



Cilt: 8 Sayı: 2

e-ISSN: 2602-2125

YORUM - YÖNETİM - YÖNTEM ULUSLARARASI YÖNETİM - EKONOMİ VE FELSEFE DERGİSİ

JOURNAL OF INTERPRETATION, MANAGEMENT AND METHOD (JIMM)



YORUM – **Y**ÖNETİM – **Y**ÖNTEM
**ULUSLARARASI YÖNETİM - EKONOMİ VE
FELSEFE DERGİSİ**

JOURNAL OF INTERPREATION, MANAGEMENT AND METHOD (JIMM)

Cilt/Volume : 8
Sayı/Issue : 2
Yıl/Year : 2020

e - ISSN: 2602-2125

DOI: 10.32705/yorumyonetim

ASOS, DRJI Index, Index Copernicus-ICI World of Journals, Root Indeks, CiteFactor ve SOBIAD indeksleri tarafından taranmaktadır.



Bu dergi [Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) ile lisanslanmıştır.

Indeks Copernicus-ICI World of Journals



Directory of Research Journals Indexing (DRJI)



Root Indexing



ASOS indeks



SOBIAD



CiteFactor



YORUM
YÖNETİM
YÖNTEM
DERGİSİ
CİLT:8 SAYI:2
2020



Arş. Gör. Ahmet Karakiraz
+90 264 295 62 57

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan Öztürk
+90 264 295 35 90

Dr. Öğr. Üyesi Zülküf Çevik
+90 264 295 62 98



www.yorumyonetim.org

<http://dergipark.gov.tr/yorumyonetim>



İMTİYAZ SAHİBİ / OWNER

PROF. DR. RECAİ COŞKUN

EDİTÖRLER / EDITORS

PROF. DR. RECAİ COŞKUN
recai.coskun@bakircay.edu.tr

PROF. DR. ALİ TAŞ
alistas@sakarya.edu.tr

YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

ARŞ. GÖR. AHMET KARAKIRAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ OĞUZHAN ÖZTÜRK
DR. ÖĞR. ÜYESİ ZÜLKÜF ÇEVİK

YORUM
YÖNETİM
YÖNTEM
DERGİSİ
CİLT:8 SAYI:2
2020



ALAN EDİTÖRLERİ (AREA EDITORS)

**İnsan Kaynakları Yönetimi Alan Editörü/
Human Resources Management Field Editor**

ADEM BALTACI (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)

Stratejik Yönetim Alan Editörü/Strategic Management Field Editor

MAHMUT HIZIROĞLU (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)

Davranış Bilimleri Alan Editörü/Behavioral Sciences Field Editor

ALİ AKSOY (İnönü Üniversitesi)

Felsefe Alan Editörü/Philosophy Field Editor

HAKAN POYRAZ (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

AHTEM CELİLOV (Kırım Ekonomi Üniversitesi)

Sosyoloji Alan Editörü/Sociology Field Editor

AHMET BARAN DURAL (Tekirdağ Üniversitesi)

Kamu Yönetimi Alan Editörü/Public Administration Field Editor

ÖZER KÖSEOĞLU (Sakarya Üniversitesi)

Ekonomi Alan Editörü/Economy Field Editor

KUTLUK KAĞAN SÜMER (İstanbul Üniversitesi)

RAMAZAN EKİNCİ (İzmir Bakırçay Üniversitesi)

Balkanlar Alan Editörleri / Balkans Field Editor

ERGİN JABLE (Priştine Üniversitesi, Kosova).

ABDÜLMECİD NUREDİN (Vizyon Üniversitesi, Makedonya)

**Kafkaslar ve Hazar Bölgesi Alan Editörü/
Caucasus and Caspian Region Field Editor**

FARİZ AHMADOV (Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi)

YORUM
YÖNETİM
YÖNTEM
DERGİSİ
CİLT:8 SAYI:2
2020

YAYIN KURULU / EDITORIAL
BOARD

Arş. Gör. Ahmet Karakiraz
Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan Öztürk
Dr. Öğr. Üyesi Zülküf Çevik

YORUM-YÖNETİM-YÖNTEM
DERGİSİ'NDE YER ALAN
MAKALELERİN BİLİMSEL
SORUMLULUĞU YAZARA
AİTTİR.

SCIENTIFIC RESPONSIBILITY
FOR THE ARTICLES
BELONGS TO THE AUTHORS
THEMSELVES.



BİLİM KURULU

Prof. Dr. Ayşe İrmiş	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi Pelit	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Enver Aydoğan	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Gazi Uçkun	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Habip Yıldız	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Tunahan	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Harun Bal	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut Akbolat	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Işık	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin Halis	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Taşlıyan	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni.
Prof. Dr. Mustafa Ünal	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Nuray Girginer	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Uygulamalı B. Üni.
Prof. Dr. Osman Nuri Özdoğan	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan Yılmaz	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Rahmi Karakuş	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Refika Bakoğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Sefahattin Karabınar	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Şaban Kayıhan	Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Vahit Türk	İstanbul Kültür Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Yağmur Ersoy	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Özsoy	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Esra Tekez	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail Tokmak	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Kazım Ozan Özer	Nişantaşı Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Işık	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Kara	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Bağcı	Kıbrıs Ada Kent Üniversitesi
Doç. Dr. Samet Güner	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Selçuk Korucuk	Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Selim Şanlısoy	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Serdar Orhan	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Uğur Keskin	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Umut Sanem Çitçi	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin Şehitoğlu	Yıldız Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alper Kiraz	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emine Şener	Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra Dil	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Gürler	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsa Demirkol	Bursa Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Musa Said Döven	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan Erkan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Yıldırım	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Osman Uslu	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ragıp Yılmaz	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih Okutan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevda Yaşar Coşkun	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevgi Dönmez Maç	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şule Aydın Turan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yasin Şerifoğlu	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Arslan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Akansel Yalçınkaya	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Dr. Deniz Dirik	Manisa Celal Bayar Üniversitesi

YORUM
YÖNETİM
YÖNTEM
DERGİSİ
CİLT:8 SAYI:2
2020

YAYIN KURULU / EDITORIAL
BOARD

Arş. Gör. Ahmet Karakiraz
Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan Öztürk
Dr. Öğr. Üyesi Zülküf Çevik

YORUM-YÖNETİM-YÖNTEM
DERGİSİ'NDE YER ALAN
MAKALELERİN BİLİMSEL
SORUMLULUĞU YAZARA
AİTTİR.

SCIENTIFIC RESPONSIBILITY
FOR THE ARTICLES
BELONGS TO THE AUTHORS
THEMSELVES.



BU SAYIYA KATKIDA BULUNAN HAKEMLER

<i>Prof. Dr. Cemal İYEM</i>	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
<i>Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN</i>	Marmara Üniversitesi
<i>Prof. Dr. Ozan YILMAZ</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Prof. Dr. Tahir AKGEMCI</i>	Selçuk Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Didem PAŞAOĞLU BAŞ</i>	Anadolu Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Kazım Ozan ÖZER</i>	Nişantaşı Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Mustafa YASAN</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Refik SADIKOVIÇ</i>	Trakya Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Özer KÖSEOĞLU</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Doç. Dr. Yasin SEHİTOĞLU</i>	Yıldız Teknik Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Ali Emre AYDIN</i>	İzmir Bakırçay Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Gökben BAYRAMOĞLU</i>	Hittit Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Keziban SEÇKİN CODAL</i>	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan ERKAN</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Oguz CANER</i>	Uludağ Üniversitesi
<i>Dr. Öğr. Üyesi Semih OKUTAN</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Dr. Özgün ÜNAL</i>	Sakarya Üniversitesi
<i>Öğr. Gör. Dr. Ceyhan AKYOL</i>	Artvin Çoruh Üniversitesi

Kıymetli Okurlar;

Dergimizin 2020 yılı son sayısında, size beş değerli makale sunuyoruz. Dergimizin ilk makalesinde COŞKUN; Türk Rekabet Hukukunda uzlaşma müessesini eleştirel bir bakış ile ele alıyor. Bu çalışmada, alternatif uyuşmazlık çözümlerinden biri olan “uzlaşma” müessesesine rekabet hukuku perspektifinden yaklaşıyor. COŞKUN’un uzlaşma müessesinin faydasının, müzakerenin kurgusu ve uygulamasına bağlı olduğuna yönelik saptaması yazın açısından oldukça önemlidir.

Bu sayının ikinci makalesinde ise GEDİK, “Bağlı Kuruluş Pazarlaması” kavramını etraflıca ele alıyor. Son yıllarda popülerliği artan bu kavramı Türkçe yazına detaylı bir şekilde tanıtması ve kavramsal bir çerçeve oluşturma girişiminden dolayı GEDİK’in çalışması önemli bir kazanımdır.

Bu sayıdaki bir başka derleme makalesinde TOLGA ve arkadaşları, karşılaştırmalı kamu yönetimi perspektifi ile Yugoslavya iç savaşı sonrası kurulan Balkan ülkelerindeki Devlet Memurluğu sistemlerini incelemişlerdir. Bu anlamda çalışmada Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Kuzey Makedonya, Sırbistan ve Slovenya’daki Devlet Memurluğu sistemleri memur olma şartları, adaylık ve eğitim, haklar, yükümlülükler, yasaklar ve disiplin cezaları, performans değerlendirme ve ödüllendirme ölçütlerine göre karşılaştırılmıştır.

Dördüncü makale ise turizm alanından geliyor. Bu çalışmada ŞENGEL ve ZENGİN, Asya ve Amerika kıtası ülkelerinden Türkiye’ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlıyorlar. Çalışma, ülkemize yönelik turizm talebini belirleyen faktörleri detaylı bir şekilde ele alması ve öneriler getirmesi açısından kuramsal ve pratik katkılar sunmaktadır.

Bu sayının bir diğer makalesinde ise ŞENEL VE AYDOĞ AN, sağlık sektörü çalışanları örneğinde örgütsel bağlılığın duygusal emek üzerindeki etkisini ele alıyorlar. Çalışma bulguları, sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılıklarının duygusal emekleri üzerinde etkili olduğuna işaret ediyor. Bu çalışma, örgütsel bağlılığın duygusal emeğin bir ardılı olduğunu ortaya koyması açısından, örgütsel davranış alanına bir katkı sunmaktadır.

Bu sayının son makalesinde ise DAŞÇIOĞ LU ve VİLDİÇ, Bosna-Hersek’te Sırpça basılmış ilk Sırp mecmuası olan “Bosanska Vila (Bosna Perisi, 1885-1914)”da Türk Edebiyatından çevrilmiş şiirleri mercekleri altına alıyorlar. Bu çalışmada yazarlar, şiir çevirisindeki zorlukları anlatmak kadar, şair-çevirmenlerin çevirileri ışığında şiir çevirisindeki olasılıkları irdelemek ve bu olasılıkları çeviribilimin bakış açısından değerlendirmeyi amaçlıyorlar. Çalışma o dönem bir Sırp mecmuasında Servet-i Fünûn şairlerinin şiirlerine yer verildiğini göstermesi açısından oldukça özgündür.

Gelecek sayılarda görüşebilmek ümidiyle,

Prof. Dr. Recai COŞKUN

Editör

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

DERLEME MAKALELER/ REVIEW ARTICLES

1. TÜRK REKABET HUKUKUNDA UZLAŞMA MÜESSESESİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ
- *A CRITICAL OVERVIEW OF THE SETTLEMENT INSTITUTION IN TURKISH COMPETITION LAW*
Sevda Yaşar COŞKUN79-94
2. BAĞLI KURULUŞ PAZARLAMASI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE
- *AFFILIATE MARKETING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK*
Yasemin GEDİK95-110
3. KARŞILAŞTIRMALI KAMU YÖNETİMİ PERSPEKTİFİNDEN YUGOSLAVYA SONRASI
BALKAN ÜLKELERİNDE DEVLET MEMURLUĞU SİSTEMİ
- *A COMPARATIVE PUBLIC ADMINISTRATION PERSPECTIVE:
CIVIL SERVANT SYSTEMS IN BALKAN COUNTRIES AFTER YUGOSLAVIA*
Fatih TOLGA, Gizem Naz DÖLEK ve Kamil Ufuk BİLGİN111-132

ARAŞTIRMA MAKALELERİ/ RESEARCH ARTICLES

4. ASYA VE AMERİKA'NIN TÜRKİYE'YE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN
FAKTÖRLER: PANEL VERİ ANALİZİ
- *FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND AIMED AT TURKEY FROM ASIA AND
AMERICA: PANEL DATA ANALYSIS*
Ümit ŞENGEL ve Burhanettin ZENGİN133-146
5. ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN DUYGUSAL EMEK ÜZERİNE ETKİSİ: SAĞLIK SEKTÖRÜ
ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA
- *THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENTS OF HEALTHCARE SECTOR
EMPLOYEES ON EMOTIONAL LABOR*
Gökçen ŞENEL ve Enver AYDOĞAN147-156
6. BOSNA-HERSEK'TE SIRPÇA BASILMIŞ İLK SIRP MECMUASI "BOSANSKA
VILA" ("BOSNA PERİSİ", 1885-1914)'DA TÜRK EDEBİYATINDAN ÇEVİRİLMİŞ
ŞİİRLER VE BU ŞİİRLERİN İNCELENMESİ
- *FIRST SERBIAN MAGAZINES PRINTED IN SERBIAN IN BOSNA AND HERZEGOVINA
POEMS IN "BOSANSKA VILA" ("BOSNIAN FAIRY", 1885-1914) THE TRANSLATION
OF THESE POEMS IN TURKISH LITERATURE AND ANALYSIS OF THESE POEMS*
Yılmaz DAŞÇIOĞLU ve Emina VİLDİÇ157-172

Gönderilme Tarihi : 08.08.2020
Kabul Tarihi : 11.09.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.778221

Derleme Makale/Review Article

TÜRK REKABET HUKUKUNDA UZLAŞMA MÜESSESİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ

Sevda Yaşar COŞKUN

Dr.Öğr. Üyesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü

sevdayasar.coskun@bakircay.edu.tr, **ORCID ID:** [0000-0001-7999-5052](https://orcid.org/0000-0001-7999-5052)

ÖZ

Toplumların maruz kaldığı son derece hızlı bilimsel ve teknolojik gelişmeler sonucunda bireyler arasındaki sosyo-ekonomik ilişkiler artmış ve çeşitlenmiştir. Bu artış ve çeşitlenmede kaçınılmaz olarak bireyler arasındaki çatışma ve uyuşmazlıkların artması ve buna bağlı olarak mahkemelerin iş yükü çoğalmış, uyuşmazlıkların çözüme kavuşturulma süresi uzamıştır. Söz konusu olumsuzlukların çözümünü amacıyla Alternatif Uyuşmazlık Çözümü” [Alternative Dispute Resolution (ADR)] kavramı ortaya çıkmış ve uygulanmıştır. En çok başvurulan alternatif uyuşmazlık çözüm yolları ise tahkim, arabuluculuk, uzlaşma, müzakere, kısa duruşma, itiraf pazarlığı ve ön tarafsız uyuşmazlık değerlendirmesidir. Rekabet hukukunun piyasalarda rekabetin temini ve sürekliliği, iktisadi etkinliğin ve toplumsal refahın sağlanması, tüketicinin korunması gibi birçok amacı vardır. Bu amacını gerçekleştirmek için oluşturulan rekabet otoritesi de gerekli tedbirleri alma rekabet mevzuatını ihlal eden teşebbüslere yaptırım uygulama yetkilerine sahiptir. İşte uzlaşma müessesesi bir alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak rekabet otoritesi ile mevzuatı ihlal eden teşebbüs ya da teşebbüsler yapılan bir sözleşme ile karşılıklı olarak belirli haklarından karşılıklı olarak vazgeçerek mutabakata varmalarıdır. Uzlaşma müessesesi Türk rekabet hukuku mevzuatına 24.06.2020 tarihinde yürürlüğe giren 7246 sayılı Kanun ile dahil olmuştur. Kanundaki düzenlemenin amaca hizmet etmesinin dikkatlice tasarlanan ikincil mevzuata ve Rekabet Kurumu'nun bu konudaki tutarlı uygulamasına bağlı olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Hukuku, Uzlaşma, Rekabet Kurumu, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

A CRITICAL OVERVIEW OF THE SETTLEMENT INSTITUTION IN TURKISH COMPETITION LAW

ABSTRACT

As a result of the extremely rapid scientific and technological developments that societies are exposed to, socio-economic relations between individuals have increased and diversified. Inevitably, in this increase and diversification, the conflict and disputes between individuals increased, and the workload of courts increased, and the resolution of disputes increased. The concept of “Alternative Dispute Resolution (ADR)] has emerged and applied for the purpose of resolving these problems. The most common alternative dispute resolution options are arbitration, mediation, reconciliation, negotiation, short hearing, confession bargaining and preliminary neutral dispute assessment. Competition law has many purposes such as ensuring and maintaining competition in markets, ensuring economic efficiency and social welfare, and protecting consumers. The competition authority established to realize this aim has the power to take sanctions against undertakings that violate the competition legislation. Here, the reconciliation institution is an alternative dispute resolution method and the undertakings or undertakings that violate the legislation and mutually agree with a contract made by mutually giving up certain rights. The reconciliation body was included in the Turkish competition law legislation with Law No. 7246, which came into force on 24.06.2020. It is thought that the regulation in the law serves the purpose depends on the carefully designed secondary legislation and the consistent application of the Competition Authority in this regard.

Keywords: Competition Law, Settlement, Competition Authority, Law on the Protection of Competition

Giriş

7 Aralık 1994 tarihinde kabul edilen 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (RKHK) anayasal dayanağı 1982 Anayasasının 167. maddesidir. Söz konusu madde: "Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler" düzenlemesine yer vermektedir. RKHK'nun amaç başlıklı 1.maddesi "Kanunun amacı, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır" diyerek Kanun'un amacını belirtmiştir¹. 5 Kasım 1997 tarihinde faaliyete başlayan Rekabet Kurumu, 4054 Sayılı Kanun'un 20'nci maddesine göre mal ve hizmet piyasalarının serbest ve sağlıklı bir rekabet ortamı içinde teşekkülünün ve gelişmesinin temini ile bu Kanunun uygulanmasını gözetmek ve Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirmek üzere kurulmuştur. Bu çerçevede Rekabet Kurumu'nun esas görevi Kanun'da kendisine verilen yetkileri kullanarak mal ve hizmet piyasalarındaki rekabetçi sürecin tehdit edilmesini engellemektir (www.rekabet.gov.tr). Kurulun görev ve yetkileri RKHK 27. maddesinde düzenlenmiştir. İlgili madde a bendinde ise, Kanunda yasaklanan faaliyetler ve hukuki işlemler hakkında, başvuru üzerine veya resen inceleme, araştırma ve soruşturma yapmak; Kanun hükümlerinin ihlal edildiğinin tespiti halinde, bu ihlallere son verilmesi için gerekli tedbirleri alıp sorumlu olanlara idari para cezaları uygulamak Kurum'un yetki ve görevleri arasında sayılmıştır. Esasen idari para cezaları ile rekabet ihlali nedeniyle kamunun gördüğü zararın tazmini mümkün kılınmaktadır.

Diğer ülke rekabet otoriteleri açısından geçerli olan rekabet ihlallerinin mümkün olan en kısa zaman diliminde tespit edilerek son verilmesinin sağlanması ve bu sayede ilgili piyasada rekabetin tesis edilmesi amacı Türk Rekabet Kurumu açısından da öncelikli amaçtır. Çünkü rekabet ihlali sebebiyle uygulanan idari para cezası şeklindeki yaptırımlar ex-post yaptırımlardır. Oysa piyasanın işleyişi her zaman rekabet hukukundan hızlıdır. Rekabet ihlallerinin tespiti, ihlali yapan teşebbüslerin belirlenip sorumluluklarının ortaya konulması, bozulan rekabeti yeniden tesisi edecek önlem ve yaptırımların belirlenmesi uzunca bir zaman gerektirmektedir. Kaldı ki rekabet ihlalinin tespiti ve yaptırım uygulanması ile de süreç sonlanmamakta, yaptırım kararı yine bir zamana yayılan yargısal denetime tabi olmaktadır². Aşıkardır ki bu uzun süreç, teşebbüsler, rekabet otoriteleri ve yargı mercileri bakımından hem kaynak hem zaman kaybına yol açmaktadır. Aynı zamanda toplumsal refah üzerinde de olumsuz etkide bulunmaktadır. Rekabet otoritelerinin hali hazırdaki iş yükü, inceleme ve soruşturma sürelerinin uzunluğu, piyasaların bu süreler zarfında işleyişine devam ediyor olmaları uzlaşma kavramını rekabet otoritelerinin gündemine sokmuştur³. Esasen, rekabet otoriteleri yaptırımları en az caydırıcılık kadar piyasada rekabeti tesis etme kaygısı da taşımaktadırlar. Rekabet ihlallerine yönelik inceleme ve araştırmalar uzlaşma yöntemleri aracılığıyla daha az süreye yayıldığı ve süreci pratikleştirdiği için bu amaca daha fazla hizmet etmektedirler.

Konuyu Türk Rekabet Hukuku açısından ele aldığımızda ise 1997 yılından beri uygulanmakta olan 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da (Kanun) uzlaşma yöntemini düzenleyen açık bir hükmün yakın tarihe kadar bulunmadığını görüyoruz. Uzlaşma müessesesi, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da 24.06.2020 tarihinde yürürlüğe giren 7246 sayılı Kanun ile yapılan değişiklikle Türk Rekabet mevzuatına girmiştir. Ayrıca mehz hukukumuz olan Avrupa Birliği (AB) Rekabet Hukukunda uzlaşma kurumunun uygulandığı çok sayıda Avrupa Birliği Adalet Komisyonu (Komisyon) kararı vardır. Rekabet hukukunun içtihadı bir hukuk dalı olduğu dikkate alındığında ise Komisyon'un kararlarının önemi artmaktadır.

¹ Her ne kadar rekabet hukukunun en temel amacı piyasadaki rekabeti korumak olarak ifade edilse de rekabet hukukunun tek bir amacından bahsetmek mümkün değildir. Rekabet hukukunu amaç açısından ele alan kapsamlı bir çalışma için bknz. Gürkaynak, G. Türk Rekabet Hukuku Uygulaması İçin "Hukuk ve İktisat" Perspektifinden "Amaç" Tartışması, Rekabet Kurumu Yayınları, 2003, Ankara.

² 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un uygulayıcısı olan Rekabet Kurumu'nun karar organı olan Rekabet Kurulu kararlarına karşı ilk derece mahkemesi olarak Ankara İdare Mahkemeleri'nde dava açılmalıdır. Ankara İdare Mahkemeleri'nin verdiği kararın temyizi için Danıştay'a başvurmak gerekmektedir.

³ Çalışmanın konusunu oluşturan uzlaşma yöntemi Türk Hukuk mevzuatında 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 1136 sayılı Avukatlık Kanunu gibi kanunlarda düzenlenmiş olan bir alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemidir. Bu çalışmada uzlaşma müessesesi rekabet hukuku açısından ele alınacaktır.

Çalışmada uzlaşma müessesine ilişkin kısaca bilgi verildikten sonra konu rekabet hukuku açısından ele alınacaktır. İzleyen bölümde ise Kanun'daki yeni düzenlemenin olumlu yönlerine değinilecek ve uygulamada sakınca doğurabilecek hususlar üzerinde durulacaktır.

Uzlaşma Kavramına Genel Bir Bakış

Sosyal bir varlık olan insanların bir arada yaşaması, toplumun diğer bireyleriyle çok sayıda ve nitelikte ilişki kurmasını gerektirmektedir. Doğal olarak ta bu ilişkiler sonucu bireyler arasında hem toplumsal hem de hukuki çatışma ve uyuşmazlıklar ortaya çıkmaktadır. Hem nitelik olarak hem nicelik olarak artan bu uyuşmazlıkların çözümünün uzun bir zaman dilimine yayılması, toplumsal maliyetin yüksekliği, mahkemelerin yoğun iş yükü, geleneksel yargılama yöntemlerine alternatif usulleri gündeme getirmiştir. Yaşanan bu gelişmeler sonucunda bir dizi uyuşmazlık çözme yöntemi geliştirilerek uygulamaya konulmuş ve bu yöntemlerin toplamı "Alternatif Uyuşmazlık Çözümü (Alternative Dispute Resolution)" olarak ifade edilmiştir. En genel anlamda Alternatif Uyuşmazlık Çözümü "uyuşmazlıkların çözümü amacıyla, dava yoluna alternatif olarak hizmet veren ve genellikle tarafsız üçüncü kişilerin katkı ve yardımları ile yönetilen usuller topluluğu" (Brown ve Marriot 1999, s.12) olarak tanımlanabilir.

Öğretide alternatif uyuşmazlık çözüm yollarına ilişkin farklı tanımlara rastlanmaktadır. Alternatif uyuşmazlık çözümünü Mookhey (2013 s. 80) "tarafkların kendi uyuşmazlıklarını dış müdahale olmaksızın önlemek veya yönetmek üzere başvurduğu yollar" olarak tanımlamaktadır. En yaygın alternatif uyuşmazlık çözüm yolları olan arabuluculuk, uzlaşma, müzakere, tahkim ve kısa duruşmanın ortak özellikleri yargı dışı, gönüllülük esasına dayalı, barışçıl yöntemler olmasıdır (İldır, 2003; Tanrıver, 2006; Namli, 2016).

Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları kendi bünyesinde birtakım olumlu yönler barındırdığı gibi, bazı olumsuzluklar da barındırmaktadır. Alternatif uyuşmazlık çözüm yollarının olumlu yönlerini kısaca daha ucuz olması, daha kısa sürede uyuşmazlığı çözüme kavuşturması, uyuşmazlık taraflarının sonuç üzerindeki kontrolleri ve hakimiyetlerinin daha fazla olması, tarafların hepsinin sonuçtan kazançlı çıkması ve uzlaşma kültürünün yaygınlaşmasına yardımcı olması olarak ifade edilebilir. Olumsuz yönleri olarak ise geleneksel yargıda soyut ve objektif kurallara karşılık alternatif uyuşmazlıkta uygulanacak kuralların daha ziyade somut olaya has olması ilk akla gelen olumsuzluktur. Tabiidir ki caydırıcılık niteliği daha zayıftır. Geleneksel yargıda tarafların sosyal ve ekonomik durumları arasındaki açıklık bir farklılık yaratmamasına rağmen alternatif uyuşmazlık çözümünde bu müzakere sürecini olumsuz etkileyebilmektedir. Bir başka olumsuzluk ise geleneksel yargılama sonucunda uyuşmazlığın tarafları menün kalsalar da kalmasalar da uyuşmazlığın bir sonuca bağlanmasına rağmen; alternatif uyuşmazlık çözümünde bir sonuca ulaşılamaması olasılığının mevcudiyetidir⁴.

Alternatif uyuşmazlık çözüm yollarından birisi olan uzlaşma⁵ yöntemine ilişkin öğretideki tanımlar da farklılık arz etmektedir. Uzlaşma kavramı çoğunlukla anlaşma, uyuşma, mutabakat konsensüs gibi kavramlarla eşanlamli olarak kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde bu kelimeler, "uygulanacak işlerde tartışma yoluyla bütünlük ve birliğe varma", "karşıtlar arasındaki anlaşmazlıkların ortadan kaldırılması yoluyla birlik sağlama", şeklinde tanımlanmaktadır (<http://tdk.gov.tr/?s=uzla%C5%9Fma>). Uzlaşmayı Yılmaz (2001, s. 905), "ortaya çıkan uyuşmazlıkların barış içinde çözümlenmesi" olarak tanımlamaktadır. Candan ise, uzlaşmayı "birden çok şahsın aralarındaki mevcut ya da ileride çıkması muhtemel düşünce ve çıkar ayrılığını, karşılıklı ödümler vererek gidermeleri veya giderilmesi konusunda anlaşmaları" olarak tanımlamaktadır (2006, s. 260). Uzlaşma kavramı (Çulha 2005, s.42) tarafından

⁴ Bu konuda ayrıntılı bilgi için bakınız: Bulur, A.: Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yolları ve Arabuluculuk Yöntemi (<http://www.arabulucu.com>); İldır, G.: Alternatif Uyuşmazlık Çözümü ve Hak Arama Özgürlüğü, 75. Yaş Günü İçin Prof. Dr. Baki Kuru Armağanı, Ankara 2004; Özbek, M.: Alternatif Çözüm Yollarına Genel Bir Bakış, GÜHFD, Prof. Dr. Erden Kuntalp' e Armağan, 2004/1, S.261-292; Özbek, M.: Avrupa Birliğinde Alternatif Uyuşmazlık Çözümü, TBBD, 2007/68, s.265-320; Pekcanitez, H.: Alternatif Uyuşmazlık Çözümleri , HPD, 2005/5, s.12-16.

⁵ Ceza Muhakemeleri Kanunu'nun 253 ila 255 inci maddelerinde düzenlenen uzlaştırma kavramı ile çalışmanın konusu olan uzlaşmayı karıştırmamak gerekir. Zaten bir karışıklığı önlemek adına 24.11.2016 tarih ve 6763 sayılı Kanunla 253'üncü maddenin "uzlaşma" olan madde başlığı "uzlaştırma" olarak değiştirilmiştir. Bu değişiklikle aynı zamanda uzlaştırma müessesinin kapsamı genişletilmiş ve uzlaştırma usulü yeniden düzenlenmiştir. Uzlaştırma ile ayrıntılı bilgi için bakınız: Aladağ, C., Ceza Hukukumuzda Yeni Bir Kavram, www.cezabb.adalet.gov.tr/makale/188.doc, (erişim tarihi: 28.04.2019); Çetin, H. S., Ceza Muhakemesi Kanunda Uzlaşma (CMK m.253,254,255), Ankara: TBB Dergisi, Sayı 82, 2009; Özbek, V. Ö., Ceza Muhakemesi Hukuku. 1. Bası, Ankara: 2006; Sezer, A., Öğreti ve uygulamada Ceza Usul Hukukunda Uzlaşma. Ankara: Adalet, 2010; Yenisey, Feridun, Ceza Muhakemesi Hukukunda Uzlaşma, Uzlaştırma, Uzlaştırma Eğitim Rehber Kitapçık, <http://www.arabulucu.com/ceza-hukukunda-uzlasma/ceza-muhakemesi-hukukunda-uzlasma-uzlastirmaci-egitimi-rehber-kitapcik/pdf>(erişim Tarihi: 28.04.2019).

"hukuksal boyutu ile bir süreci ve bu süreç sonunda ulaşılan sonucu ifade etmekle birlikte toplum ve birey açısından bakıldığında adalet duygusunu, hukukun üstünlüğünü ve toplumsal barışı artıracak bir kültür ve anlayış biçimi olarak" tanımlanmaktadır. Her ne kadar bu çalışmanın konusunu rekabet hukuku açısından uzlaşma kavramı oluştursa da Türk hukuk mevzuatında vergi hukuku, ceza hukuku, idari yargılama hukuku gibi alanlarda uzlaşma müessesesi uygulanmaktadır⁶. Çalışmanın doğrudan konusuna dahil olmadığı gerekçesiyle bu düzenleme ve uygulamalara çalışmada yer verilmemiştir.

AB Rekabet hukuku açısından uzlaşma kavramı daha ziyade kartel dosyalarında teşebbüslerin rekabet ihlalini kabul ederek bazı haklarından vazgeçmeleri ve bunun karşılığında verilecek cezada indirim yapılmasını ifade etmektedir (www.ec.europa.eu). Rekabet hukuku sistemlerinin farklılığı nedeniyle birbirinden farklı uzlaşma yolları tasarlanabildiğine dikkat çeken Pektaş, (2008, s.14) en genel haliyle uzlaşmayı; "teşebbüslerin inceleme konusu ihlali gerçekleştirdiklerini kabul etmeleri ve kendilerine tanınan birtakım haklardan vazgeçerek incelemenin erken sonlandırılmasına olanak sağlamaları karşılığında cezada indirim elde etmeleri ve birtakım tedbirler üzerinde uzlaşılması esasına dayanan yöntemler" olarak tanımlamaktadır.

Yukarda alternatif uyuşmazlık çözüm yollarının avantajlı yönlerine kısaca değinilmiş olsa da rekabet hukuku açısından uzlaşmanın tercih edilmesinin gerekçelerinden de kısacada olsa bahsetmek icap etmektedir. Gürkaynak (2004) söz konusu edilen bu gerekçeleri teşebbüsler ve rekabet otoriteleri açısından ayrı ayrı ele almaktadır. Teşebbüsler açısından uzlaşma yöntemini tercih etmenin en önemli gerekçesinin hukuki belirliliğe kavuşmak olduğunu dile getiren Gürkaynak (2004), iktisadi faaliyette bulunan teşebbüs açısından hukuki belirsizliğin istikrarsızlık ve hantallığa sebep olmasının yanı sıra; uzun süren soruşturma- temyiz süresi boyunca teşebbüsün bu zaman dilimindeki eylem ve işlemlerinin geçerliliği ve olası sonuçlarına dair belirsizliğin iktisadi hayatta sorun teşkil edeceğini ifade etmektedir.

Uzlaşmada tarafların bir menfaati söz konusu olduğundan teşebbüsün, aleyhindeki soruşturma veya dava sonucundan daha iyi bir sonuca ulaşma ihtimali de bir başka uzlaşma gerekçesi olmaktadır. Yine rekabet otoritesi tarafından teşebbüse ticari açıdan ağır yükler getiren çözümler yerine, aynı çözüme alternatif ikame çözümler sunabilme olanağı teşebbüsler açısından bir uzlaşma gerekçesi olabilmektedir. Gürkaynak, (2004) uzlaşma müessesesi ile rekabet otoritesinin ulaşmak istediği sonuçla ilgili genel bir sınır çizip; teşebbüsün birden fazla alternatif yöntemden, kendisine karşılayamayacağı yükler getirmeyeni seçme imkanının uzlaşma sebebi olabileceğine dikkat çekmiştir. Ek olarak uzlaşma müessesesi sayesinde rekabet otoritesi ile kurulacak iyiniyetli bir iletişim, teşebbüsün gelecekte yükümlülüklerini yerine getirirken karşılaşılabileceği sorunlarda da yararlı olacaktır.

Rekabet otoritesi açısından uyuşmazlık müessesesinin uygulanma gerekçelerinin başında kaynakların optimal kullanımı gelmektedir. İkinci gerekçe ise iktisadi etkinliğin sağlanmasıdır. Rekabet otoritelerinin amacı iktisadi etkinliği sağlayarak toplumsal refahın maksimizasyonudur. İşte uzlaşma ile iktisadi etkinlik sağlama amacına daha erken ulaşmak mümkün olacaktır. Teşebbüslerin uzlaşma gerekçesi olan hukuki belirliliğin sağlanması, aynı zamanda rekabet otoriteleri açısından da söz konusu olan bir başka gerekçedir⁷. Rekabet ihlali tipinin alışılmamış ve yeni bir ihlal türü olması da uzlaşma için bir gerekçe

⁶ Bu konuda ayrıntılı bilgi için bakınız: Artuk, M. Emin, Gökçen, Ahmet, Yenidünya, A. Caner, Ceza Hukuku Genel Hükümler I. Ankara, Seçkin, 2002; H. Soner, Ceza Muhakemesi Kanunda Uzlaşma (CMK m.253,254,255), Ankara, TBB Dergisi, Sayı 82, 2009; Dikici, Fatih, Ceza Hukuku Ceza Muhakemesi Hukuku. Ankara: Seçkin, 2005; Özbek, Veli Özer, Ceza Muhakemesi Hukuku. 1. Bası, Ankara: 2006; Sezer, Ahmet, Öğreti ve uygulamada Ceza Usul Hukukunda Uzlaşma. Ankara, Adalet, 2010; Yenisey, Feridun, Ceza Muhakemesi Hukukunda Uzlaşma, Uzlaştırmacı Eğitim Rehber Kitapçık; Apaydın, C., Ceza Yargılamasında Uzlaşma, *Terazi Hukuk Dergisi*, 13(139), 38-50. Hocaoglu, C. (2015). Vergi Hukukunda Uzlaşma. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 0 (5), 491-515, <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Mdergi/Issue/16885/175810>; Bilici Nurettin, Vergi Hukuku, C. 1, 33. Baskı, Ağustos 2014; Candan Turgut, Vergi Suçları Ve Cezaları, 3. Baskı, Maliye Ve Hukuk Yayınları, Ankara 2010; Çolak Nusret İlker, "İdari Uyuşmazlıklarda Alternatif Çözüm Yolları", Danıştay Ve İdari Yargı Günü Sempozyumu: 144. Yıl, Danıştay Yayınları No: 83, Ankara 11 Mayıs 2012; Erdem Tahir, Vergi Hukukunda Uyuşmazlıkların İdari Aşamada Çözümü Ve Alternatif Çözüm Yolları (Türkiye Ve Abd Karşılaştırmalı), Seçkin Yayınları, Ankara 2012.

⁷ Gürkaynak bu konuda BSKyB soruşturması örneğini vermektedir. "Soruşturmayı açayım ve nihai karara kadar götürüyem götürmesine ama arada geçecek olan zamanda pazar dinamiklerinde öyle bozulmalar yaşanabilir yahut soruşturma muhatapları veya mağdur olanlar salt belirsizlik yüzünden öyle kayıplar verebilir ki, bu gelişmelerin kendileri soruşturmanın ve rekabet hukukunun amacına ters düşer. Bir an evvel karşılıklı ne diyorsak diyelim ve uzlaşmanın eylemsel sonuçlarını görelim". BSKyB de buna örnek. Karar İngiltere Premier Ligi ile ilgili yayın haklarının tek bir yayın kuruluşuna, BSKyB'ye satılmasıyla ilgiliydi. Ve burada eğer bu konu üzerindeki hukuki belirsizlik bir bütün soruşturma safahatı boyunca sürseydi sonuçta pek çok kulüp iflas etmiş olacaktı. Çabucak uzlaşmak bu faciadan kaçınmanın iyi bir yöntemiymişti".

olabilmektedir. Rekabet otoritesi, belli ihlal tiplerinin teşebbüslere çok yabancı olabileceğinden hareketle, yalnızca uyararak teşebbüsün tavrını değiştirmesini uzlaşma müessesesi ile sağlayabilir Gürkaynak (2004).

Gürkaynak (2004) pazarın veya ihlalin bünyesinde barındırdığı özelliklerin de rekabet otoritesi açısından uzlaşma sebebi olarak görülebileceğini işaret etmiştir. Örneğin soruşturmaya konu olan ilgili pazar dinamik ve teknoloji yoğun bir pazarsa, soruşturma sonuçlandırıldığında karar gerekçelerinin geçmişte kalması ihtimali söz konusu olacaktır. Yine ihlale sebebiyet veren unsurlar fazla karmaşık olabilir. Bu karmaşıklık ta soruşturma sürecinde rekabet otoritesi ile ihlali gerçekleştiren teşebbüs arasındaki iletişimi artırarak, rekabet otoritesinin uzlaşma yolunu tercih etmesine neden olur.

Uzlaşma müessesesinin unsurlarına kısaca değinmeden önce farklı hukuk düzenlerinde farklı uzlaşma yöntemlerinin uygulanması nedeniyle, uzlaşmanın unsurları konusunda bir fikir birliğinden bahsedilemeyeceğini vurgulamak gerekmektedir. Fakat farklı uzlaşma yöntemlerinin bünyesinde barındırdığı ortak uzlaşma unsurlarını rekabet ihlalden kaynaklanan sorumluluğun teşebbüs veya teşebbüsler tarafından kabul edilmesi, rekabet ihlali ve ihlali gerçekleştiren teşebbüs veya teşebbüslere ilişkin bilgi ve belgeleri sunarak rekabet otoritesi ile işbirliği yapılması, inceleme sürecinin kısaltılması amacıyla teşebbüs veya teşebbüslerin inceleme usulüne ilişkin bazı haklarından feragat etmesi; bütün bunların karşılığında bir ceza indirimi yapılması ve piyasada ihlalle bozulan rekabetin tesisi için alınması gereken önlem ve yaptırımların belirlenmesi ve son olarak ta esasında rekabet otoritesi ile teşebbüs veya teşebbüsler arasındaki sözleşme⁸ olan uzlaşma kararıdır (Pektaş 2008).

Rekabet hukuku açısından uzlaşma müessesesi

Uzlaşma müessesesi yukarıda ifade edildiği üzere, sulh sözleşmesi olarak özel hukukta, uzlaşma ve ön ödeme olarak ceza hukukunda ve vergi suç ve cezalarındaki uzlaşma kavramlarının rekabet hukukundaki karşılığıdır. Tıpkı özel hukuk, ceza hukuku ve vergi hukukundaki aynı veya farklı isimli uygulamalarda olduğu gibi rekabet mevzuatını ihlal eden teşebbüsler; ihlali gerçekleştirdiklerini kabul ederek karşı karşıya kalacakları cezadan indirim elde etme imkanına sahip olmaktadır. Diğer bütün alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinde olduğu gibi bir kazan-kazan durumu söz konusu olmaktadır.

Rekabet hukuku ihlallerinde uzlaşma mekanizması işletilerek, ihlali gerçekleştiren teşebbüsler temyiz gibi birtakım haklarından vazgeçmekte fakat uzlaşma müessesesinin olmadığı durumlara nazaran daha az bir cezaya maruz kalmaktadır. Aynı zamanda iktisadi faaliyetine devam etmekte ve hukuki belirsizlikle karşı karşıya kalmamaktadır. Bir kazan-kazan durumu olması hasebiyle de rekabet otoritesi kendi asıl işine odaklandığı için kaynak ve zaman kaybı azalmakta, sonuç itibari ile de etkinliği artmaktadır. Uzlaşma müessesesi aynı zamanda rekabet ihlallerinin yargıdaki iş yükünü de azaltıcı bir işleve sahiptir.

Uzlaşma müessesesi yalnızca rekabeti ihlal eden ve kartel anlaşması diye isimlendirilen anlaşmalarla rekabet ihlali açısından değil, hâkim durumun kötüye kullanılması ve yoğunlaşmalar yoluyla rekabet ihlalleri için de uygulanabilecek ve beklenen yararların ortaya çıkmasını sağlayabilecektir. Örneğin hâkim durumun kötüye kullanılmasına ilişkin inceleme ve soruşturmalarda teşebbüslerin eylemlerinin özellikle regüle edilmiş sektörlerde doğru değerlendirilebilmesi ve bozulan rekabetin yeniden tesisi veya sürekliliğini temin açısından hangi yaptırımların gerekli olduğu konusunda teşebbüsler ve rekabet otoritesi arasındaki uzlaşma görüşmeleri oldukça yararlı bir enstrüman olarak işlev görecektir. Yoğunlaşmalar yoluyla rekabet ihlali inceleme ve soruşturmalarında ise uzlaşma müessesesi, alınması gereken davranışsal veya yapısal önlemler noktasında piyasa gerçeklerinin de işin içine dahil edilmesini sağlayacaktır.

Uzlaşma müessesesi zaman zaman pişmanlık programlarına benzetilse ve pişmanlık programlarının ikamesi gibi algılansa da söz konusu iki müessesenin amaçları farklıdır. Uzlaşmada temel amaç inceleme sürecinin hızlandırılması ve erken sonuçlandırılmasıdır (Whish 2007). Yine uzlaşmada birincil amaç delil elde etme değildir. Fakat pişmanlık programlarının esas amacı gizli kartel anlaşmalarının ortaya çıkarılması

Gürkaynak, G. (2004), "AB Rekabet Hukuku Uygulamasında Komisyon ve Teşebbüsler Arasında Uzlaşma ve Sulh", Rekabet Dergisi, Sayı:17, s. 36-77.

⁸ Hammond (2006) a göre uzlaşma kararları, tarafların karşılıklı ödünler vererek ulaştığı, taraflar arasında yapılan bir sözleşme niteliği taşımaktadır. HAMMOND, S.D. (2006), "Measuring The Value Of Second-In Cooperation in Corporate Plea Negotiations", American Bar Association, Washington, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/215514.pdf>. Erişim Tarihi 29.12.2019.

ve haklarında kartel soruşturması başlatılması veya mevcut bir soruşturmayı etkileyecek yeni belge, bilgi ve beyanların elde edilmesidir (Whish 2007).

Uzlaşma müessesesinin pişmanlık programlarının ikamesi değil fakat tamamlayıcısı olduğunu dile getiren Latham ve Watkins (2007), pişmanlık programlarının rekabet otoritelerinin önüne gelen dosya sayısını ve buna bağlı olarak iş yükünü önemli ölçüde artırdığını; uzlaşma müessesesinin ise soruşturma sürecini kısalttığını ifade etmektedir. Bir soruşturma aracı olan pişmanlık programıyla karşılaştırıldığında uzlaşma aslında pişmanlık programına başvurulması veya uygulanması ihtimali ortadan kalktıktan sonraki idari süreci etkin ve hızlı bir şekilde sona erdirmeye yoludur.

Uzlaşma süreci ve pişmanlık programları arasında bağlantı bulunduğunu ifade eden Laina ve Laurinen (2013), hem uzlaşma hem pişmanlık programları uygulamasının korunması için uzlaşma indiriminin hesaplanmasının kritik önemi olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Rekabet otoritesi ile iş birliği yapmayan teşebbüsleri uzlaşma için müzakere masasına çekmeye yetecek oranda bir uzlaşma indirimi sağlanması gerekli olacaktır. Ama aynı zamanda rekabet otoritesi ile iş birliği yapmayan ve pişmanlık başvurusunda alt sırada bulunan teşebbüslerin başvurusunu teşvik edecek miktarda da düşük olması gerekmektedir (Laina ve Laurinen, 2013).

Uzlaşma müessesesi ile benzetilen bir diğer müessesede taahhüt kararlarıdır. AB rekabet mevzuatında 1/2003 sayılı Konsey Tüzüğü'nün 9. maddesi ile düzenlenen taahhüt kararlarını Ratliff (2006), teşebbüsler ile Komisyon arasında varılan bir tür uzlaşma olarak nitelendirmektedir. Cook (2006) ise taahhüt kararlarının muhtemel rekabet ihlallerinin, Komisyon'un ihlallerin varlığına dair uzun zaman alan inceleme yapmadan rekabeti tesis edici bazı önlemlerle sona erdirilmesini sağladığını ifade etmektedir. Komisyon, Tüzük 'ün 9. maddesine göre teşebbüslerden yerine getirmelerini istediği taahhütleri süreye bağlayabilir. Belirlenen süre sonunda taahhüde konu olan uygulamalarına son vermelerini kararlaştırabilir. Komisyon ve teşebbüsler arasında belirlenen taahhütler bağlayıcıdır (Wils, 2006). Şöyle ki Komisyon gerek görürse teşebbüs hakkında yeniden inceleme başlatabileceği gibi, taahhütlerine aykırı davranan teşebbüslere Tüzük 'ün 23. ve 24. maddelerinde düzenlenen cezai yaptırımları da uygulayabilmektedir.

Uzlaşma müessesesi ile taahhüt kararları birbirinden farklı iki müessesedir. Uzlaşma müessesesinde teşebbüs rekabet ihlalinin varlığını kabul etmekte ve uygulanacak yaptırım konusunda rekabet otoritesi ile anlaşmakta iken; taahhüt kararlarında olası bir rekabet ihlalinin önlenmesi amacıyla uyulması gereken kararlar rekabet otoritesince belirlenmektedir. Taahhüt müessesesinde bir ihlal gerçekleştirilmemiştir dolayısıyla para cezası uygulanması söz konusu değildir. Oysa, uzlaşma müessesinde ihlali gerçekleştiren teşebbüs ihlali kabul ederek para cezası ile karşı karşıya gelmektedir. Taahhüt kararları, teşebbüsün sonraki ihlalleri açısından emsal teşkil etmezler. Kartel teşkil eden rekabet ihlalleri için taahhüt müessesesinin uygulanması söz konusu değilken, uzlaşma müessesesi kartel oluşturan ihlaller açısından düzenlenmiştir.

İçtihatî bir hukuk dalı olan rekabet hukuku açısından uzlaşma müessesesinin ABD ve mehz AB düzenleme ve uygulamalarına da kısaca değinmek gerekmektedir. Çalışmanın devamında uzlaşma müessesesinin önce ABD'deki uygulaması daha sonra da AB uygulaması ele alınacaktır.

ABD Rekabet Hukukunda Uzlaşma: Tüm rekabet otoriteleri rekabet ihlalleriyle mücadelede içlerinde uzlaşmanın da bulunduğu birçok enstrümana başvurumaktadırlar. Rekabet hukukunun ilk ortaya çıktığı ve uygulandığı yer olan ABD'de uzlaşma⁹ rekabet hukuku uygulamasında rekabet ihlalleri ile mücadelede yerleşmiş ve etkin bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Amerikan Adalet Bakanlığı Antitröst Dairesi (DOJ) kartel soruşturmasını yaklaşık %90 oranında uzlaşma ile sona erdirmiştir (www.ftc.gov). Teşebbüsler, karteğe taraf olduklarını kabul ettikleri takdirde DOJ tarafından cezalarında önemli bir indirim yapılmakta en nihayetinde mahkemenin uzlaşma anlaşmasını uygun bulması ile de soruşturma süreci sona ermektedir (Hammond, 2006).

ABD'de, kartellerin diğer rekabet ihlallerinden farkı, teşebbüslerin ceza soruşturmalarıyla karşı karşıya kalmalarıdır¹⁰. Adalet Bakanlığı tarafından yürütülen bu soruşturmalarda, ihlalin kabul edilmesi ve iş birliği yapılması karşılığında cezalarda indirim yapan uzlaşma süreci işlemektedir. Fakat ABD'de taraf

⁹ ABD 'de uzlaşma kavramının karşılığı olarak Plea agreement/settlement/negotiation kavramları kullanılmaktadır.

¹⁰ ABD'de Adalet Bakanlığı, 2012 yılında rekabet ihlalinin kaynaklanan 67 ceza davası açmış ve 1,14 milyar dolar para cezası verilmiştir. Mahkemeler, iki yıldan uzun bir sürede teşebbüslere ortalama 45'er yıl hapis cezası vermiştir (Erbach, G. (2014), EU and US Competition Policies Similar Objectives, Different Approaches, European Parliamentary Research Service, s.3).

oldukları kartelin ortaya çıkarılması amacıyla, pişmanlık programına ilk sırada başvuran ve pişmanlık programının uygulanması koşullarını sağlayan teşebbüsler cezadan bağışıklık elde etmektedirler (Furse, 2004; Atwood 2006).

Pişmanlık programına başvurusu Adalet Bakanlığı'nın kartele ilişkin yeterli delile sahip olduğu, daha önce aynı kartelle ilgili pişmanlık başvurusu yapıldığı vs. gibi gerekçelerle kabul edilmeyen teşebbüsler ya yüksek maliyet ve azami ceza ile cezalandırılma ihtimalini göğüsleyerek rekabet ihlalinde bulunmadıklarını dava yoluyla ispat etme yoluna başvururlar (Hammond, 2005; Griffin, 2001) veya kartel üyesi olduğunu kabul edip, savcılarla uzlaşma yolunu tercih ederek cezadan indirim elde etmeye çalışırlar. OECD'nin (2007), raporuna göre, kartel soruşturmasıyla karşı karşıya kalan gerçek kişilerin %90'ından fazlası tüzel kişilerin ise tamamına yakını cezalarında indirim karşılığında kartel üyesi olduklarını kabul ederek uzlaşma teklifinde bulunmaktadırlar. Uzlaşma teklifinden sonra ilgili teşebbüs veya teşebbüslerle Adalet Bakanlığı savcılar arasında uzlaşma pazarlığı başlamaktadır. Pazarlık konuları ceza indiriminin oranı, taksid bölünüp bölünmeyeceği, teşebbüs tüzel kişi ise çalışanlarından hangilerinin bağışıklıktan yararlanacağı veya soruşturmaya dahil edilmeyeceği olmaktadır (Hammond, 2006; Klawiter, 2001). Bu aşamada teşebbüsler ihlalin kısa süreli olduğu, iddia edilenden daha küçük bir coğrafi pazarın ve ürün pazarının etkilendiği hususlarında Adalet Bakanlığı savcılarını ikna etmeye çalışmaktadırlar (Atwood,2006; Hammond, 2006). Uzlaşma pazarlığı esnasında Adalet Bakanlığı'nın tutumunu teşebbüsün soruşturmanın hangi aşamasında ve kaçınıcı sırada uzlaşma başvurusunda bulunduğu, kartelin ortaya çıkarılmasında yaptığı işbirliğinin niteliği ve benzeri hususlar önem arz etmektedir (Levy ve O'Donoghue, 2004). Rekabet ihlalinin kabul edilmesi, soruşturma aşamasını hızlı bir şekilde sonlandırmakta ve ihlali kabul eden teşebbüs karara karşı yargı yoluna başvuramayacağı için sürecin uzamasını da engellemektedir. Rekabet ihlalinin kabul eden teşebbüsün bir sonraki aşamada rekabet otoritesi ile iş birliği yapması ve kartele ilişkin tüm bilgi ve belgeleri sunması talep edilmektedir (Hammond, 2006). Uzlaşma görüşmeleri esnasında teşebbüsün kartele dair sunduğu bilgi ve belgeler ve yaptığı iş birliğinin niteliği, teşebbüsün cezasında yapılacak indirim oranını belirlemede önemli olduğu kadar kartel soruşturmasının hızı ve boyutları açısından da önemlidir.

Uzlaşmada cezada indirim sabit bir oran olarak belirlenmemiş, yukarıda ifade edilen ölçütler dikkate alınarak, uzlaşmanın tarafı olan teşebbüsün teklif edilen indirim oranını yeterli bularak kabul etmesi durumunda da uzlaşma gerçekleşmektedir (Hammond, 2006). Bu noktada üzerinde durulması gereken bir nokta da uzlaşma koşullarının yerine getirilmemesi örneğin iş birliği yapılmaması gibi durumlarda, kartele ilişkin sundukları belge ve bilgilerin Adalet Bakanlığı tarafından teşebbüsün aleyhlerinde delil olarak kullanılabilmesi ve ceza indiriminin yapılmayacağıdır (Hammond, 2006; Atwood, 2006).

Adalet Bakanlığı ile kartel üyesi teşebbüsler arasındaki uzlaşmaların mahkeme tarafından uygun bulunup kabul edilmesi gerekmektedir (Arp ve Swaak, 2003). Amerikan rekabet hukukunda iki tip uzlaşma anlaşması düzenlenmiştir: Federal Usul Kanunu (Federal Rules Of Civil Procedure) madde 11(c)(1)(B)'de B tipi uzlaşma anlaşmaları ve aynı madde 11(c)(1)(C)'de ise C tipi uzlaşma anlaşmaları düzenlenmiştir. İki uzlaşma türü arasındaki en temel fark, teşebbüs ile DOJ arasında yapılan uzlaşma anlaşmasındaki ceza indirim oranının bağlayıcılığı noktasındadır. B tipi uzlaşma anlaşmalarında, uzlaşılan ceza indirim oranları mahkemeler açısından bağlayıcı değildir. Uzlaşmayı uygun bulması gereken mahkeme, DOJ'un veya savcılarının teklif ettiği ceza indirim oranını fazla olduğu gerekçesiyle değiştirme yetkisine sahiptir. Bu düzenleme özellikle teşebbüslerin penceresinden bakıldığında ceza indirimini riske eden, öngörülebilirliği muğlaklaştıran bir sonuç gibi gözükse uygulamada uzlaşmayı teşvik amacıyla mahkemelerin teklif edilen ceza oranlarını artırma yönünde bir eğiliminin olmadığı görülmüştür. B tipi uzlaşma anlaşmalarının bir diğer özelliği de rekabet ihlalinde bulunduğunu kabul eden teşebbüsün, uzlaşma anlaşması ile bağlı olması ve bu aşamadan sonra uzlaşmadan vazgeçmesinin mümkün olmamasıdır (Hammond, 2006).

C tipi uzlaşma anlaşmalarında ise mahkemeler teşebbüs ile DOJ arasında anlaşılacak ceza ve indirim oranları ile bağlıdır, teklif edilen ceza indirim oranının aşağı çekme yetkisi yoktur. Fakat bu durumda mahkemenin teklif edilen cezayı düşük bularak uzlaşma anlaşmasını reddetme yetkisi vardır (Şahin, 2018). Yani C tipi anlaşmalarda mahkeme uzlaşma anlaşmasında tarafların kararlaştırdığı ceza oranını ya kabul ya da reddetmek yetkisine sahiptir. Şayet mahkeme ceza oranını uygun görmeyip uzlaşma anlaşmasını reddederse, uzlaşma anlaşması yaparak rekabet ihlalinin kabul eden teşebbüs veya teşebbüslerde uzlaşma

anlaşması ile bağlı olmazlar. Ayrıca belirtmek gerekir ki bu ihtimalde teşebbüs veya teşebbüslerin iş birliği kapsamında sunduğu hiçbir bilgi ve belge mahkeme veya DOJ tarafından kullanılmaz (Hammond, 2006)¹¹.

ABD rekabet hukukunda, uzlaşma anlaşmalarında, ihlali kabul eden teşebbüslerin cezasında yukarıda değinilen ölçütler çerçevesinde yapılan indirim oranları zaman zaman %50'yi bulduğu için teşebbüsler uzlaşmayı tercih etmektedir. Yine rekabet ihlalinde bulunan teşebbüsler ceza indirimi yanında öngörülebilir cezalarla karşılaşmış olmaktadır (O'Brien, 2008). Rekabet ihlalinin gerçekleştiren teşebbüsler uzlaşma görüşmeleri sırasında DOJ'un önerdiği ceza indirimi oranının mahkeme tarafından büyük olasılıkla kabul edileceğini bildikleri için, uzlaşma bu teşebbüsler açısından özellikle de ceza ve indirim oranları bakımından hukuki bir belirlilik anlamına gelmektedir (Hammond, 2006, s. 19-20).

DOJ açısından ise, uzlaşma haricindeki olağan soruşturma sürecine ayrılan kaynak ve zaman bağlamında önemli bir tasarruf söz konusu olmaktadır (Waller, 2006, s.31). Ayrıca, uzlaşma rekabet otoritesine delil elde etme imkânı sağlayarak, incelemeye konu olan rekabet ihlaline ilişkin teşebbüslerin iş birliği yapmak için sundukları bilgi ve belgeler aracılığıyla doğrudan sonuca yönelik değerlendirme yapma imkânı da verir (Pektaş, 2008, s.20).

