

## AÇIK ARTTIRMA; TARİHÇE, GENEL BİLGİLER VE BİR ARAŞTIRMA

Doç.Dr.Jale Sözer Oran\*

### ÖZET

*Açık arttırma, Türkiye’de milyarlarca dolarlık ekonomik faaliyetin temelini oluşturan bir ticaret biçimi olarak teorik ve pratik anlamda hak ettiği yeri bulamamıştır. Bugün, açık arttırma, devlet iç borçlanma araçları, borsadaki hisse alım ve satımları, tarım ürünleri, emlak, araba, çiçek, değerli ve antik eşya, şarap, çiçek, balık, canlı hayvan, hatta bunun ötesinde yayın frekansları, karbon emisyonları, maden sahaları vb. birbirinden çok ayrı alanlarda kullanılan bir ticaret yöntemidir. Milattan önceki dönemlerden başlayarak, açık arttırma köle ticareti dahil o günün şartlarında gereksinim duyulan değişik alanlarda uygulanmaya başlamış, ve yaygın olarak Babil, eski Yunan ve Roma, Çin ve muhtemelen Osmanlı İmparatorluğunda kullanılmıştır. Dünyada açık arttırmanın pek etik olmayan ticarete kullanılmasından dolayı bir dönem popülerliğini kaybettiği görülsede, son 50 yılda tekrar yaygınlaşmıştır. Bilimsel kaynaklar da ağırlıklı olarak bu dönemde ortaya çıkmıştır. Oyun teorisinin gelişimi açık arttırma çalışmalarına hız kazandırmıştır.*

*Ülkemizde ise az bilinirliğinin, açık arttırma ile birlikte kullanılan müzayede, mezat ve ihale terimlerinin bir kavram kargaşası yaratmasından kaynaklandığı düşünüülerek bir araştırma tasarlanmış ve eşanlı olmakla birlikte farklı algılandığı düşünüülen ilgili terimler anket yoluyla deneklere sorulmuştur. Elde edilen bulgular kuşkuları doğrulamış, ve konuyla ilgili uzman kabul edilebilecek denek grubu, sıfatlar arasından seçim yaparak bu dört kavramı farklı biçimde algıladıklarını göstermişlerdir. Bu sonuçlar, ülkemizde açık arttırma konusunda teorik ve pratik tartışmaların yapılmaya başlanmasının ne kadar gerekli olduğunu göstermiştir.*

**Anahtar kelimeler:** *Açık arttırma, açık arttırma tarihi, açık arttırma tipleri, müzayede, mezat, ihale, hisse senedi piyasası, hazine ihaleleri, özelleştirme, açık arttırmanın algılanması.*

---

\* Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. İngilizce İşletme Bölümü Finans Öğretim Üyesi  
e-mail: jaleoran@marmara.edu.tr

## ABSTRACT

# AUCTION: HISTORY, GENERAL INFORMATION AND A RESEARCH

*Each year, billion dollars of auctions are held in Turkey, while no practical or theoretical discussion or academic work has been made. Auction history in the world had similar characteristics in last century, because of its unethical perception by the society. However, it gained popularity in last 50 years, and auction theory is developed*

*having roots in both trading styles and game theory. The author is suspicious that the lack of popularity of auction in Turkey might be due to its misunderstanding and multiple counterparts in Turkish language. There are four words in Turkish for “auction”: ‘açık arttırma’ which has the exact etymology as auction, and ‘müzayede’, ‘mezat’ and ‘ihale’ are the other three words. A research is designed in order to discover the perception of different auction terms in Turkey. Findings show that the four terms for auction, although must mean the same thing, are perceived differently. These results bring out the necessity to make theoretical and practical discussions about auctions.*

**Key words:** *auction, auction history, auction types, stock exchange, privatization, perception of auction.*

## 1. GİRİŞ

Açık arttırma kavramı ve teorisi, çok yönlü ekonomik öneme sahip olmakla birlikte, ülkemizde gerekli akademik ve pratik ilgiyi kazanamamıştır. Bu konuda yazılmış eserler ve gündem oluşturma çerçevesindeki eksiklikler, çok sayıda çalışma yapılması gereğini ortaya çıkarmıştır. Öncelikle bilgi eksiklerinin giderilmesi, daha sonra da uygulamalar ve olası açık arttırma tiplerinin tartışmaya açılması gereklidir.

