

T.C. GAZİ ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

SAHİBİ

Prof. Dr. Süleyman BÜYÜKBERBER
Gazi Üniversitesi Rektörü

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Prof. Dr. M.Mithat ÜNER İİBF Dekanı

YAYIN KURULU

Prof.Dr.Cem KILIÇ
Prof.Dr.Aydın ÜNSAL
Prof. Dr.Hakan TAŞDEMİR
Prof. Dr.Necat ÇOŞKUN
Prof.Dr.Şükri KIZILOĞLU
Prof.Dr.Kürşat YALÇINER
Doç.Dr.Şenol DURGUN

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Nezir KÖSE
Doç. Dr. Mehmet BAŞ

EDİTÖR YARDIMCILARI

Doç.Dr.Bülent BAYAT
Doç.Dr.Özge AYNAGÖZ ÇAKMAK
Doç. Dr. Nükhet DOĞAN
Doç.Dr.Alptekin SÖKMEN
Doç.Dr.Soyalp TAMÇELİK
Doç.Dr.Güler SAĞLAM ARI
Doç.Dr.Seyhan KOÇYIT ÇİL
Yrd.Doç.Dr.Seçil Mine TÜRK
Yrd.Doç.Dr.İsmail ENGİN
Yrd. Doç. Dr. Atilla GÖKÇE
Uzm. Aziz YILDIZ

YAYIN ALT KURULU

Araş. Gör. Burcu ZENGİN
Araş. Gör. Serhat Celal BİRDAL
Araş. Gör. Melike Rana DAYIOĞLU
Araş. Gör. Kübra FIDAN
Araş. Gör. Alp Gökhan İNCİ
Araş. Gör. Sertaç DEMİRCİ
Araş.Gör. Metin ÇELİK

İDARE MERKEZİ YAZIŞMA -HABERLEŞME

Münire DEMİRTAŞ
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
06500 Beşevler/Ankara
Tel: (0312)216 10 43
E-Posta : iibfdergi@gazi.edu.tr

DANIŞMA KURULU

Prof.Dr.Ahmet ŞAHİNÖZ (Hacettepe Üniversitesi)
Prof.Dr.Celal KÜÇÜKER (Pamukkale Üniversitesi)
Prof.Dr.E.Abdülgaffar AĞAOĞLU (Yeditepe Üniversitesi)
Prof.Dr.Ercan UYGUR (Ankara Üniversitesi)
Prof.Dr.Erinç YELDAN (Bilkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Halil İbrahim ÜLKER (Atılım Üniversitesi)
Prof.Dr.Haluk GÜNUĞUR (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Hüseyin BAĞCI (ODTÜ)
Prof.Dr.İsmail BULMUŞ (İzmir Ekonomi Üniversitesi)
Prof.Dr.John CONLEY (California State University, San Bernardino)
Prof.Dr.Kürşat AYDOĞAN (Bilkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Nuri TORTOP (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Orhan ŞENER (Kadir Has Üniversitesi)
Prof.Dr.Osman AYDOĞUŞ (Ege Üniversitesi)
Prof.Dr.Özdemir AKMUT (Çankaya Üniversitesi)
Prof.Dr.Öznur YÜKSEL (Çankaya Üniversitesi)
Prof.Dr.Ralph H. SALMI (California State University, San Bernardino)
Prof.Dr.Selami SARGUT (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Sibel TURAN (Trakya Üniversitesi)
Prof.Dr.Taner BERKSOY (İstanbul Bilgi Üniversitesi)

TASARIM, DİZGİ

Aziz YILDIZ

Yayın Türü: Yerel Süreli

Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi

Hakemli bir dergidir.

Dergimiz TÜBİTAK-ULAKBİM (SBVT), EBSCO ve ASOS İndex

tarafından taranmaktadır.

ISSN 1302-2024

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN 1302-2024

iibfdergisi.gazi.edu.tr

Cilt: 15 Sayı: 2

İÇİNDEKİLER

Sosyal Pazarlama Kapsamında Dumansız Hava Sahası: Örnek Bir Uygulama Dilaver TENGİLİMOĞLU, Alper GÜZEL, Emel GÜNAYDIN.....	1-26
Psikolojik Dayanıklılığın Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü M. Gökhan BİTMİŞ, Alptekin SÖKMEN, Hakan TURGUT	27-40
Türkiye’de Faaliyet Gösteren Gsm Operatörlerinin Hizmet Kalitesi Bakımından Karşılaştırılması ve Uygulanan Rekabet Stratejileri Ayşe Berceste MERAL, Mehmet BAŞ	41-70
Milli Marşların Siyaset Biliminin Bazı Kavramları Açısından Değerlendirilmesi Hasan Emir AKTAŞ.....	71-92
Müşteri Sadakat Programlarının Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Göre Muhasebeleştirilmesi Gizem ÇOPUR VARDAR	93-124
Bulanık Ortamda Stratejik Planlama: Askeri Stratejilerin Değerlendirilmesi Sürecine Yönelik Bir Uygulama Çalışması Özgür DEMİRTAŞ.....	125-150
Avrupa Birliği’nde Yaşanan Meşruiyet Krizi Metin ÇELİK.....	151-190
Geçmişten Günümüze Dağlık Karabağ Emine Vildan ÖZYILMAZ.....	191-208
Tedarik Zinciri Performansının Değerlendirilmesinde Kullanılan Değişkenlerin Yapay Sinir Ağı Yöntemiyle Değerlendirilmesi Oğuzhan YAVUZ, Abdullah ERSOY	209-256

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN 1302-2024

iibfdergisi.gazi.edu.tr

Volume: 15 No: 2

CONTENTS

<i>Smoke Free Zone Within The Scope Of Social Marketing: A Sample Application</i> Dilaver TENGİLİMOĞLU, Alper GÜZEL, Emel GÜNAYDIN.....	1-26
<i>The Effect Of Resilience On Burnout: The Mediating Role Of Organizational Identification</i> M. Gökhan BİTMİŞ, Alptekin SÖKMEN, Hakan TURGUT	27-40
<i>The Comparison of the Service Quality Of The Existing Gsm Operators In Turkey And Competition Strategies</i> Ayşe Berceste MERAL, Mehmet BAŞ	41-70
<i>Examining National Anthems in terms of Some Concepts of Political Science</i> Hasan Emir AKTAŞ.....	71-92
<i>Accounting For Customer Loyalty Programmes According To International Financial Reporting Standards</i> Gizem ÇOPUR VARDAR	93-124
<i>Strategic Planning Under Fuzzy Environment: An Application For Military Strategy Evaluating Process</i> Özgür DEMİRTAŞ.....	125-150
<i>The Legitimacy Crisis in the European Union</i> Metin ÇELİK.....	151-190
<i>From Past To Present Nagorno-Karabakh</i> Emine Vildan ÖZYILMAZ.....	191-208
<i>An Evaluation of the Variables Used in the Evaluation of Supply Chain Performance with Artificial Neural Network</i> Oğuzhan YAVUZ, Abdullah ERSOY	209-256

SOSYAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DUMANSIZ HAVA SAHASI: ÖRNEK BİR UYGULAMA

Dilaver TENGİLİMOĞLU* Alper GÜZEL** Emel GÜNAYDIN***

Öz:

Sigara, dünya genelinde en önemli toplum sağlığı tehditlerinden birisi ve milyonlarca kişinin hayatını kaybetmesine sebep olan önlenebilir bir ölüm nedenidir. Gelişmiş ülkelerde, tütünle mücadele kapsamında kampanyalar yürütülmekte ve tütün kullanımına ilişkin kısıtlamalar getirilmektedir. Türkiye’de de sigara ile mücadele 1996 yılından beri artan bir kararlılık ile devam etmektedir. Toplum sağlığını tehdit eden sigara ile mücadele kapsamında dumansız hava sahası uygulaması hayata geçirilmiş ve bu uygulama sosyal pazarlama faaliyetleri ile desteklenerek geniş kitlelere ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, Sağlık Bakanlığı tarafından yürütülen “Dumansız Hava Sahası” uygulaması hakkındaki görüş, tutum ve davranışlarını değerlendirmek ve katılımcıların bu kampanya kapsamındaki uygulamalar hakkındaki görüşlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma, tanımlayıcı bir araştırma olarak tasarlanmıştır ve verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma örneklemini Isparta ilinde yaşayan ve basit tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilen 528 kişi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin tamamı sigara içen kişilerdir. Elde edilen verilerin analizi için frekans ve yüzde dağılımı hesaplanmış, kategorik verilerin karşılaştırılmasında ki-kare testi kullanılmıştır. Dumansız hava sahası kapsamında uygulanan kampanyaların sigaranın bırakılması üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Kampanya sonucunda sigara içenlerin %38,6’sı sigarayı bırakmayı düşünmelerinde kampanyaların etkili olduğunu belirtmiştir. Halka açık ve ev dışındaki kapalı mekânlarda sigara içme yasağının ise katılımcıların %93,5’i tarafından olumlu karşılandığı ve desteklendiği görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda sigara ile mücadele kampanyalarının kapsamının genişletilerek devam ettirilmesi ve bu kampanyalar kapsamında geliştirilecek stratejilerin cinsiyet farklılığını göz önünde bulundurulması önerilir.

Anahtar Kelimeler: Sigara, dumansız hava sahası, tütünle mücadele politikaları, sosyal pazarlama

* Prof.Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Bölümü, dilaver.tengilimoglu@gmail.com

** Öğr.Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Bölümü, alper_guzel@hotmail.com

*** Ahmet Yesevi Üniversitesi, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

SMOKE FREE ZONE WITHIN THE SCOPE OF SOCIAL MARKETING: A SAMPLE APPLICATION*

Abstract:

Smoking is one of the most important issues that threatening public and individual health around the world and the source of millions' deaths which are preventable. In developed countries, campaigns against tobacco are conducted in order to reduce the harms of smoking on individuals and environment, and restrictions are imposed on tobacco consumption Since 1996, the struggle against smoking is going on in a rising trend in Turkey. Smoke Free Zone application was put into practice and social marketing activities have been used effectively to reach wider audiences. The main objective of this study is to evaluate the views, attitudes and behaviours of Turkish people about "Smoke Free Zone" and to determine whether there are differences according to the gender of participants. The study was designed as a descriptive research and questionnaire method was used to collect data. The sample group includes 528 people living in Isparta that are selected by using simple random sampling method. All the people participated in the study are smokers. The frequency and percentage distributions were calculated to analyze the collected data and Chi-square test was used for comparison of categorical data. The campaigns related to smoke free zone have a positive effect on smoke cessation and %38,6 of the participants stated that the campaigns are effective to think about quit smoking. The ban on smoking indoor and in public places was found appropriate and supported by %93,5 of the participants. According to these results, it is suggested to ensure the continuity of the campaigns in an expanded scope and to consider the gender differences when developing new strategies.

Keywords: Smoking, smoke free zone, anti-smoking policies, social marketing

* Bu araştırmanın sonuçları, 19.01.2013 tarihinde Fransa'nın Paris şehrinde düzenlenen "12. International Marketing Trends" kongresinde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

GİRİŞ

Sigara içimi dünya genelinde en yaygın toplumsal alışkanlıklardan ve en büyük halk sağlığı sorunlarından birisidir. İçerdiği binlerce zararlı madde ile sigara, insan sağlığında ciddi bozulmalara yol açarak, dünyada her yıl milyonlarca insanın hayatını kaybetmesine sebep olmaktadır. Tütün kullanımına bağlı ölümlerin ve hastalık riskinin azaltılması amacıyla özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tütünle mücadele programları yürütülmektedir. Tütün endüstrisinin ülke ekonomilerindeki payını artırma çabalarına rağmen bu programlar son yıllarda dünya genelinde kapsamlı ve ciddi bir biçimde uygulanmaya başlanmıştır. 18 yaş altı bireylere tütün ürünlerinin satışının yasaklanması ile başlayan çalışmalar zaman içerisinde kapalı ortamlarda ve topluma açık mekânlarda tütün ürünlerinin tüketiminin tamamen yasaklanmasına doğru daha geniş ve yaptırımı yüksek uygulamalar halini almıştır. Son on yılda sağlık sistemi kapsamlı bir reform geçiren Türkiye’de de durum pek farklı değildir. Sağlık Bakanlığı’nın ilgili diğer birimlerle ortaklaşa başlatmış olduğu ‘Dumansız Hava Sahası’ (DHS) uygulaması ile tütün ürünlerinin kullanımı çeşitli düzenlemelerle sınırlandırılarak denetim faaliyetleri sıklaştırılmış, sigarayı bırakmak isteyenler için çeşitli destek mekanizmaları kurulmuş ve Türkiye bu konuda örnek gösterilen ülke olmuştur.

Toplum sağlığı ile özellikle genç nüfus için büyük tehlike arz eden tütün ürünlerine karşı gerçekleştirilen bu tür mücadelelerde, birçok ülkenin sosyal pazarlama faaliyetlerine başvurduğu görülmüştür. Geniş kitlelere en hızlı şekilde ulaşılmasını sağlayarak istenilen davranış ve düşünce değişikliğinin gerçekleştirilmesinde etkili yollardan birisi olan sosyal pazarlama faaliyetlerine, DHS uygulamasının etkisini arttırmak, sigara tüketimini azaltmak ve vatandaşların sigarayı bırakmalarını sağlamak amacıyla başvurulmuştur. Reklam filmleri, kamu spotları, bilgilendirme hatlarının kurulması, ücretsiz tıbbi destek gibi uygulamalar ile tütün ürünlerinin zararları topluma anlatılarak ve sigara bağımlılarının kullanımını azaltmak hatta ortadan kaldırmak için eylem planları gerçekleştirilmektedir. Bu tür çalışmaların temel amacı, daha sağlıklı nesiller yetiştirmek ve koruyucu sağlık hizmeti uygulamalarını arttırmaktır. Tütün kullanımından kaynaklı hastalıkların tedavi maliyetinin toplumu bilinçlendirme amacıyla yapılan faaliyetlerin maliyetlerinden daha yüksek olduğu aşikârdır. Ayrıca, sağlıklı bireylerin çalışma ve sosyal hayatlarında ülkelerine sağlayacakları katkı ile ortaya çıkacak toplumsal fayda da dikkate alındığında bu tür uygulamaların gerekliliği ve önemi ortaya çıkmaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışma ile tüm dünyada büyük savaş verilen tütün ve tütün ürünleri ile mücadele kapsamında

Türkiye’de gerçekleştirilen DHS uygulaması hakkında bireylerin görüşleri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

I) SİGARA ve SİGARA KULLANIMI

Sağlık Bakanlığı, Tütünle Mücadele El Kitabında tütün ürünlerini “tütünden üretilen ve tütürme, emme, çiğneme ya da buruna çekerek kullanılmak üzere üretilmiş, hammadde olarak tamamen ya da kısmen tütün yaprağından imal edilmiş maddeler” olarak tanımlamaktadır. Tütün ürünleri arasında en yaygın olarak kullanılan sigaradır ve bu nedenle tütün ve sigara sözcükleri çoğu kez birbirinin yerine kullanılmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2010: 17; İbrahimov et al, 2012: 49). Sigara, puro ve pipo tütünü, hoş kokulu bir tat ve daha keyifli bir içim elde etmek için çeşitli maddelerin eklendiği kuru tütün yapraklarından elde edilir. Duman ise tütün ve katkı maddelerinin yanmasıyla elde edilen karmaşık bir kimyasal karışımdır. Bu dumanın içerisinde 60 tanesinin kansere neden olduğu bilinen 7000’den fazla kimyasal madde bulunmaktadır. Bu maddeler kanserin yanı sıra kalp ve akciğer hastalıklarına da sebep olmaktadır (www.cancer.org).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), tütün ürünlerini kullanan her iki kişiden birisinin öleceğini belirtmiştir. Dünya genelinde 800 milyonu erkek, 200 milyonu kadın olmak üzere toplam bir milyar tütün kullanıcısı bulunmaktadır ve bunların yaklaşık %80’i düşük ve orta gelirli ülkelerde yaşamaktadır. Küresel olarak erkeklerin %40’ı kadınların da %9’u sigara içmektedir. Tütün kullanımı, beş milyonu aktif içici, altı yüz binden fazlası da pasif içici olmak üzere dünyada her yıl yaklaşık altı milyon insanın ölümüne neden olmaktadır ve acil önlemler alınmazsa, tütün ürünlerinin kullanımından kaynaklı ölümlerin sayısının 2030’da sekiz milyonu geçeceği beklenmektedir (WHO, 2012a).

Tütün ürünlerinin zararları ve ölümcüllüğü bu kadar belli iken dünya genelinde yıllara göre sigara tüketiminde artış görülmektedir. Bin dokuz yüz elli yılında 1.686 milyar/adet olan sigara tüketimi, dünya genelinde büyük bir artış göstererek 2009 yılında 5.884 milyar/adet olarak gerçekleşmiştir. DSÖ Tütün Atlasına göre dünyadaki sigara tüketiminin %48’i Batı Pasifik bölgesinde, %24’ü Avrupa bölgesinde ve %11’i de Amerika bölgesinde gerçekleşmektedir. Çin, tek başına 2.264,9 milyar sigara tüketimi ile dünya sigara tüketiminin yaklaşık %38’ini tek başına gerçekleştirmektedir. Sigara tüketiminde Çin’i 390 milyar adet ile Rusya, 315,7 milyar adet ile Amerika ve 260,8 milyar adetle Endonezya takip etmektedir (Tobacco Atlas, 2013).

A) Sigara Kullanım Nedenleri

Sigara direkt ölümle sonlanmayan yaklaşık 50 kadar kronik hastalıkla ilişkilidir. Sigara akciğer kanseri, kronik obstrüktif akciğer hastalığı (KOAH) ve periferik aterosklerozun (damar hastalığı) ana nedenidir. Kalp-damar ve beyin-damar hastalıklarının ise başlıca nedenlerindedir. Sigara 20'ye yakın ölümcül hastalıkla ilişkilidir. Yakın zamanlarda elde edilen kanıtlar kadınların sigaradan daha fazla zarar görme olasılıkları olduğunu göstermektedir (Karlıkaya vd., 2006; Kaya, 2012: 299). Sigara kullanımı bireysel bir tercih gibi gözükse de literatürde, pek çok faktörün sigara içmeye başlamada etkili olabileceğinden bahsedilmektedir. Ebeveyn ve aile ortamı, arkadaş grupları, bireysel faktörler, biyolojik ve sosyokültürel faktörler olmak üzere belli başlıklar altında toplanan risk faktörlerinden kısaca bahsedilecektir.

1) Aile Ortamı

Henüz sigara içmeye başlamamış gençlerin ailelerinde, sigara içen kişilerin olmasının bu gençler için iyi bir model oluşturmadığı ve buna bağlı olarak da sigara içen gençlerin ailelerinde sigara içmeyen gençlerin ailelerine göre sigara kullanımının anlamlı olarak daha yaygın olduğu birçok çalışmada gösterilmiştir (Kutlu vd., 2005). Ayrıca, sigara içen ebeveynlerin sigarayı bırakmasının, çocuklarının sigara içmeye başlamamalarında veya sigara içmeyi bırakmalarında etkili olduğu bulunmuştur (Andersen et al, 2004). Sigara kullanımında bir risk faktörü olarak aile ile ilgili ele alınan diğer bir faktör ise, ailenin sosyoekonomik düzeyidir (Tyras & Pederson, 1998). Yapılan araştırmalar, anne ve babası düşük eğitim seviyesinde olan ve aylık gelir düzeyi yüksek olmayan ailelerin çocuklarında sigara kullanımının daha yaygın olduğunu göstermektedir (Yıldırım, 1997).

2) Bireysel Faktörler

Erken çocukluk döneminde öfkeli ve sinirli olan, çevre baskısına karşı koyamayan, ödüllendirilmenin gecikmesine dayanamayan kişilerde madde kullanımı ve bağımlılık riskinin yüksek olduğu bildirilmektedir (Ögel ve Erol, 2005). Kişinin doğuştan getirdiği isyankarlık, risk alma, hazzıya yönelik davranışlarda bulunma gibi bireysel özelliklerinin ileride sigara içmeye başlamada önemli risk faktörleri olduğundan bahsedilmektedir (Burt vd., 2000).

3) Biyolojik Faktörler

Sigara içen kişilerin aileleriyle yapılan çalışmalar, sigara içmeye başlamada, sigara bağımlılığının oluşmasında veya sigarayı bırakmada kişide var olan genetiksel yatkınlığın etkili olduğunu göstermektedir (Carmelli et al,

1992). Özellikle hamilelik sırasında sigara içen annelerin çocuklarının, ileride sigara içmeye daha fazla eğilimli oldukları ve hatta bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Hellstorm-Lindahl & Nordberg, 2002).

4) Arkadaş Ortamı

Özellikle ergenlik döneminde bir kimlik arayışı içinde olan gençler, sigara içmeyi yetişkine has davranışlardan birisi olarak görebilir ve bu sebeple istedikleri arkadaş grubuna kabul edilmek ve büyüdüklerini ispatlamak için sigara kullanmaya başlayabilirler (Kulaksızoğlu, 2001). Pek çok çalışmada, yakın arkadaşları sigara içen gençlerde, yakın arkadaşları sigara içmeyen gençlere göre sigara kullanımının daha yaygın olduğu tespit edilmiş ve sigara içiyor olmak gencin dahil olmak istediği grupta istenen bir davranış olarak bulunmuştur (Kutlu ve Çivi, 2006).

5) Sosyo Kültürel Faktörler

Madde kullanımının toplum tarafından kabul edildiği, nüfusun çok ve fiziksel şartların kötü olduğu, yüksek suç işleme oranına sahip gelişmekte olan ülkelerdeki gençlerin daha fazla risk altında olduğundan bahsedilmektedir (Ögel ve Erol, 2005). Bu sebeple, bazı çalışmalarda farklı etnik gruplar arasında sigara kullanım yaygınlığı açısından fark olduğu tespit edilmiştir (Leischow et al, 2000).

6) Sigaraya Ulaşılabilirlik

Yasal düzenlemeler ve uygulamalar sigaraya erişimi zorlaştırmak için yapılmaktadır. On sekiz yaşından küçüklere sigara satışını yasaklanması, sigara fiyatlarının arttırılması özellikle genç ve yoksul halkın sigaraya erişimini azaltacaktır.

B) Sigara ve Cinsiyet

Birçok ülkede erkek olarak doğmak tütün kullanımının en büyük tetikleyicisidir ve erkeklerin bayanlara oranla 4 kat daha fazla sigara tükettiği bilinmektedir (Gender and Tobacco, 2013). On dokuzuncu yüzyılın başlarında sigara tüketimi baskın olarak sadece erkeklerle sınırlıydı ve erkeklerin sigara tüketimi 20. yüzyılın ortalarına doğru giderek artmaktaydı. Bayanlarda ise sigara tüketiminin 1920'li yıllardan itibaren arttığı görülmektedir. 1970'li yıllardan günümüze kadar erkekler ve bayanlar arasındaki sigara tüketim prevelans farkı gittikçe kapanmıştır. Erkeklerin bayanlara göre hala daha yüksek oranda sigara tüketmesine rağmen yapılan bazı çalışmalarda genç yaş grubundaki bayanların erkeklere göre daha çok sigara tükettiğini ortaya koymuştur. Yine de bayanlarla karşılaştırıldığında erkeklerin daha erken yaşta

sigaraya başladıkları, günlük daha fazla sigara içtikleri ve sigaranın ötesinde pipo, puro veya elektronik sigara gibi ürünleri kullandıkları görülmektedir (Flandorfer vd., 2010: 2)

Geleneksel kadın normları sigara içimini uygun olmayan ve kadınsı olmayan bir davranış olarak tanımlamaktadır ve kadınlar da bu normları yakın sosyal ilişkiler ve aile etkisiyle benimsemektedir. Fakat iş hayatındaki ve sosyal yaşamdaki değişime adapte olan kadınların sigara gibi zararlı alışkanlıklara yönelik koruyucu tutumları zayıflamaktadır. Ayrıca bu değişim kadınların sigarayı özgürlük sembolü ve bir başkaldırı olarak görmesine de neden olmaktadır (Pampel, 2006: 467). Sigara tüketimini arttırmak için tütün endüstrisi de cinsiyet farklılıklarını göz önünde bulundurarak kadın ve erkeklere yönelik ayrı ayrı faaliyetler yürütmektedir. Kadınlara yönelik faaliyetlerde canlılık, incelik, özgürlük, entelektüellik ve cinsel cazibe gibi baştan çıkarıcı görüntüler kullanılmakta ve sigara bir özgürlük ve bağımsızlık sembolü gibi sunulmaktadır. Erkeklere yönelik faaliyetlerde ise sigara içimi, her ne kadar gerçekle alakası olmasa bile, mutluluk, zindelik, refah, güç ve cinsel başarı ile bağlantılı erkeksi bir alışkanlık olarak tanımlanmaktadır (Gender and Tobacco, 2013).

Sigara, kadın ve erkeklerde kanser, kalp hastalıkları, felç, kronik bronşit ve anfiem gibi benzer sağlık problemlerine sebep olur. Ayrıca erkeklerde üreme ve cinsel güç üzerinde olumsuz etki yaptığı bilinmektedir (Gender, Health and Tobacco 2003). Sigara içmeyenlere göre içen kadınların kısırlık riski daha fazladır ve daha geç gebe kalmaktadırlar. Gebelik sırasında sigara içimi doğmamış çocuğa önemli oranda sağlık riskleri getirir. Daha düşük doğum ağırlığı, daha düşük doğum yaşı görülür ve ölü doğum ve doğumla ilgili ölüm riski artmıştır. Sigara içen bayanların amenore, adet düzensizliği, dismenore (ağrılı adet) ve erken menopoz riskleri daha fazladır. Sağlık sonuçları açısından değerlendirildiğinde, kadın ve çocuğun halk sağlığı problemleri açısından sigara en öncelikli sorunlardandır (Karlıkaya vd., 2006: 55).

C) Sigara ile İlgili Düzenlemeler

Tütün kullanımı tüm dünyada yıllardır artış gösteren bir eğilim içerisinde. Toplumları tütün kullanımının zararlarından korumak, tütün ve tütün ürünlerini kullanan bireylerin hem kendi hem de çevresindeki kişilerin sağlığına zarar vermesini engellemek ve genç nüfusun tütün kullanımından kaynaklı zararlardan korunması için geliştirilen ve tütünle mücadelede ilk uluslararası anlaşma olan “Tütün, Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi (TKÇS) DSÖ’nün 56. Dünya Sağlık Asamblesinde 21 Mayıs 2003 tarihinde kabul edilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2009: 4). Bu sözleşmeyi takiben DSÖ, 2008 yılında tütünle mücadele kapsamında önlemler içeren “MPOWER” adında bir

politika paketi yayımlamıştır. Bu önlemler altı başlık altında toplanmıştır ve tütünle mücadele kapsamında yapılması gereken faaliyetleri içermektedir. Bu önlemler (tütün kullanımını izlemek; insanları pasif sigara dumanının zararlarından korumak; tütün kullanımından vazgeçmeleri için yardım önermek; tütünün zararları hakkında uyarmak; tütün reklam ve promosyon yasaklarını uygulamak ve tütün ürünlerinin vergilerini artırmak) tütüne olan talebi azaltmakta ülkelere yardımcı olacaktır. MPOWER’da yer alan bu önlemler, TKÇS’yi imzalayan ve taraf olan ülkelere tütünle mücadele kapsamında bir yol haritası olmuştur ve tütün kontrolü ile ilgili olarak yapılması gerekenleri anlatmaktadır (WHO, 2012a). Bu sözleşme Türkiye’de, 30 Kasım 2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye sözleşmeyi imzalayan 43. ülkedir. Şubat 2009 tarihinde TKÇS’yi 168 ülkenin imzaladığı ve 164 ülkenin de sözleşmeye taraf olduğu görülmektedir. TKÇS’nin imzalanması sonucunda ülkemizde tütün kontrolü kapsamındaki çalışmalar hızlı ve ciddi bir biçimde uygulamaya geçirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2009: 4).

Tütün ile mücadele kapsamında 1996 yılında yürürlüğe giren 4207 Sayılı “Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun” Türkiye açısından büyük ve önemli bir gelişme olmuştur (Sağlık Bakanlığı, 2009: 4). Tütün ürünlerinin sağlık üzerindeki etkilerinin önlenmesine yönelik önlemler içeren bu kanunun uygulamada yetersiz kaldığı noktalardaki eksikliklerin giderilmesi ve yasanın geliştirilmesi amacıyla, Haziran 2005’de 4207 sayılı kanunda değişiklik yapılmasıyla ilgili olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne (TBMM) sunulan kanun teklifi Şubat 2006’da TBMM genel kurulunda kabul edilmiştir. “Ulusal Tütün Kontrol Programı” kapsamında “Ulusal Tütün Kontrol Programı Eylem Planı 2008—2012” 2007 yılı sonunda hazırlanarak kamuoyu ile paylaşılmıştır. 3 Ocak 2008 tarihinde kabul edilen 5727 sayılı kanun ile 19 Temmuz 2009 tarihinden itibaren ev dışında kalan tüm kapalı alanlarda tütün ürünlerinin tüketilmesi yasaklanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2009: 4).

