



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
KADINHANI FAİK İÇİL MESLEK YÜKSEKOKULU
SOSYAL VE TEKNİK
ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

Selçuk University
The Journal of Social and Technical Researches

Yıl:2014 - Sayı:8 - ISSN:2146 - 7226
sosyoteknik.selcuk.edu.tr

SOSYOTEKNİK

**T.C. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
KADINHANI FAİK İÇİL MESLEK YÜKSEKOKULU
SOSYAL VE TEKNİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**

KÜLTÜR BAKANLIĞI TESCİLLİ ADI: SOSYOTEKNİK

ISSN: 2146 - 7226

İMTİYAZ SAHİBİ: DOÇ. DR. MURAD AYDIN ŞANDA

İLETİŞİM: sosyoteknik@selcuk.edu.tr

EDİTÖR:

Yrd. Doç. Dr. İsa ALTINIŞIK

EDİTÖR YARDIMCILARI:

Doç. Dr. Murad Aydın ŞANDA

Yrd. Doç. Dr. Handan ERTAŞ

Yrd. Doç. Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN

YAYIN KURULU:

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN

Prof. Dr. Önder KUTLU

Prof. Dr. Rifat İRAZ

Doç. Dr. Aykut BEDÜK

Doç. Dr. Enderhan KARAKOÇ

Doç. Dr. Hakkı Mümin AY

Doç. Dr. Mehmet MUCUK

Doç. Dr. Murad Aydın ŞANDA

Doç. Dr. Nuray TERZİ

Doç. Dr. Ufuk Deniz AŞÇI

Doç. Dr. Vural ÇAĞLIYAN

Yrd.Doç.Dr. Handan ERTAŞ

Yrd.Doç.Dr. İsa ALTINIŞIK

Yrd.Doç.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN

Dr. E. Tuğba AKYÜZ

Dr. Memduh KARA

DANIŞMA KURULU

ÜNVANI	ADI-SOYADI	ÜNİVERSİTE
Prof. Dr.	Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr.	Rifat İRAZ	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Ayhan GÖKTEPE	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Celalettin ÖZDEMİR	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Cemil SUNGUR	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Hakkı M. AY	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Haluk DUMAN	Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr.	Mehmet GÖKÜŞ	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Mete SEZGİN	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Murad Aydın ŞANDA	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Mustafa AY	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Nuray TERZİ	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr.	Ömer MUTLUOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Şakir TAŞDEMİR	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Şebnem ASLAN	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Şükrü BALCI	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Tahsin KARABULUT	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr.	Vural ÇAĞLIYAN	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr.	Yaşar SEMİZ	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Ahmet Burhan ÇAKICI	Gümüşhane Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Alper Veli ÇAM	Gümüşhane Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Cansel OSKAY	Mersin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Derya ÖZİLHAN	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Enderhan KARAKOÇ	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	F. Atıl BİLGE	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Fatih ERBAY	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Fikret ÇELİK	Kırıkkale Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Hakan ACET	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Handan ERTAŞ	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Hayriye SAĞIR	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	İsa ALTINIŞIK	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	İsmail SEVİNÇ	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	M. Fatih Bilal ALODALI	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Makbule Evrim GÜLSÜNLER	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Mehmet SAĞIR	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Murat SELEK	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Mustafa ONÜÇYILDIZ	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Nahit YILMAZ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Sefa USTA	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk Üniversitesi

MARKA VE MARKA DEĞERİ OLGUSU: MARKA DEĞERİNİN TESPİTİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Öğretim Görevlisi V. Özlem AKGÜN¹, Araştırma Görevlisi Dr. Ali AKGÜN²

¹ Kadınhanı Faik İçil MYO

Selçuk Üniversitesi

ozlemakgun@selcuk.edu.tr

² İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Selçuk Üniversitesi

aakgun@selcuk.edu.tr

ÖZET

Marka olabilmek, markalaşmak günümüz işletmecilik anlayışında öne çıkan konular arasında üst sıralarda yer almaktadır. İçinde bulunduğumuz piyasada rekabet edebilmenin şartı yalnızca üretmek değil, markalaşmaktır. Marka değeri yüksek olan işletmeler rakipleri karşısında önemli bir avantaj yakalayabilmektedirler. Bunun yanı sıra var olan markalara bir değer biçmek ve marka değerini hatasız bir şekilde hesaplamak özellikle üst kademe yönetimin alacağı kararlarda hayati önem taşımaktadır. Yapılan bu çalışmanın amacı; marka ve marka değeri kavramları ile marka değerlendirme yöntem ve teknikleri hakkında bilgi vermek ve Borsa İstanbul'da işlem gören bir markanın marka değerini hesaplamaktır.

Anahtar kelimeler: Marka, Marka Değeri, Marka Değerleme

Abstract

Branding is one of the most prominent issues that took part in upper stages in today's business understanding. The only condition to compete in the current market is not only producing but branding as well. The enterprises which have high value brand may gain a significant advantage over their rivals. Besides, valuing an existing brand and calculating the value of a brand accurately have a crucial significance on the decisions especially taken by senior management. The purpose of this study is to give information about the concepts of brand and brand value and the methods and techniques of brand valuation, and to calculate the exchange value of a brand traded in BIST.

Keywords: Brand, Brand value, Brand valuation

1. Giriş

Günümüzde ticaretin ve rekabetin yoğunlaşması sonucunda, işletmeler ürünlerini markalayarak pazarlamak durumundadırlar. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve kar rakamlarını artırabilmeleri için, rakiplerden farklı bir marka yaratmaları da oldukça önemlidir. Günümüz tüketicisi ürün ve hizmet alımlarında artık daha bilinçlidir. Dolayısıyla üretilecek ürünlerin markasız bir biçimde pazarlanmaya çalışılması, işletmelerin faaliyetlerini sürdürmelerinde önemli bir engel teşkil edecektir [1].

Marka kavramı işletmelerin en önemli varlıkları arasında sayılmaktadır. Marka, genel olarak, bir işletmenin ürünlerini, diğer işletmelerin ürünlerinden ayırt etmek için kullanılan isim, logo, sembol gibi işaretler olarak bilinmektedir. Fakat uygulamada pazarlama yöneticileri için marka sadece, işaretlerle ürünü tanımlamanın çok ötesinde; işletmenin kendini pazarda tanıtmayı, itibar ve ün yaratması gibi geniş bir anlam ifade etmektedir [2]. Marka değeri ise, tüketicilerin markaya atfettikleri değere bağlı olarak oluşturulan ve diğer markalar karşısında markanın finansal gücünü gösteren sayısal bir değeri ifade etmektedir [3]. Marka değerinin kavramsal olarak tanımlanabilmesi ve hesaplanabilmesi ise işletme üst kademe

yöneticilerinin alacağı stratejik kararlarda son derece önemlidir.

2. Marka Kavramının Ortaya Çıkışı ve Marka Olgusu

Marka kavramının tarihsel kökeninin ortaçağa, hatta daha eski çağlara dayandığı bilinmektedir. Marka, tarihin ilk çağlarında insanların; bir şeye sahip olduğunu veya bir şeylerin üreticileri olduğunu göstermek amacıyla kullanılmaktaydı. Kimi araştırmacılar, marka kullanımını ilk kullananların Eski Yunanlılar olduğunu ileri sürerken, bazı kaynaklar da M.Ö. 5000 yıllarına kadar mağara duvarlarında ve çömlekçilik alanında görülen çizimlerin markanın başlangıcı olduğu ifade edilmektedir [4].

Haigh ve İlgüner, marka kavramının, bazı hayvan sürülerinin bir işaret ile dağlanmaları sonucu ayırt edilebilmeleri, sahipliğin belli olması, kaliteyi ifade etmesi ve hırsızlığa karşı koruyuculuğu nedeniyle pazarlama diline ABD’de girdiğini belirtmişlerdir. Farklı hayvan sürüleri markaları, soy ve yetiştirme şekilleri ile ün yapmış ve alıcılar basit bir işaret sayesinde tüm bu nitelikleri tanırlar hale gelmişlerdir. Bu sayede bir ürüne özgü markalaşma, genel kurumsal markalaşma kavramının gelişmesine aracılık etmiştir. Bununla birlikte marka

kelimesinin İngilizcede karşılığı olan “brand”, eski İskandinav dillerinde yakma fiili olan “brandr” kelimesinden gelmekte ve Ortaçağ İngilizcesinde ateş, alev, meşale isimleri için ve yanma sıfatı karşılığı olarak kullanılan “brand”, “brandr” kelimesinden türetilmiş ve zaman içerisinde geniş anlamlarda kullanılmaya başlanmıştır [5].

Marka kavramının tanımlanmasıyla ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu tanımlamalardan bazıları şu şekildedir:

Amerikan Pazarlama Derneğine (American Marketing Association) göre marka, satıcı veya satıcılar grubunun, ürün ya da hizmetlerini tanıtmak ve onları rakiplerinden farklılaştırmak için tasarlanan bir isim, terim, işaret, sembol, tasarım veya bunların birleşimidir. Derneğin yapmış olduğu tanım birçok araştırmacı tarafından eleştirilmiştir. Şöyle ki ilgili tanım daha çok ürün ya da hizmete odaklanmakta ve markaya ait daha çok fiziksel özellikleri ön plana çıkarmaktadır. Marka somut değerlerin ötesinde, hedeflenen algılar gibi soyut değerleri de içinde barındıran bir olgudur [1].

Türk Dil Kurumu markayı şöyle tanımlamaktadır: “Bir ticari mal, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerlerinden ayırmaya yarayan özel isim veya işaret” olarak tanımlamaktadır [6].

Tekin ve Zerenler (2012) markanın; müşterinin ürün ya da hizmeti satın almasında oldukça önemli olduğunu ifade etmişlerdir. “Pazarda mal değil, marka satar”, çünkü işletmelerin marka olarak ürünle ilgili satmış oldukları şey imajdır. Müşteri gözünde, işletme imajının en iyi göstergesi ise markayla ortaya çıkmaktadır. Kaliteli ürün ve hizmetlerin imajlarının yüksek olduğu algısı, müşteriler tarafından önemli bir tercih sebebi olarak gösterilebilmektedir [7].

Haigh ve İlgüner (2012) markanın sadece fiziksel anlamdaki ürünü ifade etmediğini, ona sahip olan alıcı için eşsiz bir ürün anlamına geldiğini ve onu, rakipler tarafından üretilen oldukça benzer olan diğer ürünlerden anlamlı bir şekilde farklılaştıracak soyut ve somut nitelikteki bir dizi değeri içinde barındırdığını belirtmişlerdir [5].

İslamoğlu ve Fırat (2011), bir markanın tüketicinin istediği, arzu ettiği ve beklediği tatmini karşılaması gerektiğini ifade etmiştir. Bu tatmin fiziki ya da ruhsal olabilmektedir. Bununla birlikte marka, tüketici ile tatmin konusunda işbirliği kurabilmelidir. Tüketici ile güçlü bir marka arasında güvene ve empatiye dayalı ve riskten arındırılmış uzun süreli bir ilişki kurulmalıdır. Bir markanın gücünü; markanın kalitesi, bilinirliği, çağrışımları, kimliği, imajı, pazar konumu ve pazar payı gibi değişik kriterler

belirlemektedir. Ayrıca, markanın gücü, markanın tüketici zihnindeki çağrışımlarının bir fonksiyonu şeklinde de ifade edilebilmektedir [8].

3. Marka Değeri Kavramı

Marka değeri, özellikle son yıllarda işletme yöneticilerinin gündeminde yer alan hassas bir konu niteliği taşımaktadır. Maddi ve maddi olmayan varlıkların birleşiminden meydana gelen marka değerinin oluşturulması, geliştirilmesi ve sürdürülmesine yönelik yapılan çalışmalar, göstermektedir ki, marka yönetiminin başarısı ancak yüksek bir marka değerine sahip olmakla mümkün kılınmaktadır. İşletmelerin sahip oldukları marka değerleri zaman zaman sahip oldukları fiziksel varlıklardan oldukça fazladır. Bu durumun farkında olmayan üst kademe yöneticileri çoğu kez kendi potansiyellerinin farkına varamamakta ve bunu karar mekanizmalarına olumlu anlamda yansıtamamaktadırlar. Marka değerinin ölçülmesi ve doğru olarak bilinmesi ve mali tablolara bu değerlerin yansıtılması yapılacak strateji planlarında son derece önemlidir.

Geleneksel bilançolar, şirketin yalnızca finansal kaynaklar, fabrikalar, arsalar gibi maddi olan kaynaklarını ve varlıklarını göstermektedir. Fakat günümüz dijital ekonomisinde, somut varlıklar büyük

işletmelerin yalnızca belli bir kısmını ifade etmektedir. Şöyle ki, dünya çapında faaliyetlerini sürdüren en iyi 20 şirketin piyasa değeri oranı yaklaşık %15 iken Fortune 500’de verilen listede bu oran %8 ‘dir. Bu veriler ışığında, bir şirketin maddi varlıklarının sadece %15’ i ile %12’si arasında olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin marka gücünü gösteren sahip oldukları maddi varlıkları değil, maddi olmayan soyut varlıklarıdır. Bu durum da marka değeri olarak ifade edilmektedir [9].

Aaker (1991) marka değerini; pazarlama faaliyetleri tarafından yaratılan maddi olmayan bir varlık olarak, işletmenin tüketicilere sunduğu mal ve hizmetlerin değerini artıran veya azaltan, markanın ad veya sembol gibi ayırt edici niteliklerine bağlı varlık ve yükümlülükler bileşkesi olarak tanımlamaktadır [10].

Keller’e (1993) göre marka değeri, markanın pazarlanmasında, marka bilgisinin tüketici tepkilerinde meydana getirmiş olduğu farklılıktır [11].

Erdil ve Uzun (2010) marka değeri kavramının markanın tüm aktifleriyle birlikte satılması veya şirket birleşmeleri durumunda önem arz ettiğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte marka diğer rakip işletmelerle

Marka Ve Marka Değeri Olgusu: Marka Değerinin Tespitine Yönelik Bir Uygulama

karşılaştırmalı konumu belirlemede önemli bir araçtır. Marka değer, işletmenin sahip olduğu bina, makine, fabrika, arsa gibi bilançodaki aktif değerleri göz önünde alındığında, markanın başka bir işletmeye satılacağı fiyatı ifade etmektedir. Bu aktif toplamın üzerinde gerçekleşen fiyat, tüketicilerin marka ile anlamlandırıldığı ve markaya atfettikleri önemin yani marka itibarının değeri olarak ifade edilebilmektedir. Bu rakam ne kadar yüksek olursa, işletmenin marka değerinin de o kadar yüksek olduğu mantığıyla hareket edilmektedir [1].

Marka değeri bazen, markanın tüketici tarafından algılanan değeri, bazen de markanın finansal değeri olarak bilinmektedir. Türkçe literatürde marka değeri, o markanın piyasa/Pazar ya da finansal değeri olarak ifade

edilmektedir. Örneğin, Arçelik markasını bir işletme satın alacak olsa, fiziki varlıklar dışında sadece markanın adı ve logosuna ödenecek bedel marka değeri olarak tanımlanmaktadır. Marka değeri bir takım faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Markanın tüketici nezdindeki değeri, Pazar payı, gücü, imajı, karlılığı gibi çok sayıda faktöre markanın Pazar değerini etkilemektedir [8].

Pazarlama alanında gerçekleştirdiği araştırmalarla bilinen Millward Brown şirketinin 2014 yılı için yapmış olduğu araştırma sonucunda Brandz Global 100 listesi yayınlanmıştır. Küresel ölçekte faaliyet gösteren en değerli 100 markadan ilk 10'daki sıralamada yer alan marka değeri en yüksek firmalar Tablo 1. de ifade edilmiştir.