Açık arttırma, alıcıların ve satıcının (bazen birden fazla olabilir) aynı ortamda – fiziksel veya elektronik) fiyat tekliflerini bildirerek en uygun fiyata malın, menkul kıymetin, eşyanın vb. satılmasıdır. En basit şekliyle açık arttırma, kıt kaynakların tahsisinde rekabete dayalı bir fiyatlamadır. Tüm piyasalarda satıcı en yüksek fiyatla satmak isterken, alıcı da en az parayı ödeme istegindedir. Açık arttırma, kolayca piyasa fiyatlarının oluşmasını sağlamaktadır. Açık arttırma özellikle malın sabit veya saptanabilen bir fiyatı yoksa, veya satıcı fiyatı başka şekilde belirleyemiyorsa avantajlıdır.<sup>1</sup>

Açık arttırma, İngilizcede “auction” terimi ile ifade edilmektedir. Açık arttırma kavramı, Latince “augEre”, artış kökünden gelmekle birlikte,<sup>2</sup> daha sonra fiyatların eksiltildiği ticaret biçimlerini de içermiştir. Bu yazıda da açık arttırma terimi, tüm türlerini ifade edecek kapsamda kullanılmaktadır. Açık arttırma, ülkemizde en yaygın olarak bilinen

---

<sup>1</sup> Robert A. Feldman, Rajnish Mehra, Auctions: Theory and Implications, **IMF Staff Papers**, Cilt 40, Sayı 3, 1993, s.486.

<sup>2</sup> Merriam Webster Online Dictionary, [www.m-v.com/dictionary](http://www.m-v.com/dictionary), (Erişim Tarihi: 7 Aralık 2006)

---

terim olmakla birlikte, ayrıca *müzayede*, *mezat*, *ihale* terimleri de kullanılmaktadır *Mubayaa*, (procurement auctions) kamu kurumlarının malzeme alımlarında açık eksiltmeye dayanır. Ancak yaygın bir terim değildir<sup>3</sup>.

Ayrıca, devletin veya herhangi bir özel kuruluşun açtığı, genellikle büyük bütçeli baraj, havaalanı, liman, yol ve altyapı inşaatı vb. işler, literatürde aynı sınıflamaya konulmamakta, ve İngilizce’de “tender”, Türkçede “ihale” sözcüğü ile ifade edilmektedir. Ancak Türkçede bir kavram kargaşası oluşmaktadır. Devlet kağıtlarının satışı için de Türkiye’de ihale terimi kullanılmaktadır. Bu terimin nasıl algılandığı, yapılan araştırmanın sonuçları ile daha sonraki bölümlerde değerlendirilecektir.

Bu ticaret biçimine konu olan mallar ve hizmetler listesi oldukça uzundur. Örneğin devletler hazine tahvil ve bonolarını, döviz, petrol havzaları dahil maden arama haklarını, özelleştirilen şirketleri ve varlıklarını, hatta karbon emisyon haklarını bu yolla satmaktadırlar. Bu alanda son yıllarda radyo ve televizyon frekans izinleri, elektrik dağıtımı ve ulaşım ile ilgili, özellikle İngiltere’de yeni açık arttırma uygulamaları görülmektedir. Ayrıca devletin satın alacağı mal ve hizmetlerde de aynı uygulama vardır. Doğal olarak satılan varlık ve haklar için en yüksek, alınanlar için de en düşük fiyata ulaşılmaya çalışılmaktadır. Hisse senedi borsalarında da yapılan alım-satımlar açık arttırmanın bir türü olan iki taraflı açık arttırma (double auction) ile gerçekleşmektedir. Özel kişi ve kuruluşlar da araba, gayrimenkul, tarım ürünleri, canlı hayvan, balık, çiçek, antika ve sanat eserleri, tarihi obje ve belgeler, uzun süre saklanabilen içkiler gibi birbirinden çok farklı malları aynı biçimde satmaktadırlar.<sup>4</sup> Tarafların her zaman aynı fiziksel ortamda olmaları şart değildir. Telefonla veya bilgisayar aracılığıyla da alım-satım gerçekleştirilebilir.