AB Rekabet Hukukunda Uzlaşma: AB rekabet hukukunda uzlaşma müessesesi 7 Nisan 2003 tarih ve 773/2004 sayılı Komisyon Tüzüğü'nde (Tüzük) 2008 yılı Temmuz ayında yapılan değişiklikle¹² AB Komisyonu (Komisyon) tarafından uygulanmaya başlamıştır. AB rekabet hukuku uzlaşma müessesesinin temelini söz konusu Tüzük oluşturmaktadır. Müessesenin uygulanışına ilişkin usul ve esaslar ise 2008/C 167/01 sayılı Komisyon Duyurusu¹³ (Duyuru) ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Tüzük ve Duyuru'da yaptığı düzenlemelerde Komisyon, rekabet ihlallerinde soruşturma sürecindeki usule ilişkin aşamaları kısaltarak veya ortadan kaldırarak soruşturma sürecini hızlandırmak, zaman, işlem ve kaynak tasarrufu yapmayı amaçlamıştır (Stephan, 2009). Komisyon'un kartel incelemelerindeki standart prosedürden uzlaşma müessesesinin ayrıldığı en temel nokta, uzlaşmak isteyen teşebbüslerin Komisyon soruşturmasına konu olan kartele dahil olduklarını ve kartel üyesi olmalarından kaynaklanan cezai sorumluluğu kabul etmeleridir (Laina ve Laurinen, 2013). Esasen Komisyon, Duyurunun birinci paragrafında uzlaşma müessesesinden beklenenin, kaynakta bir artış olmaksızın daha fazla sayıda dosyanın incelenebilmesi ve rekabet ihlalinin sürdüren teşebbüslerin zamanında ve etkili bir şekilde cezalandırılması olduğunu ifade etmiştir. İkinci paragrafta ise uzlaşma müessesesinin, ihlali gerçekleştiren teşebbüslerin ihlali ve sorumluluğunu kabul ederek birtakım prosedürel haklarından feragat ettiği, bu durumun dosyanın karara bağlanma sürecini kısaltarak etkinlik oluşturduğu, bu iş birliği sebebiyle teşebbüsün cezasında indirim ile ödüllendirildiği bir usul olarak tanımlanabileceğini belirtmiştir. AB rekabet hukuku açısından uzlaşma görüşmelerinin yürütülmesi ve nihai uzlaşma kararı verme yetkisi münhasıran AB Komisyonuna aittir. Duyurunun dördüncü paragrafında, uzlaşma müessesesinin hangi dosyalar açısından uygunluğu, uzlaşma sürecinin başlatılması, devam ettirilmesi ve sonlandırılması konusunda Komisyon'a geniş yetkiler tanınmıştır. Duyurunun devam eden paragraflarında ise Komisyon'un uzlaşma müessesini uygulayacağı dosyaları belirleme, itiraz bildirimini hazırlanmadan önce taraflara uzlaşma çağrısında bulunma yetkileri düzenleme altına alınmıştır. Duyurunun on yedinci paragrafı düzenlemesi ile de Komisyonun teşebbüslere

¹¹ Uygulamada bu durumla nadir karşılaşılmaktadır. Mahkemeler genellikle tarafların anlaşığı düşük ceza miktarını kabul ederek soruşturmanın sona ermesi yönünde tavır sergilemektedirler. Örneğin Lysine kartelinde, uzlaşma anlaşmasında kararlaştırılan düşük para cezalarına rağmen mahkeme teşebbüslerin tamamının uzlaşma anlaşmalarını kabul etmiştir (Hammond, S.D. (2001), "The Fly on the Wall Has Been Bugged—Catching an International Cartel in the Act", International Law Congress 2001, EU Competition Law, Dublin, Ireland, UK, www.usdoj.gov/atr/public/speeches/8280.htm, Erişim Tarihi: 14.02.2020. Benzer şekilde, Rubber Chemical kartelinde, pişmanlık programına başvuran teşebbüsün ardından uzlaşma anlaşması yapan Crompton, Cezalandırma Rehberine göre ödemesi gereken asgari cezadan %59 oranında indirim yapılması sonucunda 70 milyon \$'ın üzerinde bir ceza ödemiştir (ICN (2008), "Cartel Settlements", Report to the ICN Annual Conference, Kyoto, Japan, http://www.internationalcompetitionnetwork.org/media/library/Cartels/Cartel_WG_1.pdf, Erişim Tarihi: 11.02.2020.

¹² Commission Regulation (EC) No 622/2008 of 30 June 2008 amending Regulation (EC) No 773/2004, as regards the conduct of settlement procedures in cartel cases; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:171:0003:0005:EN:PDF>; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:167:0001:0006:EN:PDF> Son Erişim Tarihi: 11.02.2020.

¹³ Commission Notice on the conduct of settlement procedures in view of the adoption of Decisions pursuant to Article 7 and Article 23 of Council Regulation (EC) No 1/2003 in cartel cases, (2008/C 167/01); <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:167:0001:0006:EN:PDF> Son Erişim Tarihi: 11.02.2020.

yazılı olarak uzlaşma görüşmelerine başlamayı kabul ettiklerini beyan etmeleri için belirli bir süre tanıma ve bu süre sona erdikten sonra gelen uzlaşma başvurularını reddetme yetkisi verilmiştir.

AB rekabet hukukunda uzlaşma görüşmelerinin başlaması, Komisyonun açılmış olan bir rekabet soruşturmasında ihlalin tarafı olan teşebbüslere uzlaşma teklif etmesi ve soruşturmanın tarafı olan teşebbüslerin görüşmelere başlamayı kabul etmesi ile olur. Esasen Komisyon uzlaşma süreci başlamadan önce kapsamlı bir soruşturma yapmaktadır. Teşebbüsler itiraz beyanı kabul edilmeden önce Komisyona uzlaşma talebinde bulunabilirler. Fakat unutulmamalıdır ki, uzlaşma kararı teşebbüsler açısından bir hak ya da yükümlülük değildir ve ihlalden kaynaklanan uyuşmazlığa uzlaşma müessesinin uygun olup olmadığına karar vermek tamamen Komisyonun takdiridir. Yine uzlaşma müzakerelerine başladıktan sonra da Komisyon uzlaşmayı durdurmaya karar verebilir ve standart prosedüre geçebilir. Smart Card Chips davasında Komisyon böyle bir tutum sergilemiştir (Laina ve Laurinen, 2013).

AB uzlaşma müessesesi açısından üzerinde durulması gereken bir başka konuda Komisyon'un standart kartel soruşturma prosedüründe uyguladığı inceleme, bilgi talebi, gecikme başvuruları gibi soruşturma yöntemlerini kullanmasıdır. Uzlaşma müessesinde de Komisyon tarafından karteğe ilişkin kanıtlar toplanmakta, ihlali gerçekleştiren teşebbüslere haklarındaki iddialar, bu iddialara ilişkin deliller ve karşılaşılabilecekleri olası cezalar hakkında yeterli bilgi verilmektedir. Bu aşamadan sonra ihlali gerçekleştiren teşebbüsler ihlali, ihlalden kaynaklanan sorumluluklarını ve öngörülen ceza miktarını kabul ederler. Ayrıca usule ilişkin örneğin sözlü savunma gibi haklarından vazgeçtiklerine dair uzlaşma beyanını Komisyona sunarlar. Komisyon'un verdiği uzlaşma kararıyla uzlaşma süreci sona erer. Komisyonla uzlaşmaya varan teşebbüsler ceza miktarının %10'u oranında bir ceza indirimini elde ederler¹⁴. Komisyon'un ceza indirim oranı konusunda bir takdir hakkı yoktur. Eğer teşebbüsler ile Komisyon arasında uzlaşma sağlanamazsa uzlaşma görüşmeleri sona erer ve soruşturma olağan prosedüre göre sonuçlandırılır (Dunne, 2008). Uzlaşma kararına karşı yargı yoluk açıktır. Ancak Kelley (2010), teşebbüslerin çoğunlukla uzlaşma kararı aleyhine yargı yoluna başvurmadıklarını belirtmiştir.

AB uzlaşma müessesesinin aşamalarına kısaca bir göz atmak gerekirse, süreç Komisyon tarafından başlatılmakta teşebbüslerin uzlaşma prosedürünü işletip işletmeme konusunda karar ve yazılı onay vermeleri için iki haftalık bir süre verilmektedir (Tüzük, madde10a/1; Duyuru, Bölüm 8-13). Hemen belirtelim ki teşebbüslerin uzlaşma müzakerelerine katılma konusunda onay vermeleri ihlalin veya sorumluluğun kabul edildiği anlamına gelmemektedir.

Teşebbüsler uzlaşma müzakerelerine katılma konusunda onay verdikleri zaman uzlaşma görüşmeleri başlatılmaktadır. Uzlaşma görüşmelerinin içeriğinin delil olarak kullanılması yasaktır. Uzlaşma görüşmelerinde toplantıların düzeni, hangi aralıklarla yapılacağı gibi konular Komisyon'un takdir yetkisindedir. Komisyon, uzlaşma görüşmelerini teşebbüslerin tamamıyla ortak yapabileceği gibi, ikili ve gizli oturumlar şeklinde de yapabilmektedir (Duyuru, Bölüm 15). Uzlaşma müzakerelerinde teşebbüsler, ihlalin varlığı veya hangi yaptırımın uygulanacağı konusunda Komisyon ile pazarlık edemeyeceği gibi, Komisyon da deliller veya itirazlar hakkında pazarlık edemez. Teşebbüslerin haklarını gereği gibi kullanabilmeleri için itirazlar dinlenmek zorundadır ve deliller ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir. Teşebbüslere, verilebilecek azami para cezası miktarı Komisyonca açıklandıktan sonra bir ihlalin varlığı ve para cezasını kabul etmeleri istenmektedir. Uzlaşma sürecinde teşebbüsler bir zaman kısıtlaması olmadan süreçle veya ortaya çıkabilecek sorunlarla ilgili herhangi bir zamanda "Sözlü Savunma Birimi" ne (Hearing Officer) bildirimde bulunma hakkına sahiptir.

Uzlaşma görüşmelerine katılan teşebbüsler hem uzlaşma görüşmelerinin hem de bu görüşmelerde elde edilen delillerin gizliliğinin korunması için birtakım sınırlamalar getirilmesini isteyebilirler (Tüzük, madde10a/2; Duyuru, Bölüm 7). Komisyon'un, gizliliğin ihlali halinde, uzlaşmayı durdurma ve standart prosedüre geri dönme yetkisi vardır. Gizlilik kuralına uyulmasını sağlamak bağlamında uzlaşma müzakerelerine katılan her bir teşebbüsten gizlilik beyanlarını imzalaması istenmektedir.

¹⁴ Uzlaşma indiriminin %10 olarak ile belirlenmesi ve Komisyon'a oranı artırma yetkisinin verilmemiş olmasının, uzlaşma görüşmelerinde Komisyonun pazarlık gücünü zayıflattığı ileri sürülmektedir. Schinkel (2011), kartel soruşturmasından elde edilen bilgi ve belgeler ışığında karteğe katılan her bir teşebbüse uygulanacak para cezası indirim oranının Komisyon tarafından hesaplanmasının Komisyonun pazarlık gücünü artıracakı iddiasındadır. Daha fazla bilgi için bkz. Schinkel, M.P. (2011), Bargaining in the Shadow of the European Settlement for Cartels, Antitrust Bulletin, C. 56, S.2.

Komisyona, uzlaşma müzakerelerini birbirini izleyen üç adet ikili toplantılar yaparak yürütmektedir. İlk uzlaşma toplantısında, Komisyon uyuşmazlığı değerlendirerek uyuşmazlığa ilişkin önem arz eden bilgi ve belgeleri sunmaktadır. İlk toplantının önemi sonraki toplantılara ilişkin bir takviminde bu görüşmeler esnasında belirlenmesidir. İlk toplantıyı takip eden ikinci toplantıda Komisyon dosyasında yer alan ihlale ilişkin delillerden oluşan bilgi ve belgelerle ilgili savunmalar yapılmaktadır. İkinci toplantının önemi bu aşamada ele alınan delillerin teşebbüslere atfedilen suçlamalar ve olası para cezasının belirleyicileri olmasıdır. Üçüncü uzlaşma toplantısında, teşebbüslere ihlalin kabulü halindeki azami cezanın miktarı, uzlaşma kararının zamanlaması ve şekli müzakere edilir. Teşebbüsler tarafından rekabet ihlali kabul edilmeden önce para cezaları hakkında müzakere yapılmamaktadır. Eğer teşebbüs veya teşebbüsler ihlalin varlığını kabul ederse cezada yapılacak indirim müzakereye konu olur.

Söz konusu üç toplantıda teşebbüslerle Komisyon arasında ortak bir fikir birliğine varılırsa, teşebbüslere uzlaşmak için resmi talebi içeren yazılı bir "uzlaşma başvurusu" hazırlanması için 15 iş günü süre verilir (Duyuru, Bölüm 17).

Uzlaşma başvurularının tek taraflı beyanla iptali mümkün olmamakla birlikte, uzlaşma görüşmeleri sırasında başvurulara ilişkin bir ortak çözüm ihtimali belirmişse, Komisyon teşebbüsün "itiraz beyanı" (Statement of Objection) kabul etmektedir. Yazılı yapılması gereken itiraz beyanı, ihlal kararı verilmeden önce yapılması gereken zorunlu bir bildirimdir. İtiraz beyanında, teşebbüslerin uzlaşma önerilerine uyacağını teyidini sağlayacak bilgiler yer almaktadır. Teşebbüslerin iki hafta içerisinde itiraz beyanlarının uzlaşma başvurusuna uygun olduğunu doğrulayan yazılı bir bildirimde bulunmaları gerekmektedir. (Duyuru, Bölüm 26). Bu bildirimle birlikte Komisyon, nihai karar taslağını Danışma Komitesine sunmakta ve Sözlü Savunma Birimi tarafından dosyaya ilişkin bir rapor hazırlanmaktadır. Sonraki aşama ise ceza miktarını da içeren nihai kararın hazırlanmasıdır. İtiraz beyanının iki muhtemel sonucu vardır: ya Komisyon ve ilgili teşebbüsler uzlaşarak para cezalarında %10 oranında bir indirim sağlanmakta veya uzlaşma gerçekleşmeyerek standart soruşturma prosedürüne dönülmektedir. Burada üzerinde durulması gereken husus, Komisyon'un ilgili tüm teşebbüslerle ayrı ayrı uzlaşma sağlamasıdır. Bunun anlamı ise "hibrit uzlaşmalar"¹⁵ olarak ifade edilen; teşebbüslerin bir kısmıyla uzlaşma sağlanırken bazılarıyla uzlaşmanın mümkün olmamasıdır. AB rekabet hukukunda uzlaşma müessesinin önemini vurgulayan Sadrak (2017), Komisyon'un teşebbüslerle uzlaşma oranının 2014'te %80, 2016'da %60 olduğuna dikkat çekmektedir.

ABD ve AB rekabet hukuklarında uzlaşma müessesinin farklarına kısaca değinecek olursak, ilk göze çarpan usuli farklılıklar olmaktadır. ABD rekabet hukukunda uzlaşmanın tarafı olan teşebbüslerin standart soruşturma usulünde sahip oldukları hakları genel itibarıyla korunmaktadır. Oysa AB rekabet hukukunda uzlaşma görüşmelerine başlayan teşebbüslerin, soruşturma süreçlerinin kısılması amacıyla dosyaya giriş hakkı, sözlü savunma hakkı vb. haklarından vazgeçmeleri gerekmektedir (Şahin, 2018). Yine ABD rekabet hukukunda hem B tipi hem C tipi uzlaşma anlaşmalarının yürürlüğe girmesi için mahkeme tarafından onaylanması gerekmektedir. AB rekabet hukukunda ise uzlaşma görüşmelerinde ve uzlaşma kararında münhasır yetki Komisyon'a aittir. Fakat ilgili teşebbüslerin Komisyon'un kararına karşı yargı yoluna başvurma hakları vardır. ABD rekabet hukukunda uzlaşma durumunda rekabet ihlalinin etkisi, ihlalin niteliği, süresi ve teşebbüslerin ihlale katkı düzeyine göre ceza indirimleri farklı olabilirken; AB uzlaşma prosedüründe ihlalin niteliği dikkate alınmaksızın teşebbüslerin cezalarında %10 oranında indirim uygulanmaktadır. Son olarak ABD rekabet hukukunda uzlaşma müessesinin uygulanması daha kısa bir zaman diliminde gerçekleşirken, AB rekabet hukukunda bu sürenin teşebbüslerle yapılan görüşmeler, itirazlar ve bu itirazların karara bağlanması gibi idari süreçler sebebiyle daha uzun zamana yayıldığını belirtelim.

Türk Rekabet Hukukunda Uzlaşma Müessesesi

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da 24.06.2020 tarihinde 31165 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7246 sayılı Kanun ile getirilen kapsamlı değişikliklerden birisi de uzlaşma müessesidir¹⁶. Değişikliklerin nedeni Kanunun gerekçesinde 1997'den itibaren uygulanan Türk

¹⁵ Hibrit uzlaşmalar, uzlaşmanın taraflarından birinin ya da daha fazlasının uzlaşma prosedüründen vazgeçtiği... ve Komisyonun kalan taraflarla uzlaşabileceği ve vazgeçen teşebbüsler için standart prosedürün izlenebileceği durumu ifade etmektedir. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bakınız: Dunne, A, (2008) Hybrid Cases Under The Eu Cartel Settlement Procedure: The Individuality In Collective Infringement. The King's Student Law Review Vol. 6, No. 1, s. 38 <https://www.kcl.ac.uk/law/about/review.aspx>.

¹⁶ Söz konusu değişiklikler çalışmanın kapsamı dışında olduğundan ele alınmamıştır. Kısaca bilgi vermek gerekirse yapılan değişikliklerin Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Avrupa Birliği rekabet mevzuatına daha fazla uyumu

Rekabet Hukukunda elde edilen bilgi birikimi ve deneyimin yarattığı gereksinimler, ulusal ve uluslararası piyasalardaki değişim ve teknolojik gelişmelerin takibi zorunluluğu, mehz Avrupa Birliği mevzuatında 1/2003 sayılı Konsey Uygulama Tüzüğü başta olmak üzere yapılan değişikliklerin izlenmesi amacı olarak ifade edilmiştir. Esasen atılan adımlarla AB mevzuatıyla uyumun kapsamı genişletilmiş, rekabet mevzuatının modernize edilmesi ve usul ekonomisi sağlanması amaçlanmıştır.

Söz konusu tarihe kadar rekabet mevzuatında çalışmanın konusu olan uzlaşma müessesine ilişkin açık bir hüküm bulunmamakta idi. Kanun'un "Kurulun Soruşturmaya Başlaması" başlıklı 43. maddesi "Soruşturmaya Başlanması, Taahhüt ve Uzlaşma" olarak değiştirilmiş ve uzlaşma müessesesi düzenleme altına alınmıştır. Madde 43'e eklenen fıkralarla uzlaşma müessesine ilişkin düzenleme şu şekildedir: "(Ek fıkra:16/6/2020-7246/9 md.) Soruşturmaya başlanmasından sonra Kurul, ilgililerin talebi üzerine veya resen, soruşturma sürecinin hızlı bitirilmesinden doğacak usuli faydaları ve ihlalin varlığına veya kapsamına ilişkin görüş farklılıklarını göz önüne alarak uzlaşma usulünü başlatabilir. Kurul, hakkında soruşturma başlatılan ve ihlalin varlığı ile kapsamını kabul eden teşebbüs veya teşebbüs birlikleri ile soruşturma raporunun tebliğine kadar uzlaşabilir. (Ek fıkra:16/6/2020-7246/9 md.) Bu çerçevede Kurul, hakkında soruşturma açılan taraflara, ihlalin varlığını ve kapsamını kabul ettikleri bir uzlaşma metni sunmaları için kesin bir süre verir. Verilen süre geçirildikten sonra yapılan bildirimler dikkate alınmaz. İhlal tespitinin ve idari para cezasının yer aldığı bir nihai kararla soruşturma sonlandırılır (Ek fıkra:16/6/2020-7246/9 md.). Uzlaşma usulü sonucunda idari para cezasında yüzde yirmi beşe kadar indirim uygulanabilir. Bu madde uyarınca idari para cezası tutarlarında indirim uygulanmış olması 5326 sayılı Kanunun 17nci maddesinin altıncı fıkrası kapsamında indirim yapılmasına engel teşkil etmez. (Ek fıkra:16/6/2020-7246/9 md.) Sürecin uzlaşma ile neticelenmesi halinde, idari para cezası ve uzlaşma metninde yer alan hususlar uzlaşmanın taraflarınca dava konusu yapılamaz. (Ek fıkra:16/6/2020-7246/9 md.) Uzlaşmaya ilişkin diğer usul ve esaslar Kurul tarafından çıkarılan yönetmelik ile belirlenir".

Maddedeki düzenlemeler ışığında uzlaşma usulünü gerek ilgili teşebbüslerin uzlaşma talebi üzerine gerekse re'sen Kurul başlatabilecektir. Kurul, uzlaşma usulünü başlatırken soruşturma sürecinin hızlı bitirilmesinden doğacak usuli faydaları dikkate alacağı gibi, ihlalin varlığına veya kapsamına dair farklı görüşler de uzlaşma usulünün başlatılmasına neden olabilecektir. Uzlaşma ancak Kurul ihlalle ilgili soruşturmaya başladıktan sonra mümkündür, henüz soruşturma başlamamışsa uzlaşma müessesesi işletilemeyecektir. Peki gerek teşebbüslerden gerekse Kurul'dan gelebilen uzlaşmaya ilişkin talep ne zamana kadar yapılabilecektir? Mevcut bir soruşturmanın tarafı olan teşebbüslere soruşturma raporunun tebliğine kadar, Kurul uzlaşmak isteyip istemediklerini sorabileceği gibi, ilgili teşebbüsler de Kurul'a uzlaşma başvurusunda bulunabileceklerdir.

43. maddede düzenlenen uzlaşma usulü gereğince Kurul, hakkında soruşturma açılan teşebbüs veya teşebbüs birliklerine ihlalin varlığını ve kapsamını kabul ettiklerini içeren yazılı bir uzlaşma metni sunmaları için kesin bir süre verecektir. Kurul'un verdiği süre geçirildikten sonra yapılan, uzlaşma metni içeren bildirimler dikkate alınmayacaktır. Uzlaşma metni sunulması için teşebbüs veya teşebbüslere verilecek olan sürenin ne kadar olacağı, hangi ölçütlerle süre belirleneceği gibi hususlar bu konuda Kurul'un çıkaracağı yönetmelikle düzenlenecektir. Uzlaşma metni sunulması, hakkında soruşturma başlatılmış olan teşebbüs ve teşebbüslerin ihlalin varlığını ve kapsamını kabul ettikleri anlamına gelmektedir. Uzlaşma sağlanması halinde, soruşturma bir nihai kararla sonlandırılacak ve karar ihlalin tespitini veya teşebbüs veya teşebbüslere bu ihlal nedeniyle verilen idari para cezasını içerecektir. Uzlaşma kararı usuli süreci kısaltacaktır çünkü artık Kurul bir soruşturma raporu hazırlamayacaktır. Uzlaşma müessesesi kapsamında ihlalin varlığını ve kapsamını kabul eden teşebbüs veya teşebbüsler rekabet ihlalinin zarar görenlerin açacağı tazminat davalarıyla karşı karşıya kalma riskini göze almaktadırlar. Ancak, teşebbüslerin kabul

amaçladığı söylenebilir. Kanun'da yapılan değişiklikle Kanunu, AB'de halihazırda uygulanan "de minimis" kuralına benzeyen bir istisna getirilmiş, Rekabet Kurulu'na piyasada rekabetin tesis edilmesi için teşebbüs ve teşebbüs birliklerine karşı davranışsal ve yapısal tedbirler uygulama yetkisi verilmiş, birleşme ve devralma işlemlerinin değerlendirilmesinde hakim durum ölçütü yerine "rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması" testinin uygulanması kuralı konulmuş, Kurul'a, bir karar verdikten sonra kararın alınmasına temel teşkil eden herhangi bir unsurda esaslı değişiklik olması, ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin verdikleri taahhütlere aykırı davranışları, kararın taraflarca sunulan eksik, yanlış veya yanıltıcı bilgiye dayanılarak verilmiş olması halinde tekrar soruşturma açabilme yetkisi verilmiş, Kurul Başkan ve üyeleri ile kurum personeli, görevleri nedeniyle işledikleri ve kendilerine karşı işlenen suçlar bakımından kamu görevlisi sayılmış, Kurul başkan ve üyeleri ile kurum personeli cezai ve hukuki sorumluluk açısından Bankacılık Kanunu'nun cezaları düzenleyen maddesine tabi kılınmış ve Kurul'un 'yerinde inceleme' yetkisinin kapsamı genişletilerek daha belirgin hale getirilmiştir.

ettiği ihlalin ağırlığı ve süresi gibi ayrıntılara uzlaşma metninde yer verilmeyeceği için bu unsurların ispat yükü davacılar da olacaktır.

Hangi rekabet ihlallerinin uzlaşma kapsamında olduğuna dair madde metninde bir açıklık yoktur, fakat uzlaşmanın kartellere hasredildiğine dair bir ifade de yer almadığından Kanun'un 4. maddesinde düzenlenen rekabete aykırı anlaşmalarla, 6. maddede düzenlenen hâkim durumun kötüye kullanılması hallerini ve tabii ki kartelleri de kapsadığı ifade edilmelidir. Kurul'un kendilerine verdiği süre içerisinde uzlaşma metnini sunan teşebbüsler ile Kurul arasında uzlaşma gerçekleşirse teşebbüs veya teşebbüslerin idari para cezalarında 25'e kadar bir indirim uygulanacaktır. İndirim oranı ile ilgili dikkat çekilmesi gereken ilk nokta, yüzde 25 oranının maktu olmadığı, Kurul'un yüzde 25'e kadar indirim yapmakta takdir yetkisinin bulunduğudır. Dikkate şayan ikinci nokta ise yüzde 25 indirim oranı mehz AB mevzuatındaki yüzde 10 indirim oranından oldukça yüksektir ve bunun uzlaşma müessesini teşebbüsler açısından cazip kılacağı söylenebilir. İdari para cezasında indirimle ilgili ifade edilmesi gereken son husus, idari para cezası tutarlarında indirim uygulanmış olmasının 5326 sayılı Kabahatler Kanunu'nun 17. maddesinin¹⁷ altıncı fıkrası kapsamında uygulanan peşin ödeme indiriminin yapılmasına engel teşkil etmeyeceği düzenlemesidir.

Uzlaşma müessesini işleterek Kurul ile uzlaşan teşebbüsler idari para cezasına ve Kurul'a sundukları uzlaşma metninde yer alan hususlara ilişkin yargı yoluna başvuramayacaklardır. Çalışmanın son bölümünde Kanun'un düzenlemesinin uygulamada ortaya çıkarması muhtemel olumlu ve olumsuz yönleri ele alınacaktır.

Sonuç

Bir alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olan uzlaşma müessesisi 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da (Kanun) 24.06.2020 tarihinde yürürlüğe giren 7246 sayılı Kanun ile yapılan değişiklikle Türk Rekabet mevzuatına girmiştir. Uzlaşma müessesinin hem teşebbüsler hem de rekabet otoriteleri açısından birçok yararının bulunduğu yukarıda değinilmişti. Rekabet hukuku mevzuatına dahil edilen uzlaşma müessesisi ile mehz AB düzenlemelerine uyum noktasında bir aşama daha kaydedilmiştir. Aynı zamanda soruşturmaların daha kısa zamanda, daha az maliyetle ve uyuşmazlığın kesin olarak sona erdirilmesini sağlayarak piyasa işlerliğinin artırılmasına katkıda bulunacağı gibi, piyasada etkin rekabet koşullarının oluşması daha fazla yabancı yatırımın da ülkemize gelmesine yol açacaktır. Yine Rekabet Kurulu'nun uzlaşma kapsamına giren soruşturmalara harcadığı zaman ve kaynaklarını birincil işlerine hasretmesine de imkân tanıyacaktır.

Öncelikle ifade etmek gerekir ki rekabet hukuku mevzuatımızda uzlaşma müessesine yer verilmesi, söz konusu müessesinin ortaya çıkaracağı faydaları garanti etmemektedir. Asıl belirleyici olan müessesenin nasıl kurgulandığı ve uygulanmasına ilişkin esaslardır.

43. madde düzenlemesinin ortaya çıkarması muhtemel ilk sorun belirsizlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Elbette ki bu belirsizlik madde metninde uzlaşma müessesinin genel bir çerçevesinin çizilmesinden kaynaklanmaktadır. Her şeyden önce uzlaşma anlaşmasında hangi unsurlara yer verileceği, uzlaşma sürecinin nasıl yürütüleceği gibi konuların açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Madde metninde yer alan "teşebbüs veya teşebbüs birlikleri" ifadesinin de kapsamı daralttığı fikrindeyiz. Bu bağlamda ihlali kabul eden yönetici ve çalışanlar da uzlaşma müessesinde taraf olabilmeliler. Bu eksikliğin ikincil mevzuatla giderilmesi mümkün olabilecektir.

Yine madde de düzenlenen teşebbüsün cezasında yapılabilecek %25'e kadar indirim oranı iki ucu keskin bir bıçak gibidir. Mehz AB mevzuatındaki uzlaşan teşebbüslerin cezalarından %10 luk indirim oranı dikkate alındığında, teşebbüsler açısından uzlaşmayı çekici bir hale getirdiği aşıkardır. Fakat 43. maddede Kurul'a verilen takdir yetkisi gereği Kurul çok düşük -mesela %2 vb. gibi- bir oran belirlerse teşebbüs açısından bu oran uzlaşmayı çekici olmaktan çıkaracaktır. Bu sebeple yine ikincil düzenlemelerde belki ihlal türlerine göre net ve uygulanabilir ölçütler getirilerek minimum bir indirim oranı belirlenebilir. Rekabet ihlali iddiasıyla karşı karşıya kalan teşebbüslerin cezalarında yapılacak indirime karşılık ihlalde bulduklarını kabul etmeleri durumunda yüz yüze kalacakları tazminat davaları ihtimali de bıçağın ikinci keskin yüzüdür. Teşebbüsler fayda -maliyet hesabı yaparak uzlaşma yoluna gidip gitmemeye karar

¹⁷ Kabahatler Kanunu madde 17: "Kabahat dolayısıyla idarî para cezası veren kamu görevlisi, ilgilinin rıza göstermesi halinde bunun tahsilatını derhal kendisi gerçekleştirir. İdarî para cezasını kanun yoluna başvurmadan önce ödeyen kişiden bunun dörtte üçü tahsil edilir. Peşin ödeme, kişinin bu karara karşı kanun yoluna başvurma hakkını etkilemez". <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5326.pdf>. Erişim tarihi 20.04.2020

vereceklerdir. Uzlaşma anlaşmalarında rekabet ihlalinin ayrıntıları yer almayacağı için bu teşebbüslerin avantajına olacaktır. Yine ülkemizde tazminat kültürünün yaygın olmadığı da dikkate alınarak bu ihtimal göze alınabilecektir.

Maddede “uzlaşılabilir” ifadesi ile uzlaşma konusunda takdir yetkisi verilmiştir, yani teşebbüs ihlalde bulunduğunu kabul etse de Kurul uzlaşmayabilecektir. Böylesi bir hukuki belirsizlik teşebbüsün ihlali kabulünü ve uzlaşmayı engelleyebilecektir. İhlali kabul eden teşebbüslerle uzlaşılır ifadesinin amaca daha fazla hizmet edeceği fikrindeyiz.

Kurul ve teşebbüsler arasındaki sürecin uzlaşma ile neticelenmesi halinde, idari para cezası ve uzlaşma metninde yer alan hususların uzlaşmanın taraflarınca dava konusu yapılamayacağı düzenlemesinin ise olumlu olduğu kanaatindeyiz. Üzerinde uzlaşılan konuların yargıya taşınmaması, uzlaşma müessesinin Kurul’un iş yükününü azaltılarak birincil işlerine odaklanması, uyumsuzlukların kısa sürede çözüme kavuşturulması, kaynak israfının önlenmesi, hukuki belirliliğin sağlanması gibi amaçlarına hizmet etmektedir.

Son olarak, Kurul’un çıkaracağı ikincil düzenlemelerde bütüncül bir bakış açısıyla pişmanlık programlarıyla uyumlu uygulama esaslarının getirilmesi şarttır. Rekabet hukukunda uzlaşma müessesinden beklenen faydaların ortaya çıkması ve teşebbüsler açısından çekiciliğinin sağlanması için hayati önem taşıyan ikincil düzenlemelerde tutarlı ve şeffaf uygulama esaslarına yer verilmelidir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Katkıları

Makale tek yazarlıdır.

Çıkar Çatışması Bildirimi

Yazar(lar) tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

“TÜRK REKABET HUKUKUNDA UZLAŞMA MÜESSESESİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde “Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin” hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir”

Kaynakça

- Arp, D.J. ve C.R.A. Swaak (2003), “A Tempting Offer: Immunity from Fines for Cartel Conduct under the European Commission’s New Leniency Notice”, *European Competition Law Review, Issue:1*.
- Atwood, J.R. (2006), “Observations on Negotiating Government Antitrust Settlements in the United States”, B.E. Hawk (der.), 2005 Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute içinde, s.189-198.
- Candan, T. (2006), *Vergilendirme Yöntemleri ve Uzlaşma*, Maliye ve Hukuk Yayınları, Temmuz.
- Cook, C.J. (2006), “Commitment Decisions: The Law and Practice Under Article 9”, *World Competition, Vol. 29, No. 2, s. 209-228*.

- Çulha, R., (2005), Uzlaşma, (Ed.) F. Yenisey, Ceza Muhakemesi Hukukunda Uzlaşma içinde, Arıkan Kitap, İstanbul, ss.41-59.
- Dunne, A, (2008), "Hybrid Cases Under The Eu Cartel Settlement Procedure: The Individuality In Collective Infringement", *The King's Student Law Review Vol. 6, No. 1, s. 38* <https://www.kcl.ac.uk/law/about/review.aspx>
- Griffin, J.M. (2001), "An Inside View of a Cartel at Work: Common Characteristics of International Cartels", *Fighting Cartels—Why and How? içinde, Swedish Competition Authority, Konkurrensverket, Sweden, s.37-38.*
- Gürkaynak, G. (2003), *Türk Rekabet Hukuku Uygulaması İçin "Hukuk ve İktisat" Perspektifinden "Amaç" Tartışması*, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara.
- Gürkaynak, G. (2004), *"AB Rekabet Hukuku Uygulamasında Komisyon ve Teşebbüsler Arasında Uzlaşma ve Sulh"*, Rekabet Dergisi, Sayı:17, s. 36-77.
- Hammond, S.D. (2005), Transcript of Testimony of Scott D. Hammond before the United States Sentencing Commission Concerning Proposed 2005 Amendments to §2R1.1, s.3. <http://www.usdoj.gov/atr/public/testimony/209071.pdf> Erişim Tarihi: 18.04.2020.
- Henry J. B ve Marriott, A. L. (1999), *ADR Principles And Practice 2nd ed.* London: Sweet & Maxwell.
- Ildır, G. *"Alternatif Uyuşmazlık Çözümü" (Medeni Yargıya Alternatif Yöntemler)*, Seçkin Yayınları, Ankara 2003.
- Kelley, M. (2010) "Settling for Settlement: The European Commission's New Cartel Settlement Procedure," *Washington University Global Studies Law Review V,9, I 4, s,711-712.*
- Klawiter, D.C. (2001), "After the Deluge: The Powerful Effect of Substantial Criminal Fines, Imprisonment, and Other Penalties in the Age of International Cartel Enforcement", *The George Washington Law Review, October/December 2001, Vol:69(5/6), s.760-762.*
- Laina, F. / Laurinen, E. (2013), "The EU Cartel Settlement Procedure: Current Status and Challenges", *Journal of European Competition Law and Practice, B. 5, Oxford.*
- Latham ve Watkins (2007), "EU Cartel Enforcement – Proposed New Settlement Procedure," <https://www.lw.com/thoughtLeadership/1983-BreakingNewGround-DirectSettlementofECCartelCases> Erişim Tarihi 27.03.2020.
- Levy, N. ve O'Donoghue, R. (2004), "The EU Leniency Programme Comes of Age", *World Competition, Vol:27(1), 75-99.*
- Furse, M. (2004), *"Competition Law of the EC and UK"*, Oxford University Press.
- Mookhey, S. (2013), "Tax Disputes System Design", *e Journal of Tax Research. 11:1, 79- 96.*
- Namlı, M. (2016), "İş Mahkemeleri Kanunu Tasarısı Taslağı ile Getirilen Zorunlu Arabuluculuk Kurumunun Medenî Usûl Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi", *İş Mahkemeleri Kanunu Tasarısı Taslağının Değerlendirilmesi* (Editör: Doğan Yenisey, K.), İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Derneği 40. Yıl Uluslararası Toplantısı, 14 Mayıs, İstanbul.
- O'Brien, A. (2008), "Cartel Settlements in the U.S. and EU: Similarities, Differences & Remaining Questions, 13th Annual EU Competition Law and Policy Workshop, Florence, Italy, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/235598.pdf> Erişim Tarihi: 14.12.2019.
- OECD, (2007), "Plea Bargaining", Policy Roundtables 2006, DAF/COMP (2007)38, <http://www.oecd.org/dataoecd/12/36/40080239.pdf> Erişim Tarihi: 04.04.2020. s.222.
- Pektaş, M. (2008), *"Rekabet Hukukunda Alternatif Bir Yol; Uzlaşma"*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi. s.1 <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/uzmanlik-tezleri/94-pdf>.

- Ratliff, J. (2006), "Plea Bargaining in EC Anti-Cartel Enforcement A System Change", *European Competition Law Annual 2006: Enforcement of Prohibition of Cartels*, [http://www.iue.it/RSCAS/research/Competition/2006\(pdf\)/200610.comPedRatliff.pdf](http://www.iue.it/RSCAS/research/Competition/2006(pdf)/200610.comPedRatliff.pdf).
- Hammond, S.D. (2006), "The US Model of Negotiated Plea Agreements: A Good Deal With Benefits For All" Speech delivered to OECD Competition Committee Working Party No. 3, Paris. October, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/219332.pdf>. Erişim Tarihi: 04.01.2020.
- Sadrak, K. ve Geradin, D. (2017), "The EU Competition Law Fining System: A Quantitative Review of the Commission Decisions between 2000 and 2017, *TILEC Discussion Paper No. 2017-018*, <https://ssrn.com/abstract=2958317> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2958317>. Erişim tarihi 15.06.2020
- Stephan, A. (2009), "The Direct Settlement of EC Cartel Cases", *International and Comparative Law Quarterly* 58(03) DOI 10.1017/S0020589309001237.
- Şahin, M. (2018), "Kartellerde Mücadelede Uzlaşma Yöntemleri ve Yargısal Denetimi", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C. 25, S. 3.
- Tanrıver, Süha. "Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yolları: Arabuluculuk Kurumuna Hukuki ve Sosyolojik Bir Bakış", Makalelerim (2006)", Ankara.
- Waller,S.W. (2006). "The EC And The USA. *European University Studies, Series II, Law*", Petyer Lang Publishing, Frankfurt. s. 31-32.
- Wils, W. P. J. (2006), "Settlement of EU Antitrust Investigation: Commitment Decisions under Article 9 of Regulation No 1/2003", *World Competition, Vol. 29, No. 3, s. 209-228*.
- Wish, R. (2007), "Settlements-The Future of Competition Litigation", <http://www.gbv.de/dms/spk/sbb/recht/toc/559445091.pdf>. Erişim Tarihi 20.03.2020.
- www.ftc.gov. US Federal Trade Commission Competition Database, <http://ftc.gov/bc/caselist/index.shtml>. Erişim Tarihi 01.20.2020.
- Yılmaz, E. (2001), *Hukuk Sözlüğü*, 6. Baskı, Yetkin Yayınları, Ankara.

Gönderilme Tarihi : 13.08.2020
Kabul Tarihi : 31.10.2020
DOI : 10.32705/yorumyönetim.780184

Derleme Makale/Review Article

BAĞLI KURULUŞ PAZARLAMASI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Yasemin GEDİK

Dr., Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı

dr.yasemingedik@hotmail.com **ORCID ID:** [0000-0002-1166-3227](https://orcid.org/0000-0002-1166-3227)

ÖZ

Dijital dünyadaki gelişmeler, işletmeleri iletişim stratejilerini yeniden düşünmeye teşvik etmektedir. Tüketicilere daha kolay ulaşma imkânı, pazarlamacıların interneti pazarlama stratejilerine daha fazla dâhil etmesini sağlamaktadır. Bağlı kuruluş pazarlaması giderek daha fazla işletme tarafından tercih edilirken, müşteri edinmenin de önemli bir kaynağı haline gelmiştir. Bağlı kuruluş pazarlaması, işletmelerin, bağlı kuruluşlarının pazarlama çabaları aracılığıyla yönlendirilen her bir müşteri için bağlı kuruluşlarına ödeme yaptığı performans tabanlı bir internet pazarlaması türüdür. Bağlı kuruluş pazarlama ödemelerinin kuralı, reklam verenleri boşa yapılan harcamalara karşı korumaktır. Bağlı kuruluş pazarlamasının avantajları arasında düşük maliyet, performansa dayalı komisyonlar, esneklik, yeni pazarlara açılma, marka bilinirliğini artırma, web sitesine ve başlangıç sermayesine gerek olmaması bulunur. Bu çalışma, bağlı kuruluş pazarlaması hakkında geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma, bağlı kuruluş pazarlaması stratejilerinden bahsederek, işletme yöneticilerinin ve pazarlamacıların ilgili karar verme süreçlerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: : Bağlı Kuruluş Pazarlaması, Bağlı Kuruluş Pazarlaması Tarihi, Bağlı Kuruluş Programları, Bağlı Kuruluş Pazarlaması Avantajları, Bağlı Kuruluş Pazarlaması Stratejileri

AFFILIATE MARKETING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

ABSTRACT

Developments in the digital world are encouraging businesses to rethink their communication strategies. Easier access to consumers enables marketers to include the internet more in their marketing strategies. While affiliate marketing is increasingly preferred by businesses, it has also become an important source of customer acquisition. Affiliate marketing is a type of performance-based internet marketing where businesses pay their affiliates for each customer that is referred through their affiliate's marketing efforts. The rule of thumb for affiliate marketing payments is to protect advertisers against wasted expenses. Benefits of affiliate marketing include low cost, performance-based commissions, flexibility, opening to new markets, increasing brand awareness, and no need for website and startup capital. This study focuses on establishing a broad conceptual framework on affiliate marketing. In addition, the study aims to assist business managers and marketers with relevant decision-making processes by mentioning affiliate marketing strategies.

Keywords: Affiliate Marketing, Affiliate Marketing History, Affiliate Marketing Programs, Affiliate Marketing Advantages, Affiliate Marketing Strategies

Giriş

Dijital devrim, pazarlamacıları iletişim stratejilerini yeniden düşünmeye teşvik etmektedir. Tüketicilere daha kolay ulaşma imkânı, pazarlamacıların interneti pazarlama stratejilerine daha fazla dâhil etmesini sağlamaktadır (Natarina ve Bangun, 2019: 157-158). Bağlı kuruluş pazarlaması, satıcının bağlı kuruluşla potansiyel tüketicileri satıcının web sitesine yönlendirmek için bir komisyon ödediği, satıcı ve bağlı kuruluş arasındaki çevrimiçi bir ilişkiyi ifade eder. Satıcılar, hedef (çevrimiçi) kitleye erişimlerini genişletmek için bağlı kuruluşların yardımını kullanır (Olbrich vd.,2019: 58). Bağlı kuruluş pazarlaması, satışları artırmak için en hızlı büyüyen çevrimiçi pazarlama ve e-ticaret stratejilerinden biri olarak ortaya çıkmıştır ve önceki çevrimiçi pazarlama etkinliklerinden daha iyi bir potansiyele sahip gibi görünmektedir. Birçok işletme, bağlı kuruluş yardımı ile e-ticaret pazarında kendini konumlandırmaya çalıştığından, bağlı kuruluş pazarlamasına artan bir ilgi vardır (Patrick ve Hee, 2019: 703).

Bağlı kuruluş pazarlaması, müşterileri çekmek ve pazarlama mesajlarını iletmek amacıyla internet ve World Wide Web'i kullanan bir tanıtım şeklidir. Çevrimiçi reklamcılık, içerik sağlayıcılar için önemli bir gelir akışıdır. Bağlı kuruluş pazarlaması, satıcı ve içerik sağlayıcıları arasında, satıcının ürün/ hizmetlerini web sitelerinde tanıtmak için yapılan bir sözleşmedir. Bağlı kuruluş pazarlamasının, geleneksel reklamcılığa göre bazı avantajları vardır. Bunlar: Esneklik, içerik sağlayıcıların web sitelerinden daha fazla gelir elde etmesi, daha az reklam maliyeti, çok sayıda satıcıyla işbirliği yapma ve kısa sürede birçok müşteriye ulaşabilmek için daha etkili, kolay ve hassas teklifler sunabilmesidir (Hossan ve Ahammad, 2013: 104).

Öte yandan bağlı kuruluş pazarlamasının amaçları arasında, marka bilinirliğini, katılımı, etkileşimi ve satışları arttırmak bulunur. Bağlı kuruluş pazarlaması, bağlı kuruluş reklamcılığı olarak da adlandırılır ve bir reklam modeli olarak çevrimiçi reklamcılık şemsiyesi altında yer alır. Bunun nedeni, ürün, hizmet ve fikirleri tanımlanmış bir şirket tarafından sunma, potansiyel müşterileri tüketim noktasına yaklaştırma ve mağaza trafiğini arttırmaktır. Ayrıca e-postayı temel teknik olarak kullanırken, bağlı kuruluş pazarlaması, müşteriyle doğrudan temas kuran bir çevrimiçi doğrudan pazarlama türü olarak kabul edilebilir (Mariussen, 2012: 21-22).

Japonya'daki yerel bağlı kuruluş pazarı, 2018 mâli yılında 288 milyar Japon Yen'ini aşmıştır ve 2023 yılına kadar 465 milyar Yen'in üzerine çıkması beklenmektedir. Bunun nedenleri arasında, büyük reklam verenlerin artan çevrimiçi reklam harcamaları, gelecekteki büyümeyi yönlendiren faktörlerden bazıları olarak e-ticaret pazarının etkisi ve tüketicilerin akıllı telefonlar veya tabletler gibi taşınabilir cihazları aracılığıyla bağlı kuruluşların bağlantılarına kolayca erişmeleri bulunmaktadır (<https://www.statista.com/>, 2020; Engelmann, 2018). Öte yandan, ABD'de, 2017 yılında kaydedilen 5,4 milyar \$ bağlı kuruluş pazarlama harcamalarının, 2022 yılına kadar 8,2 milyar \$'a ulaşması beklenmektedir (Guttmann, 2019). Bununla birlikte Şekil 1, bağlı kuruluş pazarlamasına 2004-2020 yılları arasında dünya çapında gösterilen ilgiyi sunmaktadır: (<https://trends.google.com/>, 2020):

Şekil 1: Bağlı Kuruluş Pazarlamasına Dünya Çapında Gösterilen İlgi (2004-2020)



Kaynak: (<https://trends.google.com/>, 2020)

Haq (2012), bağlı kuruluş pazarlamasının geleceğinin, tüketicinin bağlı kuruluş programının yararlılığı ve denetimini algılamasından büyük ölçüde etkileneceğini bulmuştur. Ayrıca doğrudan pazarlamacıların tüketicilerden daha olumlu bir yanıt çıkaracak daha yenilikçi ortaklık bağlantıları geliştirmeleri gerektiğini önermektedir (Haq, 2012). Brear ve Barnes (2008), bağlı kuruluş pazarlama sürecinin, sergilenen piyasa özelliklerine ve farklılıklarına uygun olarak çok daha koşullu bir şekilde uygulanması gerektiği sonucuna varmıştır (Brear ve Barnes, 2008). Duffy (2005), başarılı bağlı kuruluş pazarlamasının anahtarının reklam veren ve bağlı kuruluş arasında bir kazan-kazan ilişkisinin kurulmasında yatmakta olduğunu ve bağlı kuruluş pazarlamasının gelecekte e-ticaret işletmeleri için temel ana pazarlama stratejisi haline geleceğini savunmaktadır. Öte yandan bağlı kuruluş pazarlama ile ilgili literatürde yapılan bazı çalışmalar ve elde edilen bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Bağlı Kuruluş Pazarlama Literatürü

Yazar(lar)	Araştırma Bulguları
Abdelhady vd., 2020	Araştırma sonuçları, müşteri sadakatinin seyahat ortaklığı web sitelerindeki memnuniyet ve güvenden doğrudan etkilendiğini doğrulamaktadır.
Ghosal vd., 2020	Biçimsellik, teşvik, algılanan güven, algılanan fayda, algılanan kolaylık, göreceli avantaj, uyumluluk, gözlemlenebilirlik gibi ilgili bağlı kuruluş pazarlama faktörlerinin, Milenyum kuşağının çevrimiçi satın alma konusundaki tutumunu şekillendirmeye yardımcı olduğu görülmektedir.
Olbrich vd., 2019	Bağlı kuruluşların tasarım parametreleri ve satıcının paralel arama motoru reklamcılığının her ikisi de, tıklamalardan satışa kadar uzanan bir bağlı kuruluş kampanyasındaki kullanıcıların tıklama yollarını etkiler. Bağlı kuruluşlar, bağlı kuruluş pazarlama kampanyalarında tıklamalar ve satışlar üzerinde olumlu etkiler sağlamak için farklı metin bağlantıları kullanılmalıdır. Bağlı kuruluşların reklam gösterimlerinin etkisi, bu nedenle yönetime ve tahmin edicilerine bağlıdır.
Wijer, 2019	Sonuçlar, bağlı kuruluş pazarlama modeli dâhilinde yayıncı ve satıcı arasındaki şeffaflığı artırmak için blok zinciri teknolojisine yer olduğunu göstermektedir.
Suchada vd., 2018	Bağlı kuruluş sistemindeki yayıncıya duyulan güvenin, oda rezervasyonunu önemli ölçüde etkileyen anahtar faktör olduğunu göstermektedir.
Beranek, 2018	Bağlı kuruluşlarla uzun vadeli bir ilişkinin satıcılar için (özellikle aktif olan ve daha fazla müşteriyi tüccara yönlendiren bağlı kuruluşlarla) avantajlı olduğunu doğrulanmaktadır. Ayrıca, ekonomik faydaların ve iletişimin (kalitesi dâhil) bağlı kuruluş pazarlama performansını kritik bir şekilde etkilediği hipotezlerini desteklenmektedir.
Brunius ve Lind, 2017	Ampirik bulguların sonucu, bağlı kuruluş pazarlamasının İsveç moda şirketlerinin genişlemesi üzerinde bir etkisi olduğuna dair göstergeler vermiştir.
Jadhav ve Chandra, 2016	Müşteriler, yenilikçi bağlı kuruluş programları uygulayan çevrimiçi pazarlamacılar tarafından sunulan ürün/hizmetlerin marka itibarını önemli ölçüde tercih etmektedir. Dolayısıyla bağlı kuruluş pazarlaması, müşterinin zihnindeki marka imajını güçlendirmektedir.
Bowie vd., 2014	Bağlı kuruluş pazarlamasında teknolojiye dayalı ölçüm yaklaşımlarında artan bir değişim ihtiyacı bulunmaktadır.
Gregori vd.,2013	Bağlı kuruluşların, yetkinliklerini ve dürüstlüklerini tüketicilere göstermeleri önerilmektedir. Entegre rezervasyon motorlarına sahip bağlı kuruluşların, yapısal güvenceler yoluyla ve web sitelerinde arka plan bilgileri sağlayarak tüketicinin belirsizliğini azaltması gerekir.
Rinta-Kanto, 2012	Satış geliri ve satış sayısı ile ölçüldüğünde, genel olarak geleneksel reklam kampanyalarının bağlı kuruluş kanalı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Satış promosyon reklamcılığı, bağlı kuruluş kanalı üzerinde özellikle olumlu bir etkiye sahiptir. Sonuçlar, çevrimdışı reklamcılık ve bağlı kuruluş pazarlamasının önemli bir pozitif sinerji etkisi yaratması nedeniyle, bağlı kuruluş kanalının genel pazarlama karışımının önemli bir parçası olarak görülmesi gerektiğini göstermektedir.
Choi ve Kong, 2010	Sonuçlar, bağlı kuruluş programının hizmet şirketlerinde müşterilerle ilişkiyi sürdürmek için çok önemli olduğunu göstermektedir.
Daniele vd., 2009	Çalışma bulguları, bağlı kuruluş pazarlamasının seyahat ve turizm ürününün dağıtımı için önemli bir stratejik kanal haline geldiğini ve bağlı kuruluş ağlarının ortaya çıkması ve hem tüccarlar hem de bağlı kuruluşların artan karmaşıklığı ile disiplinin olgunlaştığını göstermektedir.
Limpchalerm vd., 2009	Reklam verenlerin bağlı kuruluş web sitesiyle ve o andaki pazar trendiyle tutarlı olan ürünleri veya hizmetleri, tıklama sayısının artmasına neden olmuştur.
Janssen ve Van Heck, 2007	Sonuçlar, yeni başlayan bağlı kuruluş ağlarının, arama motoru sonuçlarında reklam veren web sitelerinin sıralamasını etkili bir şekilde iyileştirdiğini göstermektedir. Ayrıca, bağlı kuruluş pazarlama ağlarının arama motoru sıralamaları üzerindeki etkilerinin, rekabetin yüksek olduğu pazarlarda faaliyet gösteren reklam web siteleri için daha küçük olduğu bulunmuştur. Diğer bir bulgu da, arama motoru sıralamalarının iyileştirilmesinin bir sonucu olarak arama motorlarından gelen ziyaretçilerde bir artış olmasıdır. Son olarak, sonuçlar, bağlı kuruluş pazarlamasının arama motoru sıralamaları üzerindeki olumlu etkileri dikkate alındığında ortalama pazarlama maliyeti gibi bağlı kuruluş pazarlama programlarıyla ilişkili maliyet-fayda ölçütlerinin düşeceğini göstermektedir.
Fox ve Wareham, 2007	Çevrimiçi perakendeciler tarafından bağlı kuruluş izlemenin giderek daha önemli hale geldiği görülmüştür.

Bu çalışma, artan popülaritesi ve kullanımı dolayısıyla bağlı kuruluş pazarlaması hakkında geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma, bağlı kuruluş pazarlaması stratejilerinden bahsederek, işletme yöneticilerinin ve pazarlamacıların ilgili karar verme süreçlerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla öncelikle bağlı kuruluş pazarlaması kavramı, bağlı kuruluş pazarlamasının tarihi ve bağlı kuruluş pazarlamasının çalışma sistemi anlatılmış, ardından bağlı kuruluş pazarlamasında fiyatlandırma modelleri, bağlı kuruluş pazarlamasındaki taraflar ve bağlı kuruluş pazarlama programları incelendikten sonra çalışma bağlı kuruluş türleri, bağlı kuruluş pazarlaması avantajları/ dezavantajları ve bağlı kuruluş pazarlama stratejileri açıklanarak sonlandırılmıştır.

1. Bağlı Kuruluş Pazarlaması Kavramı

Bağlı kuruluş pazarlaması, pazarlamacılara trafiği dönüştürme konusunda bir komisyon ödendiği popüler bir işlem başına veya satış başına ödeme reklamı biçimidir. 2000'lerin başından itibaren çevrimiçi reklamcılığın kutsal kâsesi olarak nitelendirilen bağlı kuruluş pazarlaması, daha geleneksel görüntülü reklamcılık biçimlerini tamamlayarak Web'de yaygınlaşmıştır (Chachra vd., 2015: 41). Quinton ve Khan (2009), bağlı kuruluş pazarlamasını, her satış veya olası satış için ortaklara komisyon ödenmesini içeren çevrimiçi bir ortaklık olarak tasvir etmiştir (Quinton ve Khan, 2009:111).

Bağlı kuruluş pazarlaması, geniş anlamda çevrimiçi ortaklık, çevrimiçi bir tavsiye programı veya iki bağımsız tarafın (satıcılar ve bağlı kuruluşlar) karşılıklı bir anlaşma oluşturduğu, bağlı kuruluşların müşterileri satıcılara yönlendirmek, satıcıların ürünlerini ek dağıtım noktaları aracılığıyla tanıtmak ya da iletişim kurmak için finansal olarak teşvik edildiği çevrimiçi bir eylem olarak tanımlanır (Mariussen, 2012: 18). Bağlı kuruluş programı, bir işletme ile birçok bağlı kuruluş arasındaki bir düzenlemedir ve binlerce satış gücüne anında erişime benzer trafik ve işlemler oluşturmak amacıyla tek yönlü bağlantı ile karakterize edilir (Chatterjee, 2002: 715). Bağlı kuruluş pazarlaması literatürde bir çevrimiçi dağıtım kanalı olarak veya çevrimiçi promosyonun bir yolu olarak sunulmaktadır. Bu iki nedenle açıklanabilir (Mariussen, 2012: 20-21):

* Bağlı kuruluş pazarlaması, bir dağıtım kanalıdır çünkü bağlı kuruluşların ürünleri satıcıdan son kullanıcıya taşıdığı ve web sitelerinde tüketime hazır hale getirdiği tipik dağıtım uygulamaları veya etkinlikleri; bağlı kuruluşların/ satıcıların taraflar arasındaki mülkiyet, kontrol ve iletişim akışlarını yönettiği yerleri içerir.

* Bağlı kuruluş pazarlaması, e-ticaretin ve çevrimiçi satışın bir yönü olarak tanımlanabilir çünkü burada komisyon kazanmak için başkasının ürün/ hizmetlerini tanıtmaya gerçekleşir. Satış promosyonu işlevini taşıyan bağlı kuruluş pazarlamasına bir örnek, müşterilerin tıklamalarını takiben satıcıya aktaran ve bağlı kuruluşlara sağlanan trafik veya diğer önceden tanımlanmış eylemler temelinde ödeme yapan çevrimiçi kuponlar veya indirimler olabilir.

Bağlı kuruluş pazarlaması, bir satıcının, içerik sağlayıcı aracılığıyla işletmenin web sitesine gelen müşteriler tarafından üretilen satış gelirlerinin yüzdesini paylaştığı bir çevrimiçi reklamcılık türüdür. Partick ve Hee (2019), bağlı kuruluş pazarlamasını, bir işletmenin ürünlerinin satışını dış kaynak olarak kullanması için bir teknik olarak tanımlamaktadır. Bağlı kuruluş olarak da adlandırılan içerik sağlayıcı, genellikle web sitesine çevrimiçi bir reklam (örn. başlık veya metin bağlantısı) yerleştirir. Ziyaretçiler reklamı tıkladıklarında, satıcının web sitesine yönlendirilirler ve üyelik, ziyaretçilerin bilgisayarlarında depolanan bir çerez tarafından izlenir. Reklam verenler (satıcılar), içerik sağlayıcılarının hizmetleri için yalnızca web sitelerinden gelen ziyaretçiler belirli bir işlemi gerçekleştirdiğinde (ürün satın alınması, bültene aboneliği vb.) ödeme yapar (Benediktova ve Nevosad, 2008: 4; Patrick ve Hee, 2019: 703).