Tablo 1: BrandZ 2014 Yılı En Beğenilen Küresel Markalar Sıralaması

Sıralaması	Marka İsmi	Marka Değeri (\$/m)
1.	Google	158.843
2.	Apple	147.880
3.	IBM	107.541
4.	Microsoft	90.185
5.	Mc. Donald's	85.706
6.	Coca-Cola	80.683
7.	Visa	79.197
8.	AT&T	77.883
9.	Marlboro	67.341
10.	Amazon.com	64.255

Kaynak: https://www.millwardbrown.com/brandz/2014/Top100/Docs/2014_BrandZ_Top100_Chart.pdf. Erişim Tarihi: 15.11.2014 [12].

Tablo 1. incelendiğinde küresel markalar sıralamasında ilk 10'da yer alan firmalar arasında Google, Apple, IBM, Microsoft gibi teknoloji alanında faaliyette bulunan firmaların ön plana çıktığı söylenebilmektedir.

4. Marka Değerlendirme Yöntem ve Teknikleri

Markaların firmalara sağlamış olduğu değer net olarak hesaplanıp, ifade edilememesi özellikle şirket evliliklerinde ve devir işlemlerinde işletme yöneticilerine büyük sıkıntı yaratmaktadır. Markanın yaratmış olduğu değer net olarak bilinmemesi ise alınacak stratejik kararlarda ciddi problemler yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda marka değerinin doğru hesaplanabilmesi için var olan yöntemler detaylı olarak incelenmeli ve yöntemler arasında işletmeye en uygunu seçilmelidir.

Markaların değerlendirmeleri üzerine yazılmış çok sayıda çalışma mevcuttur. Marka değerlendirme karışık bir eylem olup, varsayımlara bağlı olarak çok çeşitli şekillerde ele alınabilmektedir. Örneğin, bir varlık, işletme ile ilişkili olarak ya da likidite

amaçlı değerlendirilebilmektedir. Ya da, açık bir piyasa ortamında veya özel bir ilgi grubu adına da değerlendirme işlemi yapılabilmektedir. Marka değerlendirmede en sık karşılaşılan yöntemler ise; maliyet tabanlı, Pazar tabanlı ve gelir tabanlı yaklaşımlar olarak ifade edilebilmekte ve şu şekilde özetlenebilmektedir [5]:

Maliyet Tabanlı Yaklaşım: Bir markanın değerinin, onu yaratmanın maliyeti ya da teorik olarak yeniden yaratmanın maliyeti esas alınarak hesaplanmasını ifade etmektedir. Bu yaklaşım sadece, geçmiş dönük inceleme için sürenin kısa/dar ya da maliyetlerin ulaşılabilir olduğu durumlarda geçerli olmaktadır.

Pazar tabanlı Yaklaşım: Mukayese edilebilir piyasa işlemleri ile mukayese edilebilir şirket el değiştirmeleri temeline dayanan bu yaklaşımda; uygun, erişilebilir bilgi elde edildikten sonra bir markanın ya da markalı faaliyetin veya bir şirketin tamamen elden çıkarılmasına dayalı olarak değerlendirme yapılmaktadır. Erişilebilir bilginin var olması, bir markanın değerini, başka bir markanın değeri ile kıyaslayarak direkt olarak tahmin yapılabilmesin de mümkün kılmaktadır.

Gelir Tabanlı Yaklaşım: Gelir tabanlı yaklaşımda sık kullanılan bazı yöntemler bulunmaktadır. Bunlar arasında en sık kullanılanlardan hak bedeli yöntemi; faaliyette bulunan şirketin bir markası olmadığı ve faaliyette bulunmayan bir şirketten markasını lisanslamak istemesi temeline dayanmaktadır. İskonto edilmiş nakit akışı yöntemi ise; gelecekteki kazançları bugüne yansıtmak için, yatırımlarını geri dönüşümünü hesaplayan yöntemdir. Burada önemli olan, gelecekte ya da farklı zamanda gerçekleşmesi tahmin edilen nakit akış değerinin bir yatırımcı vasıtasıyla değerlendirilmesidir.

Pek çok akademik çalışmada yer alan marka değeri sınıflandırması; pazarlama perspektifi açısından marka değerlendirmesi ve finansal perspektif açıdan marka değerlendirmesi yaklaşımlarıdır. Pazarlama temelli yaklaşım; tüketicilerin davranışlarını, tutumlarını ve karar süreçlerini incelemeye ve anlamaya dönük olmakla birlikte marka değerinin güçlü bir marka ortaya çıkarmakta ve bu güçlü markayı devam ettirmekte stratejik bir araç olduğu varsayımı ile hareket etmektedir. Sadece tüketiciye yönelik bakış açısı üzerinde duran ve marka pazar performansını göz önüne alan bu yaklaşıma göre; tüketicilerin markaya olan davranış ve eğilimleri markanın finansal performansı

üzerinde önemli bir role sahipti [13]. Finansal temelli marka değeri ise bir ürünün marka adıyla yarattığı nakit akışları olarak tanımlanabilmektedir. Finansal yöntemler; fiyat primleri, lisans bedelleri gibi sayısal rakamlarla markanın parasal değerini belirlemektedir [14].

Japonya Ekonomi, Ticaret ve Endüstri Bakanlığınca önerilen bir yöntem gelir modelinin bir türü olarak son zamanlarda marka değerlemede karşılaşılan yöntemlerden birisidir. Hiroshi adıyla bilinen bu yöntem, Ekonomik Değer Modeli ismiyle de ifade edilebilmektedir. Yöntem; markası oluşmuş ürünün geçmişteki ve cari fiyat primlerinin, markasız ürünlerin fiyat primleriyle karşılaştırılması esasına dayanmaktadır. Fiyat primi, markada en önemli etki olarak kabul edilmektedir. Fiyat primi yöntemine göre hesaplanan Hiroshi modelinde geçmişteki nakit akımının bugünkü değerinin bulunması gerekmektedir [15-16].

5. Marka Değeri Hesaplamada Hiroshi Yöntemi

Gelir modelinin bir türü olan Hiroshi yönteminde marka değerlendirme fonksiyonu $MD = f(PD, SD, GD, r)$ şeklinde ifade edilmektedir.

MD: Marka Değeri,

Marka Ve Marka Değeri Olgusu: Marka Değerinin Tespitine Yönelik Bir Uygulama

PD: Prestij Değişkeni,

SD: Sadakat Değişkeni,

GD: Genişleme Değişkenidir.

Prestij değişkeni, markanın ürünü satabilme gücü ile ilgilidir ve aşağıdaki eşitlikle hesaplanmaktadır.

$$PD = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left\{ \left(\frac{S_i}{C_i} - \frac{S_i^*}{C_i^*} \right) x \frac{A_i}{OE_i} \right\} x C_i$$

S_i : Firmanın i dönemi satışlarını,

S_i^* : Baz firmanın i dönemi satışlarını,

C_i : Firma satışlarının i dönem maliyetini,

C_i^* : Baz firmanın i dönem satışlarının maliyetini,

A_i : Firmanın i dönem reklam ve promosyon maliyetini,

OE_i : Firmanın i dönem yönetim maliyetini,

C_i : Firmanın i dönem satış maliyetini ifade etmektedir.

Sadakat değişkeni, firmanın satışlarındaki uzun dönemli istikrarın bir göstergesidir ve aşağıdaki eşitlikle hesaplanmaktadır.

$$SD = \frac{\mu_c - \sigma_c}{\mu_c}$$

μ_c : Satışların 5 yıllık ortalamasını,

σ_c : satışların standart sapmasını ifade etmektedir.

Tablo 2.

Yıllar	Yurt Dışı Satışlar	Faaliyet Dışı Gelirler
--------	--------------------	------------------------

Genişleme değişkeninin de ise, ürün markası sayısı ve markanın faaliyette bulunduğu farklı sektörler dikkat alındığında değişkenler parasal olarak ifade edilememektedir. Bu nedenle firmanın yurt dışı satışlarındaki artış ve esas faaliyet dışı gelirleri değişken olarak dikkate alınmaktadır ve aşağıdaki eşitlikle hesaplanmaktadır.

$$GD = \frac{1}{2} \left\{ \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \left(\frac{SO_i - SO_{i-1}}{SO_{i-1}} + 1 \right) + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \left(\frac{SX_i - SX_{i-1}}{SX_{i-1}} \right) \right\}$$

SO: Yurtdışı satışlar

SX: Esas faaliyet dışı gelirler [15-16].

6. Hiroshi Yöntemi ile Marka Değeri Belirlemesine Yönelik Bir Uygulama

Marka değerini belirlemek için yukarıda açıklanan üç parametre hesaplanarak birbirleri ile çarpılmaktadır. Arçelik A.Ş. firması için oransal marka değerinin hesaplanması örnek uygulama olarak verilmiştir.

İlk olarak Genişleme Değişkeni GD parametresi hesaplanacaktır. Bu hesaplama için mali tablolardan yurt dışı satışlar ve ana faaliyet dışı gelirler hesaplanacaktır.

Marka Ve Marka Değeri Olgusu: Marka Değerin Tespitine Yönelik Bir Uygulama

2010	4.144.041	52.304
2011	5.473.409	84.280
2012	5.470.628	494.781
2013	4.719.954	429.675
2014	5.786.675	232.972

$$GD = \frac{1}{2} \left\{ \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \left(\frac{SO_i - SO_{i-1}}{SO_{i-1}} + 1 \right) + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \left(\frac{SX_i - SX_{i-1}}{SX_{i-1}} + 1 \right) \right\} \quad \text{eşitliğinde gerekli veriler}$$

kullanılarak hesaplanan değerler aşağıda tabloda verilmiştir.

Yıllar	Yurt Dışı Satışlar	Faaliyet Dışı Gelirler
2010	1,127625295	0,963649427
2011	1,320790262	1,611349036
2012	0,999491907	5,870681063
2013	0,862781018	0,86841451
2014	1,226002414	0,542205155
Toplam	5,536690896	9,856299191
Toplam x 0,5	2,768345448	4,928149596
Genel Toplam	7,696495044	
GD = Genel Toplam x 0,5	3,848247522	

Genişleme değişkeninden sonra Prestij Değişken PD hesaplanacaktır. PD değişken için gerekli veriler ilgili firmaların mali tablolarından alınmıştır.

Yıllar	Satışlar/SMM (Vestel) (1)	Satışlar/SMM (Arçelik Baz Firma) (2)	Paz. Sat. Dağ. Gid./Dönem Gid. (3)	SMM (4)
2010	1,163544067	1,42476296	0,652883442	4.546.426
2011	1,21925207	1,430765834	0,58556162	5.722.003
2012	1,13546073	1,407014159	0,469013395	6.190.414
2013	1,211256189	1,43951767	0,499633771	5.133.478
2014	1,253312548	1,466167346	0,530832224	6.197.419

Marka Ve Marka Değeri Olgusu: Marka Değerinin Tespitine Yönelik Bir Uygulama

$$PD = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left\{ \left(\frac{S_i}{C_i} - \frac{S_i^*}{C_i^*} \right) \times \frac{A_i}{OE_i} \right\} \times C_i$$
 eşitliğinde gerekli veriler kullanılarak hesaplanan

değerler aşağıda tabloda verilmiştir.

Yıllar	(1-2)	(1-2)x3	(1-2)x3x4
2010	-0,261218893	-0,17054549	-775.372,4499
2011	-0,211513764	-0,123854342	-708.694,9165
2012	-0,271553429	-0,382079519	-2.365.230,404
2013	-0,228261481	-0,114047144	-585.458,5047
2014	-0,212854798	-0,112990185	-700.247,5193
PD= (1-2)x3x4 Aritmetik ortalaması	-1.027.000,759		

Genişleme ve prestij değişkeninden sonra hesaplanacak değişkenimiz olan Sadakat Değişkeni SD için gerekli veriler ilgili firmanın mali tablolarından alınmıştır.

Yıllar	SMM
2010	4.546.426
2011	5.722.003
2012	6.190.414
2013	5.133.478
2014	6.197.419

$$SD = \frac{\mu_c - \sigma_c}{\mu_c}$$
 eşitliğinde gerekli veriler kullanılarak hesaplanan değerler aşağıda tabloda

verilmiştir.

μ_c	σ_c
5.557.948	714.003,148
SD= 0,871534755	

Her bir parametre ayrı ayrı hesaplandıktan sonra $MD = GD \times PD \times SD$ eşitliği kullanılarak toplam marka değerine ulaşılabacaktır.

MD=GDxPDxSD	-3.444.438,809
-------------	----------------

Marka Ve Marka Değeri Olgusu: Marka Değerinin Tespitine Yönelik Bir Uygulama

Vestel A.Ş. için hesaplanan marka değeri 3.444.438,809 TL olarak bulunmuştur. Bulunan değer negatif olması Vestel

7. Sonuç

Marka, marka değeri ve marka değerinin hesaplanması konuları özellikle üst kademe işletme yöneticilerinin üzerinde hassasiyetle durması gereken konuların başında yer almaktadır. Marka değerini hesaplamak için geliştirilmiş çeşitli yöntemlerle, marka değeri rakamlarla ifade edilebilen ve bilançolara yansıtılan bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören Vestel A.Ş.'nin marka değeri hesaplanmaya çalışılmış ve baz firma olarak ise Arçelik A.Ş. seçilmiştir. Kullanılan modelde marka değeri üç parametre üzerinden hesaplanmıştır.

Yapılan hesaplar sonucunda Hiroshi yöntemine göre Vestel A.Ş.'nin marka değeri 3.444.438,809 TL olarak bulunmuştur. Bulunan değerini hatasız ve kesin olarak Vestel A.Ş.'nin marka değerini yansıttığı söylenememekle birlikte marka değeri konusunda bir fikir vereceği ve marka değeri yönetimi konusunda firmalara yardımcı olabileceği ifade edilebilir. Örneğin, GD firmanın genişleme gücünü göstermektedir. Genişleme, hem ana faaliyet konusunun dışında kalan gelirleri hem de yurt dışı

A.Ş.'nin marka değerinin baz firmanın marka değerinin altında kaldığını göstermektedir.

satışlardaki gelişmeyi ifade etmektedir. Yurt dışı satışlardaki gelişme, markanın uluslar arası bilinirliğini ifade etmektedir. İlgili firmanın ihracat hacmindeki artış GD parametresinin görece olarak yüksek değer almasına yol açmıştır. Bunun yanı sıra kullanılan modelde satışlarda ortaya çıkan dalgalanmalar tüketici tercihlerinde ortaya çıkan dalgalanma olarak kabul edilmektedir. Güçlü markaların mevcut müşterilerini kaybetmeden müşteri potansiyelini yıllar itibariyle artıracakları bilinmektedir. Modelimizde kullanılan SD parametresi firmanın sadık müşteri kitlesini gösteren önemli bir parametredir. SD parametresinin 0,871534755 gibi görece olarak yüksek bir değerde olması firmanın müşterilerinin sadık olduğunu ancak yine de müşteri sadakatine yönelik yeni stratejiler geliştirilerek müşteri potansiyelinin artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Marka değeri hesaplamada kullanılan diğer bir parametre olan PD ise, marka değerini tutar olarak bir değer ifade edilmesi için kullanılmaktadır. Elde edilen bu değer, marka değeri yaratma potansiyeli olarak ifade edilebilir.

Sonuç olarak bulunan değer, söz konusu firmanın marka değerini temsil etmektedir. Yapılan hesaplamalarda; kullanılan yönteme mümkün olduğunca sadık kalınmaya çalışılmış ancak modelin izin verdiği ölçüde zorunlu olarak kısıtlamalar ve değişiklikler yapılmıştır. Hesaplanan değerlerin firma varlığı olarak mali tablolara

yansıtılması halinde, firmaların finansal açıdan rahatlayabileceği ve daha yüksek varlık değerlerine ulaşabilecekleri de söylenebilir. Böylelikle, firmaları marka yatırımları konusunda teşvik ettiği gibi, firma paydaşlarına marka gücü hakkında bilgi verebilecektir.