Yapılan düzenlemeler ve ciddi uygulamalar, Türkiye’nin MPOWER paketinde yer alan önlemleri tam ve eksiksiz olarak yerine getiren ilk ülke olmasını sağlamış (Sağlık Bakanlığı, 2013) ve bu başarı 2008 ve 2012 yıllarında gerçekleştirilen Küresel Yetişkin Tütün Araştırması (KYTA) sonuçlarına da yansımıştır. KYTA sonuçlarına göre, 2008 yılında %31,3 olan 15 yaş ve üzeri tütün ve tütün mamulleri kullanımı 2012 yılında yaklaşık olarak %27’ye düşmüştür. 2011 yılında gerçekleştirilen Türkiye Sağlık Profesyonelleri Anketine göre sağlık profesyonellerinde de sigara kullanımı ile ilgili olarak benzer bir olumlu eğilim görülmektedir. Aynı dönemde sağlık profesyonelleri arasında da benzer bir azalma eğilimi görülmüştür. 2007 yılı ile karşılaştırıldığında sigara içme oranı uzman hekimlerde %42,5 azalma ile %12,7’e, pratisyen hekimlerde ise %22,6 azalma ile %23,9’a düşmüştür. En

yüksek düşüş ise %55,5'lik bir azalma ile sağlık yöneticileri arasında olmuştur (WHO, 2012b).

D) Sosyal Pazarlama Kavramı ve Sigara İle Mücadelede Sosyal Pazarlamanın Yeri

Sosyal pazarlama kavramı ilk olarak 1970'li yılların başında ortaya çıkmıştır ve geniş bir aralıkta, özellikle de sağlık konusunda, toplum yanlısı davranış değişikliğini amaçlayan program ve projelerin anlatılmasında kullanılmıştır. (Corner & Randall, 2011: 1007). Kotler & Zaltman (1971)'e göre "sosyal pazarlama, pazarlama uygulamalarının ve teorilerinin sosyal amaçları gerçekleştirebilmek için kullanılmasıdır" (Katariaa & Larsen, 2009: 429). Bloom & Novelli (1981), "belirli bir hedef grupta sosyal bir fikrin ya da uygulamanın kabul edilebilirliğini artırma arayışı içinde olan bir programın tasarımı, uygulanması ve kontrolü" olarak tanımlamıştır. Sosyal pazarlamanın amacı halkın sağlığını geliştirmektir ve hedefi de herkes için iyi sağlıktır. Sosyal pazarlamanın stratejisi ağırlıklı olarak önleyicidir ve tedavi hizmetleri pazarını daraltmayı amaçlar (Birkinshaw, 1989: 5).

Sosyal pazarlama, belirli bir fikrin, tutumun ve davranışın kabul edilmesi, değiştirilmesi veya terk edilmesi için hedef kitleyi ikna etmeyi amaçlayan organize olarak gerçekleştirilen çabalar olarak da tanımlanır ve tüketici odaklı ticari pazarlama stratejilerinin kullanımı ile karakterize edilir (Katariaa & Larsen, 2009: 429). Araştırma, ürün tasarımı, dağıtım, bilgi, iletişim ve belki yeni bir ürünün tanıtımı veya mevcut bir ürünün tüketiminin değiştirilmesi ya da kısıtlanması gibi faaliyetleri içerir. Değişimi teşvik eder ve öncelikli olarak eğitici (Birkinshaw, 1989: 20). Sosyal pazarlama taktikleri, kendi sağlıklarını ve refahlarını geliştirmek için bireyleri ikna etmektedir (Wymer, 2010: 99). Bilgi sunucu genellikle hedef kitle hakkında bilgi sahibidir ve hedef kitlenin ilgisini çekecek mesajlar geliştirir. Geleneksel ticari pazarlamadan farkı, satışları arttırmak veya karı yükseltmekten ziyade bireylerin davranışını bilgi sunucunun istediği yönde etkilemektir (Katariaa & Larsen, 2009: 429). Buradaki amaç hedef kitleyi istenildiği gibi etkileyerek bireysel ve toplumsal refahı geliştirecek ve sağlık sorunlarını çözebilecek davranış değişikliğini sağlamaktır.

Sağlık planlamacısı veya sosyal pazarlamacı, tüketici odaklı pazar araştırması, pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi gibi pazarlama teknikleri ile pazarlama karması elemanlarını kullanmalıdır (Gordon et al., 2006: 1134). Pazarlama karması elemanlarının her birisini ayrı ayrı göz önünde bulundurmalıdır. Pazar disiplinlerine uymalı ve programını etkin olarak koordine etmelidir (Birkinshaw, 1989: 6). Wiebe (1952)'ye göre sosyal pazarlamanın başarı ile yapılabilmesi için beş faktörden söz edilmektedir.

Öncelikle hedef kitlenin konu ile ilgili düşünceleri öğrenilerek hedef kitle belli bir davranış sergilemesi konusunda yönlendirilmeli, bireyin isteğini eyleme dönüştürmesine izin verecek mekanizmalar oluşturularak mekanizmaların görevini yerine getirmede etkinliği ve yeterliliği sağlanmalı ve son olarak da müşterinin bu davranışı yerine getirmek konusunda algıladığı maliyetler azaltılmalıdır. Ayrıca, sosyal pazarlamada hedef kitlenin beklenen davranış değişikliğinde bulunmasında çevresel faktörler, kişinin yeteneği ve kendisi ile ilgili imajı gibi bazı değişkenler de etkili olabilmektedir (Bayraktaroğlu ve İltter, 2007: 125-126). Sosyal pazarlama bileşenlerinden her hangi birisinde meydana gelebilecek bir uyumsuzluk durumu diğer bileşenleri de olumsuz etkileyebilir ve programın istediği hedefleri yakalayamamasına sebep olur.

1) Sosyal Pazarlama ve Dumansız Hava Sahası

Sosyal pazarlama kapsamında, tütün kontrol programları, günümüzde birçok ülkede kapsamlı olarak uygulanmaktadır. Bu programlardaki amaç, tütün ürünlerine olan talebi dolayısıyla da tütün kullanımının bedellerini azaltmaktır. Tütün kullanımı için cesaret kırıcı mali politikalar uygulamak, çevresel sigara dumanına istemsiz maruziyetin önlenmesi, dolaylı ve dolaysız reklam, promosyon ve sponsorlukların ortadan kaldırılması, tüm okullarda tütün kullanımını engellemeye yönelik eğitim programlarının oluşturulması, sigara ile mücadelede birinci basamak sağlık hizmetlerinde çalışan hekim ve hekim dışı personelin eğitilmesi, etkili sigara bağımlılık tedavilerinin duyurulması, sosyal pazarlama kapsamında uygulanan faaliyetlerden bazılarıdır (Karlıkaya vd., 2006). Bu kapsamda yapılan uygulamalara bakıldığında DHS uygulamasının Finlandiya'da kapalı alanlarda çalışanların sigara tüketimini azalttığı görülmüştür (Helakorpi et al, 2007). İngiltere'de yapılan bir çalışmada sosyal pazarlama faaliyetlerinin sonucunda sigara bırakma kliniğine başvuru yapan hamile sigara tiryakilerinin sayısının arttığı belirtilmiştir (Lowry et al., 2004: 240). TKÇS'ni imzalayan 30 gelişmekte olan ülkeyi kapsayan bir çalışmada, reklam ve promosyon yasağının sigara tüketiminin düşmesinde önemli bir rol oynadığı ifade edilmiştir (Blecher, 2008). Kapsamlı tütün kontrol programı uygulayan birçok ülkede tütün tüketimi hızla azalmış ve sonuç olarak kanserler, kalp hastalıkları ve diğer dolaşım sistemi hastalıkları, solunum sistemi hastalıkları ve düşük doğum ağırlığı insidanslarında azalma sağlanmıştır (Karlıkaya vd., 2006).

Dumansız hava sahası, sosyal pazarlama açısından ele alındığında pazarlama karması elemanları şu şekilde ifade edilir. Sosyal pazarlama çalışmalarında ürün, satmakta olduğumuz şeydir: istenilen davranışlar ve bu davranış neticesinde elde edilen faydalardır. Ayrıca, ürün hedef kitlede davranış değişikliğinin kolaylaştırılması ve bunun gerçekleştirilmesini içerir. Sigara ile mücadelede temel ürün davranış değişikliğini sağlayacak

programların geliştirilmesidir. Temel noktası sigaranın zararlarının anlatılması olan programlar aracılığı ile bilinç ve farkındalığın artırılması, dolayısıyla da sigara tüketiminin azaltılması, pasif içiciliğin engellenmesi, sigaraya başlanmaması ve sigaranın bırakılmasının sağlanması gibi sonuçların elde edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için kampanyalarda işlenecek hammadde sigaranın zararları olarak ifade edilebilir. Ürün ambalajı olan sigara paketlerinde, son yıllarda sigaranın zararlı etkilerini anlatan görsel ve yazılı uyarılar yer almaktadır. Fransa’da yapılan bir araştırmada, sigara paketleri üzerinde bulunan görsel uyarıların yazılı uyarılardan daha etkili olduğu ve özellikle sağlık ve toplum odaklı korkutucu uyarıların daha etkili bulunduğu görülmüştür (Gallopel-Morvan et al, 2011:10).

Fiyat; yüksek fiyat ve vergilendirme politikaları da ulaşılabilirliği azaltarak bireylerin sigaraya başlaması, sigara tüketimi ve sigarayı bırakması üzerinde caydırıcı bir etkiye sahiptir. Fiyat aşamasında, sigara fiyatlarında vergi oranının artırılması yanı sıra, Türkiye’de sigara üzerinden alınan vergi oranı %81,6’dır (Alp, 2013). Türkiye’de mevcut vergi oranının gözden geçirilerek artırılması sigara için yapılan aylık harcama miktarını da arttıracaktır ve dolayısıyla özellikle genç nüfusun ve yoksul insanların sigaraya ulaşımı ve sigara tüketiminin azalmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, sosyal güvenlik primleri ile hayat ve özel sağlık sigortası primlerinin sigara içmeyenlere göre daha yüksek tutulması da fiyat açısından ulaşımı zorlaştıracak yöntemler olarak seçilebilir.

Dağıtım; sigara ile mücadele konusunda destek arayan bireylere hizmetlerin sunulduğu sağlık merkezleridir. Örneğin, hastaneler, aile sağlığı merkezleri, Alo 171 sigara bırakma hattı sigarayı bırakmak isteyen tiryakilere hem bilgi veren hem de tıbbi destek sağlayan yerlerdir. Ayrıca, hem çevre hem de birey sağlığına zarar verdiği düşünülen ürünlerin dağıtımının veya kullanımının sınırlandırılması da dağıtım sürecine faaliyetleri kapsamına girer. DHS kapsamında kapalı mekânlarda ve topluma açık yerlerde uygulanan sigara içme yasağı bu çerçevede değerlendirilir.

Tutundurma; ürünü insanlara tanıtmak ve zihinlerine yerleştirmek için yaratılan sloganlar da tutundurma faaliyetlerini içerir. Etkin bir tutundurma stratejisi sigaranın bırakılmasını sağlamak üzere davranış değişimini etkilemeyi amaçlayan dikkatlice tasarlanmış faaliyet setini ve birçok öğeyi içerir. Bunlar; her farklı hedef kitle için özel iletişim hedefleri/nesneleri; etkili ve dikkat çekici bir mesaj tasarlama rehberi ve uygun iletişim kanalının belirlenmesidir (Hayward vd., 2012). DHS kapsamında kamu spotları, reklamlar, bilgi mesajları, danışma hizmetleri vb. gibi uygulamalar, TV, radyo, basın, sosyal medya vb. gibi araçlarla tiryakilere arzulanan mesajları ulaştırmak ve DHS uygulamasının etkisini arttırmak için kullanılmıştır. Hedef kitlenin özelliklerini anlayan ve ihtiyaçlarına cevap veren mesajları içeren kampanyalar bu uygulamaların başarılı olmasına katkı sağlayacaktır. Yürütülen tutundurma

çabaları ile sigara tiryakilerinde ölüm ve kanser gibi hastalık korkusu, suçluluk, utanç, ayıplanma duygusu ve korkusu yaratılması amaçlanabilir. Örneğin, Türkiye’de televizyonlarda yayınlanmaya başlayan reklam filmleri sigaraya karşı uyarı niteliği taşımaktadır. Bir TV kamu spotunda KOAH hastası kadının “KOAH hastalığını öğrendiğim zaman dünya başıma yıkıldı, ömrüm dört duvarının arasında, bir hortuma bağlı, oksijene bağlı yaşamakla geçiyor, bir nefes için neleri feda etmezdim ama çok geç kaldım, çok çok geç kaldım” şeklinde durumunu ifade etmesi sigara içenlere önemli bir mesaj vermektedir (Ünsalver, 2011). Bu sayede bireylerin ileride karşılaşacakları zorluklar açıkça gözler önüne serilerek hedef kitleye arzulan mesajın iletilmesi ve istenilen davranış değişikliğinin sağlanması amaçlanmaktadır. Titizlikle yürütülen ve iyi tasarlanmış sosyal pazarlama faaliyetlerinin toplum üzerinde etkisi yüksek olduğundan arzulan hedeflere ulaşmak da mümkün olacaktır.

2009 yılından itibaren DHS’nin kapsamı genişletilerek uygulama alanları arttırılmış ve ev dışında kalan tüm kapalı alanlarda tütün ürünlerinin tüketilmesi yasaklanmıştır. Bu doğrultuda, bireylerin Sağlık Bakanlığı tarafından yürütülen “Dumansız Hava Sahası” uygulaması hakkındaki görüşlerini, tutumlarını ve davranışlarını değerlendirmek ve katılımcıların bu kampanya kapsamındaki uygulamalar hakkındaki görüşlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın hipotezleri ise aşağıdaki gibi tasarlanmıştır:

H1: Katılımcıların cinsiyetine göre sigaraya başlama yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Katılımcıların cinsiyetine göre sigara tüketimleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Katılımcıların cinsiyetine göre sigara bırakmayı düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Katılımcıların cinsiyetine göre sigara bırakma girişiminde bulunmaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

II) METODOLOJİ

Tütün kullanımının tüm toplumu etkileyen bir problem olmasından dolayı tütün ile mücadele kapsamında gerçekleştirilen düzenlemeler ve kampanyaların etkisinin belirlenmesi sağlık politikacılarına ve planlamacılarına kaynak olması açısından önem arz etmektedir. Türkiye de diğer dünya ülkeleri gibi tütün ile mücadele konusuna büyük önem vererek bu kapsamda yasal altyapıyı oluşturmuş ve farklı düzenleme ve kampanyaları hayata geçirmiştir. Tanımlayıcı bir araştırma niteliğinde tasarlanan bu araştırma ile DHS uygulamaları ve kampanyalarının toplumun sigara tüketimi ile ilgili tutum ve

davranışlarına etkisi belirlenerek sigara ile mücadele çerçevesinde yapılacak yeni uygulamalara yol göstermesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda, Sağlık Bakanlığı'nın yürüttüğü DHS uygulaması sigara ile mücadelede etkili olmuştur sorusu araştırmanın temel sorusunu oluşturmaktadır. Bireylerin sigara tüketim nedenlerini, tüketim miktarlarını ve sigara için ayırdıkları aylık bütçeyi belirlemek, DHS kapsamında yürütülen uygulama ve kampanyalar hakkındaki görüşlerini, tutumlarını ve davranışlarını değerlendirmek ve katılımcıların bu kampanya kapsamındaki uygulamalar sonucunda sigara tüketimleri, sigara bırakma düşüncesi ve girişimlerinin girişimlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir.

DHS uygulamasının tüm toplumu ilgilendirdiği varsayılarak bu araştırma, toplum sağlığının korunması ve sağlık seviyesinin yükseltilmesi doğrultusunda sigaranın yarattığı ve yaratacağı risk faktörlerini azaltmak adına bireylerin görüşlerine yer vermesi ve mevcut durum ile ilgili olarak paydaşlara bilgi sunması açısından önemlidir. Bu doğrultuda, daha genel sonuçlara ulaşabilmek amacıyla araştırmanın tüm Türkiye kapsamında yapılması planlanmış fakat ulaşım, zaman ve maliyet gibi kısıtlar da dikkate alındığında araştırmanın kapsamı Isparta ili ile sınırlandırılarak Isparta ilinde yaşayan bireylerin DHS uygulaması ve kampanyalar ile ilgili görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırmaya sadece Isparta'da yaşayan ve sigara içen bireylerin katılıyor olması bizler açısından sınırlılık olarak kabul edilmiştir. Adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre 205.423 erkek, 205.822 kadın olmak üzere Isparta ili nüfusu 411.245 (TUIK, 2011) kişidir. Evrenin yüz binden daha fazla olduğu durumlarda 0.95 güvenilirlikle en az 384 kişi örneklem grubu için yeterli olmaktadır (Yamane, 2001: 116-117). Isparta'da yaşayan ve basit tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 528 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket sorularının oluşturulmasında literatürdeki geçmiş araştırmalar ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Anket formu üç sayfadan ve toplam 20 sorudan oluşmaktadır. Güvenilirlik analizi, toplam puanlar üzerine kurulu ölçeklere (Likert Ölçeği, Q-Tipi Ölçek) dayalı araçların güvenilirliğini ortaya koymaya yarayan Cronbach Alfa katsayısını hesaplar. Temel varsayımlar, 'Her soru toplam skorun bir doğrusal bileşeni olmalıdır.' ve 'Ölçekte toplanabilirlik özelliğinin bulunması gerekir.' biçimindedir. Cronbach Alfa katsayısı, bireysel puanların k soru içeren bir ölçekte sorulara verilen cevapların toplanması ile bulunduğu durumlarda soruların birbirleri ile benzerliğini, yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır (Özdamar, 2002: 662). Anket sorularında Likert ölçeği ve Q-Tipi Ölçek kullanılmadığı için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmamıştır fakat anket formu Isparta ilinde ikamet eden ve basit tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 20 kişiye pilot uygulama yapılarak revize edilmiştir.

Böylelikle, anket formundaki eksiklikler, hatalar ve görüşmeciler tarafından anlaşılması zor olan ifadeler tespit edilerek giderilmiş ve görüşme formuna nihai şekli verilmiştir.

Anket uygulaması 2012 yılı Mart ve Nisan ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Anket soruları örneklem grubunun büyük bir kısmına sözlü onay alınarak yüz yüze uygulanmış, bilgisayar kullanabilen ve e-posta adresine sahip kişilere ise e-posta yoluyla ulaşıp anketi cevaplamaları sağlanmıştır. Her bir anketin tamamlanması yaklaşık 3 dakika sürmüştür. Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler araştırmacı tarafından kodlanarak bilgisayar ortamına kaydedilmiş ve SPSS 17.0 istatistik paket programı yardımıyla Sayı ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Kategorik verilerin kıyaslanmasında ki-kare testi kullanılmıştır. $P < 0,05$ değeri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

III)BULGULAR

Araştırma 2012 yılı Mart - Nisan ayları içerisinde Isparta ilinde Sağlık Bakanlığı'nın hayata geçirdiği DHS uygulamasının etkilerini araştırmak ve bireylerin yasa hakkındaki görüş, tutum ve davranışlarını belirlemek üzere yapılmıştır. Araştırmaya toplam 528 kişi katılmıştır ve katılımcıların tamamını sigara içen kişiler oluşturmaktadır. Katılımcılara ait demografik özellikler ve katılımcıların anket sorularına vermiş oldukları cevaplar aşağıda verilmiştir.

Tablo: 1
Demografik Özellikler

Cinsiyet	Sayı	%	Meslek	Sayı	%
Bayan	176	33,3	Memur	218	41,3
Erkek	352	66,7	Ev Hanımı	22	4,2
Toplam	528	100,0	İşçi	174	33,0
Gelir (TL/Ay)	Sayı	%	Esnaf	66	12,5
0-500	66	12,5	Öğrenci	38	7,2
501-1000	182	34,5	Emekli	10	1,9
1001-1500	128	24,2	Toplam	528	100,0
1501 ve üzeri	152	28,8			
Toplam	528	100,0			

Çalışmaya katılanların yaş ortalaması $34,49 \pm 9,393$ olarak bulunmuştur. Katılımcıların üçte ikisini erkekler (n:352; %66,7) oluşturmaktadır. Meslek gruplarına baktığımızda %41,3'ünün memur, %33'ünün işçi, %12,5'inin esnaf ve %7,2'sinin öğrenci olduğu görülmektedir. Aylık gelir durumuna göre, katılımcıların üçte birinin (n:182; %34,5) 500-1.000 TL arası aylık gelire sahip olduğu görülürken 1.501 TL ve üzeri gelire sahip olanların oranının %28,8 olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar genel olarak orta ve alt gelir seviyesinde kişilerdir.

Tablo: 2
Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sigaraya Başlama Yaşı

	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
Sigaraya başlama yaşıınız?	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<=10,00	0	0	18	5	18	3,3
11-20	128	73	288	82	416	78,9
21-30	42	24	46	13	88	16,7
31-40	6	3	0	0	6	1,1
Toplam	176	100	352	100	528	100

Erkeklerde en erken sigaraya başlama yaşının 8 en geç sigaraya başlama yaşının ise 29 olduğu, kadınlarda ise en erken sigaraya başlama yaşının 13 en geç sigaraya başlama yaşının ise 37 olduğu görülmüştür. Kadınlarda ortalama sigara başlama yaşı 19.94 ± 4.245 iken erkeklerde bu değer 16.99 ± 3.559 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetleri ve sigaraya başlama yaşı arasındaki ilişki incelendiğinde; cinsiyet ve sigara başlama yaşları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ve H1 hipotezi kabul edilmiştir ($P<0,05$). Bu farklılık, erkek katılımcıların yüzde seksen ikisinin ve bayan katılımcıların yüzde yetmiş üçünün 11-20 yaşları arasında sigaraya başlamış olmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo: 3
Katılımcıların Sigara İçme Nedenleri

Sigara içme nedeniniz sizce aşağıdaki maddelerden hangisidir?	Sayı	%
Ailevi nedenler	36	6,8
Sosyoekonomik nedenler	54	10,2
Arkadaş ortamı	144	27,3
Bireysel nedenler	134	25,4
Diğer	160	30,3
Toplam	528	100,0

Katılımcılara hangi nedenlerden dolayı sigara içtikleri sorulduğunda % 27,3 (n:144) arkadaş ortamının, %25,4 (n:134) bireysel nedenlerin etkili olduğunu belirtirken ailevi nedenlerden dolayı sigara içtiğini ifade edenlerin ise sadece %6,8(n:36) olduğu görülmüştür. Katılımcıların % 30,3'ü (n:160) ise yukarıda bahsedilen nedenlerden farklı sebepler olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Farklı nedenlerin ise alışkanlık, keyif için, zevk almak ve can istemesi olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo: 4
Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sigara Tüketim Miktarları

Sigara Tüketim Miktarı (Adet/gün)	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1 – 5 arası	24	13,5	14	3,9	38	7,2
6 – 10 arası	64	36,3	44	12,4	108	20,4
11 – 15 arası	12	6,8	42	12	54	10,4
16 – 20 arası	68	38,6	190	53,9	258	48,8
25 – 30 arası	4	2,2	24	6,9	28	5,2
35 adet	0	0	4	1,1	4	0,8
40 adet	4	2,2	30	8,5	34	6,4
50 adet	0	0	2	0,6	2	0,4
60 adet	0	0	2	0,6	2	0,4
Toplam	176	100	352	100	528	100

Cinsiyete göre günlük sigara tüketim miktarları incelendiğinde erkeklerin günlük sigara tüketim miktarının en düşük 3 adet en yüksek 60 adet olduğu, bu tüketimin kadınlarda günlük en düşük 1 adet en yüksek ise 40 adet olduğu görülmüştür. Yapılan değerlendirmeler doğrultusunda kadınlarda ortalama sigara tüketim miktarı 13.99 ± 7.637 iken erkeklerde bu değer 20.27 ± 9.222 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyeti ve sigara tüketim miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde; cinsiyet ve sigara tüketim miktarı arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ve H2 hipotezi kabul edilmiştir ($P < 0,05$). Bu farklılığın erkeklerin kadınlara göre daha yüksek miktarda sigara tüketmesinden kaynaklandığı görülmektedir.

Tablo: 5
Katılımcıların Sigaraya Ayırdıkları Bütçe

Sigaraya aylık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz?(TL.)	Sayı	%
100,00	64	12,1
150,00	124	23,5
200,00	80	15,2
250,00	36	6,8
300,00	26	4,9
Toplam	528	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin sigara için aylık ortalama harcamaları 152 TL olarak belirlenmiştir. Bireyler aylık en düşük 10 TL bütçe (%1,1; n:6) ayırırken, sigara için ayrılan aylık en yüksek bütçenin 480 TL (%0,4; n:2) olduğu belirlenmiştir.

Tablo: 6
Sigara Tüketim Sıklığının Mevsimlere Göre Dağılımı

	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Sigara içme sıklığınız mevsimlere göre değişiklik	192	36,3	336	63,7	528	100

“Sigara içme sıklığınız mevsimlere göre değişiklik gösteriyor mu” sorusuna katılımcıların %63,7’si (n:336) sigara içme sıklığının mevsimlere göre değişiklik göstermediği, %36,3’ü ise (n:192) bu sıklığının mevsimlere göre

değişiklik gösterdiğini ifade etmiştir. Sigara tüketiminin en çok arttığı mevsimler ise %15,2 (n:80) yaz mevsimi ve %12,1(n:64) kış mevsimi olurken sonbahar mevsiminde bu oranın %3,4'e (n:18) kadar düştüğü görülmektedir.

Tablo: 7
Katılımcıların Sigara ile İlgili İfadelere İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

	Evet		Hayır		Toplam		Std. Sapma
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Ruh halinizdeki değişiklik sigara tüketim miktarını artırıyor mu?	418	79,2	110	20,8	528	100	,419
Sağlık Bakanlığının kapalı alanda sigara içme yasağı sigara tüketim oranınızı negatif (azaltma) yönde etkiledi mi?	310	58,7	218	41,3	528	100	,493
Sağlık Bakanlığının dumansız hava sahası uygulaması sonucunda hiç cezai işlem gördünüz mü?	30	5,7	498	94,3	528	100	,232
Sigara satılan mekânlarda 18 yaş altı yasağına uyulduğunu düşünüyor musunuz?	182	34,5	346	65,5	528	100	,476
Sağlık Bakanlığının kapalı alanlarda sigara içilme yasağını doğru buluyor musunuz?	494	93,5	34	6,4	528	100	,253
Sigaranın neden olduğu sağlık sorunlarını biliyor musunuz?	500	94,7	28	5,3	528	100	,224
Sigara içmenizden dolayı herhangi bir rahatsızlık yaşadınız mı?	156	29,5	372	70,5	528	100	,457
Kapalı alanlarda sigara içerken dumanından çevredeki bireylerin pasif içici olarak zarar gördüğünü biliyor musunuz?	512	97,0	16	3,0	528	100	,172

Katılımcıların %79,2'si (n:418) ruh hallerindeki değişikliklerin sigara tüketim miktarını arttırdığını belirtmiştir. Ruh halinin arttırdığı sigara tüketim miktarının, DHS uygulamasının da olumlu etkisi ile düştüğü görülmektedir. Bu yasa kapsamında, bireylerin % 58,7'si (n:310) kapalı alanlarda sigara tüketim miktarlarının azaldığını belirtmiştir. Bu sonuca göre, alınabilecek daha sıkı tedbirler doğrultusunda bireylerin sigara tüketim miktarının daha da düşeceği öngörülebilir. "Sağlık Bakanlığının DHS uygulaması sonucunda hiç cezai

işlem gördünüz mü” sorusuna bireylerin sadece %5,7’si cezai işlem gördüklerini belirtmiştir. Türkiye’de, kapalı alanlarda sigara içme yasağı sonucunda ceza uygulaması etkin bir şekilde yerine getirilmemektedir. Cezanın kesilmesi ile ilgili olarak bir otorite boşluğu bulunmaktadır. Ayrıca birçok hizmet işletmesi (restoran, kafe, bar etc...), farklı çözümler üreterek işletme tesislerini sigara içmeye elverişli konuma getirmiştir. Tedbirlerin ve denetlemelerin arttırılması ve otorite boşluğunun giderilmesi sonucunda sigara ile mücadelede daha başarılı olunacağını söyleyebiliriz.

Yaklaşık her üç katılımcının ikisi (%65,5; n:346) sigara satılan mekânlarda 18 yaş altı yasağına uyulmadığını düşünmektedir. Bu yasağa uyulmasının etkin olarak sağlanması ile sigaraya başlama yaşının yükseleceği söylenebilir. Bu konuda daha ciddi yaptırımlar ve denetimlerin hayata geçirilmesi ile bu yasağın daha etkin uygulanması sonucunda arzulan amaca ulaşılması daha kolay olabilir. “Sağlık bakanlığının kapalı alanlarda sigara içme yasağını doğru buluyor musunuz” sorusuna çalışmaya katılanların %93,5’i (n:494) kapalı alanlarda sigara içilme yasağını doğru bulduğunu belirtmişlerdir. Bu yasağı doğru bulmayan %6,4’lük (n:34) kesim ise yasanın demokrasiye aykırılığını, daha çok içme isteği uyandırdığını, iş verimliliğini azalttığını, özgürlüklerini kısıtlandığını ve anlamsız olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir.