Bağlı kuruluş pazarlaması, bir işletmenin, bağlı kuruluşların pazarlama çabaları aracılığıyla yönlendirilen her bir müşteri için bağlı kuruluşlarına ödeme yaptığı, öne çıkan, çağdaş bir performans tabanlı internet pazarlaması türüdür (Weijer, 2019: 11). Bağlı kuruluş pazarlaması, markayı veya ürünleri tanıtan web sitesini tanımlamak için bağlı kuruluş veya yayıncı terimlerini kullanır. Bağlı kuruluş pazarlaması, yalnızca banner reklamcılık değildir. Tüketiciler bu banner'ları görmezden gelmeyi öğrendikleri için başarılı iştirakler birlikte çalıştıkları reklam verenlere satış oluşturma amacıyla daha ilgi çekici taktikler kullanırlar ve satışların çoğu, şimdi satın al veya buradan alışveriş yap türü düğmelerin

arkasına gizlenmiş metin bağlantılarından gelir. Bununla birlikte bağlı kuruluş pazarlamasının genel pazarlama karmasındaki değerleri şunlardır (Vynogradova vd.,2018: 112):

* Temas noktalarında mevcudiyet: Doğru zamanda doğru mesajla hedef pazara ulaşmak büyük önem taşımaktadır. Yayıncılar, bir kullanıcı yolculuğunda farklı temas noktalarında bulunur ve onları son satın alma işlemine yönlendirir.

* Veri öngörüsü: Doğru veri noktaları yakalanırsa, reklam verenler bir müşterinin yayıncı tarafından önerilen değerini anlayabilir. Bu tür zengin bilgiler, reklam verenlerin hangi kanalın en fazla değeri sağladığı ve pazarlama bütçesini nereye yatıracağı konusunda bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilir.

* Yeniliği besleme: Dijital alana giren yeni teknolojiler ve girişimler, gelir yaratmaları için genellikle bağlı kuruluş pazarlamasına güvenir. Riskten kaçınan reklam verenler, satış başına maliyet modeli üzerinde yeni yayıncılarla çalışmak için bu pazarlama türünü değerlendirir.

* Yatırım getirisi: Bağlı kuruluş pazarlaması, çoğu çalışmada en yüksek yatırım getirisi sağlayan kanallardan biri olarak gösterilmektedir.

2. Bağlı Kuruluş Pazarlamasının Tarihi

Bağlı kuruluş pazarlamasının tarihi 1989 yılına kadar uzanmaktadır. William J. Tobin, şirketi PC Flowers & Gifts aracılığıyla ürünlerini Prodigy ağında tanıtmak için tasarlanan ilk bağlı kuruluş pazarlama programını kurmuştur. Her satış için PC Flowers & Gifts, Prodigy'ye bir komisyon ödemiştir. Prodigy, ücretli kullanıcılara geniş bir hizmet yelpazesi sunan çevrimiçi bir hizmettir. Haberler, hisse senetleri ve hava durumu bilgileri, e-alışveriş, haberler, hisse senetleri ve çok daha fazlasını içerir. Tobin'in yaratıcı konsepti, Prodigy için milyonlarca dolar kâr üretmiştir (<https://www.affiliatemarketertraining.com/>, 2020; Batalha, 2018). Tobin, 22 Ocak 1996 tarihinde izleme ve bağlı kuruluş pazarlaması üzerine bir patent başvurusunda bulunmuş ve 31 Ekim 2000'de, ABD'de 6,141,666 numaralı patentini almıştır. Tobin ayrıca bağlı kuruluş pazarlaması ve takibi için Japonya'da 5 Ekim 2007'de 4021941 patent numarasını ve 17 Mart 2009'da ABD'de 7,505,913 numaralı patenti almıştır (Venugopal vd., 2013: 51).

1994 yılında Geffen Records, sanatçılarının ve kayıtlarının bulunduğu içerikleri doğrudan CDnow şirketinin web sitesine yönlendiren bir bağlantı oluşturarak, CDnow ile işbirliğine gitmiştir. Ardından CDnow, diğer Web sitelerini de kendi sitesine bağlantılar koymaya motive edecek bir program başlatmış ve böylece ortaklıkları BuyWeb (daha sonra Cosmic Music Network olarak anılan) doğmuştur. BuyWeb programı zamanla büyüyünce, CDnow bir gelir paylaşımı düzenlemesi başlatmıştır. Buna göre, müşteriler, bir bağlı kuruluş Web sitesinden CDnow'un sitesine tıkladığında ve CD aldığı anda, satış gelirinin % 3 oranında geri ödeme yapacaktır. Hoffman ve Novak (2000), Cosmic Music Network'ün birkaç nedenden ötürü önemli olduğunu vurgulamaktadır (Hoffman ve Novak, 2000: 5):

* CDnow'a çok fazla sayıda potansiyel pazarlama ortağı sunmuştur.

* Program, CDnow'un en önemli müşteri edinme kaynaklarından biri olmuştur ve şirketin, aksi takdirde ulaşamayacağı potansiyel müşterilere reklam vermesine olanak tanımıştır.

* Program sayesinde CDnow, her üyenin sitesinden kaç ziyaretçinin geldiğini ve kaçının alıcıya dönüştürüldüğünü öğrenebilmektedir. Ziyaretçi sayısı, yeni müşteri sayısı, her üyenin Web sitesinden gelen tekrarlanan müşteri sayısı ve müşteri başına ortalama kâr hakkındaki kendi verileriyle CDnow, bir müşterinin yaşam boyu değerini tahmin etmek için ihtiyaç duyduğu her bilgiye sahiptir.

1994 yılında Lou Montulli tarafından çerezlerin icadı bağlı kuruluş pazarlamasında performansı daha doğru izleme yeteneğini kolaylaştırarak bir başka kilometre taşı olmuştur (Batalha, 2018). 1996 yılında Amazon, Amazon Associates olarak adlandırdığı bağlı kuruluş pazarlama programını kurmuş ve halka açık olarak kullanmaya başlamıştır. Program, kişilerin web sitelerine Amazon ürünlerine bağlantılar ekleyebilmeleri için kaydolmalarını gerektiriyordu. Her satış için Amazon, bağlı kuruluşlarına elde edilen kârın bir kısmını ödemiştir. Bu model daha sonra diğer birçok bağlı kuruluş ağı tarafından benimsenmiştir (<https://www.affiliatemarketertraining.com/>, 2020).

Cybererotica, tıklama başına maliyet programı (PPC) ile bağlı kuruluş pazarlamasının ilk yenilikçileri arasındadır. İlk belgelenmiş tıklama başına ödeme reklam modeli, Planet Oasis şirketi tarafından 1996'da piyasaya sürülmüştür. İlk bağlı kuruluş ağları (Commission Junction ve Clickbank) 1998'de kurulmuştur. Bu, Amazon ile ilgisi olmayan daha küçük şirketlerin bağlı kuruluşlara katılmasına izin vermiştir. Commission Junction ve Clickbank, hala küresel ölçekte bağlı kuruluş pazarlama hizmetlerinin en iyi sağlayıcıları arasındadır (Batalha, 2018). 2000 yılında Google, metin reklam yerleşimi ile Google arama alanında reklam vermek için kullandığı ortak satış programı olan Adwords'ü piyasaya sürmüştür. Öte yandan bağlı kuruluş pazarlaması tarihindeki diğer önemli olaylar şu şekilde özetlenebilir (Tzortzis, 2020; Batalha, 2018; Carr, 2020):

* 2000 yılında Amerika Birleşik Devletleri FTC (Federal Ticaret Komisyonu), çevrimiçi pazarlama dünyasındaki meşruiyetini sağlamlaştırmaya yardımcı olan sektöre yönelik bir dizi kılavuz yayınlamıştır.

* 2003'te Missy Ward ve Shawn Collins, Affiliate Summit'i kurmuştur.

* 2005 yılında, Japon e-ticaret şirketi Rakuten, LinkShare Corp.'u 425 milyon dolara satın almıştır.

* 2008'de, Amazon ve iştiraklerine ilişkin bir mevzuat (The Affiliate Nexus Tax) ve pazarlamacıları korumak için Performance Marketing Association kurulmuştur.

* 2009 yılında FTC, tüm bağlı kuruluşların reklam verenleriyle olan maddi bağlantılarını açıklamasını sağlamak için yeni kurallar açıklamıştır.

*2012 yılında Affiliate Management Days Konferansı Geno Prussakov tarafından başlatılmıştır.

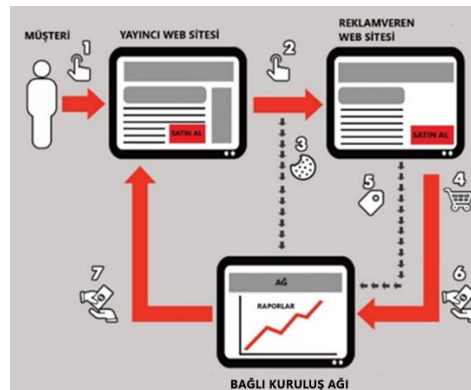
* 2013 - ABD Kongresi, Marketplace Fairness Act'ı yürürlüğe koymuştur.

3. Bağlı Kuruluş Pazarlaması Çalışma Sistemi

Bağlı kuruluş pazarlaması, web siteleri /blog'lar aracılığıyla bağlı kuruluş olarak adlandırılan bir acentenin, doğrudan ürünleri satın alan, satıcı bültenine kayıt olan veya sadece siteye göz atan müşterileri çektiği bir iş ortaklığı olarak görülebilir. Bağlı kuruluşlar, esas olarak ağlarda toplanır ve müşterilerle işletmeler arasında aracı görevi görür (Prabhu ve Satpathy, 2015: 279). Bağlı kuruluş pazarlama ağları, genellikle reklam veren veya satıcının web sitesinden, bağlı kuruluşun web sitesine köprüler içeren birden çok web sitesinden oluşur (Janssen ve Van Heck, 2007: 2).

Çoğu reklam veren, bağlı kuruluş kampanyalarını yönetmek için bir bağlı kuruluş ağı kullanır (Şekil 2). Ağ, bağlı kuruluşların web sitelerindeki banner ve metin bağlantılarının arkasında bir dizi izleme bağlantısı sağlar. Müşteri, bu bağlantıyı tıkladığında bilgisayarına bir çerez bırakılır ve bu tıklama bağlı kuruluş ağı tarafından kaydedilir. Müşteri daha sonra satın alma işlemini tamamladığında ve reklam verenin onay sayfasına ulaştığında bağlı kuruluş ağının izleme etiketi tetiklenir. Bu etiket, ilgili çerezi kontrol eder ve müşteri, bağlı kuruluş ağının yayıncılarından birinden gelmişse satış, ağ tarafından platformlarına kaydedilir. Bu platform aracılığıyla hem reklam veren hem de bağlı kuruluş, satışın izlendiğini ve bir komisyon verilebileceğini görebilmelidir (IAB Affiliate Marketing Working Group, 2016: 6).

Şekil 2: Bağlı Kuruluş Pazarlaması Çalışma Sistemi



Kaynak: (IAB Affiliate Marketing Working Group, 2016: 6)

Benzer şekilde Mathur vd. (2018), bağlı kuruluş pazarlamasının, içerik oluşturucu, satıcı ve bağlı kuruluş pazarlama şirketinden oluşan üç temel unsuru içerdiğini vurgulamaktadır. Bu üç temel unsur, birincisi içerik oluşturucu ile bağlı kuruluş pazarlama şirketi arasında ve diğeri, bağlı kuruluş pazarlama şirketiyle satıcı arasında olmak üzere iki ilişki boyutu oluşturur. Buna göre, bağlı kuruluş pazarlaması aşağıdaki gibi çalışır (Mathur vd.,2018: 3-4):

* Satıcılar ve içerik oluşturucular, bir bağlı kuruluş pazarlama şirketiyle sözleşme yapar.

* İçerik oluşturucular, bağlı kuruluş pazarlama şirketi aracılığıyla satıcıya satış sağlar; satışlar, içerik oluşturucu tarafından dağıtılması için bağlı kuruluş pazarlama şirketi tarafından yayınlanan-bağlı kuruluş URL'leri adı verilen-özelleştirilmiş URL'ler aracılığıyla izlenir.

* Bağlı kuruluş URL'leri kullanılarak her satış yapıldığında, satıcı, bağlı kuruluş pazarlama şirketi aracılığıyla içeriği oluşturan kişiye satıştan bir pay öder.

4. Bağlı Kuruluş Pazarlamasında Fiyatlandırma Modelleri

Bağlı kuruluş pazarlaması, müşteri edinmenin önemli bir kaynağı haline gelmiştir. İnterneti kullanarak bir satıcı, müşterileri Web sitesine yönlendiren bir bağlı kuruluş ağı oluşturabilir. (Libai vd., 2003: 303). Bağlı kuruluş pazarlama ödemelerinin kuralı, reklam verenleri boşa yapılan harcamalara karşı korumaktır. Örneğin, en iyi bağlı kuruluş ağlarından biri olan LinkShare, reklam verenlere, yalnızca kullanıcı tarafından bir satış veya başka bir özel eylem gerçekleştirildiğinde bağlı kuruluşlara ödeme yapmaktadır. LinkShare, bu yöntemin oldukça verimli olduğuna inanmaktadır. Aynı yolu izleyen Commission Junction da, yalnızca kullanıcı tarafından belirli bir işlem yapıldığında reklam verenden ücret alınacağını belirtir (Norouzi, 2017: 303). Bağlı kuruluş pazarlamasında reklamcılar içerik sağlayıcılara ödenecek komisyonları belirlemek için literatürde üç temel ödeme modeli kullanmaktadır. Bunlar; satış başına ödeme (PPS), potansiyel müşteri başına ödeme (PPL) ve tıklama başına ödemeyi (PPC) içerir:

* Tıklama başına ödeme (Pay-per-click, PPC): Sponsorlu arama bağlantıları gibi tıklama başına ödemeli çevrimiçi reklamcılık, performans dayalı reklamcılığın en başarılı ve en çok duyulan yöntemleri arasındadır. Google ve Yahoo gibi siteler için ana gelir kaynağı ve reklam endüstrisinin en hızlı büyüyen alanlarından biridir (Dellarocas, 2012: 4). Reklam verenin web sitesine giden bağlantıdaki her tıklama için içerik sağlayıcıya komisyon ödenir. Google, anahtar kelimelerin popülerliğine bağlı olarak tıklama başına 0,01 \$ ve üzeri ücret alır. Tıklama başına ödemenin bir dezavantajı, tıklama sahtekârlığıdır. Tıklama oranı yapay olarak şişirilebilir (Norouzi, 2017: 305; Dickinger, 2008: 560).

* Potansiyel Müşteri Başına Ödeme (Pay-per lead, PPL): Ödemenin yalnızca uygun potansiyel müşterilere dayandığı bir çevrimiçi reklam ödeme modelidir. Bir PPL sözleşmesinde, reklam veren yalnızca hedef sitesinde oluşturulan olası satışlar için ödeme yapar. Bu yöntem, ziyaretçilerin bir reklam banner'ına yanıt olarak belirli bir işlem yapmasını (örn. bir hesaba kaydolma) gerektirir. Kaydolmayan ziyaretçiler için ödeme yapılmaz (Dickinger, 2008: 560; Hossan ve Ahammad, 2013: 107).

* Satış başına ödeme (Pay-per-sale, PPS): Reklam veren, bağlı kuruluş satışların dönüştürülmesine dayalı olarak ödeme yapar. Müşteriler, reklam verenin sitesinde bir bağlı kuruluş bağlantısını izler ve ortaklık sözleşmesi uyarınca satın alma işlemi gerçekleştirirse, bağlı kuruluş ödeme yapılır. Ödemeler genellikle daha yüksektir çünkü hedef site için daha değerlidir. Örneğin Amazon, satılan ürüne bağlı olarak % 15'e kadar komisyon öder (Dickinger, 2008: 560; Hossan ve Ahammad, 2013: 107).

5. Bağlı Kuruluş Pazarlamasındaki Taraflar

Weijer (2019), bağlı kuruluş pazarlamasındaki tarafları satıcı, yayıncı, ağ ve müşteri olarak dört gruba ayırmaktadır. Başarılı bağlı kuruluş pazarlamasının anahtarı, satıcı ve yayıncı arasında bir kazan-kazan ilişkisinin kurulmasında yatmaktadır. Yayıncı, belirli ürünler için işe yarayacağını düşündüğü her türlü dijital pazarlamayı kullanarak satıcının ürünlerini tanıtır. Satıcı ürünleri satar ve yayıncıyı komisyon ücreti ile ödüllendirir. Bu, fiziksel bir ürün satmakla sınırlı değildir; satıcının web sitesinde meydana gelebilecek herhangi bir (dijital) işlem de olabilir. (Weijer, 2019: 12). Suchada vd. (2018), bağlı kuruluş pazarlamasındaki tarafları; (i) mağaza ve marka adlarıyla bilinen girişimciler veya satıcılar, (ii) ödeme dâhil olmak üzere komisyonculara veya satış sunucularına pazarlama tekliflerini denetleyen ve sunan bağlı

kuruluş ağı, (iii) Müşterilere ürün/ hizmetler için halkla ilişkiler ve reklam yapan halkla ilişkiler görevlileri (yayıncılar) veya brokerler/ temsilciler (bağlı kuruluşlar), (iv) ürün/ hizmet satın alan tüketiciler veya müşteriler olmak üzere dört gruba ayırmıştır (Suchada vd., 2018: 133). Jurisova (2013), bağlı kuruluş pazarlamasındaki tarafları şu şekilde özetlemektedir (Jurisova, 2013: 107):

* Bağlı kuruluş ağı, satıcılar tarafından oluşturulan bağlı kuruluş programlarının yer aldığı ve çalıştırdığı bir web sunucusudur. Bağlı kuruluş ağının değeri, aktif bağlı kuruluş programlarının sayısı ve mevcut bağlı kuruluş sayısı ile ifade edilir. Bazı ağlar, ağa erişim için ücret gerektirirken diğerleri satış komisyonu prensibi üzerine çalışır.

* Satıcı, kârını artırmak ve ürününü internet kullanıcıları arasında nispeten düşük bir maliyetle genişletmek için bağlı kuruluş ağlarına giren veya bağlı kuruluş programını oluşturan sponsordur. Ancak bağlı kuruluş daha sonra bir tür eylem gerçekleştirilmelidir. Bu genellikle satışla ilgilidir, ancak kayıt ve formu doldurmak vb. için bir komisyonu olan programlar da vardır.

* Bağlı kuruluş (aracı), belirli bir ortaklık programına kaydolabilen ve ürünü çevrimiçi ortamda tanıtabilen kişidir. Promosyon biçimleri çeşitlidir, ancak çoğunlukla banner ve basit metin reklamlardan oluşur. Her bağlı kuruluş, sistemin faaliyetlerini tespit edip kaydedebileceği ve kimlik haline gelen kendi özel yönlendirme bağlantısını alır. Yönlendirme bağlantısı dışında ziyaretleri kaydetmek için çerezler de bulunur. Bağlı kuruluş pazarlaması bağlamında, çerezler sistemin, müşterinin ürünle birlikte sayfaya hangi referans hattından geldiğini ve ne zaman geldiğini hatırlamasını sağlar. Bununla birlikte Edelman ve Brandi (2015), bağlı kuruluş pazarlamasındaki tarafları üç gruba ayırmış ve şu şekilde özetlemiştir (Edelman ve Brandi, 2015: 4):

* Bağlı kuruluş veya yayıncı: Ziyaretçilerine bağlantılar sunan bir web sitesidir

* Ağ: Satıcıları ve bağlı kuruluşları birbirine bağlar. Çoğu satıcı, izleme, yönetim ve muhasebe amaçları için (hangi kullanıcıların hangi bağlantıları tıkladığını ve hangi satın alma işlemlerini yaptığını kaydetmek, bağlı kuruluşların link alması ve sonuçları kontrol etmesi için güvenli bir web sitesi sağlamak, bağlı kuruluşlarına ödemeler yapmak vb.) ağlara güvenir.

* Bağlı kuruluş programı yöneticisi: Bağlı kuruluş programının, ortaklara ne kadar ödeme yapacağını, hangi davranışlara izin verileceğini ve hangi bağlı kuruluşların kabul/red edileceğini içeren kuralları belirler.

6. Bağlı Kuruluş Pazarlama Programları

Libai vd. (2003), bire-bir bağlı kuruluş programı ve bire-çok bağlı kuruluş programı olmak üzere iki farklı türde bağlı kuruluş programını tanımlamaktadır. Rakuten ve Forrester Consulting tarafından yapılan bir araştırma, satıcıların yaklaşık % 83'ünün yayıncılara bağlanmak ve her türlü performans ölçütlerini görüntülemek için bir bağlı kuruluş ağı kullandığını ve % 11'inin bunu gelecekte dâhil etmeyi düşündüğünü göstermiştir. Yayıncıların % 71'i, üç veya daha fazla olmak üzere birden çok ağa bağlanmaktadır. Bununla birlikte bağlı kuruluş pazarlama programlarının temel özellikleri şu şekildedir (Libai vd.,2003: 304; Weijer, 2019: 13):

* Bire-çok bağlı kuruluş programı: Bu tür programlar, bir satıcı çok sayıda bağlı kuruluşla bağlantı kurmak istediğinde kullanılır. Satıcı, anlaşmanın şartlarını belirler ve her potansiyel bağlı kuruluş bu şartlar altında katılıp katılmayacağına karar verir. Amazon Associates programı, en tipik örnekler arasındadır. Amazon, bağlı kuruluş Web sitesinden Amazon.com'a yönlendirilen müşterilerden kaynaklanan herhangi bir satıştan % 15'e kadar komisyon ödemektedir. Ancak bağlı kuruluşların çok sayıda olması, eylemlerini izlemeyi zorlaştırmaktadır ve programı kötüye kullanma fırsatı vardır. Bağlı kuruluşlar, satın alma niyetinde olmayan kişileri yönlendirerek, sahte potansiyel müşteriler için yönlendirme ücreti toplayabilir. Örneğin, Amazon, kişisel siparişler için ortak programların kullanımını açıkça yasaklar ve korur.

* Bire-bir bağlı kuruluş programı: Bu tür programlarda, satıcı ve bağlı kuruluş, müşterilerin bağlı kuruluş sitesinden satıcı sitesine yönlendirilmesini düzenleyen belirli bir sözleşmeyi müzakere eder. Bire-bir sözleşmeler, genellikle büyük miktarlarda para içerirken bazıları peşin ödenir ve çok sayıda potansiyel müşteriye erişimi olan bağlı kuruluşlarla imzalanır. Bire bir anlaşmalardaki bağlı kuruluşlar, anlaşmanın

şartlarını belirlemede önemli müzakere gücüne sahip güçlü işletmelerdir. Bu programa örnek olarak, AOL'un müşterileri sitelerine yönlendirmek için eBay ve 1-800-Flowers ile yaptığı özel anlaşmalar verilebilir.

7. Bağlı Kuruluş Türleri

Müşteri yolculuğunun farklı aşamalarında müşteriyle etkileşime giren çeşitli satıcılar vardır. İster bir ürüne yönelik ilk dikkati çekmek, ister müşteri adayını müşteriye dönüştürme yetenekleri sayesinde doğru satıcı karışımıyla, bir reklam veren, ürünlerinin müşteri yolculuğunun tamamını etkileyebilir. Bağlı kuruluş tarafından reklam verenlerin ürünlerini tanıtmak için seçilen yöntem, önemli bir farklılaşmadır. Her bağlı kuruluş türü değer, hacim ve erişim açısından farklı bir rol üstlenir. Bağlı kuruluşları bireysel bazda anlayarak, reklam verenler, belirli sektörlerde teslimat yapmak veya belirli ürünleri tanıtmak için kimin en iyi konumda olduğuna dair bilgiye sahip olacaklardır. Bu bağlamda, en yaygın bağlı kuruluş türleri ve müşteriyle etkileşimde buldukları aşamalar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Maile, 2018: 9; IAB Affiliate Marketing Working Group, 2016: 10-11; Sangwan , 2018: 201):

* Ödül siteleri: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin giderek daha bilinçli hale gelmesiyle, ödül sitelerinin popülaritesinde bir artış görülmektedir. Bu tür bağlı kuruluş, üyelerini bir reklam verenden kazandığı komisyon payı ile ödüllendirerek satışları artırır. Rekabetçi bir teklif sunulursa, ödül siteleri önemli miktarda hacim oluşturabilmektedir. İptal edilen rezervasyonlarda veya iade alımlarında komisyon ödememektен kaçınmak için gelişmiş bir doğrulama sürecinin olması önemlidir.

* Kupon ve fırsat siteleri: Bu tür siteler, kullanıcılarına satın alma işlemlerine karşı çevrimiçi olarak kullanılacak bir indirim kodu sunarak satış oluşturur. Özellikle kısa vadeli promosyonlar için dönüşümü artırmanın iyi bilinen bir yoludur.

* İçerik siteleri ve bloglar: Bu tür web siteleri, genellikle seyahat, spor kıyafetleri vb. belirli bir konu ve niş üzerinde uzmanlaşır, ayrıca benzersiz içeriğe sahiptir. İçerik yayıncısı, kendi alanında uzman olmayı hedeflemektedir. Bunu yaparak, bağlı kuruluş ile müşteri arasında katma değer ve artan güven yaratırlar. İçerik bağlı kuruluşları, bağlı kuruluş programının uzun vadeli stratejisinin önemli bir parçası ve değerli bir ortağıdır. İçerik siteleri, yeni bir kitleye ulaşmaya yardımcı olabilmektedir.

* E-posta: E-posta ortaklığı, bir marka adına dönüşüm sağlamak için hedeflenen e-postaları kendi (veya üçüncü taraf) veri tabanına gönderir. Hacmi artırmak için güçlü ve zamana duyarlı bir teklif gereklidir ve reklam ögesi düzenli olarak yenilenmelidir. Yerel ve marka düzenlemelerine uygun olduğundan emin olmak ve aşırı tanıtım veya veri tabanının tükenmesini önlemek için her zaman verilerin boyutunu ve kaynağını dikkate almak önemlidir.

* Nakit geri ödeme: Nakit geri ödeme bağlı kuruluşları, web siteleri üzerinden ürün/hizmet satın aldıktan sonra müşterilerin geri gelmeye devam etmelerini sağlamak için ödül olarak biraz para, puan veya kupon sunar. Sundukları para, her satış için reklam verenden aldıkları komisyonun bir parçasıdır. Bu nedenle, iş fikri, her müşteriye çok fazla trafik ve yüksek dönüşüm oranları sağlayan bir indirim (geri ödeme şeklinde) sunmak için kendi kârlarının bir kısmından vazgeçmektir.

* Karşılaştırma web siteleri: Bu tür siteler, genellikle belirli bir segmentte (oteller vb.) çok çeşitli perakendecilerden gelen teklifleri karşılaştırır ve bir algoritma kullanarak, belirli bir arzu ürün için en ucuz teklifi otomatik olarak belirler. Kullanıcıları genellikle fiyata çok duyarlıdır. Karşılaştırma web siteleri çekici bir teklif aracılığıyla büyük satış hacimleri oluşturabilir.

* Sosyal (Influencer) : Sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, sosyal yayıncılar veya etkileyiciler, izleyicileriyle etkileşim ve diğer yollarla daha doğrudan ve kişisel bir düzeyde bağlantı kurarak son birkaç yılda önemli bir ivme kazanmıştır. Bu güven seviyesi, ürünlerini tanıtmaya çalışan markalar tarafından oldukça arzu edilen bir durumdur. Bu tür bağlı kuruluş, sosyal ağlarda veya sponsorlu tweet'lerle yüksek oranda hedeflenmiş yayınlar aracılığıyla çalışır ve farkındalığı arttırmaya yardımcı olabilir.

* Yeniden hedefleme : Bağlı kuruluşları en yaygın olarak reklam verenin sitesine yerleştirdikleri etiketler yoluyla yeniden hedefler ve satın alma işlemini tamamlamayan tüketicilerle yeniden etkileşim

kurmaya çalışır. Yeniden hedefleme bağlı kuruluşu, müşterileri sitede kalmaya, ürünler hakkında araştırma yapmaya ve ürünü satın almaya (örn.e-posta göndererek) ikna etmeye çalışır.

* Tıklama başına ödeme (PPC) ortaklığı: Bu tür bağlı kuruluş, özel olarak oluşturulmuş bir açılış sayfası aracılığıyla alakalı anahtar kelimelere teklif vererek bir reklam verenin sitesine trafik çeken bir arama uzmanıdır. Genellikle işlem başına maliyet (CPA) temelinde çalışır, ancak bazen hibrit ticari anlaşmalar gerektirir. PPC bağlı kuruluşu ile başarılı bir çalışmanın anahtarı, bağlı kuruluşların uyumlu olmasını sağlamaya yardımcı olan katı kurallar oluşturmaktır.

8. Bağlı Kuruluş Pazarlaması Avantajları ve Dezavantajları

Günümüzde internet reklamcılığı alanı, bir satıcı ile içerik sağlayıcılar arasında satıcının ürünlerini veya hizmetlerini web sitelerinde tanıtmak için yapılan bir anlaşma olarak tanımlanabilecek bağlı kuruluş pazarlaması gibi çok hızlı temel değişikliklere tanık olmuştur. (Mohamed ve Fahmy, 2013: 120). Bağlı kuruluşlar, ortalama ziyaretçi profillerini iyi bildiklerinden ve müşteri yönlendirmesinden elde edilen geliri en üst düzeye çıkarmak için ilgili ürünleri başarılı bir şekilde tanıtmaya ilgi duyduklarından, bağlı kuruluş pazarlaması belirli hedef segmentlere ulaşmada oldukça etkilidir. Maliyet açısından bağlı kuruluş pazarlaması, reklam alımıyla ilgili düşük idari maliyetlerle ilişkilidir. Buna ek olarak, satıcılar her bir iştirakin üretilen satış hacimlerine katkısını ekstra maliyet olmadan izleme çözümleri ile ölçebilir. Bu sadece belirli pazarlama giderlerinin yatırım getirisinin hesaplanmasına izin vermekle kalmaz, aynı zamanda tüketici trendleri ve satın alma davranışı hakkında neredeyse gerçek zamanlı değerli veriler sağlar (Gregori vd.,2014: 197).

Doğası gereği bağlı kuruluş pazarlaması, her iki taraf için de potansiyel bir kazan-kazan durumunu temsil eder ve açık bir pazar yeri şeklinde düşünülebilir. Bağlı kuruluşlar, envanter ve altyapıya yatırım yapmadan gelir akışı oluşturma fırsatına sahiptir. Bu noktada yapılması gereken, bağlı kuruluşun reklam verenleri tarafından satılan ürün/hizmetlerle ilgilenen müşterileri elde etmek için yeterli çekiciliğe sahip web siteleri oluşturma yeteneğidir. Daha fazla reklam veren, bağlı kuruluş pazarlama programı başlattıkça ve daha fazla bağlı kuruluş pazara katıldıkça, bağlı kuruluş pazarlaması gelecekte e-ticaret işletmeleri için temel bir pazarlama stratejisi haline gelecektir (Duffy, 2005: 163).

Bağlı kuruluş pazarlamasında, başarılı olmak için sabır ve kararlılığa sahip olmak gerekir. Bağlı kuruluş pazarlaması, e-posta, haber bültenleri, web siteleri veya bloglar aracılığıyla yapılabilir. Bunlardan herhangi birini kullanarak doğru kitleye ve doğru içerikle ulaşmak başarının bir başka anahtarıdır (Venugopal vd.,2013: 53). Bağlı kuruluş pazarlaması, çevrimiçi pazarlamanın sunduğu kişisel satış ve teknoloji çözümlerinin değerini birleştirir. Düşük bütçeli işletmelere kârı ve markasının bilinirliğini artırma fırsatı sunar (Jurisova, 2013: 106).

Satışların artması ve reklam maliyetlerinin düşürülmesi açısından bağlı kuruluş pazarlamasının faydaları açıktır. Ancak finansal faydalara rağmen, pazarlama çabalarını bağlı kuruluşlara emanet etmek çeşitli zorlukları da beraberinde getirebilmektedir. Bu zorluklar; dolandırıcılık tespiti, bağlı kuruluşları uygun şekilde yönetme, bağlı kuruluşları marka riskleri için izleme ve arama motorlarında ticari markaların bağlı kuruluş kullanımının izlenmesini içerebilmektedir. Dolandırıcılık sürekli bir sorundur ve özellikle bağlı kuruluş programları çok sayıda kuruluş içerebildiği için yönetilmesi zordur (Fox ve Wareham, 2007: 128-129).

Birçok bağlı kuruluş pazarlama programında komisyon, yalnızca müşteri bir satın alma işlemi gerçekleştirdiğinde ödenir. Dolayısıyla, bir satıcıdan ücret almak için, bağlı kuruluş, satıcının kaydının gerçekten ekstra satışa neden olduğunu göstermesi gerekir. Ek olarak, bağlı kuruluş, kayıtları doğrudan değiştirmek için satıcının sunucusuna girebilir (Norouzi, 2017: 304) Reklam yazılımı, bağlı kuruluş pazarlamasının en büyük sorunlarından biri olarak düşünülebilir. Tüketiciler, reklam yazılımı olan bir bilgisayardaki bir web sitesini ziyaret ettiğinde, tarayıcı tüketiciyi bağlı kuruluş bağlantısı aracılığıyla yeniden yönlendirecektir. Tüketici daha sonra bir satın alma işlemi yaparsa bağlı kuruluş haksız yere alacaklandırılacaktır (Mikkila, 2019: 32). Öte yandan, Tablo 1, satıcı ve bağlı kuruluş açısından bağlı kuruluş pazarlamasının avantajlarının ve dezavantajlarının bir özetini sunmaktadır (Mariussen, 2012: 34-35):

Tablo 1: Bağlı Kuruluş Pazarlaması Avantaj ve Dezavantajları

Bağlı Kuruluş Pazarlamasının Avantajları	
Satıcı Perspektifinden Avantajlar	Bağlı Kuruluş Perspektifinden Avantajlar
*Düşük maliyetli satış ve pazarlama hizmetleri *Performansa dayalı komisyonlar *Kapsamlı kullanıcı tabanlarına anında erişim *Çok az ek zaman yatırımı *Web sitesine gerek olmaması *Ek çevrimiçi satış noktaları aracılığıyla tanıtım *Gelişmiş erişim *Yeni pazarlara açılma *Marka bilinirliğini artırma fırsatı *Doğru izleme olanağı *Öngörülebilir maliyetler *Arama Motoru Görünürlüğü	*Sabit gelir *Esnek çalışma saatleri *Risksiz yarı zamanlı veya ikinci bir işe sahip olma fırsatı *Başlangıç sermayesi yatırımı olmaması *Ürün üretmeye, sipariş göndermeye veya envantere sahip olmaya gerek olmaması
Bağlı Kuruluş Pazarlamasının Dezavantajları	
Satıcı Perspektifinden Dezavantajlar	Bağlı Kuruluş Perspektifinden Dezavantajlar
*Ekstra kaynak gereksinimleri *Yüksek komisyonlar *Bir program başlatma maliyeti (örn. teknoloji yatırımı, bağlı kuruluş ağlarının maliyetleri) *Tüm bağlı kuruluşları takip etme, satışlardan sorumlu bağlı kuruluşları belirleme ve kredilendirme maliyetleri *Bağlı kuruluş eğitim maliyetleri *Artan yönetim seviyesi *Artan iletişim maliyetleri *Markanın etkisini azaltabilecek odaklanmamış bağlı kuruluşlar *Bağlı kuruluşun sahtekârlık faaliyetleri, ör. daha fazla satış, spam gönderme, istenmeyen e-postalar, PPC sahtekârlığı, hatalı reklam, yazım hatası	*Düzensiz ödemeler *Düşük komisyonlar *Trafik oluşturmanın zorlukları ve maliyeti *Çeşitli satıcılarda birden çok bağlı kuruluş programının kaynak gerektiren yönetimi *Hatalı izleme

Kaynak: (Mariussen, 2012: 34-35)

9. Bağlı Kuruluş Pazarlama Stratejileri

Bağlı kuruluş pazarlaması, satışları artırmak ve çevrimiçi gelir elde etmek için popüler bir taktiktir. Markaların % 81'i ve yayıncıların% 84'ü bağlı kuruluş pazarlamasının gücünden yararlanmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde her yıl bağlı kuruluş pazarlama harcamalarında % 10,1'lik bir artış mevcuttur. 2017 yılının Mart ayında, Amazon bağlı kuruluş yapısını değiştirmiş ve içerik oluşturucular için ürün gelirinin % 1-10'u oranında oranlar sunarak bağlı kuruluşlara satış yaptıkları sektöre göre pasif gelirlerini önemli ölçüde artırma fırsatı sağlamıştır. Enfroy (2020), etkili bir bağlı kuruluş pazarlaması için dört strateji önermektedir (Enfroy, 2020):

* Yalnızca çok aşına olunan ürünleri tavsiye etmek: Hedef kitleyle güven oluşturmak, bağlı kuruluş pazarlamasında çok önemlidir ve güveni kaybetmenin en hızlı yolu, daha önce bizzat kullanılmamış veya kitle için uygun olmayan ürünleri önermektir.

* Birçok farklı satıcının ürünlerini tanıtmak: Bu bağlı kuruluş pazarlama stratejisi, alınan komisyonların sayısını çeşitlendirecek ve bağlı kuruluş web sitesi oluştururken sabit bir gelir akışı yaratacaktır.

* Dönüşüm oranlarını sürekli olarak test ve optimize etmek: Web sitesini test edip optimize ederek, çok daha az çabayla çok daha iyi sonuçlar almak mümkündür

* Bağlı kuruluş trafik kaynaklarına odaklanmak: Trafığın nereden geldiğini ve hedef kitlenin demografisini bilmek önemlidir. Bu, en iyi bağlı kuruluş ürün önerilerini sunabilmek için mesajları özelleştirmeye olanak tanır. Sayfada geçirilen süre, hemen çıkma oranı, coğrafi konum, yaş, cinsiyet, günün saati, cihazlar (mobil ve masaüstü) gibi şeyleri ve daha fazlasını görüntülemek için Google Analytics verileri kullanılabilir. Bununla birlikte, bağlı kuruluş pazarlamasında aşağıdaki 8 adıma dikkat edilmesi de önemlidir (Taylor, 2020):

- * Hitap edilen niş pazarı, belirli bir başarı seviyesine ulaştırtan sonra genişletmek
- * Rakiplerin rekabet edemeyeceği içerikler oluşturmak
- * Tüketicie değer katan bir marka oluşturmak
- * Tek bir trafik kaynağına güvenmemek
- * Siteyi mobil uyumlu hale getirmek
- * Bağlı kuruluş gelirini arttıran ürünlerin tanıtımına ağırlık vermek
- * Anahtar kelime hedeflemeye değil, konu hedeflemeye odaklanmak
- * Ürün önerileri için müşterinin dikkatini çekecek ilginç içerikler kullanmak

Herhangi bir işletmenin ilk altın kuralı, talebi belirlemektir. Bağlı kuruluş programında trend ürünlerin satışından uzak durmak gerekir. Kısa vadede çok satış sağlayacak ürünlerin yerine, hedef kitlenin ihtiyaçlarına yönelmek, uzun vadeli satış hedeflerini karşılayacaktır. Bir diğer husus, sunulan ürün/hizmetleri farklılaştırma, işletmenin rakiplerinden öne çıktığını noktaları vurgulamaktır (Venugopal vd., 2013: 53-54). Business Insider'a göre, bağlı kuruluş programlarının kullanımından elde edilen gelir 2015'ten bu yana yılda % 10 artmış ve bu dinamiğin 2021'e kadar devam etmesi beklenmektedir. Dolayısıyla, bu pazarlama stratejisinin hem e-ticaret hem de iştirakleri için etkili olduğu açıktır. Amazon Associates ve tanınmış ortaklık programına ek olarak, birçok e-ticaret şirketinin benzer stratejileri vardır. Öne çıkanlar şunlardır (E-commerce Nation, 2019):

* Etsy :% 4'lük düşük komisyonuna rağmen, Etsy çok geniş bir kitleyi çeken çok çeşitli ürünlerle en ilginç ortaklık programlarından birine sahiptir.

* eBay : % 40 ile % 80 arasında çok yüksek komisyonlarla, eBay'in bağlı kuruluş programı Amazon'la rekabet ederek üçüncü taraf web sitelerinden ve uygulamalarından para kazanmak için çeşitli çözümler sunar.

* Zalando : Zalando'nun bağlı kuruluş komisyonları % 8'dir, ancak çevrimiçi olarak temin edilecek geniş bir giysi, aksesuar ve ayakkabı yelpazesine sahiptir.

* AliExpress: % 50'ye varan değişken komisyonu ile AliExpress rakipleriyle rekabet eder ve 2010'da kurulmasına rağmen, bağlı kuruluş programı e-ticarette bir referanstır.

Sonuç

Bağlı kuruluş pazarlaması, satıcı ve içerik sağlayıcıları arasında, satıcının ürün/ hizmetlerini web sitelerinde tanıtmak için yapılan bir sözleşmedir ve geçmişi 1989 yılına kadar uzanmaktadır. Bağlı kuruluş pazarlamasının tarafları arasında satıcı, bağlı kuruluş, bağlı kuruluş ağı ve müşteri bulunur. Bağlı kuruluş türleri, ödül siteleri, kupon ve fırsat siteleri, içerik siteleri ve bloglar, e-posta, nakit geri ödeme, karşılaştırma web siteleri, sosyal (influencer), yeniden hedefleme ve tıklama başına ödeme (PPC) olarak sayılabilir. Bağlı kuruluş pazarlaması, satışları artırma ve yüksek gelir elde etmek için kullanılabilir. Ek olarak, yalnızca satış ya da olası satış durumunda ödeme yapıldığından uygun maliyet avantajı da sunmaktadır.

Öte yandan, bağlı kuruluş pazarlamasında temel fiyatlandırma modelleri, satış başına ödeme (PPS), potansiyel müşteri başına ödeme (PPL) ve tıklama başına ödemeyi (PPC) içerir. Bağlı kuruluş pazarlaması, başka bir işletmenin ürün ve hizmetini tanıtarak belirli bir komisyon kazanma sürecidir. Bu durumun faydaları arasında, geniş kullanıcı tabanlarına anında erişim, esnek çalışma saatleri, yeni pazarlara açılma, marka bilinirliğini artırma fırsatı, öngörülebilir maliyetler, arama motoru görünürlüğünün artması ve ürün üretmeye, web sitesine, sipariş göndermeye veya envantere gerek olmaması sayılabilir.

Bağlı kuruluş pazarlaması, performans dayalı bir pazarlama stratejisi olduğu için ayrıca reklam bütçesinin etkin kullanımını sağlar ve israf edilen parayı azaltır. Dolayısıyla işletmeler için son derece caziptir. Bununla birlikte etkili bir bağlı kuruluş pazarlama stratejisi geliştirmek için, rakiplerden farklılaşmak, tüketiciye değer katan bir marka oluşturmak, web sitesini mobil uyumlu hale getirmek, bağlı kuruluş gelirini arttıran ürünlerin tanıtımına ağırlık vermek, dönüşüm oranlarını sürekli olarak test etmek,

ürün önerileri için müşterinin dikkatini çekecek ilginç içerikler kullanmak ve birçok farklı satıcının ürünlerini tanıtmak önemli konulardır.

Bağlı kuruluş pazarlaması, özellikle son 15 yıldır popülerliğini arttırmaktadır ve gelecekte de bu artış eğiliminin devam etmesi beklenmektedir. Sonuç olarak, düşük maliyetle yüksek gelir elde etmek isteyen işletmeler için, bağlı kuruluş pazarlaması, pazarlama ve satış süreçleri boyunca, öncelikli olarak düşünülmeli gereken bir pazarlama aracıdır. Daha fazla reklam bağlı kuruluş pazarlama programı başlatıldıkça ve daha fazla bağlı kuruluş pazara katıldıkça, bağlı kuruluş pazarlaması gelecekte e-ticaret işletmeleri için temel bir pazarlama stratejisi haline gelecektir. Ek olarak, literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, bağlı kuruluş pazarlamasının müşteri satın alma davranışları, e-ticaret pazarlamasındaki rolü, tüketici güveni ve marka algısı üzerindeki etkileri üzerine daha fazla ampirik çalışmaya ihtiyaç olduğu da belirtilmelidir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazarların Katkıları

Bu makalede, tüm işlem ve süreçler tek bir kişi tarafından yürütülmüş ve makale tek bir yazar tarafından yazılmıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi

Bu makalede, çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Onay

Bu makalenin yazım sürecinde, bilimsel etik ve alıntı kurallarına uyulmuştur.

Kaynakça

- Abdelhady, M. H., Kamal, N. M. ve Abd El Samie, H. (2020). *Impact of Affiliate Marketing on Customer Loyalty*, Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City, 4(1/1).
- Batalha, M. (2018). *History of Affiliate Marketing*, <https://www.emercury.net/blog/email-marketing-tips/affiliate-marketing-tips/history-of-affiliate-marketing/>, Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Benediktova, B. ve Nevsad, L. (2008). *Affiliate Marketing: Perspective of Content Providers*, Lulea University of Technology, Master's Thesis.
- Beranek, L. (2018). *An Empirical Investigation of Factors That Influence Commitment and Active Participation in in-House Affiliate Marketing Network*, International Journal of Electronic Business, 14(3), 189-211.
- Bowie, D., Paraskevas, A. ve Mariussen, A. (2014). *Technology-Driven Online Marketing Performance Measurement: Lessons From Affiliate Marketing* International Journal of Online Marketing (IJOM), 4(4), 1-16.
- Brear, D. ve Barnes, S. (2008). *Assessing The Value of Online Affiliate Marketing in The UK Financial Services Industry*, International Journal of Electronic Finance, 2 (1)
- Brunius, C. ve Lind, I. (2017). *Lowering Entry Barriers in a Digital Era: A Qualitative Study About The Swedish Fashion Industry's International Expansion With Affiliate Marketing*, Textilhögskolan, Borås
- Carr, S. (2020). *The History of PPC*, <https://ppcprotect.com/history-of-ppc/>, Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Chachra, N., Savage, S., ve Voelker, G. (2015). *Affiliate Crookies: Characterizing Affiliate Marketing Abuse*, Proceedings of the 2015 Internet Measurement Conference, 41-47.
- Chatterjee, P. (2002). *Interfirm Alliances in Online Retailing*, Journal of Business Research, 57, 714 – 723.
- Choi, H-S. ve Kong, H.-S. (2010). *A Study on the Comparative Analysis of Difference between Korean and Japanese University(Graduate) Student Consumers on Service Affiliate Program Satisfaction*, International Commerce and Information Review, 12(2), 291-322.
- Daniele, R., Frew, A. J., Varini, K. ve Magakian, A. (2009). *Affiliate Marketing in Travel and Tourism*, Information and Communication Technologies in Tourism, Springer, Vienna, 343-354

- Dellarocas, C. (2012). *Double Marginalization in Performance-Based Advertising: Implications and Solutions*, Management Science, 58(6), 1178-1195.
- Dickinger, A. (2008). *Compensation Models for Interactive Advertising*, Journal of Universal Computer Science, 14(4), 557-565.
- Duffy, D. (2005). *Affiliate Marketing and Its Impact on E-commerce*, Journal of Consumer Marketing, 22 (3), 161-163.
- E-commerce Nation. (2019). *5 Examples Of Affiliate Marketing That Will Inspire You*, <https://www.ecommerce-nation.com/5-examples-affiliate-marketing/> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Edelman, B. ve Brandi, W. (2015). *Risk, Information, and Incentives in Online Affiliate Marketing*, Journal of Marketing Research, 52(1), 1-12.
- Enfroy, A. (2020). *Affiliate Marketing in 2020: What It Is and How You Can Get Started*, <https://www.bigcommerce.com/blog/affiliate-marketing/#how-do-affiliate-marketers-get-paid> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Engelmann, J. (2018). *Affiliate Marketing's Growing Importance for Japanese Firms*, <https://www.statista.com/chart/13934/affiliate-marketing-importance-japan/> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Fox, P. ve Wareham, J. (2007). *Controlling Your Brand: Contractual Restrictions Placed by Internet Retailers on Affiliate Marketing Activities in Spain*, 20th Bled eConference eMergence: Merging and Emerging Technologies, Processes, and Institutions, Bled, Slovenia.
- Ghosal, I., Prasad, B. ve Behera, M. (2020). *Impact of Affiliate Marketing on e-Buying Behavior of Millennial- A TAM based Approach with Text Analysis*, <https://www.ssrn.com/link/ICOBMIT-2019.html>
- Gregori, N., Daniele, R. ve Altinay, L. (2014). *Affiliate Marketing in Tourism: Determinants of Consumer Trust*, Journal of Travel Research, 53(2) , 196-210.
- Guttman, A. (2019). *Affiliate Marketing Spending in The United States from 2010 to 2022*, <https://www.statista.com/statistics/693438/affiliate-marketing-spending/> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Haq, Z. (2012). *Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude Towards Affiliate Marketing Programs Among Indian Users*, International Journal of Research Studies in Management, 1(1), 127-137.
- Hoffman, D. ve Novak, T. (2000). *How to Acquire Customers on the Web*. Harvard Business Review, 78 (3), 179-183.
- Hossan, F. Ve Ahammad, I. (2013). *Affiliate Marketing: The Case of Online Content Providers in Bangladesh*, World Journal of Social Sciences, 3(2), 103-113.
- <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=affiliate%20marketing> (2020). *Affiliate Marketing*, Erişim Tarihi: 12.08.2020
- <https://www.affiliatemarketertraining.com/history-affiliate-marketing/> (2020). *A History Of Affiliate Marketing*, Erişim Tarihi: 12.08.2020
- <https://www.statista.com/statistics/701504/japan-affiliate-marketing-spending/> (2020). *Expenditure on Affiliate Marketing in Japan from Fiscal Year 2013 to 2018 with a Forecast Until 2023*, Erişim Tarihi: 12.08.2020
- IAB Affiliate Marketing Working Group. (2016). *Affiliate Marketing Handbook October 2016*, <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/11/IAB-Affiliate-Marketing-Handbook-2016.pdf> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Jadhav, A. M. ve Chandra, M. Y. (2016). *Affiliate Marketing as an Innovative Campaign in e-commerce: A Field of Rising Opportunity*, Galaxy: An International Multidisciplinary Research Journal, 5(3)

- Janssen, D. ve Van Heck, E. (2007). *How Will Online Affiliate Marketing Networks Impact Search Engine Rankings?* ERIM Report Series Reference No: ERS-2007-042-LIS, 1-14.
- Jurisova, V. (2013). *Affiliate Marketing in The Context of Online Marketing*, Review of Applied Socio-Economic Research, 5 (1), 106-111.
- Libai, B., Biyalogorsky, E. ve Gerstner, E. (2003). *Setting Referral Fees in Affiliate Marketing*, Journal of Service Research, 5 (4), 303-315.
- Limpchalerm, W., Thongmak, M. ve Ngarmyarn, A. (2009). *Key Success Factors of Affiliate Marketing: A Case Study in Thailand*, In Proceedings of the 13th IASTED International Conference, 655 (056), 156
- Maile, F. (2018). *Artificial Intelligence and Big Data in Affiliate Marketing: A Deep Dive Into The Tools, Techniques, and Opportunities*. Hochschule Aalen, University of Applied Sciences Aalen, Bachelor Thesis
- Mariussen, A. (2012). *A Grounded Theory of Affiliate Marketing Performance Measurement in The Tourism and Hospitality Context*, Doctoral Dissertation, Oxford Brookes University.
- Mathur, A., Narayanan, A. ve Chetty, M. (2018). *Endorsements on Social Media: An Empirical Study of Affiliate Marketing Disclosures on YouTube and Pinterest*. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, Vol:2, CSCW, Article 119, ACM, New York, 1-26.
- Mikkila, E. (2019). *Affiliate Marketing from Affiliates Perspective*. Seinajoki University Of Applied Sciences, Bachelor Thesis.
- Mohamed, H. ve Fahmy, T. (2013). *What Factors Influence Consumers Trust in Travel Affiliate Websites? An Exploratory Study*. Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, 7 (2), 120-138.
- Natarina, R. ve Bangun, C. (2019). *The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales*. Jurnal The Messenger, Vol: 11(2), 157-167.
- Norouzi, A. (2017). *An Integrated Survey in Affiliate Marketing Network*, PressAcademia Procedia, 5(1), 299-309.
- Olbrich, R., Bormann, P. M. ve Hundt, M. (2019). *Analyzing the Click Path Of Affiliate-Marketing Campaigns: Interacting Effects of Affiliates' Design Parameters With Merchants' Search-Engine Advertising*. Journal of Advertising Research, 59(3), 342-356.
- Olbrich, R., Schultz, C. ve Bormann, P. (2019). *The Effect of Social Media and Advertising Activities on Affiliate Marketing*, International Journal of Internet Marketing and Advertising, 13(1), 47-72.
- Patrick, Z. ve Hee, O. (2019). *Factors Influencing the Intention to Use Affiliate Marketing: A Conceptual Analysis*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(2), 701-710.
- Prabhu, S. ve Satpathy, T. (2015). *Affiliate Marketing's Future in India*, Indian Journal of Science and Technology, Vol 8(S4), 278-282.
- Rinta-Kanto, S. (2012). *The Effect of Traditional Advertising Campaigns on Online Affiliate Channel Performance- A Case of A Leading International Hotel Booking Website*, Aalto University School Of Economics, Master's Thesis
- Quinton, S. ve Khan, M. (2009). *Generating Web Site Traffic: A New Model for SMEs*, Direct Marketing: An International Journal, 3 (2), 109-123.
- Sangwan, A. (2018). *Affiliate Marketing: Meaning, Working and Challenges*. International Journal of Information Movement, 2 (X), 199-203.
- Suchada, J., Watanapa, B., Charoenkitkarn, N. ve Chirapornchai, T. (2018). *Hotels and Resorts Rent Intention via Online Affiliate Marketing*. KnE Social Sciences, 132-142.

- Taylor, M. (2020). *10 Affiliate Marketing Strategies That Generated Us Over \$1M in Income*. <https://www.ventureharbour.com/10-steps-to-a-succesful-affiliate-marketing-strategy/> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Tzortzis, T. (2020). *Affiliate Marketing History*, <https://webmarketsupport.com/affiliate-marketing-history/> , Erişim Tarihi: 12.08.2020
- Venugopal, K., Das, S. ve Nagaraju, M. (2013). *Business Made Easy By Affiliate Marketing*. Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR), 2 (6), 50-56.
- Vynogradova, O., Drokina , N. ve Darchuk , V. (2018). *Perspectives of Online Affiliate Marketing for Ukrainian Enterprises*. Young Scientist, 4 (56), 111-119.
- Weijer, M. (2019). *Providing Trust in Affiliate Marketing Through Blockchain Technology*. Utrecht University, Master's Thesis.

Gönderilme Tarihi : 17.11.2019
Kabul Tarihi : 03.11.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.647777

Derleme Makale/Review Article

KARŞILAŞTIRMALI KAMU YÖNETİMİ PERSPEKTİFİNDEN YUGOSLAVYA SONRASI BALKAN ÜLKELERİNDE DEVLET MEMURLUĞU SİSTEMİ ¹

Fatih TOLGA

Öğr.Gör., Çorum Hitit Üni., Osmancık Ömer Derindere MYO, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü

fatihtolga06@gmail.com, **ORCID ID:** [0000-0002-3107-8607](https://orcid.org/0000-0002-3107-8607)

Gizem Naz DÖLEK

Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu yönetimi Bölümü

gizemnazdolek@gmail.com **ORCID ID:** [0000-0001-9087-9720](https://orcid.org/0000-0001-9087-9720)

Kamil Ufuk BİLGİN

Prof.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü

kamil.bilgin@hbv.edu.tr, **ORCID ID:** [0000-0001-5715-5466](https://orcid.org/0000-0001-5715-5466)

ÖZ

Yugoslavya iç savaşı sonrası Balkanlarda kurulan yeni devletler Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Kuzey Makedonya, Sırbistan ve Slovenya aslında kendi devlet yapılanmaları sırasında, devlet memurluğu sistemlerini de oluşturmuşlardır. Zira kamu hizmetlerinin verilebilmesi için önce kamu yönetiminin oluşturulması ve kamu personeline ihtiyaç duyulmaktadır. Kamu personelinin ise, mutlaka ulusal bir kanuna göre işe alınması ve yönetilmesi gerekmektedir. Makalenin **amacı**, bu yedi ülkedeki Devlet Memurluğu sistemlerinin memur olma şartları, adaylık ve eğitim, haklar, yükümlülükler, yasaklar ve disiplin cezaları ve son olarak performans değerlendirme ve ödüllendirme açılarından karşılaştırmalı olarak analizini yapmaktır. Bu amaçla araştırmamıza konu ülkelerin kamu personel yönetimi açısından ne tür farklılıklara veya benzerliklere sahip olduklarını belirleyerek aralarındaki devlet memurluğu sistemine ilişkin yönetsel etkilene düzeyleri ortaya konacaktır. Makalede **yöntem**, Yugoslavya sonrası kurulan balkan ülkelerindeki Devlet Memurluğu sistemlerinin, özellikle yasal mevzuat içeriğinde karşılaştırmalı kamu yönetimi yaklaşımı çerçevesinde incelenmesi olmuştur. Ancak, makalenin **konusunu** Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Kuzey Makedonya, Sırbistan ve Slovenya Devlet Memurluğu sistemleri oluşturmaktadır. Buna göre, Yugoslavya iç savaşı sonrası kurulan Balkan ülkelerindeki Devlet Memurluğu sistemlerinin, öncelikle benzer isimlendirmelerle şekillendirildiği; Örneğin, Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kuzey Makedonya ve Sırbistan'da Devlet Memurluğu için "**Državni Službenik**" teriminin kullanıldığı; Slovenya'da "**Javni Uslužbenec**"; Kosova'da ise, "**Nëpunësi Civil**" ifadelerinin kullanıldığı belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre, Balkan ülkelerinde Devlet Memurluğuna ilişkin yasal çerçeve, birbirine benzer özellikler taşımakla birlikte, söz konusu ülkelerin geçmişteki Yugoslavya etkisinden sıyrılma çabaları, onların AB üyesi olma girişimleriyle hız kazanmaktadır. Zira bu çaba, bir taraftan kamu personelinin verimli ve etkili yönetimine yöneltmekte iken; diğer taraftan da halka daha iyi hizmet verilmesini sağlayabilmektedir.

Anahtar kelimeler: Balkan Ülkeleri, Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi, Kamu Personel Yönetimi, Devlet Memuru.