Kaynaklar

- [1] Erdil, T. Sabri ve Uzun, Yesim (2010). Beta Yayınları. İstanbul.
- [2] Ural, Tülin (2009). Markalamada Yol Haritası. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- [3] Fırat, Duygu ve Badem, A. Cemkut (2008). Marka Değerleme Yöntemleri ve Marka Değerinin Mali Tablolara Yansıtılması. Muhasebe ve Finansman, Sayı 38, 210-219.
- [4] Çakırer, M. Akif (2013). Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri. Ekin Basın Yayın Dağıtım. Bursa.
- [5] Haigh, David ve İlgüner, Muhterem (2012). Marka Değeri. Marketing Yayınları. İstanbul.
- [6] http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MARKA. Erişim Tarihi: 15.11.2014.
- [7] Tekin, Mahmut ve Zerenler Muammer (2012). Pazarlama. Günay Ofset. Konya

- [8] İslamoğlu, A. Hamdi ve Fırat, Duygu (2011). Stratejik Marka Yönetimi. Beta Yayıncılık. İstanbul.
- [9] Doyle, Peter (2008). Değer Temelli Pazarlama. (Çev. Gülfidan Barış). Mediacat Kitapları. İstanbul.
- [10] Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand. New York.
- [11] KELLER L. Kevin. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer based brand equity, Journal of Marketing, Vol.57, s.1-22.
- [12] https://www.millwardbrown.com/brandz/2014/Top100/Docs/2014_BrandZ_Top100_Chart.pdf. Erişim Tarihi: 15.11.2014.
- [13] Yüce, A. (2010). Bütünleyici Bir Modelle Marka Değeri Ölçümü [An integrative model of brand equity measurement]. Atatürk Üniversitesi, SBE, Doktora Tezi. Erzurum.

- [14] Baydaş A. ve Çakmak, A. Ç. (2004). Marka ve Markanın Finansal Değerini Oluşturma Çabaları: Dış Ticaret Firmalarında Ampirik Bir Uygulama, 9. Ulusal Pazarlama Kongresi, Gazi Üniversitesi, Ankara, s. 217–236.
- [15] Bursalı, B. Osman (2009). Marka Değerinin Hesaplanmasında Gelir Temelli Yaklaşımlara Bir Alternatif. Hiroshi Yöntemi ve İMKB Tekstil Sektörü Uygulaması. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (2009); 1 (1): 15-28.
- [16] Kaya, Yusuf. (2002). Marka Değerleme Metotları ve Bu Metotların Kullanımında Sermaye Piyasası Mevzuatı Açısından Çıkabilecek Sorunlar, SPK Denetleme Dairesi, İstanbul

TÜRKİYE'NİN SANAYİLEŞME SÜRECİNE GENEL BAKIŞ: 2000-2013

Doç. Dr. Fatih Mehmet ÖCAL

Konya N. Erbakan Üniversitesi SBBF İktisat Bölümü Öğretim Üyesi

ÖZET

Bu çalışmada, Türk sanayi sektörünün yakın tarihi ve gelişim süreci incelenmiştir. Bu kapsamda, öncelikle 2000'li yıllarda Türkiye'nin sanayi gelişimi açısından ne durumda olduğu üzerinde durulmuştur. 2000 yılındaki sanayimiz genel olarak rekabetçi olmayan, kapasite kullanımı düşük, üretimde dışa bağımlı hale gelmiş bir yapı görünümündeydi. 1994 ve 2000'li yılların başındaki iç kaynaklı ve 2007 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyayı etkileyen "mortgage krizi" olarak bilinen dış kaynaklı iktisadi krizlerin etkisiyle, sanayi sektörü giderek hammadde ve emek yoğun ağırlıklı bir niteliğe bürünmüştür. Üstelik, Avrupa Birliği'nin ucuz üretim sahası haline gelmiştir. Yapılan üretimin teknoloji yoğun alanlarda yoğunlaşmaması ve yerli amaçla kullanımının artırılmaması nedeniyle sanayi sektörümüz gittikçe, dışa bağımlı hale gelmiştir. Bu bağlamda, Türkiye ekonomisi ve sanayi sektörü genel hatlarıyla incelenmiş ve sanayimiz dış ticaret verileri ışığında analiz edilerek sanayinin önemi açıklanmıştır.

Anahtar kelimeler: Sanayi, Sınai Gelişim, Türkiye Ekonomisi, Küresel Ekonomik Kriz, Reel Sektör.

Jel Kodu: L52, 025, 014, L16.

GENERAL OVERVIEW ON THE INDUSTRIALIZATION PERIOD OF TURKEY: 2000-2013

ABSTRACT

In this study, the close history of Turkish industry sector and its development process are examined. In this context, especially the situation of Turkey's industrial development in 2000s is emphasized. Our industry in 2000s seemed to have low capacity utilisation, became foreign-dependent in production and was non-competitive in general. Under the effects of the foreign economic crisis, commonly known as "mortgage crisis" that originated at first domestically in 1994 and at the beginning of the 2000s and showed up in the USA in 2007 and effected the whole world in a short period, our industry sector became raw material-oriented and labour intensive. Moreover, it became the cheap production area of the European Union.

Our industry became foreign dependant day by day because of the inability in the localisation of the production use in the technology intense fields and of the inability in the increase of local use. In this regard, Turkish economy and industry sector are examined in general terms and the importance of the industry is explained by analyzing our industry under the light of foreign commercial data.

Key Words: Industry, Industrial Development, Turkey Economy, Global Economic Crisis, Reel Sector.

Jel Kode: L52, 025, 014, L16.

GİRİŞ

Günümüzde tüm ülkelerin temel amacı, iktisadi kalkınma ve gelişmede en yüksek seviyeye ulaşmaktır. Bununla yolu sanayileşme sürecini tamamlamak, üretimin her kademesinde en ileri teknolojiyi kullanmaktan geçmektedir. Hammaddelerin üretim aşamalarından geçirilip işlenerek yeni ürünlerin elde edilmesi süreci demek olan sanayileşmeye (Kepenek, 2012:17) tarihsel perspektiften bakıldığında, Türkiye'nin sanayileşme çabaları İzmir İktisat Kongresi'nden başlatılabilir. Kongrede kalkınmanın sağlanmasında özel sektöre öncelik verilmesi ve özel kesimin yetişemediği durumlarda devletin devreye girmesi görüşü benimsenmiştir. 1933-1950 döneminde devletin kısıtlı imkanlarıyla sanayi kuruluşlarının faaliyete geçmesi sağlanmış, 1950'lerden sonra dış kaynaklardan temin edilen kredilerle ve özel sektör ağırlıklı sanayi yatırımları gerçekleştirilmiştir.(Başol, 2012:290) 1960'lı yılların başından itibaren Planlı kalkınma ve ithal ikameye dayanan ekonomi politikalarıyla 1980 yılına kadar gelen ülkemiz, bundan sonra içine düştüğü iktisadi krizden kurtulmak için dış rekabet temelli ve ihracata yönelik kalkınma modelini benimsemiştir. Günümüze kadar iç (1994 / 2000 Kasım / 2001 Şubat) ve dış kaynaklı (Asya / Rusya / ABD (mortgage)) iktisadi krizlerle karşılaşan ekonomimizde, sanayileşme çabaları her zaman önemini korumuştur.

1. 2000'Lİ YILLARA KADAR TÜRKİYE EKONOMİSİ VE TÜRK SANAYİ SEKTÖRÜ

Sanayileşme stratejisi, sanayileşmeyi gerçekleştirmede uygulamaya konması ve izlenmesi

gereken yaklaşımlar, sanayileşme politikası ise bu temel strateji hedefine ulaşmada kullanılır. (Şahin, 2011:395) Osmanlı İmparatorluğu'ndan Cumhuriyet dönemine geçiş aşamasında temel ekonomi politikası, ülkenin kalkınması ve gelişmesinin sağlanması için sanayileşmenin başarılmasıydı. Bu amaca ulaşmak için temel sanayileşme politikası 1980'lere kadar ithal ikameci, bundan sonra ise ihracata dayalı bir gelişim gösterdi. (Kepenek, 2012:391) Bu nedenle sanayileşme süreci, hem uygulanması hem de toplumun desteğini alması bakımından uzun dönemli ve stratejik kararlar bütünüdür. 1960'larda ekonominin koşulları gereği, bir çok kalkınmaya çalışan ülke gibi Türkiye de, devletin etkin olduğu, (Boratav-Berksoy,1994:16) yerli üretimin öncelendiği bir ekonomi modeli benimsendi. 1960-80 döneminde Türkiye ekonomisi genel olarak dışa kapalı (Karluk, 2009:224), iktisadi devlet teşekküllerinin sanayileşmede etkin bir rol oynadığı (Tekeli, 2010: 21) bir yapıdaydı ve sanayi sektöründe İthal İkameci Politikalar hakimdi. Bu yüzden ilk hedef öncelikle, yurtiçi talebi karşılamak ve ithal edilen malları yurt içinde üretebilmektir. Bu politikalar sadece, yeni gelişmeye çalışan endüstri kolları için ekonomi terminolojisinde kullanılan "bebek endüstrilerde" değil, ekonominin tamamında ve sanayinin gelişmesini sağlamak içinde uygulanmaya çalışılmış ve buna bağlı olarak sanayi sektörümüz; dışa kapalı, rekabetçi ve iktisadi etkinlikten uzak bir sonla karşı karşıya kalmıştır. İthal ikameye dayanan ekonomilerin başlıca özellikleri; ölçek ekonomilerinden yararlanmayan küçük ölçekli firmaların ekonomide etkinliğin artması, firmaların düşük kapasite kullanımıyla ve yüksek maliyetle üretimlerini yapması, getiri kalmış teknoloji kullanılması, uluslararası rekabetten soyutlandığı ve aşırı korunmaya dayandığı ve yerli girdi payının artırılmasına dayanan ancak aynı zamanda uzmanlaşmadan uzaklaştığı için niteliği düşük ürünlerin üretilmesi ve pazarların tekelleşmesi (Karluk, 2009:224) şeklinde sıralanabilir. Tüm sayılan faktörler nedeniyle ülkemiz, bir yandan yüksek maliyetle üretim yapması diğer yandan ancak niteliği düşük ürünler üretebilmesi durumunda olması sonucu, uluslararası pazarlarda dış rekabete girilememesi gerçeğiyle yüzleşmek zorunda kalmıştır. Ayrıca petrol fiyatlarının aşırı yükselmesi nedeniyle ekonomimizin hızla krize sürüklenmesi ve biriken dış borçlarla kredibilitésinin düşmesi (Aruoba-Alpar, 1992:58) ve özellikle 1978-79 yıllarında iktisadi krizin boyutunun adeta tüm ekonomiyi iflasın eşliğine getirmesi (Tezel, 1994:1), yüksek

enflasyon, artan dış borçlar, düşük istihdam düzeyi ve ihracat yapılamamasına bağlı olarak ekonomide dengelerin bozulması (Çokgezen, 2010:291) sonucu yaşanan sorunlar, yeni bir kalkınma politikası arayışını ve sanayileşmede dışa açılmayı kılmıştır.

Türkiye'de bilinçsizce uygulanan ithal ikameci politikalara bağlı olarak negatif ithal ikameciyle karşılaşmış, yapılacak ihracattan daha fazla ithalat yapılmıştır. Böylece, ithalatta bağımlılık oranı artmış, döviz sıkıntısına düşülmüş, üretimde kapasite kullanımı oranı %50'lerin altına düşmüştür. Yerli ara ve yatırım malı üreten sanayi dallarının kurulamaması sonucu ekonomimiz, 1970'li yılların sonunda ciddi ve kronik boyutta dış ödemeler dengesi açığıyla karşılaşmış, dövize olan talep artmış ve mevcut döviz arzıyla bu talebin karşılanamamış, büyük bir döviz darboğazıyla karşılaşmıştır. (Karluk, 2009: 205) Bu dönemin siyasi açıdan da tam bir kargaşa durumunda olması, kartopu misali başta ekonomi olmak üzere tüm sosyal hayatı olumsuz etkilemiş ve daha da içinden çıkılmaz hale gelmesinde başrolü oynamıştır.

Uygulanan başarısız siyasi ve ekonomi politikaları, önlenebilen döviz kıtlığı sonucu uygulamaya konulan ve devrim olarak nitelenebilecek 24 Ocak 1980 kararlarıyla, ekonomi politikalarında toptan bir değişikliğe gidilerek büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Ekonomi politikalarındaki bu dönüşümle, ülkemizde 1980 yılından itibaren ihracata yönelik sanayileşme politikalarına geçilmiş ve ekonomimizin dışa açılması yoğun bir şekilde teşvik edilmiştir. Sanayileşmede özel girişimciliğe ağırlık verilmiş, sigara ve çay gibi bazı üretim kollarında devlet tekelleri kaldırılarak piyasa ekonomisinin etkinliği artırılmış, düşük verimle çalışan Kamu İktisadi Teşekkülleri'nin (KİT) özelleştirilmesi ciddi olarak gündeme gelmiş, Türkiye ekonomisinin ve sanayinin dünya ekonomisiyle entegre olması için gerekli olan uygulamalar hızlandırılmıştır. Bütün bunların oluşmasında, Türkiye'nin 1980'li yıllarda Avrupa Topluluğu (AT) ile Gümrük Birliğini sağlama yönündeki politik tercihi de etkili olmuştur. (Karluk, 2009: 205) Günümüz şartları göz önüne alındığında, geçen yaklaşık 20 yıla rağmen ne yazık ki hala Gümrük Birliği sürecinden Avrupa Birliği (AB) tam üyelik aşamasına geçemememiz, ülke olarak üzerinde durulması, düşünülmesi gereken ve karar vermemiz gereken başlı başına bir konudur.

1981-1990 döneminde ihracat hızının artışına bağlı olarak ödemeler dengesinde olumlu etkilenmesine rağmen dış borçların artışı iç dengeleri bozmuştur. Bunun ortadan kaldırılması

için devletin iç finansman yoluyla kaynaklar oluşturmaya, tasarrufları artırmaya ve yolla oluşacak ekonomik fazlalığı ihracata yönlendirmek suretiyle sürdürülen büyüme çabaları 1988'de tıkanmış, üstelik Körfez Savaşı'nın getirdiği belirsizlik ortamı da, GSMH büyüme oranının 1991'de %0,4'e düşmesine yol açmıştır. 1990'lı yıllarda iç ve dış faktörlerden kaynaklanan olumsuz gelişmelerin yansımaları; politik istikrarsızlık, popülist politikalar ve 1994 krizini doğurmuştur. Ayrıca Marmara deprem felaketi ve uygulanan seçim ekonomisi politikaları yanında Körfez Krizi, Asya ve Rusya Krizleri gibi dış etkiler Türkiye ekonomisinin 1990-2000 dönemindeki ekonomimizin gelişiminin yavaşlatmıştır. Özellikle 1990-94 döneminde reel yatırımlar (üretim ekonomisi) yerine ticarete konu olmayan sektörler için yatırımları teşvik eden rant ekonomisine yönelik politikalar, Türkiye ekonomisini 1994 krizine sürüklenmiştir. Krizin asıl nedeni ise yeterince derinleşme ve olgunluk sağlanmadan Türkiye'nin mali piyasalarının uluslararası spekülasyon sermayeye açık hale getirilmesi ve üretimin rant ekonomisine dönüşen yapıda ikinci plana atılması nedeniyle ortaya çıkan reel ekonomik faaliyetlerdeki dalgalanmalardır (Yeldan, 2008: 295). Türkiye her iktisadi krizin olduğu gibi, 94 krizinin olumsuz etkileriyle uzun süre yaşamak zorunda kalmış ve Uluslararası Para Fonu / International Monetary Fund (IMF) ile yeni stand-by anlaşmaları yapılması acı gerçeğiyle yaşamak zorunda kalmıştır.