## 2. AÇIK ARTTIRMANIN TARİH BOYUNCA GELİŞİMİ

Çok eski devirlerden bu yana açık arttırma bir ticaret, alışveriş şekli olarak kullanılmıştır. Bazı yazarlar, ilk açık arttırmanın milattan önce 5. yüzyılda Babil’de evlenecek çağdaki kadınların satışında görüldüğünde hemfikirler. Güzel kadınlar yüksek fiyatlara satıldıkları halde, pek istenen özelliklerde olmayanlar üste para vermek zorunda kalıyorlardı. Eski Romalılar da açık arttırma yapıyorlardı. Satışlar, “atrium auctionarium” da -bir tür çarşı, pazar yeri- yapılıyor, ve satışta dört ayrı taraf /görevli bulunuyordu. Malı satılan kişi, “dominus”, organizasyonu ve belki de finansı sağlayan, “argentarius”, tanıtım ve reklam ile satışı gerçekleştirmekten sorumlu, “praeco” ve en yüksek fiyatı veren, “emptor” olarak adlandırılıyordu. “Auctionarium” teriminin kullanılması, fiyat artışı yoluyla satışların yapıldığını düşündürmektedir.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Müzayede, mezat ve ihale ve mubayaa Arapça sözcükler olup, ilk ikisi açık arttırma olarak tanımlanmıştır. İhale, “iş mal vb. ni birçok istekli arasından en uygun şartlarla kabul edene verme, eksiltme veya arttırma”, mubayaa ise “satın alma” olarak tanımlanmaktadır. Bkz. Türk Dil Kurumu, Güncel Sözlük, <http://tdk.org.tr/tdksozluk>, (Erişim Tarihi: 5 Haziran 2007)

<sup>4</sup> Paul Klemperer, Auction Theory: A Guide to Literature, **Journal of Economic Surveys**, Cilt 13, Sayı 3, 1999, s. 228-9.

<sup>5</sup> Paul Klemperer, Peter Temin, “An Early Example of ‘Winner’s Curse’ in an Auction”, Lagnippe to **Journal of Political Economy**, Cilt 109, Sayı 2, s.1.

Milattan sonra 193 yılında, tarihin şu ana kadar benzerini kaydetmediği bir olay yaşanmıştır. Roma İmparatoru Pertinax'ı öldüren imparatorluk askerleri, İmparatorluk makamını açık arttırmaya koymuşlar, Sulpicianus ve Julianus arasındaki çekişme sonucunda açık arttırmayı on bin asker başına yirmibeş bin sesterces (o zamanki para birimi) ödemeyi vaad eden Julianus kazanmıştı. Bazı hesaplamalara göre bu günkü bir milyar dolardan fazla olan bu rakam, Roma hazinesinden karşılanabilir düzeyde olmasına rağmen, Julianus'un, bir şekilde ödemenin tamamını karşılayamadığı için sonunun geldiği rivayeti vardır. Saltanatının altmışaltıncı günü askerler tarafından öldürülmüş ve bu olay tarihe aynı zamanda ilk "Kazananın Üstündeki Lanet (Winner's Curse)" olarak geçmiştir.<sup>6</sup>

5.YY'da, Yunanlılar, eş adayı olarak güzel kadınları açık arttırma ile satmışlardır. Romalılar yetiştirdikleri ürünleri ve savaş ganimetlerini aynı biçimde satıyorlardı. Çinliler, ihtiyaç fazlası gayrimenkulleri dini liderlere fon sağlama amacıyla açık arttırmaya koyuyorlardı. İngiltere'de bu yöntemle 1600'lerde kitap satışları yapılmakta, hatta kataloglar düzenlenmekteydi. 1700'lerde Amerikan toplum ve kültürünün ortaya çıkması sırasında İngilizlerin açık arttırma ile satış yöntemi de yeni kıtaya taşındı. Ancak ilk uygulamalar, bu alışveriş biçiminin saygınlığını sarsıcı nitelikteydi. Köle satışları, vergi borçlarına karşı alıkonan gayrimenkullerin satışı, toplumda açık arttırmaya pek iyi gözle bakılmamasına neden oldu. İç savaştan sonra ganimet ve ihtiyaç fazlası askeri gereçlerin satışı da böyle yapıldı. Ancak II. Dünya savaşından sonra tekrar keşfedilerek yaygın olarak kullanılmaya başladı ve eski saygınlığını kazandı.<sup>7</sup>