Katılımcıların %94,7’si (n:500) sigaranın neden olduğu sağlık sorunlarını bildiğini belirtmiş fakat buna rağmen sigara içmeye devam ettiğini ifade etmiştir. Sigara tüketicilerinin sigaranın zararları konusunda bilinçli ve bilgili olmalarına rağmen toplumda sigara içme oranının hala yüksek oranlarda seyretmesi ise şaşırtıcıdır. “Sigara içmenizden dolayı herhangi bir rahatsızlık yaşadınız mı” sorusuna katılımcıların %70,5’i (n:372) sigaradan dolayı herhangi bir rahatsızlık yaşamadığını %29,5’i (n:156) ise sigara içiminden ötürü rahatsızlık yaşadığı yönünde görüş bildirmiştir. Yaşanılan rahatsızlık oranı sigaranın bireyler üzerindeki yıkıcı etkisinin olduğunu gözler önüne sermiştir. “Kapalı alanlarda sigara içerken dumanından çevredeki bireylerin pasif içici olarak zarar gördüğünü biliyor musunuz” sorusuna %97’si (n:512) çevredeki bireylerin pasif içici olarak zarar gördüğünü bildiklerini fakat yine de sigara içmeye devam ettikleri yönünde görüş bildirmişlerdir.

Tablo: 8
DHS Uygulamasının Sigara Bırakma Üzerindeki Etkisi

Sigarayı bırakmayı düşündünüz mü?	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	70	39,8	134	38,1	204	38,6
Hayır	106	60,2	218	61,9	324	61,4
Toplam	176	100	352	100	528	100

“Sağlık Bakanlığı DHS uygulaması kapsamında kapalı alanlarda sigara içme yasağından dolayı sigarayı bırakmayı düşündünüz mü” sorusuna, çalışmaya katılan bireylerin %61,4’ü (n:324) kapalı alanlarda sigara içme yasağının sigara tüketimi konusunda bireysel olarak kendileri üzerinde etkili olmadığı ve sigarayı bırakmayı düşünmedikleri yönünde görüş bildirmişlerdir. Buna rağmen uygulama yaklaşık olarak her on kişinin dördü üzerinde etkili olmuştur. Cinsiyete göre yasanın sigara bırakma üzerine etkisi incelendiğinde erkeklerin %38.1’i (n:134) kadınların da %39.8’i (n:70) yasanın sigarayı bırakma konusunda kendileri üzerinde etkili olduğunu belirtirken erkeklerin %61.93’ü (n:218) ve kadınların %60.23’ü (n:106) uygulamanın sigarayı bırakma konusunda kendileri üzerinde etkili olmadığını belirtmiştir. Yapılan değerlendirmeler doğrultusunda yasanın kadınlar ve erkekler üzerinde sigarayı bırakma üzerine etkisinin düşük olduğu bulunmuştur. Yapılan ki-kare testine göre katılımcıların cinsiyeti ve sigarayı bırakma arasındaki ilişki incelendiğinde; cinsiyet ve sigara bırakma arasında anlamlı bir farklılık gözlenmediği belirlenmiştir ve H3 hipotezi reddedilmiştir ($P>0,05$).

Tablo: 9
Katılımcıların Sigara Bırakma Girişimleri

Sigara bırakma girişiminde bulundunuz mu?	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	82	47	156	44	238	45,1
Hayır	94	53	196	56	290	54,9
Toplam	176	100	352	100	528	100

“Sağlık Bakanlığının DHS uygulamasından ötürü hiç sigara bırakma girişiminde bulundunuz mu?” sorusuna katılımcıların %54,9’u (n:290) sigarayı bırakmayı hiç düşünmediğini ifade ederken %45,1’i ise (n:238) sigarayı bırakmayı düşündüğü yönünde görüş bildirmiştir. Verilen cevaplar DHS uygulamasının sigarayı bırakma konusunda bireyler üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Cinsiyetlerine göre incelediğimizde ise kadın ve erkeklerin görüşlerinin birbirine yakın olduğu gözlenmiştir. Buna göre erkek katılımcıların % 44’ü (n:156) yasadan ve kampanyalardan ötürü sigarayı bırakma girişiminde bulduklarını belirtirken kadınlarda bu oranın %47 (n:82) olduğu görülmüştür. Yapılan ki-kare testi sonucunda cinsiyet ve sigarayı bırakma girişiminde bulunmak arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir ve H4 hipotezi reddedilmiştir ($P>0,05$).

SONUÇ

Tütün kullanımı, tüm dünyada toplum sağlığını etkileyen önemli bir halk sağlığı sorunudur ve tütünle mücadele çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalar gün geçtikçe kapsamını genişleterek yaygınlaşmaktadır. Tütün kullanımından kaynaklanan hastalık ve ölümlerin önlenemez olduğu bilinmesine rağmen dünyada toplam sigara tüketimi artmaktadır. Zararlarına rağmen sigara içmek toplum tarafından halen kabul edilebilir bir davranış olarak kabul görmektedir. Sigaranın bağımlılık yapıcı etkisinin yanı sıra insan vücudunda bulunan birçok sistem üzerinde olumsuz etkileri vardır. Bu etkilerin sonuçları kliniğe ciddi sağlık problemleri olarak yansımaktadır.

Türkiye, 2009 yılında yürürlüğe giren 4207 sayılı kanun ile Avrupa'da yüzde yüz dumansız hava sahasına geçen üçüncü ülke olmuştur. DHS uygulaması kapsamında sosyal pazarlama faaliyetlerinin kullanılması yasanın etkisini artırarak sigara tüketiminin düşmesine yardımcı olmuş ve sigara tiryakilerinin sigarayı bırakmayı düşünmelerini sağlamıştır. Çalışmaya Isparta ilinde ikamet eden ve sigara için 528 kişi katılmıştır ve yaş ortalaması 34,49 dur. Çalışmada dikkat çeken en önemli hususlardan birisi sigaraya başlama yaşıdır. Sigaraya başlama yaşı prevelansının en yüksek 15-20 yaş aralığında olduğu görülmüştür. En küçük sigaraya başlama yaşının ise üzücü bir şekilde 8 olduğu belirlenmiştir. Çalışmada Sağlık Bakanlığının başlatmış olduğu kapalı alanda sigara içme yasağının bireylerin sigara tüketimi üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Fakat sigara içmeye başlama yaşının 8'e kadar düşmesi ve en sık görülen sigaraya başlama yaş aralığının 15-20 yaşlar arası olması, sigara satış merkezlerinde 18 yaş altına sigara satış yasağı hususuna uyulmadığını göstermiştir. Sigara satış merkezlerinin daha sıkı ve sık izlenerek denetlenmesi ile sigara satış noktalarındaki satış elemanlarının daha hassas ve bilinçli davranmasını sağlayacak eğitimlerin verilmesi sayesinde 18 yaşından küçükler sigara satışı konusunda yasanın tam olarak uygulanması hem sigaraya başlama oranının hem de sigara tüketiminin düşmesinde önemli bir faktör olabilir.

Sigaraya karşı mücadelede sigara tüketiminin azalması ve sigaraya başlamayı engelleyecek ya da geciktirecek önleyici faaliyetlere daha fazla önem verilmelidir. Bu konuda ilk görev ailelere, eğitimcilere ve toplum için rol model oluşturan kişilere düşmektedir. Rol model olarak adlandırılan kişilerin çocukların görebileceği yerlerde sigara içmemesi ve medyada sigara içerken çekilen görüntülerin yayınlanmaması çocukların ve ergenlerin sigaraya özenmemesi için önemlidir. Aynı şekilde İlköğretimden itibaren sigaranın zararları ile ilgili çocukların ve ergenlerin ilgisini çekecek yöntemlerle hazırlanmış eğitimler ve kampanyalar sigaranın zararları hakkında öğrencilerin farkındalıklarının artırılmasına ve bilinçlenmelerine katkı sağlayacaktır.

Ayrıca bu bilinci sağlamak için sağlık sisteminin paydaşları sigaranın zararları ile ilgili topluma eğitimler vermeli ve kitle iletişim araçları daha etkin kullanılarak sigaranın zararları görsel olarak desteklenmiş eğitici programlarla daha geniş kitlelere anlatmalıdır. Şu anda yürürlükte olan ve özellikle kitle iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilen kampanya faaliyetlerinin gösterim sıklığının artırılması ve farklı içeriklerin geliştirilmesi sigara tiryakilerinin davranışları üzerinde olumlu etkiler sağlayabilir.

Araştırmada cinsiyet ile sigara tüketimi ve sigaraya başlama yaşı arasında istatistik olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ve erkek tiryakilerin kadınlardan daha fazla sigara tükettiği ve sigaraya daha erken yaşlarda başladığı görülmüştür. Cinsiyet ile sigarayı bırakmayı düşünme ve sigarayı bırakma girişiminde bulunma arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Erkek katılımcıların %38,1'i, kadın katılımcıların da %39,8'i DHS uygulamasının ve kampanyaların sigarayı bırakmayı düşüncelerinde etkili olduğunu belirtirken erkek katılımcıların % 44'ü kadın katılımcıların da %47'si yasadan ve kampanyalardan ötürü sigarayı bırakma girişiminde bulduklarını belirtmiştir. Bu sonuçlar, Sağlık Bakanlığı'nın yürüttüğü DHS uygulamasının sigara ile mücadelede etkili olduğunu göstermektedir. KYTA sonuçları da araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Ayrıca, bu oranların daha da iyileştirilmesi için politika oluşturma ve uygulama süreçlerinde hedef kitlelerin daha iyi tanınması, araştırma bulgularının ve cinsiyet farklılıklarının göz önünde bulundurulması politikaların başarısına katkı sağlayacaktır. Geliştirilecek stratejiler doğrultusunda hedef kitlenin özelliklerine uygun ve ihtiyaçlarına cevap veren kampanyalar, bu uygulamaların başarılı olmasına katkı sağlayacaktır. Bunun için daha kapsamlı ön araştırmaların yapılması, hazırlanacak kampanyaların bu araştırmalardan elde edilen veriler ışığında oluşturulması, kampanyalarda kullanılacak mesajların ve kullanılacak iletişim kanallarının iyi seçilmesi gerekir. Ek olarak, yazarlar tarafından araştırmanın tüm ülke kapsamında uygulanması ve sosyal pazarlama kapsamında gerçekleştirilen kampanyaların etkisini ortaya koyacak yeni çalışmaların yapılması önerilmektedir. Yeni araştırmalar hedef kitle hakkında daha fazla bilgi elde edilmesine ve kampanyaların etkisini ortaya koyabilmeleri açısından önemlidir ve tütün ile mücadeleye olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ALP, A. (2013), Sigaradaki Vergi Yüğü Arttı,
<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/22271725.asp> (10.01.2013)
- AMERICAN CANCER SOCIETY (07.03.2013), Questions About Smoking, Tobacco, and Health. Topic: What in tobacco smoke is harmful?"
<http://www.cancer.org/cancer/cancercauses/tobaccocancer/questionsaboutsmokingtobacc>

- oandhealth/questions-about-smoking-tobacco-and-health-cancer-and-health
(07.03.2013),
- ANDERSEN, M. R., Leroux, J B. G., Bricker, B., Rajan, K. B., and Petersen A. V. (2004), "Antismoking Parenting Practices are Associated with Reduced Rates of Adolescent Smoking", *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, Vol.158, pp. 348-352.
- BAYRAKTAROĞLU, G., İltter, B. (2007), "Sosyal Pazarlama: Engeller Ve Öneriler", *Ege Akademik Bakış*, 7(1) ss. 117-132.
- BIRKINSHAW, Marie (1989), "Social Marketing For Health, World Health Organization, http://whqlibdoc.who.int/hq/1989/HMD_89.2.pdf
- BLECHER E. (2008), "The impact of tobacco advertising bans on consumption in developing countries". *Journal of Health Economics*, Vol. 27 No.4, pp. 930-942 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhealeco.2008.02.010>
- BLOOM, P., Novelli, W.D. (1981), "Problems and Challenges in Social Marketing", *Journal of Marketing*, 45 (Spring). pp. 79-88.
- BURT, RD., Dinh, KT., Peterson, AV., Sarason, IG., (2000), "Predicting Adolescent Smoking: A Prospective Study of Personality Variables". *Preventive Medicine*, 30/2, pp. 115-125.
- CARMELLI, G. B., Swan, G. E., Robinette, D., and Fabsitz, R. (1992), "Genetic Influence on Smoking- A study of Male Twins". *New England Journal of Medicine*, Vol.327, p. 829-833.
- CORNER, A., Randall, A. (2011), "Selling climate change? The limitations of social marketing as a strategy for climate change public engagement". *Global Environmental Change*, Vol. 21 pp. 1005-1014, doi:10.1016/j.gloenvcha.2011.05.002
- FLANDORFER, P., Wegner, C., & Buber, I. (2010) Gender Roles and Smoking Behaviour, Working Papers 07/2010, Vienna Institute of Demography, Austrian Academy of Sciences http://www.oew.ac.at/vid/download/WP2010_07.pdf (15.03.2013)
- GALLOPEL-MORVAN K. et al. (2011), "The use of visual warnings in social marketing: The case of tobacco", *Journal of Business Research*, Vol.64, pp. 7-11.
- GENDER AND TOBACCO (2013), Tobacco Free Initiative, World Health Organization. <http://www.who.int/tobacco/research/gender/about/en/> (15.03.2013)
- GENDER, HEALTH AND TOBACCO (2003), Department of Gender and Women's Health, World Health Organization. http://www.who.int/gender/documents/Gender_Tobacco_2.pdf (15.03.2013)
- GORDON R., McDermotta L., Steada M. and Angus K., (2006), "The effectiveness of social marketing interventions for health improvement: What's the evidence?", *Public Health* Vol. 120, pp. 1133-1139. doi:10.1016/j.puhe.2006.10.008
- HAYWARD, L., Lambraki, I., and Garcia, J. (2012), Social Marketing to Influence Young Adults' Tobacco Behaviour, Toronto, Ontario: Program Training and Consultation Centre and the Propel Centre for Population Health Impact, University of Waterloo.
- HELAKORPI, SA., Martelin TP., Torppa JO., Kristiina M. Patja KM., Kiiskinen UA., Vartiainen EA., Uutela AK. (2007), Did the Tobacco Control Act Amendment in 1995 affect Daily smoking in Finland? Effects of a restrictive workplace smoking policy, *Journal of Public Health*, 30(4), pp. 407-414, doi:10.1093/pubmed/fdm051
- HELLSTROM-LINDAHL, E., Nordberg, A. (2002), "Smoking During Pregnancy: A Way to Transfer the Addiction to the Next Generation?", *Respiration*, 69/4, pp. 289-293.
- İBRAHİMOV, F., Şahin, İ., Eminağa, F., Feyzioğlu, K., Metin, B.C., ve Aslan, D., (2012), "Nargile İçicilerinin Bazı Özellikleri Ve Ekspiryum Havasında Karbon Monoksit (Co) Düzeylerinin Saptanması", *Gülhane Tıp Dergisi*, Vol.54, ss. 49-56 http://uvf.ulakbim.gov.tr/uvf/index.php?cwid=9&vtadi=TTIP&c=iparadigms&ano=146885_4360371d4a67dd929dacc2161de99e47 (07.03.2013)

- KARLIKAYA, C., Öztuna, F., Solak, Z. A., Özkan, M., ve Örsel, O. (2006), "Tütün Kontrolü", *Toraks Dergisi*, 7(1), ss. 51-64. <http://toraks.dergisi.org/text.php3?id=475> (07.03.2013)
- KATARIAA Mitesh, Larsén, K. (2009), "Effects of social marketing on battery collection, Resources", *Conservation and Recycling*, Vol. 53, pp. 429-43, doi:10.1016/j.resconrec.2009.03.003 3
- KAYA A. (2012), "Sigaranın Muhasebesi: Sigara Kullanımına Ekonomi Ve Sağlık Açısından Bir Bakış", *II. Bölgesel Sorunlar Ve Türkiye Sempozyumu, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, ss.297-302 <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/Imagesimages/files/34.pdf>
- KOTLER, P., Zaltman, G. (1971), "Social marketing: an approach to planned social change", *Journal of Marketing*, 35(3), pp. 3-12.
- KULAKSIZOĞLU, A. (2001), Ergenlik Psikolojisi, 4. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- KUTLU, R., Marakoğlu K., ve Çivi S. (2005), "Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi Hemşirelerinde Sigara İçme Durumu ve Etkileyen Faktörler", *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 27/1, 29-34.
- KUTLU, R. ve Çivi S. (2006), "Seydişehir Meslek Yüksek Okulu Öğrencilerinde Sigara Kullanma Durumu ve Etkileyen Faktörler", *Bağımlılık Dergisi*, 7/2, ss. 71-79.
- KÜRESEL YETİŞKİN TÜTÜN ARAŞTIRMASI RAPORU (2010), Sağlık Bakanlığı http://www.havanikoru.org.tr/dosya/Docs_Tutun_Dumaninin_Zararlari/KYTA_Kitap_Tr.pdf (10.01.2013)
- LOWRY R.J., Hardy S., Jordan, C. And Wayman G. (2004), "Using social marketing to increase recruitment of pregnant smokers to smoking cessation service: a success story". *Public Health* 118: 239-243. doi:10.1016/j.puhe.2003.09.010
- LEISCHOW, S. J., Ranger-Moore, J. And Lawrence, D. (2000), "Addressing Social and Cultural Disparities in Tobacco Use", *Addictive Behaviors*, 25/6, pp. 821-831.
- ÖGEL, K., Erol B. (2005), "Çocuklarda Sigara, Alkol ve Madde Bağımlılığı", 7-14 Yaş Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Dizisi, Morpo Kültür Yayınları, İstanbul.
- ÖZDAMAR, K. (2002). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi, Kaan Kitabevi, Eskişehir, s.662
- PAMPEL, F.C. (2006), Global Patterns and Determinants of Sex Differences in Smoking, *Int J Comp Sociol.* 2006 December; 47(6): 466-487. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3160810/pdf/nihms316426.pdf>
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2009), Dumansız Hava Sahası Denetim Ekipleri İçin Rehber, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Havanı Korumaya, http://www.ssuk.org.tr/eski_site_verileri/brosur_kitap/dumansiz_hava_sahasi.pdf (10.03.2013)
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2010), Tütün Bağımlılığı İle Mücadele El Kitabı (Hekimler İçin), Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Bakanlığı Yayın No: 796, http://www.havanikoru.org.tr/dosya/Docs_Tutun_Dumaninin_Zararlari/Tutunle_Mucadele_El_Kitabi.pdf (10.03.2013).
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2013), Türkiye'nin Dumansız Hava Sahası Dünyaya "Resmen" Örnek Oldu. <http://www.saglik.gov.tr/TR/belge/1-16376/turkiyenin-dumansiz-hava-sahasi-dunyaya-resmen-ornek-ol-.html> (15.03.2013).
- TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ (2005), 4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Teklifi. T.C. Resmi Gazete, 22829, 26.11.1996. <http://www2.tbmm.gov.tr/d22/2/2-0555.pdf> (07.03.2013)
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2011), Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine http://www.tuik.gov.tr/VeriTabanlari.do?vt_id=28&ust_id=11 (13.11.2012)
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2012), Küresel Yetişkin Tütün Araştırması, Haber Bülteni Sayı. 13142. 31.08.2012 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13142> (10.03.2013)

- TOBACCO ATLAS (2013) <http://www.tobaccoatlas.org/> (8.03.2013)
- TYRAS, S. L., Pederson, L. L. (1998), "Psychological Factors Related to Adolescent Smoking: A Critical Review of the Literature". *Tobacco Control*, 7/4, pp. 409-420.
- ÜNSALVER, Barış Önen (2011), "Sigara Ruh Halini Bozuyor mu?", <http://www.e-psikiyatri.com/sigara-ruh-halini-bozuyor-mu-24718> (25.10.2012)
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (2010), 10 facts on gender and tobacco, World Health Organization - Department of Gender, Women and Health. Switzerland. http://www.who.int/gender/documents/10facts_gender_tobacco_en.pdf (07.03.2012)
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (2012a), Tobacco, Fact Sheet No:339, May 2012. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html> (10.03.2012)
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (2012b), Turkey marks progress in fight against non-communicable diseases http://www.who.int/features/2012/ncd_turkey/en/index.html (10.03.2012)
- WIEBE, G.D. (1952), "Merchandising commodities and citizenship on television", *Public Opinion Quarterly* Vol. 15, pp.679–691.
- WYMER, W. (2010), "Rethinking the boundaries of social marketing: Activism or advertising?", *Journal of Business Research*, Vol. 63, pp. 99–103, doi:10.1016/j.jbusres.2009.02.003
- YAMANE, T. (2001), Temel Örnekleme Yöntemleri, Çev: A.Esin, M.A.Bakır, C. Aydın, E. Gurbuzsel (İstanbul: Literatür Yayınlar).
- YILDIRIM, I. (1997), "Sigara, Alkol ve Uyuşturucu Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Vol. 13, ss. 147-155.

PSİKOLOJİK DAYANIKLILIĞIN TÜKENMİŞLİK ÜZERİNE ETKİSİ: ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ARACILIK ROLÜ

M.Gökhan BİTMİŞ*

Alptekin SÖKMEN**

Hakan TURGUT***

Öz:

Bu çalışmada işgörenlerin psikolojik dayanıklılık, örgütsel özdeşleşme ve tükenmişlik duyguları incelenerek örgütsel özdeşleşmenin psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik ilişkisindeki olası aracılık rolü araştırılmıştır. Psikolojik dayanıklılığın örgütsel özdeşleşme ve işgörenlerin tükenmişlik düzeyleri üzerine etkilerini konu alan çalışmalara ilgili yazında yeterince yer verilmemiştir. Ayrıca, ilgili yazında örgütsel özdeşleşmenin tükenmişlik üzerindeki etkileri konusunda net bir sonuca ulaşamamıştır. Bu çalışmada, psikolojik dayanıklılık, örgütsel özdeşleşme ve tükenmişlik arasındaki ilişkiler yeniden ele alınarak ilgili yazına katkı sunulması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın örneklemini 430 kamu çalışanı oluşturmuştur. Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Ölçüm araçları olarak geçerliliği ve güvenilirliği daha önceki çalışmalarda tespit edilmiş olan Friberg, Hjemdal, Rosenvinge ve Martinussen tarafından geliştirilen psikolojik dayanıklılık ölçeği, Maslach ve Jackson tarafından geliştirilen tükenmişlik ölçeği kullanılmıştır. Örgütsel özdeşleşme ile ilgili ifadeler ise Mael ve Ashforth tarafından geliştirilen ölçek yardımıyla değerlendirilmiştir.

Araştırma hipotezlerini test etmek üzere korelasyon ve bir dizi regresyon analizleri uygulanmıştır. Aracılık testi için Baron ve Kenny tarafından önerilen üç aşamalı yaklaşım kullanılmıştır. Sonuçlar, psikolojik dayanıklılığın örgütsel özdeşleşmeyi pozitif, işgörenlerin tükenmişlik duygusunu ise negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermiştir. Örgütsel özdeşleşmenin, psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik ilişkisindeki aracılık rolü ise belirlenememiştir. Bulgular, bireylerin psikolojik dayanıklılıklarının tükenmişlik seviyeleri üzerindeki doğrudan etkilerine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Dayanıklılık, Tükenmişlik ve Örgütsel Özdeşleşme

* Arş.Görv. Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
mgbitmis@gazi.edu.tr

** Doç.Dr. Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
asokmen@gazi.edu.tr

*** Yrd. Doç.Dr. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler M.Y.O.
hturgut@baskent.edu.tr

Bu çalışmanın bir kısmı Sakarya Üniversitesi tarafından düzenlenen 1. Örgütsel Davranış Kongresi'nde sunulmuştur.

THE EFFECT OF RESILIENCE ON BURNOUT: THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

Abstract:

This study investigates employees' resilience, organizational identification, and burnout relationships and analyzes the potential mediating role of organizational identification in the relationship between resilience and burnout. The literature regarding the relationship between resilience, burnout, and organizational identification has not documented well. Further, the relationship between organizational identification and burnout has inconsistent findings. Thus, the relationships between resilience, burnout and identification are reevaluated in this research in order to make significant contributions to the relevant literature.

The sample of the study is composed of 430 state employees in Turkey. Survey method is used for collecting data. The reliability and validity of our measurement instruments are tested before in the previous studies. Resilience Scale for Adults, which was developed by Friborg, Hjemdal, Rosenvinge, and Martinussen was employed to measure resilience level of employees. Burnout was measured by Maslach and Jackson's Burnout Inventory. Finally, organizational identification was measured by Mael and Ashforth's identification scale.

Correlation and a series of regression analyses are applied for testing research hypotheses. Baron and Kenny's three step procedures are employed in order to test mediation effect. Results show that resilience positively affects organizational identification and negatively affects the employee's burnout level. The mediating role of organizational identification in the relationships between resilience and burnout is not supported. Findings highlight the direct effects of resilience on employee's burnout level.

Keywords: Resilience, Burnout, and Organizational identification.

GİRİŞ

İş dünyası koşulları, işgörenlerin yoğun bir şekilde çalışmalarını gerektirmekle birlikte bu tempo karşısında işgörenlerin sergiledikleri tutum ve davranışlar önemli bir yer tutmaktadır. Günümüzde başarılı yöneticiler; işgörenlerinin örgüte bağlanma ve örgütsel vatandaşlık gibi davranışlar göstermelerinin ötesinde örgütleri ile kendilerini özdeşleştirmiş ve kendilerini örgütün bir parçası olarak hissederek, güçlükler karşısında yılmayarak çalışan, örgütünün yanında olan ve gerek örgüt içi gerekse örgüt dışı sorunlara göğüs gererek tükenmişlik gibi olumsuz eğilimlere yönelmeyen işgörenlerle çalışmak istemektedir. Psikolojik dayanıklılığı yüksek bir işgörenin stres eşiğinin daha yüksek olabileceği ve bu sayede de çatışma, kriz, değişim ve diğer kritik koşullarda daha yüksek motivasyonla performans göstermesi beklenebilir. Psikolojik dayanıklılığı yüksek işgörenler, daha düşük oranda tükenmişlik duygusuna sahip olabilirler ve örgütsel amaçlara etkin ve verimli bir şekilde ulaşılmasına katkı sağlarlar. Bu bağlamda psikolojik dayanıklılığı yüksek, kendini örgütü ile özdeşleştirmiş ve tükenmişlik düzeyi düşük işgörenler günümüz rekabetçi piyasalarında örgütler için vazgeçilmez birer sermaye unsuru olmaktadır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Genel olarak bir başarı veya uyum sağlama süreci olarak tanımlanan psikolojik dayanıklılık (Hunter, 2001), stresin olumsuz etkilerini azaltan ve uyumluluğu destekleyen bir faktör olarak görülmektedir (Jacelon 1997). Psikolojik dayanıklılığı, zor yaşamsal tecrübeler karşısında kişinin kendisini toplama gücü (Garmezy, 1991) veya değişimin ya da felâketlerin üstesinden gelme yeteneği olarak da tanımlamak mümkündür (Wagnild ve Young, 1993). Diğer bir deyişle, psikolojik dayanıklılık; terslik, başarısızlık, çatışma ve hatta gelişme, artan sorumluluk gibi bir takım pozitif olaylarda kendini toplama gücü ve eski haline gelebilmek için geliştirilebilir pozitif psikolojik kapasite şeklinde ifade edilebilmektedir (Luthans, 2002).

Friborg, Barlaug, Martinussen, Rosenvinge ve Hjemdal (2005) dayanıklılığın iki önemli sebepten ötürü incelenmesi gerektiğini

vurgulamıştır. Bunlardan ilki; özellikle klinik psikolojide mental sağlığı korumada veya onu geri kazanmada rol alan merkezi faktörlerin belirlenmesi, diğeri ise stres ve negatif olaylara tolere edilebilirliğin ortaya çıkarılması ve böylelikle personel seçimlerinde işin beklentilerinin yüksek olduğu işlerde işe uygun personelin istihdamının sağlanmasının kolaylaştırılmasıdır. Friborg ve arkadaşları (2005) psikolojik dayanıklılığın yapısının açıklanmasında beş faktör üzerinde durmuşlardır. Bunlar: bireysel yeterlilik, sosyal yeterlilik, aile uyumu, sosyal kaynaklar ve yapısal stildir. Friborg, Hjemdal, Rosenvinge ve Martinussen (2003) bu boyutları kısaca şu şekilde ifade etmişlerdir: Bireysel yeterlilik kişinin kendine olan güvenini, öz yeterliliğini, kendini sevmesini, geleceğe dair umutlarını ve hayata dair gerçekçi oryantasyonlarını ifade etmektedir. Bireysel yeterliliği bireyin kendilik algısı ve gelecek algısı olarak iki alt boyutlu bir yapı olarak değerlendirmek mümkündür (Friborg ve ark., 2005). Sosyal yeterlilik ise bireyin sosyal adaptasyonunu, dışa dönüklüğünü ve sosyal aktivitelerde bulunma isteğini ifade etmektedir. Yapısal stil, bireyin günlük işlerini sürdürebilme, planlama ve organize edebilme yeteneği ile ilgiliyken aile uyumu ise bireyin ailesi ile olan kooperasyonunu ve ailesinden gördüğü desteği belirtmektedir. Son olarak sosyal kaynaklar ise kişinin arkadaşları ve akrabaları gibi yakın çevresinden gördüğü desteği ifade etmektedir. Bu beş boyut bütünüyle bireyin psikolojik dayanıklılığını oluşturmaktadır.