1980'lerde dış ticaret rejiminin serbestleştirilmesi için atılan önemli adımlardan sonra, kısaca 32 sayılı karar olarak bilinen Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında Koruma kararıyla, 1989 yılında sermaye hareketlerinin de serbestleştirilmesini takiben Türkiye, yeni bir makro iktisadi çerçeveye bürünmüş, anılan dönem içinde 1995 yılında Gümrük Birliği'ne (GB) girilirken, gene aynı yıl içinde Dünya Ticaret Örgütü'ne / World Trade Organization (WTO) üye olunmuştur. (Baştav L. 2012 : 308) Bu gelişmeler ekonomimiz üzerinde uzun süreli etkili olmuş, gerekli iktisadi olgunluğa erişmeden alınan kararlardan tüm iktisadi ajanlar üzerinde kalıcı etkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

1980 sonrasında özel sektörün öncü sektör kabul edilmesi imalat sanayine yönelik yatırımlarda kamu kesiminin payını azaltmış, ancak özel sektör yatırımlarının reel ekonomi yerine kısa dönemde yüksek kâr getiren alanlarda yoğunlaşması, kamu ve özel kesimin imalat sanayine yönelik yatırımlarının azalması diğer üretken sektörlerde de gerilemeye

yol açmıştır. Piyasa mekanizmasına bırakılan yatırım dağılımı gelir ve kaynak dağılımını üretken olmayan kesimler lehine kaydırmıştır. Kısa sürede yüksek kâr elde etme çabaları sonucu, uzun dönemde kapasite artırımına gidilmek yerine, kurulu kapasitenin modernizasyonu için yatırımlar tercih edilmiştir.(Özbey, 2000:7). Bu tercihin bir sonucu olarak ülkemiz, hem iç hem de dış kaynaklı iktisadi krizlerden kolayca etkilenen kırılgan yapısından, 2000'li yılların ortalarına kadar kurutulmamıştır.

Türkiye ekonomisi ihracat teşviklerinin öncülüğünde dış ticaret hacmini büyütürken, dünya ticareti içerisindeki payını giderek artırmıştır. Ancak yurtdışı tasarruf ağırlıklı yapıya dayanan bu yapı, 2000'li yıllarda dış ticaret açığı ile cari açığa yol açarak, iktisadi yapıyı kırılgan duruma düşürmüştür. Dış açık boyutunun artması ithal sanayi girdilerinin yanı sıra özellikle ara malı ithalatındaki önemli artışlarla, imalat sanayinin dışa bağımlı üretim yapısından kaynaklanmaktadır. 1990'lı yılların temel sorunu kamu finansman açıkları ile yüksek kronik enflasyon iken yeni dönemde sorun dış açık ve istihdam yaratmayan büyüme şekline dönüştürmüştür.(Baştav L. 2012:313) 2000'li yıllara girilirken uygulamaya konulan iktisadi politikalarla ders çıkarılması amaçlanmasına rağmen, Türkiye ekonomisi ve sanayi sektöründe beklenen olumlu sonuçlara ulaşamadığı görülmüştür. Önceki dönemlerin sanayi mirası, teknoloji ve sermaye yoğun üretimden uzak, daha çok emek yoğun üretime dayanan sanayi tipidir. İthal ikamesi yerine uygulanan ihracata yönelik sanayileşme politikaları ihracatı artırmasına rağmen, ekonomimizi ithalat temelli olmaktan kurtaramamıştır ve bu olgu günümüzde bile ekonomimizin en önemli sorunlarının başında gelmektedir. Ülkemizin temel sektörlerde iktisadi gelişimini tamamlamadan uluslararası rekabete açılması nedeniyle dışa bağımlı bir ekonomi durumuna düşmesi, kronik dış ve cari açık sorununu çözmemesi, yüksek enflasyon, işsizlik ve siyasi istikrarsızlıkların da etkisiyle 2000'li yıllara krizler eşliğinde girmiştir. Türkiye 2000'li yılların başında, öncelikle bankacılık sektöründe görülen ve tüm ekonomiyi etkisi altına alan finans kaynaklı krizlerin etkisiyle, sanayide beklenen ve planlanan sıçramanın temellerini atamamıştır. Diğer sektörler gibi sanayi sektörü de krizlerden sonra, yeni siyasi iktidarın uygulamaya koymaya çalıştığı yapısal politikalarla toparlanma sürecine girmiştir.

2. 2000'Lİ YILLARDA TÜRKİYE EKONOMİSİ VE TÜRK SANAYİ

SEKTÖRÜ

Küreselleşmenin dünya ülkelerini kapsaması başta ekonomi olmak üzere siyasi, sosyo-kültürel ve yönetsel tüm alanlarda etkinliğini giderek artırması, 1980'lere kadar planlama ve ithal ikameye dayanan politikaların yerini, 2000'li yıllarda finansal serbestleşme, özelleştirme, dışa açılma ağırlıklı bir dönüşüme uğrayarak, sanayi politikalarına olan politika yaklaşımlarını da değiştirmiş (Alpaydın-Tunalı, 2011:289) 1999'da yapılan seçimlerle iktidara gelen yeni hükümet, düşük düzeyde üretim ve ciddi boyutta bir borç yüküyle karşı karşıya kalmıştır. Cari işlemler bilançosundaki dengesizliğin yanı sıra yeni kurulan hükümet, önceki hükümetin IMF ile yaptığı 'yakın izleme' programını yeterli görmeyerek yeni bir stand-by anlaşması yapma yoluna gitmiştir. 2000 yılında devreye giren istikrar programı politikaları, 2001 krizinin baş sorumlusu olmuşlardır (Kazgan, 2009: 411). IMF ile yapılan stand-by anlaşmalarının, ülkelerin sorunlarını kalıcı olarak çözüp çözemedikleri konusu, ekonomi çevrelerinin günümüzde tartıştıkları önemli konulardandır.

1999 tarihli Enflasyonu Düşürme Programından istenilen verimin alınamaması likidite krizini doğurmuştur. Özellikle 2001 yılında dış sermaye kaynaklı sıcak paranın iç piyasadan çekilerek ülkemizi terk etmesi, oluşan panik havasının dövize olan talebi arttırması, 1998 yılından itibaren giderek daha kırılgan bir hal alan bankacılık sisteminin sarsılması ve koalisyon hükümetinin iktisadi krizi tetikleyici uygulamaları ile oluşan siyasi istikrarsızlığa dayanan bir güven bunalımının yaşanmasıyla oluşan yeni kriz, ekonomideki mevcut tüm dengeleri bozmuştur. Uygulanmakta olan döviz kuru sisteminin ekonomiye daha ağır bir yük getireceği düşüncesiyle, 22 Şubat 2001'de Türk Lirası dalgalanmaya bırakılmıştır. Şubat 2001'de Hazine ihalesi öncesinde meydana gelen olumsuz gelişmeler, yürürlükte bulunan 2000 Enflasyonu Düşürme Programı'na olan güvenin tamamen sarsılmasına sebep olmuş, mali kırılganlığın Kasım ayından sonra hızla artmasıyla da doğrudan Türk Lirası'na karşı ciddi bir atak yaşanmış ve ekonomide ortaya çıkan likidite sıkışıklığı, özellikle de kamu bankalarının günlük likidite ihtiyacının çok yüksek seviyelere çıkması nedeniyle ödemeler sisteminde tıkanmalar meydana gelmiştir. (Bayraktar, 2007: 90). Krizlerin sanayimize etkileri doğrudan ve dolaylı olarak hissedilmiştir. İktisadi krizlerin etkisiyle oldukça kötü koşullar içinde olan Türkiye'de yüksek enflasyon, kur riski,

dolarizasyon (para ikamesi) gibi sorunlar beklentileri kötüleştiren, sanayi sektöründe yatırımların azalmasına yol açmıştır. Beklentilerdeki umutsuzluk yatırımları negatif etkilemiş, bu yüzden sanayi sektöründeki yatırımlar, önemli derecede kapasite artırımına yönelik değil, amortisman yatırımları şeklinde olmuştur. Bu dönemde yatırımlar, riski minimize etmek için reel ekonomi ve sanayi yatırımlarına değil de, kısa vadeli aynı zamanda yüksek getiri elde etmek amacıyla sermaye ve para piyasalarına odaklanmıştır. Krizin bankacılık sektöründe başlaması önceki dönemlere ait yurtiçi tasarrufları da eriterek, toplumun tüm kesimlerinin ekonomik güçlerini zayıflatmıştır.

Kasım 2000 ve Şubat 2001 dönemlerinde yaşanan finansal krizin boyutları son derece yüksek olmuş, tüm ekonomiyi etkisi altına almıştır. Bundan dolayı Şubat 2001 krizinden mümkün olan asgari hasarla kurtularak yaşanan istikrarsızlık ortamından çıkılması amacıyla Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı (GEGP) adı verilen yeni bir istikrar programı uygulamaya konmuştur. (Şimşek, 2007: 59). Bununla birlikte Türkiye, IMF ile 1999 ve 2002 yıllarında yeni stand-by anlaşmaları imzalamıştır. Böylece, 2000-2001 krizine bir IMF programı çerçevesiyle girilmiştir ve krizin yönetimi de IMF'ye devredilerek (Boratav, 2011:196), IMF adeta baş denetçi durumuna getirilmiştir. Her ne kadar IMF'nin ekonomi programlarıyla ülkelerin krizlerden sağlıklı bir şekilde kurtulamadığı/kurtulamayacağı şeklinde eleştiriler güncelliğini korusa da, IMF'nin ülkelerin ekonomi politikalarına zorla müdahale etmediği, iktisadi açıdan zor duruma düştükleri için siyasetçilerin, ülke ekonomilerinin krizden kurtulması için IMF'yi kendilerinin davet ettikleri de, unutulmaması gereken bir olgudur.

2001 yılında tek başına iktidara gelen Ak Parti (AP) hükümetinin ilk beş yıllık döneminde, AP ile özel sektör arasındaki ilişkiler çok olumlu seyretmiş ve dışa açılma politikaları izlenmiştir. AP iktidarı sanayi sektörüne mali kaynak aktaran politikaları uygulamaya koymuş, sanayici kesimi de AP'nin mali disipline sadık kalması ve genel olarak ihracata yönelik sanayileşme stratejilerini desteklemesi ve Avrupa ile bütünleşme hedefini sürdürmesine önemli katkılar yapmıştır. (Pamuk, 2008: 281). Bu dönemde sanayileşme politikalarının temel niteliği, üretimi daha sermaye ve teknoloji yoğun dallarda gerçekleştirmektir. Krizin etkisinin azalmasıyla önce enflasyon ve faiz oranları düşürülmeye çalışılmıştır. Ekonomide uzun vadeli yatırımları arttırabilmek için gerekli olan olumlu

beklentilerin ortaya çıkması ancak iktisadi kurumların, Türk Lirasına güvenmesiyle başlayan bir süreçte sağlanabilmiştir. Enflasyonun tek hanelere kadar düşürülmesi faizlerin düşmesine yol açarak yatırımların dolayısı ile üretim hacminin büyümesini teşvik etmiştir. Hükümetin ekonomi politikalarının önceliği, yüksek faizin baskın olduğu spekülasyon amaçlı rant ekonomisinden hızla uzaklaşıp, piyasa ekonomisine geçişin hızlandırılması olmuştur.

2001 Şubatıyla birlikte yaşanan kısa vadeli ve önemli miktardaki sermaye kaçışlarının ardından, ekonomide istikrarın yeniden tesis edilmesi amacıyla “Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı (GEGP)” hazırlanmış ve Mayıs ayında IMF ile yeni bir Stand-by anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma çerçevesinde, 2001 yılında IMF’den 10,2 milyar dolar kaynak kullanılmıştır. Programın amacı da “ekonomide sürdürülebilir bir gelişme ortamını sağlayarak kaynak kullanma sürecindeki verimlilik düzeyini yükseltmek, dışa açık bir yaklaşımla piyasa koşullarında rekabet gücümüzü artırarak, ekonomide, yatırımları, istihdamı ve büyümeyi hızlandırmak, halkımızın geleceğe umutla bakmasını ve refah düzeyini kalıcı bir biçimde yükseltmek” olarak açıklanmıştır (Korhan, 2007: 53). Bundan sonraki süreçte yaşanan gelişmeler göz atıldığında, IMF programına büyük oranda uyulmuş, popülist politikaların uygulanmasına sıcak bakılmamış ve temel iktisadi göstergelerde önemli oranda iyileşmeler sağlanmıştır.

GEGP’nin ayırt edici özelliği olarak, Türkiye’nin ekonomik ve siyasal geleceğinde, orta ve uzun vadede köklü değişim ve dönüşümleri hedeflemesi belirtilebilir. Serbest piyasa ekonomisinin sorunsuz olarak işletilerek önündeki engellerin kaldırılması, devletin ekonomideki yerinin sosyal destek ve yasal denetleme görevini içerecek şekilde asgari, sektörel ve regülasyon (düzenleyici) boyutta düzenlemelere gidilmesi hedeflenen reformun omurgasını oluşturmaktadır. Meksika (1994), Güney Kore, Tayland-Endonezya (1997), Rusya (1998), Brezilya (1999), Arjantin (2001) krizleri; sosyal, iktisadi ve politik sonuçlarıyla yeni yaklaşımların ortaya çıkmasında etkili olmuşlardır. Ancak özellikle Şubat 2001 krizi sonrası dönemde Türkiye deneyimi “düzenleyici devlet” anlayışının oluşturulmasında, Küresel

Finansal Kriz sürecinde genel ekonomi politikaları için belirleyici bir öneme ve diğer ekonomiler için “model” olma özelliğine sahiptir. (Taşar, 2010: 95) Tüm iktisadi krizlerden başta hem krizi yaşayan ülke olmak üzere hemen tüm ekonomilerin, çıkarması gereken dersler vardır. Bu bağlamda elde edilen başarılı iktisadi sonuçlara ulaşılmasında, başta IMF’nin ülkemize önerdiği ekonomi programlarını tavizsiz şekilde ve genel ekonomi politikalarını ülkemizin realitelerine uyarladıktan sonra uygulamaya koyan, AP hükümetinin önemli bir payı vardır. IMF politikalarının başarılı olması, ekonomimizin sağlıklı bir yapıya kavuşması gibi olumlu sonuç doğurması yanında, IMF’nin karizmasını kurtarması bakımından da ayrı bir anlam ifade etmektedir.

3. DIŞ TİCARET VERİLERİ ALTINDA TÜRKİYE SANAYİ SEKTÖRÜ

Günümüzde dış ticaret, ülkemizde sürdürülebilir en önemli unsurlarından biri olarak görülmektedir. Bu amaçla, özellikle ihracatın artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmakta, yeni ihraç ürünleri ve yeni pazarlar bulunmaya çalışılmaktadır. Ayrıca dış ticaretin dünya ülkeleriyle bütünleşmesini sağlayıcı bir unsur olduğu düşüncesiyle hareket edilmekte (Özcan,1998: 41) ve dünya ekonomileriyle entegre olmayı başaran ülkelerin refah düzeylerinin hızla artacağı herkes tarafından kabul edilmektedir.

Türkiye’de ithalatın mal gruplarına göre dağılımı incelendiğinde yatırım mallarının ithalatı zamanla azalmakta ara mallarının ise bu süreçte arttığı görülmektedir. Ara malları ve yatırım mallarının yurtiçinde üretilme kapasiteleri, ülkelerin sanayileşme düzeylerinin önemli bir göstergesidir. Sanayide girdi olarak kullanılan ithal ara mallardaki artış, ithal ikameci politikaların uygulandığı dönemden itibaren sanayileşme çabalarını giderek daha çok dışa bağımlı hale getirmiştir. 1960-2000’li yıllarda yapılan üretimde ara malı ithalatındaki artış trendi, günümüzde de sürmekte (2011 yılında % 72 /Tablo 3) ve ihracat yapabilmek için ithal etmek zorunda kalınması şeklinde kabaca ifade edilebilen sanayi üretiminde dışa bağımlılığın başlangıcının, 1980’li yılların başında uygulamaya konulan ihracata yönelik ekonomi (sanayileşme) politikalarıyla başladığı belirtilebilir.