¹ Bu çalışma 26-27 Ekim 2019 tarihlerinde Kuşadası/TÜRKİYE'de gerçekleştirilmiş olan 9. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

A COMPARATIVE PUBLIC ADMINISTRATION PERSPECTIVE: CIVIL SERVANT SYSTEMS IN BALKAN COUNTRIES AFTER YUGOSLAVIA

ABSTRACT

The new states established in the Balkans after the Yugoslavian Civil War Bosnia-Herzegovina, Croatia, Montenegro, Kosovo, Northern Macedonia, Serbia and Slovenia, actually formed their civil servant systems during their state structures. Because in order to provide the government and public services, public administration must first be established and civil servant are needed. Civil servant must be recruited and managed according to a national law. The aim of the article is to comparatively analyze the Civil Servant systems in these seven countries in terms of civil servant conditions, candidacy and education, rights, obligations, prohibitions and disciplinary penalties, and finally, performance evaluation and rewarding. For this purpose, the differences or similarities between the countries under the study in terms of public personnel management and the level managerial influence between them will be determined. The method of the article is to examine the Civil servants in the Balkan countries established after Yugoslavia within the framework of a comparative public administration approach, especially in the context of legal legislation. However, the subject of the article is the Civil Servant systems of Bosnia-Herzegovina, Croatia, Montenegro, Kosovo, North Macedonia, Serbia and Slovenia. So, it was determined that the Civil Servant systems in the Balkan countries established after the Yugoslavia civil war were primarily shaped with similar names. For example, the term “*Državni Službenik*” for Civil Servant in Bosnia-Herzegovina, Croatia, Montenegro, North Macedonia and Serbia; “*Javni Uslužbenec*” in Slovenia; in Kosovo, it is called “*Nëpunësi Civil*”. According to the findings of the research, the legal framework of Civil Servants in Balkan countries has similar characteristics. However, the efforts of these countries to get rid of the influence of the former Yugoslavia are accelerating with their efforts to become an EU member. Because this effort, on the one hand, while directing the efficient and effective management of public personnel; on the other hand, it can provide better service to the public.

Keywords: Balkan Countries, Comparative Public Administration, Public Personnel Management, Civil Servant.

Giriş

Balkan coğrafyasının mevcut politik ve idari sınırlarının belirlenmesinde I. Dünya Savaşı sonunda yapılan uluslararası antlaşmaların etkisi büyüktür. Özellikle Avusturya-Macaristan İmparatorluğunun mağlup devletlerarasında yer almasıyla egemenliği altındaki toprakların parçalanmasına ve yeni siyasal yönetimlerin oluşmasına neden olmuştur. Yugoslavya, bu yeni oluşumun sonucunda ortaya çıkmıştır. 10 Eylül 1919 tarihinde imzalanan Saint-Germain Barış Antlaşmasıyla Avusturya, Yugoslavya'nın bağımsızlığını tanımış ve Bosna Hersek Yugoslavya'ya bağlanmıştır. Buna ek olarak 6 Haziran 1920'de imzalanan Trianon Barış Antlaşmasıyla Hırvatistan Yugoslavya'nın egemenliği altına girmiştir. Bütün bunların sonucunda etnik, kültürel açıdan farklılıklar taşıyan birçok topluluk Yugoslavya'nın toplumsal yapısını oluşturmuş; bu çoğulculuk 1980'lerden sonra Balkanların haritasının yeniden çizilmesinde etkili olmuştur.

Farklı ırk, kültür ve etnik yapıları çoğulcu toplumsal yapıdan kaynaklı olarak Yugoslavya Sırp-Hırvat-Sloven Krallığı olarak anılmaya başlanmıştır. Bu yüzden Yugoslavya, Şekil-1'de görüldüğü üzere, Balkanlarda nüfus yapısı açısından kozmopolit bir görünümde şekillenen; etnik ve dini toplulukların hemen hemen hepsinin temsil edildiği, birisinin diğeri üzerinde üstünlük sağlayamadığı bir devlettir. Devletin merkezi yönetim işleyişinin aşınması ve yerel birimlere siyasal ve yönetsel özerkliğe dayalı yetki devirleri yapılması 1974 Anayasa'sıyla olmuştur. 1980'li yıllarda siyaset yapma şeklinin etnik milliyetçiliğe göre şekillenmesinin yarattığı sıkıntıların üstüne birde iktisadi sıkıntıların baş göstermesiyle devletin dağılma süreci hız kazanmıştır. 25 Haziran 1991'de Hırvatistan ve Slovenya, Eylül 1991'de Kuzey Makedonya, Kasım 1991'de Bosna Hersek, 1993 yılında Sırbistan, 2006 yılında Karadağ ve 2008 yılında ise Kosova bağımsızlıklarını ilan etmişlerdir.

Şekil - 1 İç Savaş Öncesi Yugoslavya



Kaynak: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7251376.stm>

Siyasal yönetsel yapılarını kurumsallaştırmaları açısından oldukça genç olan Slovenya², Hırvatistan³, Sırbistan⁴, Kosova⁵, Kuzey Makedonya⁶, Karadağ⁷ ve Bosna-Hersek⁸ kamu yönetimi yapılarını, etkin ve verimli yönetim anlayışı oluşturacak reform politikalarını uygulamaya sokmuşlardır. Bu süreç içten gelen gereksinmelerin yanında, aynı zamanda Dünya Bankası, IMF, Avrupa Birliği gibi uluslararası örgütlerin yönlendirmeleriyle biçim kazandığı söylenebilir. Bütün bunların etkisiyle söz konusu ülkelerin kamu personel yönetimleri sözü edilen reform süreçlerinin önemli bir düzenleme alanını oluşturmuştur. Bu açıklamalar ışığında araştırmaya konu ülkelerin devlet memurluğu sistemine yönelik yasal uygulamaları, incelenmeye değer bir alan olarak görülmektedir. Buradan yola çıkarak makalenin **amacı**, araştırma alanını oluşturan söz konusu ülkelerdeki Devlet Memurluğu sistemlerinin memur olma şartları, adaylık ve eğitim, haklar, yükümlülükler, yasaklar ve disiplin cezaları ve son olarak performans değerlendirme ve ödüllendirme açılarından karşılaştırmalı olarak analizini yapmaktır. Bu amaçla araştırmamıza konu ülkelerin kamu personel yönetimi açısından ne tür farklılıklara veya benzerliklere sahip olduklarını belirleyerek, aralarındaki devlet memurluğu sistemine ilişkin yönetsel etkilenme düzeyleri ortaya

² Makale kapsamında Slovenya devlet memurluğu sistemi üzerine yapılan analizler 11 Haziran 2002 tarihli 61657 sayılı Devlet Memurları Kanununa (Act of 11 June 2002 on Public Servants (Tekst No: 2259)) dayalı olarak yapılmıştır. Söz konusu kanunda 2005 ve 2008 tarihlerinde değişiklikler yapılmıştır. Bkz. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/deloDZ/zakonodaja/izbranZakonAkt?uid=7AB2E742B1201587C1257A1600327029&db=urad_prec_bes&mandat=VIII (Erişim: 28.08.2020)

³ Hırvatistan devlet memurluğu sistemine yönelik yapılan analizler ise, 15.07.2005 tarih ve 92 sayılı Devlet Memurları Kanunu incelenerek çıkarımlarda bulunulmuştur. Bkz. <http://www.vsrh.hr/CustomPages/Static/HRV/Files/Legislation/Civil-Servants-Act.pdf> (Erişim: 28.08.2020).

⁴ Çalışmanın karşılaştırmalı analizlerinde, Sırbistan devlet memurluğu sistemine yönelik değerlendirmeler, Şubat 2008 tarihinde çıkartılan 79/05 sayılı Devlet Memurları Kanununa (Law on Civil Servants Official Gazette of Rs, No. 79/05, Republic of Serbia Secretariat for Legislation) dayalı olarak yapılmıştır. Bkz. <http://www.vo.mod.gov.rs/documents/law-on-civil-servants.pdf> (Erişim: 28.08.2020).

⁵ Kosova devlet memurluğu sistemine yönelik yasal düzenlemelerin analizinde, 11.03.2019 tarih ve 06L/114 sayılı Devlet Memurları Kanunu incelenmiştir. Bkz. <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=25839#> (Erişim: 28.08.2020).

⁶ Devlet memurluğu sisteminin Kuzey Makedonya özelinde karşılaştırmalı analizinde, 05.02.2014 tarih ve 27 sayılı Devlet Memurları Kanunu incelenmiştir. Bkz. https://mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/legislation/Zakon_za_administrativni_sluzbenici_sl27_05022014.pdf (Erişim: 28.08.2020).

⁷ Karadağ devlet memurluğu sistemine yönelik yapılan karşılaştırmalı analizler, 28.12.2017 tarih ve 109228 sayılı kanuna istinaden yapılmıştır. Bkz. http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_lang=en&p_isn=109228&p_country=MGO&p_count=185&p_classification=22.10&p_classcount=8 (Erişim: 28.08.2020).

⁸ Makale kapsamında Bosna Hersek devlet memurluğuna ilişkin karşılaştırmalı analizler, 25.11.2008 tarih ve 81716 sayılı (Act of 25 November 2008 on civil servants (Official Gazette No. 118/08)) kanuna dayanılarak yapılmıştır. Bkz. <http://ilo.int/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/81716/88856/F1233858956/BIH-2008-L-81716.pdf> (Erişim: 28.08.2020).

konacaktır. Makalede **yöntem**, söz konusu ülkelerdeki Devlet Memurluğu sistemlerinin, özellikle yasal mevzuat içeriğinde incelenmesi olmuştur. Makale, aslında 12 Balkan ülkesini kapsayan bir araştırmaya dayanmaktadır. Ancak, makalenin **konusunu** Yugoslavya sonrası kurulan devletlerin Devlet Memurluğu sistemi oluşturmaktadır.

Araştırmaya konu ülkelerin analizinde farklılıklarla birlikte bir takım benzerliklerin bulunduğunu söyleyebiliriz. Farklılıklardan ilki memurluğa ilişkin tanımlamalarda karşımıza çıkmaktadır. İncelenen bazı ülkelerde **Devlet Memuru** ile **Kamu Görevlisi** ayrımı yapıldığı; bazılarında ise, böyle bir ayrımın söz konusu olmadığı kamuda çalışan her kesin Devlet Memuru şeklinde tanımlandıkları anlaşılmıştır. Örneğin; Karadağ ile Sırbistan memurluğa ilişkin yasal düzenlemelerde Devlet Memuru ve Kamu Görevlisi sınıflandırmasına gittikleri, diğer ülkelerin böyle bir ayrıma gitmedikleri tespit edilmiştir. Ancak şunu belirtmek gerekir ki, bahsi geçen ayrımın belirsiz bir şekilde yapıldığı görülmüştür. Özellikle bu tespiti yönelik en güçlü metinlere Sırbistan Devlet Memuru Kanununda bulmak mümkündür.

Bu farklılıkların yanında üzerinde durulması gereken önemli bir sorunsal olarak devlet memurluğu tanımlaması altında hangi görevlilerin ve çalışanların dahil edildiği sorusu karşımıza çıkmaktadır. Ülkede Devlet Memuru kapsamına kamu çalışanlarının tamamının mı yoksa yasama, yargı, savunma birimlerinde faaliyet gösterenlerin mi Devlet Memuru şeklinde tanımlanıp tanımlanmayacağı konusu araştırmaya değerdir. İlk olarak her ülke siyasal, toplumsal ve idari yapılarına uygun bir formül geliştirerek kendi kamu yönetimi sistemlerini oluşturmada etkili olan yasama kararları, hükümet politikaları, reform belgelerine dayalı niteliklere göre Devlet Memuru kavramını açıklamaya çalıştıklarını ifade edebiliriz. Örneğin, Sırbistan kamu yönetiminde yasama, yargı ve yürütme alanlarının idari görevlerinde bulunan personel Devlet Memuru olarak ifade edilmektedir; buna yakın tanımlama Hırvatistan'da da bulunmaktadır. Aynı şekilde Karadağ, Devlet Memurunu "idarenin eylemlerini yerine getirmek suretiyle bir devlet otoritesi altında işe giren kişi" olarak tanımlamıştır. Bu tanımlama geniş bir anlama gönderme yapmaktadır. Kosova ise aynı paralellikte devlet memurluğunun bakan veya eş değerinden düşük kadrolarda faaliyet gösterenlerin ve bu kadroların üstlerini de içine alacak genişlikte bir memur tanımlamasında bulunmuştur. Buradan yola çıkarak merkezi ve taşra kuruluşlarıyla birlikte, yerel yönetim kuruluşlarında faaliyet gösterenlerin de Devlet Memuru olarak görüldüğü söylenebilir. Bu açıklamaları, aşağıdaki Tablo-1'de daha açık görebiliriz.

Tablo-1: Balkan Ülkeleri Devlet Memuru – Kamu Görevlisi Ayrımı Karşılaştırması

	Sırbistan	Karadağ	Bosna Hersek	Kuzey Makedonya	Kosova	Slovenya	Hırvatistan
Devlet Memuru – Kamu Görevlisi Ayrımı	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok

Kamu yönetimi disiplini içerisinde, karşılaştırmalı kamu yönetimi alanında son zamanlarda oldukça yaygın çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar, ölçek olarak küresel ölçekte makro analizlere dayalı olarak yapılabilirken, bazı çalışmalar orta ölçekli bölgesel veya yerel mikro analizlere dayalı olarak yapılabilmektedir. Çalışma, bu kapsamda ölçek olarak bölgesel; analiz olarak devlet memurluğu sistemi özelinde mikro analize dayanmaktadır. Elbette bu çalışma bürokrasi teorisine dayalı kavramsal ve kuramsal açıklamalarla geliştirilebileceği gibi, reform belgeleri açısından bir değerlendirme yapılarak "idari reform" konu başlığı altında incelenebilirdi; hatta ve hatta kamu politikası yaklaşımı çerçevesinde araştırmaya konu ülkelerin incelenmesi de sağlanabilirdi. Çalışmanın ileride, bu alanlarda yapılacak çalışmalara yasal içerikli bir çerçeve oluşturması açısından kaynak teşkil etmesi beklenir.

Çalışmada ilk olarak karşılaştırmalı kamu yönetimine ilişkin teorik açıklamalar yapılacak; araştırmayla ilişkili bağlantısı ortaya konacaktır. Çerçeve olarak, inceleme konusu ülkelerin devlet memurluğuna ilişkin hukuki metinleri üzerinden sınıflandırması yapılacaktır. Bu sınıflandırmalar, temel olarak memur olma şartları ve memuriyete giriş koşulları, adaylık ve eğitimler, memurların yükümlülükleri, memurların yasakları ve disiplin cezaları, performans değerlendirmesi ve son olarak ödüllendirme konularına dayanılarak yapılmaya çalışılacaktır.

Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi

Bir şey(ler) ile başka bir şey(ler) arasında bir öngöründe bulunup, fikir ileri sürmek, yüklediğimiz değerler açısından bir yorum yapmak (iyi/kötü, kötü/daha kötü, doğru/yanlış, doğru/en doğru) karşılaştırmanın temel tanımı olarak ifade edilebilir. Temel olarak, “en” “daha” sözcükleriyle şekil bulan karşılaştırma, farklı veya benzer en az iki yargıyı içine alan önermelerden oluşup; maddi gerçeklik alanında olabileceği gibi sosyal gerçeklik alanında da olabilmektedir (Altunok, 2014: 1). Bir sosyal bilim disiplini olan kamu yönetimi disiplini, inceleme alanına giren konuları analiz etmek bakımından karşılaştırma yöntemini metodolojik olarak kullanmaktadır. Burada daha çok siyasal yapı, kamu politikası, personel yönetimi, bürokratik yapılar, merkezi ve yerel yönetimler konularında ülkeler arasında karşılaştırma yapmak, o ülkenin kamu yönetimi yapısını anlamamıza yardımcı bulunmaktadır.

Kamu yönetimi sistemlerinin ülkeler arasında farklılıklar oluşturmasının altında, o ülkelerin siyasal yapıları, tarihi geçmişleri, ekonomik gelişmişlik düzeyleri, yönetim kapasiteleri gibi değişkenler yatmaktadır. İki ülke arasında tamamıyla yönetsel açıdan bir örnek uygulamaların var olduğu yargısı, günümüz karmaşık yapılara sahip devlet yönetimlerinin özgül değerlerini görmezden gelmemize neden olmaktadır. Denilebilir ki reform süreçlerini politika transferi bağlamında gerçekleştiren ülkelerin diğer ülkelerden esinlenerek oluşturduğu kamu politikalarının tek tipleşmesi muhtemeldir. Ancak toplumsal ve siyasal yapının içsel dinamikleri ve küreselleşmenin çok boyutlu araçları, bu tek tipleşmenin önündeki en büyük engelleri oluşturmaktadır. Ayrıca disiplinler-arası özelliğiyle karşılaştırmalı kamu yönetimi, kamu yöneticilerinden hukukçulara, mühendislerden ekonomistlere kadar geniş bir yelpazede değerlendirilebilmekte; politikaların, kurumların, kuralların ve yapıların anlaşılmasına katkıda bulunmaya yardımcı olmaktadır (Kutlu, 2006: 20).

Her ne kadar karşılaştırmaların özünde çoğunlukla yapı, politika, işlev veya unsurlar ölçüt olarak ele alınsa da, kamu yönetimi açısından karşılaştırmalı çalışmaların ortaya çıkışı “*kalkınma yönetimi*” ile benzerlik göstermektedir. Diğer yandan karşılaştırma yaparken, geniş bir bakış açısıyla analiz yapmak sadece betimlemek yerine tarihsel özelliklerini de dikkate alarak hukuk kurallarının yanında devletin temel kurumlarını çalışmak (Altunok, 2014: 1-3), yapılacak olan çalışmaların işlevselliğini artırıcı etkide bulunmaktadır. Bu noktada, farklı ülkelerin kamu yönetimi sistemlerini incelemeyi araştırma konusu edinen karşılaştırmalı kamu yönetimi (Güler, 2004: 3), kamu yönetimi disiplininin alt dalı olarak kendine yer bulmuştur. Ancak akademik yazın içerisindeki gelişimi ve ilerleyişi, istikrarlı bir seyir izlememiştir (Altunok, 2014:2). Ortaya çıkışı idari reform anlayışına doğru yönde, 1945’li yıllara tarihlenen karşılaştırmalı kamu yönetimi disiplininin (Güngör, 2018: 34) kökleri, Antik Yunan’da Atinalı filozoflara kadar götürülmektedir (Altunok, 2014: 3). Bu anlamda, daha eskilere dayanan bir tarihsel geçmişe sahip olduğu düşünülebilir.

Karşılaştırmalı kamu yönetimi yaklaşımının modern bilim çerçevesinde kamu yönetimi disiplininde uygulanan ilk çalışma olarak, Woodrow Wilson’ın “*The Study of Administration*” (İdarenin İncelenmesi) makalesi gösterilmektedir (Otenyo ve Lind: 2006: xxvi). Daha sonraları yukarıda ifade edildiği gibi 1945’li yıllarda Amerikan siyaset ve kamu yönetimi bilimcilerinin hegemonyasında, ülke incelemeleri az gelişmiş ülkeler üzerinden yapılmıştır (Güler, 2004: 13). 1970’li yıllardan sonra karşılaştırmalı kamu yönetimine olan ilginin azaldığı görülmüştür. Bu ilginin azalmasında Amerikan hükümetinin az gelişmiş ülkelere yönelik fonlarda kısıtlamaya gitmesinin ve aydın tecritinin etkisi olduğu belirtilmektedir (Altunok, 2014: 5). 1980’li yıllardan sonra ise karşılaştırmalı kamu yönetiminin alan yazındaki hakim anahtar kelimesi “*kalkınma yönetimi*”nden “*kamu sektörü reformu*”na kaymıştır (Güler, 2004: 15). Bu değişimin en önemli nedenlerinden birisi olarak, “*Yeni Sağ ve Neoliberal politikaların*” etkisiyle oluşan “*Yeni Kamu İşletmeciliği-New Public Management*” anlayışının devletin yapı, süreç ve işleyişlerinde yarattığı değişim dalgasının olduğu söylenebilir.

Karşılaştırmalı kamu yönetimi, yönetsel olarak çeşitli şekillerde yapılabilmektedir. Bunlardan bir kısım çalışmalarda, konulara göre ülkeler incelenebilir. Burada kamu yönetimi yapısı veya polis teşkilatı gibi tek tek yapılar başlıklar halinde açıklanarak, ülkeler arasındaki benzerlikler ve farklılıklar saptanır ve buna dayalı karşılaştırmalı analiz yapılabilir. Diğer bir kısım çalışmalarda ise, ülkeler ayrı ayrı ele alınıp karşılaştırmalı çalışmalar yapılarak ülke ile ilgili yorum okuyucuya bırakılır (Aktaran Altunok, 2014: 5).

Makalede, bu noktada, birinci tür yöntem tercih edilmiş olup; yapısal olarak tek bir konu farklı ülkeler düzleminde analiz edilmeye çalışılmıştır.

Karşılaştırmalı kamu yönetimi anlayışının, incelemeye konu ülkenin kültürel alt yapısı ihmal edilmeden uygulanması gerekliliği (Güngör, 2018: 68) savı, o ülkenin politika yapımı süreçlerini etkilemesi açısından geçerli bir savdır. Bu kabule dayalı olarak her ülke hukuki kaynaklarını oluştururken (ticaret, ceza, idari), sahip oldukları kültürel alt yapılarını da dikkate aldıklarını söyleyebiliriz. Örneğin Türkiye özelinden hareket edecek olursak, Devlet Memurluğu Kanunu oluşturulurken, Osmanlıdan kalan bürokratik yönetim geleneğine ait izler bulunmaktadır. Aynı şekilde araştırmaya konu ülkelerde de o ülkenin toplumsal, etnik yapılarının dikkate alınması, bu duruma benzer bir örnek teşkil etmektedir. Ancak bu çalışmanın yasal mevzuat kapsamında bir karşılaştırmaya dayalı olarak hazırlanmış olması, en azından ülkelerin devlet memurluğu sistemleri açısından bize karşılaştırmalı kamu yönetimi disiplinine katkıda bulunma potansiyeli olduğunu göstermektedir.

Devlet Memuru Olma Şartları ve Memuriyete Giriş Açısından Karşılaştırma

Devlet mekanizmasının asli unsuru olan kamu görevlilerinin seçilmesi ve atanması bir takım kıstaslara bağlı olarak her ülkenin memurluğa ilişkin kanununa göre icra edilmektedir. Araştırma alanımızdaki devletlerde memuriyete yönelik atamalar, yönetimin temel ilkelerinde biri olan planlama ilkesine dayanmakta; uygulamaya dönük olarak da, Tablo-2’de görüleceği üzere, “*insan kaynakları ofisleri*”nin oluşturulduğu görülmektedir. Buna benzer bir ofis yapılanması, Türkiye’de de 1 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin Ofisler başlığı altında, “*İnsan Kaynakları Ofisi*” adı altında olmuştur.⁹

Tablo-2: Balkan Ülkeleri İnsan Kaynakları Ofisleri Karşılaştırması

ÜLKELER	OFİS ADI
BOSNA- HERSEK	Kamu Hizmeti Ajansı
HIRVATİSTAN	Kamu Yönetimi Bakanlığı
KARADAĞ	İnsan Kaynakları Yönetimi Kurumu
KOSOVA	Kamu Görevlileri Yönetimi Departmanı
KUZEY-MAKEDONYA	Devlet Memurluğu Ajansı
SİRBİSTAN	İnsan Kaynakları Yönetimi Servisi
SLOVENYA	Slovenya İstihdam Servisi

Tablo-2’den da görüleceği üzere, her ülkenin insan kaynaklarına ilişkin bir örgütlenme yapısına sahip olduğu görülmektedir. Özellikle ülkelerin insan kaynaklarına yönelik örgütlenmelerini, ya merkezi bir şekilde bir bakanlık altında veya yarı özerk bir şekilde, ayrı bir tüzel kişilik olarak oluşturdukları görülmektedir. Bu kurumların temel görevleri, üst yönetim tarafından yapılan boş kadrolara yönelik duyuruları yapmak ve bu kadrolara yönelik başvurulara ilişkin bürokratik süreçleri yönetmektir. Bu kapsamda memuriyete giriş sınavlarının ön hazırlık hizmetleri yerine getirilmektedir. Burada hem sınav öncesi bürokratik işlemler tek bir kurum altında yürütülmekte; hem de insan kaynaklarına ilişkin bir havuz oluşturulmaktadır. Bu anlamda, Balkan ülkelerinde insan kaynağının tespit edilme sürecinin kurumsallaştığı söylenebilir.

Buna ek olarak Devlet Memurluğuna atanma kıstasları açısından ülkeler arasında benzerliklerin yanında bazı farklılıkların var olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, başvuru koşulları arasında bütün ülkeler vatandaşlığı şart koşmuşlardır. Aslında vatandaşlık, hem bir hak hem de başka bir haktan yararlanmak için bir şart olmaktadır. Bu nedenle Devletler, kamu kurum ve kuruluşlarında çalışabilmesi için genel olarak “vatandaşlık” şartı koymaktadırlar. Diğer taraftan vatandaşlık aynı zamanda, içinde yaşanılan bir siyasal toplulukta aidiyet yaratan ve devletlerin anayasalarında belirtilen hak ve özgürlüklerden bireylerin yararlanmalarını sağlayan bir kavram olmaktadır. Hemen hemen her ülke “çalışma hakkı”nı anayasa veya kanunlarında düzenlemiştir. Karadağ ise buna ek olarak ulusal mevzuata ve imzalanan uluslararası

⁹Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi için bkz.1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 525-535.maddeler arası ile 48 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 7 ve 9. maddeler. <https://www.cbiko.gov.tr/kurumsal/1-nolu-cumhurbaskanligi-kararnamesi> (Erişim:16.09.2020)

sözleşmelere bağlı olarak, yabancı uyrukluların ve vatansızlarında devlet memurluğuna başvurabileceklerini belirtmiştir.¹⁰

Memuriyete giriş yaşı açısından incelenen kanun metinlerinde, “18 yaşından büyük olmak”, “yetişkin olmak”, “reşit olmak”, “tam fiil ehliyetine sahip olmak” gibi aynı anlama gelen ancak farklı ifade edilen bir durumun söz konusu olduğu anlaşılmaktadır.

Yapılan incelemeler sonucunda, “Cezai şart”ın her ülke açısından ortak şart olduğu tespit edilmiştir. Cezai şarttan kasıt yargı mercilerince verilmiş kesin bir mahkûmiyet kararının olmamasıdır. Buna ek olarak Sırbistan, Bosna-Hersek ve Hırvatistan, “Devlet Memurluğu”ndan atılmama şartını getirmektedir.

Atanma şartları bakımından diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Karadağ’ın, anlamlı bir şekilde diğer ülkelerden ayrıldığı söylenebilir. Bu anlamlı farklılık, “yabancı dil bilgisine sahip olmak”, “bilgisayar okuryazarlığı” ve “mesleki eğitim sertifikasına sahip olmak” şartlarında karşılık bulmakta olup; söz konusu ülkenin işe alımlarda daha seçici davrandığını göstermektedir. Belki de, Karadağ’ın Devlet Memurluğuna giriş için böyle şartları belirlemesinin nedeni, kamu personelinin kalifiye olmasını isteme arzusu olduğu düşünülebilir. Özellikle bu şartların, personel güçlendirme açısından bilgi ve insan unsurunun kuruma rekabetçi bir üstünlük sağlayacağını (Yüksel ve Erkutlu: 2003: 134) düşündüğümüzde, stratejik bir koşul olarak değerlendirilebilir. Bir diğer dikkati çeken şart ise, Bosna-Hersek’in kendi kanununda yer alan “askerlikle ilişkisi bulunmama” şartıdır. Bu şartı koyan tek Balkan ülkesi olarak Bosna-Hersek, göze çarpmaktadır. Balkan ülkelerinin hepsinde, sağlık raporu ve diploma şartı koydukları tespit edilmiştir.

Memuriyete giriş sınavları her ülkede, yazılı ve sözlü olarak yapılmaktadır. Sınavlar, resmi gazete yanında, çok sayıda basılan gazetelerde ve internet alanında ilan edilmektedir. Sınava giren memur adayları, sınav sonuçlarına yönelik itiraz başvurusunda bulunabilmektedir. Özellikle Sırbistan Devlet Memurluğu sisteminde, memurların yasal statüsünün kapsamlı olması için yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Bu durumun, bağımsız bir disiplin olarak kamu hukukunun gelişmesine katkı sağlaması beklenmektedir (Petkoviç, 2015, s. 146).

Son olarak “iş deneyimi” şartına değinmek gerekir. Bu şartın bütün devletlerde farklı şekilde uygulandığı anlaşılmıştır. Aslında iş deneyimi, hem özel hem de kamu sektöründe görev alacak olan kişinin görevine ilişkin hizmet içi eğitim maliyetlerini düşürme; çalışanın oryantasyon süresini kısaltarak zamandan tasarruf etme; işe ilişkin deneyimlerini yeni işyerinde paylaşarak yenilikçi fikirler sunma; performansın artmasına katkıda bulunarak kurumun amaç ve hedeflerine ulaşmasını sağlamak gibi olumlu çıktılarını bulunmaktadır. Özellikle iş tecrübesine yönelik şartın Karadağ, Hırvatistan ve Kuzey-Makedonya’da memuriyete ilişkin atamalarda görevin gereklilikleriyle uyumlu olması açısından getirildiği söylenebilir. Bütün bu açıklamalara ilişkin özet bilgi, Tablo-3’de gösterilmiştir.

Tablo-3: Balkan Ülkelerinin Memuriyete Giriş Şartları Açısından Karşılaştırılması

	1.Şart	2.Şart	3.Şart	4.Şart	5.Şart	6.Şart	7.Şart
Bosna Hersek	Vatandaşlık	18 yaş	Hükümsüz ve memurluktan atılmamış olmak	Sağlık Raporu	--	--	Askerlik
Hırvatistan	Vatandaşlık ve Yabancı	--	Hükümsüz ve memurluktan atılmamış olmak	Sağlık Raporu	İş Deneyimi	--	--
Karadağ	Vatandaşlık ve Yabancı	Reşit	Hükümsüz olmak	Sağlık Raporu	İş Deneyimi	Yabancı Dil Mesleki Eğitim Bilgisayar	--
Kosova	Vatandaşlık	Tam ehliyet	Hükümsüz olmak	Sağlık Raporu	İş Deneyimi	--	--
Kuzey Makedonya	Vatandaşlık	18 yaş	Hükümsüz olmak	Sağlık Raporu	İş Deneyimi	--	--
Sırbistan	Vatandaşlık	Yetişkin	Hükümsüz ve memurluktan atılmamış olmak	Sağlık Raporu	--	--	--
Slovenya	Vatandaşlık	--	Hükümsüz olmak	Sağlık Raporu	--	--	--

¹⁰ Bkz. 28.12.2017 tarih ve 109228 sayılı Kanunun, 32. maddesi

Adaylık ve Eğitimler Açısından Karşılaştırma

Hemen hemen her ülke, devlet bünyesinde çalıştıracağı kişileri bir adaylık sürecinden geçirmektedir. Çünkü, adaylık süreci, çalışan kamu görevlisinin çalıştığı kurumun norm, değer, ilke, kültür gibi unsurlarına ne derece ayak uydurabildiğini ölçmek için gerekli olmaktadır. Eğer bu yapılmazsa, kurumun işleyişinde gelecekte olumsuzluklarla karşılaşma ihtimali yüksek olabilmektedir. Diğer yandan adaylık sürecinin kamu görevine aidiyet sağlaması, bulunduğu statünün haklarını, yükümlülüklerini, yasaklarını öğrenme imkanı vermesi, iş ortamına adaptasyon gibi olumlu yönde etkileri bulunmaktadır

Adaylık ve adaylık eğitimi açısından Bosna-Hersek Devlet Memurluğu siteminde, memurun adaylık süresi 12 aydır. Bu süreye adayın talep etmesi durumunda, 6 ay daha ilave edilebilir. Burada bütün adaylara tek bir süre verilmiştir. Kuzey Makedonya, adaylıkta süre uygulamasını adayın mezuniyet durumuna göre belirlemektedir. Buna göre, üniversite eğitimi almayanlar için adaylık süresi, 12 ay iken; üniversite mezunu olanlar için bu süre, 6 aya düşmektedir.

Adaylık konusunda Sırbistan ise, karşılaştırılan ülkeler arasında en karmaşık sisteme sahiptir. Çünkü, bu ülkede adaylık ve stajyerlik olmak üzere iki farklı statü bulunmaktadır. Adaylık statüsü ve ifadesi, ilk kez kamu görevine atamalarda kullanılmakta olup; bu süre eğitim durumuna bakılmaksızın 6 ay olarak belirlenmiştir. Stajyerlik statüsü ise, *"bağımsız bir işe girebilmek için mesleğinde ilk defa bir iş ilişkisi içine giren kişidir"* şeklinde tanımlanmıştır. Stajyerlikte süreler ise, alınmış olan eğitimin çeşidine göre farklılıklar göstermektedir.

Adaylık ve stajyerlik uygulamaları Karadağ ve Kosova Devlet Memurluğu sistemlerinde de yer almaktadır. Karadağ'da adaylık süresi 12 ay olup; stajyerlik süreleri işin niteliğine göre 6 ay ile 12 ay arasında değişmektedir. Kosova'da ise, adaylık süresi 6 ayla 12 ay arasında değişmektedir. Bu bakımdan Kuzey Makedonya ile benzerlikler taşımaktadır. Ancak stajyerlik süreleri 6, 12 ve 18 ay aralığında değişmekte olup; 6 ay ek süre verilebilmektedir.

Slovenya'da ise, tek tip uygulama olarak stajyerlik uygulaması yapılmakta olup; memurun girmiş olduğu sınav türüne göre bir ayırım söz konusudur. Devlet Memurluğu sınavına girenler 10 ay denemeye tabi tutulur; uzmanlarda ise bu süre 8 aydır. Mesleki sınava girenlerde süreler, eğitim durumlarına göre değişiklik göstermektedir. Hırvatistan'da ise, memur cari usule göre seçilmişse adaylık süresi 12 ay, olağan dışı usule göre belirlenmişse 6 aydır. Buradaki olağan dışı ifadesini, açıktan atama şeklinde değerlendirmek mümkündür.

Bosna-Hersek Devlet Memurluğu sisteminde adayın adaylık süresi sonunda, yetkili makam tarafından performans değerlendirmeye tabi tutulur. Çıkan sonuca göre adayın göreve devam edip etmeyeceği belirlenir. Eğer performans değerlendirme sonucu *"tatmin edici"* olarak sonuçlanırsa ataması gerçekleşir. Aksi durumda, adayın görevi sona erer.

Hırvatistan'da ise, adaylık süresi sonunda performansı olumsuz olarak değerlendirilen aday memur, nihai kararın verildiği tarihten itibaren 8 gün içerisinde memurluktan çıkarılır.

Kuzey Makedonya'da stajyer, staj süresinin sona ermesinden sonra sınava girer. Başarılı görülen stajyerlerin ataması yapılır; başarısızlık durumunda, iş sözleşmesi sonlandırılır. Aynı durum Sırbistan için de geçerli olup adaylık sürecinin sonunda başarılı bulunmayan adayın iş akdi sonlandırılır. Karadağ Devlet Memurluğu sisteminde ise, adaylık sürecinin sonunda *"tatmin edici olmayan performans"* şeklinde değerlendirilen aday memurların görevleri sonlandırılır. Son olarak Kosova'da ise, diğer ülkelerden farklı olarak performansı olumsuz sonuçlanan adaya, 6 aylık ek süre verilir. Bu süre sonunda da başarılı olamayan adayın, memurlukla ilişkisi kesilir. Sonuç olarak, araştırma kapsamındaki bütün Balkan ülkelerinde, adaylık süresi sonunda olumsuz performans değerlendirmesi alması halinde mevcut statüleri sona erer.

İnsan kaynağının hizmet içi eğitim alması, toplumun beklentilerine yönelik hizmet vermesi, teknolojik gelişmelerden yararlanabilmesi ve böylece kendisinin de işinde daha başarılı olmasını sağlar (Bilgin, 2004: 83). Oryantasyon ve eğitim faaliyetlerinin zamanın gereklerine uyarlanmadan uygulanması halinde bu durum, modern anlamda performans yönetiminin etkili olmasında engel teşkil edebilmektedir

(Akçakaya, 2012: 1999). Bu nedenle hizmet içi eğitimi gerekli kılan şu nedenleri bilmek gerekir (Bilgin, 2004:83-84):

- İşe başlamadan önceki bilgilerin çok genel ve eksik olması,
- Hizmete ilişkin gelişme ve yeniliklerin takip edilmesi,
- Bazı bilgi ve becerilerin hizmet içinde kazanıldığı,
- Kariyer ilkesinin gereği olarak yapılması,
- Hizmet için eğitimin bir gereksinim olarak görülmesi ve
- İnsan kaynağının kendi isteğiyle bu tür bir eğitimi bir ihtiyaç olarak görmesi.

Araştırmada Balkan ülkeleri hizmet içi eğitim faaliyetleri açısından değerlendirdiğimizde, hemen hemen bütün ülkelerin hizmet içi eğitim programlarına önem verdikleri görülmektedir. İlk olarak Hırvatistan Devlet Memurluğu sisteminde çalışanların, kişisel bilgi ve becerilerini geliştirmelerine yönelik eğitim programları açılabilir. Söz konusu programları mesleki, kişisel, stratejik yönetim, yöneticiliğe yükselme ve gruplar için bireysel/özel eğitim programları türünde çeşitlilik göstermektedir.

Kuzey Makedonya Devlet Memurluğu sisteminde, çalışanlar hem adaylık döneminde hem de çalıştığı kurumun ihtiyaçlarına yönelik olarak mesleki eğitime tabi tutulmaktadır.

Sırbistan'da hizmet içi eğitim, hem bir hak hem de bir yükümlülük olarak düzenlenmiştir. Buna göre adaylık döneminde, aday memur, kurumun talebine yönelik olarak mesleki eğitimini alması gerekir. Bu aynı zamanda hem bir hak hem de bir yükümlülüktür. Hizmet içi eğitim için mali destek, mesleki eğitim programı planlarına göre merkezi bütçeden karşılanır.

Karadağ Devlet Memurluğu sisteminde de, aynı Sırbistan'da olduğu gibi hizmet içi eğitim hak ve yükümlülük şeklinde düzenlenmiştir. Burada eğitim, mesleki yeterliliklerinin ve kişisel becerilerin artırılmasına yönelik yapılmaktadır.

Son olarak Slovenya'da Devlet Memurluğu sisteminde ise, memurların mesleki ve kişisel gelişimlerine yönelik ek eğitim alma hakları vardır. Hükümetin, çalışanların genel eğitim ve öğretim programlarını belirleme yükümlülüğü vardır.

Hizmet içi eğitim ve mesleki eğitim konusunda Kosova devlet memurluğu sisteminin, diğer ülkelere göre farklı uygulamalara sahip olduğunu söylemek gerekir. Adaylık dönemi boyunca, memurların, zorunlu eğitim faaliyetlerini tamamlaması gerekir. Memurlara yönelik eğitim politikalarının yürütülmesinde "Kosova Kamu Yönetimi Enstitüsü" önemli bir göreve sahiptir. Bu kurum, Fransa'daki ENA (Ecol Nasyonal Administration-Ulusal yönetim Okulu) ve Türkiye'deki (2018 yılında kapanan) "Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü-TODAİE"ne yakın bir benzerliği bulunmaktadır. Zira TODAİE, hizmet içi eğitim açısından kamu hizmetlerinde, yönetim tekniklerinde ve sürekli mevzuat değişikliklerinde kamu personelinin değişimlere çabuk uyum sağlamasında yararlı bir işleve sahipti (Bilgin, 2015, s. 339).

Kosova'nın devlet memurluğuna ilişkin mevzuatına göre, Enstitü, bütün kamu çalışanları için mesleğe yönelik uzmanlık gelişimlerini sağlamak amacıyla zorunlu olsun isteğe bağlı olsun eğitim faaliyeti vermektedir. Kamu Yönetimi Enstitüsü'nün de yukarıda sözünü ettiğimiz amaçla kurulduğu düşünülebilir. Buradan yola çıkarak Enstitünün, hizmet içi eğitim hizmetinin gerçekleştirilmesi bağlamında merkezi pozisyonda olduğu söylenebilir.

Aslında memurlara/çalışanlara yönelik verilen eğitimin dikkate değer çıktılarından biri, entelektüel sermayenin açığa çıkartılması ve devlet mekanizmasının yararına kullanılmasıdır. İlk kez, 1991 yılında Thomas Stewart tarafından ortaya atılan entelektüel sermaye "Kurum çalışanlarının beyinlerinde gömülü olan yetenek, beceri, uzmanlık varlığının, kuruma rekabette üstünlük sağlayan her şeyin toplamıdır" şeklinde tanımlanmıştır. Bir organizasyonda var olan kullanışlı bilgi olarak da tanımlanan bu kavram örgütlerin iş süreçleri, teknoloji, patent, personel becerileri, tasarımları, bilgisayar programları, yayınları, müşteri ve taseyon gibi ilişkili olan tüm kesimlerle ilgili bilgilerden oluşmaktadır (Güler, 2013, s. 41). Bu perspektiften değerlendirdiğimizde inceleme kapsamındaki devletlerin çalışanlarına yönelik mesleki ve kişisel eğitimleri fonlamakta, yasal açıdan teminat altına alınarak bütçe olanakları doğrultusunda entelektüel sermayelerini geliştirme niyetinde oldukları söylenebilir.

Tablo-4: Balkan Ülkeleri Kamu Personeli Adaylık ve Eğitim Karşılaştırması

ÜLKELER	SÜRELER	Memurluktan Alınma	Eğitim Faaliyetleri
Bosna-Hersek	12 ay + 6 ay ek süre	Var	Zayıf
Kuzey Makedonya	Üniversite mezunları 6 ay Üniversite mezunu olmayanlar 12 ay	Var	Orta
Sırbistan	Deneme: 6 ay (ilk kez atama-stajyer olmayanlar) Stajyerlik: Üniversite mezunu 12 ay Lise mezunu 9 ay Orta öğretim mezunu 6 ay	Var	Güçlü
Karadağ	Deneme: 12 ay Stajyerlik: 6 ay -12 ay (İşin niteliğine göre)	Var	Güçlü
Kosova	Deneme: 6 ay – 18 ay (Sözleşmenin türüne göre) Stajyerlik: 6 ay – 12 ay - 18 ay + (6 ay ek süre)	Var	Güçlü
Slovenya	Stajyerlik: Devlet sınavı 10 ay Uzmanlar: 8 ay Mesleki sınav: Üniversite mezunu 8 ay; Lise mezunu 6 ay; İlk ve orta öğretim mezunu 4 ay	Var	Orta
Hırvatistan	Olağan Dışı Yolla Alım: 6 ay – Olağan Yolla Alım: 12 ay	Var	Güçlü

Memurların Hakları Açısından Karşılaştırma

Hak, Arapça tekil bir terim olup “*Adaletin gerektirdiği ya da birine ayırdığı şey*” anlamında kullanılır. Ayrıca hak sözcüğün “*doğruluk*”, “*gerçek*”, “*Tanrı*” diye değişik anlamları olduğu gibi; “*hukukun kişilere tanıdığı yetki*” anlamında da kullanılabilir. Hak kavramını tanımlayabilmek ve içeriğini açıklayabilmek için “*irade kuramı*”, “*çıkar kuramı*”, “*karma kuram*”, “*Duguit kuramı*”, “*Kelsen kuramı*” gibi çeşitli kuramlar geliştirilmiştir (Doğan, 2005: 5-13). Diğer taraftan hukukun genel teorisine göre hak kavramı, değişik şekillerde tanımlana bilmektedir. Bu tanımlardan en yaygın olana göre hak, “*kişilere hukuk düzeni tarafından verilen bir irade kudreti, bir isteme yetkisidir*” (Gözler, 2003: 147) şeklindedir. Bir diğer tanımlamaya göre ise hak, “*kişilere irade kudreti tanınmak suretiyle hukuk düzeni tarafından korunan menfaattir*” (Gözler, 2018: 154).

Devlet Memurları açısından haklar, anayasa ve kanunlarla düzenlenmektedir. Bu hakları temel haklar, genel haklar, mali haklar, sosyal haklar ve yardımlar, değerlendirmeye ilişkin haklar, yükselmeye ilişkin haklar, yer değiştirmeye ilişkin haklar, disipline ilişkin haklar, görevden uzaklaştırmaya ilişkin haklar, eğitime ilişkin haklar, özel yasalarla verilen haklar ve son olarak özür, eski hükümlü ve terör mağduru hakları (Bilgin, 2004) şeklinde sınıflandırabiliriz. Bu bölümde araştırmaya konu ülkeler bu başlıklar içerisinde temel haklar, mali haklar, genel haklar, değerlendirmeye ilişkin haklar, eğitime ilişkin haklar, yükselmeye ilişkin haklar, sosyal haklar ve yardımlar, yer değiştirmeye ilişkin haklar ve diğer haklar açısından değerlendirmeye alınmıştır.

Temel haklar açısından: Temel haklar açısından her ülkenin çalışma hakkını ulusal mevzuatlarında yer verdiği görülmektedir. Bosna- Hersek “*adil ve eşit muamele görme hakkını*” ve memurların “*üstleri tarafından insanca muamele görme hakkını*” düzenlemiştir. Hırvatistan’da Devlet Memurluğu sisteminde “*uygun şartlarda çalışma hakkına*” yer vermiştir. Sırbistan’da ise, Devlet Memurlarının temel hak olarak “*güvence hakkı*” bulunmaktadır. Bu hak, memurların yükselme, ödüllendirme ve yasal haklarına ulaşma konusunda eşit güvenceye sahip olmalarını ifade eder. Karadağ da ise, “*eşit işe eşit ücret hakkı*” Memur mevzuatında yer verilmiştir. Aynı şekilde Kosova’da, “*çalışma hakkına*” ve “*adil maaş*” hakkına yer verilmiştir.

Mali haklar açısından: Mali haklar içerisinde ilk akla gelen hak “*Ücret/maaş hakkıdır*”. Bu hak bütün ülkelerde kanun kapsamında tanınmıştır. Buna ek olarak Bosna Hersek’de memurlara, gerekli koşulların oluşması halinde “*maaş tazminatı alma hakkı*” ve ek olarak “*ek ücret alma hakkı*” tanınmıştır. İşten çıkarılma halinde, memur, 6 aylık maaş karşılığında tekabül eden bir tutarda kıdem tazminatına hak kazanır. Kuzey Makedonya ise, memurların hafta sonlarında, gece, 24 saati aşan vardiyalı işlerde ve yüksek riskli işlerde çalışılması durumunda “*ek ücret alma hakları*” bulunmaktadır. Resmi tatillerde çalışılması halinde, Bütçe Kanunu’nda belirlenen belli bazı ödenekleri de alma hakkı vardır. Sırbistan da memurlar için “*tazminat ve*

diğer kazanç hakkını" tanımıştır. Karadağ'da ise, mali haklar açısından Devlet Memurlara oldukça dikkat çekici (ve Türkiye için Devlet Memurluğu anlayışına çok ters düşen) bir hak tanınmıştır. Bu hak, "**ikinci işte çalışma hakkı**"dır. Bu hakka göre memurlar, devlet itibarını zedelemeyen, çıkar çatışmasına sebebiyet vermeyen, devlet işlerini aksatmayan, kanun tarafından kısıtlanmayan, yapılan görev örgütün sorumluluk alanında olmamak şartıyla izin alarak, mesai saatleri haricinde ikinci bir iş yapabilirler. Bu hakkın, Karadağ'ın makroekonomik göstergelerindeki olumsuzluklarından kaynaklandığı düşünülebilir.

Genel haklar açısından: Bu sınıfta yer alan haklar "*izin hakkı*", "*emeklilik hakkı*", "*korunma hakkı*", "*sendikalara üye olma hakkı*", "*grev hakkı*" olarak değerlendirilirken; her ülkenin bu hakları memurluk sistemlerinde tanıdıkları görülmektedir. "*İzin hakları*" ülkeden ülkeye süreler açısından farklılık gösterse de, her ülkenin bu hakkı kendi mevzuatında yer verdikleri tespit edilmiştir. Bosna Hersek'de, memurların içinde buldukları sınıflara göre en az 20-25 işgünü yıllık izin alma hakkını tanımıştır. Bunların yanında süresiz izin hakkı da kanunda bulunmaktadır. Hırvatistan'da ise, her memur 18 iş gününün altında olmamak şartıyla yıllık izin alma hakkına sahiptir. Bu süreler Sırbistan'da en az 20 en fazla 30 gündür. Slovenya ise, genel izin hakkını düzenlemekle birlikte, doğum, annelik ve babalık, hastalık izni gibi izinleri de düzenlemiştir.

Emeklilik hakları açısından: Bosna Hersek; memurların gerekli şartları sağlaması durumunda emekli maaşı alma haklarının olduğunu belirtmiştir. Hırvatistan ise, emeklilik hakkı açısından erken emeklilik ve geç yaş emeklilik hakkı olmak üzere iki çeşit emeklilik hakkı düzenlemiştir. Aynı şekilde diğer ülkelerinde emeklilik hakkını düzenledikleri görülmüştür.

Sendikal hakları açısından: Balkan ülkelerinin herbirinde sendikal hakların düzenlenmiş olduğunu görmekteyiz. Buna göre, Balkan ülkelerinde her memur ve işçi çalışanın sendikalara üye olma hakkı bulunmaktadır. Burada dikkat çeken sendikal hak ise "*grev hakkı*"dır. Çünkü sadece Bosna Hersek, Hırvatistan, Kuzey Makedonya, Kosova ve Slovenya "*grev hakkı*"nı düzenleyen ülkelerdir. Hırvatistanda ayrıca, memura "*eşit iş için eşit ücret hakkı*" ve "*toplu iş sözleşmesi hakkını*" tanımıştır.

Korunma hakları açısından: Balkan ülkeleri tarafından tanınsa da, tanımlama açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Örneğin Sırbistan, "*memurların iş yerinde sağlığını tehlikeye atmayacak çalışma koşullarına, görevlerini yerine getirmesi için gerekli teknik donanım ve diğer uygun ortama, tehdit, saldırı ve tehlike altındaki olmasını engelleyecek korunma hakkına sahip olmalıdır*" diyerek memurlar için sağlık, ergonomi ve güvenlik açısından korunma hakkını düzenlemiştir. Karadağ ise, erken ve kadın memur ayrımına giderek kadın çalışanlara özel korunma hakkı tanımıştır. Karadağ'ın korunma hakkı açısından diğer ülkelerden ayrıldığı diğer bir nokta ise, "*muhter korumasıdır*". Bu koruma türü görevleri ifa ederken cezai suç veya yolsuzluk faaliyetinde bulunan çalışanın, söz konusu eylemi ihbar etmesi halinde korunmasını içermektedir.

İstifa hakkı açısından: Balkan ülkelerinin herbirinin mevzuatında düzenlendiği görülen memurun istifa hakkı, bazı haklarla etkileşimi açısından farklılaşabilmektedir. Örneğin, Bosna Hersek'de memurların atandıktan sonra, askeri yükümlülüklerden muaf olma hakkı düzenlenmiştir. Hırvatistan'da ise, memurlar, genel ve yerel seçim zamanı memurluktan çekilmeden aday olabilirler. Aynı şekilde Sırbistan'da memurlar yargıya başvuru hakkına sahiptir. Kosova'da da siyasi haklar ve şikâyet hakkı, yasada memurların hakları olarak belirtilmiştir.

Değerlendirmeye ilişkin haklar: Buradaki haklar daha çok performans değerlemesine ilişkin haklardır. Bu açıdan Bosna-Hersek memurlara performanslara göre ödüllendirilme hakkını vermiştir. Kosova, devlet memurluğu sisteminde ise, memurlar kendi sicil dosyalarını inceleme hakkının yanında kişisel bilgilerinin güncellenmesini ve eksiklerinin tamamlanmasını isteme hakkına sahiptir.

Eğitime ilişkin haklar: Buradaki haklar, Adaylık başlığı altında yukarıda anlatılmıştır. Ancak özetlemek açısından Bosna Hersek memurlara eğitim desteği alma hakkı tanımıştır. Hırvatistan ve Karadağ'da memurların mesleki eğitim haklarına sahip oldukları mevzuatlarında yer almıştır. Kosova'da ise, memurlara profesyonel eğitim ve öğretim hakkı ile mesleki ve kişisel yetkinliklerini geliştirme amaçlı eğitimlerden yararlanma hakları bulunduğu ifade edilmiştir. Slovenya'da ise işveren lehine eğitim hakkı ve eğitim yükümlülüğü olmak üzere iki ayaklı bir sistem geliştirilmiştir.

Yükselmeye ilişkin haklar: Hırvatistan, Kuzey Makedonya, Slovenya ve Sırbistan'da memurlara "yükselme hakkı" tanınmıştır. Buna göre Sırbistan'da memurların açık ve düzenli olmak üzere iki tür yükselme hakları vardır. Karadağ'da ise, memurların merkez ve yerel yönetim kuruluşlarında veya bilimsel, insani ve sportif örgütlerde, kamu iktisadi teşebbüslerinin yönetim ve denetim organlarında başkan veya üye olarak yer alabilecekleri belirtilmiştir.

Sosyal haklar ve yardımlar: Bu haklar arasında aile yardımı, sağlık yardımı, yiyecek yardımı gibi yardımları içerir. Kuzey Makedonya, memurlara aile yardımı, taşınma yardımı, yol harcırahı yardımı, gıda yardımı, cenaze yardımı, tedavi yardımı alma gibi sosyal ve ekonomik yardım sağlamaktadır.

Yer değiştirmeye ilişkin haklar: Hırvatistan'da memurlar için "yer değiştirme hakkı" düzenlenmiştir. Buna göre memurlar hizmetin gerekliliklerine göre, aynı veya farklı bir birimden, aynı veya farklı bir birime tayin edilebilir.

Diğer haklar: Buradaki haklar genel olarak bilgi edinme hakkı olarak ele alınmakla birlikte, farklılık içeren haklara da değinilmiştir. İlk olarak Karadağ'da memurlara kurum oluruyla pedagojik ve bilimsel araştırmalarda bulunabilme hakkı tanınmıştır. Ayrıca insani yardım faaliyetlerinin yanında spor faaliyetlerinde çalışabilme; akademik çalışmalar yapabilme; seminer ve konferans düzenleme ve öğretim görevlisi şeklinde çalışabilme hakkı tanınmıştır. Kosova'da, memurlar için "bilgi edinme hakkı" düzenlenmiştir. Sırbistan'da ise, memurlara bireysel sicil kayıtlarında tutulan bilgilere yönelik bilgi edinme hakkı verilmiştir. Son olarak Hırvatistan'da memurlara, görevleriyle alakalı teklifte bulunma, dilekçe verme ve şikâyetlerini iletme ile bunlara ilişkin cevap alma hakkına sahip olduğu belirtilmiştir.

Memurların Yükümlülükleri Açısından Karşılaştırma

Yükümlülükler, Devlet Memurlarının kamu hizmetlerini yerine getirirken tarafsızlık, eşitlik, etkinlik, tasarruf, kılık kıyafet, verimlilik gibi ölçütlere dikkat ederek çalışmaların sağlayan ilke ve kurallar bütünüdür. Buradaki amaç kamu hizmetlerinin, vatandaşların memnuniyetlerini karşılayacak şekilde sunulmasıdır. Çünkü vatandaş, devletten sadece hizmet beklememekte, aynı zamanda kaliteli hizmet beklemektedir. Bu anlamda yükümlülükler, memurların neler yapması ve/veya yapmaması gerektiğine ışık tutarken, diğer yandan kamu hizmet kalitesinin artmasını da sağlar.

Araştırma kapsamında Balkan ülkeleri Devlet Memurluğu sistemi incelendiğinde, memurların yükümlülükleri olarak şu hususların ön plana çıktığı görülmektedir:

- Balkan ülkelerinde temel yükümlülük, memurların kanunlara uyma yükümlülüğüdür.
- Balkan ülkelerindeki etik ilkeler kapsamında Bosna-Hersek, Kuzey Makedonya, Sırbistan, Karadağ ve Slovenya'da tarafsızlık; Slovenya ve Karadağ'da etik kurallara uyma; Bosna-Hersek'de kişisel çıkar gözetmeme; Hırvatistan ve Karadağ'da görevi kötüye kullanmama; Hırvatistan ve Karadağ'da hediye kabul etmeme; ve Sırbistan'da ayrımcılık yapmama gibi yükümlülükler mevcuttur.
- Kamusal işlerin vatandaşların bilgisine açık olmasını ifade eden şeffaflık ilkesine yönelik yükümlülükler Kosova, Hırvatistan, Sırbistan, Karadağ'da, idari işler hakkında bilgi verme ve açıklama yükümlülüğü şeklinde düzenlenmiştir.
- Kamu hizmetlerinin sunumunda kamu yararı ilkesinin uygulanmasına ilişkin yükümlülükler, Bosna-Hersek, Kuzey Makedonya ve Karadağ'da mevcuttur. Kosova'da devlet çıkarını ve insan haklarını koruma yükümlülüğü; Slovenya'da ise, yapılan iş ve eylemlerin kurumun itibarına zarar vermemesi yükümlülüğü getirilerek kamu yararına vurgu yapılmıştır.
- Resmi sırların açıklanmaması yükümlülüğü Kosova, Hırvatistan, Kuzey Makedonya, Sırbistan, Karadağ mevzuatında yer almaktadır.
- Görevin etkin ve verimli kullanımı yükümlülüğü Kosova, Hırvatistan ve Karadağ'da bulunmaktadır.
- Üstlerin emirlerine uyma yükümlülüğünü doğrudan düzenleyen ülkeler Kosova, Kuzey Makedonya, Sırbistan ve Slovenya'dır.
- İşe gelme ve çalışma saatlerine riayet etme yükümlülüğüne Karadağ, Hırvatistan ve Sırbistan mevzuatlarında yer verilmiştir.
- Devlet Memurlarının profesyonel davranma yükümlülüğü ise Karadağ, Hırvatistan ve Kuzey Makedonya'nın mevzuatında yer almaktadır.

Diğer yükümlülükler açısından, Sırbistan'da ayrıca işyeri güvenliği yükümlülüğü düzenlenmiştir. Kosova'da ise, mesleki gelişim yükümlülüğünü ve çıkar çatışmasını ihbar etme ve önleme yükümlülüğü mevzuatda yer almıştır. Bosna-Hersek'de ise, bunlardan ayrı olarak memurların bir mülteci veya yerinden edilmiş kişinin sahip olduğu gayrimenkulleri işgal etmeme yükümlülüğü getirilmiştir.