Öte yandan bireyin duygusal, zihinsel ve fiziksel yorgunluk durumlarını ifade eden tükenmişlik olgusu (Maslach ve Jackson, 1981; Maslach, Schaufeli, & Leiter, 2001), işgörenlerde kaygı, sağlık problemleri, azalan performans ve öz saygı gibi bir çok olumsuz duruma neden olabilmektedir (Maslach, Schaufeli, & Leiter, 2001; Melamed, Shirom, Toker, Berliner, & Shapira, 2006; Taris, 2008; Alarcon, 2011). Maslach ve Jackson (1981) tükenmişlik kavramının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı eksikliğine ilişkin duyguları içinde barındırdığını belirterek bu boyutları şu şekilde açıklamaktadır: duygusal tükenme, tükenmişliğin en önemli belirleyicilerinden bir tanesi olup bireyin yaptığı işten ötürü kendisini duygusal olarak tükenmiş hissetmesidir. Bu bireylerin duygusal kaynakları tükenmiş olup kendilerini psikolojik anlamda işlerine verememektedirler. Duyarsızlaşma, bireyin hizmet verdiği ya da ilgilendiği

kişilere karşı duygularından yoksun bir şekilde davranması olup, kişisel başarı eksikliği ise bireyin işinde başarılı olamaması ve kendini işine ilişkin yetersiz hissetmesi ile alakalıdır. Maslach ve Jackson (1981) bu boyutu orjinal ölçeklerinde bireysel başarı olarak adlandırmış ve olumlu ifadeler ile değerlendirmişlerdir. Bundan dolayı bireylerin tükenmişliklerinin yüksekliği, yüksek duygusal tükenme ve duyarsızlaşma, düşük bireysel başarı seviyeleri ile değerlendirilmiştir.

İlgili yazında tükenmişliğin öncülleri arasında işgörenin limitlerini zorlayan ağır iş yükü, rol çatışması, rol belirsizliği, örgütlerdeki yetersiz ödül sistemi, destekleyici örgüt kültürünün eksikliği, örgütteki adaletsiz uygulamalar, değer çatışması ve bireyin işe uyumsuzluğu gibi etkenlerin olabileceği belirlenmiştir (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001; Maslach ve Leiter, 2008). Schaufeli ve Enzmann (1998) ise işle alakalı kronik stres süreçlerinin tükenmişliğe neden olabileceğini belirtmişlerdir. Tükenmişlik konusundaki araştırmaların önemli bir kısmı, onun olumsuz çıktıları üzerinde yoğunlaşmış ve tükenmişlikle bağlantılı olarak işgörenlerde düşük iş performansı, azalan iş tatmini ve örgütsel bağlılık, düşük üretkenlik (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001), depresyon gibi bir takım mental problemler (Bianchi vd., 2013) görülmüştür.

Örgütsel özdeşleşmeyi ise bireyin amaçlarının örgütün amaçlarıyla uyumlaşma süreci, diğer bir tabirle bireyin kendini örgütün bir parçasıymış gibi hissetmesi olarak tanımlamak mümkündür (Mael & Ashforth, 1992). Cheney ve Tompkins (1987), örgütsel özdeşleşmeyi örgütsel kontrolün bir formu olarak tanımlamışlar ve karar vericinin örgütüyle özdeşleşerek, örgüt çıkarına en uygun alternatifini seçme arzusu olduğunu belirtmişlerdir. Örgütü ile özdeşleşen birey, kendini örgüte ait olarak hissetmekte ve kendisini örgütü ile tanımlamaktadır. Ayrıca, örgütleri ile özdeşleşen bireyler örgütlerinin başarı ve başarısızlıklarını kendilerine atfetmektedir (Mael & Ashforth, 1992). Örgütsel özdeşleşmenin önemli bir araştırma alanı olmasında örgütsel bağlılık ile olan ilişkisinin etkili olduğu ileri sürülmüştür (Cheney, 1983). Özdeşleşmenin tutum ve davranışlar kapsamında pozitif çıktılara sebep olduğu ve bu kapsamda motivasyon, iş performansı ve tatmini, bireysel karar verme ve işgören etkileşimini etkilediği ifade edilmiştir (Cheney, 1983; Scott, Corman ve Cheney, 1988).

Bireylerin belirsizlik, çatışma ve artan sorumluluk gibi durumlarda kendini toparlamak için ihtiyaç duydukları psikolojik kapasite olarak değerlendirilen psikolojik dayanıklılık, işgörenlerde iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir (Basım ve Çetin, 2011). Psikolojik dayanıklılıkları yüksek olan işgörenler, iş ortamlarında yaşadıkları zorluklar karşısında ayakta durabilecek ve muhtemelen daha az tükenmişlik duygusu yaşayacaklardır. Örgütsel özdeşleşmenin tükenmişlikle ilişkisi ise ilgili yazında net olarak ortaya konulmamıştır. Örneğin; Rode, Judge ve Sun (2012) örgütsel özdeşleşme ile tükenmişlik arasında negatif yönlü bir ilişki belirlemişken, Lammers ve arkadaşları (2013) bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Ayrıca, bir diğer görüşe göre kendilerini örgütleri ile özdeşleştiren bireyler muhtemelen daha sıkı çalışacak (Ashforth et al., 2008; Tompkins & Cheney, 1985) ve böylece daha çok tükenmişlik duygusu (Maslach vd., 2001) yaşayabileceklerdir. Öte yandan kendisini örgütü ile özdeşleştiren bireyler daha çok iş tatmini yaşamaktadır (Carmeli vd., 2007). İş tatmini ise bireylerin tükenmişlik duygusu ile negatif ilişkilidir (Maslach vd., 2001). Bundan dolayı, örgütsel özdeşleşme bireylerin tükenmişlik düzeyi ile negatif ilişkili olabilecektir. Diğer bir deyişle, kendisini örgütleri ile özdeşleştiren bireyler yaptıkları işlerden, aldıkları sorumluluklardan ve buldukları örgütlerde çalışmaktan keyif alacak ve karşılaştıkları zorlukları birer fırsat olarak değerlendirip üstesinden gelebileceklerdir. Bu yüzden bu bireyler muhtemelen daha az tükenmişlik duygusu yaşayacaklardır.

Dolayısıyla, bu çalışmada psikolojik dayanıklılık, tükenmişlik ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiler yeniden incelenerek örgütsel özdeşleşmenin psikolojik dayanıklılık tükenmişlik ilişkisindeki aracılık rolü değerlendirilecektir.

Çalışmada sınanacak hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H₁: Psikolojik dayanıklılık örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H₂: Örgütsel özdeşleşme tükenmişliği negatif yönde ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H₃: Psikolojik dayanıklılık tükenmişliği negatif yönde ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H₄: Örgütsel özdeşleşme, psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenir.

II. YÖNTEM

A) Katılımcılar

Bu çalışmada verilerin toplanması için hazırlanan çevrimiçi-anket formu 550 kamu çalışanına e-posta ile gönderilmiştir. 430 katılımcı anket formunu doldurmuş ve bu çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Anketlerin geri dönüş oranı % 78 olup katılımcıların %98'i 41 ile 50 yaş aralığında bulunmaktadır.

B) Ölçüm Araçları

Anket formu, demografik değişkenler dışında 5'li Likert şeklinde düzenlenmiştir.

1)Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği

İşgörenlerin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin belirlenmesi için Friborg ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilmiş olup, Basım ve Çetin (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 33 sorulu Yetişkinler için Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği (Resilience Scale for Adults) kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik (Cronbach Alpha) katsayısı 0.89 olarak bulunmuştur. Ölçekteki örnek ifade: "Beklenmedik bir olay olduğunda her zaman bir çözüm bulurum".

2)Tükenmişlik Ölçeği

İşgörenlerin tükenmişlik düzeyleri Türkçe'ye Ergin (1992) tarafından uyarlanan 22 ifadelili Maslach Tükenmişlik Envanteri (MTE) (Maslach vd., 1981) ile ölçülmüştür. Ölçekle ilgili güvenilirlik katsayısı 0.85 olarak bulunmuştur. Ölçekteki örnek ifade: "İşimin beni tükettiğini hissediyorum."

3)Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği

Örgütsel özdeşleşme, Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen 6 soruluk örgütsel özdeşleşme ölçeği ile değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.77'dir. Ölçekteki örnek ifade: "İşyerimin başarısı benim başarımdır."

III. BULGULAR

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri Tablo 1'de sunulmuştur. Buna göre, araştırmaya katılan katılımcıların psikolojik dayanıklılık ve kendilerini örgütleri ile özdeşleştirme düzeyleri yüksek, tükenmişlik düzeyleri ise düşük olarak tespit edilmiştir. Psikolojik dayanıklılık ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif, tükenmişlik arasında ise negatif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir.

Tablo: 1
Ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3
1.Psikolojik dayanıklılık	4.15	0.45	----		
2. Örgütsel özdeşleşme	3.68	0.69	0.19**	----	
3.Tükenmişlik	2.15	0.54	-0.40**	-0.09	----

** p<0.01

Bu çalışmada araştırma hipotezlerinin testi için bir dizi regresyon modelleri oluşturularak analiz edilmiştir. Aracılık testi için Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç aşamalı yaklaşım kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo: 2'de sunulmuştur. Buna göre işgörenlerin psikolojik dayanıklılığı örgütsel özdeşleşmeyi pozitif ($\beta = 0.19$, $p < 0.01$), tükenmişlik düzeyini ise negatif yönde ($\beta = -0.40$, $p < 0.01$) ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Bundan dolayı araştırmanın H_1 ve H_3 hipotezleri kabul

edilmiştir. Örgütsel özdeşleşme bireylerin tükenmişlik düzeylerini negatif yönde etkilerken bu etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Örgütsel özdeşleşme, psikolojik dayanıklılık tükenmişlik ilişkisinde aracılık rolü oynamamaktadır. Dolayısıyla, H₂ ve H₄ hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo: 2
Regresyon analizleri sonuçları

BGML.D.	BGMSZ.D.	B	S.H.	β	t	p	R ²
1	Örg.Özdeşleşme	Ps.Dayanıklılık					
	Sabit		2.47	0.31	-	8.00	0.00
	Ps.Dayanıklılık		0.29	0.07	0.19	3.95	0.00
2	Tükenmişlik	Ps.Dayanıklılık					
	Sabit		4.15	0.22	-	18.65	0.00
	Ps.Dayanıklılık		-0.48	0.05	-0.40	-9.02	0.00
3	Tükenmişlik	Ps.Dayanıklılık, Örg.Özdeşleşme					
	Sabit		4.19	0.24	-	17.53	0.00
	Ps.Dayanıklılık		-0.48	0.05	-0.40	-8.77	0.00
	Örg.Özdeşleşme		-0.02	0.04	-0.02	-0.42	0.67

BGML.D.= Bağımlı değişken, BGMSZ.D. = Bağımsız Değişken, S.H. = Standart hata.

SONUÇ

Bu çalışmada psikolojik dayanıklılık, tükenmişlik ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiler incelenerek örgütsel özdeşleşmenin psikolojik dayanıklılık tükenmişlik ilişkisindeki olası aracılık rolü değerlendirilmiştir. Sonuçlar, psikolojik dayanıklılığın örgütsel özdeşleşmeyi pozitif, bireylerin tükenmişlik düzeyini ise negatif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Örgütsel özdeşleşme ile tükenmişlik arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ayrıca, örgütsel özdeşleşmenin, psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik ilişkisindeki aracılık rolü desteklenmemiştir. Sonuçlar, psikolojik dayanıklılığın tükenmişliği dolaylı olarak değil de doğrudan etkilediğini göstermiştir. Bireylerin iş ortamlarındaki belirsizlik ve çatışma durumları gibi zor şartlar altında kendilerini toparlama kapasiteleri yükseldikçe bu olumsuz şartlardan çok fazla etkilenmeyecek hatta bu zor şartları olası bir fırsat olarak değerlendirip işlerinden tatmin olma duyguları, örgütsel bağlılıkları ve muhtemelen kendilerini örgütleriyle özdeşleştirmeleri artacaktır. Ayrıca, bu bireyler yaptıkları işlerden ve aldıkları sorumluluklardan keyif alarak, olası zorlukları da bir fırsat olarak değerlendirip daha az düzeylerde tükenmişlik duygusu yaşayacaklardır. Sonuçlar, ilgili yazınla uyumludur (Örneğin; Basım ve Çetin, 2011; Lammers vd., 2013). İşgörenlerin psikolojik dayanıklılıkları eğitim programları ile geliştirilebilen bir özelliğe sahip olduğundan ötürü bu konuda verilecek çeşitli eğitimler işgörenlerin zor şartlar altındaki dayanıklılıklarını artırarak hem bireylerin kendilerini örgütleri ile özdeşleştirmelerini kolaylaştıracak hem de onların daha az tükenmişlik yaşamalarını sağlayarak örgütsel etkinliğe ulaşmada örgütlere büyük katkılar sağlayacaktır.

Bu araştırmada psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik ilişkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü tespit edilememiştir. Örgütsel özdeşleşmenin grup özdeşleşmesi, mesleki özdeşleşme ve çoklu özdeşleşme gibi bir çok farklı türü bulunmaktadır. Gelecekteki araştırmalar için bu değişkenlerin psikolojik dayanıklılık ve tükenmişlik değişkenleri ile birlikte incelenerek olası aracılık rollerinin değerlendirilmesi ilgili yazına katkılar sunacaktır.

Mevcut çalışma, uygulama güçlüğü ile zaman ve ekonomik kısıtlılıklar nedeniyle sadece tek bir ilde ve zaman diliminde gerçekleştirilebilmiştir. Ayrıca, işgörenlerin sosyal beğenilirlik etkisinde ifadeleri değerlendirme ihtimalleri de, göz ardı edilmemelidir. Bu alanda benzer ölçekler kullanılarak farklı il ve bölgelerde, farklı zaman dilimlerinde yapılacak yeni çalışmalar, araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliğine katkı sağlayacağı gibi, yeni bakış açılarının da ortaya çıkmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- ALARCON, G.M. (2011). "A meta-analysis of burnout with job demands, resources, and attitudes". *Journal of Vocational Behavior*, 79, 549-562.
- ASHFORTH, B. E., HARRISON, S. H., & CORLEY, K. G. (2008). "Identification in organizations: An examination of four fundamental questions". *Journal of Management*, 34, 325-374.
- BARON, R. M., ve KENNY, D.A. (1986). "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- BASIM, H. N. ve ÇETİN, F. (2011). "Yetişkinler için Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği'nin Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması", *Türk Psikiyatri Dergisi*, 22, 104-114.
- BIANCHI, R., BOFFY, C. HINGRAY, C. TRUCHOT, D. & LAURENT, E. (2013). "Comparative Symptomatology of Burnout and Depression", *Journal of Health Psychology*, 18 (6), 782-787.
- CARMELI, A., GILAT, G., & WALDMAN, D. A. (2007). "The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance". *Journal of Management Studies*, 44, 972-992.
- CHENEY, G. (1983). "On the Various Changing Meanings of Organization Membership: A Field Study of Organizational Identification", *Communication Monographs*, 50, 342-362.
- CHENEY, G. ve TOMPKINS, P. (1987). "Coming to Terms with Organizational Identification and Commitment", *Central States Speech Journal*, 38 (1), 1-15.
- ERGİN, C. (1992). "Doktor ve Hemşirelerde Tükenmişlik ve Maslach Tükenmişlik Ölçeğinin Uyarlanması". VII. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları, Bayraktar, R. ve Dağ, İ. (Ed.). Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yay. 143-154.

- FRIBORG, O., HJEMDAL, O., ROSENVINGE, J. H., MARTINUSSEN, M. (2003). "A new rating scale for adult resilience: What are the central protective resources behind healthy adjustment?", *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 12, 65-76.
- FRIBORG, O., BARLAUG, D., MARTINUSSEN, M., ROSENVINGE, J.H., HJEMDAL, O., (2005). "Resilience in Relation to Personality and Intelligence", *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 14(1), 29-42.
- GARMEZY, N. (1991). "Resilience and Vulnerability to Adverse Developmental Outcomes Associated with Poverty", *American Behavioral Scientist*, (34),416-430.
- HUNTER, A. J. (2001). "A cross-cultural comparison of resilience in adolescents", *Journal of Pediatric Nursing*, 16, 172-179.
- JACELON, C.S. (1997). "The Trait and Process of Resilience", *Journal of Advanced Nursing*, (25),123-129.
- LAMMERS, J.C., YANNICK L. ATOUBA ve E. J. CARLSON (2013) "Which Identities Matter? A Mixed-Method Study of Group Organizational, and Professional Identities and Their Relationship to Burnout", *Management Communication Quarterly*, online basım [22.08.2013], DOI: 10.1177/0893318913498824.
- LUTHANS, F., (2002). "Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths", *Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.
- MAEL, F., ve B. E. ASHFORTH (1992). "Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification", *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- MASLACH, C., ve LEITER, M. P. (2008). "Early Predictors of Job Burnout and Engagement". *Journal of Applied Psychology*, 93(3), 498-512.
- MASLACH, C. ve JACKSON, S.E. (1981). "The Measurement of Experienced Burnout". *Journal of Occupational Behavior*, (2),99-113.
- MASLACH, C., SCHAUFELI, W. B., & LEITER, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422.

- MELAMED, S., SHIROM, A., TOKER, S., BERLINER, S., & SHAPIRA, I. (2006). "Burnout and risk of cardiovascular disease: Evidence, possible causal paths, and promising research directions." *Psychological Bulletin*, 132, 327-353.
- RODE, J.C., JUDGE, T.A. ve SUN, J.M. (2012) "Incremental Validity of Core Self-Evaluations in the Presence of Other Self-Concept Traits: An Investigation of Applied Psychology Criteria in the United States and China". *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 19(3), 326-340.
- SCHAUFELI, W.B. ve ENZMANN, D. (1998) *The Burnout Companion to Study and Practice: A Critical Analysis*. London: Taylor & Francis.
- SCOTT, C, CORMAN, S. ve CHENEY, G. (1988). "Development of a Structural Model of Identification in the Organization", *Communication Theory*, 8 (3), 298-336.
- TARIS, T. W. (2008). Is there a relationship between burnout and objective performance? A critical review of 16 studies. *Work & Stress*, 20, 316-334.
- TOMPKINS, P. K., & CHENEY, G. (1985). Communication and unobtrusive control in contemporary organizations. In R. D. McPhee & P. K. Tompkins (Eds.), *Organizational communication: Traditional themes and new directions* (s. 179-210). Beverly Hills, CA: Sage.
- WAGNILD, G.M. ve YOUNG, H.M. (1993). "Development and Psychometric Evaluation of the Resilience Scale", *Journal of Nursing Measurement*, 1(2),165-178.

TÜRKİYE’DE FAALİYET GÖSTEREN GSM OPERATÖRLERİNİN HİZMET KALİTESİ BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI VE UYGULANAN REKABET STRATEJİLERİ

Ayşe Berceste MERAL*

Mehmet BAŞ**

Öz:

Türkiye’de GSM hizmetleri her ne kadar çok uzun bir geçmişe dayanmasa da kendisine hızla yoğunlaşan bir talep ortamı bulmuş ve çok geçmeden önemli bir pazar haline gelmiştir. Türkiye’de hali hazırda faaliyette bulunan üç GSM operatörü bulunmaktadır. Bunlar Avea, Turkcell ve Vodafone’dur. Bu operatörlerin hizmet kalitesinin karşılaştırılması ve uyguladıkları rekabet stratejilerinin incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Servqual ölçeği sektöre uyarlanarak Türkiye’de faaliyet gösteren GSM operatörlerinin sunmuş oldukları hizmet kaliteleri ölçülmeye, müşterilerin operatörlerinden beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklar ortaya konmaya, hizmet kalitesi boyutlarının önem dereceleri belirlenmeye ve her bir boyut için hizmet kalitesinin karşılaştırmalı olarak analizi yapılmaya çalışılmıştır. Bu analiz için Ankara ilinin Yenimahalle ve Çankaya ilçelerinde yaşayan ve tesadüfen seçilen 427 kişiye uygulanan anketler değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırmadaki istatistiksel veriler %95 önem düzeyinde analiz edilmiştir. Anketin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmış daha sonra veriler frekans dağılımına, hipotez testine, t testine (paired sample) ve anova analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren GSM operatörlerinin uyguladıkları rekabet stratejileri ele alınarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Servqual, Rekabet Stratejileri, GSM Operatörleri

* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, ayseberceste.aykac@gazi.edu.tr

** Doç. Dr. , Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mbas@gazi.edu.tr

THE COMPARISON OF THE SERVICE QUALITY OF THE EXISTING GSM OPERATORS IN TURKEY AND COMPETITION STRATEGIES

Abstract:

Although the GSM services do not have a long history in Turkey, they have found a rapidly increasing demand environment and have become a substantial market very soon. In Turkey, there are currently three GSM operators that show activity in the communication sector; Avea, Turkcell and Vodafone. The main purposes of this study are the comparison of the service qualities of these operators and the examination of their competition strategy applications. In accordance with these purposes, the Servqual Model was adapted for this sector to measure the service qualities of the existing GSM operators, to determine the differences between the expected and the perceived service qualities by the customers from the companies, to identify the level of significance of the dimensions of the service quality and to analyse the service quality of each dimension comparatively. In this analysis, the results of a self-completion questionnaire which was distributed to the randomly selected 427 people who live in Yenimahalle and Çankaya districts in Ankara, were evaluated. The statistical datas of the examination were analysed with a 95% level of significance. The reliability analysis of the questionnaire was executed and then the datas were put upon a frequency distribution, a hypothesis test and an anova analysis. Besides, in the study, the competition strategies of the GSM operators in Turkey were considered and the reflection of these strategies on the customers was discussed.

Keywords: Service Quality, Servqual, Competition Strategies, GSM Operators

GİRİŞ

Son yıllarda gittikçe önemi artan kalite kavramı, hizmet sektöründe de hak ettiği yeri bulmaya doğru hızla ilerlemektedir. Hizmet işletmeleri, hedefledikleri pazar paylarına ulaşmanın yolunun müşteri memnuniyetinden geçtiğini, müşteri memnuniyetinin ise sunulan hizmetin kalitesine bağlı olduğunu anlayarak bu yönde kendilerini geliştirmekte ve bu yönde yatırımlar yapmaktadırlar.

Dünyada ve Türkiye’de, hizmet pazarına 90’lı yılların başında giriş yapan GSM hizmet sektörü çok geçmeden hızla büyüyerek gelişmiştir. Türkiye’de 1994 yılında, önce Turkcell ve ardından Telsim GSM operatörleri faaliyet göstermeye başlamıştır. GSM sektörü, aynı yılda 80.000 aboneye ulaşmıştır. 2000 yılında ise Aria ve Aycell’in pazara girmesiyle operatör sayısı dört olmuştur. 2004 yılında Aycell ve Aria, TT&TİM çatısı altında Avea markasıyla birleşmişlerdir. Böylece GSM sektöründeki operatör sayısı üçe inmiştir. Mart 2013 itibarıyla Türkiye’de yaklaşık %89,815 penetrasyon oranına karşılık gelen toplam 67.907.920 mobil abone bulunmaktadır.

1) HİZMET KAVRAMI ve TANIMI

Fiziksel mallardan hayli farklı olmaları nedeniyle hizmetlerin tanımlanması daha zordur. Bu zorluk, Amerikan Pazarlama Derneği’nin hizmetlere ilişkin yeni tanımı olduğu belirtilen ifadelerde de açık bir şekilde ortaya konulmaktadır. (Mucuk, 2006:318)

“Hizmetler...soyut (elle tutulamayan gözle görülemeyen anlamında) mallardır, en azından geniş ölçüde öyledirler. Eğer tamamen soyut iseler, üreticiden kullanıcıya direkt olarak değişimleri yapılır, taşınamazlar, depolanamazlar ve hemen hemen derhal bozulabilir niteliktedirler. Hizmet şeklindeki malların tanımlanması çoğunlukla zordur; çünkü meydana getirilmeleri, satın alınmaları ve tüketimleri eşzamanlıdır. Onlar, birbirinden ayırlamaz nitelikteki soyut unsurlardan oluşurlar; çoğu kez önemli bir biçimde tüketici katımını kapsarlar ve mülkiyetin (sahipliğin) devredilmesi anlamında satılamazlar ve mülkiyet hakları yoktur.”

Hizmetin zor tanımlanan bir kavram olduğu açıktır. Günümüzde hizmet

eşitliliğin artmasıyla birlikte hizmetler için net bir tanımlama yapmak daha zor hale gelmiştir. Ancak bununla beraber hizmet kavramı için pek çok tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

Hizmetler, herhangi bir fiziksel oluşum ile sonuçlanmayan, üretildiği anda tüketilen ve ilk alıcısına soyut bir katma değer sunan ekonomik faaliyetlerdir. (Zeithaml, Bitner , 2003:3)

Hizmet genelde dokunulmaz bir yapısı olan, hizmeti alan ve hizmeti sunanın fiziksel malları veya sistemleri arasındaki etkileşim anında oluşan ve müşterinin sorunlarına çözüm olarak sağlanan bir faaliyet ya da faaliyetler bütünüdür. (Gronroos, 1990:27)

II) KALİTE ve HİZMET KALİTESİ

Kalite hem mal hem de hizmet üreten işletmeler için önemle dikkate alınması gereken bir konudur. Çünkü, ürün kalitesinin iyileştirilmesi, hatalı üretimin minimuma indirilmesi sonucunda para ve zaman kaybını önlemektedir. Aynı zamanda verimliliği de artırır. Böylece daha düşük maliyette daha üstün ürünlerin üretimi sağlanarak karlılık artırılır. (Gümüsoğlu, 2003:3)

Aslında kalitenin artırılmasının müşteri çıkarlarına hizmet etmesi yanında işletmeler açısından da karlılığı ve rekabet gücünü artırması yönüyle işletme çıkarlarına da hizmet etmektedir.

Yeni yaklaşıma göre kalite, artık bir “işlev” değil, bir “strateji”dir. Stratejik yaklaşıma göre, müşteriler, işletmelerin stratejik önem taşıyan çıkar gruplarıdır. Buna göre, işletmenin ürettiği mal ya da hizmet, müşterilerinin gereksinimlerini ve beklentilerini karşıladığı zaman kalitelidir. (Uyguç, 1998:1)

Kalite kavramı ürünler ve hizmetler için farklılık göstermektedir. Hizmet kalitesi, hizmetin veriliş şekliyle yakından ilgilidir. Müşteriler, aldıkları hizmetin kalitesini değerlendirirken beledikleri hizmet kalitesi ile karşılaştırma yaparak karar verirler.

Hizmet Kalitesi, uzun dönemli bir performans değerlendirmesi sonucunda ortaya konulan bir tutumdur. (Hoffman, Bateson, 1997:298)

Hizmet kalitesinin sadece müşterilerin algılamalarıyla ölçülebilmesi,

kavramın literatürde “algılan hizmet kalitesi” olarak anılmasına neden olmuştur.Hizmet kalitesi, kişiden kişiye göre farklı algılanabilen göreceli bir kavramdır. Bir kişinin kalitesinden memnun olduğu bir hizmet, farklı bir kişinin memnuniyetsizliğine sebep olabilmektedir. Bir hizmetin kaliteli olarak nitelendirilebilmesi için, müşterinin algıladığı hizmet kalitesi değerinin beklediği hizmet kalitesi değerinden yüksek olması gerekir.

Hizmet kalitesini artırmak isteyen bir işletmenin öncelikle mevcut hizmet kalitesi hakkında bilgiye ihtiyacı vardır. Mevcut hizmet kalitesinin ölçümüyle elde edilen veriler doğrultusunda gelişme ve farklılaşma çalışmaları yapılabilir.

III) HİZMET PAZARLAMASI

Hizmet sektörünün hızla gelişmesi ve giderek daha geniş bir yelpazede hizmet çeşitliliğinin artması, hizmet pazarlamasının da giderek önemini artmasına neden olmaktadır. Bundan dolayı araştırmacılar hizmet pazarlaması üzerinde daha fazla durmaktadır.

E. Joreme McCarthy (1964) tarafından pazarlama literatürüne kazandırılan pazarlama karması mamul, fiyat, dağıtım ve tutundurmadan oluşan 4P’lerdir. Ancak hizmetlerin pazarlanmasında hizmeti mallardan ayıran özellikler nedeniyle pazarlama karması unsurlarının (fiyat, mal, dağıtım, tutundurma) değerlendirmesi yeterli olmamaktadır. Hizmet pazarlamasında, hizmetlerin özellikleri nedeniyle işletmeler geleneksel pazarlama karması elemanları yanında, diğer bazı değişkenleri de stratejik silah olarak kullanabilmektedirler. Hizmeti maldan ayıran özellikler nedeniyle hizmet pazarlamasında dikkate alınması gereken yeni pazarlama karması elemanları vardır. Bunlar; fiziksel ortam, katılımcılar ve süreç yönetimidir. (Üner, 1994:3-10)

Hizmet pazarlamasının temelinde hizmet kalitesi vardır, çünkü pazarlanan esas ürün, hizmeti sunma sırasındaki performanstır. Aslında buradaki performans, sunulan ve müşterinin satın aldığı ürünün kendisidir. Kaliteli hizmet kavramı, işletmelere müşteriler için rekabet etme fırsatı verir, sağlam bir performansla verilen hizmet, müşterilede güven duygusu oluşturmasıyla birlikte işletme markasının ön plana çıkarılması, reklam, satış ve fiyatlama gibi faaliyetler için önemli unsurların ortaya çıkmasına neden olur. Müşteri gözünden kaliteli

hizmetin göstergesi, hiç düşmeyen hizmet performansıdır. (Berry, 1991:17)

IV) REKABET ve REKABET STRATEJİLERİ

Rekabet tüm katılımcıların, rekabet ortamı olmasaydı ulaşabilecekleri performansın üzerine çıkmalarını sağlar. Bu nedenle rekabeti bazılarının kazanıp bazılarının kaybedeceği bir oyun olarak görmek yerine en iyilerin kazançlı çıktığı ve herkesi en iyi olmak için yarıştığı pozitif toplamı bir oyun olarak algılamak daha doğrudur. (www.rekabetderneği.org/rekabethakkında.html, 10.05.2013)

Rekabet avantajını yakalayabilmek, rakiplerden müşterilerin arzu, istek ve beklentileri doğrultusunda farklılaşma ile mümkündür. (Kıngır, 2006:459)

Rekabette başarının anahtarı farklılaşmak olarak görülmektedir. Ancak, bu farklılaşma müşterilerin beklentileri doğrultusunda gerçekleştiğinde işlevsel ve anlamlı olabilecektir.