TABLO-1. İTHALATIN MAL GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (%)

YILLAR	YATIRIM MALI	ARA MALI	TÜKETİM MALI
1960	52,2	38,3	9,5
1970	47,1	47,9	5,0
1980	20,0	77,9	2,2
1990	22,1	68,4	9,0
2000	16,7	71,3	11,4

Kaynak: Baştav Leyla, 2012, s.310

Eşiyok'un tespitlerine göre ihracata konu sektörler incelendiğinde Türk sanayinin faktör kullanım yapısı açıkça görülmektedir. İhracata yönelik üretim yapan sektörler ağırlıklı olarak emek ve kaynak yoğun olup, emek yoğun sektörlerin payı zaman içinde gerilemekle birlikte, imalat sanayi ihracatı için 1990-2005 arasında ortalama değer %45 dolayındadır. Bu grubu yıllık ortalama % 29 payla ölçek yoğun sektörler izlemektedir. Buna karşın "farklılaştırılmış ve bilime dayalı" sektörlerin Türk imalat sanayi ihracatındaki payı %11 gibi oldukça düşüktür. Dış ticaret açığını azaltacak en önemli katkı ölçek yoğun ve araştırma-geliştirme (AR-GE) temelli mal kategorilerinden gelmektedir. Sektör bazında en yüksek açıklar, kimyasal madde ve ürünler, ana metal sanayi (ölçek yoğun) ile makine teçhizat imalatından (farklılaştırılmış ve bilim temelli) kaynaklanmaktadır. Bu durum söz konusu sektörlerin ancak dışa bağımlı olduğu müddetçe gelişebildiğini göstermektedir. Rapordaki diğer önemli tespit Türkiye ihracatında ilk sıralarda bulunan motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet sektörü ile yine ilk sıralardaki elektrikli makine ve cihazların yüksek ölçüde ithal girdiye bağımlı olduğu, bu sektörlerin net döviz çıkışıyla karşı karşıya olduğudur. Buna karşın özellikle emek yoğun sanayilerde çok yüksek olmak üzere emek ve kaynak yoğun sanayilerde ihracatın ithalatı karşılama oranı %100'ün üzerindedir. Türkiye'ye gerçek anlamda net döviz girişi sağlayan sektörler emek yoğun giyim eşyası,

tekstil ürünleri ile kaynak yoğun gıda ve içecek sektörüdür. (Bastav, 2012: 312) Bu veriler başlı başına sanayimizin orta düzeyde bile teknoloji nitelikli ürünler üretmediğini net bir şekilde göstermektedir.

2000'li yıllarda sanayimizin emek ve kaynak yoğun imalat sanayiye dayanan üretim yapısı sürmüş, yüksek katma değer ve teknoloji içeren (talep artış hızı yüksek) rekabet gücü yüksek yapı eşiği geçilememiştir. Bilim ve AR-GE'ye dayalı, farklılaştırılmış üretim yapısı tesis edilemediğinden halen yüksek teknolojik içerikli malların toplam imalat sanayi içerisindeki payı %2'ler civarında, çok düşük bir düzeydedir. Yine AR-GE harcamalarının Türkiye'nin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sı içindeki payı da %0,1'in (binde bir) altında seyretmekte olup, bu oran uluslararası sıralamada en alt sıralarda kalmaktadır. Buna karşın Türkiye'nin sırasıyla 16,492 ve 12,3 US\$ toplam emek ve saatlik işgücü verimliliği ile Brezilya (7,673 ve 9,8) Hindistan (1,635 ve 3,5) ve Çin (2,935 ve 5,4) (Brasil/Russia/India/China-BRIC) gibi BRIC ülkeleri içinde daha üst sırada yer aldığı izlenmektedir (Genç vd., 2008). Bu bilgilere göre, ülkemizin bir an önce ilk öğretimden başlamak üzere tüm eğitim sistemini, sanayi gelişmeye dayalı teorik-pratik dengeyi sağlayacak şekilde dizayn etmeli, nitelikli insan gücü seviyesini (beşeri sermaye niteliğini) yükseltmeliyiz.

TABLO-2. İHRACATIN MAL GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (MİLYON \$)

YILLAR	YATIRIM MALI	PAY %	ARA MALI	PAY %	TÜKETİM MALI	PAY %	TOPLAM
2001	2658	8	13369	42	15261	48	31334
2002	2790	7	14657	40	18465	51	36059
2003	4344	9	18494	39	24125	51	47253
2004	6531	10	25946	41	30502	48	63167
2005	7998	10	30290	41	34835	47	73476
2006	9423	11	37788	44	37790	44	85535
2007	13755	12	49403	45	43696	40	107272
2008	16725	12	67734	50	47077	35	132027
2009	11117	10	49734	50	47077	35	102143
2010	11771	9	56380	49	45320	39	113883
2011	14200	10	67970	50	52245	38	134969

Kaynak: Aksoy Tacinur, s. 92, 2012.

TABLO-3. İTHALATIN MAL GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (MİLYON \$)

YILLAR	YATIRIM MALI	PAY %	ARA MALI	PAY %	TÜKETİM MALI	PAY %	TOPLAM
2001	6940	16	30301	73	3813	9	41399
2002	8400	16	37656	73	4898	9	51554
2003	11326	16	49735	71	7813	11	69340
2004	17397	17	67549	69	12100	12	97540
2005	20363	17	81868	70	13975	11	116774
2006	23348	16	99605	71	16113	11	139576
2007	27054	15	123640	72	18694	10	170063
2008	28021	13	151747	75	21489	10	201964
2009	21463	15	99510	70	19290	13	140928
2010	28818	15	131445	70	24735	12	185544
2011	37268	15	173140	72	29692	12	240838

Kaynak : Aksoy Tacinur, s. 93, 2012.

Ulusal merkezli 2001 krizinin küresel talebi ve finansman koşullarını bozması, Türkiye Ekonomisinin önceki krizlere özellikle ihracatta ve dış finansmanda daha derin etkilenmesine yol açmıştır. Ancak ülkeyi yöneten siyasilerin daha önceki krizlerden çıkarılan derslerle yaptığı düzenlemeler, özellikle finansal sektörün kırılganlığını azaltarak ülke ekonomisinin daha güçlü durmasını sağlamıştır. Krize bağlı olarak dış ve iç talepte azalma, üretimi düzeyini düşürmüştür. İmalat sanayindeki daralmanın en büyük sebebi ise dış ve iç finansman ve talep koşullarının bozulmasıdır. İhracatın sektörel daralma profili, toplam ve imalat sanayindeki sektörlerin üretim, istihdam ve karlılık açısından daralma profilini şekillendirmiştir (Çakmak-Sarıdoğan, 2010: 36). Ayrıca Türkiye imalat sanayinin dış piyasalara finansman, teknoloji, ara malı açısından bağımlılığının yanı sıra işgücü niteliği ve toplam faktör verimliliği açısından rekabet gücünün olması gerekenin altında olması, iç ve dış şoklara karşı kırılganlığını artırmaktadır (Çakmak ve Sarıdoğan, 2010: 15). Ülkemiz kaynaklı krizlerin (2000 Kasım/2001 Şubat) yanı sıra ABD merkezli global boyutta etkiler doğuran “mortgage krizi” ülkemizin üretim hacmini ve ihracatını olumsuz etkilemiştir.

Otomotiv sektörünün, 2000’li yıllardaki performansı, genel ekonomik gelişmeler ve faiz oranları başta olmak üzere makro ekonomik göstergelerdeki değişimlerden ve 2000 Kasım/2001 Şubat ekonomik krizinden, etkilenmesi önemli derecededir. Özellikle iç talepteki düşüşe bağlı olarak sanayi üretimi, 2001 ve 2002 yıllarındaki seviyelerinin altına inmiştir. Bunun üzerine bir de 2009 yılı küresel ekonomik krizin etkileri eklenince,

ekonomimiz oldukça sıkıntılı bir sürecin içine girmiştir. 2008 yılının son çeyreğinde ABD’de başlayan finansal kriz, hızla küresel bir nitelik kazanmış ve tüm pazarlarda talep düşüklüğü ortaya çıkmıştır. 2002 yılından bu yana her yıl istikrarlı bir şekilde artan üretim ve ihracatta keskin düşüşler ve istihdam kayıpları yaşanmıştır. Ancak uluslararası krizin olumsuz etkilerinden hızla kurtulan otomotiv sanayi, tarihinin en yüksek ikinci üretim rakamlarına bu yılda ulaşmış (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011: 7), ekonomimizin lokomotif sektörlerinin başını çekmektedir.

2001 krizi sonrası dönem, görece fiyat yapılarının önemli ölçüde farklılaştığı ve beyaz eşya sektöründe yapısal olarak üretim ve pazarlama stratejilerinin değiştiği bir dönem olmuştur. Ayrıca, bu kriz ile birlikte yurtiçinde satın alma gücünün önemli ölçüde azalmasıyla yerli firmalar dış pazarlara yönelmiştir. Bu nedenle, yerli beyaz eşya üreticisi firmalar bu dönemde küresel ölçekte firma ve markaları satın almışlar, uluslararası üretim ve pazarlama ağlarını geliştirmişler, bu sayede ürün yelpazesini önemli ölçüde genişletmişler ve uluslararası bir oyuncu haline gelmişlerdir (Yükseler-Türkan, 2008: 122). “Kötü komşu kişiyi ev sahibi yapar” atasözüne yüklenen anlam gibi, ülkemizin yaşadığı iç ve dış kaynaklı krizler, firmaların dış dünyaya açılmalarını bir zorunluluk durumuna getirmiş, belki yıllar sonra çıkacakları uluslararası arenadaki ekonomi savaşlarına daha erken çıkmalarına neden olmuştur.

Türkiye dış ticaretinin sektörel bazda en önemli unsuru sanayi sektörüdür. İhracat içerisinde en önemli paya sahip alt sektörler; demir-çelik, motorlu kara taşıtları ve tekstil sektörleridir. İthalat

Türkiye'nin Sanayileşme Sürecine Genel Bakış: 2000-2013

açısından en önemli paya sahip sektörler ise; motorlu kara taşıtları, makine-teçhizat ve kimyasal madde sektörleridir. Motorlu kara taşıtlarının hem ihracat hem de ithalat içerisinde önemli paya sahip olmasının sebebi ithal edilen parçaların yurt içinde montajının yapılarak ihraç edilmesidir yani Türkiye bu sektörde lisanslı üretim yapmakta ya da ithal parçaların montajından sonra özellikle Avrupa Birliği Ülkeleri ve yakın çevresine ihraç etmektedir. Bundan dolayı hem otomotiv sektörü, sanayi üretimi ve dış ticaret içerisinde hacmi ile karşılaştırıldığında yeteri kadar döviz kazandıramamakta hem de sanayimiz ileri teknoloji

eşiğine geçememektedir.

Türkiye’de dış ticaret fazlası veren sektörlerin başında tekstil ve giyim sektörleri gelmektedir. Ancak, tekstil ve giyim sektörlerinin yarattığı dış ticaret fazlası nominal olarak artmakla birlikte, bu sektörlerin Türkiye’nin dış ticaret hacmi içerisindeki payı giderek küçülmektedir (Yükseler-Türkan, 2008: 122) Bu gerilemenin sebebi olarak daha ucuz iş gücünün sağlandığı Çin, Hindistan, Tayvan gibi uzak doğu ülkelerinin tekstil sektöründe artan ağırlığı bir yana, söz konusu sektörlerin emek yoğun sermayeye dayalı sektörler olmalarına da dikkat çekilmelidir.

TABLO-4. GSYİH VE İMALAT SANAYİ SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

İmalat Sanayi			Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Alıcı fiyatlarıyla)			
Yıllar	Değer	Sektör Payları %	Büyüme Hızı %	Değer	Sektör Payları %	Büyüme Hızı %
1998	16 596 866 568	23,6	-	70 203 147 160	100,0	-
1999	15 735 537 528	23,2	-5,2	67 840 569 794	100,0	-3,4
2000	16 818 801 219	23,2	6,9	72 436 398 870	100,0	6,8
2001	15 557 629 286	22,8	-7,5	68 309 352 088	100,0	-5,7
2002	16 033 218 704	22,1	3,1	72 519 831 007	100,0	6,2
2003	17 362 208 667	22,7	8,3	76 338 192 546	100,0	5,3
2004	19 392 073 207	23,2	11,7	83 485 590 611	100,0	9,4
2005	20 984 291 310	23,2	8,2	90 499 730 897	100,0	8,4
2006	22 760 496 133	23,5	8,5	96 738 320 212	100,0	6,9
2007	24 042 143 921	23,7	5,6	101 254 625 465	100,0	4,7
2008	24 015 322 574	23,6	-0,1	101 921 729 924	100,0	0,7
2009	22 273 917 290	23,0	-7,3	97 003 114 411	100,0	-4,8
2010	25 355 340 007	23,9	13,8	105 885 643 938	100,0	9,2
2011	27 890 450 086	24,2	10,0	115 174 724 189	100,0	8,8
2012	28 370 054 075	24,1	1,7	117 625 021 083	100,0	2,1
2013	29 425 901 738	24,0	3,7	122 476 094 062	100,0	4,1

Kaynak: TÜİK (İktisadi Faal. Kol. Göre Sabit Fiyatlarla Gayri Safi Yurtiçi Hasıla, ACE Rev.2-1998 Temel Fiyatları), ET:07.11.2014.

Türkiye ekonomisinin genişleme ve daralma evreleriyle, imalat sanayi sektörünün performansı arasında doğrudan ilişki vardır. İmalat sanayi sektöründeki büyüme ile GSYİH oransal olarak büyük benzerlik göstermektedir. Tablo 4’te görüldüğü gibi imalat sanayinin yıllar içerisinde, hacimsel olarak büyümesinde gözle görülür bir artış sağlamasına rağmen, imalat sanayinin GSYİH’deki payının (İmalat Sanayi/GSYİH) önemli oranda değişimler geçirmediğidir. Tablo 4’te, GSYİH’nin negatif büyüdüğü yıllarda imalat sanayi sektörünün de negatif büyüme etkisinde kaldığı görülmektedir. Bu dönemler Türkiye’nin bölgesel veya küresel krizlerin etkisinde kaldığı süreçlerdir. Türkiye’nin 2001 krizi ardından toparlanma sürecinde olduğu ve

ekonomide olumlu beklentilerin hakim olduğu 2003-2007 döneminde, imalat sanayi sektörünün GSYİH’ya paralel bir şekilde büyüme sürecine girdiği gözlemlenmektedir. 2008-2009 yıllarında ise küresel mali krizin etkisi ile azalan büyüme oranları imalat sanayi sektörüne negatif büyüme olarak yansımaktadır. 2008 ABD “mortgage” merkezli küresel mali krizle birlikte azalan dış talep etkisini öncelikle iç talepteki azalma ve olumsuz beklentiler takip etmiştir. Bu dönemden sonra kısa süreli toparlanma küresel çapta yıkıcı etkileri gözlemlenen 2008 krizinin Türkiye’de emsal ülkelere göre çok daha etkisiz kaldığı yorumlarına sebep olmuştur. Ancak ABD’nin krizin etkilerinden arınmaya başlaması üzerine Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde

kriz giderek artan bir oranda hissedilmeye başlanmıştır. AB geneline yayılan ve giderek derinleşen krizin etkisiyle AB ülkelerinde gelirlerin azalması ve bu durumun Türkiye'nin ihracat hacmi üzerindeki olumsuz etkileri önemli derecede hissedilmiştir. Bunun üzerine özellikle 2010 yılından itibaren Türkiye'yi yöneten siyaset mekanizmasının sorumlularının en başta gelen amacı, yeni pazarlar bulmak ve ihracat yapılan ülkeler mozayigini genişleterek olası krizler durumunda minimum düzeyde olumsuz etkilenmektir.