Kuzey Makedonya'da, diğer ülkelerden ayrı olarak mesai saatleri içerisinde, memurların resmi giysisi üzerinde ismi ve görev unvanını gösteren "etiketin" görünür olması ve siyasi partiye üye olması halinde, partinin doğrudan seçim kampanyalarına veya benzer nitelikteki diğer etkinliklerine katılımını, mesai saatleri içinde yapmaması yükümlülüğü getirilmiştir. Hırvatistan'da, zimmet ve kişisel sorumluluk yükümlülüğü, Devlet Memurluğu mevzuatında yer verilmiştir. Sırbistan'da ise, memurların olağan üstü durumlarda, üstlerinin yazılı emriyle mevcut pozisyonlarının altında bir pozisyonda çalıştırılabilecekleri belirtilmektedir. Karadağ'da ise, yapacağı eylemlerden dolayı devlete ve üçüncü kişilere karşı oluşabilecek zararlardan sorumlu olma yükümlülüğünün yanında yolsuzluğun oluşmaması için "dürüstlük programına" uymak ve çıkar çatışmasından kaçınma yükümlülüğü getirilmiştir. Ayrıca memurlar, kamuda işe başlamadan iki yıl öncesine ait yürütülen kamu sektörüne ilişkin faaliyetleriyle alakalı ticari sözleşme yaptığı veya ticari ilişki içerisinde olduğu gerçek ve tüzel kişileri bildirmekle yükümlüdür. Slovenya'da, çıkar çatışmasından çekinme, rekabet yasağı ve rekabet şartlarını ihlal etmeme, çalışma performansının tarafsızlığa aykırı olmaması, işlerin yürütülmesinde erişilebilir veriler ile halka açık olmayan verilerin kötüye kullanılmaması gibi yükümlülükler yer almaktadır.

Yükümlülükler konusunda Türk hukuk sisteminde de düzenlenen (Anayasanın 137. ve DMK 11. maddesinde düzenlenmiş olan) "kanunsuz emir" ilkesi, Balkan ülkelerinde Karadağ ve Hırvatistan hariç, diğer ülkelerin memur mevzuatında aşağıdakine benzer biçimde bulunmaktadır. Söz konusu ilkeye göre:

"Kamu hizmetlerinde herhangi bir sıfat ve suretle çalışmakta olan kimse, üstünden aldığı emri, yönetmelik, Cumhurbaşkanlığı kararnamesi, kanun veya Anayasa hükümlerine aykırı görürse, yerine getirmeye ve bu aykırılığı o emri verene bildirir. Ancak, üstü emrinde ısrar eder ve bu emrini yazı ile yenilerse, emir yerine getirilir; bu halde, emri yerine getiren sorumlu olmaz. Konusu suç teşkil eden emir, hiçbir suretle yerine getirilmez; yerine getiren kimse sorumluluktan kurtulamaz. Askerî hizmetlerin görülmesi ve acele hallerde kamu düzeni ve kamu güvenliğinin korunması için kanunla gösterilen istisnalar saklıdır."

Memurların Yasakları ve Disiplin Cezaları Açısından Karşılaştırma

Balkan ülkelerinin bazılarında, Devlet Memurluğuna ilişkin mevzuatlarda "yasaklar" başlığı altında hükümler düzenlenmiştir. Buna göre Bosna-Hersek yasaklar başlığı altında Devlet Memurlarına yasak olanlar şunlardır:

- Devlet Memurlarının resmi görevleri ile çıkar çatışması teşkil eden bir işlevi veya faaliyeti gerçekleştirme yasaktır.
- Devlet Memurlarının Bakanı veya Kurum Başkanı tarafından izin verilmedikçe, herhangi bir ek ödeme işlemi yapması yasaktır.
- Görevden alınan veya emekliye ayrılan memurun, iki yıl bitimine kadar, denetim yaptığı şirkette görev alması yasaktır.
- Devlet Memurlarının siyasi parti kurullarına üye olması ve siyasi partilerin talimatlarına uyması yasaktır.

Sırbistan Devlet Memurları yasasının yasaklar bölümünde, Devlet Memurlarına getirilen yasakların başında Devlet Memurlarının hediye alma yasağı, ticari faaliyette bulunma yasağı ve tüzel kişiliğe sahip örgütlerde yönetici, vekil veya yardımcı pozisyonlarda çalışma yasağı bulunmaktadır. Ancak memur tüzel kişiliğin yürütme veya denetleme kurulu üyesi veya tüzel kişiliğin idari bir makamına mevzuata uygun bir şekilde ve yalnızca ilgili kamu kurumu yönetiminin özel olarak atamasıyla yönetici olabilir.

Karadağ Devlet Memurluğu sisteminde ise, Devlet Memurlarına getirilen yasaklar hediye alma yasağı, ticari faaliyette bulunma yasağı, işten ayrılan memurun iki yıl boyunca ayrıldığı kamu kurumunun denetimi ve kontrolü altındaki bir işte çalışmama yasağı gibi yasaklar bulunmaktadır. Bunların yanında

ayrımcılık yasağı, çıkar çatışmasından kaçınma yasağı, bilgi ve belgeleri kendi ve üçüncü kişiler lehine kurulamama yasağı ve ticari kuruluşlarda yönetim kurulu başkanı ve üye olmama yasağı mevcuttur.

Balkan ülkeleri Devlet Memurluğu sistemi, Disiplin yönetimi açısından incelendiğinde ise, Türk Kamu Personel Sisteminde (657 sayılı DMK'da) "Disiplini Bozucu Fiil ve Eylemler" olarak geçen disiplini bozan hükümlerin, Balkan ülkelerinde doğrudan "Disiplin Suçları" olarak yer aldığı görülmektedir. Oysa, Türk Hukuku'nda ancak Türk Ceza Kanunu'nda "suç" olarak belirlenmiş olanların suç sayılabileceği, diğer kanunlardaki benzer durumların "fiil ve eylem ya da kabahat" olabileceği anlaşılmaktadır. Buna göre kamu görevlilerinin statülerine ilişkin hükümlere uymaması sebebiyle, kurum düzeninin bozulmasına sebep olan fiillere disiplin suçu denmektedir (Akyılmaz ve ark., 2017, s. 765).

Tablo-5: Balkan Ülkelerinin Hafif İhlaller Açısından Karşılaştırılması

Hırvatistan	Kuzey Makedonya (Disiplin Usulsüzlüğü)	Sırbistan	Karadağ	Kosova	Slovenya
İş yerine geç kalma veya işyerinden erken ayrılma	İş yerine geç kalma veya işyerinden erken ayrılma	İş yerine geç kalma veya işyerinden erken ayrılma	İş yerine geç kalma veya işyerinden erken ayrılma	Mazeretsiz 2 gün işe devamsızlık yapma	Yönetmelik, iş sözleşmesi ve toplu iş sözleşmesine aykırı davranmak
Mazeretsiz işi terk etme	Resmi belgelerin düzensiz muhafaza edilmesi	Resmi belgelerin düzensiz muhafaza edilmesi	Resmi belgelerin düzensiz muhafaza edilmesi	Etik kural ihlali	Etik kural ihlali
Resmi belgelerin düzensiz muhafaza edilmesi	Mazeretsiz 2 gün işe devamsızlık yapma	Mazeretsiz 1 gün işe devamsızlık yapma	Mazeretsiz 3 gün işe devamsızlık yapma	Çalışma arkadaşlarına kötü davranma	Çalışma arkadaşlarına kötü davranma
Mazeretsiz işe devamsızlık yapma	İsim ve görev unvanını gösteren	İşe gelememe durumlarında 24 saat içinde mazeret gösterememe	Kılık kıyafet kurallarına uymamak ve/veya yaka kartlarını takmamak	Kamu hizmetlerine zarar verecek eylemlerde bulunma	
İşe gelememe durumlarında 24 saat içinde mazeret gösterememe			İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili eksiklikleri üstlerine bildirmeme		
			Etik kurallar içinde küçük disiplin kurallarını ihlal etme		
			İşe gelememe durumlarında 24 saat içinde mazeret gösterememe		

Disiplin suçlarının Bosna-Hersek dışındaki ülkelerde, "Ağır disiplin ihlali" ve "Hafif disiplin ihlali" şeklinde düzenlendiği görülmüştür. Hırvatistan, Sırbistan, Karadağ, Kosova ve Slovenya'nın böyle bir ayrıma gittiği; Kuzey Makedonya'nın ise, "Disiplin usulsüzlüğü" ve "Disiplin cezası" ayrımına gittiği; Bosna-Hersek'de ise, disiplin cezalarında bu tür bir sınıflandırmaya gidilmediği anlaşılmıştır.

Tablo.5'de görüleceği üzere, disiplinsizlikteki hafif ihlal eylemleri genel olarak işe devamsızlık, çalışma arkadaşlarına kötü davranma, işe devamsızlıkta mazeret bildirmeme ve resmi belgelerin muhafaza edilmemesi şeklinde belirlenmiştir. Karadağ'da bunlardan ayrı olarak kılık kıyafet kurallarına uymamak ve/veya yaka kartlarını takmamak; iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili eksiklikleri üstlerine bildirmeme eylemlerin eklendiği belirlenmiştir.

Tablo-6: Balkan Ülkelerinin Ağır İhlaller Açısından Karşılaştırılması

Hırvatistan	Kuzey Makedonya (Disiplin Suçu)	Sırbistan
Görevlerin yerine getirilmemesi, Yasa dışı işlemlerin önlemede çekinme, üst makamları yanıltıcı yanlış bilgiler verme, görevi kötüye kullanma, verilen görevi mazeretsiz yerine getirmeme, kamu mallarını izinsiz kullanma, resmi sırları açıklama, vatandaşların yasal başvuru kanallarını engelleme, üstlerin onayını almadan görevin aksine faaliyetler yürütme, evrakta sahtecilik, kamu göreviyle uyumayan davranışlar sergileme, 2 ila 4 gün boyunca üst üste mazeretsiz olarak işe gelmeme, üç kez hafif ihlal cezası alma	Görevlerin yerine getirilmemesi, tarafsızlık ilkesine aykırı davranmak, bilgi edinme yasası kapsamındaki istenilen bilgileri üst makamlara ve vatandaşlara vermeme, kayıt dışı ekonomik faaliyette bulunma, yasalara ve yönetmeliklere uymamak, sorumluluğundaki kamu mallarını korumak için özenli davranma, maddi kamu zararına yol açmak, disiplin usulsüzlüğünü tekrarlamak, kamu görevini yerine getirirken kişisel çıkar ve menfaat sağlamak, mesleki gelişim eğitimini reddetmek	Görevleri ve verilen emirleri yerine getirmemek, hukuka aykırı ve kamu zararına yönelik yasa dışı eylemlerde bulunmak, görevi kötüye kullanmak, tarafsızlık ilkesine aykırı davranmak, resmi sırları açıklamak, kamu görevinin yerine getirilmesinde kendisine ve üçüncü kişilere çıkar ve menfaat sağlamak, hediye almak, ikinci iş yapmak, ticaret yapmak, ticari kuruluşlardaki görevlerini devrettiğine dair üstlerine bilgi vermemek, kayıt dışı ekonomik işlemler yapmak, çalışma arkadaşlarına karşı saldırgan ve şiddet davranışında bulunmak, çalışma arkadaşlarının hak ve menfaatleri aleyhinde davranışta bulunmak, iki gün üst üste mazeretsiz işten ayrılmak, hafif ihlal eylemlerini tekrarlamak
Karadağ	Kosova	Slovenya
Görevleri yerine getirmemek, emirlere ve talimatlara uymamak, görevi kötüye kullanmak, kamu malını kötüye kullanmak, yetki tecavüzünde bulunmak, gerçek ve tüzel kişilerin yasal haklarını kullanmalarını engellemek, mazeretsiz üç iş günü işe gelmemek, resmi sırları açıklamak, tarafsızlık ilkesine aykırılık, çalışma arkadaşlarına karşı saldırgan ve şiddet davranışında bulunmak, işyerinde alkol ve uyuşturucu kullanmak, karar vermeye yönelik yanıltıcı bilgiler vermek, birde fazla hafif disiplin ihlali yapmak, ağır ve bariz görev ihmalinde bulunmak, çıkar çatışmasından kaçınmamak ve potansiyel çıkar çatışmasını bildirme yükümlülüğünü ihlal etmek, hediye verme yükümlülüğünü ve alınan hediyeyi bildirme yükümlülüğünü ihlal etmek, kayırmacılık yapmak, ihbarcı memurun haklarını kısıtlamak ve sınırlandırmak, disiplin suçu işlenmesi durumunda disiplin soruşturması başlatmama	Görevlerin yerine getirilmemesi, yasalara ve yönetmeliklere aykırı davranmak, kamu görevinde kişisel çıkar ve menfaat sağlamak, mazeretsiz olarak 5 iş günü işe gelmemek, etik kurallara uymamak, kamu malını kişisel amaçlar için kullanmak ve kamu malına zarar vermek, resmi sırları açıklamak, işyerinde alkol ve uyuşturucu kullanmak, kamu görevlilerini kamu kurumlarını ve kamu hizmetlerine zarar verecek eylemlerde bulunmak	Cezai suça ilişkin eylemde bulunmak, yasalara ve yönetmeliklere aykırı davranmak, kamu kaynaklarını kötüye kullanmak, kamu görevine ilişkin hak, yükümlülük ve sorumlulukları yerine getirmemek, tarafsızlık ilkesine aykırı davranmak, resmi sırları açıklamak, hediye kabul etmek, çalışma arkadaşlarına ve hizmetten yararlananlara kötü muamelede bulunmak, kamu görevini kötüye kullanmak, hafif ihlalleri tekrarlamak

Tablo-6'dan da görüleceği üzere, Bosna-Hersek dışındaki diğer altı ülkenin disiplin cezaları için "ağır ihlal" sınıflandırması yaptığı anlaşılmaktadır. Genel olarak görevi kötüye kullanma, resmi sırları açıklama, mazeretsiz belirli süre işe gelmeme, etik ihlali, tarafsızlık ilkesinin ihlali görevi yerine getirmeme, hafif ihlal eylemlerinin tekrar edilmesi gibi davranışların ağır ihlal olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ülkelerin ağır ihlal ve hafif ihlal gibi ayırma gitmelerinin nedeni, memura verilecek olana disiplin cezasının derecesini belirlemek olduğu söylenebilir. Yapılan eylem ile verilecek ceza arasında ölçülülük sağlamak disiplin cezası verilirken dikkat edilmesi gereken bir husustur.

Tablo-6'dan ayrı olarak, Bosna-Hersek'de ağır ve hafif ihlal ayırımına gidilmediği için memurların görev ihlallerini tek başlıkta sıralanmıştır. Buna göre kamu görevini kötüye kullanmak, resmi sırları açıklamak, kamu yararına aykırı davranmak, bilinçli veya bilinçsiz görev ihmalinde bulunmak, emir ve talimatlara uymamak, kamu hizmetinin yerine getirilmesini engellemek, kişisel çıkara dayalı eylemlerde bulunmak, kamuda ciddi maddi hasara yol açmak işe mazeretsiz devamsızlık yapmak, çalışma ortamında

huzursuzluk yaratmak, çalışma arkadaşlarına kötü davranmak ve verilen görevleri zamanında yerine getirmemek disiplin cezası gerektiren eylemler olarak değerlendirilmiştir.

Ülkeleri disiplin cezaları açısından karşılaştırdığımızda karşımıza uyarı, kınama, maaş kesintisi, yükselmenin durdurulması, bir alt kadroya atanma ve memurluktan çıkarma cezalarının her ülkede uygulandığı görülmektedir. Hırvatistan, Karadağ, Slovenya, Sırbistan disiplin cezalarını ağır ihlal ve hafif ihlal ayırımına göre belirledikleri tespit edilmiştir. Kosova ve Kuzey Makedonya her ne kadar disiplin suçları için “ağır ihlal-hafif ihlal” ayırımı yapsa da disiplin cezalarını bu ayırma göre sınıflandırmadıkları anlaşılmıştır. Bosna-Hersek ise uyarı, kınama, memur alım sınavlarına katılmaktan en fazla iki yıl süreyle men, bir alt kadroya atama, maaş kesintisi ve memurluktan çıkarma olmak üzere altı çeşit disiplin cezasına yer vermiştir. En fazla maaş kesintisi cezası veren ülkeler oranı % 20 ile % 40 aralığında olmak üzere Karadağ ve Kosova’dır. Disiplin cezalarına ilişkin soruşturma sürecine ilişkin usuller başka bir çalışmanın konusuna girdiği için burada bu hususlara değinilmemiştir.

Memurların Performans Değerlendirmesi Açısından Karşılaştırması

Kamu yönetimi alanında performans yönetimi sisteminin hayata geçirilmesi objektif değerlendirme ölçütlerinin sağlanması açısından tartışılan bir alandır (Bilgin, 2016). Ancak birçok ülkede kamu yöneticileri performans yönetimi yaklaşımının pratiğe aktarılmasına yönelik politikalar üretmektedir. Performans değerlendirme akademik kaynaklarda “Başarı/başarım Değerleme”, “İşgören Boylandırma”, “Personel Değerleme” gibi tanımlamalara karşılık gelmektedir (Bakan ve Kelleroğlu, 2003, s. 105). Performans; belirlenen koşullara göre bir işin yerine getirilme düzeyi ya da iş görenin davranış biçimi olarak tanımlanabilir. Başka bir tanım olarak da bir çalışanın belirli bir zaman kesiti içinde kendisine verilen görevi yerine getirmek suretiyle elde ettiği sonuçlardır (Bingöl, 2008, s. 321).

Performans yönetimi ise örgütün temel amaç ve hedefleri doğrultusunda belirlenen stratejik plan hedeflerine ulaşmak için mevcut kaynakların ekonomik, verimli ve etkili biçimde yönetilmesi sürecidir. Bunun doğal sonucu olarak ölçülebilir hedefler ile bu hedeflere ilişkin çıktılar/ürünleri sürekli ölçmeyi gerekli tutmaktır (Bilgin, 2018, s. 44). Buna bağlı olarak kamu performans yönetimi ise, kamu yönetiminde kuruluş amaçları doğrultusunda yetki, görev ve sorumluluk alınan mal ve hizmet üretiminde, iş başarımının sağlanması süreç ve etkinlikleri olarak tanımlanabilir (Bilgin, 2004: 20).

Bu süreç ve etkinliklerden olma üzere performans değerlendirme ise, çalışanın işini ne kadar başarılı yaptığını belirleme, kendisine bildirme ve bir geliştirme planı oluşturma sürecini yansıtır. Başarılı bir performans değerlendirmesi çalışana yalnızca verimlilik konusunda bilgilendirmemekte, aynı zamanda çalışanın gelecekteki çabasını ve mesleki yönelimini de etkilemektedir. Performans değerlendirmenin en yaygın kullanımı; çalışanların yükseltilmesi, görevlerinin yeniden tanımlanması, ücretlendirilmesi ve işten çıkarılması gibi yönetsel kararların alınması ile ilgili olmaktadır (Barutçugil, 2002, s. 180).

Balkan ülkeleri kamu personel sistemini performans değerlendirme yönetimi açısından değerlendirdiğimizde, her ülkenin hemen hemen benzer özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu benzerlikler performans değerlemenin kapsadığı süre, performans göstergelerinin dayandığı ölçütler, performans değerlendirmesi sonucu elde edilecek dereceler, performans değerlemesinden muaf olan çalışanlar açısından dikkat çekmektedir.

Öncelikle Balkan ülkelerinde performans değerlendirmesi, yılda bir yapılmaktadır. Değerlendirmeler hiyerarşik üst amir tarafından yapılmakta ve memur performans sonuçları hakkında bilgi edinebilmektedir. Performans göstergeleri açısından Bosna-Hersek’de, iş tanımına dayalı olarak performans belirlenmektedir. Hırvatistan’da çalışma planlarına, hedeflere ulaşma düzeyine, memurun önceki başarılarına, verimlilik ölçütüne, ve elde edilen çıktılara göre performans göstergeleri belirlenmektedir. Aynı şekilde Kuzey Makedonya’da Devlet Memurunun mesleki bilgi ve beceri düzeyi, belirlenen hedeflere ulaşma düzeyi, elde edilen çıktılar ve bireysel yaratıcılığa göre performansı belirlenmektedir. Karadağ’da performans bireysel yaratıcılık, bağımsız çalışabilme kapasitesi, çalışma ortamına uyum ve işbirliği, işleri örgütlenme kapasitesi ve diğer beceriler ve yeterlilik seviyesine dayalıdır. Buna benzer şekilde Slovenya’da, performans, elde edilen çıktılar, bağımsız çalışabilme kapasitesi, yaratıcılık, dürüstlük, güvenilirlik, işbirliği kapasitesi ve örgütlenme kabiliyeti ölçütleri üzerinden

belirlenmektedir. Son olarak Kosova ve Sırbistan ise, performans değerlemenin bireysel iş hedefleri ve iş tanımlarına göre belirlendiği görülmüştür.

Aslında performans değerlendirme ölçütleri açısından Balkan ülkelerinde belirlenen performans ölçütlerinin, kamu yönetimi disiplini son otuz yıldır etkisi altına alan “Yeni Kamu Yönetimi” yaklaşımının performans yönetimine ilişkin ilke ve değerleriyle örtüştüğü söylenebilir. Özellikle hedeflere ulaşma düzeyi, çıktılarının ölçülmesi, bağımsız çalışabilme kapasitesi gibi ölçütlerin performans değerlemesinde kullanılması bu düşünceyi doğrular niteliktedir.

Diğer taraftan performans değerlendirme sisteminin, Balkan ülkelerinde çalışan her Devlet Memuru için uygulanmadığı da anlaşılmaktadır:

- Sırbistan’da altı aydan az hizmet süresi olanlar ve belirli süreli hizmet sözleşmesine göre çalışanlar performans değerlendirmesinden muaftır.
- Aynı şekilde, Hırvatistan’da altı aydan az hizmeti olanlar;
- Slovenya’da ise üç aydan daha az çalışanlar performans değerlendirmesine tabi tutulmazlar.
- Buna benzer şekilde Karadağ’da, hizmet süresi altı aydan az olanlar ile belirli süreli hizmet sözleşmesine göre çalışanların performans değerlendirmesinden muaftırlar.
- Kosova ise, diğer ülkelerden farklı olarak belirli süreli hizmet sözleşmesine göre çalışanlar, performans değerlendirmesine tabi tutulmaktadır. Buna göre performans belirlenen hizmet süresinin altıda birini kapsayan aralıklarla yapılmaktadır.

Performans sonuçları genel itibarıyla “Düşük, yetersiz”, “yeterli”, “iyi”, “çok iyi” ve “mükemmel”¹¹ gibi derecelere dayalı bir puanlama sistemine sahiptir. Ancak, performans terimi sadece ortalama üstü iş miktarı olan “yeterli, iyi, çok iyi ve mükemmel” iş miktarı için kullanılmalıdır. Zira, düşük ve yetersiz iş miktarı, başarımlı/olumlu anlamdaki performans terimiyle ters düşmektedir. Bu bağlamda Balkan ülkelerindeki performans değerlendirme puanlama sistemlerinin Slovenya, Sırbistan ve Karadağ’da “yeterli”, “yetersiz”, “iyi”, “çok iyi” olmak üzere dörtlü puanlama olarak kullanıldığı görülmekte; Kosova ve Hırvatistan’da buna ek olarak “mükemmel” derecesiyle birlikte beşli bir puanlama sisteminin uyguladığı tespit edilmiştir. Bosna-Hersek’de ise, sadece “yeterli” ve “yetersiz” olmak üzere iki dereceli bir puanlama sistemini uygulamaya koymuştur.

Performans ölçümünün kamu sektöründe etkili ve verimli uygulanabilmesi için elde edilen sonuçların memurlara ödüllendirme veya cezalandırma şeklinde geri dönüşünün sağlanması gerekmektedir. Böylece çalışan ve çalışmayan memur ayrımının yapılarak iş verimliliğinin artırılması sağlanacak, çalışma barışına katkıda bulunacak ve çalışma ortamında adalet sağlanacaktır. Bu açıdan ülkelerin hepsinde üstün performans gösteren memurların terfi ve yükselme açısından ödüllendirildikleri görülmektedir. Ancak bunun tersi olarak “yetersiz” puan alan memurların ise, görevlerine son verilmesi söz konusu olabilmektedir. Örneğin, Kuzey Makedonya son beş yılda üst üste iki kez veya toplamda üç kez “yetersiz” olarak değerlendirilen memurun görevine son verileceği belirtilmiştir. Aynı şekilde Sırbistan’da “yetersiz” derecesi alan memur ek mesleki eğitim programına alınmaktadır. Bu programdan sonra tekrar “yetersiz” derecesi alması durumunda görevine son verilmektedir. Bosna-Hersek, Kosova ve Karadağ’da ise, üst üste iki kez “yetersiz” performans gösteren memurun görevine son verileceği belirtilmiştir. Bu değerlendirmeler ışığında ülkelerin performans yönetimini kamu personel sistemlerine uyumlaştırdıkları ve özel sektör uygulamalarına benzer teknikleri devlet memurları mevzuatında yer verdikleri söylenebilir. Her ne kadar bu çabalar önemli gözükse de, performans değerlendirme ve insan kaynakları planlamasında bazı eksikliklerin bulunduğu uluslararası raporlarda belirtilmektedir (Baseline Measurement Report: The Principles of Public Administration Montenegro, 2015, s. 36).

¹¹ “Mükemmel” performans, memur performansının en yüksek kalitede ve hizmetin en iyi ve düzgün şekilde yürütülmesinin sağlanması durumlarında verilmektedir. “Çok iyi” performans, hizmetin birinci dereceden yapılması sağlanmışsa; “İyi” performans, ortalama üstü kalitede ise ve hizmetin güvenilir bir şekilde yürütülmesini sağlanması halinde verilir. “Yeterli” performans ise, hizmetin yürütülmesinde kabul edilebilir, orta kalite ve hassasiyet standartlarının en düşük ölçüsünün sağlanması durumunda gerçekleşir.

Memurların Ödüllendirilmesi Açısından Karşılaştırılması

Örgütlerde verimliliği sağlamak veya verimsizliğin önüne geçmek için personelin güdülenmesi ve maddi ile manevi yönlerden teşvik edilmesi önemli bir husustur. Kamu sektöründe çalışan personel için maddi teşvik aracı genellikle parasal ödül iken manevi özendiriciler çoğunlukla terfi ve takdirname gibi araçlardır (Aydın, 2009: 239-240). Ödüllendirmenin öncelikli amacı performans artışını sağlamak, daha sonra ise uygun personeli kuruluştta tutmaktır (Canan, 2002: 169). Bu açıklamalar ışığında ödüllendirme ile performans arasında doğrudan bir ilişkinin varlığından söz edebiliriz. Bu ilişkiyi araştırma konumuz ülkelerde de görmek mümkündür.

İlk olarak her ülke performansa dayalı ödüllendirmeye ilgili hükümleri devlet memurluğuna ilişkin mevzuatlarında yer vermişlerdir. Genel olarak terfi, takdir belgesi, maaş zammı şeklinde maddi ve manevi özendiriciler kullanılmaktadır. Görevde yükselme ve terfi özendiricilerini Hırvatistan, Bosna-Hersek, Karadağ, Sırbistan ve Slovenya'nın mevzuatlarında yer verdikleri görülmektedir. Burada ülkelerde yükselme normal bir çalışma sürecinin basit bir halkası (Bilgin, 2004: 106) olmaktan öte performans sonuçlarının dikkate alındığı bir özendirici olarak görülmektedir. Öyle ki Bosna-Hersek olumlu performans notu alanların; Sırbistan iki kere üst üste "çok iyi" veya dört kez üst üste "iyi" performans notu alanların; Hırvatistan iki kere üst üste "mükemmel" veya "çok iyi" performans notu alanların terfi ettirileceğini belirtmişlerdir.

Bir ödülleme yöntemi olarak yükselme/terfi konusunda Slovenya'da, diğer ülkelerden farklı bir uygulama mevcuttur. Buna göre yükselme ödülüne ilişkin olarak Slovenya'daki durum şu şekildedir:

- Devlet Memurun bulunduğu sınıfa göre yükselme farklılaşmaktadır.
- Sloven Memurlar en az beş kez "çok iyi" veya üç kez "mükemmel" performans gösterdiklerinde bir derece yüksek unvana terfi ettirilerek ödüllendirilmektedir;
- Kariyer sınıfının ilk derecesinde olan memur ise, en az altı kez "çok iyi" veya üç kez "mükemmel" performans gösterdiğinde, bir derece yüksek unvana yükselme hakkı kazanmaktadır.
- Beş kez "mükemmel" performans gösteren memur ise, birinci sınıf unvanına terfi ettirilebilir.
- Ancak bir memur performans değerlendirmesinde "mükemmel" sonucunu aldığı takdirde, ilgili görev için gereken istisnai nitelikleri, güvenilirlikleri ve gerekli tüm şartları sağladığında amirin teklifi ile daha yüksek bir unvana terfi etme hakkına sahiptir.
- Eğer memur mesleki eğitim koşulunu ve gerekli şartları yerine getiremezse, terfi alabilmesi için memurun bulunduğu kadroda yedi yıl boyunca en az üç kez "mükemmel" performans göstermesi ve hiçbir zaman "yeterli" veya "yetersiz" performans derecesi almaması gerekir.

Aslında terfi uygulamasının ödüllendirme anlamında etkin bir şekilde yapılabilmesi için norm kadro planlamasının, iş analizlerinin çok iyi tanımlanması gerekmektedir. Çünkü terfi uygulaması her performansı yüksek memura uygulanması bir yerden sonra üst derece kadrolarda şişkinliğe yol açabilmekte ve bu durum kuruma ek mali yükler getirebilmektedir. Bu nedenle terfi için bir üst derecede boş kadronun olması, ilgili kadroya ilişkin özel nitelikleri sağlanması, mesleki uzmanlığının belli bir süreyi geçmesi, bilgi ve beceri testlerinden başarılı olması gibi ek şartlar getirilebilmektedir. Buna en iyi örnek Hırvatistan'ın Devlet Memurluğu sistemidir.

Ödüllendirmede maddi özendirici kullanan ülkeler ise Kosova, Bosna-Hersek, Kuzey Makedonya ve Karadağ'dır. Karadağ'da, üst üste "çok iyi" performans gösteren memurların; Kosova'da "mükemmel" performans gösteren memurların maaşlarına zam yapılmakta; Kuzey Makedonya'da, üstün performans gösteren memura bir maaşına kadar ikramiye verilmekte; Bosna-Hersek'de ise yılsonunda ikramiye olarak memurun ödüllendirileceği belirtilmiştir. Bunlara ilave olarak Karadağ ve Slovenya'da, olumlu performans gösteren memurlara "Teşekkür ve Takdir belgesi verileceği ifade edilmiştir.

Aslında etkili bir şekilde uygulanacak ödüllendirme sistemi ile iş cazibesinin artırılması mümkündür. Çünkü böylece, memurun üstün çaba göstermesine katkıda bulunmuş olacak; ayrıca bireysel performansın artmasıyla birlikte kurumsal performansında, hedeflenen stratejiler ve amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilmesine katkıda bulunmuş olunacaktır. Diğer yandan motivasyon, terfi ve ödüllendirme gibi uygulamalar, aynı zamanda performans yönetim sisteminin de saç ayaklarını

oluşturdukları (Özer, 2013: 42) için etkin bir ödüllendirme mekanizmasının uygulanması, kurumun performans yönetiminde de etkinliğini sağlayabilecektir.

Sonuç

20. yüzyılın son on yılı ile 21. yüzyılın ilk on yılı, Yugoslavya'dan ayrılan devletlerin bağımsızlıklarını ilan ettikleri ve Balkanların siyasi haritasının yeniden belirlendiği bir süreci temsil etmektedir. Bu sürecin dışsal iticilerinin başında, ulus-devletlerle oluşturulan sosyal, siyasal ve ekonomik değişimi hızlandıran küreselleşme olgusu yer almaktadır. Oysa Yugoslavya'da, Sovyetler Birliği'nin ve dolayısıyla siyasal ideolojisi komünizmin etkisiyle 1990'lı yıllara kadar dış dünyaya kapalı ve merkezîyetçi kamu yönetimi anlayışı egemen olmuştur (Agallija, 2008, s. 5).

Balkan ülkelerinde Devlet Memuru olma şartları hemen hemen her ülkede aynı olmakla birlikte, bazı farklılıkların da olduğu görülmektedir. Öncelikle, işe başvuru şartları arasında her ülke vatandaşlık şartını aramaktadır. Ancak Karadağ'da bu şartın yanında yasalarda ve uluslararası sözleşmelerde belirtilen esaslara dayanarak yabancı uyrukluların ve vatansızların da memurluğa başvurabileceğini kanunda ifade edilmektedir. Diğer bir şart olan yaş şartı da, kanunlarda aynı anlamda ancak farklı ifadelerle belirtilmektedir.

Devlet Memurluğu adaylığı ve eğitimleri açısından Balkan ülkelerinde, stajyerlik ve adaylık uygulamalarının yapıldığı görülmektedir. Süreler açısından en az altı ile en fazla on iki ay arasında adaylık veya staj süresinin kabul edildiği; bu sürelerin ise, işe başlayan memurun eğitim durumu, yaptığı sözleşmenin türüne göre farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Genel olarak kamu görevlileri, belirli veya belirsiz süreli iş sözleşmesine göre çalışmaktadır. Bu anlamda Balkan ülkelerinde, "kamu işletmeciliği" anlayışına dayanan bir personel rejiminin egemen olduğu görülmüştür.

Haklar açısından Balkan ülkeleri Devlet Memurluğu sistemini değerlendirdiğimizde izin hakkı, ücret hakkı, güvence hakkı, bilgi edinme hakkı, sendikal haklar gibi haklar açısından her ülkenin memurlara yönelik düzenlemeler yaptığı görülmektedir. Ancak bu haklar dışında en dikkat çekici hakkın, siyasi haklar olduğunu söylemek gerekir. Örneğin Hırvatistan'da seçimlerde siyasi aday olacak olan memurun, görevinden ayrılması zorunlu değildir. Diğer bir örnekte, Kosova'da memurlar buldukları sınıflara göre siyasi partilere üye olabilirler, ancak partilerin yönetim organlarında görev yapamazlar.

Balkan ülkeleri Devlet Memurlarının yükümlülüklerine göz attığımızda ise, görevi kötüye kullanmama yükümlülüğü, hediye kabul etmeme yükümlülüğü, idari işler hakkında bilgi verme ve açıklama yapma yükümlülüğü, görevini etkin ve verimli kullanma yükümlülüğü, resmi sırların açıklamama gibi yükümlülüklerin, hemen hemen her Balkan ülkesinin memur mevzuatında yer alan yükümlülükler olarak görülmektedir.

Balkan ülkeleri olarak bilinen Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Kuzey Makedonya, Slovenya ve Sırbistan'daki Devlet Memurlarına getirilen yasaklara ve disiplin cezalarına baktığımızda ise, yasakların klasik memur yasaklarıyla örtüştüğü; disiplin cezalarında ise genellikle hafif ihlal ve ciddi ihlal ayırımına gidildiği ve işlenen eylemin türüne göre uyarı, kınama, maaş kesintisi, yükselmenin durdurulması ve işten çıkartma cezalarının uygulandığı görülmüştür.

Son olarak Balkan ülkelerinde Devlet Memurluğu performans ve ödüllendirme uygulamaları açısından temel farklılıkların olmadığını; ancak ödüllendirmenin, Sırbistan ve Bosna Hersek Devlet Memurluğu mevzuatında doğrudan bir başlık altında geçmediği, dolaylı olarak konuya değinildiği belirlenmiştir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Notları

Bu çalışma 26-27 Ekim 2019 tarihlerinde Kuşadası/TÜRKİYE'de gerçekleştirilmiş olan 9. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

Yazar(lar)ın Katkıları

Öğr. Gör. Fatih Tolga: veri toplanması, kaynak taraması, sonuçların yorumlanması, makale yazımı ve yayınlama süreci;

Prof. Dr. Kamil Ufuk Bilgin: Çalışmanın tasarımı, sonuçların yorumlanması, eleştirel inceleme;

Gizem Naz Dölek: Veri toplanması, kaynak taraması yaparak katkıda bulunmuştur.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi Perspektifinden Yugoslavya Sonrası Balkan Ülkelerinde Devlet Memurluğu Sistemi başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde "Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin" hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir

Kaynakça

- Agallija, N. (2018). "Avrupa Birliği Üyelik Sürecinin Balkan Ülkeleri Kamu Yönetimleri Üzerine Etkisi: Arnavutluk Örneği", Turkish Studies, 13 (22), 1-17.
- Akçakaya, Murat (2012), "Kamu Sektöründe Performans Yönetimi ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar", Karadeniz Araştırmaları, Sayı 32, 171-202.
- Akyılmaz B., Sezginer, M., Kaya C (2017), "Türk İdare Hukuku", Genişletilmiş ve Güncellenmiş 8. Baskı, Ankara, s. 765.
- Altunok, M. (2014). "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi Üzerine Bir Tartışma". Yönetimsel Yapı İncelemeleri. (Ed. B. Aykaç ve H. Altunok), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Aydın, A. H. (2009). Türk Kamu Yönetimi. Ankara: Seçkin.
- Bakan, İ. ve Kelleroğlu, H. (2003). "Performans Değerlendirme: Çalışanların Performans Değerlendirme Uygulamalarından Beklentileri Konusunda Bir Alan Araştırması". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 8 (1), 103-127. s. 105.
- Barutçugil, İ. (2002). Performans Yönetimi. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Baseline Measurement Report: The Principles of Public Administration Montenegro, April 2015, SIGMA Programme.
- Bilgin, K. U. (2004). Kamu Performans Yönetimi. Ankara: TODAİE.
- Bilgin, K. U. (2015). "TODAİE'nin Kamu Yönetimi Eğitimindeki Yeri ve Önemi". Kamu Yönetimi Eğitimi Geçmişten Geleceğe Küresel ve Ulusal Perspektifler. (Ed. M. Okcu, B. Parlak ve E. Akman), Bursa: Ekin Yayınevi.
- Bilgin K. U. (2016), "A Parallel Change with the New Public Administration Approach", New Public Management in Turkey, (Ed. Demirkaya, Yüksel) pp.177-206, Routledge, New York and London.
- Bilgin K. U. (2018), Türk Kamu Personel Yönetiminde Aktif Çalışma Politikası: "Performans Yönetimi", s:43-73, Kamu Politikası Analizi Türkiye Uygulamaları, Ankara.
- Bingöl, D. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi. Genel İşletmecilik Bilgisi. (Ed. M. Üner), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bosna Hersek Devlet Memurları Kanunu <http://ilo.int/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/81716/88856/F1233858956/BIH-2008-L-81716.pdf> (Erişim: 28.08.2020).
- Canan, E. (2002). İnsan Kaynakları Yönetimi-Psikolojik Bir Yaklaşım. Ankara: Academyplus.
- Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi (2020), 1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 525-535. maddeler arası ile 48 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 7 ve 9.maddeler; <https://www.cbiko.gov.tr/kurumsal/1-nolu-cumhurbaskanligi-kararnamesi> (Erişim:16.09.2020)
- Doğan, N. (2005). İnsan Hakları Hukuku. İzmir: Altın Nokta.
- Güler, B. A. (2004). "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi Nedir?". Kamu Yönetimi Ülke İncelemeleri. (Ed. N. E. Keskin). KAYAUM, Ankara, 3-18.

- Güler, B. A. (2013). Kamu Personeli Sistem ve Yönetim. 2. Baskı. Ankara: İmge Kitapevi
- Güngör, Ş. (2018). "İdeolojik Boyutlarıyla Karşılaştırmalı Kamu yönetimi ve Reform Transferi". Sayıştay Dergisi, S. 110, 63-89.
- Gözler, K. (2003). Anayasa Hukukuna Giriş. Bursa: Ekin.
- Gözler, K. (2018). Hukukun Temel Kavramları. Bursa: Ekin.
- Hırvatistan Cumhuriyeti Anayasası, Madde 61, <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/hr/hr060en.pdf> (Erişim: 28.08.2020).
- Hırvatistan Devlet Memurları Kanunu <http://www.vsrh.hr/CustomPages/Static/HRV/Files/Legislation/Civil-Servants-Act.pdf> (Erişim: 28.08.2020).
- Karadağ Devlet Memurları Kanunu http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_lang=en&p_isn=109228&pcountry=MGO&p_count=185&p_classification=22.10&p_classcount=8 (Erişim: 28.08.2020).
- Kutlu, Ö. (2006). Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi Teorik Çerçeve ve Ülke Uygulamaları. Çizgi Kitabevi.
- Kuzey Makedonya Devlet Memurları Kanunu https://mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/legislation/Zakon_za_administrativni_sluzbenici_sl27_05022014.pdf (Erişim: 28.08.2020).
- Kosova Devlet Memurları Kanunu <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=25839#> (Erişim: 28.08.2020).
- Otenyo, E. E. ve Lind, N. S. (2006). Comperative Public Administration: The Essential Readings, Elsevier, The Netherlands.
- Özer, M. A. (2013). "Çalışanların Verimliliği İçin Performans Yönetimi". Kamu-İş, 13 (1), 37-57.
- Petkoviç, A.,I., (2015), "Legal Status Of Civil Servants: Basic Legislative Solutions", FACTA UNIVERSITATIS Series: Law and Politics Vol.13, No.2, 2015, pp. 139 – 147, Original Scientific Paper.
- Sırbistan Devlet Memurları Kanunu <http://www.voa.mod.gov.rs/documents/law-on-civil-servants.pdf> (Erişim: 28.08.2020)
- Slovenya Devlet Memurları Kanunu https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/deloDZ/zakonodaja/izbranZakonAkt?uid=7AB2E742B1201587C1257A1600327029&db=urad_prec_bes&mandat=VIII (Erişim: 28.08.2020).
- Yüksel, Ö. ve Erkutlu, H. (2003). "Personeli Güçlendirme- Empowerment". Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 5 (1), 131-142.

Gönderilme Tarihi : 03.04.2020
Kabul Tarihi : 20.08.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.713629

Araştırma Makalesi/Research Article

ASYA VE AMERİKA’NIN TÜRKİYE’YE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: PANEL VERİ ANALİZİ

Ümit ŞENGEL

Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

umitsengel@gmail.com, **ORCID ID: 0000-0003-1284-836X**

Burhanettin ZENGİN

Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

bzengin@gmail.com, **ORCID ID: 0000-0002-6368-0969**

ÖZ

Araştırmada Asya ve Amerika kıtası ülkelerinden Türkiye’ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda iki farklı kıtadaki ülkelere ilişkin sonuçlar Türkiye’ye yönelik genel talep ile karşılaştırılmıştır. Özellikle turizm pazarında rekabetin giderek yoğunlaşması, turizm talebi için seçenekleri artırırken, turizm arzı için de önemli bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Böyle bir durumda araştırmaya konu olan bu ve benzeri çalışmalar önem kazanmaktadır. Çünkü turistik destinasyonlar turizm talebini belirleyen faktörlere bağlı olarak plan ve politikalar yürütmektedir. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmış ve ikincil veriler üzerinden bulgular elde edilmiştir. Elde edilen veriler Stata 14.2 programı yardımı ile analiz edilmiştir. Analizlerde panel veri ekonometrisinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Asya kıtasından Türkiye’ye yönelik turizm talebini etkileyen herhangi bir değişken tespit edilememiştir. Ancak Amerika kıtasındaki ülkeler için GSYH, Kişi Başı Harcanabilir Milli Gelir, Gider, Reel Döviz Kuru ve İnternet Kullanan Bireyler değişkenlerinin Türkiye’ye yönelik turizm talebini etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm Talebi, Türkiye, Asya, Amerika, Panel Veri Analizi

FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND AIMED AT TURKEY FROM ASIA AND AMERICA: PANEL DATA ANALYSIS

ABSTRACT

In the study the factors affecting the demand for tourism to Turkey from Asian and American countries is intended to be detected. For this purpose, the results for individual countries in two different continents were compared with the overall demand for Turkey. Especially, while the increasing concentration of competition in the tourism market increases the options for tourism demand, creates an important competitive environment for tourism supply. In such a case, these and similar studies that are the subject of the research gain importance. Because touristic destinations carry out plans and policies depending on the factors that determine tourism demand. Quantitative research methods were used in the research and findings were obtained from secondary data. The data obtained were analyzed with the help of Stata 14.2 program. Panel data econometrics was used in the analysis. According to the research results, any variables that affect the tourism demand aimed at Turkey from the Asian continent, has not been determined. However, GDP for countries in the American continent, Per Capita Disposable National Income,

Expense, Real Exchange Rate and Individuals Using the Internet have been found to affect tourism demand variables for Turkey.

Keywords: Tourism Demand, Turkey, Asia, America, Panel Data Analysis

Giriş

Turizm endüstrisinin bu kadar hızlı gelişmesi, toplumları birçok açıdan etkilemektedir. Bu anlamda turizm; sosyal, kültürel, psikolojik, demografik ve çevresel olmak üzere toplumları birçok açıdan etkileyebilmektedir. Bununla birlikte turizmin konaklama, seyahat, ulaştırma ve yiyecek-içecek sektörleri gibi kendi bünyesinde bulunan sektörlerin yanı sıra inşaat, ticaret sağlık, bankacılık ve tarım gibi sektörleri de etkilediği bilinmektedir. Böylece turizmin diğer birçok sektör üzerine yayılmacı bir etkisi söz konusudur (Bahar ve Bozkurt, 2010: 255). Aslında yukarıda belirtilen etkilerin birçoğunun altında yatan sebep turizmin ekonomik etkileridir. Ekonomi ile turizm arasında çift taraflı bir etkileşim söz konusudur. Yani turizmin geliştiği ülkeler ekonomik olarak gelişirken, turist gönderen ülkelerin de turist gönderebilmeleri için iyi bir ekonomiye sahip olmaları gerekmektedir.

Turizmin mikro ekonomik yapıya etkileri olmakla beraber, toplumsal olarak makro ekonomik yapıya daha fazla etkilerinin olduğu bilinmektedir. Harcanabilir gelir, GSMH, dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı, istihdam, ekonomik büyüme ve kalkınma gibi birçok makro ekonomik bileşen turizm tarafından etkilenmektedir (Çımat ve Bahar, 2003: 5-13; Kar, vd., 2004: 88-93). Topallı (2015: 349) çalışmasında özellikle dış ticaret açığı mevcut ve döviz sorunu yaşayan ülkeler için turizmi önemli bir alternatif kaynak olarak görmektedir. Kalkınma açısından ise özellikle bölge, şehir veya yöreler arasındaki farkların ortadan kaldırılması konusunda turizmin itici bir gücü bulunmaktadır (Avcıkurt, 2003: 30; Alaeddinoğlu, 2006: 30; Selçuk ve Çatal, 2007: 301; Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 3; Şengel, 2015: 2; İbiş ve Batman, 2015: 477-478). Yukarıda da ifade edildiği gibi bu ekonomik göstergeler, turizmden etkilendiği gibi, turizmi de etkileyen önemli unsurlardır. Bu açıdan ülkeler ekonomik ve sosyal kalkınma için turizm endüstrisini son derece önemsemektedir.

Turizm endüstrisinin bu kadar önemli bir noktaya gelmesi, turistik kaynaklar bakımından zengin olan ülkelerin turizm pazarından pay alabilmek adına yoğun çaba göstermelerini beraberinde getirmiştir. Nitekim ülkelerin turizm talebine ilişkin makro düzeyde yapılan çalışmalar son derece önem taşımaktadır. Türkiye'ye yönelik olan turizm talebini etkileyen dinamiklerin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın da Türkiye'de turizm ile ilgili karar alıcılara yol göstereceği düşünülmektedir. Çalışmada Türkiye'ye en fazla turist gönderen 82 ülke ve Asya ile Amerika ülkelerinin ekonomik, sosyal, demografik, teknolojik, turizm ve seyahat hareketleri ile ilgili temel göstergelerinin Türkiye'ye yönelik turizm talebine olan yansımalar ekonometrik analizlerden panel veri analizi ile test edilmektedir.

Araştırmanın içeriğinde giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde genel olarak talep, turizm talebine ilişkin literatüre yer verilmektedir. Üçüncü bölümde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, kısıtları, veri ve veri kaynakları, değişiklerin sınıflandırılması, araştırma soruları ve analiz yöntemleri ile ilgili yöntem bölümü yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın bulgularına ilişkin bilgilere yer verilmektedir. Araştırma sonuç bölümü ile tamamlanmaktadır.

1. Literatür Taraması

Talep, belirli bir zaman dilimi içerisinde farklı fiyata sahip mal veya hizmetlerin tüketiciler tarafından satın alınmak istenen ve satın alınabilen miktarlarıdır. Dolayısı ile talepten söz edebilmek için satın alma isteğinin satın alma gücü ile desteklenmiş olması gerekmektedir. Talep; fiyat, gelir, ikame veya tamamlayıcı malların fiyatı, zevkler ve tercihler, beklentiler ve alıcı sayısı gibi birçok faktöre bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir (Dornbusch ve Fischer, 1998: 190-191; Erdoğan, 2014: 28-33). Ekonomi ve işletmecilik terimleri açıklamalı sözlüğüne göre de talep, alıcıların belli bir dönem içerisinde farklı fiyat düzeylerinden satın almak istedikleri ürün miktarı olarak tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 2001: 127).

Satın alma gücü ile desteklenmeyen istekler talep olarak değerlendirilmez. Örneğin belli bir araba alabilecek gücü olan kişilerin araba alma isteği bir talep iken, araba alma gücü olmayanların bu isteği talep değildir. Bu istek ancak bir amaç veya hayal olabilir. Bir kişinin talebi kişisel veya bireysel talebi

oluştururken, bireylerin taleplerinin toplamı ise piyasa (pazar) talebini oluşturur (McConnell ve Brue, 2005: 40-42; MEGEP, 2011: 5). Aynı şekilde zorunlu ihtiyaçlarını güç bir şekilde karşılayan bir ailenin, yaz tatilini günlük masrafı yüksek olan bir otelde 15 gün süreyle geçirmek istemeleri talep olarak nitelendirilemez (Ünsal, 2014: 63).

Turizm talebinin anlaşılabilmesi için turist kavramının bilinmesinde yarar vardır. Çünkü turizm talebini oluşturan ana unsur turistlerdir. Turist; turistik herhangi bir amaçla (eğlenmek, dinlenmek, bilimsel, kültürel, sportif, idari, dinsel, diplomatik, sağlık) 24 saatten fazla, 1 yıldan az olmak koşuluyla para kazanmak amacı olmaksızın sürekli yaşadığı yerin dışından turistik destinasyonlara gidip orada en az bir gece konaklayan, ekonomik ve boş zaman anlamında sınırlı ve tekrar yaşadığı yere dönen bireydir. (Eralp, 1983: 40; Olalı, 1990: 10; Ünüsan ve Sezgin, 2004: 4; Roney, 2011: 26). İnsanları turizm faaliyetlerine iten motivasyonlar; güzel yerler görme isteği, yeni deneyimler kazanma isteği ve dinlenme isteği vb. doğuştan gelen motivasyonlar ve saygınlık kazanma, spor etkinliklerine katılma ve macera arama gibi sonradan edinilmiş motivasyon kaynakları olmak üzere iki temel güdüden oluşmaktadır (Cooper, vd., 1993: 20; Rızaoğlu, 2007: 60). Sebep ne olursa olsun, gerçekleşen her türlü turizm hareketi turizm talebi olarak değerlendirilebilir.

Bu bilgiler ışığında turizm talebi, turizm ile ilgili belli bir pazarda, turizm kapsamında ele alınabilecek ihtiyaçlarını karşılamak adına yeterli seviyede geliri ve boş zamanı olan, turistik ürünleri satın alabilecek tüketici (turist) sayısıdır (Usta, 2014: 99). Turizm talebini oluşturan turistlerin düzenli bir geliri, seyahat edecekleri boş zamanları, seyahatleri esnasında turistik ürün satın almaları ve bir gecelik konaklama yapmaları gerekmektedir. Ayrıca 24 saatten az olmak şartıyla gemi ile yolculuk yapanlar, ticari, toplantı, sağlık, aile veya temsilcilik yapma gibi sebeplerle seyahat edenler turist (talep) sayılırken çalışma, yerleşme, öğrencilik, sınır işçiliği ve 24 saatten az olarak seyahat edenler turist (talep) kabul edilemez (Kültürel Bellek, 2018). Burada ortaya çıkabilecek önemli problem gününbirlik seyahat eden bireylerdir. Bu bireyler turist midir? Bu temel sorunun giderilmesi için turizm ve turist kavramlarının yeniden tanımlanması gerekebilir. Çünkü özellikle ulaştırma teknolojisinde meydana gelen gelişmeler sayesinde artık uzun mesafeler çok kısa sürelerde aşılabilmekte ve günlük turistik aktiviteler gerçekleştirilebilmektedir.

Turizm talebini tanımlamanın iki boyutu bulunmaktadır. Birincisi talebin turizm merkezli tanımlarıdır. Bu tanımların temel dayanak noktaları turist hareketidir. Seyahat eden veya etme isteği olan, sürekli yaşadığı yerin dışına giden ve orada turistik ürün tüketen kişiler turizm talebi olarak tanımlanabilir (Mathieson ve Wall, 1982: 1). İkincisi ise turizm talebinin iktisat kaynaklı tanımlarıdır. İktisadi olarak turizm talebi, tüketicilerin belli bir süre içerisinde, belli bir fiyattan satın almak istedikleri ve alabilecekleri ürün (mal ve hizmet) miktarıdır (Cooper, vd., 1993: 15). Turizm talebine iktisadi açıdan bakıldığında; turizm talebinin gelir ve fiyata karşı oldukça fazla duyarlılığa sahip olduğu söylenebilir (Reece, 2010: 4; Diaz, Gomez ve Giraldez, 2012: 1).

Turistik destinasyonlar turizm pazarından pay almak istediklerinden dolayı turizm talebini oldukça önemsemektedir. Talebin önemsenmesi önemli bir aşama olmakla birlikte, turizm destinasyonları talepten pay almak için talep koşullarını iyi analiz etmek durumundadır (Küçüktopuzlu, 1991: 109; Claveria vd., 2013: 3). Bu noktada talep ile ilgili yapılan çok yönlü araştırmalar önem kazanmaktadır. Özellikle destinasyona hangi ülkelerden talep olduğu ve hangilerinden olabileceği, gelen ve gelme olasılığı yüksek turistlerin tipolojileri, talebin mevsimsel nitelikleri, turist harcamaları, geceleme sayıları, tercih edilen turizm aktiviteleri ve işletme türleri gibi birçok konu araştırmalarla analiz edilebilir ve konulara ilişkin politika önerileri getirilebilir. Destinasyonlar da turizm politikalarını ve planlamalarını yaparken bunlara dikkat edebilir. Destinasyonlardaki turistik ürün tüketiminin tek yolu turizm talebindeki (turist sayısı) artıştır (Bahar 2006: 140; Deluna ve Jeon, 2014: 4)

Turizm talebinin dinamik yapısı nedeniyle tüketicilerin istekleri anlık değişebilmektedir. Turistik ürün (mal ve hizmet) sağlayıcılar bu değişen tüketici isteklerine cevap vermek zorundadır. Aksi takdirde turizm pazarından pay alma noktasında rakipleriyle mücadele etme şansları kalamayabilir (Dilber, 2007: 206). Bu konudaki sorunların çözümünde talep analizleri önemli bir rol oynar. Özellikle sistematik olarak belli aralıklarla talep analizleri yapmak ve bu analizlerde değişen tüketici (turist) beklentilerine

odaklanmak fayda sağlayabilir. Turist profillerinin ve isteklerinin bilinmesi, turizm endüstrisindeki turistik ürün sağlayıcıların başarısını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu anlayış tüketiciyi üretimin merkezine koyan ve özellikle toplam kalite yönetimi başta olmak üzere modern yönetim yaklaşımlarının da temel felsefesine uygun hareket etmeye de imkân sağlayabilir.

2. Yöntem

Turizm ve toplum arasındaki etkileşimi sınırlı düşünmemek gerekir. Bu anlamda turizm-toplum ilişkisini iki şekilde ele almakta yarar vardır. Turizmin geliştiği toplumlar bu gelişmelerden önemli şekilde etkilenmektedir. Yani turizm toplumsal yaşamı beslediği gibi toplumsal yaşamdan da beslenmektedir. Bunun yanında turist gönderen ülkelerin gelişmişlik seviyesi de aynı şekilde turizmi etkileyebilmektedir. Turist gönderen ülkelerin ekonomik yapıları ve güçleri, sosyal-kültürel ve demografik yapıları, coğrafi durumları, politik-yasal durumları gibi birçok faktör bu ülkelerdeki turist profilini ve turistlerin gidecekleri destinasyonları etkileyebilmektedir. Literatürde turizmin toplumsal yaşamı etkileyen yapısı ile ilgili çalışmalara sıkça rastlanılmasına rağmen, toplumsal yaşamın turizmi etkilemesine yönelik çalışmalara daha az rastlanılmaktadır. Bu anlamda Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin tespit edildiği bu ve benzeri çalışmalar önem kazanmaktadır.

Nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılan çalışmada, ülkelere ait istatistiklerden oluşan ikincil veriler kullanılmıştır. Araştırmanın tasarlanma aşamasında mümkün olduğu kadar geniş bir zaman aralığı ve ülke sayısının araştırmaya dâhil edilmesi planlanmıştır. Gerek 24 Ocak Liberal ekonomi kararları gerek 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu olmak üzere iki önemli gelişmenin 1980'li yılların başına denk gelmesi nedeniyle 1980 yılından başlanarak verilerin toplanması hedeflenmiştir. Bu gaye ile 1980 yılından itibaren "milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı" bağımlı değişkeni için veri araştırması yapılmıştır. Bağımsız değişkenler ise turist gönderen ülkelere ait özelliklerden oluşmaktadır. Veri toplama sürecindeki kısıtlar dikkate alındığında araştırmanın kapsamını Türkiye en fazla turist gönderen 82 ülke ve 1992-2017 yılları arasındaki 26 yıllık periyot oluşturmaktadır. Ayrıca Asya ve Amerika kıtalarındaki ülke grupları içinde aynı zaman periyodunda analizler yapılmıştır.

Veri setinde tek bağımlı değişken milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayılarıdır. Bu değişkene ait verilerin elde edilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün turizm istatistiklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca bu veriler TÜİK verileri de dikkate alınarak gözden geçirilmiştir. Turist gönderen ülkelere ait ve bağımsız değişkenleri oluşturan ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknolojik verilerden değeri olanlar için Dünya Bankasının erişime açık veri tabanından yararlanılmıştır.