A) GSM Sektöründe Rekabet

Türkiye’de GSM operatörlerinin içinde buldukları piyasa ve rekabet şartları oligopol piyasa şartlarıdır. Bu piyasada rekabet kolay olmayan zorlu bir savaştır. Oligopol, birbirlerine etki edebilecek kadar az sayıda satıcının sonsuz sayıda alıcı ile karşı karşıya geldiği bir piyasadır. Türkiye’de telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren GSM operatörü konumundaki şirketler oligopol piyasa şartlarında rekabet etmektedirler. (www.frntr.com/ekonomi-iktisat-isletme-istatistik/766414-mobil-haberlesme-sektor-rekabeti.html, 24.09.2012)

Bu nedenle GSM operatörleri arasında yaşanan rekabet; operatörlerin birbirini yakından takip ettiği, rakiplerin kararlarının kendi kararlarını etkilediği, adımların rakiplerin tutumlarına göre atıldığı bağımlı bir rekabettir.

GSM operatörlerinin rekabet stratejileri hizmet pazarlama karması elemanları çerçevesinde ele alınacaktır.

1. Ürün :

GSM sektöründe sim kartlar fiziksel bir ürün olarak temel oluştursa da, GSM operatörlerinin asıl pazarladığı ürünler iletişim, haberleşme ve teknoloji gibi

soyut nitelikli hizmetlerdir.

Burada, “Ürün” başlığı altında GSM operatörlerinin kalite politikası, marka ismi, kapsama alanı, teknoloji, servisler ve satış sonrası hizmetler açısından uyguladıkları rekabet stratejilerinin karşılaştırmasına yer verilecektir.

- Kalite Politikası

Üç GSM operatörünün de kalite politikaları, müşteri memnuniyetini sağlama temel amacından yola çıkarak müşteri beklentileri doğrultusunda hizmet sunma çerçevesinde şekillenmektedir.

- Marka İsmi

Marka, üretici veya satıcıların malını tanıtan, onu başkalarının mallarından ayırmaya yarayan isim, terim, sembol, şekil veya bunların bileşimidir. (Mucuk, **a.g.e.**, s.141.)

AKTEPE ve BAŞ’ın “Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite (beklenti) İlişkisi ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz” isimli çalışmalarında tüketicilerin aklına ilk gelen GSM Markası araştırılmış ve Tablo 1’deki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo: 1

Tüketicilerin Aklına İlk Gelen GSM Markası Tablosu

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
TURKCELL	314	78,5	78,5
VODAFONE	40	10,0	88,5
AVEA	46	11,5	100,0
TOPLAM	400	100,0	

Kaynak: Aktepe; Baş; 2008: 88

- Kapsama Alanı

GSM operatörlerinin kapsama alanlarıyla ilgili olarak verdikleri bilgiler aşağıdaki Tablo 2’de gösterilmiştir. Bu bilgiler operatörlerin resmi internet sitelerinden derlenmiştir.

Tablo: 2
GSM Operatörlerinin Kapsama Alanı Tablosu

	AVEA	TURKCELL	VODAFONE
Kapsama Alanı	Tüm Türkiye genelinde %98’e varan, yaklaşık 20 ilde ise %99’u aşan nüfus kapsama oranlarıyla, Avcılar kesintisiz ve rahat iletişim hakkını kullanabilmektedir.	31 Aralık 2012 itibarıyla 3G şebekemiz ile Türkiye nüfusunun yaklaşık %84,02’sini, 2G şebekemiz ile de %99,17’sini kapsamaktayız.	Akıllı kapsama teknolojileri ile abonelerimize kesintisiz iletişim hizmeti sunma hedefimiz doğrultusunda 2012/13 mali yılı ilk yarısı itibarıyla şebekemiz yeni eklediğimiz baz istasyonları ile %99,025 nüfus kapsamına ulaştı.

Kaynak: avea.com.tr, turkcell.com.tr, vodafone.com.tr, 12.05.2013

- Teknoloji

Teknolojik gelişmelerin en çok etkilediği hizmet sektörlerinin başında iletişim ve bilişim sektörleri gelmektedir.

GSM Operatörleri de teknolojinin sektörleri için ne denli önemli olduğunun farkında oldukları için, teknolojik yenilikleri hizmetlerine yansıtarak teknolojiyi rekabet üstünlüğü sağlamanın önemli bir aracı olarak kullanmaktadırlar.

- Servisler

GSM operatörlerin teknoloji alanında abonelerine sundukları hizmetlerden biri de “Servis” adı altında toplanan haberler, hava durumu, finans, mesaj, e-posta, arama, müzik, spor, eğlence, oyun, bilgi, internet, sağlık, güvenlik vb. alanlardaki içerik platformlarıdır.

Servis yelpazesi her üç GSM operatöründe oldukça geniştir. Ayrıca üç GSM operatörünün de sunduğu servisler içerik olarak birbirine çok benzemektedir. Servislerin bazıları ücretli bazıları da ücretsiz bir şekilde abonelere

sunulmaktadır.

- Satış Sonrası Hizmetler

GSM operatörleri için; satış sonrası müşteri hizmetlerinin başrolünde çağrı merkezleri bulunmaktadır. Avea’nın 9, Turkcell’in 21 ve Vodafone’un 5 tane çağrı merkezi bulunmaktadır.

- Dağıtım

Aşağıda Avea, Turkcell ve Vodafone’un dağıtım kanallarıyla ilgili bilgilere ve sayısal verilere yer verilmiştir. Bu bilgiler operatörlerin resmi internet sitelerinden derlenmiştir.

Avea’da Dağıtım Kanalları: 21.523 tane baz istasyonu, 915 tane bayii, 14.000’in üzerinde satış noktası, 9 tane çağrı merkezi (444 1 500), Internet sitesi www.avea.com.tr

Turkcell’de Dağıtım Kanalları: 30.500 tane baz istasyonu, 3 tane Turkcell Mağazası, 1.225 tane Turkcell İletişim Merkezi, 16.500 Turkcell Satış Noktası, 44 Turkcell Dağıtım Merkezi , 21 tane çağrı merkezi , online cihaz ve aksesuar satışı yapan www.turkcellmagaza.com.,

Vodafone’da Dağıtım Kanalları: 23.727 tane baz istasyonu, 1260 tane Vodafone mağazası, 17.000’i aşan alt bayi, 5 tane çağrı merkezi, vodafone.com.tr

2. Fiyatlandırma

GSM Operatörleri tarafından uygulanan fiyatlandırma stratejilerine bakıldığında ağırlıklı olarak üçüncü dereceden fiyat farklılaştırmasına gittikleri görülmektedir.

GSM Operatörlerinin müşteri profilleri bireysel ve kurumsal müşteriler olmak üzere iki ana gruba ayrılmakta olup, bunların da kendi içlerinde faturalı ve faturasız aboneler bölümlenmektedir.

GSM Operatörleri fiyatlandırma yaparken bu gruplar için farklı tarife

ve kampanyalar uygulamaktadır. Ayrıca, öğrenciler, gençler ve çeşitli meslek grupları için de farklı tarifeler ve kampanyalar belirlenmektedir.

3. Tutundurma

Bu bölümde, GSM operatörlerinin tutundurma stratejilerinden reklam, sosyal sorumluluk projeleri, sponsorluklar ve alınan ödüllere yer verilecektir.

- Reklam

Akademre tarafından Marketing Türkiye dergisi için 12 ilde yapılan ve 30 Ocak-12 Şubat 2012 tarihleri arasında yayınlanan GSM Operatörlerine ilişkin TV reklamlarını kapsayan “GSM Operatörlerine İlişkin Reklamların Etkinlik Ölçümü” araştırması sonuçlarına göre ise; GSM sektöründe en çok hatırlanan reklamlar, %56,2 ile Turkcell’e aitken, onu %35,9 ile Vodafone ve %7,9 ile Avea izlemektedir. (Marketing Türkiye Dergisi, 2012:106-114)

- Sosyal Sorumluluk Projeleri

GSM operatörleri tutundurma faaliyetleri kapsamında sadece reklam kampanyaları ile yetinmemekte ve sosyal sorumluluk projeleri ve sponsorluklarıyla da adlarını duyurmaktadırlar.

GSM işletmeleri ticari faaliyetlerinin yanı sıra, sosyal sorumluluk projeleriyle; eğitim, kültür-sanat, spor, doğayı koruma ve teknoloji gibi çeşitli etkinliklere destek vermektedirler. Her üç GSM işletmesi de pazarlama halka ilişkileri faaliyetini yoğun olarak kullanmaktadır. (Ünlü ve Tolon; 2012:276.)

- Ödüller

GSM operatörleri ödül aldıkları konuda bir nevi kalite ve performanslarını kanıtlamış ve aldıkları ödülleri kamuoyu ile paylaştıklarında marka imajını sağlamlaştırarak önemli bir tanıtım ve reklam işlevini yerine getirmiş olmaktadır.

4. Fiziksel Ortam

GSM operatörlerinin fiziksel ortamını, GSM hatlarının satışa sunulduğu müşteri iletişim merkezleri ve çağrı merkezleri oluşturmaktadır. Tabela, dekorlar,oturma yerleri gibi bölümlerin yanında, ortamda bulunan afişler, resimler, broşürler, video gösterimleri de fiziksel ortamı oluşturmaktadır.

Bu bölümde GSM operatörleri iletişim merkezi ve çağrı merkezi sayılarıyla karşılaştırılacaktır. Aşağıdaki Tablo 3’te bu sayılara yer verilmiştir.

Tablo: 3
GSM Operatörlerinin İletişim ve Çağrı Merkezi Sayıları

	TURKCELL	VODAFONE	AVEA
İletişim Merkezi Sayısı	1225	1170	899
Çağrı Merkezi Sayısı	21	5	9

Kaynak: www.avea.com.tr , www.turkcell.com.tr, www.vodafone.com.tr, 17.06.2013

5. Katılımcılar

- Çalışanlar ve Yöneticiler

GSM operatörlerinde katılımcı grubunu; satış elemanları, çağrı merkezi operatörleri, teknik ekip ve diğer tüm çalışanlar, yöneticiler ile müşteri oluşturmaktadır.

Avea’nın yönetim kurulu başkanı Mohammed Hariri ‘dir. Avea’nın toplamda 1947 personeli bulunmaktadır.2012 yıl sonu itibarıyla Türk Telekom Grubu’nda ise toplam 37 bin 524 personel çalışmaktadır. Bunların %16’sı kadın, %84’ü ise erkektir. Çalışanların %30’u lisans, %27’si ön lisans programları mezunlarından oluşmaktadır.(ww.avea.com.tr)

Turkcell Yönetim Kurulu Başkanı Collin J. Williams'tır. Turkcell mağazalarında 8.600 kişiden oluşan iletişim teknolojilerinde uzman bir kadro bulunmaktadır. Turkcell çalışanlarının %63'ü erkek, %37'si kadındır..Ayrıca tüm persone- lin %64,1'i lisans mezunu iken, %23,6'sı yüksek lisans,%1,1'i doktora,%4,2'si lise, geri kalanı orta öğretim mezunlarından oluşmaktadır. (www.turkcell.com.tr)

Vodafone Türkiye'nin İcra Kurulu Başkanı Serpil Timuray'dır.31 Mart 2012 tarihi itibarıyla 3.312 kadrolu çalışanı bulunmaktadır. Toplam kadın çalışan sayısı 1305'tir. 31 Mart 2012 itibarıyla Vodafone'da, 43 tane üst yönetim çalışanı, 555 tane de orta yönetim çalışanı bulunmaktadır.Üst yönetim çalışanlarının %72'si erkek %28'i kadın iken, orta yönetim çalışanlarının %76'sı erkek %34'ü kadındır.(ww.vodafone.com.tr)

- Müşteriler

Bu bölümde Müşterilerin yani GSM abonelerinin sayısal dağılımları ve eğilimleri doğrultusunda hazırlanmış BTK verilerine yer verilecektir. (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü, Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, 2013 Yılı 2. Çeyrek, Nisan – Mayıs – Haziran)

Mart 2013 itibarıyla Türkiye'de yaklaşık %89,815 penetrasyon oranına karşılık gelen toplam 67.907.092 mobil abone bulunmaktadır. Temmuz 2009'da sunulmaya başlanan 3G hizmeti Mart 2013 itibarıyla 43.874.972 milyon aboneye ulaşmıştır.

Mobil şebeke işletmecilerinin üçer aylık dönemler itibarıyla toplam abone sayılarına bakıldığında; Mart 2013 itibarıyla; Turkcell'in 34milyon 850 bin abonesi, Vodafone'un 19 milyon 320 bin abonesi, Avea'nın ise 13 milyon 730 bin abonesi vardır.

Bu durumda, abone sayısı bakımından rakiplerine göre büyük bir farkla Turkcell 1.sırada, Vodafone 2.sırada, Avea ise 3. sıradadır. Ancak; 2013 yılının birinci üç aylık döneminde, önceki üç aylık döneme göre abone sayıları bakımından Avea'da %1,8 ve Vodafone'da %1,3 artış, Turkcell'de ise %0.8

oranında azalma yaşanmıştır.

Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre pazar paylarına bakıldığında ise, 2013 yılı birinci üç aylık dönem itibarıyla abone sayısına göre Turkcell’in %51,33, Vodafone’un %28,45, Avea’nın ise %20,22’lik paya sahip olduğu görülmektedir.

6. Süreç

Bu bölümde cep telefonlarının nasıl çalıştığına ve GSM operatörlerinin vizyonlarınına değinilecektir.

- Cep Telefonlarının Çalışma Sistemi

Cep telefonları, sesli arama, SMS, e-posta, MMS, web, TV ve program indirme gibi hizmetler için (RF) alanlarını kullanır. Bunun için en yakın baz istasyonuna bir RF sinyali gönderilir. Baz istasyonu, bu sinyali dijital telefon santraline yönlendirir. Sinyal buradan ana telefon şebekesine aktarılır. Ana şebeke, yine bir baz istasyonu aracılığıyla sinyali alıcı telefona bağlar .

- Vizyon

Vizyon, kısaca örgütün “gelecekte ne olmak istediğinin” bir ifadesidir. Vizyon, örgütün sahip olduğu paylaşılan değerlerin sonucu olarak belirir. Vizyon gelecekle ilgili yalnızca tahminler yapmak değil, aynı zamanda kararlar almaktır. Örgütün gelecekte ulaşmak istediği hedefi ortaya koyan; bu hedefin hangi temeller üzerinde kurulacağı ve nasıl bir geleceğin oluşturulmak istendiği konularında yol gösteren bir ifadedir. (Kılıç, 2010:89)

Tablo 4’de GSM Operatörlerinin vizyonları yer almaktadır.

Tablo: 4
GSM Operatörlerinin Vizyonları Tablosu

	AVEA	TURKCELL	VODAFONE
Vizyon	Türkiye'nin "en beğenilen ve tercih edilen" mobil iletişim şirketi olmak.	İletişim ve teknoloji çözümleriyle hayatı kolaylaştırmak ve zenginleştirmek.	Tüketicilerimizi kayıtsız şartsız memnun ederek, en çok güvenilen ve en çok tercih edilen iletişim markası olmak.

Kaynak: www.avea.com.tr, www.turkcell.com.tr, www.vodafone.com.tr

V) TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN GSM OPERATÖRLERİNİN HİZMET KALİTELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A) Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu, bilgi ve iletişim sektörünün baş aktörleri olan GSM operatörlerinin, müşterileri tarafından beklenen ve algılanan hizmet kaliteleri bakımından karşılaştırılmasıdır.

B) Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

BTK verilerine göre Ankara'da 2012 yılı itibarıyla 5.084.565 adet mobil telefon abonesi bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemi, anket uygulamasında ulaşılan 508 kişi içerisinden, anket kağıdı kullanılabilir bulunarak analiz kapsamında değerlendirilebilen 427 kişiden oluşmaktadır.

C) Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual modeli kullanılmıştır ve bu model GSM sektörüne uyarlanmıştır. Anket,

üç GSM operatöründen hizmet alan bireyler arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen kişilere uygulanmıştır. Araştırma yüz yüze anket uygulaması, e-mail ile anket uygulaması şeklinde yapılmıştır. Araştırmadaki istatistiksel veriler %95 önem düzeyinde analiz edilmiştir. Anketin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmış daha sonra veriler aritmetik ortalama, karşılaştırma (cross- table) frekans dağılımına, hipotez testine, t testine(paired sample) ve anova analizine tabi tutulmuştur.

Servqual, 1983-1990 yılları arasında Amerika’da geliştirilmiştir.Servqual, hizmet kalitesi literatüründe bulunan en kapsamlı çalışmalardan biridir ve yaratıcıları geliştirdikleri yöntemin evrensel olarak geçerli olduğunu ve küçük değişikliklerle her sektöre uygulanabileceğini çünkü en temel hizmet kalitesi boyutlarını tanımladığını ileri sürmektedirler. (Eldem , 2009:39)

Kaliteli hizmet, beklenen hizmetin, algılanan hizmetle en az eşit olması ya da ondan daha fazla olmasıyla ortaya çıkar. Hizmetin kalitesinin ölçülebilmesi için hizmeti kullananın beklediği hizmetle algıladığı hizmetin ölçülenmesi gerekir. Bu ölçümlemede, hizmeti kullanan beklediği hizmete ve algıladığı hizmete puanlar vererek ölçümü gerçekleştirir. Bu puanlar Parasuraman, Zeithaml ve Berry Tarafından hizmet kalitesini belirlemek amacıyla geliştirilmiş olan Servqual Analizinin yapılmasında temel oluşturur. (Saat, 1999, 113.)

Parasuraman; Zeithaml ve Berry hizmet kalitesinin on genel boyutu olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu boyutlar: (Parasuraman vd. , 1985: 47)

1. Fiziksel Özellikler : Hizmetin sunumu esnasında kullanılan yapı, araç-gereç, teçhizat ve personelin fiziksel görünümüdür.
2. Güvenilirlik: Sunulan hizmetin ilk seferde doğru olarak yerine getirilmesi, kayıtların doğru bir şekilde tutulması, hizmetin vaad edilen süreçte yerine getirebilmesidir.
3. Heveslilik : Personelin hizmeti sunarkenki istekliliği, hızlı ve gönüllü bir şekilde hizmet sunmasıdır.

4. Yeterlilik: Personelin hizmetleri sunabilmek için gerekli bilgi ve tecrübeye sahip olmasıdır.
5. Nezaket : Personelin müşterilere karşı nazik ve saygılı olmasıdır.
6. İnanılrlık: Personelin güvenilir ve dürüst olması, müşteri çıkarlarının da korunduğunun hissettirilmesidir.
7. Güvenlik: Sunulan hizmetler hakkında risk ve şüphelerin olmamasıdır.
8. Ulaşılabilirlik: Müşterilerin hizmete kolayca erişebilmeleri için uygun fiziki koşulların ayarlanması, sunulacak hizmet için uygun saat dilimleri sağlanmasıdır.
9. Anlayış: Müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya çalışma ve devamlı hizmet alan müşterileri tanıma, müşterilerin özel gereksinimlerini anlamaktır.
10. İletişim : Her müşterinin anlayacağı şekilde hizmetin detaylarının açıklanması ve müşteri problemlerine uygulanabilir çözümler sunulmasıdır.

Parasuraman vd. bu boyutlardan bazılarını birleştirerek beş boyuta indirgemişlerdir. Bu beş boyut; Fiziksel Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güvence ve Duyarlılıktır. Servqual ölçeği beklentiler ve algılamalar olmak üzere iki bölümdür. Her iki bölümde de 22 tane önerme vardır. Anketin önce beklentiler bölümü, sonra algılamalar bölümü yanıtlanır. Bu çalışmaya, Servqual boyutlarını mobil telekomünikasyon sektörüne uyarlamak amacıyla Teknoloji, Kapsama ve Sorumluluk boyutları da eklenmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi, beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki fark olduğundan, araştırmacılar algılanan hizmet kalitesini: (Rahman, Erdem, Devebakan, 2007:41)

$$\text{Algılanan Hizmet Kalitesi (Q)} = \text{Algılanan Hizmet (P)} - \text{Beklenen Hizmet (E)}$$

şeklinde formüle etmiş ve bu yolla her soru önermesi için Servqual skoru hesaplamışlardır. Her bir soru önermesine 7'li likert ölçek üzerinden beklenti maddeleri ve algılama maddelerine verilen puanların karşılıklı olarak farkının alınmasıyla, her bir soru önermesi için -6 ile +6 arasında değişen Servqual

skorları hesaplanmıştır. Servqual skorunun matematiksel ifadesi ise aşağıdaki gibidir:

$$\text{Servqual Skoru} = \text{Algılama Skoru} - \text{Beklenti Skoru}$$

Araştırmada, Servqual anketine bağlı kalınmış ancak modeli GSM sektörüne uyarlamak amacıyla Kapsama, Teknoloji ve Sosyal Sorumluluk boyutları da ölçüğe dahil edilmiş ve bu boyutlarla ilgili olarak 2’şer soru anket formuna eklenmiştir.

D) Araştırma Modelinin Güvenilirliği

Tüm ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) = 0,969 olarak bulunmuştur.

Tablo: 5
Tüm Ölçek İçin Hesaplanan Güvenilirlik Tablosu Reliability Statistics

Cronbach’s Alpha	N of Items
,969	56

Alpha katsayısının 1’e yakın olması araştırmanın güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

E) Araştırmanın Bulguları ve Analiz

- Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların ;

% 50,8'i kadın, %49,2'si erkektir.

%35,8'i 25 yaş ve altında iken, %21,10'u 26-30 yaş arasında, %11,50'si 31-35 yaş arasında, %12,60'ı 36-40 yaş arasında, %8,4'ü 41-45 yaş arasında, %4,7'si 46-50 yaş arasında, %3,3'ü 51-55 yaş arasında, %0,9'u 56-60 yaş arasında, %1,6'sı ise 61 yaş ve üstündedir.

% 1,6'sı ilkokul, %1,9'u ortaokul, %19'u lise, %65,10'u üniversite, %8,9'u yüksek lisans, %3,5'i ise doktora mezunudur.

%35,10'u memur, %3,3'ü işçi, %1,2'si öğretim üyesi, %4,4'ü serbest meslek sahibi, %11,7'si özel sektör çalışanı, %4'ü emekli, %31,6'sı öğrenci, %3,3'ü ise ev hanımıdır.

%32,8'inin kendine ait geliri yok iken, %3,5'inin aylık geliri 750 TL ve altında, %17,8'inin aylık geliri 751 TL ile 1500 TL arasında, %35,6'sının 1501 TL ile 2500 TL arasında, %10,3'ünün ise 2501 TL ve üzerindedir.

% 53,4'ü Avea, %29,7'si Turkcell, %16,9'u ise Vodafone GSM hattını kullanmaktadır.

%63,7'si Faturalı, %36,3'ü ise ön ödemeli abonedir. %9,4'ü GSM Hattını 1 yıldan az bir süredir, %16,4'ü 1 ile 3 yıl arasında bir süreden beri, %74,2'si ise 3 yıldan fazla bir süreden beridir kullanmaktadır.

- Servqual Kalite Boyutlarının Önem Dereceleri:

Araştırmaya katılanlara sunulan kalite boyutlarını önem açısından derecelendirdiklerinde;

Avea abonelerinin en önem verdikleri kalite boyutlarının %12,83 ile Güvence ve %12,80 ile Güvenilirlik olduğunu; en az önem verdikleri kalite boyutlarının ise %11,99 ile Fiziksel Özellikler ve %12,14 ile Duyarlılık olduğu,

Turkcell abonelerinin en önem verdikleri kalite boyutlarının %13,05 ile Güvenilirlik ve %12,92 ile Güvence olduğunu, en az önem verdikleri kalite boyutlarının ise %11,95 ile Duyarlılık ve %12,15 ile Fiziksel Özellikler olduğu,

Vodafone abonelerinin en önem verdikleri kalite boyutlarının %13,07 ile Güvence ve %12,99 ile Güvenilirlik olduğu, en az önem verdikleri kalite boyutlarının ise %11,76 ile Duyarlılık ve %11,89 ile Fiziksel Özellikler olduğu görülmektedir.

- Servqual Skorlarının Hesaplanması

Servqual skorları kullanılarak her bir boyut için ortalama Servqual Skoru hesaplanır. Ortalama servqual skorları iki aşamada elde edilmektedir. (Atan, Baş, Tolon, 2005: 13)

1. Her bir müşteri için söz konusu boyuta ait ifadelere verilen servqual skorları toplanır ve boyutu oluşturan ifade sayısına bölünür.
2. N sayıda müşteri için birinci adımda elde edilen sayılar toplanır ve N’ e bölünür.

Toplam hizmet kalitesi skorunu elde etmek için de 8 boyut için hesaplanan skorlar toplanıp 8’ e bölünür. Sonuçta bulunan ağırlıklandırılmamış Servqual skorudur. Müşterilerin kalite boyutlarına atfettikleri önem dikkate alınmış değildir.

Ağırlıklandırılmış skoru elde etmek için ise şu adımlar izlenmektedir:

1. Her bir müşteri için sekiz boyutun birer birer ortalama servqual skoru hesaplanır.
 2. Her bir müşteri için her bir boyuta verdiği servqual skoru ile o müşterinin o boyuta tahsis ettiği önem ağırlığı çarpılır.
 3. Her bir müşteri için beş boyutun toplamı üzerinden ağırlıklandırılmış servqual skorları toplanır.
 4. N müşterinin üçüncü adımda elde edilen skorları toplanır ve N’ e bölünür.
- Boyutlar Bazında Servqual Skorları

Her kişi için ölçeğin tümünde algı maddeleri (P) ile beklenti maddelerinin (E) karşılıklı olarak farkları alınarak, fark toplamları her bir hizmet kalitesi boyutunu oluşturan madde sayısına bölünür. Her bir katılımcı için boyut bazında kalite skoru bulunur. Daha sonra, her bir hizmet kalitesi boyutunun toplam Servqual skorunun hesaplanması için, her bir katılımcı için hesaplanan skorlar toplanarak katılımcı sayısına bölünür. Bulunan ortalamalar boyut bazında Servqual skorudur. (Torun, 2009:66)

- GSM Operatörleri İçin Hesaplanan Servqual Skorları

Tablo: 6
GSM Operatörleri İçin Hesaplanan Servqual Skorları

BOYUTLAR	AVEA		TURKCELL		VODAFONE	
	ortalama	standart hata	ortalama	standart hata	ortalama	standart hata
Fiziksel Özellikler	-1,515	1,657	-0,945	1,303	-1,227	1,462
Güvenilirlik	-2,018	1,602	-1,766	1,478	-1,884	1,331
Heveslilik	-2,206	1,645	-1,669	1,587	-1,922	1,522
Güvence	-1,955	1,595	-1,618	1,489	-1,924	1,415
Duyarlılık	-2,143	1,691	-1,539	1,615	-1,628	1,614
Kapsama	-2,833	1,948	-1,315	1,539	-2,007	1,808
Teknoloji	-1,993	1,745	-0,823	1,419	-1,319	1,555
Sorumluluk	-2,037	1,809	-1,185	1,450	-1,646	1,672
Ağırlıklandırılmamış servqual skoru	-2,088	0,342	-1,358	0,327	-1,695	0,275
Ağırlıklandırılmış servqual skoru	-0,261	0,045	-0,170	0,044	-0,213	0,040

Boyutlar düzeyinde algılanan kalite ortalamaları Tablo 6'daki gibi hesaplanmıştır. Servqual skorları sıfıra ne kadar yakınsa hizmet algısı ile beklentiler birbirine o kadar yakındır. Sonuçların negatif yönlü olması, beklenen kalitenin algılanan kaliteden daha yüksek olduğunu gösterdiği için üç operatörün de abonelerinin beklediği hizmet kalitesine ulaşamadığı görülmektedir.

Ağırlıklandırılmamış servqual ve ağırlıklandırılmış servqual skorlarına bakıldığında her iki skorda da Turkcell’in hizmet kalitesinin daha yüksek algılandığı, onu Vodafone’un takip ettiği ve son olarak da Avea’nın yer aldığı görülmektedir. Boyutlara ayrı ayrı baktığımızda ise bu sıralamanın tüm boyutlar için geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

GSM operatörlerini kendi boyutları içinde algılanan kalite düzeylerini incelediğinde ,Avea aboneleri için algılanan kalite düzeyinin en yüksek olduğu boyut Fiziksel Özellikler Boyutu olarak ortaya çıkmaktadır. Onu Teknoloji ve Güvenilirlik Boyutları takip etmektedir. Algılanan kalite düzeyinin en düşük olduğu boyut ise Kapsama boyutudur.