Son olarak ülkemiz sanayisinin güçlü yanları; büyük iç pazar, AB ülkeleriyle iktisadi açıdan entegre olma gayretleri, önemli pazarlara yakınlık,

SONUÇ

Türkiye ekonomisi, 1980'li yılların başında yeterince olgunlaşmadan uygulamaya konulan ihracat ağırlıklı kalkınma ve serbest ekonomi politikası hamleleriyle, piyasaların ve dışa açılan sektörlerin aşırı kırılganlığı sebebiyle sıkça krizlerle karşılaşmıştır. 1994 krizinin nedeni, kamu açıklarının Merkez Bankası tarafından finanse edilmesi, aşırı liberal politikalar izlenmesi ve ekonomide kullanılan kısa vadeli yabancı paraların ani çıkışı üzerine ekonomide ani bir çöküşle sonuçlanmasıdır. 2001 krizi ise özünde finans sektörünün denetim yetersizliğine bağlı olarak bankaların bilançolarında artan döviz kuru riskiyle, döviz kurunun aşırı değerlenmesi sebebiyle ödeme güçlüğüne dönüşmesine bağlı ani bir çöküştür. Bu krizler genel özellikleri bakımından Türkiye'ye özgü ve ani şoklar ile başlayan, kısa vadede oldukça etkili krizlerdir. ABD merkezli emlak kriz olarak da nitelenebilen 2008 krizinin ise önceki krizlere göre bazı farklılıkları vardır. Krizin küresel boyutlu olması, tüm dünya ekonomilerinin reel ekonomilerini (üretim ekonomisi/ekonomilerin üretim miktarları) talep yönünden önce ihraç sonra yurtiçi talebin azalması yönünde etkilemiştir. Bu talep azalışları, ülkemizde de sanayi sektöründe üretim azalmalarına neden olmuştur. Genel olarak ise 2008 küresel mali kriz Türkiye'de yaşanan diğer krizlerden farklı olarak tüm dünyayı etkisi altına alan geniş çaplı bir kriz olması ile birlikte ani bir çöküş şeklinde değil, zamana yayılmış talep durgunluğu olarak hissedilmiştir. 2008 yılında başlayan krizin özellikle Avrupa Birliği üzerindeki etkilerinin azalmaya başlayıp başlamadığı günümüzde bile ekonomi çevrelerinin yoğun gündemini meşgul etmektedir. Ülkemizin ihracat pazarı olarak AB ülkeleri ilk sırada bulunduğu için,

iş gücü, gelişmiş alt yapı telekomünikasyon sistemi, liberal ekonomi politikalarının uygulanmaya çalışılması; zayıf yanları ise yetersiz sermaye birikimi, vergi oranlarının yüksekliği, yüksek enflasyon, adalet sistemine olan güvensizlik, yüksek finans maliyeti, temel sanayi girdilerinin maliyetlerinin yüksekliği, kayıt dışı ekonominin yüksek boyutlara ulaşması, yeni teknoloji ve yüksek teknoloji ürün üretiminin azlığı, verginin tabana yayılmaması (Emmioğlu, 2010: 428) şeklinde sıralanabilir. Sanayimizin güçlü yanlarının yanı sıra ve zayıf yanlarının daha da güçlendirilmesinde alınan başarılar, başta sanayimiz olmak üzere ekonomimizin bütünüyle kalkınmasını sağlayacağı kuşkusuzdur.

Avrupa ülkelerinin durgunluktan çıkıp büyüme ivmesini yakalamasının, Türkiye'nin sanayi ihracatını artıracığı ve ekonomimize nefes aldıracağı bir gerçektir.

Ülkemizin dış ticaret hacminin özellikle de ihracatın ithalat aleyhine artırılması, üretim ve gelir düzeyindeki istikrarlı artışın sağlanması için dış ödemeler açığının en azından sürdürülebilir seviyelerde tutulması gerekmektedir ki bu amacın sağlanmasında kilit nokta sanayi sektörünün gelişim süreci ve orta/yüksek teknoloji nitelikli ürünler üretilmesidir. %60'lar seviyesinde olan İhracatın ithalatı karşılama oranının artırılması, ekonominin dış şoklara karşı daha dirençli olmasını da sağlayacaktır. Fakat burada dikkat edilmesi gereken nokta, Türkiye'de ihracatın içerisinde en önemli paya sahip olan sanayi ürünlerinin ihracatını artırmak aynı zamanda bu sektör için vazgeçilmez olan ara malı sektörünün ithalata bağımlı olması, çelişkili bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda öncelikle Türkiye'de 30 yıldan uzun bir süredir planlanmasına rağmen yeterince gerçekleştirilemeyen, yurtiçi kaynaklara dayanan aramalı üretiminin başarılmasıdır. Yatırım malı üretimi artırılarak ithalat içerisindeki payı giderek düşürülmüş, fakat aramalı üretiminde aynı şekilde gerçekleştirilemeyen yurtiçi üretim, sonunda dışa bağımlı bir sanayi yapısı doğurmuştur. Türkiye sanayi sektöründen reel anlamda döviz kazanması ancak ithal edilen ara malının yurtiçinde üretilmesinin sağlanmasıyla mümkün görünmektedir. Türkiye ithal ettiği ara mallarını yurtiçinde üretilen sanayi sektörünü, genel olarak döviz kazancı sağlayan bir sektör halinde tutmayı sağlayabilirse, dış şoklardan daha az etkileneceği ve çok daha güçlü bir ekonomik yapıya bürüneceği kesindir. Sanayi sektörümüz, küresel krizin AB ülkelerini durgunluk sürecine sokmasıyla talep

daralması yaşamıştır. Üstelik bu talep azalışını tekrar kazanmak ve artırabilmek için önünde Uzakdoğu ülkeleri kaynaklı, daha ucuz işgücü arzı ve dolayısı ile daha ucuza üretilebilen emek yoğun sınıai ürünleri engel bulunması, Türkiye'nin ihracatını çeşitlendirmesinde ve artırmasında önemli bir tehdit olarak durmaktadır. tehlikeye atmaktadır. Mal gruplarına göre ihracatımız incelendiğinde emek ve hammadde yoğun sanayi ürünleri Türkiye'nin en önemli ihraç malları olarak göze çarpmaktadır. Çin, Hindistan gibi ülkeler ile ucuz işgücü üzerinden mücadele etmek hemen hemen olanaksızken, bu konuda ısrarcı politikaların sürdürülmesi sanayi üretiminin düşmesine bile yol açabilir. Sanayi sektörünün ekonomimizin sürükleyici ana sektörü durumuna gelmesi için yapılması gereken ise, emek ve hammadde yoğun

KAYNAKÇA

- ALPAYDIN, Tunalı ve TUNALI Halil; (2011), 2000 Sonrası Türkiye İktisadının Değişimi, İstanbul: İstanbul Matbaacılık Prodüksiyon.
- ARUOBA, Erdiñç ve ALPAR, Cem; (1992), Türkiye Ekonomisi Sektörel Gelişmeler, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu.
- BAŞOL, Koray; (2012), Türkiye Ekonomisi-11. Baskı, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- BAŞTAV, Leyla; “Dışa Açık Büyüme Modelinde Sanayi Politikalarının Gelişimi: Türk İmalat Sanayinin Yapısı ve Rekabet Gücü (1980-2011)” ODTÜ Gelişme Dergisi, 39 (Aralık), 2012, 303-322
- BAYRAKTAR, Seda; “1980 Sonrası Uygulanan İktisat Politikalarının Türk Dış Ticareti Üzerindeki Etkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi SBE, 2007.
- BORATAV, Korkut; (2011) Türkiye İktisat Tarihi, Ankara: İmge Kitabevi.
- BORATAV, Korkut - TÜRKCAN, Ergun; Türkiye’de Sanayileşmenin Boyutları ve Türkler-3.Baskı, İstanbul: Türk Tarih Vakfı Yayınları.
- ÇAKMAK, N.Sungur ve SARIDOĞAN, Ercan; “Küresel İktisadi Krizin Türkiye İmalat Sanayine Etkileri”, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt: XXIX, Sayı:2, 2010, s.23-45.
- ÇOKGEZEN, Jale Yalınpala; (2010), 1980’den Günümüze Türkiye Ekonomisi, İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- EMMİOĞLU, Kahraman; (2010), Türkiye’de Sanayileşmenin Serüveni, İstanbul: Truva Yayınları.
- GENÇ, Ö., EŞİYOK, B. ve Diğerleri (2008), Türkiye'nin dış Ticareti ve İmalat Sanayininin Mekansal ve Yapısal Durumuna İlişkin Değerlendirmeler. T.K.B. A.Ş. Ekonomik ve Sosyal

üretim tarzından daha sermaye ve teknoloji yoğun üretim tarzına geçebilmektir. Türk sanayi sektörü üretim tekniğini daha teknoloji ve sermaye yoğun üretim tekniğine doğru kaydırmayı ve daha yüksek katma değerli ürün üretmeyi başarabilirse Türkiye'nin kronikleşen dış ödemeler açığı ve dış şoklara karşı kırılğanlığı da kendiliğinden azalacaktır. Katma değeri yüksek, döviz kazandırıcı, sermaye ve teknoloji yoğun üretim anlayışı, Türk sanayi sektörünün ve Türkiye ekonomisinin daha verimli ve daha güçlü bir yapıya bürünmesinde başlıca rolü oynayacak en önemli faktördür. Bunun da yolu, ülkemizde genel olarak başta siyasi istikrar olmak üzere kalıcı toplumsal barışı sağlamak, özelde ise beşeri sermaye niteliğini kısa sürede yükseltecek eğitim hamlesini gerçekleştirmekten geçmektedir.

Araştırmalar Müdürlüğü (GA/08-03-03)

- KARLUK, Rıdvan; (2009), Cumhuriyet'in İlanından Günümüze Türkiye Ekonomisi'nde Yapısal Dönüşüm, İstanbul: Beta Yayınları.
- KAZGAN, Gülten; (2009) Türkiye Ekonomisi, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- KEPENEK, Yakup; (2012), Türkiye Ekonomisi-25. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- KORHAN, Abdullah; ” 1980-2005 Yılları Arasında Uygulanan Ekonomik Politikalar ve Bunların Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri”,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi SBE, 2007.
- ÖZBEY, Funda R.; “Türk Sanayileşme Sürecinde Bütünleştirilmiş Strateji”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi. Cilt:2, Sayı:1 Temmuz 2000, s.75-93.
- ÖZCAN, H. Avni; Dış Ticaret Dergisi, “Dünden Bugüne Dış Ticaretimizde Gelişmeler”, Dış Ticaret Dergisi. Ekim Özel Sayı, 1998, s.41-76.
- PAMUK, Şevket; (2008), Osmanlıdan Cumhuriyete Küreselleşme, İktisat Politikaları ve Büyüme, İstanbul: Kültür Yayınları.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı, Ankara: 2011.
- ŞAHİN, Hüseyin; (2011), Türkiye Ekonomisi-Yenilenmiş 11. Baskı, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- ŞİMŞEK, Hayal A.; “Türkiye’de 2000 Sonrasında Uygulanan İstikrar Programlarının Kamu Maliyesine Etkileri”, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi. Cilt: 44 Sayı:512, 2007, s.52-68.
- TAŞAR, M. Okan; “Türkiye'nin Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı ve Makro Ekonomik Etkilerininin Analizi”, Niğde Üniversitesi İİBF

Türkiye'nin Sanayileşme Sürecine Genel Bakış: 2000-2013

Dergisi, 2010, Cilt:3, Sayı:1, s.94-95.

- TEKELİ, İlhan; (2010), Sanayi Toplumu İçin Sanayi Yazıları, İstanbul: Türk Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

-TEZEL, Y. Sezai; (1994), Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)-Gözden Geçirilmiş 3. Baskı, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

-YELDAN, Erinç, (2008), Türkiye'nin Ekonomi Politikası, Ankara: Orion Kitabevi.

-YÜKSELER, Zafer ve TÜRKAN Ercan; (2008), Türkiye'nin Üretim ve Dış Ticaret Yapısında Dönüşümler, Küresel Yönelimler ve Yansımalar", İstanbul: Ekonomik Araştırma Forumu.

İNŞAAT ŞANTİYELERİDE İŞ GÜVENLİĞİ VE İŞÇİ SAĞLIĞI UYGULAMALARI

Öğretim Görevlisi Yıldırım AKYOL¹ Öğretim Görevlisi Murat Ahmet ÖKMEN²

¹Selçuk Üniversitesi Kadınhanı Faik İçil MYO

yakyol@selcuk.edu.tr

²Kadınhanı Faik İçil MYO Selçuk Üniversitesi

muratokmen@selcuk.edu.tr

Özet

Türkiye, artan nüfus artış oranı ve ekonomik olarak gelişmelere paralel olarak, ihtiyaçları artan bir ülke konumundadır. Diğer ülkelerde olduğu gibi, gelişimin ana eksenini ise kaçınılmaz olarak inşaat sektörü oluşturmaktadır. Çünkü, meskenler, sosyal tesisler, sanayi tesisleri, barajlar, enerji üretim tesisleri, yollar, havaalanları, limanlar, kentsel mekânlar ve diğer tüm yaşamsal mekânlar ile o mekânları yaşanılır kılabilen tüm altyapının ilk adımı inşaatla atılmaktadır. Aynı zamanda inşaat sektörü, kendisine bağlı 300 e yakın alt sektörün ürettiği mal ve hizmete talep oluşturmaktadır.

İstatistiklere göre, Türkiye’de inşaat sektörü iş kazası oranların en yüksek olduğu sektörlerden biridir. Söz konusu istatistiklere göre, İş kazalarının %10’unun, ölümlü iş kazalarının ise %31’inin inşaatta meydana gelmesi inşaat sektörünün iş sağlığı ve güvenliği alanında taşıdığı riskin önemini göstermektedir.

Şantiyelerde çalışan işçiler, asbestozisten, sırt ağrılarına, el kol titreşimi sendromundan, çimento yanıklarına kadar çok çeşitli sağlık sorunları ile karşı karşıya kalmaktadır. Aynı zamanda çeşitli nedenlerden sayısız miktarda ölümlü kazalar olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, inşaat şantiyelerinde iş güvenliği ve işçi sağlığı tedbirleri ele alınarak, sektördeki uygulamaların ne seviyede olduğu incelenmektir.

Anahtar kelimeler: İnşaat, İş Sağlığı ve Güvenliği, 6331 no’lu kanun, İnşaatlarda iş kazaları.

Abstract

Turkey is a growing country, in parallel with the increasing population growth and economic development. As in other countries, and the development of the construction sector is inevitably constitute the main axis. Because, housing, social facilities, industrial plants, dams, power plants, roads, airports, ports, urban

spacesand other vital places with those venues are thrown into the construction-all the first step of the infrastructure to make it

services to create close to 300 sub-sectors. According to statistics, the construction sector is one of the highest industry according to work accidents rate in Turkey. According to these statistics, 10 accidents at work and 31% of fatal accidents at work occurred in the construction % in the field of occupational health and safety in the construction sector shows the importance of the risks. Workers on construction sites are faced with a wide variety of health problems up to cement burns from asbestosis , back pain , from hand-arm vibration syndrome. At the same time an infinite number of fatal accidents are a variety of reasons. The aim of this study is to examine the safety and health of workers on construction sites by taking measures in what level of applications in the industry.