Tablo 1. Kukla Değişkenlerin (Dummy/Gölge) Tanımlanma Biçimleri

Değişken	1 (Özellik)	0 (Diğer)
Komşuluk	Kara sınırları ile komşu	Diğerleri
Vize	Seyahatlerde vize istenmiyor	Diğerleri
Dini İnanç	Nüfusun çoğunluğu Müslüman, resmi dini İslam	Diğerleri
İklim	Ilıman iklim kuşağı	Diğerleri
Resmi Dil	Doğu dilleri	Diğerleri
Siyasi Konjonktür	Parlamenter sistem (parlamento)	Diğerleri
Tarihi Önem	Dünyayı etkileme durumu (Ör; Fransız İhtilali)	Diğerleri
Türkiye ile Tarihi Benzerlik	Eski medeniyet, imparatorluk geçmişi	Diğerleri
Türkiye ile Tarihi Yakınlık	İttifaklar, stratejik ortaklıklar	Diğerleri
Gelişmişlik Durumu	Gelişmiş	Diğerleri
Yaşayan Türk Nüfusu	20 bin'i üstü	Diğerleri

Kukla değişkenler (dummy) için ise uzman görüşleri alınarak ilgili değişkenler için Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyebilecek hangi özelliklerin ele alınması gerektiği kararlaştırılmıştır. Tablo 1'de yer alan bilgiler dikkate alınarak değişkenlere değerler (1 veya 0) atanmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere kukla değişken ölçüme imkân sağlayacak bir sayısal değere sahip olmayan değişkenlere belli

özellikler göz önünde bulundurularak sayısal değerlerin atanmasını ifade etmektedir (Heckman, 1975; Karafiath, 1988; LaVeist, 1994; Atakan, 2008; Acaravcı ve Bostancı, 2011)

Tablo 2. Araştırmadaki Değişkenler ve Kullanım Durumları

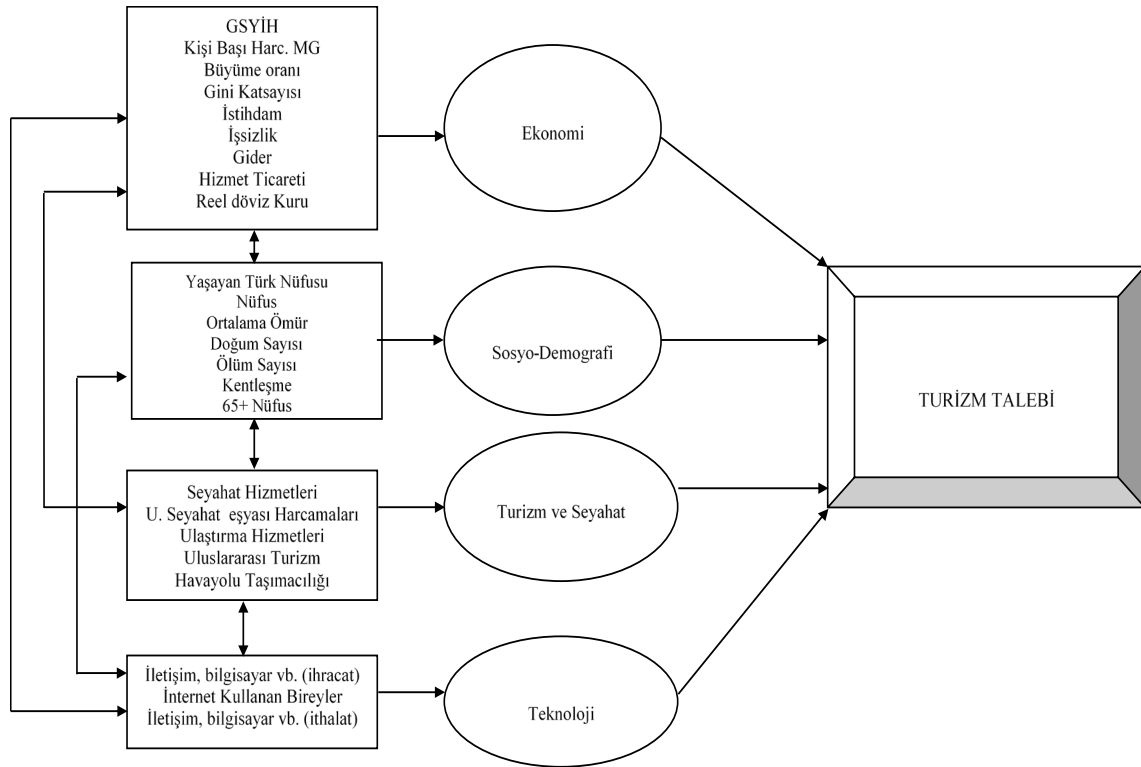
DEĞİŞKEN		KULLANIM DURUMU
Y	Milliyetlerine Göre Turist Sayısı (Bağımlı)	Kullanıldı
X ₁	GSYH (Dolar)	Kullanıldı
X ₂	Kişi Başı Harcanabilir Gelir (Dolar)	Kullanıldı
X ₃	Yıllık Büyüme Oranı	Kullanıldı
X ₄	Gini Kat Sayısı (%)	Kullanıldı
X ₅	İstihdam (İşgücü)	Kullanıldı
X ₆	İşsizlik (Yüzde)	Kullanıldı
X ₇	Gider (GSYH %'si)	Kullanıldı
X ₈	Hizmet Ticareti (GSYH %)	Kullanıldı
X ₉	Reel Döviz Kuru İndeksi (2010=100 Dolar)	Kullanıldı
X ₁₀	Yaşayan Türk Nüfusu (20 bin ve üzeri)	Kullanıldı
X ₁₁	Nüfus (Say)	Kullanıldı
X ₁₂	Ortalama Ömür	Kullanıldı
X ₁₃	Doğum Sayısı	Kullanıldı
X ₁₄	Ölüm Sayısı	Kullanıldı
X ₁₅	Kentleşme Oranı	Kullanıldı
X ₁₆	65 Yaş Üstü Nüfus	Kullanıldı
X ₁₇	Seyahat Hizmetleri (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
X ₁₈	Uluslararası Seyahat Eşyası Harcamaları (Dolar)	Kullanıldı
X ₁₉	Ulaştırma Hizmetleri (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
X ₂₀	Uluslararası Turizm (Sayı, Gelenler)	Kullanıldı
X ₂₁	Havayolu Taşımacılığı	Kullanıldı
X ₂₂	İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İhracatının %'si)	Kullanıldı
X ₂₃	İnternet Kullanan Bireyler (Nüfusun %'si)	Kullanıldı
X ₂₄	İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
-	Enflasyon Oranı	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	Uluslararası Turizm Kalkış (Sayı)	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	ARGE Harcamaları (GSYH %'si)	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	Türkiye'ye Karayolu Uzaklığı	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Gelişmişlik Seviyesi	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Vize Uygulaması	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Dini İnanç	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye ile Tarihi Yakınlık	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye ile Tarihi Benzerlik	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Tarihi Önem	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Resmi Dil	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	İklim	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Komşuluk	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Siyasi Konjonktür	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye'ye Havayolu Uzaklığı	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Tüketici Fiyat Endeksi (2010 = 100)	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Uluslararası Turizm Harcamaları (Dolar)	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)

Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlendiği ve 26 yıllık bir dönemi kapsayan bu çalışmada biri bağımlı, 41'i bağımsız olmak üzere toplam 42 değişkenle analiz sürecine başlanmıştır. Ancak bu değişkenlerden bazıları ön değerlendirme sonucu analiz sürecinde devre dışı kalmıştır. Bağımsız değişkenlerden ilk olarak üç değişkene ait veriler program ile uyumlu olmadığı için analiz yapılırken kullanılmamıştır. Akabinde çoklu doğrusal bağlantı testi yapılmıştır. Çoklu doğrusal bağlantı testi olarak Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factors - VIF) kullanılmıştır. VIF değeri ile korelasyon arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bağımsız değişkenler arasında oluşan korelasyon 0'a yaklaştıkça, VIF değerinin yukarıdan 1'e yaklaşması beklenmektedir. VIF değeri 10 ve üzeri olan bağımsız değişkenlerin diğer bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı ve ilgili değişkenlerin devre dışı kalması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bilgiler ışığında bağımsız değişkenlerden VIF değerleri 10'nun üzerinde çıkan 14 değişken daha devre dışı bırakılmış ve toplamda 24 değişken üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir (Sevinç, 2013: 2).

Değişkenlerin kullanım durumlarını gösteren bilgilerin anlaşılır olması için bir arada verilmeleri öngörülmüş ve değişkenlere ait kullanım durumlarını gösteren bilgiler Tablo 2'de verilmiştir. Daha öncede ifade edildiği gibi analizler 41 bağımsız değişkenin 24'ü üzerinden yapılmıştır. Analize tabi tutulan değişkenler ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknoloji ile ilgili değişkenlerdir.

Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen ekonomik, sosyo-demografik, teknolojik ve turizm veya seyahat ile ilgili dinamiklerin ele alındığı bu çalışmada analizler makro göstergeler yardımı ile yapılmaktadır. Bu göstergelerin turizm talebini etkilediği model Şekil 1'deki gibi tasarlanmıştır.

Şekil 1. Değişkenler Arasındaki İlişkiyi Gösteren Model



Turizm talebi ile turizm talebini etkileyen faktörler arasındaki ilişki regresyon modeli yardımıyla açıklanmıştır. Bu bağlamda bağımlı değişken olan Milyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı ile bağımsız değişkenler arasındaki bağıntı aşağıdaki regresyon denklemi (modeli) ile verilmiştir.

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2ci} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \beta_6 X_{6it} + \beta_7 X_{7it} + \beta_8 X_{8it} + \beta_9 X_{9it} + \beta_{10} X_{10it} + \beta_{11} X_{11it} + \beta_{12} X_{12it} + \beta_{13} X_{13it} + \beta_{14} X_{14it} + \beta_{15} X_{15it} + \beta_{16} X_{16it} + \beta_{17} X_{17it} + \beta_{18} X_{18it} + \beta_{19} X_{19it} + \beta_{20} X_{20it} + \beta_{21} X_{21it} + \beta_{22} X_{22it} + \beta_{23} X_{23it} + \beta_{24} X_{24it} + v_i + \epsilon_{it}$$

Araştırmanın analiz sürecini araştırma soruları belirlemiştir. Bu bağlamda araştırmanın dört adet ana sorusu ve bu ana soruların da 24 adet alt sorusu bulunmaktadır. Çalışma kapsamındaki ana sorular aşağıda ele alınmaktadır;

Ana Soru 1: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin ekonomik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 2: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin sosyo-demografik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 3: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin turizm ve seyahat yapıları (özellikleri) Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 4: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin teknolojik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Araştırmada verilerin analiz edilmesinde panel veri analizi kullanılmış ve Stata 14.2 programından yararlanılmıştır. Panel verinin en önemli özelliği zaman serilerini ve yatay kesit verilerini birleştirmesidir. Dolayısıyla havuzlanmış veriler, zenginleştirilmiş veriler, karma veriler veya uzun kesit veriler gibi isimlerle

de anılmaktadır. Yatay kesit verisinin zaman boyutundan büyük olması durumunda panele kısa panel, uzun olması durumunda ise uzun panel denilmektedir (Tarı, 2016: 475). Bu bilgi ışığında araştırmada kullanılan panelin kısa panel (41 değişken>26 yıl) olduğu ifade edilebilir. Zaman serisinin içerisinde değişkenler arasındaki gözlemlerde (veri eksikliği) farklılık söz konusu ise oluşturulan panel dengesiz panel olarak isimlendirilmektedir (Tatoğlu, 2016: 5). Bu açıdan bakıldığında bu araştırmada dengesiz panelin kullanıldığı söylenebilir. Çalışma kapsamında Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde çoklu regresyondan faydalanılmış ve doğrusal panel veri modellerinin test edilmesinde kullanılan modellerden olan sıradan en küçük kareler, sabit etkiler ve rassal etkiler modellerinden yararlanılmıştır. Regresyon katsayıları tahmininde hangi yöntemin kullanılacağı matematiksel hesaplamalar ile tespit edilmekle birlikte, bilgisayar programları aracılığıyla da tespit edilebilmekte olup bu yöntem oldukça yaygınlık kazanmıştır.

3. Bulgular

Türkiye dış turizm talebi ve bu talebi etkileyen betimleyici istatistiklerinin verildiği Tablo 2'de N değeri değişkenlerin işlendiği gözlem sayısını, aritmetik ortalama değişkenlere ait 26 yıllık dönemin ortalama değerlerini vermektedir. Standart sapma verilerin dağılımı (ortalamaya göre durumu) hakkında bilgiler sağlamaktadır. Minimum ve maksimum değerler ise değişkenlerin 26 yıllık dönemde aldıkları en düşük ve en yüksek değeri ifade etmektedir.

1992-2017 yılı için Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin ortalaması yaklaşık 241 bin civarındadır. En fazla veri işlenen gözlem sayısına sahip değişkenler kukla değişken olan Yaşayan Türk Nüfusu değişkeni ile genel nüfus değişkenleridir. İşsizlik oranı %8 seviyelerindedir. İletişim ve bilgisayar harcamalarının hizmet ticaretinin (ithalat-ihracat) yaklaşık %36'sına denk geldiği de gözlemlenmektedir. Ayrıca bu dönem için nüfusun internet kullanma ortalaması yaklaşık %31'dir. Teknoloji değişkenlerine ait verilerin 1995 yılı itibarıyla elde edilmesi, ilgili değişkenlerin değerlerini biraz aşağı çekmiş olabilir. Ayrıca önemli bir değişken olan kentleşmenin de ortalama %66 seviyelerinde olduğu Tablo 3'ten anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Genel Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	2095	5.88e+11	1.71e+12	6.52e+08	1.94e+13
	Harc. MG	1874	13235.94	15239.01	-9.753427	82019.95
	Büyüme Oranı	1740	3.643302	5.471849	-36.66869	43.94274
	Gini Katsayısı	710	160.6325	3334.586	16.2	67.2
	İstihdam	2129	2.98e+07	9.59e+07	147806	7.87e+08
	İşsizlik	2132	8.770191	6.146931	0.122	37.25
	Gider	1486	28.93453	10.5263	3.895282	92.25092
	Hizmet Ticareti	1847	20.0726	24.4889	1.74892	301.3771
Reel Döviz Kuru	2004	99.89401	25.22214	30.38222	779.7657	
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	2133	0.3536585	0.4782169	0	1
	Nüfus	2133	6.44e+07	1.91e+08	414	1.39e+09
	Ortalama Ömür	2131	73.57321	5.768225	51.6	83.8
	Doğum Sayısı	2131	1149638	3567305	6	2.79e+07
	Ölüm Sayısı	2131	483260.9	1416768	39	1.00e+07
	Kentleşme	2130	66.37469	18.91797	20.61	100
65+ Nüfus	2129	5188121	1.37e+07	6675	1.48e+08	
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	1995	241177.7	571142	1105	5580792
	Seyahat Hizmetleri	1820	25.16334	11.8537	.0028677	79.99835
	Seyahat Eşyası Harcaması	1767	8.92e+09	1.95e+10	1700000	2.58e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	1821	32.22974	14.14918	.287464	89.93719
	Uluslararası turizm	1786	1.03e+10	2.19e+10	1700000	2.58e+11
Havayolu Taşımacılığı	2030	2.58e+07	8.17e+07	0	8.49e+08	
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	1829	36.45761	21.79857	-379.717	100
	İnternet Kullanan Bireyler	1962	31.46642	30.88275	0	98.24002
	İletişim bilgisayar (ithalat)	1822	36.06492	15.27571	.1785714	90.85912

Asya kıtası ülke grubuna ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 3'te verilmektedir. Bu ülke grubunda her bir değişken için kullanılan toplam gözlem sayısı 624'tür. Bu ülke grubu için Türkiye'yi ziyaret eden minimum ve maksimum turist sayıları değişmekte olup minimum sayı 104, maksimum sayı 2,5 milyon civarındadır. 26 yıllık periyot için ortalama turist sayısı ise Türkiye'yi ziyaret eden toplam turist sayısına göre düşük seviyelerde kalmıştır.

Tablo 4. Asya Kıtası'nın Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	601	5.94e+11	1.50e+12	4.17e+09	1.22e+13
	Harc. MG	558	10086.03	12524.12	178.5652	60396.03
	Büyüme Oranı	463	4.983551	4.293403	-10.22812	33.37178
	Gini Katsayısı	78	37.98846	5.377176	28.6	49.1
	İstihdam	621	6.75e+07	1.68e+08	229879	7.87e+08
	İşsizlik	624	5.562873	3.944939	0.122	20.279
	Gider	360	21.10786	10.47515	3.895282	92.25092
	Hizmet Ticareti	509	20.74399	19.3678	3.040887	106.387
	Reel Döviz Kuru	594	103.3818	21.22904	48.92413	285.8321
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	624	0.125	0.3309842	0	1
	Nüfus	624	1.45e+08	3.30e+08	49212	1.39e+09
	Ortalama Ömür	623	72.36308	5.575	58.5	83.8
	Doğum Sayısı	623	2795628	6184208	497	2.79e+07
	Ölüm Sayısı	623	1034484	2439758	131	1.00e+07
	Kentleşme	623	66.26051	24.13814	20.61	100
	65+ Nüfus	621	9422310	2.29e+07	6675	1.48e+08
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	607	109812.2	260598.1	104	2501948
	Seyahat Hizmetleri	500	22.91622	11.28183	2.793168	79.99835
	Seyahat Eşyası Harcaması	494	8.84e+09	2.43e+10	9000000	2.58e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	513	37.7169	14.11876	8.226794	80.73713
	Uluslararası turizm	513	9.88e+09	2.42e+10	9000000	2.58e+11
	Havayolu Taşımacılığı	600	2.53e+07	5.34e+07	17.63309	5.51e+08
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	506	43.0391	24.42313	.3462058	100
	İnternet Kullanan Bireyler	560	24.98658	28.1657	0	97.99999
	İletişim bilgisayar (ithalat)	514	33.76583	15.78884	0.8470201	90.85912

Asya kıtasındaki ülkelere ilişkin betimleyici değerler incelendiğinde ilk olarak yıllık büyüme oranları göze çarpmaktadır. Yıllık büyüme oranı ortalama %5 seviyelerinde olup, bu oran dünya geneli için iyi bir oran olarak kabul edilebilir. Bununla birlikte Tablo 4'e göre internet kullanan bireylerin ortalaması yaklaşık %25 ile oldukça düşük bir seviyede kalmıştır. İşsizlik oranının ortalaması ise yaklaşık %5,5'tir. Kentleşme ve ortalama ömür değişkenlerine ait ortalama değerler düşük bir oranda kalmıştır. Bununla birlikte hizmet ticareti GSYH'nin ortalama %21'ine denk gelmektedir. Bölgede yaşayan Türk nüfus olan ülke sayısının da oldukça az olduğu ifade edilebilir. Son olarak bu ülkelerdeki iletişim, bilgisayar vb. kazançları hizmet ihracatlarının yaklaşık %43'üne denk iken; iletişim, bilgisayar vb. harcamaları toplam hizmet ithalatlarının yaklaşık %34'üne denk gelmektedir.

Tablo 5. Amerika Kıtası'nın Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	205	2.11e+12	4.26e+12	4.60e+10	1.94e+13
	Harc. MG	198	12211.19	12530.06	1166.441	49574.33
	Büyüme Oranı	203	2.994875	3.972665	-13.20443	17.7511
	Gini Katsayısı	114	49.01842	6.825428	31.3	60.1
	İstihdam	208	4.44e+07	4.73e+07	5288626	1.63e+08
	İşsizlik	208	8.286053	3.474537	2.49	20.52
	Gider	150	21.06428	5.22716	10.87185	36.51037
	Hizmet Ticareti	205	6.691998	2.688479	2.055087	13.65981
Reel Döviz Kuru	207	97.1526	53.41556	40.24726	779.7657	
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	208	0.375	0.4852909	0	1
	Nüfus	208	9.32e+07	9.35e+07	1.36e+07	3.26e+08
	Ortalama Ömür	208	75.18221	3.53071	66.1	82.4
	Doğum Sayısı	208	1573256	1403803	58115	4186756
	Ölüm Sayısı	208	628767.2	771715.9	801	2713207
	Kentleşme	208	81.98817	5.883978	69.31	91.89
	65+ Nüfus	208	8608224	1.18e+07	786499	5.02e+07
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	208	84109.83	170462.7	1001	798787
	Seyahat Hizmetleri	207	28.00335	9.131046	8.547862	51.06614
	Seyahat Eşyası Harcaması	183	1.64e+10	2.73e+10	6.20e+08	1.35e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	207	30.81251	9.501651	13.78625	55.86874
	Uluslararası turizm	183	2.09e+10	3.54e+10	9.04e+08	1.74e+11
	Havayolu Taşımacılığı	208	1.03e+08	2.17e+08	1905800	8.49e+08
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	207	33.16415	16.90841	1.115254	63.63997
	İnternet Kullanan Bireyler	201	30.83452	27.84532	.0029929	91.16
	İletişim bilgisayar (ithalat)	207	32.44746	11.4254	7.460362	59.98074

Amerika kıtası ülkelerinin betimleyici istatistikleri Tablo 5'te verilmektedir. Değişkenlere ait veri işlenen gözlem sayısı sadece 208'dir. Amerika kıtasının büyüklüğü dikkate alındığında bu oldukça düşüktür. Ancak kıtadan Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkeler değerlendirmeye alındığı için bunun anlamlı bir veri olduğu söylenebilir. Bağlamında Türkiye'ye ilgili ülke grubunda gelen turistlerin ortalaması ilgili dönem için sadece 84109,83'tür. Bu diğer ülke gruplarına göre oldukça düşük bir orandır. Bunda rol oynayan çok sayıda etken olmakla birlikte, mesafenin uzak olmasının en belirleyici faktör olduğu düşünülmektedir. Bu uzaklığın bir göstergesi olarak ülkede yaşayan Türk nüfusu ortalaması da oldukça düşüktür. Doğum ve ölüm sayılarının ortalamaları dikkate alındığında ortada ciddi bir fark söz konusudur. Doğum sayısı ortalaması ölüm sayısının aşağı yukarı 2 katından fazladır. Bununla birlikte işsizlik oranı %8,2 seviyelerindedir. Ortalama ömrün ortalaması 75 iken, kentleşme oranının ortalaması %80'i aşmıştır. Bölge büyüme oranının ortalaması da yaklaşık %3 seviyelerindedir. Teknolojik değişkenlerin değerlerine ilişkin ortalamalar birbirine çok yakın ve %30 seviyelerindedir. Bununla birlikte bölgede seyahat ve ulaştırma hizmetleri, hizmet ticareti içerisinde önemli bir paya sahiptir.

Tablo 6. Asya Kitası'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin OLS, SE, RE Modelleri Regresyon Sonuçları

Değişkenler	GENEL			ASYA KITASI		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler
GSYH	-2.01e-08 (5.06e-08)	5.12e-08 (5.79e-08)	-6.94e-08 (4.78e-08)	1.25e-07 (6.14e-07)	4.92e-07 (1.65e-06)	1.25e-07 (6.14e-07)
Kişi Harcanabilir MG	-12.53*** (2.268)	-17.26*** (4.318)	-16.26*** (3.342)	-10.92 (26.66)	-32.55 (48.51)	-10.92 (26.66)
Büyüme Oranı	-6,972*** (2,438)	-2,003 (3,511)	-2,285 (3,128)	2,153 (6,189)	7,635 (8,525)	2,153 (6,189)
Gini Katsayısı	-1.824 (3.121)	0.690 (2.576)	0.253 (2.655)	-5,927 (14,249)	-84,432 (52,462)	-5,927 (14,249)
İstihdam	0.0584*** (0.00686)	0.115*** (0.0144)	0.0731*** (0.00891)	0.0147 (0.0289)	-0.0661 (0.0682)	0.0147 (0.0289)
İşsizlik	-9,925*** (3,468)	8,803 (7,092)	8,176 (5,096)	-2,682 (19,470)	-11,059 (38,336)	-2,682 (19,470)
Gider	-1,161 (1,823)	-915.9 (4,226)	-1,339 (2,829)	-6,151 (11,660)	-14,079 (17,543)	-6,151 (11,660)
Hizmet ticareti	5,093*** (937.9)	2,622 (3,187)	5,651*** (1,617)	9,027 (12,238)	43,781 (32,074)	9,027 (12,238)
Reel Döviz Kuru	646.8 (1,091)	1,277 (1,290)	2,385** (1,185)	751.3 (3,012)	1,212 (4,286)	751.3 (3,012)
Türk Nüfusu	38,341 (38,917)		59,569 (78,532)	606,784 (831,886)		606,784 (831,886)
Nüfus	-0.0500*** (0.00485)	-0.0947*** (0.00882)	-0.0573*** (0.00507)	-0.00932 (0.0123)	0.0241 (0.0290)	-0.00932 (0.0123)
Ortalama Ömür	-5,497 (5,021)	18,786 (22,566)	-4,871 (8,366)	-8,600 (70,296)	-118,720 (118,232)	-8,600 (70,296)
Doğum Sayısı	0.775*** (0.0899)	0.667*** (0.0949)	0.835*** (0.0837)	0.153 (0.211)	0.539* (0.290)	0.153 (0.211)
Ölüm Sayısı	0.493*** (0.0952)	0.307*** (0.102)	0.396*** (0.0980)	0.0215 (0.165)	0.0351 (0.250)	0.0215 (0.165)
Kentleşme	380.2 (1,370)	-4,165 (8,034)	-1,816 (2,522)	4,452 (9,996)	105,287* (55,136)	4,452 (9,996)
65+ Nüfus	0.0753*** (0.0152)	0.0753** (0.0312)	0.0706*** (0.0186)	0.0183 (0.135)	-0.0161 (0.211)	0.0183 (0.135)
Seyahat Hizmetleri	4,432** (1,817)	-239.6 (2,201)	2,202 (1,917)	597.3 (8,518)	10,009 (12,380)	597.3 (8,518)
Uluslararası Seyahat Eşyası Harcaması	0.000226*** (1.81e-05)	0.000122*** (2.46e-05)	0.000166*** (2.12e-05)	8.19e-05 (0.000123)	0.000360 (0.000217)	8.19e-05 (0.000123)
Ulaştırma Hizmetleri	9,183*** (1,860)	8,383*** (2,822)	10,921*** (2,300)	2,650 (8,138)	-2,612 (10,172)	2,650 (8,138)
Uluslararası Turizm (Gelenler)	-0.000154*** (1.62e-05)	-6.55e-05*** (2.06e-05)	-9.65e-05*** (1.87e-05)	-6.97e-05 (0.000121)	-0.000315 (0.000213)	-6.97e-05 (0.000121)
Havayolu Taşımacılığı	-0.00335*** (0.000828)	-0.00335 (0.00222)	-0.00379*** (0.000926)	-0.00152 (0.00558)	-0.0256* (0.0133)	-0.00152 (0.00558)
İletişim Bilgisayar vb. (İhracat)	1,209 (1,284)	104.3 (1,889)	1,403 (1,567)	822.2 (3,966)	1,374 (4,655)	822.2 (3,966)
İnternet Kullana Bireyler	1,965** (860.5)	2,241* (1,356)	2,451*** (821.7)	1,462 (4,884)	2,932 (5,519)	1,462 (4,884)
İletişim Bilgisayar vb. (İthalat)	4,405** (1,802)	5,577** (2,225)	6,077*** (1,918)	-229.7 (8,103)	-6,548 (10,859)	-229.7 (8,103)
Constant	-319,026 (394,506)	-677,436 (1.536e+06)	-402,379 (613,655)	239,686 (4.031e+06)	5.601e+06 (7.146e+06)	239,686 (4.031e+06)
Observations	391	391	391	40	40	40
R-squared	0.866	0.694	0.866	0.772	0.427	0.772
Number of SİRALAMA	53	53	53	8	8	8

Standard errors in parentheses; *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 6 Asya kıtası ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlere ilişkin üç model için regresyon ve anlamlılık değerlerini içermektedir. Hangi modelin tercih edileceğine karar vermek adına ilk olarak Breusch-Pagan LM testi yapılmış ve "H0: Birim etkinin varyansı sıfıra eşittir." hipotezi test edilmiştir. LM testi sonucunda hipotez kabul edilmiş ($\text{prob}>\chi^2=1,0000 > 0,05$) ve en küçük kareler (OLS) modelinin tahmin için uygun model olduğuna karar verilmiştir. Bu nedenle Asya kıtası için değerlendirmeler OLS modeli üzerinden yapılmaktadır. Tablo 6'daki OLS modeli incelendiğinde, bağımsız değişkenlerden hiçbirinin ilgili bölgeden Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile anlamlı ve bir ilişki göstermediği görülmektedir.

Tablo 7. Amerika Kıtası'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin OLS, SE, RE Modelleri Regresyon Sonuçları

Değişkenler	GENEL			AMERİKA		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler
GSYH	-2.01e-08 (5.06e-08)	5.12e-08 (5.79e-08)	-6.94e-08 (4.78e-08)	2.98e-08** (1.17e-08)	3.32e-08* (1.85e-08)	2.98e-08** (1.17e-08)
Kişi Harcanabilir MG	-12.53*** (2.268)	-17.26*** (4.318)	-16.26*** (3.342)	7.893* (3.926)	5.729 (4.416)	7.893** (3.926)
Büyüme Oranı	-6,972*** (2,438)	-2,003 (3,511)	-2,285 (3,128)	414.7 (1,269)	17.38 (1,406)	414.7 (1,269)
Gini katsayısı	-1.824 (3.121)	0.690 (2.576)	0.253 (2.655)	343.1 (2,839)	-3,454 (4,373)	343.1 (2,839)
İstihdam	0.0584*** (0.00686)	0.115*** (0.0144)	0.0731*** (0.00891)	-0.00218 (0.00692)	0.00271 (0.0109)	-0.00218 (0.00692)
İşsizlik	-9,925*** (3,468)	8,803 (7,092)	8,176 (5,096)	-463.4 (2,521)	-1,881 (3,235)	-463.4 (2,521)
Gider	-1,161 (1,823)	-915.9 (4,226)	-1,339 (2,829)	5,235** (2,562)	6,043* (3,056)	5,235** (2,562)
Hizmet ticareti	5,093*** (937.9)	2,622 (3,187)	5,651*** (1,617)	4,899 (6,450)	6,354 (7,254)	4,899 (6,450)
Reel Döviz Kuru	646.8 (1,091)	1,277 (1,290)	2,385** (1,185)	-1,636*** (586.9)	-1,718** (654.6)	-1,636*** (586.9)
Türk Nüfusu	38,341 (38,917)		59,569 (78,532)	-100,518 (87,297)		-100,518 (87,297)
Nüfus	-0.0500*** (0.00485)	-0.0947*** (0.00882)	-0.0573*** (0.00507)	0.000240 (0.00467)	-0.00148 (0.00706)	0.000240 (0.00467)
Ortalama Ömür	-5,497 (5,021)	18,786 (22,566)	-4,871 (8,366)	-1,054 (7,091)	28,636 (22,351)	-1,054 (7,091)
Doğum Sayısı	0.775*** (0.0899)	0.667*** (0.0949)	0.835*** (0.0837)	0.0174 (0.0785)	0.0237 (0.131)	0.0174 (0.0785)
Ölüm Sayısı	0.493*** (0.0952)	0.307** (0.102)	0.396*** (0.0980)	-0.0239 (0.0563)	-0.0583 (0.0614)	-0.0239 (0.0563)
Kentleşme	380.2 (1,370)	-4,165 (8,034)	-1,816 (2,522)	1,403 (2,723)	-32,187 (31,863)	1,403 (2,723)
65+ Nüfus	0.0753*** (0.0152)	0.0753** (0.0312)	0.0706*** (0.0186)	0.00536 (0.0101)	0.00395 (0.0129)	0.00536 (0.0101)
Seyahat Hizmetleri	4,432** (1,817)	-239.6 (2,201)	2,202 (1,917)	785.0 (1,244)	2,106 (1,911)	785.0 (1,244)
Uluslararası Seyahat Eşyası Harcaması	0.000226*** (1.81e-05)	0.000122*** (2.46e-05)	0.000166*** (2.12e-05)	-3.68e-06 (9.31e-06)	-7.48e-06 (1.01e-05)	-3.68e-06 (9.31e-06)
Ulaştırma Hizmetleri	9,183*** (1,860)	8,383*** (2,822)	10,921*** (2,300)	-467.0 (1,376)	-1,141 (1,584)	-467.0 (1,376)
Uluslararası Turizm (Gelenler)	-0.000154*** (1.62e-05)	-6.55e-05*** (2.06e-05)	-9.65e-05*** (1.87e-05)	3.82e-06 (6.90e-06)	7.52e-06 (7.40e-06)	3.82e-06 (6.90e-06)
Havayolu Taşımacılığı	-0.00335*** (0.000828)	-0.00335 (0.00222)	-0.00379*** (0.000926)	-1.79e-05 (0.000402)	-0.000164 (0.000576)	-1.79e-05 (0.000402)
İletişim Bilgisayar vb. (İhracat)	1,209 (1,284)	104.3 (1,889)	1,403 (1,567)	242.5 (870.6)	-533.2 (1,108)	242.5 (870.6)
İnternet Kullana Bireyler	1,965** (860.5)	2,241* (1,356)	2,451*** (821.7)	-1,160* (627.6)	-951.1 (915.9)	-1,160* (627.6)
İletişim Bilgisayar vb. (İthalat)	4,405** (1,802)	5,577** (2,225)	6,077*** (1,918)	-1,184 (1,488)	-1,855 (1,736)	-1,184 (1,488)
Constant	-319,026 (394,506)	-677,436 (1.536e+06)	-402,379 (613,655)	-16,438 (472,060)	685,500 (1.357e+06)	-16,438 (472,060)
Observations	391	391	391	68	68	68
R-squared	0.866	0.694	0.866	0.978	0.894	0.978
Number of SIRALAMA	53	53	53	7	7	7

Standard errors in parentheses; *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 7 Amerika Kıtası'ndan Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlere ilişkin üç model için regresyon ve anlamlılık değerlerini içermektedir. Kullanılacak modelin tespiti ile ilgili ilk olarak Breusch-Pagan LM testi yapılmış ve "H0: Birim etkinin varyansı sıfıra eşittir." hipotezi test edilmiştir. LM testi sonucunda hipotez kabul edilmiş ($\text{prob} > \chi^2 = 1,0000 > 0,05$). Bu nedenle diğer testlere gerek kalmamış ve tahmin için en küçük kareler (OLS) modelinin uygun model olduğuna karar verilmiştir. Dolayısıyla Amerika kıtası için değerlendirmeler OLS modeli üzerinden yapılmaktadır.

Tablo 7 Amerika kıtasının regresyon modellerinin hemen yanında Türkiye turizm talep tahmininin genel değerlendirmesine ilişkin regresyon modelleri de verilmiştir. Bu sayede karşılaştırma imkânı elde edilmektedir. Ayrıca genel değerlendirmede geçerli model sabit etkiler modelidir.

Amerika kıtası ülke grubu için bütün değişken grupları içerisinde GSYH, kişi başı harcanabilir milli gelir, gider, reel döviz kuru ve internet kullanan bireyler değişkenleri Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu değişkenlerden reel döviz kuru %99 güven aralığında (%1 hata payı), GSYH ve gider değişkenleri %95 güven aralığında (%5 hata payı), kişi başı harcanabilir gelir ve internet kullanan bireyler değişkenleri ise %90 güven aralığında (%10 hata payı) anlamlıdır. Reel döviz kuru ile ilgili sonuç Dinçer ve arkadaşlarının (2015) yaptıkları çalışmanın sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Özellikle kişi başı harcanabilir gelir ve internet kullanan bireyler değişkenlerine ilişkin bulgular oldukça ilginçtir. Çünkü bu kısma kadar değerlendirilen ülkeler için anlamlı çıkan kişi başı harcanabilir gelir ile Türkiye'nin turizm talebi negatif, internet kullanan bireyler ile pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Burada ise tam tersi bulgulara rastlanmıştır. Örneğin bu ülke grubunda internet kullanan bireyler bir birim arttığında, Türkiye'ye yönelik turizm talebi 1,1 birim azalmaktadır. Amerika kıtası için R^2 değeri %97'dir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bir ülkeye yönelik turizm talebini etkileyen çok sayıda faktörün olduğu bilinmektedir. Bu faktörler turist kabul eden ülke ile ilgili olabileceği gibi turist gönderen ülke ile ilgili de olabilmektedir. Bu anlamda ekonomik, sosyal, demografik, coğrafi, teknolojik ve genel olarak turizm ve seyahat alanlarındaki gelişmelerin ortaya çıkardığı faktörlerden biri, bazıları veya hepsi birlikte bir ülkeye olan turizm talebini etkileme gücüne sahiptir. Bu faktörlerin tamamı birlikte düşünüldüğünde, özellikle turist gönderen ülkelerden kaynaklı olarak, farklı destinasyonlara olan turizm talebini etkileme karakteri gösterebilecekleri söylenebilir. Bu çalışmanın sonucuna göre genel olarak Türkiye'ye turist gönderen ülkelere ait çoğu değişken ilgili ülkelerden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkilemektedir.

Asya kıtasında Türkiye'ye yönelik talebi etkileyen herhangi bir faktör tespit edilememiştir. Ancak istatistiksel uyumluluk için analizde devre dışı bırakılan uzaklık, vize uygulaması, dini inanç ve politik değişkenlerin burada sonuç üretebilecek düzeyde değişkenler olduklarını söylemek gerekir. Amerika kıtasından ise Türkiye'ye yönelik talebi sadece dört değişken etkilemiştir. GSYH ve kişi başı harcanabilir gelir bölgeden Türkiye'ye yönelik talebi olumlu etkilemektedir. Bu özellikle Avrupa ülkelerinin ağırlıklı olduğu gruplarda negatif çıkmaktadır. Aynı şekilde internet kullanımı bölgeden Türkiye'ye yönelik talep ile diğer ülke gruplarının tersine negatif bir ilişki göstermektedir. Bu sonuç için mesafe ve çekicilik unsurlarının belirleyici oldukları söylenebilir.

Bu çalışma kapsamında bazı öneriler getirmek mümkündür. İlk olarak Türkiye ile ilgili turizm tanıtımlarında turist gönderen ülkelerin ekonomik gelişmişlikleri, sosyal refah düzeyleri, coğrafi mesafe ve kültürel yakınlıkların dikkate alınması gerektiği söylenebilir. Teknoloji kullanımı ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında pozitif bir etkileşim söz konusudur. Burada konu teknoloji üretiminden ziyade teknoloji kullanımınıdır. Özellikle iletişim, bilgisayar ve internet konuları burada ön plana çıkmıştır. Bu anlamda teknoloji kullanım oranı yüksek turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılayacak bir politika yürütülebilir. Örneğin e-spor faaliyetleri geliştirilebilir. Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında güçlü ve kaliteli destinasyon imajına sahip olması, harcanabilir geliri yüksek turist profilinin Türkiye'yi tercih etmesini sağlayabilir. Böyle bir imaj çalışması yürütülebilir. Türkiye'yi ziyaret eden turistler alışveriş yapmaya meyillidir. Bu anlamda ülkenin hediyelik eşya ve alışveriş imkânlarının geliştirilmesi daha fazla turizm gelirinin elde edilmesini sağlayabilir. Türkiye'ye turist gönderen ülke gruplarının ekonomik, sosyal ve politik birliklikleri dikkate alınarak en uygun tanıtım ve etkinlik faaliyetlerinin yapılması ülkeye daha

fazla turist çekmeye aracılık edebilir. Ayrıca uzak ülkelere ilişkin önemli tanıtım faaliyetleri yürütülmelidir. Bu bölgelerden talebi çekebilecek adımlar atılmalı ve bunların tanıtılması için faaliyetler yürütülmelidir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Notları

Bu çalışma Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde sunulan "Türkiye'nin Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Sosyo-Ekonomik Açından Ampirik Olarak Değerlendirilmesi" başlıklı doktora tezinden geliştirilmiştir.

Yazar(lar)ın Katkıları

ÜŞ: Çalışma fikrinin oluşturulması, verilerin toplanması ve tasnifi, kaynak taraması, sonuçların yorumlanması, makale yazımı ve yayınlama süreci;

BZ: Çalışmanın eleştirel incelemesi ve son okuması;

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

"Asya ve Amerika'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler: Panel Veri Analizi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde "Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin" hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir"

Teşekkür

Çalışmamız sırasında bize destek ve katkı sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan ERKAN ve Arş. Gör. Abdüssamed KOÇ'a teşekkürlerimizi sunarız.

Kaynakça

- Acaravcı, A. ve Bostancı, F. (2011). Makroekonomik Değişkenlerin Etkisinde Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkileri: Türkiye Ekonomisi İçin Ampirik Bir Çalışma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2). 56-68
- Alaeddinoğlu, F. (2006). Van İli'nin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. *Basılmamış Doktora Tezi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atakan, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Haftanın Günü Etkisi ve Ocak Ayı Anomalilerinin ARCH-GARCH Modelleri ile Test Edilmesi. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 37 (2). 98-110
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi; Genel ve Yapısal Yaklaşım. Ankara: Detay Yayıncılık
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13 (2). 137-150
- Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2). 255-265.
- Cooper, C. P., Fletcher, J. Gilbert, D. G. ve Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles, and Practice*, London: Pitman Publishing
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, (6). 1-18
- Claveria, O., Monte, E. ve Torra, S. (2013). Tourism Demand Forecasting with Different Neural Networks Models. Regional Quantitative Analysis Research Group Working Paper, (13), 1-20
- Deluna, R. J. ve Jeon, N. (2014). Determinants of International Tourism Demand for the Philippines: An Augmented Gravity Model Approach. Munich Personal Repec Archive: MPRA, MPRA Paper No. 55294
- Diaz, M. A., Gomez, M. G. ve Giraldez, S. O. (2012). Estimating International Tourism Demand to Spain Separately by the Major Source Markets. *Working Paper*, 12 (4). 1-12
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2). 205-220
- Dinçer, M. Z., ve Dinçer, F. İ. ve Ustaoglu, M. (2015). Reel Effective Exchange Rate Volatilities Impact On Tourism Sector In Turkey: An Empirical Analysis Of 2003-2014. *Procedia Economics and Finance*, (23). 1000-1008

- Dornbusch, R. ve Fischer, S. (1998). *Makroekonomi*. Erhan Yıldırım (Çev. Ed.), Salih Ak, Mahir Fisunoğlu, Refia Yıldırım (Çev.), Ankara: Akademi Yayınları
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Yayın Yüksek Okul Yayınları
- Erdoğan, M. (2014). Arz, Talep ve Piyasa Dengesi, Mustafa Özer ve Ahmet Tiryaki (Ed.), *İktisada Giriş I İçinde*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. ss.28-46
- Heckman, J. J. (1975). *Dummy Endogenous Variables In A Simultaneous Equation System*. National Bureau of Economic Research, Inc. 204 Junipero Serra Boulevard, Stanford, CA 94305
- İbiş, S. ve Batman, O. (2015). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi. 2. *Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 476-490, Kuşadası/Aydın
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, (8). 87-112
- Karafiath, I. (1988). Using Dummy Variables In The Event Methodology. *The Financial Review*, 23 (3). 351-357
- Küçüktopuzlu, F. (1991). Türkiye'ye Olan Turistik Talebin Yapısal Analizi. *Turizm Yıllığı*, Ankara: Sınai Kalkınma Bankası Yayınları
- Kültürel Bellek, (2018). Turist Kimdir, Kimler Turist Sayılır, <http://www.kulturelbellek.com/turist-kimdir-kimler-turist-sayilir/>, ET: 13.10.2018
- LaVeist, T. A. (1994). Beyond Dummy Variables and Sample Selection: What Health Services Researchers Ought to Know about Race as a Variable. *HSRK Health Services Research*, 29 (1). 1-16
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman Publishing
- McConnell C. R. ve Brue, S. L. (2005). *Macroeconomics Principles, Problems and Policies*. New York: McGraw-Hill Irwin
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi). (2011). Piyasaları İzlemek, MEB Muhasebe ve Finansman Ders Modülü, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Piyasalar%C4%B1%20%C4%B0zlemek.pdf, ET: 10.06.2018
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları
- Reece, W. S. (2010). *The Economics of Tourism*, Prentice Hall, New Jersey: Pearson Education In- Upper Sandle River
- Rızaoğlu, B. (2007). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Roney, S. A. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Selçuk, G. N. ve Çatal, M. F. (2007). Turizmin Erzurum Ekonomisi İçin Önemi, *Ekev Akademi Dergisi*, 11(31): 297-306
- Sevinç, E. (2013). Çoklu Regresyon Korelasyon Analizinde Varsayımdan Sapmalar ve Çimento Sektörü Üzerine Uygulama. <http://serpam.org/wp-content/uploads/Sevinc2013.pdf>, Erişim Tarihi: 30.05.2019
- Seyidoğlu, H. (2001). *Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük İngilizce-Türkçe*. İstanbul: Güzel Can Yayınları
- Şengel, Ü. (2015). Bitlis İlinin Kalkınmasında Turizmin Rolü: Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tarı, R. (2016). *Ekonometri: Geleneksel Yöntemleri, Zaman Serileri Analizi, Panel Veri Analizleri*. Kocaeli: KÜV Yayınları
- Tatoğlu, F.Y. (2016). *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerine Etkisi: 1963-2011. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7 (14). 339-352
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ünsal, E. M. (2014). *Makro İktisada Girişi*. Ankara: İmaj Kitapevi
- Ünusan, Ç. ve Sezgin, M. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Konya: Atlas Kitabevi
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 9 (1). 1-18

Gönderilme Tarihi : 11.06.2020
Kabul Tarihi : 22.10.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.751726

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN DUYGUSAL EMEK ÜZERİNE ETKİSİ: SAĞLIK SEKTÖRÜ ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA¹

Gökçen ŞENEL

Öğr.Gör. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Sigortacılık Bölümü

gokcen.senel@hbv.edu.tr **ORCID ID:** [0000-0001-8168-1319](https://orcid.org/0000-0001-8168-1319)

Enver AYDOĞAN

Prof.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

enver.aydogan@hbv.edu.tr **ORCID ID:** [0000-0001-7327-7148](https://orcid.org/0000-0001-7327-7148)

ÖZ

Sağlık sektöründe yer alan örgütlerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri, bu sektörde sunulan hizmet düzeyinin kalitesine, müşterilerin bu hizmetten duydukları memnuniyete ve hizmeti alanlarla birebir yüz yüze iletişimde olan işgörenlerin göstermiş oldukları çabaya bağlıdır. Bu süreçte müşteri memnuniyetini daha da çok arttırmak için işgörenlerden duygularını da kullanmaları talep edilmektedir. Özellikle son yıllarda, hizmet sektörünün de hızla büyümesiyle duygusal emek kavramı birçok hizmet alanı ve mesleğin vazgeçilmez ve yaygın bir bileşeni olarak dikkat çekmektedir. Yöneticilerin ve çalışanların, farklılaşan çalışma şartlarına ve örgüt kültürlerine hemen adapte olabilmeleri, değişimi yakından takip edebilmeleri, içinde bulunulan ortamdan memnuniyet duyabilmeleri ve işlerine karşı oluşturdukları duygusal bağlılık düzeyini geliştirebilmeleri için kendi duygularını iyi tanımaları gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, sağlık sektörü çalışanlarının, örgütlerine olan bağlılıklarının sergiledikleri duygusal emek üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve Amasya ilinde bulunan İl Sağlık Müdürlüğüne bağlı sağlık kurumlarında görev yapan 343 sağlık çalışanı alan araştırması kapsamına dâhil edilmiştir. Öncelikle, araştırmada ele alınan değişkenlerle ilgili alan yazın incelenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler, işgörenlerden veri toplama aracı olarak kullanılan anketlerle elde edilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular örgütsel bağlılığın duygusal emek ve alt boyutları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Çalışma, araştırmanın yapıldığı sağlık sektörüne, akademik hayatın aktörlerine ve sağlık verileri elde edilen kuruma yönelik değerlendirme ve önerilerle tamamlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Duygusal Emek, Örgütsel Bağlılık, Duygusal Bağlılık, Sağlık Çalışanları

¹ Bu çalışma Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda 2019 yılında kabul edilen "Algılanan etik liderliğin duygusal emek üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü: Sağlık kurumlarında bir araştırma" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENTS OF HEALTHCARE SECTOR EMPLOYEES ON EMOTIONAL LABOR

ABSTRACT

The success of the organizations in the healthcare sector depends on the quality of the service level provided in this sector, the satisfaction of the customers from this service and the efforts of the employees who are in direct contact with the users. In this process, employees are asked to use their emotions to increase customer satisfaction even more. Especially in recent years, with the rapid growth of the service sector, the concept of emotional labor attracts attention as an indispensable and common component of many service areas and professions. Managers and employees need to know their emotions well in order to be able to adapt to different working conditions and organizational cultures, to follow the change closely, to be pleased with the environment and to develop the level of emotional commitment they create to their jobs.

The purpose of this study is to reveal the effect of the commitment of healthcare professionals to their organizations on the emotional labor they exhibit. In the research, convenience sampling method was preferred and 343 health workers working in health institutions affiliated to the Provincial Health Directorate in Amasya province were included in the scope of the field study. First of all, the literature related to the variables discussed in the research was examined. The data used in the research was obtained through questionnaires used as data collection tool from the employees. Findings of the research show that organizational commitment is effective on emotional labor and its sub-dimensions. Finally, the study was completed with evaluations and suggestions for the healthcare sector where the research was conducted, the actors of academic life and the institution from which the healthcare data were obtained.

Keywords: Emotional Labor, Organizational Commitment, Emotional Commitment, Healthcare Employees.

Giriş

Günümüzde özellikle hizmet sektöründe, müşteri memnuniyetinin artan önemi ile birlikte, duygusal emek kullanımına yönelik örgütsel stratejide ön plana çıkmaktadır. Örgütlerde duygusal emek kullanımı, hizmet kalitesini sağlamanın temel koşullarından biri olarak görülmektedir. Duygusal emek, çalışanın işini yaparken sergilemekte olduğu rol gerekliliklerinden biri olarak kabul edilmekte ve örgüt tarafından istenen bazı duyguların gösterilmesine ya da istenmeyen bazı duyguların gizlenmesine yönelik çabaları ifade etmektedir. Sağlık kurumlarında sağlık hizmeti sunan çalışanların sağlık hizmeti alan bireylerle sürekli olarak etkileşimde bulunmalarından dolayı, onların beklentilerini en üst düzeyde karşılayabilmek için duygusal emek davranışı sergilemeleri beklenmektedir. Sağlık hizmetlerinden yararlananların kendini güvende ve rahat hissedebilmesi açısından hizmet sunumu bu sektördeki mesleki aktörlerin iş yaşamının bir parçası olarak da ele alınmaktadır.

Örgütlerin varlıklarını sürdürmeleri ve rekabet gücü elde etmelerinde en önemli kaynak nitelikli insan gücüdür. Özellikle son yıllarda, işgörenlerin örgüte uyumu, örgütün amaç ve hedeflerine odaklanması, iş tatmini ve örgüte bağlılığı yöneticilerin önemle üzerinde durduğu konulardır. Örgütsel bağlılığı yüksek düzeyde olan işgörenlerin örgütlerine karşı olumlu bir tutum içerisinde buldukları araştırmalarda elde edilen bulgular arasındadır.

Bir çalışanın işinden zevk alıp almaması, müşterileri ve iş arkadaşlarına yaklaşımı, onlarla ilişkilerinin düzeyi ve tüm bu süreçlere etki eden duygusal yönelimi, çalışanların işe bağlılıklarını, müşterilerin memnuniyetini ve dolayısıyla işletmenin performansını etkilemektedir (Steinberg ve Figart, 1999). Çalışanların, işi yaparken yükledikleri duygusal yük ve gerilim ile sarf ettikleri duygusal performans, onların gösterdikleri duygusal emek olarak ele alınmaktadır. Bu açıdan bakıldığında işgörenlerin hem doğrudan hem de örgütsel bağlılık aracılığıyla duygusal emek davranışı sergileyebileceği düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık kavramından ilk kez, 1956 yılında Whyte “Örgüt İnsanı” adlı kitabında aşırı bağlılığın tehlikelerini dile getirerek söz etmiştir. Whyte, işgöreni sadece örgütte çalışan değil aynı zamanda örgüte ait olan kişi olarak tanımlamıştır (Whyte, 1956). Örgütsel bağlılık, işgörenlerin yapmış oldukları işlere yönelik sergilemiş oldukları tutum ve davranışlarıyla ilgili bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Mowday, Steers ve Porter (1979), örgütsel bağlılığa ait üç özelliğin üzerinde durmuştur. Bunlar, çalışanların örgütün kabul ettiği değerleri ve sahip olduğu amacı kabullenmesi, bunlara güçlü bir şekilde inanması, örgüt için tahmin edilenden daha çok çaba harcaması, örgüt üyeliğini devam etmek için içinde güçlü bir istek duyması olarak söylenebilir. Örgütsel bağlılık konusunda Meyer ve Allen (1997) yaptıkları çalışmalarında, örgütsel bağlılık kavramının çok boyutlu bir kavram olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar, örgütsel bağlılık çalışmalarında ilk önce duygusal bağlılık ve devam bağlılığını kapsayan iki boyutlu bir ölçek hazırlamış, daha sonra ise bu ölçeğe normatif bağlılık kavramını da ekleyerek ölçeği üç boyutu kapsayan bir duruma getirmişlerdir. Yazarlara göre, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutu genelde örgütle işgören arasında bir bağ meydana getirir, bu bağın niteliğinin çok daha farklı yollarla meydana geldiği kabul edilmektedir (Allen ve Meyer, 1990).

Allen ve Meyer (1990) duygusal bağlılığı “kişinin örgüt ile özdeşleşip, örgütsel faaliyetlere istekli bir şekilde katılması sonucu örgüte karşı hissedilen duygusal yakınlık” olarak tanımlamaktadırlar. Yürüttükleri çalışmalarda duygusal bağlılık türüne sahip olan bireylerin örgütsel bağlılık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. Bu yüzden örgütlerin gerçekleşmesini en çok istedikleri bağlılık biçimi duygusal bağlılıktır. Bu çalışmada örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu üzerinde durulmuştur.

Duygusal Emek

Duygusal emek kavramı literatüre, Hochschild (1983) tarafından kaleme alınan “Yönetilen Kalp: İnsan Duygularının Ticarileştirilmesi” kitabı ile girmiştir. Bu kitapta Hochschild hostesler üzerinde gerçekleştirdiği bir çalışmadan bahsetmektedir. Çalışma sonucunda hizmet sektörü için fiziksel ve zihinsel emek kullanımının yanı sıra duygularında kullanıldığı görülmüştür. Hochschild’in kitabında duygusal emek, işini yapan işgörenlerin o iş gereği ile sergilemiş olduğu duygularının diğer kişiler tarafından gözlemlenebilecek şekilde düzenlenmesi ve bu doğrultuda yüzsel ve bedensel gösterimde bulunulması olarak tanımlanmıştır (Hochschild, 1983). Hochschild, duygusal emeğin yüz yüze ve vücut ifadeleri olarak gösterildiğini ve gözlemlendiğini söylerken, Rafaeli ve Sutton (1987) ile Wharton ve Erickson (1993) aynı zamanda duygusal emeğin, karşılıklı iletişim esnasında işgörenlerin ses tonu ve davranışlarına yansıyan her türlü çabayı da kapsadığını söylemişlerdir. Morris ve Feldman (1996)’a göre, işgörenler ve müşteriler arasındaki etkileşim sırasında örgüt tarafından istenen duyguyu ifade etmek için gereken çaba, planlama ve kontroldür. Wharton (1999), işleri müşterilerle yakından etkileşim gerektiren işgörenlerin örgüt tarafından onaylanmış duyguları sergileme çabası olarak tanımlamıştır. Grandey (2000), duygusal ifadelerin, gerçek duyguları bastırıp sahteleştirerek örgütün beklentileri doğrultusunda değiştirilmesi olarak ifade etmiştir.

Alan yazın incelendiğinde araştırmacıların duygusal emeği farklı boyutlarda ele aldıkları görülmektedir. Basım ve Beğenirbaş’ın (2012) yapmış olduğu çalışmasında; yüzeysel rol yapma, derinlemesine rol yapma ve samimi duygular olmak üzere üç boyut belirlenmiştir. Bu çalışmada bu üç boyut ele alınmıştır. Duygusal emek boyutlarının ilki olan **yüzeysel rol yapma boyutunda**; işgörenin işin gerektirdiği duygulardan farklı duygular hissetmesi durumunda örgüt tarafından istenilen davranışı yadırgamayarak göstermesi söz konusu olmaktadır (Başbuğ, Ballı ve Oktuğ, 2010). Bu türden bir davranış, işgörenlerin sergiledikleri duygu gösterimleri, sözlü ve/veya sözsüz iletişim elemanlarından, bir diğer ifadeyle yüz ifadeleri, mimik ve duruşlardan anlaşılmaktadır (Özgen, 2010). Duygusal emek boyutlarının ikincisi, **derinden rol yapma boyutudur**. Bu boyutta, işin gerektirdiği duygularla kendi içinde hissettiği duygular arasında çelişki yaşayan işgörenin karşı tarafa istenilen duyguları verebilmesi için duygusal çaba sarf etmesi ön plana çıkar. Bu durum alan yazında “derin davranış” olarak kavramsallaştırılmıştır. Derin davranışta bulunan işgören, duygularını işin gerektirdiği şekilde hissedebilmek için çaba harcamaktadır. Bazı durumlarda işgörenin kendi hissettiği duygularıyla işinin gerektirdiği duyguların uyumlu olmaması

söz konusudur. Hochschild'a (2003) göre; işgören, işin gerektirdiği duygusal davranışları sergileyebilmek için kendi gerçek hislerini bastırmak durumunda kalıp derin davranış boyutunu seçer. Duygusal emek boyutlarından üçüncüsü, **samimi duygular boyutudur**. Ashforth ve Humprey'in (1993) geliştirdiği ve daha sonra Diefendorff, Croyle ve Gosserand (2005), çalışmalarıyla katkıda buldukları samimi duygular, Hochschild'ın (1983) iki boyutlu yaklaşımına ek olarak duygusal emek yaklaşımına ilave edilerek zenginleştirilmiştir. Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından Türkçeye de uyarlaması yapılan çalışmada da üçüncü boyut olarak ele alınan samimi duygular boyutunun, son zamanlardaki çalışmalarda da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Ashforth ve Humprey'e (1993) göre, samimi duygular; işgörenlerin, örgütte bir hizmet verirken gerçekten hissederek sergilemiş oldukları davranışlardır.

Örgütsel Bağlılığın Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi

Duygusal bağlılık işgörenin örgüte karşı duygusal açıdan bağlanması, örgütü ile bütünleşmesi ve örgüte katılımı olarak bilinmektedir. Örgütüne karşı duygusal bağlılığı yüksek olan işgörenler kendileri istedikleri için örgütün bir parçası olmaya devam etmektedirler (Allen ve Meyer, 1990; Allen ve Meyer, 1996; Meyer ve Allen, 1991; Yousef, 2000). Duygusal olarak örgütüne bağlılık duyan bir çalışanın iş hayatındaki değişimleri yakından takip etmesi, mesleki akademik ve aktüel yayınları izlemesi, kongre, sempozyum ve konferanslara katılması, kariyer seçimiyle bağlantılı derneklere katılması, bunlarda rol alması ve yönetim görevlerinde bulunması kendisini örgütün bir parçası olarak hissetmeyen bir başka çalışana göre daha güçlüdür. Buna göre örgüte katılımın doyurucu olması halinde duygusal bağlılığın meydana gelmesi beklenmektedir (Gül, 2018).