Açık arttırmanın finans tarihine geçmiş ilk örneklerinden ve aynı zamanda tarihteki ilk piyasa balonlarından biri olan lale çılgınlığında, lale soğanları açık arttırmaya konu olmuştur. 1630'larda Hollanda'da ortaya çıkan bu ilginç piyasada her ne kadar talebin şişmesiyle de olsa lale soğanlarının çok yüksek fiyatlara satılması ve daha sonra fiyatların normal kabul edilebilecek düzeylere inmesinde, açık arttırmaya da yüklenen hatalar olduğu düşünülmektedir. Lalenin Hollanda'ya Osmanlı imparatorluğundan geldiği ifade edilmektedir. Osmanlılarca pek makbul, hatta kutsal sayılan lale, bir devre ismini vermiş ve özellikle saray erkanının bahçelerinde prestij unsuru olarak nadide bir yer almıştır. Buna rağmen Hollanda'da görüldüğü gibi bir çılgınlık yaşandığına dair bilgi yoktur. Ancak, "Mahbub – sevilen" adındaki lale türünün soğanının -belki de açık arttırma sonucunda- 1000 altın sikkeye kadar alıcı bulması, o dönemin padişahı Sultan Ahmed'in dikkatini çekmiş, çiçekçi sayısını ve İstanbul dışında lale satışını sınırlayıp, laleye tavan fiyat uygulaması getirerek olası bir lale çılgınlığının önüne geçmiştir.<sup>8</sup> Tavan fiyat uygulaması,

<sup>6</sup> Klemperer, Temin, a.g.m. s.1. "Winner's Curse - Kazananın Üstündeki Lanet", birçok kaynaktan geçen bir terimdir. Buradaki tarihsel vurgusu dışında açık arttırmada kazanma hırsı ile makul fiyatın çok üzerine çıkan bir fiyat vererek zarara uğrama olgusunu açıklamaktadır. Detaylı bilgi için bkz. Jeremy Bulow, Paul Klemperer, "Prices and the Winner's Curse", **Rand Journal of Economics**, Cilt 33, Sayı 1, 2002, s.5., Robert G. Hensen, John R. Lott, "The Winner's Curse and the Public Information in Common Value Auctions: Comment", **The American Economic Review**, Cilt 81, Sayı 1, 1991, s.348. ve diğerleri. Özellikle ikinci anılan makalede bu konudaki çalışmaların iyi bir değerlendirilmesi yer almaktadır.

<sup>7</sup> Nashville Auction School, "Auction History",

<http://www.learn2auction.com/auctionhistory.html>, (Erişim tarihi: 13 Temmuz 2006)

<sup>8</sup> Mike Dash, "**Lale Çılgınlığı**", (Çev: Özden Arıkan), İstanbul, Sabah Kitapları, 1999, s.157-158.

---

açık arttırmanın özüne ters olduğu gibi, bu ticaret türü için caydırıcı bir etki de yapmış olabilir.

### 3. AÇIK ARTTIRMA İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Bu bölümde açık arttırmanın uygulaması ile başlıca türleri ile ilgili genel bilgiler verilecektir. Bu konudaki ilk ve en önemli akademik çalışma, William Vickrey<sup>9</sup> tarafından yapılmıştır. Ayrıca hiç basılmamış olmasına rağmen Ortega Reichert'in 1968 yılında Stanford Üniversitesi'nde yazdığı doktora tezi en temel kabul edilen ve referans verilen eserlerdendir.<sup>10</sup> Bu konudaki teorik çerçeve daha sonra yazılacak olan kitapta geniş olarak ele alınacaktır. 1960lardan önce açık arttırmaya yönelik ciddi bir makale veya kitap yoktur. Zaten, daha önce de belirtildiği gibi, açık arttırmanın tekrar popüler hale gelmesi yirminci yüzyılın ikinci yarısındadır. Bu dönemde başlayan çalışmalar, ağırlıklı olarak teorik çerçevenin oluşturulması, değişik tipteki açık arttırmaların kıyaslanarak en verimli olanın seçilmesi, uygulamaya ilişkin stratejilerin önerilmesi ve test edilmesi, ve katılımcıların davranışlarının analizi vb. konulara yöneliktir.<sup>11</sup> Oyun teorisindeki gelişmeler, açık arttırma ile ilgili çalışmalara yön ve hız vermiştir.

Açık arttırma, daha önce anılan birçok uygulama alanı düşünülürse, Açık arttırmanın sınıflanması ve adlarına ilişkin tam bir görüş birliği olmasa da, temel olarak dört türünün olduğu kabul edilmektedir:<sup>12</sup> Bu sınıflama:

- i. Fiyat arttırma yoluyla açık arttırma (Ascending-bid auction)
- ii. Fiyat eksiltme yoluyla açık arttırma (Descending-bid auction)
- iii. Kapalı zarf usulü en yüksek fiyatla açık arttırma (First-price-sealed-bid auction)
- iv. Kapalı zarf usulü en iyi ikinci fiyatla açık arttırma (Second-price-sealed-bid auction-Vickrey auction)<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> William Vickrey, "Counterspeculation, Auctions, and Competitive Sealed Tenders", **Journal of Finance**, Cilt 16, Sayı 1, S.8-37.