Keywords: Construction , Health and Safety, industrial accidents at construction sites,

Law No. 6331.

livable. At the same time, the construction industry generate demand for goods and

1.Giriş

Günümüzde sanayileşmenin ve teknolojinin hızla artması beraberinde bir takım sorunları da getirmiştir. Bu problemler önce insan sağlığına, sonra işletmeye ait her türlü üretime yönelik tehditler oluşturmaktadır.

Teknolojik gelişmenin ilk zamanlarında işçi sağlığına yeteri kadar önem verilmemiştir. Ama günümüzde gerek insan hayatı, gerekse işletmenin işlerliği açısından çok önemli olmuştur. Çünkü bir çalışanın hayatını iş kazasında kaybedilmesi demek;

- Bakmakla yükümlü olduklarını
- İşletmenin çalışma hayatını ve ekonomisini
- Ülke ekonomisin etkilemektedir.

Bu nedenlerden dolayı iş güvenliği kavramı ortaya çıkmıştır. Hipoccrates (M.Ö.460-370) kurşun zehirlenmesinin başlıca belirtilerine, Juvenal (M.S. 60-140) ise ayakta durarak çalışanların varislerine işaret etmesiyle başlayan meslek hastalığı tanımı günümüzde iş güvenliği ve işçi sağlığı tanımına ulaşmıştır. [1]

İş sağlığı ve güvenliği, 'İSG' tüzük ve kanunlarla çalışanların korunmasını

sağlamaya yönelik inceleme ve uygulamalar bütünüdür.

İşçilerin iş kazalarına uğramalarını önlemek amacı ile güvenli çalışma ortamını oluşturmak için alınması gereken tedbirler dizisine “İş Güvenliği” denir

İşçi sağlığı bilimi; Tüm mesleklerde çalışanların sağlıklarını sosyal, psikolojik ve fiziksel olarak en üst seviyede tutmak, çalışma şartlarını ve üretim araçlarını sağlığa uygun hale getirmek, çalışanları zararlı etkilerden koruyarak işin ve işçinin birbirine uyumunu sağlamak üzere kurulmuş bir tıp dalıdır.[2]

Türkiye' de her altı dakikada bir iş kazası meydana gelmekte, her altı saatte de bir işçi hayatını kaybetmektedir. Bu evlerinden çıkan ve çocuklarının geçimlerini sağlamak için çalışmaya giden 4 işçimizin akşamları evlerine dönememeleri anlamına gelmektedir. İstatistikler her 2,5 saatte 1 işçinin iş göremez hale geldiğini açıklamaktadır.

İş kazaları istatistiklerinde Avrupa'da ilk sırayı, dünyada ise 3. sırayı almaktayız. İnsan hayatı bu kadar kolay olmamalıdır. Yapılan araştırmalarda iş kazalarının yüzde 50'sinin kolaylıkla önlenilecek kazalar olduğu, yüzde 48'inin sistemli bir çalışma ile önlenileceği, yüzde 2'sinin ise

önlenemeyeceğini ortaya çıkmıştır. Bu da iş kazalarının yüzde 98 önlenilebileceği gerçeğini ortaya koymaktadır. Önlemek kaza sonucu ödemekten ucuzdur Bu düşünce ile hareket ederek işyerlerinde tehlike kaynaklarını ortaya çıkartıp bunlardan oluşabilecek riskleri kontrol altına alabilirsek olabilecek kazaları azaltmış ve tehlikeli ortamları ortadan kaldırmış oluruz. Tabii bu çalışma bir ekip çalışması olmalı ve tüm ekip uyumlu bir şekilde çalışmalıdır. [3]

2.İNŞAAT NEDİR?

İnşaat yapı ya da yapı çevresinin, altyapının projenin oluşturulma, montaj işlemidir. Büyük ölçekli inşaatlar kapsamlı birçok görevler içerir.

İnşaat, belli bir bölgedeki bina, altyapı, havaalanı, baraj gibi geniş anlamda yapı veya yapı çevresinin oluşturulma aşamasıdır. İnşaat aslında pek çok işin aynı anda yürütüldüğü bir süreçtir. Normalde iş ,tasarım mühendisi, proje mimarı, inşaat mühendisi, mimar, peyzaj mimarı, iç mimar tarafından denetlenir, ve bütün işler proje yöneticisi tarafından yönetilir.

İnşaat, her durumda bilinen anlamda bina yapımı anlamına gelmemektedir. Bina, yapı inşaatının yalnızca bir alt sınıfını teşkil etmektedir. Toplumların bireysel

gündelik ihtiyaçlarının yanında yine toplumsal refahı arttıracak birçok tesis ve tesislendirme inşaatın kapsamında yer alır. Barajlar, su depoları, kanallar, açık ve kapalı su hatları, kaldırım taşları, altyapı, çevre düzenlemeleri(peyzaj mimarlığı), karayolları, demiryolları, havaalanları, meydanlar, parklar, sosyal donatılar gibi insanlığa hizmette kullanılan tesisler belli hizmet dönemleri için inşa edilirler.Mimarlık, inşaat mühendisliği, peyzaj mimarlığı, iç mimarlık projeleri, çalışmaları içinde inşaat önemli bir yer almaktadır.



Şekil 1. Ankara, Etimesgut'ta bir evin inşaatı

- Yüksek katlı inşaatlar
 - Endüstriyel inşaatlar
 - Fabrikalar,
 - Rafineri... Vb.
- Otoyol inşaatı diğer örneklerdir. [2]

Tanımı baktığımız zaman her türlü işlerde kısmi veya tam olarak inşaat görülmektedir. Durum böyle olunca inşaat işlerinde iş güvenliği ve işçi sağlığı daha fazla önem kazanmaktadır.

3.İNŞAAT SEKTÖRÜNDAKİ İŞ KAZALARI VE SONUÇLARI

6331 SAYILI İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KANUNU (MADDE 3); İşyerinde veya işin yürütümü nedeniyle meydana gelen, ölüme sebebiyet veren veya vücut bütünlüğünü ruhen ya da bedenen özre uğratan olayı iş kazası olarak tanımlar.

3.1.İŞ KAZALARININ SINIFLANDIRILMASI;

Yaralanmanın ağırlığına göre kazalar;

- - Yaralanma ile sonuçlananlar,
- - Sürekli iş göremezliğe neden olanlar,
- - Ölümle sonuçlananlar,
- - Tedavi gerektirmeyenler

Yaralanmanın cinsine göre kazalar;

- - Kafa yaralanmaları,
- - İç organ yaralanmaları,
- - Ruhsal ve sinirsel tahribat yapanlar, v.b.

Cinsine göre kazalar;

- - Düşme ve incinme,
- - Yanma,
- - Ezilme ve sıkışma,
- - Elektrik kazaları, v.b[1]

3.2. İŞ KAZASI SONUCUNDA

Can kaybı Sakatlık

Engellilik ...

İş göremezlik

Psikososyal durum sorunları

DOĞRUDAN MALİYET

- Tedavi masrafları
- Mahkeme masrafları
- Tazminat masrafları
- Tamir masrafları
- İşgünü masrafları
- Üretim masrafları
- İşgücü masrafları
- Toplum masrafları oluşmaktadır. [1]

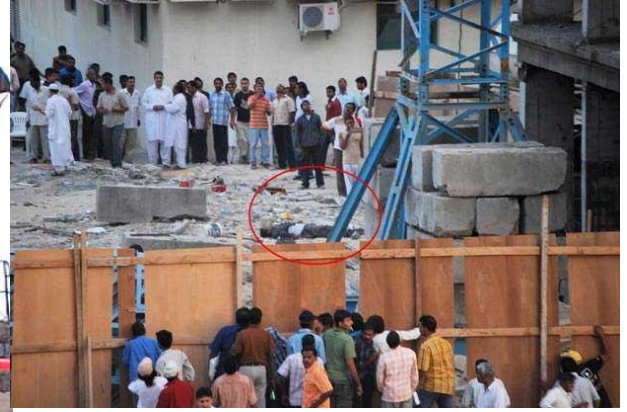
3.3. İNŞAAT ŞANTİYELERİNDE KAZALAR

Dünyadaki ve Türkiye'deki iş kazaları istatistiklerine bakıldığı zaman; bazı sektörlerde kaza sayısı az olmasına rağmen ölüm ve yaralanma oranı fazla olduğu, bazı sektörlerde kaza sayısı çok olmasına rağmen ciddi sonuçların az olduğu görülmektedir. Ama inşaat ve şantiyelerinde bu durum kaza oranı az, sonuçları ürkütücüdür. SGK verilerine göre ölümlü veya sürekli iş göremezlik kaza sıklığının en fazla olduğu sektör inşaatır Bu durumda inşaat sektörünü en tehlikeli iş kollarından biri olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) verilerine göre, ülkemizde bir yılda gerçekleşen tüm iş kazalarının yaklaşık %9'u, sürekli iş göremezliklerin % 18'i ve ölümlü iş kazalarının % 28'i inşaat işlerinde meydana gelmektedir. [4]

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın iş kazalarıyla mücadele açısından belirlediği öncelikli üç sektörden birisi de inşaat sektörüdür [5]

Ayrıca Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının hazırlamış olduğu Tehlike Sınıfları Yönetmeliği'ne göre inşaat sektörü "**Çok Tehlikeli İşler**" sınıfında yer almaktadır[6]



Şekil 2. Çeşitli şantiyelerde iş kazası resimleri



4.İNŞAAT ŞANTIYELERİ VE İŞLERİNDE İŞ GÜVENLİĞİ VE İŞÇİ SAĞLIĞI İÇİN ALINACAK TEDBİRLER

İnşaat ve şantiyelerde yapılacak ve yapılması gereken uygulamalar 6331 sayılı kanun ve buna bağlı yönetmeliklerle çalışma ve sosyal güvenlik bakanlığı tarafından belirlenmiştir.

4.1.YAPI İŞLERİ (İNŞA VE MÜHENDİSLİK ÇALIŞMALARI) LİSTESİ

- 1– Kazı, yarma ve doldurma işleri
- 2– Hafriyat
- 3– İnşa
 - a) Bina
 - b) Set, baraj
 - c) Yol, demiryolu, havai hat
 - ç) Tünel
 - d) Metro
 - e) Köprü
 - f) Çelik yapı inşaatı
 - g) İskele, liman, gemi inşaatı, dalga kıran
 - ğ) Kanalizasyon, lağım
 - h) Kuyu
 - i) Kanal
 - i) Duvar
 - j) Sıva, badana, boya işleri
 - k) Elektrik tesisatı
 - l) Sıhhi tesisat
 - m) Kalorifer tesisatı
 - n) Dülgerlik
 - o) Marangozluk
- 4– Prefabrike elemanların inşası ve sökümü
- 5– Montaj işleri
- 6– Değiştirme ve donatma
- 7– Tadilatlar
- 8– Yenileme
- 9– Tamir
- 10– Sökme
- 11– Yıkım

12– Restorasyon

13– Bakım, boyama ve temizleme

14– Drenaj

15– Yukarıda sayılan bütün işlerde kullanılan sabit ve hareketli makine ve tesislerin kullanılması. [1]

4.2.Yapı alanındaki çalışma yerleri için genel asgari şartlar Yüksekte çalışma

1– Seviye farkı bulunan ve düşme sonucu yaralanma ihtimalinin oluşabileceği her türlü alanda yapılan çalışma; yüksekte çalışma olarak kabul edilir. Bu alanlarda çalışanlara yüksekte çalışmayla ilgili tehlike ve riskler konusunda bilgilendirme yapılarak gerekli eğitim verilir ve yüksekte yapılan çalışmalar gözetim ve kontrol altında gerçekleştirilir.

2– Yüksekte çalışmalarda;

a) Yüksekte yapılması zorunlu olmayan montaj ve benzeri çalışmaların mümkün olduğunca öncelikle yerde yapılması sağlanır.

b) Yapılacak işlerin önceden planlanması ve organize edilmesi, bu planlama yapılırken ayrıca yüksekten düşme ile ilgili acil durum planlarının hazırlanması sağlanır.

c) Çalışanların çalışma yerlerine güvenli bir şekilde ulaşmaları için uygun araçlar sağlanır.

ç) Çalışanların güvenliği öncelikle, düşmeyi önleyici platformlar, bariyerler, kapaklar, çalışma iskeleleri, güvenlik ağları, hava yastıkları veya güvenli korkuluklar gibi toplu koruma tedbirleri ile sağlanır.

d) İşin doğası gereği, toplu koruma tedbirlerinin düşme riskini tamamen ortadan kaldıramadığı, uygulanmasının mümkün olmadığı, daha büyük tehlike doğurabileceği, geçici olarak kaldırılmasının gerektiği hallerde, yapılan işlerin özelliğine uygun bağlantı noktaları veya yaşam hatları oluşturularak tam vücut kemer sistemleri veya benzeri güvenlik sistemlerinin kullanılması sağlanır. Çalışanlara bu sistemlerle beraber yapılan işe ve standartlara uygun bağlantı halatları, kancalar, karabinalar, makaralar, halkalar, sapanlar ve benzeri bağlantı tertibatları; gerekli hallerde iniş ve çıkış ekipmanları, enerji sönmüleyici aparatlar, yatay ve dikey yaşam hatlarına bağlantıyı sağlayan halat tutucular ve benzeri donanımlar verilerek kullanımı sağlanır.

e) Yapı işyerinde yapı işi sırasında ve yapı işi bitirilip yapı kullanıma geçtikten sonra çeşitli durumlarda yüksekte yapılacak çalışmalarda kullanılmak üzere oluşturulacak yatay ve dikey yaşam hatları

için gerekli olan bağlantı noktaları ve yapısal düzenlemeler, projenin hazırlık aşamasında belirlenerek projede ve sağlık ve güvenlik planında yer alır; yapı çalışmaları projede ve sağlık ve güvenlik planında konu ile ilgili belirtilen hususlara uygun şekilde yapılır.

f) Yüksekte güvenli çalışma ve koruma donanımlarının düzenli olarak kontrol ve bakımlarının yapılması sağlanır. Uygun olmayan donanımların kullanılması engellenir.

3- Kullanılan güvenlik ağlarının malzeme özellikleri, bağlantı ve kurulum şartları, kurulumdan sonra yapılan statik ve dinamik dayanım deneyleri açısından TS EN 1263-1 ve 1263-2 standartlarına ve ilgili diğer standartlara; mevcut standartların değiştirilmesi veya başka standartların kabul görmesi durumunda konu ile ilgili kabul görececek, uyumlaştırılmış ulusal veya uluslararası diğer standartlara uygun olması sağlanır ve yapılan işe uygun tipte güvenlik ağı seçilir. Yapı işyerinde kullanılan güvenlik ağının kullanma kılavuzu işyerinde bulundurulur. Güvenlik ağları standartlara ve kullanım kılavuzuna uygun şekilde kurulur ve kurulu sistemin uygunluğu belgelendirilir.

4- Betonarme platformların döşeme kenarlarında, düşmeyi önleyici toplu koruma tedbirleri alınır, korkuluk sistemlerinin kullanılması halinde

korkulukların bu Yönetmeliğin Ek-4 (A) Yüksekte Çalışma başlığının altıncı maddesinde tanımlanan özelliklere uygun olması sağlanır.

5-Yapı alanı içerisinde bulunan ve çalışanlar için risk oluşturabilecek asansör, merdiven, baca, shaft, aydınlatma boşlukları gibi döşemelerde süreksizlik meydana getiren boşluklardan, duvar ve perde duvar gibi yapı elemanları arasında süreksizlik meydana getiren pencere ve benzeri boşluklardan çalışanların ya da malzemelerin düşmesini engelleyecek toplu koruma tedbirleri alınır, korkuluk sistemlerinin kullanılması halinde korkulukların bu Yönetmeliğin Ek-4 (A) Yüksekte Çalışma başlığının altıncı maddesinde tanımlanan özelliklere uygun olması sağlanır.