Duygusal emek kavramının bireysel ve örgütsel alandaki etkileri gittikçe artmaktadır. Günümüzde başarı odaklı örgütlerin önem verdiği konuların başlıcaları, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması gelmektedir. Örgütlerin daha etkili, verimli ve kaliteli hizmetler sunabilmeleri için işgörenlerin örgütlerine yönelik tamamen gönüllülük esasına dayalı fayda sağlamaları için duygu gösterimlerinde o örgüte önemli değerler katabileceği düşünülmektedir. Yöneticiler işgörenlerin duygularına yön vermek suretiyle bir beklenti içerisine girerek işgörenlerin duygularının ekonomik değere dönüşmesini sağlamayı amaçlamaktadırlar. İşgörenlerde yöneticilerinin bu beklentisi karşılığında, örgüte yaptıkları hizmet sürecinde kendilerinden beklenen ve görevleri gereği duygu gösterimlerinde bulunmaktadır. Bu bağlamda, hizmet sektörü işgörenlerinin fiziksel ve zihinsel gayretlerinin beraberinde duygusal çaba göstermeleri, onların başarıları ve dolayısıyla örgütün etkinliği ve verimliliği açısından önem arz etmektedir. Çalışanların beklentileri ile örgütün hedef ve değerlerinin benzer olması iş görenlerin gözünde örgütü değerli kılacak ve bu yönde doğru adımlar atmalarına sebep olacaktır (Yılmaz ve Eroğlu, 2010). Turhan (2018) yapmış olduğu çalışma da otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin örgütsel bağlılıkları ile duygusal emek kullanımları arasındaki ilişkiyi araştırmış, örgütsel bağlılığın duygusal emeğin artmasında etkili olduğu sonucunu bulmuştur. Deliveli (2018) yapmış olduğu araştırmasında elde edilen bu sonuçlara göre öğretim elemanlarının duygusal emekleri arttıkça örgütsel bağlılıklarının da artacağını söylemiştir. Özgüleş (2017), Eskişehir ilinde faaliyet gösteren yerel özel hastanelerde ve tıp merkezlerinde görev yapan 264 sağlık çalışanı üzerinde yapmış olduğu çalışmada, duygusal emek boyutlarından yüzeysel rol yapma ile işe bağlılık arasında negatif bir ilişki bulmuştur. Derinden rol yapma ve samimi duygular boyutlarının işe bağlılık ile arasında pozitif istatistiki olarak anlamlı sonuçları çıkmıştır.

Sağlık hizmetlerinin insan sağlığına hizmet veren yaşamsal bir fonksiyon olması nedeniyle sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılıklarının yüksek olması çok fazla önem taşımaktadır. Çalıştığı kurumunu, yaptığı işi ve örgütsel düzeyini benimsemeyen çalışan ile işini severek yapan, kurumuna, görev yaptığı birimine bağlı ve kendisini oraya ait hissedenden sağlık çalışanlarının gösterecekleri performans arasında önemli derecede farklılıklar oluşmaktadır. Özensiz, dikkatsiz, halinden memnun olmayan davranışlarla hastalara doğrudan hizmet veren sağlık çalışanlarının vakalarda telafisi mümkün olmayan sonuçlara sebep olabilmektedir. Bu yüzden çalışanlar arasında örgütsel bağlılık oranlarının göz önünde bulundurulması büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, alan yazındaki önceki araştırma bulguları ve araştırmada inceleme konusu yapılan değişkenlerden yola çıkarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: Örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu duygusal emeği anlamlı olarak etkiler.

H_{1a}: Örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu, duygusal emeğin yüzeysel rol yapma boyutunu anlamlı olarak etkiler.

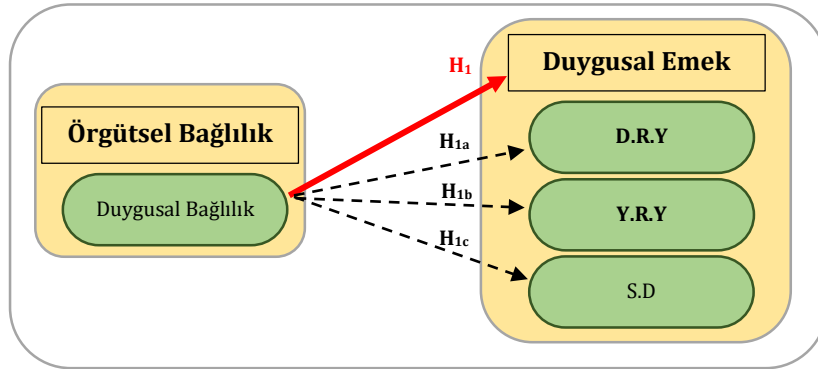
H_{1b}: Örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu, duygusal emeğin derinden rol yapma boyutunu anlamlı olarak etkiler.

H_{1c}: Örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu, duygusal emeğin samimi duygular boyutunu anlamlı olarak etkiler.

Yöntem

Bu çalışmada verilerin incelenmesinde korelasyonel araştırma modeli kullanılmıştır. Bu model, çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi ele almakta ve bu sebeple söz konusu ilişkilerin testinin yapılabileceği katılımcılardan değişkenlere ait ölçekler vasıtasıyla kolayca yöntem kullanılarak veriler elde edilmiştir. Analiz safhasında, her bir değişkene ait doğrulayıcı faktör analizi (DFA) SPSS AMOS kullanılarak yapılmıştır. Değişkenler arası ilişkileri ortaya çıkarmak için korelasyon analizi, varsayımları sınamak için basit regresyon analizi uygulanmıştır.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli ve Geliştirilen Hipotezler



Katılımcılar

Çalışmanın evreni; Amasya ilinde bulunan, Sağlık Bakanlığına bağlı Sağlık Kuruluşlarında görev yapan sağlık çalışanları olarak belirlenmiştir. Araştırmada evrenin tamamına ulaşmak, zaman ve maliyet açısından kısıtlar yaratmaktadır. Aralık 2018 tarihinde elde edilen verilere göre Amasya'da sağlık kurumlarında çalışan sağlık personeli sayısı 1480'dir. Çalışmanın niteliği göz önüne alınarak, örneklem sayısı, %95 güvenirlilik ve %5 hata payı ile tespit edilmiştir. Bu durumda gerekli örneklem sayısı yaklaşık 305 olduğu tespit edilir. Ankette fazla sayıda soruyu yanıtlamayan ya da işaretlemeleri alt veya üst değerlerde toplanan veriler analizden çıkarılmış, analizlere 343 kişilik bir örneklem üzerinden devam edilmiştir.

Araştırmaya katılan 343 kişiden 185'i (%53,9) kadın iken, 158'i (%46,1) erkektir. Araştırmaya katılan personelin 40'ı (%11,7) Doktor, 92'si (%26,8) Hemşire-ebe, 53'ü (%15,5) memur, 10'u (%2,9) Şef, 32'si (%9,3) teknisyen, 20'si (%5,8) Sekreter ve 56'sı (%16,3) hastanede başka işlerde görev yapmaktadır.

Ölçüm Araçları

Duygusal Emek Ölçeği: Kruml ve Geddes'in (2000), Grandey (2003) ve Diefendorff ve diğerleri (2005) tarafından, duygusal emek ölçeklerinin ilgili maddelerinin alınarak uyarlanması ve bazı maddelerin ise geliştirilmesi ile meydana getirilmiştir. Ölçek, yüzeysel rol yapma, derinden rol yapma ve samimi duygular olmak üzere üç boyutu kapsamaktadır. Ölçeğin orijinal güvenirlik katsayıları; yüzeysel rol yapma boyutu için Cronbach Alpha 0,92, derinden rol yapma boyutu için Cronbach Alpha 0,85 ve samimi duygular için ise Cronbach Alpha 0,83'tür (Diefendorff vd., 2005). Ölçeğin Türkçe uyarlaması, güvenirlik ve geçerlilik analizleri Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından yapılmıştır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Meyer ve Allen'in (1984) üç boyutlu örgüte bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Türkiye'de literatürde yaygın bir şekilde kullanılan ve kabul gören bu ölçek (Wasti, 2000; Sarıdede ve Doyuran, 2004; Çöp, 2008; Polat ve Uğurlu, 2009) duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyut ve 18 maddeden oluşmaktadır. Her boyutta 6 madde yer almaktadır. Ölçeğin orijinal güvenilirlik katsayıları duygusal bağlılık boyutuna ilişkin Cronbach Alpha 0,92, devam bağlılığı boyutuna ilişkin Cronbach Alpha 0,79 ve normatif bağlılık boyutuna ilişkin Cronbach Alpha 0,80 olarak verilmiştir. Bizim yaptığımız araştırmada ölçeğin sadece duygusal bağlılık alt boyutu ele alınmıştır. Cronbach Alpha katsayısının 0,75'in üzerinde gerçekleşmesi, ölçeğin yüksek seviyede güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin tümü 5'li Likert tipindedir. Ölçek aralıkları orijinal formlarına sadık kalınarak "1- Tamamen katılıyorum" ve "5- Hiç katılmıyorum" şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach's Alpha katsayısı bulguları

Ölçekler	Madde sayısı	Cronbach's Alpha katsayısı
Yüzeysel rol yapma	6	,926
Derinden rol yapma	4	,849
Doğal duygular	3	,872
Duygusal emek ölçeği	13	,855
Duygusal bağlılık ölçeği	6	,758

Ankette kullanılan ölçeklerin alt boyutlarıyla birlikte güvenilirlik analizi bulguları Tablo 1'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ölçeklerin güvenilirlikleri "Geliştirilen ölçek/test yüksek güvenilirliğe sahiptir" olarak bulunmuştur.

Yapısal eşitlik modeli ile yapılan DFA neticesinde her iki ölçeğe ait kabul edilebilir sınırlar içinde bulunan uyum iyiliği değerleri ise Tablo 2'dedir.

Tablo 2. DFA Sonucunda Ölçeklere İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

İndeks	χ^2/df	GFI	CFI	RMSEA
Duygusal Bağlılık	3,774	0,979	0,973	0,090
Duygusal Emek (1.düzye çok faktörlü model)	3,451	0,923	0,953	0,085
Duygusal Emek (2.düzye çok faktörlü model)	2,638	0,939	0,970	0,069
İyi Uyum Değerleri	<3	>0,95	>0,95	<0,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	$3 < (\chi^2/sd) < 5$	>0,90	>0,90	<0,08

Araştırma Bulguları

Araştırmada katılımcılarından elde edilen veriler ile ilk olarak duygusal bağlılık, duygusal emek ve duygusal emek alt boyutlarına yönelik ortalamalara, standart sapmalara ve mevzu bahis değişkenlerin birbirleri ile olan korelasyonları incelenmiştir. Tablo 2'de ilgili analiz sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3. Ortalama, Standart Sapma ve İlgili Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri

	Ortalama	S.Sapma	1	2	3	4
1.Duygusal Bağlılık	3,31	0,847	1	,162	,285	,207
2.Yüzeysel Rol Yapma	2,44	1,132	,162	1	,342	-,109
3.Derinden Rol Yapma	3,30	1,013	,285	,342	1	,356
4.Samimi Duygular	3,94	0,890	,207	-,109	,356	1

Tablo 3'deki korelasyon bulgularına göre; duygusal bağlılık ile duygusal emeğin yüzeysel rol yapma boyutu ($r=0,162$; $p<0,01$) ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif ve düşük dereceli bir ilişki, derinden rol yapma boyutu ($r=-0,285$; $p<0,01$) ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif ve düşük dereceli bir ilişki ve samimi duygular boyutu ($r=0,207$; $p<0,01$) ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif ve düşük dereceli bir ilişki görülmektedir.

Oluşturulan modele göre değişkenler arasındaki β katsayıları, standart hata, p ve R2 değerleri Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 4. Duygusal bağlılığın duygusal emek üzerindeki etkisi

Değişkenler		r.k	s.r.k	t	p	R	R ²	β	F	p
Duygusal Bağlılık	→ Yüzeysel Rol Yapma	0,216	0,162	3,027	0,000	0,162	0,026	0,023	9,160	0,000
Duygusal Bağlılık	→ Derinden Rol Yapma	0,341	0,285	5,490	0,000	0,285	0,081	0,079	30,140	0,000
Duygusal Bağlılık	→ Samimi Duygular	0,217	0,207	3,900	0,000	0,207	0,043	0,040	15,211	0,000

Açıklayıcı değişken (bağımsız değişken) duygusal bağlılık, açıklanan değişken (bağımlı değişken) duygusal emeğin üç boyutu alınarak oluşturulan doğrusal regresyon modeli Tablo 4'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca modelin belirleme katsayısı (düzeltilmiş) 0,023 olarak hesaplanmıştır. Buna göre yüzeysel rol değişkenindeki değişkenliğin %2,3'ü doğrusal regresyon modeli aracılığıyla duygusal bağlılık değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Açıklanan değişken (bağımlı değişken) derinden rol alınarak oluşturulan doğrusal regresyon modeli için yapılan ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca modelin belirleme katsayısı (düzeltilmiş) 0,079 olarak hesaplanmıştır. Buna göre derinden rol değişkenindeki değişkenliğin %7,9'u doğrusal regresyon modeli aracılığıyla duygusal bağlılık değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Açıklanan değişken (bağımlı değişken) samimi duygular alınarak oluşturulan doğrusal regresyon modeli için yapılan ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca modelin belirleme katsayısı (düzeltilmiş) 0,040 olarak hesaplanmıştır. Buna göre samimi duygular değişkenindeki değişkenliğin %4'ü doğrusal regresyon modeli aracılığıyla duygusal bağlılık değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuçlar çerçevesinde, duygusal bağlılık ile duygusal emek ilişkisine yönelik kurulan Hipotez₁, Hipotez_{1a}, Hipotez_{1b} ve Hipotez_{1c} kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Sağlık kurumlarının sunduğu hizmetlerin başında fedakârlık, moral, özveri, tatmin, motivasyon, bağlılık gerektiren bir örgütsel anlayış hakimdir ve aynı zamanda salt sağlık hizmeti vermenin ötesinde hizmet verirken psikososyal ilişkiler sunması gerekmektedir. Emek yoğun hizmet sunan hastanelerde insana odaklanan ve insan ilişkilerine dayanan bir hizmet üretilmesi sebebiyle işgörenlerin örgütlerine olan aidiyet ve bağlılık hislerinin yüksek olması beklenmektedir. Doktordan hasta bakıcısına kadar tüm sağlık işgörenleri örgütsel bağlılık düzeyinin yüksek olması, hizmet verilen kişilere veya hastalara olan tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir. Bu kapsamda örgütsel bağlılığı yüksek sağlık işgörenlerine sahip hastanelerin daha iyi ve kaliteli hizmet vererek hasta memnuniyetini artırdığının bahsedilmesi mümkündür (Gül, 2018). Yapılan araştırmada, sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılıklarının duygusal emek kullanımı üzerindeki etkisi araştırılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonuçları, duygusal bağlılığın duygusal emeğin yüzeysel rol yapma, derinden rol yapma ve samimi duygular boyutlarını anlamlı olarak etkilediğini göstermiştir. Ayrıca elde edilen sonuçlar, örgütsel bağlılığın duygusal emeğin bir ardılı olduğuna işaret etmektedir.

Bu çalışma sonucunda ulaşılan bulgulara göre, daha sonra yapılacak araştırmalara zemin oluşturmak ve yön göstermek amacıyla araştırmacılara bazı öneriler sunulabilir. Bu bağlamda, araştırmada duygusal

bağlılık gibi olumlu bir değişkenin duygusal emek üzerine etkileri konularını içeren çalışmaların oldukça sınırlı düzeyde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla duygusal emek araştırmalarının olumlu ve olumsuz öncüllerle örgütsel davranış alanındaki farklı yaklaşımlar ile ele alınarak alan yazına katkı sağlanabileceği ve örgüt paydaşlarına da ışık tutabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca farklı meslek gruplarında uygulanabilecek çalışmalarla konu hakkında kapsayıcı meta analizlere dönüştürülebilir ve daha genellenebilir sonuçlara ulaşılması mümkün olabilecektir. Araştırma verilerinin yanında çalışma bazı sınırlılıklar da mevcut bulunmaktadır. Araştırmanın katılımcılarının Amasya'daki sağlık kurumları işgörenlerinden oluşması nedeniyle araştırma bulguları doğal olarak, katılımcı özellikleriyle sınırlı bulunmaktadır. Bunların yanında, elde edilen veriler katılımcıların yalnızca kendi değerlendirmelerinden oluştuğundan, ortak yöntem varyansı ve sosyal beğenilirlik sınırlılıkları, çalışma sonuçlarının değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulmalıdır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Notları

Bu çalışma Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda 2019 yılında kabul edilen "Algılanan etik liderliğin duygusal emek üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü: Sağlık kurumlarında bir araştırma" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

Yazar(lar)ın Katkıları

Makaleye tüm yazarlar eş katkı sağlamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

Çalışma için Gazi Üniversitenin Araştırma Etik Kurulu'ndan etik onay (Etik Kurul Onay Kodu: 2019-18) ve kurum izinleri alındı. Veriler toplanmadan önce katılımcılara çalışma ile ilgili açıklamalar yapıldı, elde edilen verilerin gizli kalacağı konusunda güvence verilerek, yazılı ve sözlü onamları alındı.

Teşekkür

Çalışmamız sırasında bize destek ve katkı sağlayan tüm katılımcılara teşekkürlerimizi sunarız.

KAYNAKÇA

- Allen, N. J. and Meyer J. P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization". *Journal of Occupational Psychology*. 63(1), 1-18.
- Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1996). "Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity". *Journal of Vocational Behavior*. 49, 252-276.
- Ashforth, B. E. and Humphrey, R. H. (1993). "Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity". *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Basım, H. N. ve Beğenirbaş, M. (2012). "Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması". *Yönetim ve Ekonomi*, 19(1), 77-90.
- Başbuğ, G., Ballı, E. ve Oktuğ, Z. (2010). "Duygusal Emeğin İş Memnuniyetine Etkisi: Çağrı Merkezi Çalışanlarına Yönelik Bir Çalışma". *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 58, 253-274.
- Benligiray, S. ve Sönmez, H. (2011). "Hemşirelerin Mesleki Bağlılıkları ile Diğer Bağlılık Formları Arasındaki İlişki: Örgüte Bağlılık, İşe Bağlılık ve Aileye Bağlılık". *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi*. 18(1), 28-40.

- Çöp, S. (2008). *Türkiye ve Polonya da turizm sektörü çalışanlarının örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık algılarına ilişkin bir uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Deliveli, K. (2018). Öğretim elemanlarının duygusal emek davranışları ile örgütsel bağlılık algı düzeyleri arasındaki ilişki (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H. and Gosserand, R. H. (2005). "The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies". *Journal of Vocational Behavior*. 66(2), 339-357.
- Grandey, A. A. (2000). "Emotional Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor". *Journal of Occupational Health Psychology*. 5(1), 95-110.
- Grandey, A. A. (2003). "When "The Show Must Go On": Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-Rated Service Delivery". *Academy of Management Journal*. 46(1), 86-96.
- Gül, İ. (2018). *Sağlık Kurumlarında Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Değişime Açıklığın Örgüt Sağlığı Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İl Merkezi Hastanelerinde Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart: Commercialism of Human Feeling*. Berkeley, and Los Angeles: University of California Press.
- Hochschild, A. R. (2003). *The Managed Heart: Commercialization Of Human Feeling*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Kruml, S. M. and Geddes, D. (2000). "Exploring The Dimensions of Emotional Labor the Heart of Hochschild's Work". *Management Communication Quarterly*. 14(1), 8-49.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1984). "Testing the "Side-Bet Theory" of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations". *Journal of Applied Psychology*. 69(3), 372-378.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1991). "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment". *Human Resource Management Review*. 1(1), 61-89.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research and Application*. London: Sage Publications.
- Morris, J. A. and Feldman, D. C. (1996). "The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor". *Academy of Management Review*. 21(4). 986-1010.
- Mowday, R., Steers, R. and Porter, L. (1979). "The Measurement of Organizational Commitment". *Journal of Vocational Behavior*. 14(2), 224-247.
- Özgen, I. (2010), *Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgüleş, B. (2017). Algılanan Kurumsal İtibar ve İşe Bağlılığın Duygusal Emek Davranışı Üzerine Etkisi: Sağlık Çalışanları Örneği, Doktora Tezi, T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Polat, S. Ve Uğurlu, C. T. (2009). İlköğretim müfettişlerinin örgütsel bağlılık, mesleki tükenmişlik ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişki. I. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongre Kitabı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Rafaeli, A. and Sutton, R. I. (1987). "Expression of Emotion as Part of the Work Role". *Academy of Management Review*. 12(1), 23-37.
- Sarıdede, U. ve Doyuran, Ş. (2004). Eğitim örgütlerinde örgütsel bağlılığın işten ayrılma niyetine etkisi. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Steinberg, R. J. and Figart, D. M. (1999), "Emotional Labor Since the Managed Heart", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 561(1), 8-26.

- Töremen, F. ve Çankaya, İ. (2008). "Yönetimde Etkili Bir Yaklaşım: Duygu Yönetimi". Afyon Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi. 1 (1), 33-47.
- Turhan, U. (2018). *Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalizasyonun, Duygusal Emek Ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Muğla İlinde Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, T.C Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Wasti, S. A. (2000). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi. VIII Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirisi, Nevşehir.
- Wharton, A. S. and Erickson, R. I. (1993). "Managing Emotions on the Job and At Home: Understanding the Consequences of Multiple Emotional Roles". *Academy of Management Review*. 18(3), 457-486.
- Wharton, A. S. (1999). "The Psychosocial Consequences of Emotional Labor". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 561(1), 158-176.
- Whyte, W. H. Jr. (1956). *The Organization Man*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Yılmaz, A. ve Eroğlu, C. (2010). *Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yousef, D. A. (2000). "Organizational Commitment and Job Satisfaction as Predictors of Attitudes Toward Organizational Change In A Non-Western Setting". *Personnel Review*. 29(5), 567-592.

Gönderilme Tarihi : 28.08.2020
Kabul Tarihi : 31.10.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.787040

Araştırma Makalesi/Research Article

BOSNA-HERSEK'TE SIRPÇA BASILMIŞ İLK SIRP MECMUASI "BOSANSKA VILA" ("BOSNA PERISI", 1885-1914)'DA TÜRK EDEBİYATINDAN ÇEVİRİLMİŞ ŞİİRLER VE BU ŞİİRLERİN İNCELENMESİ

Yılmaz DAŞÇIOĞLU

Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, Fen ve Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı

yilmazd@sakarya.edu.tr, **ORCID ID:** [0000-0003-1378-7116](https://orcid.org/0000-0003-1378-7116)

Emina VİLDİÇ

Doktora öğrencisi., Sakarya Üniversitesi, Fen ve Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı

emina.vildic@ogr.sakarya.edu.tr, **ORCID ID:** [0000-0001-8903-8950](https://orcid.org/0000-0001-8903-8950)

ÖZ

Yüzyıllar boyunca Türk yönetiminde kalmış olan Balkan ulusları, Türk kültür ve edebiyatı ile derin bir etkileşim içerisinde olmuştur. Fatih Sultan Mehmet'in bölgeyi fethetmesiyle (1463) kitlesel olarak İslamiyet'i kabul eden Bosnalılar, bir yandan kendi millî edebiyatlarını sürdürmüş, diğer yandan da başta Türkçe olmak üzere Doğu dillerinde yeni bir edebiyat oluşturmuşlardır. Bu çalışmada, Avusturya-Macaristan dönemindeki (1878-1918) Bosna-Hersek'te çıkarılan "Bosanska Vila" ("Bosna Perisi")'n 1885-1914 yılları arasındaki sayılarında yer alan Türkçeden Sırpçaya yapılmış şiir çevirileri ele alınacaktır. Yapılan çevirilerin Servet-i Fünûn şiiri üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. Bu çalışmada da tespit edilen on beş şiirden on bir şiirin tercümelere, çeviribiliminin gereklilikleri ve şiir biliminin estetik unsurları göz önünde bulundurularak bir incelemeye tâbi tutulacaktır. Ayrıca çevirmenin şairin üslûbu üzerindeki tasarrufu, kelimeleri seçimi, şairin imge dünyasını ne ölçüde değiştirdiği ve ahengi hangi ölçülerle sağladığı gibi sorunsallar üzerine yoğunlaşarak, şiir tercümelere, çeviribilimi açısından nerede durdukları sorgulanmaya çalışılacaktır.

Anahtar kelimeler: "Bosanska Vila" mecmuası, Servet-i Fünun şiiri, çeviribilimi, şiir bilimi, Bosna-Hersek.

FIRST SERBIAN MAGAZINES PRINTED IN SERBIAN IN BOSNA AND HERZEGOVINA POEMS IN "BOSANSKA VILA" ("BOSNIAN FAIRY", 1885-1914) THE TRANSLATION OF THESE POEMS IN TURKISH LITERATURE AND ANALYSIS OF THESE POEMS

ABSTRACT

Turkish culture and literature has been in deep interaction with the Balkan nations that have remained under Turkish rule for centuries. With the conquest of the region by the Sultan Fatih (1463), the Bosnians, who accepted Islam as a mass, maintained their national literature on the one hand and created a new literature in the Eastern languages, especially Turkish. In this study, the journal published in Bosnia-Herzegovina during the Austro-Hungarian period (1878-1918) "Bosanska Vila"- "Bosnian Fairy". In addition, a research was conducted on poetry translations from Turkish to Serbian in "Bosanska vila" magazine published between 1885-1914. It was seen that the translations were concentrated on Servet-i Fünun poetry. The translations of eleven poems from fifteen poems identified in this study poems identified in this study were subject to an examination considering the requirements of the science of translation and

the aesthetic elements of the science of poetry. In this study, the attempt is to question where poetry translations stand in terms of translation studies by focusing on the problems of the translator such as saving on the poet's style, choosing the words, how the poet changes the image of the world, and by which measures to provide harmony.

Keywords: “Bosnian Fairy” magazine, Servet-i Fünun poetry, translation science, poetry science, Bosnia and Herzegovina.

Giriş

Bu çalışmada, Avusturya-Macaristan dönemindeki (1878-1918) Bosna-Hersek'te çıkarılan ve eğlence unsurları da barındıran edebî ve didaktik nitelikli mecmualardan biri olan “Bosanska Vila” (“Bosna Perisi”)’n 1885-1914 yılları arasındaki sayılarında yer alan Türkçeden Sırpçaya yapılmış şiir çevirileri ele alınacaktır. İlk sayısı 16 Aralık 1885, son sayısı 30 Mayıs 1914 tarihinde basılmış olan “Bosanska Vila”, Saraybosna’da Kiril alfabesiyle¹, 30x23 cm boyutlarında ve 1892 (cilt VII) yılına kadar on beş günde bir neşr olunmuştur. 1 Ocak 1892 (cilt VII, sayı 1) yılından itibaren, 1909 (cilt XXIV) yılındaki 20 Mart tarihli 7. sayıya kadar ayda üç defa yayımlanmıştır. 30 Mart 1909 (cilt XXIV) tarihli 8. sayıdan 30 Mayıs 1914 (cilt XXIX) tarihli 10. sayıya kadar tekrar on beş günde bir basılmıştır. Her cildin sayıları yeniden numaralandırmıştır. Her sayı on altı sayfadan oluşmaktadır. Fakat 1901 (Cilt XVI) – 1904 (Cilt XIX) yılları arasında yayımlanmış sayılar yirmi sayfa olarak basılmıştır. Ayrıca, mecmuanın her sayısının bir eki de bulunmaktadır. 1885-1914 yılları arasında yaklaşık otuz yıl yayımlanan bu mecmuanın toplam 478 sayısı bulunmaktadır.

O dönemde, diğer tüm Sırp’ların yaptığı gibi, “Bosanska Vila” da, bir Sırp mecmuası kimliğiyle, Bosna-Hersek’in topraklarının aslında Sırbistan’a ait olduğu fikrini savunmuştur. Buna göre, Bosna-Hersek’te yaşayan halk, tamamen Sırp milletine dâhildir ancak bu halk üç farklı mezhepten² oluşmuştur. Mecmua, Bosna-Hersek’teki Hırvatların varlığını ve Hırvat adını tamamıyla ve açıkça reddetmiştir. Ayrıca, Sırp’ların Hırvatistan’a ait Dubrovnik şehrini ve Dalmacija (Dalmaçya) bölgesinin bir kısmını sahiplenmesini istemiş, Sırp’ların bu topraklar üzerinde tarihsel haklarının olduğuna inanmıştır (Kruševac, 1978: 318).

“Bosanska Vila” mecmuasının yazı kadrosu, mecmuanın onuncu yılı şerefine yapılan anma programının ardından, 30 Aralık 1895 tarihli 23-24 sayılarda basılan ve o güne kadar basılmış metinlerle ilgili istatistikî bilgiler içeren metinde, 546 şiir (bunlardan 484’ü telif ve 62’i tercüme edilmiş şiir) bulunmaktadır, bunlardan 515 tanesi halk şiiridir (450’si kadın ve 59’u kahramanlık temalı). Türkçeden Sırpçaya yapılan çevirilerin Servet-i Fünûn şiiri üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. Bu çalışmada da tespit edilen on beş şiirden on bir şiirin tercümeleme, çeviribiliminin gereklilikleri ve şiir biliminin estetik unsurları göz önünde bulundurularak bir incelemeye tâbi tutulacaktır. Bu çalışmanın amacı, şiir çevirisindeki zorlukları anlatmak kadar, şair-çevirmenlerin çevirileri ışığında şiir çevirisindeki olasılıkları irdelemek ve bu olasılıkları çeviribilimin bakış açısından değerlendirmektir. “Bosanska Vila” mecmuasının mevcut tüm

¹ Osmanlı döneminde Bosna ve Hersek eyaletinde Bosnalı Müslümanların konuştuğu dil Bosna dili olarak adlandırılıyordu. Avusturya-Macaristan yönetimi sırasında, 1907 yılına kadar kullanılan dil resmen bu şekilde tanımlandı. 1907 yılında Sırpça-Hırvatça resmi eyalet dili olarak kabul edilmiştir. Fakat Müslümanların dillerini “Boşnak dili” olarak tanımlamalarına müsaade edilmiştir. Bosnalı Müslümanlar, on altıncı yüzyılın ortalarından on dokuzuncu yüzyılın ortalarına kadar “Bosančica” olarak bilinen yazı dili kullandılar ve pek çok eseri doğu dillerinde (Arapça, Farsça ve Osmanlıca) kaleme aldılar. Öte yandan Müslümanlar “Alhamijado” (Arap alfabesiyle yazılan, fakat okunuşu Bosna dili metinler) denilen bir literatür de geliştirmişlerdir. Bunun yanında Kiril ve Latin alfabelerini kullanmaya başlamışlardır (Babuna, 2000:16). “Bosanska Vila” mecmuası Sırpça basılıyordu. Sırpça ise bugün olduğu gibi o günlerde de Kiril alfabesi ile yazılmaktaydı. Bu nedenle çalışmamızın “Bosanska Vila”dan bahseden ileriki bölümlerinde Bosna dili ifadesi yerine Sırpça kullanılacaktır.

² “Bosnalı Müslümanların kökeni, “Sırp edebiyatının babası” olarak anılan Vuk Karadžić’in 1849 yılında yayımlanan “Srbi svi i svuda” (“Hepsi Sırp ve her yerdeler”) adlı makalesinden sonra tartışmalı bir konu haline almıştır. Karadžić, sadece Bosnalı Müslümanları, Müslüman Sırp’lar olarak tanımlamakla kalmamış, Hırvatları da Katolik Sırp’lar olarak değerlendirmiştir. 19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan Sırp ve Hırvat ulusal hareketleri de Müslümanları ayrı bir ulus olarak kabul etmemiş ve Müslümanların köken olarak Sırp veya Hırvat oldukları görünüşünü yaymışlardır. Bosna ve Hersek’i Sırbistan’a ya da Hırvatistan’a bağlamaya çalışan bu hareketler, Müslümanları kazanarak Bosna halkı içerisinde çoğunluğu elde etmeyi amaçlamaktaydı.” (Babuna, 2000: 1).

sayıları tarandıktan sonra çalışma konusu ile ilgili şiirler³ buldukları sayılara göre aşağıdaki tabloda kronolojik olarak gösterilmiştir:

Tablo 1. “Bosanska Vila”da yer alan şiir çevirileri⁴

Şairin İsmi	Çevirmenin İsmi	Şiirin Başlığı	Cilt	Yıl	Sayı	Sayfa numarası
Halid Ziya Uşaklıgil, Tevfik Fikret ve Mehmet Emin	Todor Petrović, Uroš S. Ružić ve Milan D. Bajić	Iz turske lirike (Türk Lirik'inden) “Čovjek” (“İnsan”), “Veče” (“Akşam”) ve “Borba za život” (“Yaşamak Kavgası”)	XXVI	1911	3	36
Tevfik Fikret ve Halid Ziya Uşaklıgil	N. T. Kašiković, T. Petrović ve Prilepanče	Iz turske lirike (Türk Lirik'inde) “Ljubav životu” (“Yaşadıkça”), “Jedna uspomena” (“Bir Hâtıra”) ve “Sečaš li se?” (“Hatırlar mısın?”)	XXVI	1911	5	68-69
Tevfik Fikret ve Halid Ziya Uşaklıgil	Uroš S. Ružić ve Milan D. Bajić	Iz turske lirike (Türk Lirik'inden) “Utočište srca” (“Âşiyân-ı Dil”) ve “Tužni jecaji” (“Enîn-i Gam”) ve “Pjesnik” (“Şair”)	XXVI	1911	11-12	166
Tevfik Fikret, ve Halid Ziya Uşaklıgil	G. Ružić	Iz turske lirike (Türk Lirik'inden) “Buda” (“Buddha”), “Jedna duševna potreba” (“Bir Ruh İhtiyacı”)	XXVI	1911	24	363

Çalışmada kullanılan yöntem için, şu baskılar esas alınmaktadır: Çetin, N. (2013), *Şiir Çözümleme Yöntemi*, Ankara: Öncü Kitap, Rakova, Z. (2016), *Çeviri Kuramı*, çev. Yusuf Polat, Ankara: Çevirmenin Yayını ve Wellek, R., Warren, A. (2011), *Edebiyat Teorisi*, İstanbul: Dergâh Yayınları.

³ “Bosanska Vila”da Dođu dillerinden Sırpçaya tercüme edilmiş on beş şiir tespit edilmektedir. Türk edebiyatından çevrilmiş on dört şiir bulunmaktadır. Bunlardan Tevfik Fikret, Ziya Uşaklıgil gibi o dönem öne çıkan Türk şairlerinin şiiri ve Nigâr Hanım'ın iki şiiri doğrulanmaktadır. “Bosanska Vila”da Nigâr Hanım'ın 1899 tarihli beraber basılmış 17 ve 18. sayılarda yayımlanmış “Anne Sevgisi” anlamına gelen “Materinska ljubav” isimli şiiri ve aynı senede yayımlanmış 24. sayıda basılmış “Daima Severim” anlamına gelen “Ljubim uv'jek” isimli şiiri, Mustafa Kijazim mahlasını kullanan Musa Ćazim Ćatić tarafından tercüme edilmiştir. Kapsamlı bir saha araştırmasına rağmen Nigâr Hanım hakkındaki literatürde bu şiirlere rastlanmamıştır. Konuyla ilgili olarak şu kaynaklar taranmıştır: *Nigâr Hanım – Toplu Şiirler*, haz. Refika Altınkulaç Demirdağ (Salkımsöğüt Yayınevi, Erzurum, 2015); *Şair Nigâr Hanım*, Nazan Bekirođlu (İletişim Yayınları, İstanbul, 1998) ve Meriç Kurtuluş'un 2011 yılında İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesinde savunduğu yüksek lisans tezi olan *Osmanlı Şiirinin Modernleşme Sürecinde Kadının Doğuşu: Nigâr Hanım'ın Şiirlerinde Dişil Söylem Üretimi*'dir. Ayrıca, şu yüksek lisans tezler de okunmuştur: Hale Gürbüz tarafından Ankara Üniversitesinde 2001 yılında savunulan *Hanımlara Mahsûs Gazete* yüksek lisans tezi, Arzu Şeyda tarafından Ankara Üniversitesinde 2003 yılında hazırlanan *Hanımlara Mahsûs Gazete (101-200)* yüksek lisans tezi ve aynı üniversitede 2004 yılında Aybala Arı tarafından çalışılmış *Hanımlara Mahsûs Gazete (201-300)* yüksek lisans tezidir. Bunun yanı sıra <http://www.servetifunundergisi.com/author/nigar-hanim/> ve <http://www.servetifunundergisi.com/author/uryan-kalp/> (1 Şubat 2020) sayfalarında bulunan Nigâr Hanım'ın şiirlerine bakılmıştır. “Bosanska Vila” da tespit edilmiş ve çevrilmiş Nigâr Hanım'ın “Anne Sevgisi” ve “Daima Severim” adlı şiirleri bu kaynaklarda bulunmamıştır. Dolayısıyla karşılaştırılacak çevirilerde bu iki şiire yer verilmemiştir. Ayrıca, “Bosanska Vila”nın 1898 seneli 2. sayısında bulunan “Iskrice iz Istočne književnosti” (“Dođu Edebiyatı'ndan Kıvılcımlar”) başlığı altında Riza Bey Kapetanović'in tercüme ettiği başlıksız bir şiir yayımlanmıştır. “Iskrice iz Istočne književnosti” (“Dođu Edebiyatı'ndan Kıvılcımlar”) başlığında “Dođu Edebiyatı'ndan” ifadesi bulunduğundan Türk, Arap veya Fars Edebiyatından bahsedildiği düşünülmektedir. Şiirin kaynak dili ve şairin adı bilinmediği için kaleme alınmamaktadır. Bunun dışında Bosanska Vila'da çalışma konusu ile ilgili tespit edilmiş Celal Sahir Erozan'ın “Umrla Je Moja Ljubav” anlamını taşıyan “Aşkim Öldü” adlı şiiri bulunmaktadır. Orjinal metni bulunmadığı için bu şiir de çalışma dışında kalmıştır. 15 Mart 2020 tarihinde, <https://archive.org/search.php?query=erozan> web. sayfasında bulunan Celal Sahir Erozan'ın şu kitaplarına bakılmıştır: *Siyah Kitap, Buhran, Halka Dođru, Kırâat-i Edebiyye*. Ayrıca konuyla ilgili olarak Dr. Nesrin Tağızade Karaca'nın 1992 yılında yayımlanan *Celal Sahir Erozan* adlı kitabı incelenmiştir.

⁴ Bu makale, 26 ve 27 Ekim 2019 tarihli 9. Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresinde kabul edilen “Bosna-Hersek'te Sırpça Basılmış İlk Sırp Mecmuası “Bosanska Vila” (“Bosna Perisi”, 1885-1914)'da Türk Edebiyatından Tercüme Edilmiş Şiirlerin Değerlendirmesi” adlı bildirinin devamı sayılabilir. Bildirinin genişletilmiş özeti, 9. Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi Genişletilmiş Özetler Kitabında (s. 311-313) yer almıştır. Ayrıca, bu bildiriye şiir estetiği ve çeviri bilimi açısından ancak Tevfik Fikret'in “Enîn-i Gam”, “Âşiyân-ı Dil” ve “Buddha” şiirleri incelenmiştir.

Şiir çevirisi, çeviri sorunları arasında özel bir yere ve zorluğa sahip türlerden biridir. Çünkü şiir, 'dilbilimsel gösterilen' anlamında bakıldığında düzyazının karşıtıdır. Şiirsel olmayan düz yazıda, gösteren ve gösterilen ilişkisi aynıdır. Yüzey yapıda yapılan okuma ile anlam örtüşür. Yazarın metne yüklediği belli bir anlam vardır ve okuyucu verilmek istenen iletiyi doğrudan alır. Ancak şiirde bir gösterenin birden çok gösterilene olabilir. Bunlara rağmen bir şiiri hâkim olduğumuz bir yabancı dilde okuyup zevk almamız mümkündür. Her iki dile de hâkim bir çevirmenin teoride edebî ve estetik duygu uyandıran bir çeviri ortaya koyması mümkündür.

Kaynak metne sadık kalan çeviriye savunanlar olduğu gibi, şiir çevirisinin bir yeniden yaratım, yeniden yazma süreci olduğunu düşünenler de vardır. Ranka Kuic'in (1970: 182) değerlendirmesine göre şiir çevirmenin geçirmesi gereken dört aşama vardır: Birincisi hazırlık ya da araştırma aşamasıdır. Bu aşama, şiirin ve şairinin hayatının incelenmesini gerektirir. Şairin şiirlerini yazarken yaşadığı duygu ve düşünceler çeviriye yardımcı olabilir. İkinci aşama olan özdeşleşme ise çevirmenin duygu ve düşüncelerini şairin duygu ve düşünceleri ile özdeşleştirmesidir. Bunu başarmak için çevirmenin şaire yakınlık duyması gerekir. Bu bir bakıma rolüyle özdeşleşen aktörün durumu gibidir. Bir sonraki aşama olan yaratıcı aşama ise yeniden yaratma aşamasıdır. Şiir çevirmeni kendini kaynak şiirin şairi ile özdeşleştirip onun ruh haline girdikten sonra sanki kendisi kendi dilinde bir şairmiş gibi kaynak şiirin anlamını ve sesini aklından geçirerek bir şiir üretir. Son adım ise eleştirel aşamadır. Bu aşama diğer adımlardan sonra biraz ara verilerek gerçekleştirilmelidir ki çevirmen şiirsel coşkusu azalınca yaptığı işi tarafsızca değerlendirebilsin. Böylece çevirmen kaynak şiirin anlamını ve sesini erek dilin anlamıyla ve sesiyle karşılaştırır. Öncelikle şiir çevirisinde karşılaşılan sorunları aşabilmek için çevirmenin her iki dilde yetkin ve çevrebilim, din, kökenbilim gibi birçok alanda bilgi sahibi olması önemli bir gerekliliktir. Çevirmen bir sözcüğün yalın anlamı ile metin içi anlamını ayırt edebilmeli, bunun yanı sıra dil dışı öğeleri, anlatımsal değerleri ve toplumsal değerleri de göz önünde bulundurmalıdır (Gökşenli, 2013: 90-91). Çeviride birtakım kayıpların olması normal ve kaçınılmazdır. Çünkü, ses düzenlemeleri etkileri bakımından dilden dile değişir. Her dilin kendine has bir sesler sistemi ve dolayısıyla da kendine has ünlü zıtlıkları ve benzerlikleri veya ünsüz akrabalıkları vardır. Dilin seslerini bir sanat olgusuna (şiire) dönüştürmek için anlamlar, bağlam ve ton gereklidir. Bu, kafiye inceleyerek daha açık bir şekilde ispatlanabilir. Bir ses tekrarı veya yakın seslerin tekrarı olarak kafiyenin basit bir ahenk işlevi vardır. Fakat en önemli olan kafiyenin anlamlı olmasıdır. Bu yönüyle şiirin bütün karakteri içinde derinden etkili olur. Seçilmiş kelimeler, anlam bakımından aynı bağlamda yer alan kelimeler arasında mı, yoksa birbirinden tamamen uzak anlam alanlarından mı sorusunun cevabı bilindiğinde hangi şiir ekollerine ait olduğunu öğrenmek mümkündür. Farklı şiir ekollerinde ve farklı milletlerde kafiye doğruluk ölçülerinin çok değiştiği unutulmamalıdır (Wellek ve Warren, 2011: 181). Bu konuda Türk şiirinin de istisna olmadığı söylenebilir. Türk edebiyatında şiirin yeri ve önemi dönemden döneme değişmektedir. Buna uygun olarak Türk edebiyatı aynı zamanda Türk şiirinin devirlere ayrılmasında esas alınan ölçülerden dil anlayışı, kültürel farklılaşma ve dindir. Böylece, Tanzimat dönemine kadarki Türk edebiyatında dinî muhtevanın her zaman ağırlıklı olduğu bilinmektedir. 1839 yılında ilân edilen Tanzimat Fermanını takip eden siyasî, askerî, ekonomik ve diğer alanlardaki değişiklikler doğrudan Batı medeniyeti esas alınarak düzenlenmektedir. Kültürel ve siyasi hareketlerinin sonucu ortaya çıkmış Türk Edebiyatı bu kez Batı medeniyetinin ve Fransız edebiyatının etkisi altında kalır. Özellikle 1860 yılının sonrasında gelişen Türk edebiyatı yeni bir çehreye bürünmekte ve yeni bir kimlik arayışına girmektedir. En önemli yenilik, şiirde, anlatım kuruluşunda görülür. Bu yeni anlatım yolu, yeni bir dil bulunmasını gerekli görür. Söz hüneri değil, bazı düşünceleri halka yaymak önemlidir. Böylece, şiirin konusu genişletilir ve dilin konuşma diline yaklaştırılması gerekli savunulur. Günlük yaşamla ilgili her türlü olay, düşünce ve duygu şiirde yer alır. Konu birliğine ve bütün güzelliğine önem verilir. Aruz vezni kullanılmakla birlikte hece vezni de kullanılmaktadır. Tanzimat dönemi sanatçıları, şiir başta olmak üzere, Türk edebiyatında, şekilden muhtevaya kadar pek çok yeniliğin öncülüğünü yaparlar. Yaptıkları yenilikler, kendilerinden sonra gelen ve yeniliği benimseyen sanatçılar tarafından daha ileriye götürülür.

Türk edebiyatında 1860 yılından beri devam eden Doğu-Batı mücadelesinin sonucunda, yenilikleri benimseyen Servet-i Fünûn topluluğu doğmuştur (1896-1901). "Sanat için sanat" ilkesini benimseyen bu edebî topluluk tarafından kafiye, ahenk unsuru olarak ele alınır. Kafiye göz için değil, kulak içindir. Konunun yapısına uygun, aruzun değişik kalıpları da kullanılır. Ayrıca, Türkçe arzuya uygulanır. Tevfik Fikret bu

konuda oldukça başarı sağlar. Şairler, mısra bağımsızlığı anlayışına ve ifadenin bir beyitte bitmesi geleneğine karşı koyar ve bütün güzelliğine önem verirler. Bunun yanında en küçük nazım birimi dize olur. Dil son derece süslü ve ağırdır. Şiire Arapça ve Farsçadan yeni sözcük tamlama ve terkipler aktarılır. Özellikle Fransız şiirinden esinlendikleri tarzda yeni imgelem sistemi kurmak için “zulmet-i ebkem” (“dilsiz karanlık”), “saat-i semenfam” (“yasemin renkli saatler”), “havf-i siyah” (“siyah korku”) gibi alışılmadık bağdaştırmalara yönelmektedir (Korkmaz, 2006: 109-126). Parnasizmin ve sembolizmin etkisiyle şiire resim ve musiki girer. Şiire ses ve ahenk egemen olur. Ayrıca, şiirin konusu genişletilir. Ferdî duyguların ve hayallerin yanı sıra, tabiat, aşk başlıca temalar arasındadır. Hakikat-hayal çatışması şiirde dikkat çekici boyutlardadır (Akyüz, 1995: 87-94). Bu çatışmanın sonucu olan kırılğan duyarlılıklar belirtilmek için aşırı heyecan ifade eden ki, ve, evet gibi edatlarla, ah, of, ey gibi ünlemleri kullanılır. Bir taraftan, Ramazan Korkmaz’ın ifadesiyle Servet-i Fünûn şiiri, merkeze kaçan bir yönelimin şiiridir:

“...Merkezden çevreye ve çevreden merkeze yönelen kaçışlarda; birincisi daha çok mekânsal boyutu dışa açılma girişimi olduğu hâlde, ikincisi, yol metaforu ile daima içsel ve düşsel yolculuları imler. Bu anlamda, Servet-i Fünûn şiiri, merkeze kaçan bir yönelimin şiiridir. Bu yönelimi merkeze; kendine, diğerlerine ve dünyaya güvenini kaybetmiş telaşlı bir ses çağırır...”(Korkmaz, 2006: 109)

Servet-i Fünûn kuşağının kaleme aldığı edebî eserlerde kaçış yeri, dünyanın gerçekliğinden sıkılan yorgun ruhlar için ütöpik bir sığınaktır. Korkmaz’a göre (2006: 112) bu sığınak, yaşamak için değil, ama insani duyarlılıkları daha derin yaşamak için arzu edilir. Bu nedenle, öte duygusu ve başka yer özlemi, Servet-i Fünûn şiirinin ana imgelerini üreten iki temel güç olarak karşımıza çıkar.

Tanzimat döneminde başlayan Batı edebiyatından tercüme faaliyetlerine konu olan edebî türlerden biri de mensur şiirdir. Servet-i Fünûn kuşağının büyük bir kısmı tarafından kucaklanan bu edebî tür⁵, özellikle Halid Ziya Uşaklıgil’in kaleminde birçok örnekle tanınır ve varlığı kabul ettirilir. Uşaklıgil, çeşitli dergilerde ve gazetelerde yayımladığı mensur şiirlerini *Mensur Şiirleri* (1891) ve *Mezardan Sesler* (1891) adlı kitaplarda⁶ bir araya toplar (Çetişli, 2006: 349-350).

1. Şiirlerin İncelenmesi

1.1. Halid Ziya Uşaklıgil'in Şiirleri

Ferdî duyguların sanatçısı olarak bilinen Halid Ziya Uşaklıgil'in mensur şiirlerinde bireysel ıstıraplar kadar toplumsal ıstıraplar da dile getirilmektedir. Çünkü eserde duygusal ve kozmik temalar dışında maden işçileri, hayat kadınları, adaletsizlik ve eşitsizlik gibi sosyal temalar da bulunmaktadır (Sağlam, 2019: 165). Halid Ziya'nın mensur türünde yazdığı ilk eseri *Mensur Şiirler*'de şiirler tematik açıdan şu şekilde sınıflandırılabilir:

⁵ Fransız edebiyatının 1842'ye kadar olan tarihinde, kaleme alınmış ve şairane düzyazı anlamına gelen prose poétique şeklinde isimlendirilen birtakım eserler mevcut. Batıdan Türkçeye tercüme edilen ilk eserlerden biri olan Franz Fénelon'un *Télémaque*'ı (1699) bunlardan birisidir. Çok geçmeden Charles Baudelaire, Arthur Rimbaud, Stéphane Mallarmé, mensur şiir türünde eserler vermeye başlarlar. Fransa'da doğup kimliğini bulan bu edebî tür hızla diğer Batı toplumlarının edebiyatlarına da yansır. Türk edebiyatında ise mensur şiir türünün ilk örneklerinin (Nevruz Gazetesi, 14 Mart 1884) Halid Ziya Uşaklıgil tarafından verildiğine dair yaygın görüşler bulunmaktadır. Türk edebiyatında ilk şiir çevirilerinin Tanzimat döneminde yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda türün Halid Ziya'dan önce tanındığı anlaşılmaktadır. Mustafa Nihat Özön de ilk şiir çevirilerinin Türk edebiyatında mensur türünü ortaya çıkardığını belirtmektedir (Sağlam, 2019:164). Türk edebiyatında mensur şiir türünün ortaya çıkış süreci ve tür hakkında farklı görüşler hakkında şu kaynaklara bakılabilir: Cafer Gariper (2006), "Türk Edebiyatında Mensur Şiir Literatürü", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, C. 4, sy. 7, s. 361-409 ve İsmail Çetişli (2006), "Mensur Şiir", *Türk Edebiyatı Tarihi* 3, TC Kültür ve Turizm Yayınları.

⁶ Halid Ziya Uşaklıgil'in 1891 yılında yayımladığı *Mensur Şiirler* ve *Mezardan Sesler* adlı eserler hakkında görüşler, M. Fâtiş Andı'nın 1997 yılında yayımladığı şu makaleye bakılabilir: (1997). "Halid Ziya'nın Mensur Şiirleri - I", *İstanbul Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, S. XXVII, s. 23-45 ve "Halid Ziya'nın Mensur Şiirleri - II: Mezardan Sesler", *İlmî Araştırmalar*, S. 4, s. 7-16.

A.Duygusal temalı mensur şiirler: "Bir Hayal", "Tahattur", "İncizâb", "Müteverrim", "Ağlarım", "Hayat mıdır?", "Bir İntihâr-ı Mükerrer", "Heyhat Bir Rüya İdi", "Bir Kalp ki Bir Mezar", "Yâd-ı Hazîn", "Sarı Gül", "Girye-i Hande-nâk", "Hatırlar Mısın?", "Ne Demiştin?" "Çoban Kızı", "Mazi", "Raksân", "Cevlân", "Bir Hitâp", "Denizde", "Sahrada", "İstiğrâk", "Bir Hâtıra", "İnsan", "Genç Kız", "Bir İhtiyâc-ı Rûh", "Kamere Karşı", "Şair", "O da Beni Seviyor", "Şinâver", "Bir Gece", "Mezardan Sonra".

B. Sosyal/Evrensel temalı mensur şiirler: "Cenk", "Zevce", "İnsan", "Hayât-ı Fuş-âlûd", "Düşünüyorum".

C. Kozmik temalı mensur şiirler: "Yâd-ı Hazîn", "Bir Levha-i Bahar", "Girye-yi Tabiat", "Gurup", "Raksân", "Seyyâr-ı Fezâ", "Nessâr-ı Hayat", "Şelâle-i Müncemid", "Fevare-i âteşin", "Fırtına", "Zühre'ye" (Aslan 2002: 22-23).

Uşaklıgil'in mensur şiir türünde kaleme aldığı ikinci eseri *Mezardan Sesler*'de insan, ölüm, hayat, dünya, varlık, hiçlik, fenâ, bekâ v.s. gibi konular işlenir. Bu mensur şiirlerde, karamsarlık, hayattan nefret etme ve ölüm karşısındaki çaresizlik, egemen duygulardandır Her iki eserde yazarın ortak bir psikoloji, ortak bir duygu ve düşünce âlemi içinde olduğu fark edilir. *Mensur Şiirler*'de hayatın acılı ve sıkıntılı yanları, aşk karşısındaki yaşanan kırıklıkları ve yaşamaktan nefreti işlenen epey sayıda mensur şiire yer verilir (Andı, 1997: 10-13). *Mensur Şiirler* 'de yayımlanan ve *Bosanska Vila*'da çevrilmiş hem duygusal hem de sosyal temalı "İnsan" ve duygusal temalı "Bir Hâtıra", "Hatırlar mısın?", "Şair" ve "Bir Ruh İhtiyacı" adlı mensur şiirleri, çeviribilim ve şiir bilimi açısından kaleme alınacaktır.

1.1.a. "İnsan" Şiiri ve Çevirisi

"İnsan" başlıklı mensur şiirde insanın dünyaya ilk gelişiyle birlikte değişen ruh hali anlatılır. Aynı zamanda, insanoğlunun hayatının döngüsü –doğmak-yaşamak-ölmek tasvir edilir: "Ezeliyetten gelir, ebediyete gider bir gezgindir... Dudaklarında tatlı bir tebessüm gözlerinde lâtif bir hande getirmiştir. Fakat heyhat! Bu tebessüm bir teressüm-i gam ânına, bu hande bir girye-yi hazînane eder. Bir zaman gelir ki hayatın sıkıntıları ile fersiz gözlerde bir ümit ışığı uyanır. Bu zaman, ruhun beklediği bir kurtuluş anıdır.. Bir an gelir ki ruh sonsuzluğa karşı kendinden geçer; vücut hareketsiz, hissiz kalır. Bu bir insandır ki ruhlar âlemine gidiyor." (Uşaklıgil, 2002: 117-119). İnsanın dünyaya gelmesiyle yüzünde hoş bir gülüş vardır. Fakat bu güzellik zamanla yerini hüzne bırakır. Yazar, insanın yüzündeki güzelliği ve ferahlığı tatlı bir tebessüm ve lâtif bir hande (hoş bir gülüş) söz öbekleriyle aktarır. Mensur şiirin özelliklerinden biri de tezat kullanılmasıdır. Buna uygun olarak bu şiirin dizelerinde tezat kullanıldığı tespit edilmektedir: tebessüm-gam; gülüş-hüzünlü bir gözyaşı; hayatın sıkıntıları-ruhun beklediği bir kurtuluş anı, vücut-ruh âlemi.

Kelime kadrosuna bakıldığında yazarın içinde bulunduğu ruh halini tasvir eden üzüntü, keder, gözyaşı gibi kelimeler göze çarpar. Şiirde tekrarlayan kelime grubu, dize halinde redif örneğidir: "Bu bir insandır ki, sıkıntı âlemine,...Bu bir insandır ki, limanını seyrediyor...". Bu tekrarlayan kelime grubu, şiire büyük bir duygu yoğunluğu yükler.

"İnsan" şiirin çevirisi ("Çovjek"): Kaynak şiirin yirmi dört satırını Todor Petrović çevirisinde Sırpçaya uygun olarak on dört satır kullanır. Bu çeviride Sırp dilinin yapısına dayanan ve kullanılan çeviri yöntemi ise "bir" sözcüğünün tercümesi veya tercüme edilmemesidir. Şiirin çevirisinde "bir" sözcüğünün kullanılması örnekleri: **jedan** strašan protestni jauk (**bir** korku feryadı), **jedan** zrak nade (**bir** ümit ışığı), **jednim** neprozračenim oblakom (yoğun **bir** buluta), a svet uzima oblik **jednoga** atoma (âlem bölünmez **bir** bütün şeklini alır) ve nebo koje se otvorilo na **jednoj** strani (Gökyüzünün **bir** kısmı açılmıştır). Çevirisinde "Bir" sözcüğünün kullanılmaması örnekleri: To je putnik (**bir** gezgin), to je čovek (bu **bir** insandır ki), osmejak (**bir** tebessüm/**bir** gülüş), tuga (**bir** gam), bol (hüzünlü **bir** gözyaşına), Doći će vreme (**Bir** zaman gelir ki), duševnom srećom (ruhanî **bir** saadet), večitom slašću (sonsuz **bir** lezzetle) ve Doći će trenutak (**Bir** an gelir ki). Bunun yanı sıra, çevirisinde Sırpçaya uygun olan anlam silsilesi takip edilerek çevrilmiş "bir" in farklı bir yere aktarılması örneği de bulunmaktadır: "To je čovek koji u životu ide jednim putem punim beda" ("Bu bir insandır ki hayatın eziyet dolu yolunda ilerliyor."). "Bu bir insandır ki" ifadesinde "bir" tercüme edilmemektedir, onun yerine "hayatın eziyet dolu yolunda ilerliyor" ifadesine "bir" eklenerek hayatın yollarından eziyet dolu yolu anlamını kazanılmaktadır.