<sup>10</sup> Bu konuda bkz. Simon Board, Paul Klemperer, "A Note on Ortega Reichart's 'A Sequential Game with Information Flow'" **The Economic Theory of Auctions** (Der: P.Klemperer) Edward Algar Publications, Cheltenham İngiltere, 2000 3-62.

<sup>11</sup> Teori ile ilgili metin içinde anılanlar dışında bkz. Paul R. Milgrom ve Robert J. Weber, "A Theory of Auction and Competitive Bidding", **Econometrica**, Cilt 50, Sayı 5, 1982, s.1089-1122, Paul R. Milgrom, "Putting Auction Theory to Work: The Simultaneous Ascending Auction", **Journal of Political Economy**, Cilt 108, Sayı 2, 2000, 245-272, Elmar Wolfstetter, "Auctions: An Introduction", **Journal of Economic Surveys**, Cilt 108, Sayı 2, 1996, s. Feldman ve Mehra a.g.m.

<sup>12</sup> Klemperer, a.g.m. s.230-231. Bu sınıflamada bazı terimler çelişkilidir. Akademik alanda fiyat eksiltme yoluyla açık arttırma "Dutch auction - Hollanda tipi açık arttırma-" olarak bilinirken, yatırım bankacıları finans piyasalarında Dutch Auction terimini kapalı zarf usulü en yüksek fiyatla açık arttırma için kullanırlar. Bu yazıda akademik terminoloji esas alınmıştır.

<sup>13</sup> Bu tür açık arttırma birçok kaynakta, açık arttırma konusundaki temel araştırma ve makalelerin yazarı olan, Nobel ödüllü William Vickrey'in adına ithaf ederek Vickrey tipi açık arttırma olarak anılmaktadır. Bkz. Vickrey, a.g.m.

Ayrıca çoklu mallar da açık arttırmaya konu olabilir. (Multiple units). Bunların dışında kulağa fısıldayarak veya bir örtü altında özel biçimde el sıkışıp bir yandan konuşarak fiyat bildirilenler dahil değişik açık arttırma tipleri vardır.

#### 4. AÇIK ARTTIRMANIN ALGILANMASI

Açık arttırmanın tarih içinde algılanması ve saygınlığı çağlar boyunca çok farklılıklar göstermiştir. Toplumsal değer yargıları, bu tür ticaretin iyi veya kötü algılanmasında rol oynamıştır. Çok eski dönemlerde evlenecek yaştaki kadın ve köle ticareti muhtemelen bugünkü gibi ahlak ve kanun dışı olmadığından, normal kabul edilmiş ve bir karşı tepki görülmemiş olabilir. Ancak, daha sonraki yıllarda, Amerika'daki kamu borçlarına karşılık zorla alıkonan malların satışı ve köle ticaretinde açık arttırma yapılması, suç olmamakla birlikte toplumsal tepki çekerek açık arttırmanın saygınlığına gölge düşürmüştür.

Osmanlı toplumunda açık arttırmanın ne ölçüde kullanıldığı ile ilgili bilgilere henüz ulaşamamış olmakla birlikte, Lale Devrinde Sultan Ahmet'in tavan fiyat vb. uygulamaları açık arttırmaya bir karşı tepki –saray yönetimi veya toplumda- olabileceğini düşündürmektedir.

Açık arttırmanın saygınlığı büyük ölçüde kullanılma yaygınlığını etkileyen olası etmenlerden biridir. Türkiye'de şu anda, akademik ve toplumsal anlamda pek revaçta olmamasının nedenlerinden biri, bilgi eksikliği diğeri de bu ticaret şeklinin toplumda nasıl algılandığı ve birden çok terimin yarattığı kavram karmaşasına bağlı olabilir. Son yıllarda, Türkiye'de milyarlarca dolarlık iş hacminin gerçekleştiği bu ticaret biçimi, el yordamıyla ve bilimsel temele dayanmadan sürdürülmektedir. Bu makalenin en temel amaçları, konuya ilk temel bilgileri vererek yaklaştırmaya çalışmak olduğu kadar, toplumsal algılanmanın belirlenmesi ve böylece algı yanlışlıklarının düzeltilmesi için gerekli adımları atabilmektir. Fiyatın belirlenemediği durumlar için en temel piyasa mekanizması olan açık arttırmanın şu andaki düzeyden daha fazla ilgiyi hak ettiği düşünülmektedir.