6-Güvenli korkulukların aşağıda belirtilen özelliklerde olması sağlanır;

a) Ana korkuluk platformdan en az 1 metre yükseklikte ve herhangi bir yönden gelebilecek en az 125 kilogramlık yüke dayanıklı olacak şekilde yapılır.

b) Platforma bitişik, en az 15 santimetre yüksekliğinde ve en az 15 kilogramlık yanal yüke dayanıklı topuk levhası bulunur.

c) Topuk levhası ile ana korkuluk arasında ara yan koruma elemanları bulundurulur.

ç) Ara yan koruma elemanları ile ana korkuluk ve topuk levhası arasındaki açıklıklar 47 santimetreden fazla olamaz.

d) Herhangi bir sebeple betonarme platform kenarında güvenli korkuluğun bir kısmının geçici olarak kaldırılmasının gerektiği durumlarda, bu alanlarda gerekli güvenlik tedbirleri alınır ve çalışanlara uygun kişisel koruyucu donanımlar verilir. Geçitlerde güvenlik

7-Çalışma platformları ve geçitler kişileri düşmekten ve düşen cisimlerden koruyacak şekilde yapılır, boyutlandırılır, kullanılır ve muhafaza edilir

Düşen cisimler

8-Çalışanlar, düşen cisimlere karşı öncelikle toplu olarak korunur.

9-Yapı işyerlerinde, cisimlerin düşerek tehlike oluşturabileceği bölgelere girişler önlenir veya gerektiğinde kapalı geçitler yapılır.

10-Yapı işyerlerinde, çalışanlara uygun baş koruyucu donanımlar verilerek kullanımı sağlanır.

11-Yapı alanında, malzemeler hangi yükseklikten olursa olsun doğrudan yere atılmaz, dengeli ve güvenli bir şekilde indirilerek uygun bir yere istif edilir. Atık malzemelerin uzaklaştırılması için moloz kaydırakları gibi güvenli çalışma yöntemleri tercih edilir. Enerji dağıtım tesisleri ve elektrikle çalışma 12-Tesisler, yangın veya patlama riski oluşturmayacak

şekilde tasarlanarak kurulur ve işletilir. Kişilerin, doğrudan veya dolaylı teması sonucu elektrik çarpması riskine karşı korunması sağlanır.

13–Ekipmanın ve koruyucu cihazların tasarımı, yapımı ve seçiminde, dağıtılan enerjinin tipi ve gücü, dış şartlar ile tesisin çeşitli bölümlerine girmeye yetkili kişilerin ehliyeti göz önünde bulundurulur.

14–Elektrikle ilgili bütün ekipman ve bağlantıların kurulması, sökülmesi, tamirat ve tadilat işleri sadece yetkili elektrikçiler tarafından yapılır.

15–Elektrikli tesisatın bütün parçalarının, güç gereksinimleri için yeterli kapasite ve kalitede ve inşaat işlerindeki çalışma koşullarına dayanıklı olması sağlanır.

16–Yapı alanındaki elektrikli tesisata gelen gücü kesen acil durum sistemleri bulundurulur. Bu sistemler görünür bir yerde, kolay ulaşılabilir olması ve önünde ulaşmayı engelleyen malzeme bulunmaması sağlanır.

17–Yapı alanı içerisindeki ana pano ve tali elektrik panolarında uygun kaçak akım rölesi kullanılır.

18–Elektrik teçhizatı, iletim hatları ve elektrikli aletler voltajları belirtilecek şekilde işaretlenir.

19–Yapı alanında elektrik bağlantıları için uygun bağlantı elemanları kullanılır, açık uçlu kablolarla bağlantı yapılmaz.

20–Yapı işyerlerinde kullanılan sabit ve seyyar iletkenlerin mekanik ve kimyasal etkilerden korunması sağlanır, eskimiş veya yıpranmış iletkenler ve elektrik teçhizatları kullanılmaz.

21–Yapı alanında veya çalışanların erişebileceği yerlerde bulunan elektrik panoları, tevzi tabloları ile kontrol tertibatı ve benzeri tesisat, kilitli dolap veya hücre içine konulur, bunların tabanı, elektrik akımı geçirmeyen malzeme ile kaplanır. Bakım ve onarım nedeniyle gerilim altındaki tesisatın tecritlerinin çıkarılması gerektiğinde uyarı ve koruma amacıyla gerekli önlemler alınır.

22–Yapı işyerlerinde, yanıcı ve patlayıcı maddelerin depolandığı depo alanlarında ve yanıcı patlayıcı atmosfere sahip çalışma alanlarında, ilgili mevzuatın öngördüğü alev sızdırmaz malzemeler kullanılır.

23–Çalışanlara ve elektrik işlerinden sorumlu teknik kişilere, elektrik işlerinin yapılmasında gerekli olacak bütün ekipman ve kişisel koruyucu donanımlar eksiksiz olarak sağlanır.

24–Elektrikle çalışan iş ekipmanlarının gövde güvenlik topraklaması yapılır. Düzen, temizlik, istif ve depolama

25–Yapı alanının düzenli ve temiz tutulması sağlanır. Sivri uçları veya keskin kenarları bulunan malzeme ve atıklar düzenli periyotlarla çalışma alanlarından uzaklaştırılır. Buz, kar, yağmur, kullanılan

malzemeler ve diğer etkenlerle kaygan hale gelen çalışma yerleri ve geçitler temizlenerek kaymayı önleyici tedbirler alınır.

26–Yapı alanında malzemeler, yıkılma ve devrilmeleri önlenecek, kazaya sebep olmayacak şekilde istif edilir. Sağlamlık ve dayanıklılık

27–Beklenmeyen herhangi bir hareketi nedeniyle çalışanların sağlık ve güvenliğini etkileyebilecek her türlü malzeme, ekipman ile bunların parçaları güvenli ve uygun bir şekilde sabitlenir.

28–İşin güvenli bir şekilde yapılmasını sağlayacak uygun ekipman ve çalışma şartları sağlanmadıkça, yeterli dayanıklılıkta olmayan kısımlarda çalışılmasına ve bu yerlere girilmesine izin verilmez.

29–Yapı işlerinde kullanılan iskeleler, platformlar, geçitler, korkuluklar, merdivenler güvenlik ağları, hava yastıkları, zincirler, kablolar, dikey ve yatay yaşam hatları, sabitleme noktaları, kişisel koruyucular ve diğer koruma tedbirlerine ait araç ve gereçlerin yapılan işe uygun ve güvenlik açısından yeterli özellikte olması sağlanır.

30–Kurulmakta, sökülmekte, bakımda, tamirde ya da yıkılmakta olan yapılarda çalışanları yapının dayanıksızlığından ve kırılganlığından kaynaklanan risklerden korumak için yeterli tedbirler alınır.

Havalandırma

31–Çalışanların harcadıkları fiziksel güç ve çalışma şekli dikkate alınarak yeterli temiz hava sağlanır. Cebri havalandırma sistemi kullanıldığında, sistemin her zaman çalışır 10 durumda olması sağlanır, bu sistem çalışanların sağlığına zarar verebilecek hava akımlarına neden olmayacak şekilde tesis edilir. Çalışanların sağlığı yönünden gerekli hallerde havalandırma sistemindeki herhangi bir arızayı bildiren sistem bulundurulur.

Çalışma yerlerinin, barakaların ve yolların aydınlatılması

32–Yapı alanındaki çalışma yerlerinin, barakaların ve yolların aydınlatılmasında aşağıdaki hususlara uyulur;

a) Yapı işlerinin gündüz yapılması esastır, çalışma yerleri, barakalar ve yollar mümkün olduğu ölçüde doğal olarak aydınlatılır, karanlıkta veya gece çalışılmasının gerekli veya zorunlu olduğu çalışmalarda veya gün ışığının yetersiz olduğu durumlarda uygun ve yeterli suni aydınlatma sağlanır, gerekli hallerde darbeye karşı korumalı taşınabilir aydınlatma araçları kullanılır. Suni ışığın rengi, sinyallerin ve işaretlerin algılanmasını engellemeyecek şekilde seçilir.

b) Çalışma yerleri, barakalar ve geçiş yollarındaki aydınlatma sistemleri, çalışanlar için kaza riski oluşturmayacak özellikte olur ve uygun şekilde yerleştirilir.

c) Çalışma yerleri, barakalar ve geçiş yollarındaki elektrik tesisatı ve aydınlatma sistemindeki herhangi bir arızanın çalışanlar için risk oluşturabileceği yerlerde acil ve yeterli aydınlatmayı sağlayacak yedek aydınlatma sistemi bulundurulur

Trafik yolları ve tehlikeli alanlar

33–Merdivenler, sabitlemiş geçici merdivenler, yükleme yerleri ve rampalar da dahil olmak üzere trafik yolları; kolay ve güvenli geçişi sağlayacak, bu yerlerin yakınında çalışanlar için tehlike oluşturmayacak şekilde tasarlanıp yapılır.

34–Yayaların kullandığı ve yükleme boşaltma için kullanılanlar da dahil, araçlarla malzeme taşımada kullanılan yollar, potansiyel kullanıcı sayısı ve işyerinde yapılan işin özelliğine uygun boyutlarda olması sağlanır. Trafik yolları üzerinde taşıma işi yapılması durumunda, bu yolu kullanan diğer kişiler için yol kenarında yeterli güvenlik mesafesi bırakılır veya uygun koruyucu tedbirler alınır. Yollar görülebilir şekilde işaretlenir,

düzenli olarak kontrolü yapılarak her zaman bakımlı olması sağlanır.

35–Araç trafiği olan yollar ile kapılar, geçitler, yaya geçiş yolları, koridorlar ve merdivenler arasında yeterli mesafe bulundurulur.

36–Yapı alanlarındaki girilmesi yasak bölgelere yetkisiz kişilerin girişi uygun araç ve gereç kullanılarak engellenir. Tehlikeli bölgeler açıkça işaretlenir, buralara görünür şekilde uyarı levhaları konulur. Bu bölgelere girme izni verilen çalışanları korumak için gerekli tedbirler alınır

Açık Alanlardaki Çalışma Yerleri Sağlamlık ve dayanıklılık

37–Alçak veya yüksek seviyede olan hareketli veya sabit çalışma yerleri, çalışan sayısı, üzerlerinde bulunabilecek azami ağırlık, bu ağırlığın dağılımı ve maruz kalabileceği dış etkiler göz önünde bulundurularak yeterli sağlamlık ve dayanıklılıkta olması sağlanır. Bu çalışma, çalışma yerinin tamamının veya bir kısmının zamansız veya kendiliğinden hareketini önlemek için, bunların dayanıklılığı uygun ve güvenilir sabitleme metotlarıyla sağlanır.

Hava koşulları

38–Çalışanların sağlık ve güvenliklerini etkileyebilecek her türlü hava koşulundan korunması sağlanır, kuvvetli rüzgâr alan iş yerlerinde gerekli güvenlik tedbirleri alınmadan çalışma yapılmaz. İskeleler

39–Ön yapımlı bileşenlerden oluşan cephe iskeleleri ve iskele şeklinde kullanılan geçici iş ekipmanlarının, TS EN 12810-1, TS EN 12810-2, TS EN 12811-1, TS EN 12811-2 ve TS EN 12811-3 standartları ve ilgili diğer standartlara, mevcut standartların değiştirilmesi veya başka standartların kabul görmesi durumunda konu ile ilgili kabul görececek uyumlaştırılmış ulusal veya uluslararası diğer standartlara uygun olması sağlanır.

39–Asma iskeleler, cephe platformları, güç kaynağı veya elle çalışabilen, sabit veya hareketli, daimi veya geçici asılı erişim donanımları ve bu donanımı oluşturan parçaların ilgili kabul gören uyumlaştırılmış ulusal veya uluslararası standartlara uygun olması sağlanır.

40–Seçilen iskele sisteminin tasarlanan yapısal düzenlemesine uygun şekilde sağlamlık ve dayanıklılık hesabı yapılır.

El merdivenleri:

41–İlgili standartlara ve yapılan işe uygun ve yeterli sağlamlıkta el merdivenleri kullanılır. Basamak ve kollarıyla bağlantı yerleri kırılmış, çatlamış, yıpranmış, hasar

görmüş ekipmanlar kullanılmaz. El merdivenleri düzenli olarak kontrol edilerek kusurlu merdivenlerin kullanılmaması sağlanır.

42–Basamakları kaymaz malzemenin yapılmış veya kaymaz malzeme ile kaplanmış merdivenler kullanılır. Merdivenler, kullanıldıkları yerlere, alt ve üst kısımları kaymayacak veya bu yerlerden kurtulmayacak şekilde yerleştirilir,

43–Merdivenler uzatılmak amacıyla birbirine eklenmez.

44–Merdivenlerde alt çekme mesafesi ile yükseklik arasındaki oran 1/4 olması sağlanır. [1]

5.SONUÇ

İşçi sağlığı ve iş güvenliği sorunlarının doğru çözümlere kavuşturulmasına yönelik güvenlik önlemlerinin geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. İşçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda geliştirici, iyileştirici çalışmalara katkıda bulunmak önemli görevlerimizden biridir. Şantiyelerde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıkları engellenebilir olup, kadercilik yaklaşımları iel ele alınması uygun değildir. İş kazalarını, meslek hastalıklarını "işin gereği" olarak gören dogmatik anlayış yeni iş cinayetlerine davetiye çıkarmaktadır. Çalışma yaşamını yalnızca

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'ndan ibaret saymak mümkün değildir. Çalışma yaşamı, başta 4857 sayılı İş Kanunu, 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu olmak üzere birçok yasa ile biçimlendirilmektedir. 2003 yılında yürürlüğe konulan 4857 sayılı yasa ile çalışma yaşamı tamamen esnekleştirilmiş, bunun yanında örgütsüzlük artmış ve şantiyelerde taşeronda çalışma oldukça artmıştır. Aynı zamanda iş cinayetlerinin artmasında 4857 sayılı yasa ile getirilen esnek çalışma biçimlerinin önemli bir payı olmuştur.

İşyerlerinde işçi sağlığı ve iş güvenliğinin sağlanmasının hekimler, mühendisler, teknik personel, sağlık personeli ve diğer birçok personel yer aldığı bir ekip işi olduğu unutulmamalıdır. 4857 sayılı İş Yasası ve 6331 sayılı İş Sağlığı Güvenliği Yasası'nda mühendislik kavramı göz ardı edilerek, "iş güvenliği uzmanı" tanımı getirilmiş, mühendislik ile teknik elemanlık birbiriyle eşdeğer tutulmuş, iş güvenliği mühendisliği şekli bir yapıya dönüştürülmüştür. İş güvenliği alanında mühendislere de, teknik elemanlara da ihtiyaç vardır, ancak bu ihtiyaç "iş güvenliği mühendisliği" ve "iş güvenliği teknik elemanı" olarak ayrı ayrı tanımlanması ve bu yapı içerisinde görev,

yetki ve sorumluluklar belirlenmesi bir zorunluluk haline gelmiştir.

Ağır ve tehlikeli iş sınıfına giren inşaat şantiyelerinde görev alan tüm çalışanlara hak ve sorumlulukları ve İSG ile ilgili sürekli eğitim verilmeli, bu eğitimler, işverenin süre ve içeriğe müdahalesi önlenecek tarzda gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- [1] www.csgb.gov.tr
- [2] <http://tr.wikipedia.org/>.
- [3] www.isguv.com.
- [4] SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu), “2010 İstatistik Yıllıkları”, SGK Yayını, Ankara, 2010.).
- [5] İSGÜM (İş sağlığı ve güvenliği genel müdürlüğü.)
- [6] Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, “İş Sağlığı ve Güvenliđine İlişkin Tehlike Sınıfları Tebliđi”, Resmi Gazete, Sayı: 27320, 2009.)