

## **Politik Bilim**

### **Sektör çalışmalarının yöntemi üzerine...**

**Aykut Göker**

<http://www.inovasyon.org>

Pek çok konuda çıkış yolu arayan Türkiye'nin sektör çalışmalarına ihtiyacı olduğuna parmak basmış; ayrıca, bu çalışmaların inandırıcı olabilmesi ve amaçlananların gerçekleşmesi için konuyla ilgili tarafların katılımlarını sağlayacak, **doğru yöntemlerin** uygulanması gerektiğine işaret etmişim. **Yöntem** meselesi üzerinde biraz daha durmak istiyorum; çünkü, bir çalışmanın sektör çalışması olarak kabûlünün yöntemine bağlı olduğu göz ardı edilirse, Türkiye'de, zâten çok sayıda sektör çalışması yapıldığı iddia edilebilir ve bu tür çalışmaların sürdürülmesi gerektiğini vurgulamam gereksiz bir çıkış olarak değerlendirilebilir.

Herhangi bir sektörde, o sektörün konusu olan ekonomik ve toplumsal faaliyetlerin pek çok tarafı olduğu bellidir. Tarafların ayırt edici özelliği, aynı sektörle ilgili olmalarına rağmen, fayda beklentilerinin farklı olması ya da aralarındaki çıkar farklılaşmasıdır. Çok bilinen örnek, kendi ilgi alanları ve son çözümlemede ekonomik, meslekî ve toplumsal çıkarları açısından birbirlerine biçtikleri rol; dolayısıyla da birbirlerinden beklentileri farklı olan sanayici ve üniversite kesimleridir. Yine çok bilinen ikinci örnek, doğası gereği, 'kâr' motifini öne çıkaran sanayici kesimi; buna karşılık, misyonu gereği, toplumun çıkarlarını kollamak; ulusal kaynakların ve doğal çevrenin sürdürülebilirliğini ve ülkenin uzun vâdedeki geleceğini gözetmek durumunda olan kamu sorumlularıdır. Söz konusu çalışmalarda, çıkarlarının kamu sorumlularınca korunduğu varsayımına dayalı olarak, genellikle ihmal edilen bir taraf daha var; o da sektörün çıktılarını kullanan tüketicilerdir.

Yineleyelim, bunca tarafın söz konusu çalışmalara katılmaları, çalışmanın ciddiye alınması; ortaya konan önerilerin hayat geçirilmesini sağlayacak yeterli sinerjinin yaratılabilmesi için şarttır. Farklı beklentileri karşılamak, farklılaşan çıkarlar arasında âdil bir denge sağlayabilmek ve üzerinde uzlaşmaya varılacak ortak bir geleceğe ulaşabilmek için de katılım esastır.

Katılıma, gerçekçi olmak ve mümkün olabildiğince doğru tespit, kestirim (tahmin) ve öngörülerde bulunabilmek açısından da ihtiyaç vardır. Sektör çalışmaları, mevcut durumu (yurt ve dünyada) doğru tespit edip, özellikle, geleceğe dönük doğru kararlar alabilmek için yapıldığına göre, bu noktada tarafların uzmanlıklarına baş vurmak zâten kaçınılmazdır. Yapılması gereken, sâdece niyet ve temennilerin dile getirildiği bir çalışma değil; her şeyden önce bir uzmanlık çalışmasıdır. Taraflardan birinin niyet ve temennilerinin **karşı tarafın** uzmanlığından kaynaklanan, gerçekçi bir bakış açısıyla değerlendirilmesi; **karşı tarafın uzmanlık süzgecinden** geçirilmesi gerekir.

İşte bu noktadan itibaren yöntem meselesi öne çıkmaktadır. Tarafları, hem kendi çıkarlarını yeterince kollayabilecekleri temsilî yöntemlerle çalışmalara katabileceğiz; hem de uzmanlıklarını ortaya koyabilmelerinin ve bizi doğru olana yaklaştırabilmelerinin yolunu, yordamını bulacağız. Bu bazen, sektörün bütün kilit isimlerini çalışmaya katmayı gerektirebilir.

Yararlandığımı söylediğim sektör çalışmaları, daha önce de belirttiğim gibi, bu açıdan doğru yöntemlerin uygulandığı çalışmalardı. Otomotiv sektör çalışması, bu çalışma özelinde Tülay Akarsoy tarafından tasarlanıp geliştirilen; ama, başka pek çok sektör için de başarıyla uygulanabilecek bir yöntemle yapılmıştı. Tekstille ilgili sektör çalışması da, Vizyon 2023 Teknoloji Öngörü Çalışması için bu projenin yürütücüleri ve danışmanları tarafından

belirlenerek yine onların gözetiminde uygulanan yöntemlerle yürütülmüştü. Yöntemlerin ayrıntılarına girmeyeceğim; konuyla ilgilenenler, ayrıntıları, anılan çalışmalarla ilgili web sayfalarında bulabilirler. Bu yöntemler, uygulamada alınan sonuçlar dikkate alınarak, elbette yeniden gözden geçirilebilir; farklı sektörler ya da farklı düzeylerdeki çalışmalar için daha da geliştirilebilir. Bunun yapılmasında yarar da vardır.

Bu arada, sektör çalışmalarında sektör çalışanlarının ve tüketicilerin de temsilini sağlamak için, Türkiye şartlarında uygulanabilecek yöntemler geliştirmenin yararlı olacağına işaret edelim. Başka ülkelerde, bu tür katılımları sağlamaya yönelik, sınırlı da olsa, bazı uygulamalar olduğu biliniyor. Sektör çalışanlarını ve tüketicileri de işin içine katarsak, kim bilir, belki de ortaya konan önerilerin uygulanma ihtimali artar...

**CBT. 02 Haziran 2006**