#### 5. ARAŞTIRMA TASARIMI VE UYGULAMASI:

İngilizce'de açık arttırma terimi, "auction" terimiyle karşılanmakla birlikte, Türkçede, aynı terimin, mübayaa az bilindiği için kapsam dışında bırakıldığı takdirde, dört ayrı karşılığı vardır: *Açık arttırma*, *müzayede*, *mezat* ve *ihale*. Yukarıda özetlenmeye çalışılan tarihsel gelişim ve toplumsal algılanmanın batılı toplumlardaki değişimi göz önüne alındığında, Türkiye'de de böyle bir algılama eksikliği, yanlışlığı olabileceği düşünülmektedir ve buna bağlı olarak da bu ticaret biçimlerinin popülerliğini etkileyebileceği düşüncesi ile, bir araştırma tasarlanmıştır.

Araştırmanın amacı, ilgili dört kavramın dilimizde aynı anlamda kullanılıp kullanılmadığını belirlemektir. Bu çerçevede kavramla ilgili algılama ve bilgi ölçülmeye çalışılmıştır. H0: Açık arttırma, müzayede, mezat ve ihale, temelde aynı ticaret biçimini betimlediği için denekler tarafından aynı şekilde algılanmaktadır. Hipotezin test edilmesi ile elde edilen bulgular ileride açıklanacaktır.

Araştırma, zihindeki kavramların uygun sıfatlarla tanımlanmasını öngören "Anlamsal Farklılaştırma -Semantic Differentiation" metodunu uygulayarak konuya en yakın denek grubu olarak düşünülen iki üniversitenin işletme bölümlerinde lisans, yüksek lisans ve doktora yapan 45 denekle pilot araştırma olarak başlatılmıştır. İlk aşamada bu

---

deneklere ilgili kavramlar verilmiş ve bu kavramları tanımlayacak ve birbirinden ayıracak sıfatlar yüzyüze görüşmelerle sorulmuştur. Deneklerin tamamının en az bir yabancı dile, %40'ının da ikinci yabancı dil bilgisine iyi veya çok iyi düzeyde sahip olduğu görülmüştür.

Deneklerden sadece 2'si, bu terimlerin aynı anlama geldiğini belirtmiş, diğerleri ise kendi algılarına göre değişik sözcüklerle bu terimleri betimlemişlerdir. Elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili kavramları tanımlayan pozitif ve negatif anlamlı sıfatlar tespit edilmiş, araştırma daha anlamlı büyüklükteki bir ölçüğe taşınmış ve açık uçlu soruların cevap frekanslarına bağlı olarak uçları kapatılmıştır.

Esas araştırmada sıfatlar her bir kavram için Likert Ölçeği ile sorgulanmış, ve bu kavramların doğrulanma testinin yapılabilmesi için ilgili uygulama alanlarının alternatifler arasında seçilmesi istenmiştir. Ülke popülasyonuna göre uzmanlaşmış ve üst eğitim seviyesinde kabul edilen bu grubun demografisi, yaş grubu ve cinsiyet olarak ülkedeki çalışan kesimi yansıması hedeflenmiştir.

## 6. BULGULAR

Esas araştırmada anketlerden 83 tanesi kullanılabilir niteliktedir. Deneklerin yaş grubu açısından %20'si 18-25, %70'i 26-35, %8'i 36-45 ve %4'ü 46+ yaş grubundan olup, bunun %20'si kadın, %80'i erkektir. Bu durum, konuyla ilgili çalışan kesimin demografisini yabancı dil bilme ve eğitim açısından tam olarak yansıtmaya da elde edilen örneklem sektörde faaliyet gösteren ve bu düzeyde karar veren popülasyonu büyük ölçüde tanımlamaktadır.

Tek tek kavramlar irdelendiğinde;

“AÇIK ARTTIRMA” kavramı, kullanım alanı olarak antika eşya, sanat eseri, mücevher ve emlak alım satımı sırasında kullanılan bir ticaret yöntemi olarak algılanırken, ilişkili sıfatlar ‘pahalı’, ‘hırslı’, ‘gösterişli’ ve ‘zengin’dir. Açık arttırma kavramının, bireysel alışverişe yönelik olduğu belirtilmektedir. (%58) Kontrol amaçlı sorularda açık arttırmanın ‘fiyat belirleme’, ‘haciz’ ve ‘ipotek’ belirleyici kavramlar olarak öne çıkmaktadır.