Turkcell için boyutlar bazında algılanan kalite düzeyleri sıralamasını incelediğimizde Turkcell abonelerinin en çok Teknoloji, Fiziksel Özellikler ve Sorumluluk boyutlarından memnun oldukları görülmektedir. Turkcell abonelerinin en memnuniyetsiz oldukları boyutlar ise Güvence, Heveslilik ve Güvenilirlik boyutlarıdır.

Vodafone için boyutlar bazında algılanan kalite düzeyleri sıralamasını incelediğimizde Vodafone abonelerinin en çok Fiziksel Özellikler, Teknoloji ve Duyarlılık boyutlarından memnun oldukları görülmektedir. Vodafone abonelelerinin en memnuniyetsiz oldukları boyutlar ise Heveslilik, Güvence ve Kapsama boyutlarıdır.

- Araştırmanın Hipotezleri

Birinci Hipotez

H1: Müşterilerin tüm hizmet boyutlarında bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H0: Müşterilerin tüm hizmet boyutlarında bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Servqual skorlarının tüm GSM operatörleri için tüm hizmet boyutlarında negatif olması, beklenti ile algı arasındaki farklılığın yönünün negatif olduğunu göstermektedir. GSM operatörleri, hizmet kalitesi olarak abonelerinin beklentilerini

Duyarlılık	,51575	2,30978	,20496	,11014	,92136	2,516	126	,013
Pair 6								
Avea- Kapsama	1,43307	2,40565	,21347	1,01063	1,85552	6,713	126	,000
Pair 7								
Avea- Teknoloji	1,27165	2,17649	,19313	,88945	1,65386	6,584	126	,000
Pair 8								
Avea- Sorumluluk	,65354	2,23830	,19862	,26049	1,04660	3,290	126	,001

Tablo incelendiğinde analiz sonuçlarına göre 0,05 önem düzeyinde Fiziksel Özellikler, Heveslilik, Duyarlılık , Kapsama, Teknoloji ve Sorumluluk boyutları bakımından Turkcell ve Avea için algılanan hizmet kaliteleri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Diğer boyutlar için ise anlamlı bir fark bulunamamıştır. Fiziksel Özellikler, Heveslilik, Duyarlılık , Kapsama, Teknoloji ve Sorumluluk boyutları için H1 kabul edilmiş, H0 reddedilmiştir. Kalan boyutlar için ise H0 kabul edilmiş, H1 reddedilmiştir.

Üçüncü Hipotez

H0: Avea ile Vodafone’un kalite boyutları bazında algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H1: Avea ile Vodafone’un kalite boyutları bazında algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo : 8
Avea ile Vodafone Arasındaki Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi (Paired Samples Test)

	Paired Differences					Sig.
	Std.	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference			

		Deviation	Mean	Lower	Upper			(2-
Pair 1								
Avea- Vodafone Fiziksel Özellikler	,25542	2,07122	,24410	-,23130	,74213	1,046	71	,299
Pair 2								
Avea- Güvenilirlik	,02083	1,96340	,23139	-,44054	,48221	,090	71	,929
Pair 3								
Avea- Heveslilik	,11944	2,19927	,25919	-,39736	,63625	,461	71	,646
Pair 4								
Avea- Güvence	-	1,94576	,22931	-,63431	,28015	-,772	71	,443
Pair 5								
Avea- Duyarlılık	,32292	1,91751	,22598	-,12767	,77351	1,429	71	,157
Pair 6								
Avea- Kapsama	,70139	2,48043	,29232	,11852	1,28426	2,399	71	,019
Pair 7								
Avea- Teknoloji	,76389	2,16563	,25522	,25499	1,27279	2,993	71	,004
Pair 8								
Avea- Sorumluluk	,17361	2,52196	,29722	-,41902	,76624	,584	71	,561

Tablo incelendiğinde analiz sonuçlarına göre 0,05 önem düzeyinde Kapsama ve Teknoloji boyutu bakımından Avea ve Vodafone için algılanan hizmet kaliteleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Ancak diğer boyutlar için anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yalnızca Kapsama ve Teknoloji Boyutu için H1 kabul edilmiş, H0 reddedilmiştir. Diğer boyutlar bazında ele alındığında ise H1 reddedilmiş, H0 kabul edilmiştir.

Dördüncü Hipotez

H0: Turkcell ile Vodafone’un kalite boyutları bazında algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H1: Turkcell ile Vodafone’un kalite boyutları bazında algılanan hizmet kalitesiarasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo: 9
Turkcell ile Vodafone Arasındaki Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi (Paired Samples Test)

	Paired Differences							Sig. (2- tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	
				Lower	Upper			
Pair 1 Turkcell- Vodafone Fiziksel Özellikler	,13847	2,03059	,23931	-,33869	,61564	,579	71	,565
Pair 2 Turkcell- Güvenilirlik	,15472	1,95794	,23075	-,30537	,61482	,671	71	,505
Pair 3 Turkcell- Heveslilik	,16111	2,33109	,27472	-,38667	,70889	,586	71	,559
Pair 4 Turkcell- Güvence	,20833	2,01535	,23751	-,26525	,68192	,877	71	,383

Pair 5 Turkcell- Duyarlılık	,05903	2,27915	,26860	-,47655	,59460	,220	71	,827
Pair 6 Turkcell- Kapsama	,58333	2,44229	,28783	,00942	1,15724	2,027	71	,046
Pair 7 Turkcell- Teknoloji	,37500	2,17014	,25575	-,13496	,88496	1,466	71	,147
Pair 8 Turkcell- Sorumluluk	,31944	2,15966	,25452	-,18805	,82694	1,255	71	,214

Tablo incelendiğinde analiz sonuçlarına göre 0,05 önem düzeyinde Kapsama boyutu bakımından Turkcell ve Vodafone için algılanan hizmet kaliteleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Ancak diğer boyutlar için anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yalnızca Kapsama Boyutu için H1 kabul edilmiş, H0 reddedilmiştir. Diğer boyutlar bazında ele alındığında ise H1 reddedilmiş, H0 kabul edilmiştir.

SONUÇ

Hizmetler için kalite, en az somut mallarda olduğu kadar önem kazanmış olup, hizmet kalitesi müşteri memnuniyetini için anahtar unsur haline gelmiştir. Müşterilerin hizmet kalitesi konusundaki algılamaları, satın almış oldukları hizmetin kalitesinden beledikleri düzeyin karşılanıp karşılanmamasına bağlıdır.

Hizmetlerin pazarlanmasında ise hizmeti mallardan ayıran özellikler nedeniyle pazarlama karması unsurları olan fiyat, mal, dağıtım, tutundurma yeterli olmadığından, hizmet pazarlamasında fiziksel ortam, katılımcılar ve süreç yönetimi unsurları da dikkate alınmalıdır.

Türkiye’de 1994 yılından bu yana hizmet sunan GSM sektörü Avea, Turkcell ve Vodafone olmak üzere üç operatörden oluşmaktadır. Bu şirketler oligopol piyasa şartlarında rekabet etmektedirler. Oligopolcüler, satış politikası ile ilgili her kararda rakiplerinin de tepkilerini göz önüne almak zorundadırlar.

GSM operatörlerinin kalite politikalarında müşteri memnuniyeti ve hizmet odaklılık kavramları üzerinde durulmaktadır.

Kapsama alanında ise, üç GSM operatörü de 2G olarak

ülkenin%99’unun üzerindeki kısmını kapsamaktadır. Operatörler, 3G kapsama alanlarını ise genişletebilmek için yatırımlarını yönlendirmişlerdir.

GSM Operatörleri, teknolojinin sektörleri için ne denli önemli olduğunun farkında oldukları için, teknolojik yenilikleri hizmetlerine yansıtarak teknolojiyi rekabet üstünlüğü sağlamanın önemli bir aracı olarak kullanmaktadırlar.

Haberler, hava durumu, finans, mesaj, e-posta, arama, müzik, spor, eğlence, oyun, bilgi, internet, sağlık, güvenlik vb. alanlardaki servis yelpazesi her üç GSM operatöründe de oldukça geniştir

Avea’nın 21.523 tane baz istasyonu, 915 tane bayii, 14.000’in üzerinde satış noktası, 9 tane çağrı merkezi bulunmaktadır.

Turkcell’in 30.500 tane baz istasyonu, 1.225 tane iletişim merkezi, 21 tane çağrı merkezi, 16.500 satış noktası ve bu noktalara haftalık olarak ürün tedarığı sağlayan 44 tane dağıtım merkezi vardır.

Vodafone’un 23.727 tane baz istasyonu, 1260 tane Vodafone mağazası, 17.000’i aşan alt bayi ve 5 tane çağrı merkezi vardır.

GSM operatörlerinin fiyatlandırma stratejilerini iki kısımlı tarife, talep yoğunluğuna bağlı fiyatlandırma, pazarın kaymağını alma stratejisi, miktara bağlı indirimler, grup indirimleri, zamana bağlı indirimler, konuşma süresine bağlı indirimler, bağlantı ücretlerinde indirimler, paket satış stratejisi, sabit fiyat stratejisi ve kampanyalar olarak sıralamak mümkündür.

GSM operatörlerinin tutundurma stratejilerinden reklam, sosyal sorumluluk projeleri, sponsorluklar ve alınan ödüllerin duyurulması şeklinde hayata geçirilmektedir.

GSM sektöründe en çok hatırlanan reklamlar, %56,2 ile Turkcell’e aitken, onu %35,9 ile Vodafone ve %7,9 ile Avea izlemektedir. GSM operatörleri, tutundurma faaliyetleri kapsamında sadece reklam kampanyaları ile yetinmemekte ve sosyal sorumluluk projeleri ve sponsorlukları ve aldıkları ödüllerle de adlarını duyurmaktadırlar.

GSM operatörleri hem müşterileri için ulaşılabilirliklerini artırmak için fiziksel ortam sayılarını artırmaya hem de fiziksel ortamlarını yeniliklerle daha dikkat çekici hale getirmeye çalışmaktadırlar.

GSM operatörlerinde katılımcı grubunu; satış elemanları, çağrı merkezi elemanları, teknik ekip ve diğer tüm çalışanlar, yöneticiler ile müşteriler oluşturmaktadır.

Avea’nın toplamda 1947 personeli bulunmaktadır. Turkcell Mağazalarında 8.600 kişiden oluşan bir kadro bulunmaktadır. Vodafone’un ise toplam 3.312 kadrolu çalışanı bulunmaktadır.

Mart 2013 itibarıyla Türkiye’de yaklaşık %89,815 penetrasyon oranına karşılık gelen toplam 67.907.092 mobil abone bulunmaktadır. Temmuz 2009’da sunulmaya başlanan 3G hizmeti Mart 2013 itibarıyla 43.874.972 milyon aboneye ulaşmıştır. Turkcell’in 34milyon 850 bin abonesi, Vodafone’un 19 milyon 320 bin abonesi, Avea’nın ise 13 milyon 730 bin abonesi vardır. Abone sayısına göre Turkcell’in %51,33, Vodafone’un %28,45, Avea’nın ise %20,22’lik pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

Avea’nın vizyonu; “Türkiye’nin “en beğenilen ve tercih edilen” mobil ileti- şim şirketi olmak”, Turkcell’in vizyonu; “İletişim ve teknoloji çözümleriyle hayatı kolaylaştırmak ve zenginleştirmek.” ve Vodafone’un vizyonu; “Tüketicilerimizi kayıtsız şartsız memnun ederek, en çok güvenilen ve en çok tercih edilen iletişim markası olmak” şeklindedir.

Çalışmada, GSM operatörlerinin hizmet kalitelerini ölçerek karşılaştırmalarını yapabilmek amacıyla Ankara İli Yenimahalle ve Çankaya ilçelerinde yaşayan ve tesadüfen seçilen 427 GSM abonesi üzerinde, Servqual yönteminin kullanıldığı bir araştırmaya yer verilmiştir.

Araştırmanın güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha)=0,969 olarak bulunmuştur.

Araştırma sonuçları Servqual ölçeğine göre değerlendirildiğinde;

Boyutlar bazında değerlendirme yapıldığında Avea ve Vodafone kapsama alanı konusunda müşteri beklentilerine kulak vererek daha çok yatırım yapmalı, Turkcell ise daha güvenilir bir operatör olabilmek için yeni stratejiler uygulamalıdır.

Ağırlıklandırılmamış Servqual skorları incelendiğinde Turkcell’in -1,358 ile birinci sırada, Vodafone’un -1,695 ile ikinci sırada ve Avea’nın -2,088 ile son sırada olduğu; Ağırlıklandırılmış yani boyutların önem düzeylerine göre hesaplanan Servqual skorları incelendiğinde ise Turkcell’in -0,170 ile birinci sırada, Vodafone’un -0,213 ile ikinci sırada ve Avea’nın -0,261 ile son sırada olduğu görülmektedir.

Ancak tüm değerlerin tüm operatörler için eksi değerlerde olması operatörler için uyarıcı niteliktedir. Operatörler müşterilerinin beklentilerini çok iyi analiz etmeli ve o doğrultuda yatırımlar yapmalıdırlar.

KAYNAKÇA:

- AKTEPE, C. , BAŞ, M. (2008), “Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı Ve Algılanan Kalite (Beklenti) İlişkisi ve Gsm Sektörüne Yönelik Bir Analiz”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1, ss.81-96
- ATAN, M. , BAŞ, M. ve TOLON, M. (2005) , “Servqual Analizi İle Süpermarketlerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* Cilt 7, Sayı 2, ss.159-180
- BERRY, L.(1991) *Marketing Services*, USA, The Free Press
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ve İLETİŞİM KURUMU (2013), *Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü, Üç Aylık Pazar Verileri Raporu*, 2. Çeyrek, Nisan – Mayıs – Haziran
- ELDEM, Emine (2009); *Hizmet Sektöründe Servqual Analizini Kullanarak Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Sağlık Kuruluşunda Uygulama Denemesi*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- GRONROOS, C. (1990), *Service Management and Marketing*, Massachusetts: Lexington Books
- GÜMÜŞOĞLU, Ş. (2003), “Kalite Kültürü ve Süreç Yönetimi- Eğitim İlişkileri”, *2.Kalite Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, İzmir
- HOFFMAN, K.D. , BATESON J.E.(1997), *Essential of Service Marketing*, The Dryden Press, USA
- KILIÇ, M. (2010); “Stratejik Yönetim Sürecinde Değerler, Vizyon ve Misyon Kavramları Arasındaki İlişki”, *Sosyo Ekonomi Dergisi*, 2010-2, 100204, ss.81-98
- KINGIR, S. (2006), “Bir Hizmet İşletmesi Olarak BeşYıldızlı Otel İşletmelerindeki Yönetmel Sorunlar”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, ss.457-481
- MARKETING TÜRKİYE DERGİSİ (2012), “GSM Reklamları Araştırması”, Mart Sayısı, ss.106-114
- MUCUK, İ. (2006); *Pazarlama İlkeleri*, Genişletilmiş 15.Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul
- PARASURAMAN A., ZEİTHAML V.A. ve BERRY L. (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications For Future Research”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, pp.41-50
- RAHMAN, S., ERDEM, R., DEVEBAKAN, N. (2007); “Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi: Elazığ’daki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı: 3, ss.37-55
- SAAT, M. (1999), “Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi”, *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 3, ss.107-118
- TORUN, Elif (2009); *Dr. Sami Ulus Çocuk Hastalıkları Hastanesinde Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bolu
- UYGUÇ, N. (1998) , *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi*, Dokuz Eylül Yayınları
- ÜNER, Mithat; “Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir Mi?”, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Cilt. 8, No: 43, ss. 2-11
- ÜNLÜ,S., TOLON, M. (2012); “Tutundurma Faaliyetlerinin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisinin Belirlenmesi: Türk Gsm Sektöründe Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2

ZEİTHAML, V.A., BİTNER, M. (2003), *Services Marketing*, McGRAW-Hill, 3ed edition,

İnternet Kaynakları:

www.avea.com.tr

www.turkcell.com.tr

www.vodafone.com.tr

<http://www.rekabetderneği.org/rekabethakkında.html>, 10.05.2013

<http://www.frmtr.com/ekonomi-iktisat-isletme-istatistik/766414-mobil-haberlesme-sektor-rekabeti.html>, 24.09.2012

MİLLİ MARŞLARIN SİYASET BİLİMİNİN BAZI KAVRAMLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hasan Emir AKTAŞ*

Öz:

Milli marşlar modern dönemde ülkelerin milli varlıklarını temsil eden önemli sembollerden biri olmuştur. Birçok resmi törenlerde ve uluslararası faaliyetlerde topluca ve müzik eşliğinde okunan bu marşlar, Türkiye gibi bazı ülkelerin Anayasalarında temel hükümler arasında yer almaktadır.

Milli varlığı ve bağımsızlığı, milletin birlik ve bütünlüğünü, millet ile ülke arasındaki bağları ve milleti bir araya getiren ve bir arada tutan unsurları ifade eden bu şiirlerin, içerdikleri bağımsızlık, yurtseverlik, hâkimiyet, ortak millet bilinci gibi kavramlar sebebiyle siyaset bilimiyle de bir ilişkisi olduğu açıktır.

Bu çalışmanın Giriş kısmında milli marşların ne anlama geldiği ve nasıl ortaya çıkıp yaygınlaştığı konusunda kısa bir bilgi verilecektir. Daha sonraki bölümlerde ise marşlarla bağlantısı en belirgin olan siyaset bilimi kavramları tek tek ele alınıp açıklanacak ve her bir kavramın açıklamasından sonra kavramlara ülkelerin milli marşlarından örnekler verilecektir.

Kavramlar için verilen marş örneklerinin belirlenmesinde ilgili ülkelerin dünya siyasetindeki ve siyasi tarihindeki ağırlığı, bu ülkelerin Türkiye'nin siyasi konumu açısından taşıdığı önem ve marş içeriğinin ilgili kavramları örneklendirme derecesi gibi kriterler dikkate alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Milli Marş, Bağımsızlık, Yurtseverlik, Din, Bayrak

* Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü. E-posta: hasanaktas@atauni.edu.tr

EXAMINING NATIONAL ANTHEMS IN TERMS OF SOME CONCEPTS OF POLITICAL SCIENCE

Abstract:

National anthems have become one of the symbols that represent national entity of the countries in modern period. These anthems which are recited at official ceremonies and international organizations in chorus, accompanied by a music, find place even in the Constitutions of some countries like Turkey.

These lyrics express national entity and independence; unity and integrity of countries; the links between a people and their country; and the elements that bring and keep a nation together. It is obvious that these lyrics have relationships with political science through some concepts they include, such as independence, patriotism, sovereignty, common consciousness of nationhood etc.

In the Introduction of this study, a brief information will be given regarding what national anthems are, how they have emerged and spread; and in the following parts, the political science concepts which have connections with those lyrics will be explained respectively, examples being given for each one from the national anthems of different countries.

In determining the national anthem samples given for relevant concepts, criteria such as prominence of countries in international politics and political history, their significance for the political position of Turkey and sampling level provided by anthem lyrics of countries have been considered.

Keywords: National Anthem, Independence, Patriotism, Faith, Flag

GİRİŞ

Milli marşlar milli-resmi ve milletlerarası bazı törenlerde ülkelerin milli birliğinin ve bağımsızlığının sembolü olmak üzere bir müzik eşliğinde terennüm edilen şiirlerdir. Bu marşlar bilhassa milliyetçiliğin ve ulus-devlet yapılarının dünya sahnesinde önemli bir yer tutmaya başladığı on dokuzuncu yüzyılda ortaya çıkmış ve yaygınlaşmıştır. Modern dönemde mevcut bazı milli marş metinlerinin geçmişi daha önceki yüzyıllara dayansa da bunların dahi resmi bir statü kazanarak tam bir milli marş halinde uygulanması on dokuzuncu yüzyıldan sonra olmuştur.

Nitekim Osmanlı Devleti'nde de milli marş ihtiyacı daha II. Mahmut döneminden itibaren hissedilmeye başlamıştır. Bilhassa Avrupa devlet temsilcileriyle yapılan törenlerde hissedilen böyle bir ihtiyacın farklı dönemlerde birbirinden farklı güfte ve bestelerin okunmasıyla karşılandığı bilinmektedir (Okay, 2001:355).

İnsanoğlu en ilkel biçiminden en medeni şekline kadar şiir ve müziğin ruhundaki etkisini hissetmiş ve her dönemde ahenk ve ses gibi etki kaynaklarına sahip olan bu kültür öğelerine fert ve toplum hayatında yer vermiştir. Tarih boyunca şahsi zevk ve kaygılara dayalı şiir ve müzik tecrübesinin dışında, din, metafizik, memleket sevgisi, kahramanlık duygusu gibi gayri şahsi ve idealize edilmiş bazı kavramlara yönelik şiir ve müzik geleneğinin bulunmasının, milli marş uygulamasının insanlık tarafından bu derece yaygın bir biçimde benimsenmesini kolaylaştırıcı bir faktör olduğu söylenebilir.

On dokuzuncu yüzyılda siyasi ve sosyal bazı hareketlerin ortaya çıkması ve bunların mensuplarını mobilize ve teşvik etmek için bazı marşlar kullanması da yine milli marşların milli seviyede kabul görmesi noktasında toplumsal bir zemin işlevi görmüştür. (L'encyclopédie Grolier, 1974:743)

Milli marş metinlerinin muhtevasına genel olarak bakıldığında bunların ilgili ülkenin o dönemde içinde bulunduğu şartlara ve ayrıca ülkelerin coğrafi hususiyetlerine göre bazı değişiklikler gösterdiği müşahede edilmektedir. Barış içinde olan milletler genellikle ülkelerinin tabii zenginliklerini ve güzelliklerini vurgulamıştır. Bu yolla ülke topraklarının değeri ve önemi ifade edilmek istenmiştir.

Avustralya, Barbados ve Şili marşlarında ülkenin coğrafi ve tabii yapısında yer alan bazı unsurlar yüceltilmiştir.

Danimarka gibi bazı ülkeler milli kahramanlarını terennüm etmiş, Birleşik Devletler, Honduras, Kosta Rika, Cibuti, Gana, Maldivler gibi bazı ülkeler de bayrağını selamlamış veya onun renk ve hususiyetlerini ifade

etmiştir. Andorra, Angola gibi diğer bazı ülkelerin hürriyet ve bağımsızlığı vurguladığı görülmektedir.

Ülkenin isminin anlamının belirtilmesi; millet ve/veya kralın kurtuluşu için dua edilmesi; Tanrı'nın yüceltilmesi; orduya çağrıda bulunulması, milli marş metinlerinde yer alan diğer bazı temalardır (Hardsock, 2011:1076).

Türkiye Cumhuriyeti milli marşının on dördlükten oluşan geniş metniyle yukarıda belirtilen temaların çoğuna yer verdiği söylenebilir.

D) MİLLİ MARŞ İLE SİYASET BİLİMİ'NİN İLİŞKİSİ

Milli Marşın birçok bakımdan siyaset biliminde yer alan kavramlarla ilişkisini belirlemek mümkündür. Bu ilişkinin dayanakları şu şekilde ifade edilebilir:

1) Milli marş, bir milletin varlığını, bağımsızlığını ve birliğini temsil eden sembollerden biridir. Semboller ilk insandan beri gerek fertlerin ve gerekse toplulukların hayatındaki soyut ve açıklanması zor kavramları somutlaştırarak, hem bu soyut değerlerin sonraki nesillere aktarılmasını kolaylaştırmış ve hem de farklı algılama seviyelerindeki toplum fertleri arasında ortak bir değer zemini oluşmasına yardımcı olmuştur. Hatta Benedict Anderson bir adım daha ileri giderek modern ulus ve toplum yapısının sembollerle teşkil edilmiş hayali bir oluşum olduğunu vurgulamaktadır (Anderson, 1991: 46).

İnsan topluluklarının bazen değerlerinin uğruna devletler kurduğunu ve yönettiğini, bazen başka topluluklarla savaşımlara girdiğini dikkate alırsak, bu değerleri sembolize eden bayrak, milli marş gibi remizlerin de siyaset bilimiyle olan münasebeti ortaya çıkacaktır.

2) Milli marş bilhassa sözleriyle çoğu zaman bir milletin millet olma bilincini, devlet kurma felsefesini, başka milletlere ve dünyaya bakış açısını ifade etmektedir. Dolayısıyla belli bir fert tarafından kaleme alınmış olsa da bütün bir milletçe kabul edilmesi ve sonraki nesiller tarafından benimsenmesi, onun bütün bir milletin de millet anlayışını ve devlet tasavvurunu yansıttığı anlamına gelmektedir.

Diğer taraftan milletlerin kolektif şuurunu, siyasi düşünürlerden daha çok millete mal olmuş fikir ve söz erbabının şekillendirdiği (King, 2011:1214) ve bu ortak şuurun milletlerin tarih içerisinde giriştiği birçok hareketin ve izlediği birçok politikanın saiklerini oluşturduğu da bir gerçektir.

Birçok ülkenin milli marşı en kritik dönemlerde ve “milli ruhun” yeni bir varoluş için mücadeleye girdiği şartlarda yazılmıştır. Bu marşların önemli

bir kısmı hem milleti belli bir yöne doğru sevk etmeye, hem de milletin bilinçaltı kodlarının dışı vurduğu bu kritik dönemleri tasvir etmeye çalışmışlardır. Bu yönüyle milli marşlar siyaset sosyolojisi açısından da ayrı bir önemi haizdir.

II) FARKLI ÜLKELERİN MİLLİ MARŞLARININ SİYASET BİLİMİNDE YER ALAN BAZI KAVRAMLAR AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

A) Bağımsızlık:

1) Tanım ve Açıklama:

Tarih boyunca müşterek bir kimliği ve sosyal bir bilinci olan birçok topluluk “dış güçler” diye algıladığı başka toplulukların saldırı ve istilasına karşı bağımsızlığını koruma eğiliminde ve çabasında olmuştur. Fakat çıkar, hırs ve vahşet gibi menfi duygular bir tarafa konulursa, modern öncesi dönemde siyasi toplulukları birleştiren ve harekete geçiren başlıca müşterek öğeler, dini saik ve inançlar; hâkim bir monarkın yönetme hakkına duyulan saygı ve sadakat ve bazen atfedilen kutsiyet (Weber, 2008:157; Heywood, 2012:278); ve insanların kendi vatanına duyduğu sevgi ve bağlılık olarak belirlenebilir. Modern dönemde ise toplulukları savaflara yönelten saikler açısından iki yeni boyutun eklendiği görülmektedir. Bağımsızlık için savaşan taraf açısından değişen şey, Fransız ihtilalinin yaydığı milliyetçilik akımının etkisiyle “milli bilinç ve kimliğin” milli mücadelelerde önemli bir yer tutmasıdır.

Savaşılan “işgalci” taraf açısından dikkat çeken değişiklik ise daha önceki “emperyal” devletlerin aksine, modern dönemdeki “istilacı” güçlerde sömürme ve işgal hareketinin sistemli bir şekil almasıdır. Bu iki boyut son iki yüzyıl içinde meydana gelen bağımsızlık hareketlerinin hem sayı bakımından ve hem de boyut ve etki açısından kayda değer ölçüde genişlemesine yol açmıştır (Coskun, 2011:1755).

Savaş “bir grup insan tarafından düşman diye adlandırdıkları diğer bir gruba karşı organize şiddet kullanılması” şeklinde tanımlanabilir (Bird, 200:226). İki devletin savaş vermesi olayında konumuz açısından önemli olan şey, milletin kendi ülkesinin pozisyonunu nasıl algıladığıdır. Bazen objektif bir bakışla saldırgan ve emperyalist durumunda olan bir ülkenin yurttaşlarının bile savaşı yürüten iktidar kadrosunun çok etkili bir propagandası ve yönlendirmesi ile kendisini haklı görebildiğini ve savaş politikasının millet vicdanında kendine yer bulabildiğini görmek mümkündür.

Böyle olmakla beraber saldırıya ve işgale uğramış olan milletlerin daha etkili bir sesle kendi varlıklarını ortaya koydukları ve güçlü bir dayanışma ve mücadele bilinci içerisinde savaşı ve bağımsızlıklarını kazanmaya muvaffak oldukları genellikle görülen durumlardır. Amerikan Bağımsızlık Savaşı da Batılı bir milletin, Batılı işgalci bir devlete karşı verdiği ve galip geldiği bir bağımsızlık mücadelesinin farklı bir örneğidir (Stephenson, 2007: 79-80).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Çin milli marşı kölelikten kurtulmak için milleti düşmana karşı mücadeleye çağırmaktadır:

“Kalkın ey köleliği reddedenler! / Etimiz ve kanımızla / Yeni Seddimizi kuralım! / Çin milleti en kritik günlerini yaşıyor. / Herkes cesaretle haykırmalı! / Kalkın! Kalkın! Kalkın! Milyonla yüreğimiz bir çarpıyor. / Düşman ateşine siper olun. / İleri! / Düşman ateşine siper olun, / İleri! Yürüyün! İleri!” (Hang, 2003:134).