Şiirin çevirisinde görülen sorunlardan biri sözdizimsel sorunlardır. Dillerin sözdizimsel yapılarındaki farklılıktan doğan sorunlar. “Yazarın cümlelerinin uzun veya kısa olması, dilinin ağdalı olup olmaması, lafı evirip çevirip dolandırması, çok anlama gelecek cümleler kurması, sözdizimsel sorunları da beraberinde getirir. Çevirmen, bu durumlarda özgün metnin cümlelerini parçalar, fazla deyimsele cümleleri basitleştirir” (Demirezen, 1991: 117). Bazen ise çevirmen özgün metnin cümlelerini birleştirir. Todor Petrović de çevirisinde, “Can çekişenin gözlerinde gülüşler, parıltılar uçuşur. Bunlar sonsuzluk nurun yansımalarıdır.” cümlelerini birleştirerek uzun cümle kurar. Ayrıca, çevirisinde az da olsa birtakım kayıpların olması normal ve doğaldır. “Bu bir insandır ki sıkıntı âlemine, ruhun arıtıldığı bu yere ilk adımını atıyor” ifadesinde “ruhun arıtıldığı” parçası tercüme edilmemektedir. Bu küçük kayıplar çevirinin kalitesini bozmamaktadır. Şiirin çevirisinde imge dünyasının ve tasvirlerin korunduğu görülmektedir. Örneğin: “Şikâyet edercesine bir korku **feryadı** işitilir” anlamına gelen “Ovdje se čuje jedan strašan protestni **jauk**” ifadesinde feryat sözcüğünü tasvir eden sıfatların çeviride anlamları bozulmamaktadır. Çevirmen, kaynak metin ve amaç metin arasında biçim, anlam ve deyiş-anlatım eşdeğerliliğini tutturmaya çalışır. Ama çeviride bu estetik değerlerin hepsini bir arada gerçekleştirmek olanaksızdır, ya anlamdan ya da anlatımdan ödün vermek gerekir. Örnekleri: “Bu bir insandır ki limanını seyrediyor” anlamına gelen “To je čovjek koji posmatra svoje sklonište” ifadesinde **sklonište** sözcüğünün liman anlamını değil aşiyân anlamını taşıdığını ve “...âlem bölünmez bir şekli alır” ifadesinde “bölünmez bir şekli” ibaresinin atom olarak tercüme edildiğini belirtilmelidir.

1.1.b. “Bir Hâtıra”, “Hatırlar mısın?” Şiirleri ve Çevirileri

“Bir Hâtıra” ve “Hatırlar mısın?” şiirlerinde işlenen tema (aşk) aynı olduğu için bu iki şiir aynı paragrafta işlenecektir. Ayrıca, iki çevirmen tarafından kullanılan yöntem, çevirilerindeki benzerlik ve farklılıklar daha yakından takip edilebilir.

“Hatırlar mısın?” şiirindeki “Korunun bir köşesinde; serbestçe bulunmak kalplerimizi sevinçle dolduruyordu; fakat söz söylemeye bile cesaretimiz yoktu.” (Aslan, 2002: 61) ve “Bir Hâtıra” şiirindeki “...Yan yana gidiyorduk; fakat aramızda bir kelime bile edilmiyordu. Her ikimiz de ilk söyleyeceğimiz kelimenin âşıkane bir duyguyu açığa çıkarmasından korkuyorduk.” (Aslan, 2002: 113) ifadelerinde sevgilisini kaybetme korkusuyla yaşayan iki âşığın sessizliği anlatılır. “Hatırlar Mısın?” şiirinde “...eski zamanların şair çobanlarına benzetiyordum,...Şu anda seni eski Yunan güzellerine benzettim” gibi benzetmelere önemli ölçüde yer verilir. Yazar, “Hatırlar mısın?” mensur şiirinde kahraman anlatıcıdır ve sevgilisiyle birlikte olmanın mutluluğunu yaşamaktadır. İç huzuru yaşayan genç âşık, romantik duygularla kozmik âlemi güzel sıfatlarla tasvir eder. Birlikte olmanın sevincini yaşayan genç âşiklar, çayın kenarına vardıklarında bir söğüdün altında otururlar. Güzel tabiat manzarası içinde romantik duygular yaşayan anlatıcı-kahraman, üstü ağaç yapraklarıyla örtülü çayı sessizce seyredirken sevgilisini eski Yunan güzellerine benzetir (Sağlam, 2019: 167).

“Bir Hâtıra”da ise “...ağaçların arasında sıkışmış, çitlerle çevrili, küçük bir yolu..., çitin üzerinde açılmış olan ve bu تنها yol..., göğsüne takmış olduğun gül...” gibi kullanılan sıfatlar göze çarpar. Halid Ziya Uşaklıgil, duygusal temalı mensur şiirlerinden “Bir Hâtıra”da üçüncü kişidir. Dışarıdan seyrettiği sevgililerin mutlu anlarını romantik duygularla anlatır. Yazarın seyrettiği genç sevgililer bir yaz gününde birlikte yürümektedirler.

Mensur şiir cümleleri, çoğu zaman belli bir ritme sahiptir. Şiirin ritmini sağlayan unsurlar, söz dizimi, kelime, kelime grubu, cümle veya harflerin tekrarlamalarıdır. Hatırlar mısın?” şiirinde aliterasyon ve asonans örnekleri mevcuttur. “K” harfinin sıkça kullanılması (“...kır, korluk, kadar, kenar, köşe, aşk, kendimizi, kavallarımız...” v.b.) ve “e, i, ü, ö” harflerinin kullanılması (“...günlerinden, gölgesinde, seninle, göğü, güzellerine, söz...” v.b.) şiire belirgin bir ritim kazandırır. “Bir Hâtıra”da “çitlerle, çevrili, açığa, çıkarmasından, kamçıyı, açılmış, çevirip, çekmişti, için..., gül, duyguyu, gidiyorduk, gözlerin, gönül, göğsüne, gözlerin...” (“ç” ve “g” harflerinin kullanılması) gibi aliterasyon örnekleri ve “aheste, kelime, bile, söyleyeceğimiz, elindeki, seyretmekten, birdenbire, hareketlerle...” (“e” harfinin kullanılması) gibi asonans örnekleri fark edilir.

“Bir Hâtıra“ ve “Hatırlar mısın?“ şiirlerinin çevirileri (“Jedna uspomena“ ve “Sečaš li se?“): T. Petrović, “Bir Hâtıra“ şiirinin çevirisinde kırk satır, Prilepançe ise “Hatırlar mısın?“ şiirinin çevirisinde ise otuz iki satır kullanırlar. Çevirmenler, bu iki çevirisinde Sırp dilinin yapısına uygun çeviri yöntemini kullanırlar. O da “bir“ sözcüğünün tercümesi veya tercüme edilmemesidir. “Bir Hâtıra“ anlamına gelen “Jedna Uspomena“ şiirin başlığında “Bir” (“Jedan”) sözcüğü tercüme edilmektedir. Bu şiirin çevirisinde “Bir” sözcüğünün tercüme edilmesinin örnekleri: “**bir** kelime bile” anlamına gelen “ni **jedna** reč”, “**Bir** söz söyleyeceksin zannettim” anlamına gelen “Mislio da ćeš progovoriti **koju** reč”, “**bir** yabanî gül” anlamına gelen “**jedna** divlja ruža”, “**bir** daire” anlamına gelen “**jedan** luk”. “Bir” sözcüğünün tercüme edilmemesinin tek örneği bulunmaktadır: “**bir** damla kan” anlamını taşıyan “kap krvi”. “Hatırlar mısın?“ şiirinde ise “Bir” sözcüğünün tercüme edilmesinin örnekleri şunlardır: “Koçunun **bir** köşesinde” anlamını taşıyan u “**jednom** kutku ove šume”, “**bir** söz söylemeye bile cesaretimiz yoktu” anlamına gelen “nismo imali kuraži da progovorimo i **jednu** reč”, “garip bir çekim” anlamına gelen “**jedan** čudnovat magnet”. “Şairane **bir** yer” ifadesinde “bir” sözcüğü çevirisinde (“tom pesničkom mestu”) tercüme edilmemektedir. Bu da Sırp dilinin yapısından kaynaklanan ve kaçınılmaz bir söz kaybidir. Ayrıca, Prilepançe, “Hatırlar mısın?“ şiirinin çevirisinde, “Şu anda seni eski Yunan güzellerine benzettim. Seni onlar kadar ruh besleyici buluyordum.” cümlelerini birleştirerek “Ovog trenutak izledala si mi toliko duhovita kao nekadašnje grčke lepoticе” olan uzun cümle kurar.

1.1.c. “Şair” Şiiri ve Çevirisi

“Şair” şiirinde şair, tabiatın semâ-yı efkâra, âfâk-ı hissiyâta salıverdiği zerrin-per bir kelebektir. Kanatlarının ihtizazî çiçekleri, gülleri mütebessim eder, daire-i pervâzından nurlar, handeler saçar... Şair, tabiatın bedâyiini nurlar içinde galtân şafaklara, nücûm ile mültemi’ semâlara hüznlerle giryân guruplara karşı terennüm etmek için yaratılmış; çiçeklerin nücûmun şîr-i sâkitine tercüman olmak üzere halk edilmiş bir mahlûktur” (Tuncer, 1998: 179). Şair fikir semasına, duygu ufuklarına salıverdiği altın kanatlı bir kelebektir. Kanatlarının çırpınışı çiçekleri, gülleri güldürür. Şair hayatın güzelliklerini sıkıntılarını dile getirmek için kırların, çöllerin, ormanların, insanların içine salıverilmiş bir varlıktır. Aliterasyon örnekleri olan “g”, “ç” ve “l” harflerinin tekrarlanmalarıyla beraber asonans örnekleri olan “e” ve “ü” harflerinin tekrarlanmaları, belirli bir ritim kazandıran unsurlardır (“...göklerden dökülen gülüşlerle güler, bulutlar, gözyaşlarıyla, güzelliklerine, çiçekler, çimenler, yüce, düşünce, gökler, göğüne...”). Şiirde gökler, bulutlar, çiçekler, çimenler, kelebek, yıldızlar gibi tabiat unsurları, söz konusu romantik ruhun yaygın bir ifade tarzıdır.

“Şair” şiirinin çevirisi (“Pjesnik”): Milan D. Bajić çevirisinde yirmi satır kullanır. Kaynak şiirin on üç satırı bulunur. Erek şiirin kaynak şiirden daha fazla satırının olmasına rağmen cümle sayısı ve şiirdeki anlam bozulmamaktadır. Cümlelerde birleştirme veya ayırma yapılmamıştır. Çevirisinde duygu ve tasvirler aynı ölçüde yansıtılır.

1.1.d. “Bir Ruh İhtiyacı” Şiiri ve Çevirisi

Uşaklıgil’in duygusal temalı mensur şiirlerinden biri “Bir Ruh İhtiyacı”dır. Burada insanoğlunun samimi duygularını temsil eden vicdan, kalp, bakış gibi unsurlara rastlanmaktadır. Mensur şiirlerin asıl kaynağı, sanatkârın “ben”i ve bu “ben”i ifade eden (samimi) duygular ve heyecanlardır. Servet-i Fünûn topluluğuna özgün bir arayış motifi şiirin şu “Gözlerim arayıp sorarcasına etrafa bakıyor; hislerime sığınak, fikirlerime samimi olacak bir kalp arıyorum, fakat ne yazık!” dizesinde görmek de mümkündür. “Düşünüyorum ki bunlar geçicidir, dün başlamışsa yarın bitecektir. Ben böyle sevgiler hayal ederim ki sonsuza kadar devam etmek üzere ezelden başlamış olsun.” dizesinde hayatın geçici olmasından dolayı hayal dünyasına dalayan kimse, hakikat-hayal çatışması sırasında sonsuza kadar sürecek sevgi peşindedir.

“Bir Ruh İhtiyacı” şiirinin çevirisi (“Jedna duševna potreba”): On sekiz satırı olan “Bir Ruh İhtiyacı” şiirinin çevirisinde on yedi satır kullanılır. G. Ružičić çevirisinde, kaynak şiirin her ifadesinde bulunan “bir” sözcüğünü tercüme eder. “Büyük **bir** ihtiyaç hissediyorum” anlamına gelen “osećam **jednu** ogromnu potrebu”, “bir kalp arıyorum” anlamına gelen “ja tražim **jedno** srce”, “bir nur ile ışık” anlamına gelen “**nekim** osobitim sjajem”, “**bir** kuvvetle çekilir anlamına gelen “privuće **neka** snaga”, “**bir** çekim gücüne kapılarak” anlamına gelen “pod uticaj **neke** magnetne struje”, “**bir** şeyin eksikliğini hissediyorum” anlamına gelen

“osećam **neki** nedostatak “ gibi örnekler bulunmaktadır. Daha önce tespit edildiđi gibi bazen çevirmen özgün metnin cümlelerini parçalar, fazla deyimsel cümleleri basitleştirir. G. Ružić tarafından bu çeviri yöntemi de kullanılmaktadır. Bunun örnekleri: “Gözlerim arayıp sorarcasına etrafa bakıyor; hislerime sığınak, fikirlerime samimi olacak bir kalp arıyorum, fakat ne yazık!” cümlesini parçalayarak çevirisinde dört cümle kurar (“Moje oči se ispitljivo obaziru naokolo. Ja tražim jedno srce, koje će biti utočište mojih osećaja, skrovište mojih misli. Ali, vaj!...”).

Ayrıca, “Kalbimde birçok kişinin sevgisi saklıdır, birçok kişi vardır ki, benim için sevgi duyarlar; fakat kalplerimiz sevişirse ruhlarımız susuyor.” cümlesinin çevirisinde üç cümle olarak aktarılır: “U mome srce je sakrivena ljubav prema mnogim. Postoje mnogi neki koji osećaju ljubav prema meni. Ali i ako se naša srca vole, naše duše ćute.”

1.2. Tevfik Fikret'in Şiirleri

Servet-i Fünûn şiirini, biçimsel ve izleksel anlamda tek başına temsil edebilecek olan Tevfik Fikret, kendi şiirlerinde trajik kaçışlarının çok boyutlu bir panoramasını çizer. Bu kaçış motifinin, “Bosanska Vila”da tercüme edilmiş “Âşiyân-ı Dil”, “Enîn-i Gam”, “Buddha”, “Yaşadıkça” ve “Akşam” şiirlerinde izlerinin bir parçasını bulmak mümkündür.

1.2.a. “Âşiyân-ı Dil” Şiiri ve Çevirisi

1906'da “Âşiyân” ını inşa ettiren Fikret'in bu kavramla ilişkili manzumelerinden “Âşiyân-ı Dil” şiiri, Mehmet Kaplan'ın⁷ edebî ve sanat açısından tespitine göre Fikret'in olgunluk döneminde (Servet-i Fünûn ve Rübâb-ı Şikeste dönemi, 1896-1900) yazdığı şiirlerdendir. Hakikatten korkan ve hayata kötümser gözlerle bakan Tevfik Fikret, kurtuluşu hayal, aşk ve sanatta bulur. Bu bakımdan “Âşiyân-ı Dil” bir hayal ülkesi şiiridir.

Fikret, “psikolojik bir mekân” yaratarak ve şiirin tasavvuruna uygun sözcükler seçerek iç ahengi kurmaya gayret gösterir. Buna uygun olarak zengin kafiye kullanılır: “Ba'zen zilâl içinde, sükût-ı şebânedem, Sâkit bir itirâd-ı tenefüs, ki dem-be-**dem**, İhsâs eder gönüllere birer ra'se-i 'adem, Zâhirdi lânedem. “, “Ben 'âşık-ı sükûnu idim âşiyânımın... Artık sükûnu yok dil-i sevdâ-nişânımın!”. Şiirde tam kafiye de mevcuttur: “Yaptımdı kendi kendime bir lâne-i huzûr. Âmâl-i zindegî, o müzehheb tuyûr-ı nûr... Bir şâ'irâne zemzeme-i sâf-ı selsebil, Tekrîr ederdi sem'-i hâyâlimde bî-mesîl.” Ayrıca, redif bulunur: “**Ba'zen** sürûd-ı bûse kadar tatlı bir sadâ, **Ba'zen** zilâl içinde, sükût-ı şebânedem...”. Ses niteliğini şairin kendi amacı için etkili bir hale getirip yararlandığı görünür. Şiirde, asonans oluşmak için sıkça „e“ ve “i“ harfleri, aliterasyon unsurlarının sağlanması için “b”, “d”, “m”, “n” harfleri kullanılır. Kafiye kelimelerin hangi anlam alanından seçildiğini de araştırmak mümkündür. Şiirde çiçekler (ezhâr), kuşlar (tuyûr) gibi huzur veren doğanın unsurları bulunur. Şiirde esas olan içinde mutlu olunacak bir tabiat dekorunu barındırması, aynı zamanda bir ev ve aile kurma hayalidir. Bu evin her köşesi aşk ile doludur. Huzur bütün aileyi bir araya toplar: “Bir i'tinâ-yı aşk ile, bir zevk-i şî'r ile, Yaptımdı kendi kendime bir lâne-i huzûr; Ezhâr-i hâtrât ile, pür-şemme-i visâl, Âmâl-i zindegî, o müzehheb tuyûr-ı nûr, Etmışti hep o lânedem teşkil-i âile.”

Ancak, korkuları ve huzursuzluğu onu mutlu yuvasında rahat bırakmaz. Aniden çiçekler solar ve kuşlar uçar. Hayalleri ile beraber gönlündeki sevda da kaybolur: “ Ben 'âşık-ı sükûnu idim âşiyânımın, Ekser bu hâl-i samtına eylerdim intizâr; Bir gün bu kuşlar uçtu, o ezhâr-i eyledi, Bir dest-i nâzenindeki yelpâze târümâr...Artık sükûnu yok dil-i sevdâ-nişânımın!”

“Âşiyân-ı Dil”şiirinin çevirisi (“Utoçiste srca”): Uroš S. Ružić tarafından 10 satır kullanılır ve satırların anlamsal bütünlüğünü bozmamaya özen gösterir. Çevirideki 1-7 satırları, kaynak şiirin ilk 13 satırını yansıtır (13=5+4+4). Çevirinin tek mısra olarak ayrılan “Ja sam bio ljubitelj mira ovog moga utočišta” satırı, kaynak şiirin son dördünlüğünün ilk satırı olan “ Ben 'âşık-ı sükûnu idim âşiyânımın” anlamını takip eder. Çevirinin tek beyit olarak gösterilen 9-10. satırları, kaynak şiirin 16-18. satırlarının anlamını

⁷ Mehmet Kaplan, Tevfik Fikret'in şiirlerini üç ana döneme ayırmıştır: 1. Gençlik dönemi şiirleri (1891-1896), 2. Olgunluk dönemi şiirleri (2.a. Servet-i Fünûn ve Rübâb-ı Şikeste dönemi / 1896-1900, 2.b. Meşrutiyet öncesi şiirleri / 1900-1908, 2.c. Meşrutiyet sonrası şiirleri / 1908-1910) ve 3. Son yıllarında yazdığı şiirler, Halûk 'un Defteri ve çocuk şiir kitabı Şermin / 1912-1915 (Akay, 2007: 33-88).

taşar. Kaynak şiir ise 18 satırdan oluşmaktadır. Kulağa şiir gibi gelebilmesi için çeviri (çeviriler) ister istemez belli bir esneklik taşımak zorundadır. Dolayısıyla dillerin ses yapısının birbiriyle çakışmasından dolayı seslerin kayıplarının olması doğal ve normaldir. Bu kaybı tespit edilmiş diğer şiirlerde de görülmektedir. Bir taraftan tercüman tarafından Sırpça kelimeler seçilirken çok özen gösterildiği söylenebilir. Bu durum “Âşiyân-i Dil” şiirinin başlığında ‘yuva, kuş yuvası veya ev’ (Sırpça: leglo, jazbina; gnijezdo; skrovište) anlamlarını taşıyan “Âşiyân” kelimesinin Sırpçaya ‘Utočište’ olarak tercüme edildiğinde daha iyi anlaşılacaktır. ‘Utočište’, insanı tehlikeli durumlardan koruyan, içinde dışarıya nazaran güvenli şekilde uyuyabileceği ve yaşayabileceği ve bazı diğer ihtiyaçlarına (manevî: huzur, barış, mutluluk) cevap verebilen, içinde yaşanan yapı veya korunaklı yerdir. Bunun ziyadesinde ‘Utočište’ psikolojik bir mekân olarak belirtilmektedir. Servet-i Fünûn topluluğu ve Tevfik Fikret’te sıkça rastlanan kaçış arzusu tercüme edilmiş şiirde de hissedilir. Demek ki tercüman her iki dilin dilsel yapılarını çok iyi kavrar ve yeni biçimleri/anlamları aktarabilecek yaratıcılığa sahiptir.

1.2.b. “Enîn-i Gam” Şiiri ve Çevirisi

Yukarıda belirtildiği gibi Servet-i Fünûn dönemi Türk edebiyatında hakikatten kaçış ve hayale sığınma vardır. Psikolojik açıdan kaçış ve hayale sığınma melankoli duygusunda yatmaktadır. Genel olarak melankoli psikofizyolojik faktörler; travmatik, nörolik, sosyo-ekonomik, organsal sebeplerden dolayı ortaya çıkar. Melankolik kişiler günlük ilişkilerinde genellikle başarısız olurlar. Bu kişilerde endişe, güvensizlik ve korkular görülür. Gerek dönemin siyasi ve sosyal şartları gerekse Servet-i Fünûn kuşağının kişilik ve psikolojik yapısı, bu edebiyat dönemini farklı hale getirmektedir. Servet-i Fünûn şiirinde melankolik yapının önemli yeri vardır. Bilge Ercilasun, Türk edebiyatında duyguların marazileşmesinin onlarla başladığını söyler (Ercilasun, 1996: 13). Fikret’in kavgacı, kırılğan, marazi, tezatlarla yüklü olan kişiliğinin “Enîn-i Gam” şiirine önemli ölçüde yansıdığını görmek mümkündür. Bu ruh halini yansıtan birçok kelime yer alır: enin, gam, zavallı, mâtem, hüznün, siyah, keder vb. Romantizmin niteliklerinden birisi marazi oluşudur. Sanatçıların bahardan daha fazla sonbahar, aydınlıktan çok gölge ve hastalıklara eserlerinde yer verdikleri bilinmektedir. Bu unsurlar “Enin-i Gam” şiirindeki: “Anîf darbe-i kahryla bâd-ı bî-insâf, Birer birer düşürür dallarından evrâkı... Nişîb-i hüznü ezer, inletir firâz-ı mesâr! Şu hasta sâilenin pîş-i iktirâbından, Gülüp geçen şu müzehher kadınların insan, Revişlerinde sezer bir şemîm-i istihkâr.” gibi ifadelerde bulunur. Örnek olarak gösterilen bu son dörtlükte tezatlar da kullanıldığı görülmektedir (hasta zavallı/dilenci/ kadın – güler müzehher/çiçekli/süslenmiş/ kadınlar). Şiirdeki: “Benim de ağlayarak yazdığım bu şi’r-i siyâh, Lebinde kârie’min handelerle titreyecek” ifadesinde “ağlamak-gülmek” bir tezat örneğidir (*Rübâb-ı Şikeste*, s. 89-90).

Sesin başka seslerle ilişkilerinden doğan özellikleri ritim (tempo) ve veznin temeli olabilirler. Sesleri bir sanat olgusuna dönüştürmek için anlamlar, bağlam ve ton gereklidir. Bu, kafiye incelenerek daha net bir şekilde görülebilir. Özellikle şiir yapısında kafiyenin anlamlı olması önemlidir. “Enîn-i Gam” şiirinde zengin kafiye örnekleri bulunmaktadır. Bunlardan: “Birer birer düşünür dallarından evrâkı, Tulû’ eden güneşin her nigâh-ı işrâkı... Benim de ağlayarak yazdığım bu şi’r-i siyâh, Dudaklarında neşât u sa’âdetin, eyvâh!” Ayrıca, şiirde tam kafiye örnekleri de tespit edilir: “Anîf darbe-i kahryla bâd-ı bî-insâf... Eder zavallıların mâtemiyle istihfâf.,” ... Şu hasta sâilenin pîş-i iktirâbından, Gülüp geçen şu müzehher kadınların insan.” Şiirin redif örnekleri son dörtlüğünde de bulunmaktadır: “Niçin bu reng-i tehâlûf likâ-yı hilkatde? Niçin benim kederim başkasında zevk olsun?” Şiirde kafiye oluşturmak için asonanas (“e”, “i”) ve aliterasyon (“b”, “d”, “m”, “n”, “s”) da kullanılmaktadır. “Enîn-i Gam”da kafiyeyle bağlanan kelimelerin arasında ne gibi bir anlam ilişkisi bulunduğunu öğrenmek mümkündür. Mesela, tabiat unsurlarını temsil eden “bâd” (rüzgar), “dal”, “evrâk” (yaprak) gibi kelimelerin mecazî anlamı hüznün ve kederdir. Aynı zamanda, bu kelimeler imge olarak da kullanılmaktadır. Genel olarak Servet-i Fünûn şiirinde imge yapısı doğrudan doğruya dönemin toplumsal ve siyasi yapısı ile ilintilidir. Şairler, ifade yolunu tabiat ve aşk gibi toplumsal olmayan konulara yönlendirir ve imgeler de bu alanda yoğunlaşır. Tevfik Fikret de bu hususta istisna değildir. “Enîn-i Gam” şiirinde kullanılan imge sonbaharı çağırıştırıyor. Sonbahar ise hüznün ve kederdir. Hasta, zavallı, dilenci bir kadının gönlü feryatlar içinde ağlar. Duyguları şairinin duygularıyla eşittir. Şiir söyleyen dudak, sevgiden yanan ve sevgilisine aşk itiraf eden dudak değil, kara, siyah, feryatlarla şiir söyleyen dudaktır. Burada melankoliyi de görmek mümkündür.

“Enîn-i Gam“şiirinin çevirisi (“Tužni jecaj”): Uroš S. Ružičić, çevirisinde 9 satır kullanır. Kaynak şiir 16 satırdan (4 dörtlük) oluşmaktadır. Kaynak şiirin uzunluğuna göre erek şiirin uzunluğunun kısaldığı görülmektedir. Buna rağmen sözlüksel öğelerin anlamları korunmaya çalışılmaktadır. Uroš S. Ružičić’in kaynak şiirdeki imgelerin anlamlarını hedef dile aktarabilecek (kaynak şiirdeki olmayan sözcükler kullanılması) yaratıcılığa sahip olduğu anlaşılmaktadır: “Anîf darbe-i kahriyle bâd-ı bî-insâf, Birer birer düşünür dallarından evrâkı, Tulû' eden güneşin her nigâh-ı işrâkı, Eder zavallıların mâtemiyle istihfâf.” anlamını taşıyan “Strašni udarci nemilosrdnog **jesenjeg vjetra**, obijali su listić po listić sa **ogoljenih grana**, dok se svaki pramičak od jutarnjih zrakova sunca, ismijavao sa ništavilom bjednika!” ifadesinde isim tamlaması olan **jesenjeg vjetra (sonbaharın rüzgârı)** ve sıfat tamlaması olan **ogoljenih grana (sökülmüş dallar)** kullanıldığı görülmektedir. Kaynak şiirde “sonbaharın” ve “sökülmüş” sözcükleri bulunmamaktadır. Sadece bu sözcüklerin var olduğu ima edilir ve hissedilir. Uroš S. Ružičić, kaynak şiirde hissedilen keder, hüznün, çaresizlik duygularını aktarabilmek için bu sözcükleri kullanmak zorunda kalmaktadır. “Nişib-i hüznü ezer, inletir firâz-ı mesâr! Şu hasta sâilenin pîş-i iktirâbından, Gülüp geçen şu müzehher kadınların insan, Revişlerinde sezer bir şemîm-i istihkâr.” dizilerinin çevirisi olan “...İspred tužne pojave ove **bolesne prosjakinje** prolaze smijući se ove nakićene gospođe, te još više patnjom tlači ovu nevoljnicu mojih ponižavanja, koji se vidi u njihovom gordom holu.” ifadelerinde “hasta zavallı/dilenci kadın” anlamına gelen **bolesne prosjakinje** olan sıfat tamlaması kaynak şiirde ancak hasta (**bolesna**) sözcüğü bulunmaktadır. Cinsiyeti belirtilmemektedir. Ayrıca, “Gülüp geçen şu müzehher **kadınların**...” karşısında hasta, mutsuz ve zavallı bir **kadın** olduğu ima edilir. Yapılan bu gönderme, kaynak şiirde ilgi duyduğu kişinin cinsiyetini belirtmekte yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda çevrilmiş şiirde tezat kullanıldığı da fark edilir. Çeviride eklenen sözcükler vardır. Bu durum şiirin genel anlamını ve duygusunu değiştirmemektedir.

1.2.c. “Buddha” Şiiri ve Çevirisi

Tevfik Fikret'in olgunluk döneminde yazdığı dinî konulu şiirlerden “Buddha”da samimî bir arayış çabası ön plandadır. Bu arayış içine giren Fikret, işin içinden çıkamıyor. Buddha'nın “hakikatleri” ruhu tatmin etmiyor. Buddha gibi ruhunun karanlık mağarasına çekilerek hakikati bulmak için şüphelerle savaşıyor. Buradaki mağara imgesi, Tanrı veya ilahî varlıklarla iletişim kurduğu yerdir. Mağarada insanlar sabitlenmiş bir halde bulunurlar, sadece karşısındaki duvarı görebilirler. Başka bir yere bakamadıkları için, hatta mağarada bile olduklarını bilmedikleri için hakikatin ne olduğunu tam bilmezler. Mağaranın dışına çıkıldığında güneşin ışığı onları 'geçici' olarak kör yapıyor. Bu 'geçici' körlük, yolunu kaybedenlerin şaşkınlık halini simgeliyor. Şiirde kendisine kör diyenlerin bulduğu hakikat ile gözlerini kamaştıracağı esnada arayışı iptal eder. Arayış, aranan şeyin önüne geçer. Karanlık veya körlük olmadan aydınlığa veya hakikate ulaşılmaz. Tüm bu imtihanlara rağmen Buda yolundan geri adım atmaz, kararlılıkla gizlilikle aydınlatmaya çalışır, sırları: “Bu kör, zalâm-ı dehâ-perverinde bir gârın, Büyük hakîkati yıllarca iktinâh ederek, Onunla yüzyüze yıllarca iştibâh ederek, Sonunda gördü nedir sırrı hep bu esrârın.” (*Rübâb-ı Şikeste*, s. 240-241). Aynı zamanda bu dörtlükte redif örnekleri de görmek mümkündür (*yıllarca, ederek*), zengin kafiye (“gârın...esrârın”; “Onunla...Sonunda”), yarım kafiye de mevcuttur (“iktinâh... iştibâh”). Diğer mısralarda kafiye unsurlarının yoğunluğu fark edilmektedir (“körlükle.. tehâlûkle”, “devrildi... esâfildi” zengin kafiye örnekleri, mısraların başındaki “Koşardı...Koşar”, zengin kafiye örneği ve redif örnekleri: “Büyük“-“Büyük”... “Bütün“-“Bütün”. Şiirde asonans oluşmak için „e“, „i“, „ü“, „ö“ gibi ünlülerin, aliterasyon unsurlarının sağlanması için “b”, “d”, “m”, “n”, “s” harfleri kullanıldığı görülmektedir.

“Buddha” şiirinin çevirisi (“Buda”): G. Ružičić çevirisinde 6 satır (3 beyit) kullanır. Kaynak şiir ise 12 satırdan (3 dörtlük) oluşmaktadır. Çevirisinde, sayısal açıdan kaynak şiirin 6 satırının kaybolduğu görülmektedir. Çevirideki her beyit (3 beyit var), anlam silsilesini takip ederek kaynak şiirin her dörtlüğünü yansıtır. Zor görünse de çevirmen tarafından kafiye takip edilmeye çalışıldığı fark edilmektedir (koşardı-on trčaše; körlük-slepilo(m); yıllarca-godinama):

“S oduševljenjem punim požrtvovanja **on trčaše** velikoj istini, s očima na čistim nedoglednim vidokruzima – **on trčaše** idući sve protiv običaja. I svi ga staleži optuživaše **slepilom**.

I ovaj slepac u mudračkom mraku jedne pećine **godinama** tražaaše osnovu velike istine, **godinama** o njoj dvoumljaše i naposletku uvide šta je tajna ovih tajni.”

1.2.d. “Akşam” Şiiri ve Çevirisi

Tabiat şiirleri, Tanzimat döneminin ikinci kuşağı ile gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu çizgide Recaîzade Ekrem ile Abdülhak Hâmid'in ilk denemeleri büyük ölçüde Servet-i Fünun kuşağına örneklik etmiştir. Öte yandan Divan şiirinde tabiat, sanatçı için bir fondur veya sanatın gücünü göstermek için bir vasıttır. Halk şiirinde ise bir güzelliştir. Batılı yeni Türk şiirin içinde tabiat, sanat için bir amaç olmuştur. Üstelik şiir sanatının estetik gücü ve dinamizmi olmuştur. Tabiata olan hayranlık “tablo-şiir” motifi ile girmeye başlamıştır. Başta Recaîzade Ekrem olmak üzere pek çok şair karşılına çıkan güzel kartpostallara ya da resimlere bakarak oradaki tabiatın güzelliklerini anlatmak için şiir yazmışlardır. (Parlatır, 2004: 59). Tevfik Fikret'in bu yola başvurup fotoğraf veya kartpostal şiir denemeleri yaptığı bilinmektedir. Bu çizgide *Bosanska Vila*'da tercüme edilip yayımlanan Tevfik Fikret'in “Akşam” adlı şiiri değerlendirilebilir. Burada akşamın hüznü tablosu karşımıza çıkar. Şiirde derin ve etkili duygular ifade edilebilmek için durgun, siyah, yorgun, ağır, dertli ve dokunaklı gibi sıfatlar kullanıldığı görülmektedir. Bu akşam dekorunda “Nâlende bir kaval sesi” duyulur. Dertli, inleyen ve dokunaklı bir kaval sesidir. Görüldüğü gibi şiirde ancak görülene değil duyulana da aynı ölçüde önem verilmektedir. Musikî unsurları duyulacak kadar güçlüdür ve şiirde dize halinde redif örnekleri (“Nâlende bir..., Nâlende bir sürûd ile”) olarak da fark edilir. Şiirde iç ahenk oluşturmak için aliterasyon (n, h, g gibi harflerin kullanılması) ve asonans (e, i, ü gibi yumuşak ve ince harflerin kullanılması) mevcuttur.

“Akşam” şiirinin çevirisi (“Veçe”): Uroš S. Ružićić çevirisinde on beş satır kullanarak satırların anlamsal uyumluğunu korumaya çalışır. Bunun en iyi örneği, “Sâkin bir akşamın tütük-ı erguvânını Yırtarken ihtirâz ile dest-i siyâh-ı şeb” anlamına gelen “Mirno je veče!...Več je ruka crne noći počela bojažljivo cijepati zavjesu večernjeg crvenila!”...olan şiirin ilk dizelerinde ve “Akşam, hayâtımın şu sükûnetli hâlidir” anlamına gelen “Veče!...-To je ono stanje pokoja moga života!”...olan şiirin son dizelerinde açıkça görülür. Ružićić bu ayrı dizelerde bir cümle yerine iki ancak aynı anlamı taşıyan cümle kurar. Şiirde anlam silsilesi takip edilerek “Nâlende bir kaval sesi” dizesi “Drhtavi glas kavale” olarak ifade edilmektedir. Görüldüğü gibi ‘kaval’ sözcüğü kaval olarak da çevrilmektedir. Kaynak şiirde sıkça kullanılan “bir” sözcüğü (“Sâkin bir akşamın, bir günün yükü, mâî bir sehâb, bir kaval sesi, bir sürûd ile”) Sırpçaya uygun olarak tercüme edilmemektedir.

Görülüyor ki çevirmenin her iki dilde yetkin olup ve çevrebilim, din, kökenbilim gibi birçok alanda bilgi sahibi olması önemli bir gerekliliktir. Çevirmen bir sözcüğün yalın anlamı ile metin içi anlamını ayırt edebilmeli ve anlatımsal değerleri ve toplumsal değerleri de göz önünde bulundurmalıdır. Bunlar, “Dûşunda bir günün yükü, bir zill-i pür-ta’ab Sevk eyliyor ufuklara pâ-yi girânını” (Bugünkü Türkçesiyle: “Sırtında bir günün yükü, yorgun bir gölge Ufuklara yöneliyor ağır adımlarını”) dizelerinde görülür. Ružićić, “ağır adımlar” ifadesini son adımlar (“pošljednji koraci”) olarak tercüme etmektedir. Bir taraftan, başarılı çevirilerde bile ses ya da anlamdan fedakârlık yapılmak zorunda kalındığı görülmektedir. Böylece, çevirmen kelime eklemek ya da çıkarmak zorunda kalır. Bu çizgide Uroš S. Ružićić tarafından çevirisine kaynak şiirde bulunmayan sözcükler eklenmektedir. “Tâ nokta-i guruba yakın mâî bir sehâb Ateşli gamzelerle süzer âşiyânları” dizesindeki “âşiyânları” ifadesi ‘insanların sığınacak yerleri’ olarak çevrilmektedir. Kaynak şiirden çıkarılan tek sözcük, “Estikçe, gölde titreşir emvâc-ı pür-garâm...” dizesinde bulunan “gölde” ifadesidir. Demek ki bu çeviride sözcüklerin veya söz dizimsel yapıların kendileri değil, çıkarılan anlamların aktarımı ön plandadır.

1.2.e “Yaşadıkça” Şiiri ve Çevirisi

Parlatır'ın (2006: 68) belirtmesine göre “Yaşadıkça”, “Gayyâ-yı Vücûd”, “Tefekkür” gibi şiirlerinde Tevfik Fikret'in kendi hayat felsefesinin izlerini bulmak mümkündür. “Yaşadıkça” şiirinde ise “Sever hayatı beşer, tâ ser-i mezarında” demesi, yaşanan tüm zorluklara rağmen insanoğlunun yaşamaya olan tutkusunun bir ifadesidir. Hayattayken insanoğlu “şikeste, güm-şüde, âvâre, hâr ü müstağrak” olurdu. Kapkara bir gecenin önünde hasta olurdu (“Önümde bir gece, bir gavr-ı lâciverd-i zalâm, Derinleşir beni pûyân görüp kenârında; Derinleşir ve güler...Ben 'alîl-i bî-ârâm...” *Rûbab-i Şikeste*, s. 97-98). Görülüyor ki şiirde kullanılan gece imgesi ile hayat temsil edilmektedir. Hayatın sırları çözülemez. Hayatın kendisinin ne olup olmadığı da bilinmez. O belirsiz ve anlamsız bir gölgedir. Bu yakalanmayan gölgelerde insanoğlunun arzuları yatar ve

yaşar: "O zıll-i mübhem-i şâir, o mevceler, o cibâl, Birer misâl-i emeldir ki reh-güzârında, Görür bülend ü mutarrâ, edersin isti'câl; Bütün ta'ab, yine kabil değil fakat ihmâl; Sever hayatı beşer, ta ser-i mezarında." (*Rûbab-i Şikeste*, s. 97-98)

"Yaşadıkça" şiirinde de dize halinde redif örnekleri mevcuttur ("**Evet, bu** dağları aşlıkça böyle tırmanarak, **Evet, bu** dağların sath-ı bî-karârında ..., **Derinleşir** beni pûyân görüp kenârında; **Derinleşir** ve güler...Ben 'alîl-i bî-ârâm,...").

"Yaşadıkça" şiirinin çevirisi ("Ljubav Životu"): N.T. Kaşiković çevirisinde kaynak şiirde görünen anlamsal silsesi bozulmadan on beş satır kullanmaktadır. Çevirisinde şiirin başlığı dikkat çeker. Kaşiković, "Yaşadıkça" anlamına gelen 'Za životu' veya 'Živjeći' olarak tercüme etmemektedir. Tercih, 'Hayat Sevgisi' anlamını taşıyan 'Ljubav Životu' ifadesidir. Şiirin son dizesi olan "Sever hayatı beşer, ta ser-i mezarında" bu çeviriye ve bu çeviri de bu dizeye uygun görünmektedir. Bu tespiti göre kaynak şiir erek şiire aktarılmadan önce Kaşiković tarafından şiir tahlili yapılmış olduğu da görülmektedir. Şiirin konusu ve teması, şiirin estetik unsurları çok iyi incelenmiştir demektir. Çevirmen tarafından seçilmiş sözcükler ve bunun üzerine yapılmış tasvir ortaya atılan bu iddiayı desteklemektedir. Bunun örneği, "bir gavr-ı lâciverd-i zalâm" anlamına gelen "bezdna tamno-sive tame" çevirisinde "zalâm" anlamına gelen 'tame'nin tasviridir. Ayrıca kaynak şiirdeki şikeste, güm-şüde, âvâre, hâr ü müstağrak dizesinde fark edilen insanoğlunun zor halleri derecesine göre tasnif edilmektedir. İnsanoğlu yaşam mücadelesi sırasında geçilemeyen engeller ve zorluklara karşı başta kırılır (şikeste), kırıldıktan sonra yolunu kaybeder (güm-şüde), yolu veya hedefi olmayan kimse âvâre olur, yalnız kalır, yalnızlıktan mutsuzluk çıkar, sonuçta mutsuz kimse yenilen taraf olur (hâr ü müstağrak). Kullanılan bu sıfatlara göre Sırpçada da uygun sözcükler seçilmiş görünmektedir: razbijeni (şikeste), izgubljeni (güm-şüde) osamljeni (âvâre), nesrećni ve pobijeğeni (hâr ü müstağrak). Kaynak şiirde görülen sübjektif yaklaşım şiirin çevirisinde de başarılı bir şekilde ifade edilir.

1.3. Mehmet Emin Yurdakul'un Şiiri

"Bosanska Vila" mecmuasında sanat hayatına Servet-i Fünûn döneminde başlamış ve Millî Edebiyat ile Cumhuriyet döneminde şiir yazmış Mehmet Emin Yurdakul'un tek şiirinin Sırpçaya tercüme edildiği tespit edilmektedir. Mehmet Emin'in "Yaşamak Kavgası"adlı şiiri Milan D. Bajić tarafından çevrilmiştir.

1.3.a "Yaşamak Kavgası" Şiiri ve Çevirisi

"Yaşamak Kavgası" şiirinde *mahlûk* imgesi, her gün yaşamak için savaşan insanoğlunu temsil eder. Bu aldatıcı dünyada yaşayan her varlık, saf olarak görünen bir kelebek bile, başka bir varlık için bir tehdittir: "Her bir mahlûk her gün gibi bugün **de**, Yuvasından dışarıya uğruyor; Dağ başında, şehir içinde, her yer**de**, Öldürecek, yiyecek şey arıyor... Kelebekler bile birer kan içici canavar; Onlarda da gizli gizli öldürücü şeyler var." (Tansel, 1969: 79) bu dizelerde ek halinde redif örneği bulunmaktadır: "uğruyor-arıyor." Diğer dizelerde de ek halinde redif mevcuttur: "Şu saf, mâvi gök altında âlem böyle kurulmuş; Her bir vücut başkasının kanı ile yuğrulmuş." İnsanoğlunun tek seçimi ya yırtıcı ya da yem olmaktır. Mehmet Emin'in bu şiirde, Servet-i Fünûn topluluğu şairlerinin şiirlerinde görüldüğu gibi bir arayış motifi bulunmaktadır. Aralarında fark, Mehmet'in Servet-i Fünûn topluluğu şairlerinden daha fazla gerçekçi olmasıdır. Mahlûk olan insanoğlu öldürecek, yiyecek şey arıyor.

"Yaşamak Kavgası" şiirinin çevirisi ("Borba za život"): Milan D. Bajić, "Yaşamak Kavgası" şiirini "Hayat İçin Savaş" anlamına gelen "Borba za život" olarak tercüme eder. Çevirisinde on beş dize kullanılmaktadır. Kaynak şiirin on üç dizesi var. O da Sırp dili yapısından kaynaklanan çeviri yöntemidir. Çevirmen, biçim, anlam açısından kaynak şiire sadık kalmaya başarmaktadır.

Değerlendirme

Çeviribilimde, şiir çevirisine ilişkin farklı görüşler ortaya konmuştur. Kimi çeviri bilimci ve çevirmen sadık bir şiir çevirisinin kaynak şiiri yansıttığını savunurken, diğerleri de şiir çevirisinin bir yeniden yaratım, yeniden yazma süreci olduğunu vurgularlar.

Bu çalışmanın amacı, şiir çevirisindeki zorlukları anlatmak kadar, şair-çevirmenlerin çevirileri ışığında şiir çevirisindeki olasılıkları irdelemek ve bu olasılıkları çeviribilimin bakış açısından

değerlendirmektir. Bir şiirin biçim ve içerik değerini koruyarak başka bir dile aktarılması, özellikle - incelenen örneklerde olduğu gibi- hedef dil yapı bakımından kaynak dilden çok farklı ise çok güçtür. Dil hatası yapılmayan çevirilerde, anlam ve biçim konusundaki eksiklik ve kısıtlılıklara rağmen bir çeşit şiir zevki almak mümkündür.

Mecmuada özellikle Servet-i Fünûn şairleri için gösterilen yoğun dikkat, bu topluluğun şairlerinin şiirlerinin çevrilmiş olduğu "Iskrice iz Istočne književnosti" ("Doğu Edebiyatı'ndan Kıvılcımlar") ve "Iz turske lirike" ("Türk Lirik'inden") başlıklarında dikkat çekmektedir. Şiir çevirileri bu başlıklar altında verilmiştir. Servet-i Fünûn (1896-1901) dergisi etrafında toplanan Türk edebiyatçılarının Fransız edebiyatını izleyerek şiirde romantik üslupta estetik değeri yükselmiş eserler ortaya koydukları görülmüştür. Bu dönem yaklaşık olarak Bosna-Hersek edebiyatında da değişme çabalarının başladığı bir dönemdir. Türk edebiyatından yapılmış çeviriler ile Batı edebiyatıyla temas kurulmaktadır. Romantizm, sembolizm, parnas gibi farklı edebi ekollerin temel özellikleri Bosna-Hersek edebiyatının ve Bosna-Hersek'teki Sırp edebiyatının ürünlerinde görülmeye başlamaktadır. Avusturya-Macaristan yönetimi döneminde oluşan Bosna-Hersek edebiyatının son periyodu (1905-1918)⁸ basın yayın faaliyetlerinin arttığı dönemdir. Osmanlı'nın çekilmesiyle beraber Boşnakların kendi kültür ve kimliklerini korumak için Hırvatlar ve Sırlarla aralarında oluşan çekişme ve mücadele bir avantaj sağlamıştır. Bir bakıma modern Boşnak edebiyatı, Boşnak ulus bilinci gibi bölgenin güç dengesi birbirine yakın iki faktörünün çatışmasının arasında oluşmuştur. Bu dönemde çıkan "Vatan", "Rehber", "Behar", "Gayret", "Biser", "Bosanska Vila", "Boşnak" isimli dergiler, bu geçiş döneminin bütün özelliklerini yansıtmaktadır. Böylece, Bosanska Vila'da Türkçeden Sırpçaya tercüme edilen şiirler, millî Türk edebiyatından çevrilmiş şiirler değildir. Çünkü, "Bosanska Vila"nın editörlüğü tarafından kendi Sırp milliyetçiliği korunmuştur. Ayrıca, mecmuada Kiril alfabesiyle Sırpça kullanılmaktadır. Tercüme edilmiş şiirlerde yaşanan devrin ağır siyasi (Avusturya-Macaristan dönemi) ve sosyal şartları yüzünden ferdi duygulara ve hayallere yer verilmektedir. Gerçek-hayal çatışması ve arayış motifleri mevcuttur. Anlaşılan o ki içinde buldukları ortamdaki sıkılan Bosna-Hersekli Sırp aydınları (yazar, şair, çevirmenler) devrin ağır havası içinde kendilerini bunalmış hissettikleri zaman bir kaçış yolu bulmaya çalışmışlardır. Bir taraftan *Mensur Şiirler* (1891) basıldıktan birkaç yıl sonra 1911 yılında ve *Rübâb-ı Şikeste* (1910) yayımlandıktan bir yıl sonra yine 1911 yılında "Bosanska Vila" mecmuasında bu şiir kitabından birkaç şiir çevirisinin yapılmasından dolayı o dönemde Türkiye'de öne çıkan ve yayımlanan edebî çalışmaların yakından takip edildiği söylenebilir. Öbür taraftan aruz vezniyle yazılmış ve nesre dökülmüş şiirlere aynı derecede ilgi duyulduğu denebilir.

Kulağa şiir gibi gelebilmesi için çeviriler ister istemez belli bir esneklik taşımak zorundadır. Bu şiirlere bakıldığında çevirmenin kelimeleri seçimi ve imge dünyasında yansıtması, şairin üslubunu koruması, şiirin ahengini sağlayan vezin ve kafiye gibi hususları gözetmesine dikkat çekmek gerekmektedir. "Âşiyân-ı dil" şiirine bakıldığında "Enîn-i Gam" ve "Buddha" şiirlerinde çevirmenin şairin üslubunu büyük oranda muhafaza ettiği görülmektedir. Ayrıca yine, yazarın üslubunu da kaybolmadan aktardığı görülür. Bunun örneği de Mehmet Emin Yurdakul'un "Yaşamak Kavgası" adlı şiirinin çevirisidir. Şiirlerdeki imgelere bakılacak olursa imgelerin şairin hayal dünyasındaki şekli ile çeviriye yansıtıldığı görülmektedir. Şiirin ahengini sağlayan aruz vezni çeviride mısra sonundaki kafiyeye dönüşmüş; esas metinde yer alan aruz vezni yerine mısra sonundaki kelimelerin uyumunu gözetken bir ahenk sağlanmıştır. Bu ise aruz vezninin Sırp veya Bosna edebiyatında kullanılmıyor olmasından kaynaklanmaktadır.

Aynı zamanda, tercümeden önce çevirmen tarafından kaynak şiirlerin tahlilinin yapıldığı görülmektedir. Bunun en iyi örneği, "Yaşadıkça" ve "Aşiyân-i Dil" şiirlerinin çevirileridir. Daha önce belirtildiği gibi çevrilmiş şiirler, ya Servet-i Fünûn topluluğu şairlerinin ya da bu topluluğun tesiri altında kalan şairlere ait şiirlerdir. Servet-i Fünûn kuşağından Halid Ziya Uşaklıgil'in mensur şiirleri, Mehmet Emin Yurdakul'un şiirlerinde kafiye unsurları mevcuttur. "Bosanska Vila" da farklı temalı şiirler tespit edilse de bu

⁸ Rizvić Avusturya-Macaristan döneminde, Boşnakların (Bosna-Hersek edebiyatı) edebi yaratıcılığını dört aşamaya ayırmıştır. 1. Sağır veya ölü dönem (1878-1882), 2. Boşnak edebiyatı dönemi (1883-1897), 3. Edebî polarizasyon dönemi (1894-1905) ve 4. Kendilerine ait edebiyat dergilerin ve yayınların dönemi.

şiiirlerde arayış veya kaçış, hakikat veya hayal motiflerinin bulunması ortak noktalar olarak göze çarpmaktadır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazarın Notları

Araştırma yapılırken tüm etik kurallarına uygun davranılmaktadır. Saraybosna'daki Gazi Hüsrev Bey Kütüphanesinde bulunan mecmualardan "Bosanska Vila"da tespit edilen Türk Edebiyatından yapılmış şiir çeviri dikkat çekilmektedir. Bu konu üzerine daha önce hiçbir çalışma yapılmadığı için Türk Edebiyatına ve Bosna-Hersek Edebiyatına bir ışık tutulacağı görülmektedir. Veriler toplandıktan sonra karşılaştırmalı edebiyat daha doğrusu şiir biliminin, bir taraftan da çeviri biliminin yöntemlerinin kullanılması uygun görülmektedir.

Yazarların Katkıları

Makale iki yazarlıdır. Çalışmada, Emina VİLDİÇ tarafından literatür taraması yapılmakta ve veriler tespit edilmektedir. Prof. Dr. Yılmaz DAŞÇIOĞLU ve Emina VİLDİÇ tarafından tespit edilen veriler üzerinde analiz yapılmaktadır. Sonuçları ve değerlendirme kısmı Emina VİLDİÇ tarafından aktarılmaktadır.

Çıkar Çatışması Bildirimi

Yazarlar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar

Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

BOSNA-HERSEK'TE SIRPÇA BASILMIŞ İLK SIRP MECMUASI "BOSANSKA VİLA" ("BOSNA PERİSİ", 1885-1914)'DA TÜRK EDEBİYATINDAN ÇEVİRİLMİŞ ŞİİRLER VE BU ŞİİRLERİN İNCELENMESİ başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde "Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin" hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir" Çalışmada ikinci kaynakça kullanıldığı için hiçbir etik kurallarına karşı gelmemekte ve sorun olmamaktadır. (Kaynakça, Saraybosna'daki Gazi Hüsrev Bey Kütüphanesinde bulunan "Bosanska Vila" mecmuasından alınmaktadır). Böylece, etik kurul onay belgesi de alınmamaktadır

KAYNAKÇA

- Akay, H. (2007). *Yeni Türk Şiirinin Kurucularından Tevfik Fikret*, İstanbul: 3F Yayınevi
- Aksan, D. (1999). *Şiir Dili ve Türk Şiiri Dili*, Ankara: Engin Yayınları
- Akyüz, K. (1995). *Modern Türk Edebiyatının Ana Çizgileri 1860-1923*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi
- Andı, M. F. (1997). Halid Ziya'nın Mensur Şiirleri – I, *İstanbul Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, (28), 23- 45
- Andı, M. F. (1997). Halid Ziya'nın Mensur Şiirleri - II: Mezardan Sesler, *İlmî Araştırmalar*, (4), 7-16.
- Arı, A. (2004). *Hanımlara Mahsûs Gazete (201-300)*, Ankara Üniversitesi: Yüksek Lisans Tezi
- Babuna, A. (2000). *Bir Ulusun Doğuşu Geçmişten Günümüze Boşnaklar*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Bekiroğlu, N. (1998). *Şair Nigâr Hanım*, İstanbul: İletişim Yayınları
- Bosanska Vila* mecmuası -İlk sayısı 16 Aralık 1885, son sayısı 30 Mayıs 1914- (C.XXVI/1911, S. 11-12, s. 166; C.XXVI/1911, S. 24, s. 366.)
- Çetin, N. (2008). *Şiir Tahlilleri 1*. Ankara: Öncü Kitap

- Çetin, N. (2013). *Şiir Çözümleme Yöntemi*, Ankara: Öncü Kitap
- Demirdağ, R. A. (Haz.). (2015). *Nigâr Hanım-Toplu Şiirler*, Erzurum: Salkımsöğüt Yayınevi
- Ercilasun, B. (1996). *Edebiyatımızda Marazılık*, Prof.Dr. Umay Günay Armağını, Ankara: Hacetepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Yayınları
- Gariper, C. (2006). Türk Edebiyatında Mensur Şiir Literatürü, *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 4 (7), 361-409.
- Gökşenli, Y.E. (2013). Şiir Çevirisinde Çeviri Kayıpları ve Eşdeğerlik Sorunları, *İ.Ü. Çeviribilim Dergisi*, (7), 87-102
- Gürbüz, H. (2001). Hanımlara Mahsûs Gazete, Ankara Üniversitesi: Yüksek Lisans Tezi
- Halman, T. S., Horat, O., Çelik, Y., Demir, N., Kalpaklı, M., Korkmaz, R. ve Oğuz, M. Ö. (Ed.), (2006). *Türk Edebiyatı Tarihi 3*, İstanbul: TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları
- Karaca, Dr. N. T. (1992). *Celal Sahir Erozan*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları
- Kruševac, T. (1978). *Bosansko-hercegovački listovi u XX. vijeku*, Sarajevo: Veselin Masleša
- Önal, Doç.Dr. M. (2009). *Yeni Türk Edebiyatı En Uzun Asrın Edebiyatına Teorik Bir Yaklaşım*, Ankara: Akçağ Yayınları
- Parlatır, İ. (1993). *Tevfik Fikret, Dil ve Edebiyat Yazıları*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi
- Parlatır, İ. (2004). *Edebiyatımızın Zirvesindekiler Tevfik Fikret*, Ankara: Akçağ Yayınları
- Rizvić, M. (1990). *Bosansko-Muslimanska književnost u doba preporoda 1887-1918*, Sarajevo: El-Kalem,
- Rakova, Z. (2016). *Çeviri Kuramı*, çev. Yusuf Polat, Ankara: Çevirmenin Yayını
- Sağlam, M. H. (2019). Halid Ziya Uşaklıgil'in Mensur Şiirlerinde Güzel ve Güzellik, *Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları*, (21), 155-176
- Şeyda, A. (2003). *Hanımlara Mahsûs Gazete (101-200)*, Ankara Üniversitesi: Yüksek Lisans Tezi
- Tuncer, H. (1998). *Arayışlar Devri Türk Edebiyatı 2, Servet-i Fünun Edebiyatı*, İzmir: Akademi Kitabevi
- Uçman, A. ve Akay, H. (Haz.). (2017). *Tevfik Fikret Rübâb-ı Şikeste*, İstanbul: Çağrı Yayınları
- Uşaklıgil, H. Z. (2002). *Mensur Şiirler-Mezardan Sesler*, haz. Ferhat Aslan, İstanbul: Özgür Yayınları
- Wellek, R. ve Warren, A. (2011). *Edebiyat Teorisi*, İstanbul: Dergâh Yayınları
- Elektronik kaynaklar:
- Servet-i Fünun Dergisi, *Nigar Bint-i Osman (Nigar Hanım)*, 1 Şubat 2020 tarihinde <http://www.servetifunundergisi.com/author/nigar-hanim/> adresinden alındı.
- Servet-i Fünun Dergisi, *Üryan Kalp (Nigar Hanım)*, 1 Şubat 2020 tarihinde <http://www.servetifunundergisi.com/author/uryan-kalp/> adresinden alındı.
- Erozan, C. S. (1325/1908). *Buhran*, <https://archive.org/search.php?query=erozan> 15 Mart 2020 tarihinde adresinden alındı.
- Erozan, C. S. (1328/1910). *Siyah Kitap*, <https://archive.org/search.php?query=erozan> 15 Mart 2020 tarihinde adresinden alındı.
- Erozan, C. S. (1328/1910). *Kırâat-i Edebiyye*, <https://archive.org/search.php?query=erozan> 15 Mart 2020 tarihinde adresinden alındı.
- Erozan, C. S. (1329/1911). *Halka Doğru*, <https://archive.org/search.php?query=erozan> 15 Mart 2020 tarihinde adresinden alındı.