“MÜZAYEDE” kavramı, kullanım alanı olarak antika eşya, sanat eseri ve mücevher alım satımı sırasında kullanılan bir ticaret yöntemi olarak algılanırken, ilişkili sıfatlar ‘açık’, ‘gösterişli’, ‘zengin’, ‘pahalı’ ve ‘hırslı’dır. Müzayede kavramı da bireysel alışverişe yönelik olduğu belirtilmiştir. (%76) Kontrol sorularında belirgin olarak ortaya çıkan bir bağdaştırıcı kavram yoktur.

“MEZAT” kavramı, kullanım alanı olarak balık, canlı hayvan, sebze, meyva, çiçek ve tahıl gibi alım satımı sırasında kullanılan bir ticaret yöntemi olarak algılanmasının yanı sıra, yine antika eşya, sanat eseri, mücevher, dayanıklı tüketim maddeleri ve giyim eşyası gibi alanlarda ticari bir yöntem olarak algılanmaktadır. Ancak bu kavram için, pahalı sıfatıyla zıt anlamda olan ‘ucuz, ‘mütevazı’ sıfatları kullanılmakta, ve yukarıdaki diğer iki kavramdan farklı olarak zenginlik, gösterişlilik çoğunlukla ön plana çıkmamaktadır. Buradaki algılama, daha sonra kontrol amaçlı olarak sorulan bağdaştırma sorularında en fazla “yok pahasına satma” ile ilişkilendirilmiştir.(%63) Bu durum, mezat kelimesinin farklılığını daha değersiz ürünlerinde ticaretinde kullanılan bir yöntem olarak ortaya

koymaktadır. Ayrıca, mezatın öncelikle bireysel işlere (%53) daha sonra da şirket işlerine ilişkin (%36) olduğu belirtilmiştir.

“İHALE” kavramı ise, kullanım alanı olarak inşaat-altyapı, hizmet alımı, emlak, hazine bonusu, şirket hissesi alım satımı sırasında kullanılan bir ticaret yöntemi olarak algılanmaktadır. Bu kavram için ‘bilinçli’, ‘hırslı’, ‘zengin’ ‘kazandıran’ sıfatları ağırlıklı olarak kullanılmış, bunun yanı sıra ‘sahtekar’, ‘gizli’, ‘güce dayalı’, ‘kötü niyetli’ gibi olumsuz sıfatlar da kullanılmıştır. Kontrol sorularında ise ‘rüşvet’ ve ‘ticaret’ ile bağdaştırılmıştır. İhale kavramı öncelikle kamusal işler (%85) ve şirket işleri (%70) ile ilişkilendirilmiştir.

Analizde, açık arttırma, müzayede, mezat ve ihale terimleri arasındaki sıfatlar çerçevesinde Pearson Korelasyonuna bakılmış olup sonuçlar aşağıda Tablo 1’de özetlenmiştir.



**TABLO 1: KORELASYONLAR:**

	Açık arttırma	Müzayede	Mezat	İhale
/Pearson k. Sıfatlar/Sign. /N				
Pahalı-Ucuz	1 83	.398** .000 83	.031 .782 83	.083 .457 83
Hırslı-Hırssız	1 83	.353** .001 83	.270* .014 83	.290** .008 83
Kazandıran- Kaybettiren	1 83	.351** .001 83	.330** .002 83	.034 .761 83
Bilinçli -Bilinçsiz	1 83	.508** .000 83	.323** .003 83	.211 .055 83
Açık-Gizli	1 83	.266* .015 83	.208 .059 83	-.021 .854 83
Dürüst-Sahtekar	1 83	.424** .000 83	.167 .131 83	.061 .586 83
Gösterişli- Mütevazı	1 83	.311** .004 83	.046 .679 83	.216* .050 83
Zengin- Fakir	1 83	.452** .000 83	.075 .498 83	.163 .140 83
Kurala dayalı- Güce Dayalı	1 83	.414** .000 83	.313** .004 83	.269* .014 83
Cezbedici- İtici	1 83	.290** .008 83	.391** .000 83	.248* .023 83
İyi niyetli- Kötü niyetli	1 83	.403** .000 83	.438** .000 83	.329** .002 83

\*\* Korelasyon 0.01 önem derecesinde anlamlı

\* Korelasyon 0.05 önem derecesinde anlamlı

Korelasyonlar incelendiğinde, açık arttırma ve müzayede en yüksek korelasyona sahiptir. Tek istisna, açık-gizli sıfatlarına ilişkindir, ancak düşük de olsa korelasyon vardır. Her iki kavram da deneklerin çoğunluğu tarafından olumlu sıfatlarla tanımlanmıştır. Mezat ve ihalede ise korelasyon her sıfat için görülmemekte, sadece iyi niyetli-kötü niyetli tanımlamaları, her kavram için pozitif yönde olduğundan yüksek korelasyon görülmektedir. Mezat, açık arttırma ve müzayede ile kazandıran, bilinçli, kurala dayalı, cezbedici ve iyi niyetli sıfatları bakımından yüksek korelasyona sahiptir. İhale için ise kafalar daha karışık olup, açık arttırma ve müzayede ile sadece hırslı ve iyi niyetli sıfatları çerçevesinde yüksek korelasyona sahiptir.