Filistin milli marşında işgal altındaki vatanın bağımsızlığına kavuşturulması için mücadele kararlılığı yer almaktadır:

“Bayrağın gölgesinde toprağıma, milletime; / Ve elem ateşine kasem olsun! / Yurdum geri dönene kadar fedai olarak yaşayacak, / Fedai olarak öleceğim” (Hang, 2003: 489)

Cezayir milli marşı Fransız sömürge hâkimiyetine karşı çetin bir savaşın verildiği 1955 yılında, bu mücadele sebebiyle hapsedilmiş bulunan Müfdi Zekeriya tarafından yazılmıştır (Hang, 2003:5). Bu sebeple savaş meydanındaki etkili ve gerilimli havayı yansıtan bir üslup ihtiva etmektedir:

“Yıkıp geçen yıldırıma kasem ederiz; / Cömertçe feda edilen kanların akışına kasem ederiz; / Yüksek dağlarda dalgalanan, / Parıltılı bayraklara kasem ederiz ki / Ölüm pahasına da olsa ayağa kalkıyoruz; / Cezayir’i yaşatmaya kararlıyız; / Şahit olun, şahit olun, şahit olun.”

Arjantin milli marşı bağımsızlığı ve hürriyeti vurgulamaktadır:

“Ey faniler! Kutsal çılgığı duyun: / Hürriyet! Hürriyet! Hürriyet! / Kırılan zincirlerin sesini duyun, / Ve aziz eşitliğin yükselişini görün.” (Hang, 2003: 21)

B) Hâkimiyet (Egemenlik)

1) Tanım ve Açıklama:

Egemenlik bir devlette en yüksek ve en nihai karar verme merciinin gerçekte kim veya hangi kurum olduğu ile ilgili bir kavramdır. Genellikle hâkimiyetin kime ait olduğu ülke içerisindeki iktidar organları veya güç merkezleri çerçevesinde belirlenir. Çağdaş parlamenter yapılarda parlamento milli hâkimiyetin tek mercii olarak değerlendirilmektedir. (Ricci, 2004:10; Özbudun, 1995:12,61). Mesela kuvvetler ayırımının çok belirgin olduğu Birleşik Devletler sistemine nazaran İngiliz parlamentosu, Anayasanın ve Anayasa Mahkemesinin bile bulunmadığı bir siyasi yapıda, sembolik konumdaki bir kralın/kraliçenin varlığına rağmen hâkimiyeti temsil ve icra etmektedir (Beale, 1997:5).

Fakat devlet içerisinde hâkimiyetin sahibi kim veya hangi organ olursa olsun, “devlet egemenliği” ya da “milli egemenlik” kavramı, hukuki ya da siyasi bakımdan dış denetim ve bağımlılıktan serbest olmayı gerektirmektedir (MacCormick, 2003:239)

Dolayısıyla bir devletin karar ve yönetim mekanizmaları üzerinde en üstün güç ve iktidarı elinde tutan kişi veya kurumlar ülkenin kendi iç dinamikleri tarafından belirlenmiş olabileceği gibi, bazen dış kaynaklı bir ülke veya merkez de ülke üzerinde en son sözü söyleme gücünü elinde tutarak hâkimiyetin sahibi olabilir. Bağımsızlık ile, hâkimiyetin yerli unsurlara ve mekanizmalara ait olması arasında çok sıkı bir ilişki vardır. Dolayısıyla milletler hâkimiyetin milli dinamiklere ait olması noktasında, topraklarının yabancıların elinden kurtarılması anlamına gelen bağımsızlık kadar hassas ve tavizsizdirler (Roskin, 1991:4).

Diğer taraftan bir değer olarak şahsi hürriyet duygusu ile kişinin mensup olduğu topluluğun karar ve yönetim bakımından bağımsız olması anlamına gelen milli hâkimiyet, birbiriyle bağlantılı olarak algılanmış ve aynı titizlikle korunmuştur (Meyer, 2009:40).

Hâkimiyet bağlamında şunu da belirtmek gerekir ki son dönemlerde uluslararası anlaşmaların bağlayıcı hükümlerinin artış göstermesi ve ulus-üstü yapılanmaların siyasi gücün önemli bir bölümünü devletlerin elinden alması, milli hâkimiyetin kısmen devletlerin inhisarından çıkması anlamına gelse de bunlar karşılıklı ve dengeli bir ilişkiler zemini üzerine oturduğundan bir ülkenin diğerinin üzerinde tahakküm kurmaya çalışması anlamında değerlendirilmemektedir (Heywood, 2004:119).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Fransız milli marşında ülkelerine saldıran düşmanların hâkimiyeti altına girmenin ağır sonuçlarına karşı millet uyarılmaktadır:

“Bu yabancı taburlar bizim ülkemize hâkim mi olacak? / Yoksa bu paralı askerler bizim şerefli savaşçılarımızı imha mı edecekler? / Aman Allahım! Ellerimizde zincirlerle başlarımız boyunduruk altında mı eğilecek? / Bu aşağılık despotlar bizim kaderimizin efendileri mi olacak?”
(http://en.wikipedia.org/wiki/La_Marseillaise)

İngiliz milli marşı eski bir şiire dayanmaktadır. O bakımdan her ne kadar krallık bu ülkede hala devam etse de marş, çağdaş halk hâkimiyeti anlayışıyla uyuşmayacak derecede “kralcı” bir üslup ihtiva etmektedir. Fakat şiir kralı/kraliçeyi devletin milli bir sembolü olarak algılayarak, onun hâkim olmasını milli bir hâkimiyet olarak değerlendirmektedir:

“Tanrı aziz kraliçemizi korusun, / Uzun yaşasın asil kraliçemiz, / Tanrı Kraliçeyi korusun: / Onu galibiyetle göndersin, / Bahtlı ve şanlı kılsın, / Hükmü daim olsun üzerimizde / Tanrı Kraliçeyi korusun. / Ey Tanrım, Rabbimiz, tecelli et de, / Onun düşmanlarını darmadağın et! / Ve onları devir! / Siyasetlerini karıştır! / Hain tuzaklarını boşa çıkar! / Umudumuzu sana bağlıyoruz, / Tanrım hepimizi koru. / En seçkin lutuflarını, / Lütfen ona saç: / Başımızdan eksik olmasın: / Hukukumuzu korusun, / Ve bize vesile sunsun.”
(Hang, 2003: 653).

Japon milli marşı da Japon imparatorunu Japon devletinin ve milli varlığının temsilcisi olarak görmekte ve onun milli hâkimiyetin sembolü olarak değerlendirilen hükümlerinin ebedi olarak devam etmesi temenni edilmektedir:

“Hükümlerinin / Bin kuşak, / Sekiz bin kuşak sürsün! / Ta ki çakıl taşları, / Yosunlarla kaplı / Kayalara dönsün!” (Hang, 2003: 326).

Endonezya marşı doğrudan olmasa da vurguladığı kavramlarla ülkenin güçlü ve hâkim olması gerektiğini belirtmektedir:

“Endonezya, Büyük, bağımsız ve hür (ülke). / Benim sevgili ülkem...”
(Hang, 2003: 302).

Fas milli marşı hâkimiyet kavramını doğrudan zikrettiği gibi, “hürriyet”, “güvenlik”, “ülkeler arasında yüce bir unvan” gibi ifadelerle de bu durumu pekiştirmektedir.

“Hürriyetin pınarı, ışığın kaynağı, / Hâkimiyet ve güvenliğin bulunduğu (yer); / Güvenliği ve hâkimiyeti ebediyen birleştir; / Sen ülkeler arasında yüce bir unvanla yaşadın...” (Hang, 2003: 437).

Lao milli marşı, milletin kendi efendisi olması gerektiğini belirtmektedir:

“Her zaman Lao halkı yurtlarını yüceltmıştır. / Kalbini, ruhunu ve coşkusunu birleştirmiştir. / Kararlılıkla ilerlemede, / Lao halkının izzetini gözetip ve artırmada / Ve kendi kendilerinin efendileri olma haklarını ortaya koymada, / Her menşeden Lao halkı eşittir. / Ve artık emperyalistlerin ve hainlerin / kendilerine zarar vermesine izin vermeyecektir. / Bütün halk bağımsızlığı koruyacaktır” (Hang, 2003: 352).

C) Yurtseverlik

1) Tanım ve Açıklama:

Yurtseverlik, isminden de anlaşıldığı gibi kişinin ülkesine duyduğu kuvvetli sevgi, bağlılık ve gerektiği zaman onun uğrunda canını feda etme duygusudur. Modern milliyetçilik düşüncesinin aksine, kişinin doğduğu ve yaşadığı topraklara bağlanması anlamına gelen yurtseverlik duygusu, insanların belki de yerleşik hayata geçtiği tarihten beri taşıdığı bir haslet olarak ortaya çıkmaktadır (Kamrava, 2005: 67-68).

“Sezar’ın hakkı” ile “İsa’nın hakkını” birbirinden ayırarak, dine ve vatana yönelik bağlılık duygularını birbirinin alternatifi olarak görmeye meyleden Hristiyanlığın hâkim olduğu ortaçağ döneminde yurtseverlik duygusu biraz geri plana itilirken (Berns, 2008:175), İslam, yurt sevgisini dine aykırı görmeyip, aksine onu insan tabiatının yapıcı bir unsuru olarak değerlendirmiştir. Bu yüzden Müslüman topluluklar genellikle ülkelerine ve dinlerine yönelttikleri bağlılıklar arasında bir çelişki addetmemiştir. Türk istiklal marşının şairi de “Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda... / Şüheda fışkıracak toprağı sıksan şüheda!” mısralarında, yurduna olan sevgisini “cennet”, “feda”, “şüheda” gibi dini çağrışımlara sahip kavramlarla iç içe anlatmıştır.

Diğer taraftan ülkelerini pozitif ve yapıcı bir tavırla kurtarmak ve geliştirmek için çabalayanlar bir tarafa, ülkelerde mevcut birçok siyasi ve sosyal grubun milli varlığını ve kimliğini yok etmeyi hedefleyen rejimlerin bile belli dönemlerde halkı mobilize etmek için milliyetçilik ve yurtseverlik duygularına başvurduğu görülmektedir. Mesela 2. Dünya Savaşında o günkü Sovyetler Birliği Devlet Başkanı Joseph Stalin, yabancı işgalcilere karşı Rusları seferber edebilmek için milliyetçilik ve yurtseverlik duygularına hitap etmiştir. Savaştan sonra ise Sovyet gücünün Doğu Avrupa’da yayılmasının önündeki en büyük engellerden biri olarak gördüğü bu duyguları evrensel değerlere aykırı anlayışlar olarak değerlendirmiştir (Campbell, 2010:266).

Yurtseverlik hissiyat ve duyarlılığının savaş zamanları gibi buhran ve tehlike dönemlerinde yükselme eğilimi gösterdiği müşahede edilen bir durumdur (Sheldon, 2001: 229).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Azerbaycan milli marşı ülkesi için canını feda etmeye hazır yurtsever insanların hissiyatını yansıtmaktadır:

“Azerbeycan! Azerbeycan! / Ey kahraman evladın şanlı Vatanı! / Senden ötürü can vermeye cümle hazırız! / Senden ötürü kan dökmeye cümle kadiriz!... / Sen olasın gülistan! / Sana her an can kurban! / Sana bin bir muhabbet, / Sinemde tutmuş mekân! / Namusunu hıfz etmeye, / Cümle gençler müştaktır! / Şanlı Vatan! Şanlı Vatan! / Azerbeycan! Azerbeycan!” (Hang, 2003: 35-36).

Irak milli marşı halkın ülkesinin güzelliklerine duyduğu hayranlığı belirttikten sonra, bu yurdun kurtuluşu ve yükselişi için gereken her şeyin yapılacağını ifade etmektedir:

“Yurdum, benim yurdum, / İhtişam, güzellik, yücelik ve kıymet, / Senin dağlarında, senin dağlarında. / Hayat ve kurtuluş, keyif ve umut, / Senin havandadır, senin havandadır, / Seni görecek miyim seni görecek miyim, / Salim, müreffeh, güçlü ve izzetli? / Görecek miyim senin yükselerek, / Yıldızlara eriştiğini, yıldızlara eriştiğini? / Yurdum yurdum! / Gençler senin istiklaline kadar, / Yorulmayacaklar, / Belki ölümü içecekler. / Fakat düşmanlarının elinde / Köle olmayacaklar.” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Mawtini>)

Kazakistan’ın 1992-2006 yıllarında geçerli olan eski milli marşı yurduna sevgisini ve hayranlığını ifade eden bir halkın hissiyatını yansıtmaktadır:

“Benim yurdum, benim yurdum, / Gülün olup eğileyim, / Şarkın olup çağlayayım, / Ana yurdum benim, Kazakistan’ım. / Refaha yol açıldı; / Geniş bir yurdum var. / Birliğe yakışan, / Bağımsız ülkem var. / Karşıladi zamanı, / Ebedi bir dost gibi. / Bizim yurdumuz bahtiyardır, / Bizim yurdumuz işte böyledir.” (<http://www.kazakhstan-discovery.com/kazakhstan-national-anthem.html>)

Mısır milli marşında Mısır’ın tarihi köklerine ve coğrafi güzelliklerine işaret edilmekte ve Mısır halkının ülkelerine olan sevgisi ve sadakati vurgulanmaktadır:

“Vatanım, vatanım, vatanım...! / Sevgim senindir, kalbim senin. / Vatanım, vatanım, vatanım...! / Sevgim senindir, kalbim senin.

Mısır! Ey ülkelerin anası! / Gayem sensin, muradım sen, / Ve bütün insanlar üzerinde, / Nice lütufları vardır Nil'inin. / Mısır! Sen en değerli incisin! / Zamanın alnı üzerinde bir ışıksın! / Ey yurdum hür yaşa, / Düşmanlarına rağmen selamette ol.

Mısır! Azizdir evlatların! / Sadıktır, topraklarının bekçisidir! / Onların ve benim birliğimle, / Gayene ulaşacaksın.

Mısır, ey bolluk ülkesi! / Eski bir ihtişamla haleli. / Gayem düşmanı savmak, / Ve Allah'adır itimadım. / Vatanım, vatanım, vatanım...! / Sevgim senindir, kalbim senin.” (Hang, 2003: 202).

Rusya milli marşı, Rus ülkesinin hem coğrafi genişliğini ve zenginliğini, hem de siyasi güç ve kapasitesini belirtmektedir:

“Rusya, mukaddes gücümüz! / Rusya, sevgili ülkemiz! / Çelik bir irade, büyük bir ihtişam, / Senin mülkün daima! / Şanlı ol hür Ülkemiz! / Kardeş halkların asırlık birliği, / Atalarımızın bilgeliği! / Şanlı ol yurdumuz! / Gururluyuz seninle! / Güneydeki denizlerden, kutup noktasına dek, / Yayılır ormanlarımız ve arazilerimiz.. / Sen teksin dünyada, yektasın,

Tanrının koruduğu anavatan! / Hayallerimiz ve hayatlarımız için, / Her yıl daha da açılan geniş saha. / Anayurda bağlılık güç veriyor bize, / Rusya var oldu ve daima var olacak!” (Hang, 2003: 530-531).

Avustralya marşı, yeni kurulan bir ülke olmasıyla da bağlantılı olarak, ülkenin coğrafi ve tabii güzelliklerine dikkat çekmekte ve halkı ülkelerinin geniş imkânlarını değerlendirmeye ve bu şekilde yurt sevgilerini ortaya koymaya çağırmaktadır:

“Avustralyalılar, hep birlikte sevinelim; / Çünkü genç ve hürüz; / İşlemek için altın gibi toprağımız ve kaynaklarımız var; / Yurdumuz denizlerle çevrili; / Toprağımız tabiatın lütuflarıyla dolu; / Güzellikler bakımından zengin ve nadide.” (Hang, 2003: 29).

Bulgaristan marşında da diğer birçok marşta olduğu gibi ülkenin coğrafi kimliğini oluşturan tabii özellikler anlatılarak, milletin yurt sevgisi ve bağlılığı pekiştirilmeye çalışılmaktadır:

“Gururlu Balkan dağları (yükseliyor), / Yanıbaşlarında da Tuna akıyor; / Güneş ışıklarını Trakya'nın üzerine saçıyor, / Ve Pirin dağı üzerinde parlıyor.

Sevgili ana yurdum; / Sen yeryüzündeki bir cennetsin. / Senin güzelliğin ve caziben, / Hiçbir zaman sönmez” (Hang, 2003: 93).

Kanada milli marşı, millet evlatlarının yurtlarına olan sevgilerini ve bağlılıklarını anlatmaktadır:

“Kanada! Ülkemiz ve ana yurdumuz! / Bütün evlatlarının kalbine gerçek bir yurtseverin sevgisi hâkim. / Heyecanlı kalplerimizle senin yükselişini izliyoruz...”

Kanada! Biz senin için nöbetteyiz. / Tanrı yurdumuzu hep ihtişamlı ve hür kılsın. / Kanada! Biz senin için nöbetteyiz” (Hang, 2003: 114).

Bangladeş milli marşı dikkat çekici bir ölçüde barışçıl, yumuşak ve duygu yüklü bir yurt sevgisini terennüm etmektedir. Marşın bir Hintli şair tarafından marş amacı taşınmaksızın ve Bangladeş’in Hindistan’dan ayrılmasına duyulan hasret ve hüznü ifade etmek için yazılması, bu şiirin diğer marş metinlerinde görülmeyen yumuşak ve siyaset dışı üslubunu açıklamaktadır (Hang, 2003:45):

“Benim altın Bangladeş’im! Seni seviyorum. / Senin göklerin, senin havan, / Bir flüt gibi benim kalbime coşku vermektedir. / Baharda, ey yurdum senin mango koruluklarından yükselen güzel koku, / Beni sevinçten çılgına çeviriyor.

Ah! Ne heyecan... Sonbaharda senin mahsul veren çeltik tarlalarında, / Her tarafa yayılan tatlı gülümsemeler görmekteyim. / Ah, bu güzellik, bu renkler, bu şefkat, bu yumuşaklık; / Banyan ağaçlarının ayaklarına ve / Irmakların kıyılarına ne hoş bir örtü sermişsin.

Ey ana yurdum! Senin dudaklarından dökülen sözler, / kulaklarıma bengisu çağlıtı gibi; / Ah ne heyecan! / Ey ana yurdum, eğer üzüntü senin yüzüne bir gölge düşürürse, / Benim gözlerim yaşlarla dolar.”

Kamerun marşı ülke topraklarını ataların hatırasının yaşadığı bir beşik olarak değerlendirmektedir:

“Ey Kamerun! Sen atalarımızın beşiği, / Kutsal bir tapınak ki atalarımız şimdi bu tapınakta bizimle birlikte dinleniyor. / Onların gözyaşları, kanları ve terleri senin toprağını suladı, / Senin tepelerinde ve vadilerinde bir zamanlar onların ziraatı yükseliyordu. / Ey anayurt! Senin değerini hiçbir dil anlatamaz! / Senin borcunu nasıl öderiz? / Emekle sevgiyle ve barışla seni ihya edeceğiz; / Daima senin adına sadık kalacağız.” (Hang, 2003: 108-109).

Ç) Din

1) Tanım ve Açıklama:

On dokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda ve dünya coğrafyasının batısına doğru etkisini biraz kaybetmiş olsa da dinin, büyük iddialarına rağmen yüz yıl bile varlık gösteremeyen komünizm gibi din karşıtı çağdaş oluşumların birçoğundan daha kalıcı ve daha köklü olduğu ortaya çıkmıştır. Hatta batı dünyasında laikleşmenin dini, siyasi işler alanından uzaklaştırdığını

düşünenlerin bu görüşünün aksine din, önemli bir güç olmaya devam etmektedir (Moysen, 1991:ix).

Aslında modern dönem toplumlarını ve siyasi yapılarını inşa eden filozoflar ve düşünürler bile 18. yüzyılın ortalarına kadar felsefe ve kurgularını din ile iç içe geliştirmişlerdir (Britannica, 2008:240).

İnsan ferdi gibi toplumların da ağır bunalımlardan ve sıkıntılardan geçtiği dönemlerde dinle ilgili duygulara yöneldiği ve çoğu zaman bu duygu ve inançlardan güç aldığı bir gerçektir. Hele ülkelerinin işgal edildiği, milli varlıklarının tehlikeye düştüğü dönemlerde çetin bir mücadele ile karşı karşıya kaldıklarından, maddi alandaki imkânsızlıkların yoksun bıraktığı gücü ve tahammülü, manevi boyutta aramaları tabii bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan gerek ülkemizde ve gerekse dünyanın birçok bölgesinde milli marşların olduğu dönem olan on dokuzuncu ve yirminci yüzyıllar boyunca, “sıradan” halkın, yönetici elitlere nazaran dine daha yakın durduğu, genellikle gözlemlenen sosyolojik bir olgudur. Barış dönemlerinde “modernist” elitler siyasi işleri yürütmede halkın değer ve hassasiyetlerini fazla dikkate almak zorunda hissetmezken, savaşların en ağır yükünü bu halk tabakalarının taşıma durumunda olması, bu dönemlerde ülke gündemlerinde dinin de önemli bir yer tutması sonucunu doğurmuştur.

Zaten genel anlamda da din, milli unsurları bir araya getiren birleştirici kültür öğelerinden biridir (Canım ve Çalık, 2001:55).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Hindistan dini kültürünün çeşitliliği ve zenginliğiyle bilinen bir ülkedir. Bu ülkede Budizm, Hinduizm, Brahmanizm, İslam gibi tarihte önemli roller oynamış bazı dinler, soyut bir felsefe biçiminde veya hayatı yönlendiren bir düstur biçiminde Hindistan ve civarındaki bazı halkların hayatlarında mühim bir yer tutmuş, zaman zaman devleti yöneten kadroların hareket hattını bile şekillendirmiştir (Clothey, 2006: ix,x). Hindistan milli marşı Tanrıya seslenen üslup ve muhtevasıyla bu durumu iyi bir şekilde yansıtmaktadır:

“Ey Hindistan’ın kaderini yazan, / Sen bütün insanların ruhlarının hâkimisin. / Pencap’ın, Sind’in, Gucarat’ın ve Maratha’nın kalbini, / Dravida, Orissa ve Bengal’in kalbini senin ismin canlandırır. / Vindhya ve Himalaya tepelerinde senin adın yankılanır, / Yamuna ve Ganj’in nağmesine o karışmıştır, / Ve Hint Denizi’nin dalgaları onu terennüm eder. / Senin rahmetin için yakarır ve senin övgünü zikrederler. / Bütün insanların kurtuluşu senin

ellerindedir. / Sen Hindistan'ın kaderini yazan, / Zafer senindir, zafer senin” (Hang, 2003: 298).

İsrail milli marşı iki bin yıllık bir Yahudi beklentisini, ‘kızıl elmasını’, dini inanışların ve milli ihtirasların şekillendirdiği ve din ile milliyetin iç içe geçtiği bir “ülküyü” ifade etmektedir:

“Kalbinde yer ettiği gündün beridir, / Bir Yahudi'nin ruhu hasretle yanar; / Yüzünü Şarka doğru çevirmiş, / Bir gözü hâlâ Siyon'u gözler. / Umudumuz henüz kaybolmadı, / İki bin yıllık bir umut bu: / Yurdumuzda hür bir millet olmak. / Siyon ve Kudüs'ün yurdunda” (Hang, 2003: 93).

Libya milli marşı düşmanlarına karşı bağımsızlık savaşı veren bir halkın, dini inanç ve heyecanla bütünleşmesini ifade etmektedir:

“Allah en büyüktür, Allah en büyüktür, / Allah saldırganların tuzaklarına galiptir. / Ve Allah mazlum için en iyi destekçidir. / İman ve silahla savunacağım ülkemi. / Ve avuçlarımda Hakkın nuru parlıyor. / Benimle söyleyin, benimle söyleyin, / Allah Allah Allah en büyüktür. / Allah saldırganlara galiptir” (Hang, 2003: 369-370).

Hollanda marşının güftesi birkaç yüzyıllık bir geçmişe dayandığı için, (Hang 2003: 454) laik anlayışa sahip çağdaş bir Avrupa ülkesinde görülebilecek olanın çok ötesinde bir dini içeriğe sahip olduğu göze çarpmaktadır:

“Tanrım! Sen daima varsın. / Ben senin rehberliğine bel bağlayacağım. / Rabbim, beni çözülmüş halde bırakma. / Bırakma ki ilelebet senin dindar bir kulun olarak kalayım. / Ve bizi sınavan belaları ve zulmü bizden uzaklaştı” (Hang, 2003: 455).

Türk milli marşının değişik yerlerinde dinle ilgili kavramların ve çağrışımların sıkça yer aldığı görülmektedir. Genel olarak bakıldığı zaman Türk marşı dini temaların en yoğun yer aldığı marş metinlerinden biridir. Bu durumu birkaç noktadan hareketle açıklamak mümkündür: Birincisi marşın yazarı Mehmet Akif Ersoy İslami bir düşünce altyapısına sahip olan bir şahsiyettir. İkincisi bu marş İslami dünya görüşüne sahip bir devlet olan Osmanlı Devletinin kültür ve düşünce planında etkisinin devam ettiği bir dönemde yazılmıştır. Üçüncüsü de bu marş milletin bağımsızlık savaşı verdiği bir dönemde yazılmıştır ve Türk milletinin ve dolayısıyla Türk ordusunun askeri tarihi İslami kültürle iç içe şekillendiğinden dini temaların bu derece yer alması şaşırtıcı değildir.

Belirtildiği gibi dini mefhumlar marşın farklı noktalarına yaygın olmakla birlikte, dini temanın daha belirgin olduğu şu iki dördlük bu konuya örnek olarak verilebilir:

*“Rûhumun senden İlahî, şudur ancak emeli: / Değmesin ma' bedimin
göğsüne nâ-mahrem eli! / Bu ezanlar-ki şehâdetleri dinin temeli- / Ebedî
yurdumun üstünde benim inlemeli.*

*O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım. / Her cerîhamdan,
İlâhî, boşanıp kanlı yaşım; / Fıskırır rûh-ı mücerred gibi yerden na'şım; / O
zaman yükselerek arşa değer belki başım!”*

D) Birlik ve Bütünlük

1) Tanım ve Açıklama:

Bilhassa farklı dini, kültürel ve etnik unsurlardan oluşan her ülke bu unsurları uzlaştırmak, yakınlaştırmak ve herkesin benimseyeceği bazı ortak paydalar çerçevesinde birbirine bağlamak için çeşitli bütünleştirme politikaları izler, bütünü kuşatan sembolleri kullanır ve ayrılıklara yol açan faktörleri ortadan kaldırmaya çalışır.

Demokratik sistem ve felsefe, devletin, bünyesinde yer alan farklı unsurları bütünleştirme ameliyesini zora ve asimilasyona değil de uzlaşmaya, ikna etmeye, mutabakata ve ortak zemini genişletmeye dayandırmasını öngörmektedir (Eisenberg, 2012:74).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Afgan Milli Marşında Afganistan içerisinde yer alan etnik unsurlar tek tek isimleriyle anılarak adeta devletin kendilerine verdiği değer vurgulanmak istenmiştir.

“Bu ülke herkesin ocağı; Beluc’un ve Özbek’in, Peştu’nun ve Hazarlı’nın, Türkmen’in ve Tacik’in; Aynı şekilde, Arap’ın ve Gocarların, Pamirilerin ve Noristanilerin, Brahavilerin ve Kızılbaşların ve yine Aymak ve Paşailerin ülkesi” (http://en.wikipedia.org/wiki/Afghan_National_Anthem).

Ermenistan milli marşı dünyanın dört bir tarafına dağılmış olan Ermenileri Ermenistan ülkesinde toplanmaya ve ülkeleri için mücadele etmeye çağırmaktadır:

“Asırlardır yaşayan, / Hür ve bağımsız yurdumuz, / Şimdi evlatlarını, / Hür ve bağımsız Ermenistan’a çağırıyor” (Hang, 2003: 25).

İtalyan milli marşı İtalya’nın on dokuzuncu yüzyıla kadar milli birliğini kuramamış olmasının acısını ve ezikliğini yansıtmakta ve bu birliğin kazanılması için halkı mücadeleye çağırmaktadır:

“Hadi katılalım bir tabura, / Ölmeye hazırız. / Ölmeye hazırız. / İtalya çağırıyor. / Hadi katılalım bir tabura, / Ölmeye hazırız. / Ölmeye hazırız. / İtalya çağırıyor! Evet! / Asırlar var ki / Ezilmiş, alaya alınmışız, / Çünkü tek halk değiliz, çünkü bölünmüşüz. / Tek bayrak, tek umut, toplasın bizi. / Vakit geldi birleşmemiz için.

Birleşelim ve birbirimizi sevelim, / Birlik ve sevgi / İnsanlara, / Tanrı'nın yolunu gösterir. / Toprağımızı kurtarmak için, / Gelin ant içelim; / Tanrı emriyle birleşirsek, / Kim yenebilir bizi?” (Hang, 2003: 318-319).

Arnavutluk milli marşı, ülke halkını vatanın kurtuluşu için bayrağın etrafında birleşmeye çağırmaktadır

“Tek bir istek ve tek bir hedef ile / Bayrağın etrafında birleşerek, / Şeref sözü verelim, / Kurtuluşumuz için savaşacağımıza dair” (Hang, 2003: 2).

E) Bayrak

1) Tanım ve Açıklama:

Bayrakların milli varlığı ve bağımsızlığı temsil eden bir sembol olmaları iki yüz yıllık bir geçmişe sahiptir. Ortaya çıkışı çok daha eski yüzyıllara dayanan bu semboller, önceki dönemlerde daha çok savaşlarda bir koordinasyon ve yönlendirme amacı taşıyordu (Parker, 1981:448). Bunların milli bir sembol halini alarak ülkelerin her tarafında yaygınlaşmaları da milli marşlar gibi Fransız ihtilalinden sonra yayılan ulus-devlet yapılanmalarının sonrasında olmuştur (Moreno, 2011:1089).

