibariyle Amerika’nın yaşadığı en büyük fırtına mevsimini geride bırakmış olmamız, bir kırılma nok-

tasına yaklaşmış olabileceğimizi gösteriyor. Gore bu uğursuz durumu açıklarken hiçbir şeyden çekinmiyor. Gore’un kişisel yolculuğunun hikayesi, amacını destekleyici gerçekler ve geleceğe yönelik tahminlerle bezenmiş: İdealist bir kolej öğrencisiyken büyük çapta bir çevresel krizin olabileceğini ilk kez o tahmin etti, genç bir senatörken hayata bakışını değiştiren yaralayıcı bir aile trajedisi geçirdi, neredeyse başkan olacakken hayatının en önemli amacına geri dönmeyi tercih etti. Bütün bunlar hala bir şeyleri değiştirmek için zamanın olduğu konusunda ikna edici gerçekler.

“Uygunsuz Gerçek”, Gore’un inandırıcı iddiasını zeka ve umutla işliyor. Artık küresel ısınmayı politik bir konu olarak göremeyiz, aksine küresel uygarlığı zorlayan en büyük ahlaki mücadelelerle karşı karşıyayız.

Paramount Classics ve Participant Productions, Davis Guggenheim’in yönettiği “Uygunsuz Gerçek” filmini sunar. Al Gore’un başrolünde olduğu filmin yapımcıları Laurie David, Lawrence Bender ve Scott Z. Burns. Jeff Skoll ve Davis Guggenheim filmin sorumlu yapımcıları ve Leslie Chilcott ise filmin ortak yapımcısı.

“Uygunsuz Gerçek”, En İyi Belgesel Film ve En İyi Özgün Şarkı dallarında Oscar adayı.

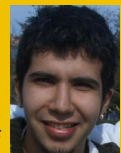
NEŞELİ AYAKLAR – HAPPY FEET

Neşeli ayaklar, Antartika’da geçen bir komedi macera filmi. Antartika’da yaşayan imparator penguinlerinin her birinin ruh eşini bulmak ve etkilemek için bir “kalbe seslenen şarkı”sı olmalıdır. Ve bir gün bu toplulukta şarkı söyleyemeyen bir penguin dünyaya gelir. Kahramanımız Memphis ve Norma Jean’in oğlu Mumble dünyanın en kötü şarkıcısıdır. Ancak, nasıl olduysa kendisi çok iyi tap dansı yapar. Tüm dünyada hem küçükler hem de büyükler tarafından merakla beklenen, imparator penguinlerinin Antartika’daki maceralarını konu alan bu animasyon ABD’de en çok izlenen filmlerden biri oldu. Büyük küçük herkesin yoğun ilgisi ile “Neşeli Ayaklar ” yaklaşık 42,3 milyon dolar (yaklaşık 61,4 milyon ytl) hasılat elde etti.

Kaynakça: www.kitapyurdu.com, www.imdb.com
www.dr.com, www.iklimkrizi.net



Ufuk Doğuş GÜL
İngilizce İşletme- 3. Sınıf



İŞLETME KULÜPLERİ VE TOPLULUKLARI PLATFORMU

İşletme Kulüpleri ve Toplulukları Platformu, kısa adıyla İKTP 1992 yılında Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi, Dokuz Eylül, Hacettepe, İstanbul, Marmara ve Orta Doğu Teknik Üniversiteleri işletme kulüp ve toplulukları tarafından kurulmuştur. Amacı tüzüğünde de belirtildiği gibi; sosyal, kültürel ve ekonomik konularda ortak faaliyetlerde bulunup , üniversite öğrencilerini bilgilendirdiği gibi, işletme kulüpleri ve öğrencileri arasında işbirliği ve dayanışmayı da sağlayarak, ilgi alanlarını pekiştirici sosyal etkinliklerde bulunmaktadır.

Daha sonra gerçekleşen üye alımlarıyla İKTP'nin üye sayısı 12'ye çıkmıştır. Bu üyeler şu şekildedir; Atatürk Üniversitesi Yönetim Kulübü, Bilkent Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü, Boğaziçi Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü, Cumhuriyet Üniversitesi Girişimcilik ve Yönetişim Kulübü, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme

Kulübü, Hacettepe Üniversitesi İşletme Topluluğu, İstanbul Üniversitesi İşletme Kulübü, Karadeniz Teknik Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü, Marmara

Üniversitesi Management Club, Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Topluluğu, Uludağ Üniversitesi İşletme Topluluğu ve Yıldız Teknik Üniversitesi İşletme Kulübüdür.

İKTP üyesi olan üniversiteler, senede iki defa olmak üzere, her dönem bir araya gelmesiyle gerçekleşen toplantılarda kulüp ve topluluklar arasında bilgi ve fikir alışverişi sağlanmaktadır. Bununla birlikte var olan gündem konuları tartışılarak alınan kararlar akademik anlamda değerlendirilmektedir. İKTP alt yapısı, tüzüğü, faaliyet alanı ve içeriği açısından sağlam temellere oturtulmuş bir platformdur. İKTP olarak oluşturduğumuz bu sağlam yapıyı ve gücümüzü Türkiye' deki tüm üniversitelere ve uluslar arası platformlara tanıtmayı hedeflemekteyiz.



Yasemin SÖNMEZ
İngilizce İşletme 4. Sınıf

CAFE FIESTA

ALSANCAK

CAFE DU FIESTA



1.ŞUBE: 1448 SOK. NO: 14
2.ŞUBE: 1448 SOK. NO: 16



3.ŞUBE: 1482 SOK. NO: 2

Kahve sizden & Yorum bizden

TAROT MENÜ ALANA TATLI YA DA GÖZLEME + ÇAY = 7.5 YTL / KAHVE = 4 YTL

8 Yıldır İzmir'de hizmet veren sıcacık ortamı, gülyüzlü insanları ve herkesin bütçesine uygun fiyatlarıyla vakit geçirebileceğiniz Alsancak'ta seçkin, bir o kadar da mütevazı bir mekan. Herkesi özellikle kahve içmeye bekliyoruz. Fala inanmayıpda falsız kalamıyanlara duyurulur...

e harfinin anlamı!



Dünyanın dört bir yanında binlerce müşterimizin yüzünde yarattığımız gülümseme omzumuzdaki bütün yükü alıyor.



 **elmas
group**
LOGISTICS
service beyond expectation...