## 7. SONUÇ

Sonuç olarak bu ticaret biçiminde dört kavram açık arttırma ve müzayede dışında farklı algılanmaktadır. Dolayısıyla toplumun bu en bilinçli olması beklenen kesiminde bile kavram kargaşası görülmektedir. Olumlu algılamalarından yola çıkarak, açık arttırma ve müzayede sözcükleri, bu tür ticareti tanımlamada daha iyi işlev görmektedir. Mezat, daha ucuz, gösterişsiz ve kuralsız algılamasıyla, ihale ise iki farklı alanda kullanılan ve hem olumlu hem de olumsuz etki yaratan bir kavram olarak, daha zayıf bir işlev görmektedir. Toplumun bu ticaret biçimine sıcak bakabilmesi ve tartışması, sınırlı boyutları olan bu araştırmanın bulgularına dayanarak, öncelikle iyi algılanan terimlerin kullanılması, daha sonra da kavram kargaşasının ortadan kaldırılması ile daha kolaylaşacaktır. Bu konuda ilk görev akademik çevrelere düşmektedir.

---

## KAYNAKÇA

- BULOW, Jeremy ve KLEMPERER Paul, “Auctions versus Negotiations”, **The American Economic Review**, Cilt 86, Sayı 1, 1996 s.180-194.
- BULOW, Jeremy ve KLEMPERER Paul, (2002) “Prices and the Winner’s Curse”, **Rand Journal of Economics**, Cilt 33, Sayı 1, 2002, s. 1-21.
- DASH, Mike, “**Lale Çılgınlığı**”, (Çev. Özden Arıkan), İstanbul, Sabah Kitapları, 1999.
- FELDMAN, Robert A. ve MEHRA, Rajnish, “Auctions: Theory and Implications”, **IMF Staff Papers**, Cilt 40, Sayı 3, 1993, s.485-511.
- HANSEN, Robert G. ve LOTT John R., “The Winner’s Curse and Public Information in Common Value Auctions: Comment”, **The American Economic Review**, Cilt 81, Sayı 1,1991, s.347-361.
- KLEMPERER Paul, “Auction Theory: A Guide to Literature”, **Journal of Economic Surveys**, Cilt 13, Sayı 3, 1999, s.227-286.
- KLEMPERER Paul ve TEMIN Peter, “An Early Example of the ‘Winner’s Curse’ in an Auction”, Lagnippe, **Journal of Political Economy**, Cilt 109, Sayı 2, 2001, s.1
- MERRIAM WEBSTER ONLINE DICTIONARY, [www.m-w.com/dictionary](http://www.m-w.com/dictionary), (Erişim Tarihi: 7 Aralık 2006)
- MILGROM Paul R. ve WEBER Robert J., “A Theory of Auctions and Competitive Bidding”, **Econometrica**, Cilt 50, Sayı 5, 1982, s.1089-1122.
- MILGROM, Paul, “ Putting Auction Theory to Work: The Simultaneous Ascending Auction”, **Journal of Political Economy**, Cilt 108, Sayı 2, 2000, s.245-272.
- NASHVILLE AUCTION SCHOOL, “Auction History”, <http://www.learn-to-auction.com/auction-history.html>, (Erişim tarihi: 13 Temmuz 2006).
- SIMON Board, ve KLEMPERER Paul, (2000) “A Note on Ortega Reichart’s ‘A Sequential Game with Information Flow’”, **The Economic Theory of Auctions** (Der: P. Klemperer) Edward Algar Publications, Cheltenham, İngiltere, 2000, s. 3-62.
- TÜRK DİL KURUMU, Güncel Sözlük, [http:// tdk.org.tr/tdksozluk](http://tdk.org.tr/tdksozluk), (Erişim Tarihi: 5 Haziran 2007)
- VICKREY, William, “Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders”, **The Journal of Finance**, Cilt 16, 1961, s. 8-37.
- Wolfstetter, Elmar, “Auctions: A Introduction”, **Journal of Economic Surveys**, Cilt 10, Sayı 4, 1996, s .367-420.