Bayrak da milli marş gibi milletin birliğini ve bütünlüğünü temsil eden sembollerden biridir. Fakat bayrağın kullanım alanı daha geniş ve sembol etkisi daha sürekli olduğundan, milli marşa nazaran daha çok ön planda tutulmuş ve birçok milli marş metninde de milleti temsilen kendisine atıfta bulunulmuştur. Çoğu zaman milli marş okunduğu zaman bayrağın göndere çekiliyor olması, bu atif veya seslenmeye canlı bir efekt kazandırmaktadır.

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Pakistan milli marşında bayrak, milletin gelişip yükselmesinden, geçmişin, bugünün ve geleceğin anlamına ve milletin Tanrıyla olan bağına kadar geniş manaları ifade etmektedir:

“Bu yıldızlı ve hilâlli bayrak, / Terakki ve kemalin rehberidir. / Mazinin tercümanı, bugünün şanıdır, / İstikbalin camı ve, / Hüda-yı Zülcelalin gölgesidir” (Hang, 2003: 482).

Türk milli marşının törenlerde seslendirilen ilk iki dörtlüğü, bayrağı merkezde tutan bir üslupla yazılmıştır. Bu mısralar, bayrağın sembolik anlamında bütün bir milli varlığı geçmiş ve geleceği de içeren derin çağrışımlarıyla birlikte yansıtmaktadır:

“Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak, / Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak. / O benim milletimin yıldızıdır parlayacak! / O benimdir, o benim milletimindir ancak!”

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilal! / Kahraman ırkıma bir gül... ne bu şiddet, bu celâl? / Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helal. / Hakkıdır, Hakk'a tapan milletimin istiklal.”

F) Milletin Ortak Tarihi ve Hatıraları:

1) Tanım ve Açıklama:

Ortak tarihi hatıralar, bilhassa milletlerin tarihteki zor süreçlerden dayanışmayla çıktığı dönemler, milleti oluşturan unsurlar için birleştirici ortak zeminler olarak milli marşlarda yer almaktadır.

Kuşkusuz ki fertler gibi toplumların da siyasi ve sosyal tavırlarını en az mantıki ve rasyonel saikler kadar, bilinçaltı ve hissi dinamikler de şekillendirmektedir. Bu tür dinamiklerin oluşumunda geçmiş dönemlerde yaşanan olayların, hatıraların, paylaşılan sevinç ve kederlerin önemli bir yeri vardır.

Milli kurtuluş veya bağımsızlık dönemlerinde ve milletler için dönüm noktası özelliğinde olan kritik safhalarda, toplum ruhundaki hissi dinamiklerin en üst düzeyde devreye giriyor veya sokuluyor olması, bu hatıraların birçok milli marşta yer almasını açıklayan bir noktadır.

2) Milli Marşlardan Örnekler:

ABD milli marşında Amerikan bağımsızlık savaşının bazı sahneleri Amerikan bayrağının desen ve çizgileriyle iç içe verilmektedir.

“Söyle görebiliyor musun şafağın ilk ışığında, alacakaranlığın son parıltısında gururla selamladığımızı ki onun geniş şeritlerinin ve parlak yıldızlarının, ölümcül savaşta, siperlerin üzerinde kahramanca dalgalandığını gördük; ve roketlerin kızıl ışıltısı ve havada parlayan bombalar, karanlıkta bayrağımızın hala orada durduğunu gösteriyordu. Ah! Söyle, yıldız bezeli sancak hala dalgalanıyor mu hürlerin ülkesinin ufkunda, cesurların yurdunun üzerinde?” (Hang, 2003: 655-656).

Yunan milli marşı, ülkesinin ve milletinin, dünya siyaset ve kültür tarihinde önemli bir yeri olan kadim Yunan mirası ile bağlarını vurgulamaktadır:

Seni kılıcın, / Keskin ağzından tanırım; / Seni yeryüzünü tarayan, / Çevik bakıştan tanırım. / Antik Yunan'ın, / Kutsal kemiklerinden doğdun, / Ve eski olduğun kadar yiğitsin, / Selam, selam sana ey Hürriyet! (http://en.wikipedia.org/wiki/Hymn_to_Liberty).

Angola milli marşı geçmişteki bir bağımsızlık savaşının ve bu savaşta ölenlerin hatıralarını canlandırmaya çalışmaktadır:

“Ey yurdum, hiçbir zaman, / Beş Şubat kahramanlarını unutmayacağız. / Ey yurdum istiklalimiz için / Savaşan evlatlarını selamlıyoruz. / Geçmiş ve tarihimizi hürmetle anıyoruz” (Hang, 2003: 14).

Türk milli marşı da vatan topraklarında yer alan şehit mezarlarını tarihi bir hatıranın çarpıcı ve canlı kalıntıları olarak ifade etmektedir:

“Bastığın yerleri 'toprak' diyerek geçme, tanı! / Düşün altındaki binlerce kefesiz yatanı. / Sen şehid oğlusun, incitme, yazıktır, atanı.”

G) Antiemperyalizm

1) Tanım ve Açıklama:

Sömürgecilik karşıtı hareketler, daha genel ve sürekli bir bağlamda kullanılan bağımsızlık hareketlerinin bir varyantını oluşturmakla birlikte, özellikle sömürgeciliğin ve emperyalist istilaların yaygın olduğu 19. ve 20. yüzyıllarda Asya ve bilhassa Afrika'da ortaya çıkan sömürge yönetimlerinin işgallerinden kurtulmaya yönelik hareketleri ifade etmektedir. Bu hareketler Batı'nın ezici hegemonyası karşısında hem ekonomik ve hem de siyasi bir bağımsızlık için mücadele etme amacı taşıyordu (Heywood, 2009: 188).

Bu tür hareketler 20. Yüzyılda Afrika'nın büyük bir kısmını sarmıştır. Çeşitli Afrikalı halkların çoğu zaman şiddetle bastırılan mücadeleleri uzun ve zorlu bir süreçten geçmekle birlikte sonunda kıtaya bağımsızlık getirmiştir (Campbell, 2010:300).

2) Ülke Marşlarından Örnekler:

Türk milli marşı on dokuz ve yirminci yüzyıllarda dünyayı istila eden emperyalist hareketlerin kaynağı durumundaki Avrupa'yı bizzat işaret etmiş ve onun “medeniyet”, “ilerleme”, “demokrasi” gibi kılıflarının arkasındaki gerçek hüviyetini ortaya koymaya çalışmıştır. Diğer taraftan bu emperyalizmin hedefi

durumundaki milletin, inanç ve azmiyle bunun üstesinden geleceğini vurgulamaktadır:

“Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar, / Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var. / Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imânı boğar, / ‘Medeniyet!’ dediğin tek dişi kalmış canavar?”

Libya marşı emperyalistlere karşı direnme çağrısında bulunmaktadır:

“Benimle birlikte söyle: / Emperyalistlere yazıklar olsun! Ve Tanrı hain zalimlere galiptir. / Tanrı en büyüktür./ O halde ey yurdum onu yücelt. / Ve zalimin perçeminden yakalayarak onu yok et” (Hang, 2003: 370).

SONUÇ

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar şu şekilde ifade edilebilir:

Milli marşlar, bir taraftan on dokuzuncu yüzyılda görülmeye başlayan milliyetçilik akımına ve ulus-devlet yapılanmasına, diğer taraftan da sömürgeci istilalara bir tepki olarak doğan bağımsızlık hareketlerine paralel biçimde ortaya çıkmış ve bütün dünyada yaygınlaşmıştır.

Milli marşlar bayrak gibi milli varlığı, birliği ve bütünlüğü temsil eden sembollerden biridir. Milli bilincin yoğunlaştığı veya milli varlığa yönelik tehdit algılamalarının arttığı dönemlerde milli marşlar daha çok ilgi çekmekte ve bunlara daha geniş bir anlam yüklenmektedir.

Milli marşlarda “yurtseverlik” teması, “milliyetçiliğe” nazaran çok daha geniş bir yer tutmuştur. Milliyetçiliğin on dokuzuncu yüzyılda ulus-devlet yapılanmasıyla ortaya çıkan yeni bir ideoloji olduğu dikkate alınrsa, milli marşların halkların duygularına hitap etme açısından, insanlık tarihiyle paralel gelişmiş köklü bir duyguya dayalı bir kavram olan yurtseverliğe daha geniş yer vermeyi tercih etmesinin sebebi anlaşılabilir.

Yukarıda söz konusu edilen siyaset bilimi kavramlarına, marşların yazıldığı dönemde ülkelerin içinden geçtiği şartlara ve bahis konusu halkların tarihi, siyasi, kültürel ve ideolojik yapısına bağlı olarak farklı ağırlıkta yer verilmiştir. Fakat belirtmek gerekir ki birçok milli marşta bu kavramların çoğu, müstakil bir tema seviyesinde olmasa da kelimeler arasına serpiştirilmiş çağrışımlar biçiminde de olsa yer almaktadır.

Milli marşının yazıldığı dönemde işgal altında bulunan veya bağımsızlık mücadelesi veren ülkelerin marşlarının çoğunlukla daha mücadeleci bir üslupla yazıldığı ve halkı harekete geçirmeye yönelik uyarıcı bir hava taşıdığı gözlenmektedir. Buna karşılık barış dönemlerini yaşayan

lkelerde kaleme alınan marşların ülkenin barındırdığı güzellik ve zenginlikler gibi farklı temalara da yer verdiği görülmektedir.

Milli marşlar çoğunlukla, olabildiği kadar geniş bir halk kesimi ve hatta mümkünse bütün bir millet tarafından benimsenmek ve kabul görmek gayesi taşımaktadırlar. Bu bağlamda “sıradan halkın” duygularına ve “gönlüne” hitap etmeye özel bir önem verdikleri görülmektedir. Yine bu çerçevede en saldırgan ve emperyalist olanlar da dâhil, hemen her milletin milli marşında kendi “davasını” masum ve meşru göstererek, halkının vicdanını ve hislerini etkilemeye çalıştığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- ANDERSON, Benedict (1991), *Imagined Communities*, Verso, London.
- BEALE, Andrew (1997), *Essential Constitutional Law*, Cavendish Publishing Limited, London.
- BERNS, Walter (2008), "Patriotism", *International Encyclopedia of Social Sciences*, (Ed.) William A. Darity, Macmillan Reference USA, Detroit, ss. 175-176.
- BİRD, Colin (2006), *An Introduction to Political Philosophy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- CAMPBELL, Heather M. (2010), *Political and Social Movements*, Britannica Educational Publishing, New York.
- CANIM, Rıdvan ve Etem Çalık (2001), *Mehmet Akif ve İstiklal Marşı*, Aktif Yayınevi, Erzurum.
- CLOTHEY, Fred W. (2006), *Religion in India*, Routledge, New York.
- COSKUN, Bezen B. (2011), "Wars of Independence", *The Encyclopedia of Political Science*, (Ed.) George Thomas Kurian, CQ Press, Washington DC, ss. 1755-1756.
- ENCYCLOPEDIA Britannica (2008), *The Ideas That Made the Modern World*, Encyclopædia Britannica Inc., New York.
- EİSENBERG, Avigail (2012), "Pluralism and Method at the Turn of the Century", *Modern Pluralism*, (Ed.) Mark Bevir, Cambridge University Press, New York, ss. 60-80.
- HANG, Xing (2003), *Encyclopedia of National Anthems*, (Çev.) Hasan E. Aktaş, Scarecrow Press, Maryland.
- HEYWOOD, Andrew (2004), *Political Theory*, Palgrave Macmillan, Newyork..
- HEYWOOD, Andrew (2012), *Siyaset*, (Çev.) Zeynep Kopuzlu, Adres Yayınları, Ankara.
- HEYWOOD, Andrew (2009), *Siyasi İdeolojiler*, (Çev.) Hüsamettin İnaç, Adres Yayınları, Ankara.
- KAMRAVA, Mehram (2005), *The Modern Middle East*, University of California Press, London.
- KİNG, Edward (2011), "Poetry and Politics", *The Encyclopedia of Political Science*, (Ed.) George Thomas Kurian vd., CQ Press, Washington, ss. 1214-1215.
- LANSFORD, Tom (2011), "Nation State", *The Encyclopedia of Political Science*, (Ed.) George Thomas Kurian vd., CQ Press Washington, ss. 1089-1090.
- L'ENCYCLOPÉDIE Grolier (1974), "L'Hymnes", V.7, Bibliothèque Nationale du Québec, Montreal.
- MACCORMICK, N. (2003), "Egemenlik", *Blackwell'in Siyaset Bilimi Ansiklopedisi*, (Ed.) Vernon Bogdanor, (Çev.) Bülent Peker ve Erhan Yükselci, Ümit Yayıncılık, Ankara, ss. 238-239).
- MEYER, Thomas (2009), *Was ist Demokratie*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- MOYSER, George (1991), *Politics and Religion in The Modern World*, Routledge, London.
- OKAY, M. Orhan (2001), "İstiklal Marşı", *DİA*, C.23, İstanbul.
- ÖZBUDUN, Ergun (1995), *Türk Anayasa Hukuku*, Yetkin Yayınları, Ankara.
- PARKER, B.M. (1981), "Drapeaux-Pavillons-Étendards", *Grand Dictionnaire*, V.3, Éditions des Deux Coqs d'Or, Paris.
- RİCCİ, Jean Claude (2004), *Droit Administratif*, Hachette Supérieur, Paris..
- ROSKIN, Michael G., Robert L. Cord, James A. Medeiros and Walter S. Jones (1991), *Political Science: An Introduction*. Prentice Hall International Inc., New Jersey.

SHELDON, Garrett Ward (2001), Encyclopedia of Political Thought, Facts on File Inc., New York.

STEPHENSON, Michael (2007), Patriot Battles, HarperCollins e-books, New York.

WEBER, Max (2008), Max Weber's Complete Writings on Academic and Political Vocations, (Çev.) Gordon C. Wells, Algora Publishing, New York..

<http://en.wikipedia.org/wiki/Mawtini> (16.11.2013).

http://en.wikipedia.org/wiki/La_Marseillaise (16.11.2013).

<http://www.kazakhstan-discovery.com/kazakhstan-national-anthem.html> (16.11.2013).

http://en.wikipedia.org/wiki/Afghan_National_Anthem (16.11.2013).

http://en.wikipedia.org/wiki/Hymn_to_Liberty (16.11.2013).

MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARININ ULUSLARARASI FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARINA GÖRE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Gizem ÇOPUR VARDAR*

Öz:

Birçok sektörde kullanılan müşteri sadakat programları, müşterilerini elde tutmak için kullanılan bir pazarlama stratejisidir. Müşteri sadakat programlarından en yaygın olarak kullanılanı ise sadakat kartı programlarıdır. Sadakat programları kapsamında yapılan satışlara ilişkin hâsılâtın muhasebeleştirilmesi konusunda farklı uygulamalar söz konusu olmaktadır. Uluslararası Finansal Raporlama Yorum Komitesi (IFRIC) bu farklılıkları ortadan kaldırmak ve uygulamaları standartlaştırmak amacıyla Müşteri Sadakat Programlarını Yorumunu yayınlamıştır. 13 numaralı bu yorum (IFRIC 13), 18 no.lu Uluslararası Muhasebe Standardının müşteri sadakat programları için nasıl kullanılacağını belirlemektedir.

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) ile Finansal Muhasebe Standartları Kurulu'nun (FASB) üzerinde çalıştığı bir proje ile hâsılât muhasebeleştirilmesi konusunda yeni bir standart, taslak olarak ortaya çıkmıştır. Bu Taslak Standart nihai halini alıp uygulamaya konulduğunda IFRIC 13 de dâhil olmak üzere hâsılât ile ilgili mevcut standart ve yorumları uygulamadan kalkacaktır.

Bu çalışmada, öncelikle müşteri sadakat programları ve program kapsamında ortaya çıkan hâsılâtın muhasebeleştirilmesine ilişkin esaslar mevcut düzenlemeler kapsamında ele alınmıştır. Daha sonra Taslak Standardın müşteri sadakat programları kapsamında ortaya çıkan hâsılâtın muhasebeleştirilmesi üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla Taslak Standardın ilgili hükümleri incelenmiştir.

Çalışmada, mevcut ve Taslak Standartların her ikisinde de müşterilere kazandırılan hediye puanlara ilişkin hâsılâtın muhasebeleştirilme esası olarak, hâsılâtın ertelenmesi yöntemini benimsediği ancak Taslak Standardın ertelenen tutarın hesaplanması konusunda ve kavramsal anlamda bazı değişiklikler getirdiği tespit edilmiştir. Müşteri sadakat programları açısından Taslak Standarttaki değişiklikler finansal raporlar üzerinde önemli bir etki yaratmamakla birlikte, Taslak Standart hâsılâtın gerçekleşme sürecine ilişkin tanımlamalara ilişkin önemli değişiklikler getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: IFRIC-13, Müşteri Sadakat Programları, Hâsılât, Müşterilerle Yapılan Sözleşmelerden Doğan Hâsılât.

* Arş.Gör.Dr.,Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muhasebe-Finansman Bilim Dalı, gizemvardar@gazi.edu.tr

**ACCOUNTING FOR CUSTOMER LOYALTY PROGRAMMES
ACCORDING TO INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS**

Abstract:

Customer loyalty programmes used in many industries are a marketing strategy to retain their customers. The most popular customer loyalty program used is loyalty programmes cards. There are different accounting applications for the revenue related to sales within customer loyalty programmes. International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC) published IFRIC Interpretation 13 Customer Loyalty Programmes to remove and standardize different accounting applications. IFRIC 13 determines how to use IAS 18 Revenue Standard for customer loyalty programmes.

A new draft standard is released proposing revenue recognition by a joint project of IASB and FASB. The draft standard is going to supersede all the standards and interpretations about revenue recognition including IFRIC 13.

In this study, first scope of customer loyalty programmes and recognition of revenue from customer loyalty programmes is examined according to existing regulations. Afterwards, for the purpose of determining the effect of the draft revenue recognition standard on accounting for customer loyalty programmes, related regulations in the draft standard is examined.

It is determined that both regulations adopted deferring the revenue allocated to reward point as an accounting principle but it is also established that the draft standard brings changes about calculating the deferred revenue and in conceptual basis. The changes in the draft standard don't have significant effect on financial reports for customer loyalty programmes but the draft standard brings significant changes about describing the process of revenue realization.

Keywords: *IFRIC-13, Customer Loyalty Programmes, Revenue, Revenue from Contracts with Customers*

GİRİŞ

Hâsılat, işletmenin performansının değerlendirilmesi konusunda önemli bir göstergedir. Bu nedenle hâsılatın raporlanması, hem muhasebe hem de finansal tablo kullanıcıları açısından can alıcı bir konudur. Hâsılatın raporlanmasındaki temel zorluklar, muhasebeleştirilme zamanı ve tutarının belirlenmesi noktalarında ortaya çıkmaktadır. Hâsılat konusunu daha da karmaşık hale gelmesinin bir nedeni de uyulması gereken yeknesak düzenlemelerin olmamasıdır (Fyhrlund vd, 2013: 167). Hâsılatın raporlanması konusundaki karmaşıklığın örneklerinden biri de müşteri sadakat programlarında ortaya çıkan hâsılatın muhasebeleştirilmesidir.

Müşteri sadakat programları müşterinin işletmeye sadık kalmasını teşvik ederek müşteri karlılığı arttırmak için kullanılan bir pazarlama çabasıdır. Bu amaca ulaşmak için kullanılan müşteri sadakat programlarının genel özelliği, alış-veriş hacmine bağlı olarak müşteriye “ödül” olarak ifade edilen faydaların sağlanmasıdır (Stauss,Schmidt ve Schoeler,2005:230).

Satış geliştirme aracı olarak kullanılan müşteri sadakat programları içerisinde en çok bilineni sadakat kartı programlarıdır (Yenidoğan, 2009:117). Bu programlarda müşterileri sadık hale getirmek için, hediye puan (mil puan, market zincirlerinin manyetik kartlarıyla toplanan puanlar gibi), bedava bir mal veya hizmet (bedava konaklama gibi) veya indirim sağlayan sistemler kullanılır. Günümüzde, müşteri sadakat programları perakendeciler, hava yolu şirketleri, oteller, telekomünikasyon şirketleri, akaryakıt istasyonları gibi birçok işletme tarafından kullanılmaktadır. (Stauss,Schmidt ve Schoeler,2005:231).

Sadakat programları işletmelerin pazarlama stratejilerine göre farklı biçimlerde yürütülebilmektedir. Örneğin, müşterinin kazandığı hediye puanlar karşılığında bir sonraki alış-verişte indirimler sağlanması şeklinde basit bir biçimde uygulanabileceği gibi, puanların başka bir işletmenin mal veya hizmetinden yararlanmak için kullanılabilmesi programlar da oluşturulabilir. Hatta günümüzde esas faaliyeti sadakat programı oluşturmak olan işletmeler görmek mümkündür. Bu işletmeler oluşturdukları programlar kapsamına birçok işletmeyi alarak sadakat programlarının yapısının daha karmaşık hale gelmesine neden olmuştur (PricewaterhouseCoopers,2007:12).

Müşteri sadakat programlarının yaygınlaşması ve sadakat programlarını gelişmesiyle birlikte yapılarının karmaşılaşması, bu programlar kapsamında elde edilen hâsılatın muhasebeleştirilmesi sorununu gün yüzüne çıkarmıştır. Sadakat programları kapsamında yapılan satışlara ilişkin hâsılatın muhasebeleştirilmesi konusunda herhangi bir rehber olmadığı için işletmeler birbirlerinden farklı uygulamalar benimsemişlerdir. Birçok sektörde sıklıkla kullanılan müşteri sadakat programlarının farklı şekilde muhasebeleştirilmesi

finansal tablolar etkileyerek ve doğru, anlaşılabilir ve karşılaştırılabilirliği finansal bilgiye ulaşılmasına engel olmaktadır. Bu nedenle, konuya açıklık getirmek ve muhasebe uygulamalarını standartlaştırmak için Uluslararası Finansal Raporlama Standartları Vakfı (IFRS Foundation) bünyesindeki Uluslararası Finansal Raporlama Standartları Yorum Komitesi (IFRIC) 13 numaralı Müşteri Sadakat Programları Yorumunu (IFRIC 13) yayımlamıştır.

Müşteri sadakat programları ile ilgili temel sorun, program kapsamında yapılan satışla birlikte ortaya çıkan hâsılata muhasebeleştirilmesi olduğundan IAS 18 Hâsılat Standardının bu programlar açısından nasıl yorumlanması gerektiği, nedenleri ile birlikte IFRIC 13 ile ortaya konulmuştur.

Diğer taraftan, “Müşterilerle Yapılan Sözleşmelerden Doğan Hâsılat” ([Draft] IFRS X Revenue from Contracts with Customers) isimli yeni bir hâsılat standardı üzerinde çalışmalar devam etmektedir. Bu Taslak Standardın amacı işletmeler ile müşterileri arasında sözleşme olarak kabul edilecek ve işletme açısından hâsılatı neden olacak her türlü olayı sektör ayrımı olmaksızın tek bir standartta birleştirmektir. Bu nedenle, Taslak Standart uygulanmaya konulduğunda hâsılatla ilgili olan standart ve yorumlar (IAS 11 İnşaat Sözleşmeleri Standardı, IAS 18 Hâsılat Standardı ve IFRIC 13 Müşteri Sadakat Programları, IFRIC 15 Gayrimenkul İnşaat Anlaşmaları, IFRIC 18 Müşterilerden Varlık Transferi ve SIC 31 Hâsılat- Reklam Hizmetleri İçeren Takas İşlemleri) hükümsüz kalacaktır. Mevcut durumda IFRIC 13 kapsamında olan müşteri sadakat programlarına ilişkin hâsılatın muhasebeleştirme esasları da hazırlanan bu yeni standart kapsamına girecektir (IASB, 2011(a):C6; IASB, 2011(b):IE24).

Çalışmada Taslak Standardın, IFRIC 13 kapsamında olan müşteri sadakat programları kapsamında ortaya çıkan hâsılatın raporlanması konusunda farklılık getirip getirmediğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla öncelikle müşteri sadakat programlarının kapsamı ve tanıtılması IFRIC 13 çerçevesinde ele alınmıştır. Çünkü Taslak Standart kapsamlı bir hâsılat standardı olduğundan, yorumlarda olduğu gibi ekonomik bir olayla ilgili ayrıntılı bilgilere yer vermemektedir. Kapsam belirlendikten sonra IFRIC 13’ün sadakat programlarına ilişkin hâsılatın raporlanmasında belirlediği yaklaşım ve bu yaklaşımın belirlenmesindeki nedenler ortaya konulmuştur.

Taslak Standardın müşteri sadakat programlarına ilişkin hâsılatın raporlanması açısından herhangi bir değişiklik getirip getirmediği belirlemek üzere Taslak Standardın ilgili hükümleri incelenmiş ve IFRIC 13 ile karşılaştırılmıştır.

I) MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARININ KAPSAMI

Müşteri sadakat programlarının en önemli özelliği, program kapsamında müşteriye sağlanacak faydanın geçmişte yapmış olduğu alış-veriş işleminden kaynaklanıyor olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, müşterilere satış olmaksızın sağlanan indirim kuponları, bedava ürün kuponları gibi özendiriciler ile ayrı olarak satılan ödül puanlar, IFRIC 13 kapsamında değildir (PricewaterhouseCoopers,2007:2;Chapple,Moerman ve Rudkin,2008:6).

Kısaca, müşteri sadakat programının, müşterinin koşulları yerine getirmesi durumunda, hediye puanlar karşılığında gelecekte bedelsiz veya iskontolu mal/hizmet elde etme hakkı vermesi ve bu hakkın geçmişte gerçekleşen bir satış işlemiyle bağlantılı olması gerekmektedir. Birçok işletme tarafından kullanılan sadakat kartları, müşteri sadakat programlarına iyi bir örnektir. Sadakat kartları aracılığıyla toplanan puanlar, yapılan alışverişlerde müşterilere puan kazandırmakta ve müşteri tarafından gelecekte bedelsiz veya iskontolu mal/hizmet satın almak için kullanılmaktadır (IFRIC-13.1).

Müşteri sadakat programları çeşitli şekillerde yapılabilmekle birlikte bu tür programların en basit şekli, alışveriş karşılığı müşterisine puan kazandıran işletmenin, puan karşılığı müşterilerine yine kendi mal/hizmetini sunduğu programlardır. Örneğin, bir otel konaklama yapan müşterilerine puan kazandırıp, kazanılan puan karşılığı müşterilerine yine kendisinin sunduğu konaklama hizmetiyle ödüllendirebilir. İşletme müşterilerine puan karşılığı başka bir işletmeden temin ettiği mal/hizmeti de sunabilir. Örneğin yukarıdaki otel örneğinde, işletmenin puan karşılığı bir otobüs firmasından satın aldığı bileti müşterilerine vermesi de söz konusu olabilir. (PricewaterhouseCoopers, 2007:1, Ernst&Young,2009:7). Bu iki örnekte de, puan karşılığı müşterilere hediye mal/hizmet sunma sorumluluğu otelde kalmaktadır.

Bazı müşteri sadakat programlarında ise birden fazla işletme olabilmektedir. Bu durumda müşteri sadakat programının yapısı karmaşık hale gelir. Müşteriler bir işletmeden yaptığı alış-veriş karşılığında kazandığı hediye puanları başka bir işletmede kullanabilirler. Böyle programlarda, puanı kazandıran işletme ile puanı mal/hizmete dönüştürme yükümlülüğüne giren işletme birbirinden ayrılmış olabilir. Örneğin, müşteriye bir mağazadan yaptığı alış-veriş karşılığında kazandığı puanları anlaşmalı havayolu şirketinden uçak bileti almak için kullanacağı bir sadakat programı oluşturulabilir. (PricewaterhouseCoopers, 2007:1, Ernst&Young,2009:7). Mağazanın müşteri sadakat programı kapsamında yaptığı satıştan sonra uçak bileti sağlamak konusunda müşterisine karşı hiçbir yükümlülüğü kalmıyorsa, puanı kazandıran işletme ile puanı mal/hizmete dönüştürme yükümlülüğüne giren işletme birbirinden ayrılmıştır.

Hediye puanı mal/hizmete dönüştürme yükümlülüğünün hangi işletmede olduğu muhasebeleştirme açısından önemlidir. Bunu belirleyecek unsur, taraflar arasındaki müşteri sadakat programı sözleşmesidir.

Birden fazla işletmenin olduğu sadakat programlarında, esas faaliyeti müşteri sadakat programı yürütmek olan bir işletmenin olduğu daha karmaşık bir yapıyla karşılaşmak da mümkündür. Böyle bir yapıda, müşteri sadakat programı yürüten işletme, ne nihai müşteriye satış yapar ne de nihai müşterinin kazandığı puanları hediyeye dönüştürür. Sadece oluşturduğu sadakat programına katılacak başka işletmelerle ayrı ayrı sözleşmeler yapar. İşletmenin yürüttüğü sadakat programına katılan diğer işletmeler; müşterilere sadece puan kazandırmaya aracılık etmek için veya sadece müşterinin topladığı puanları mal/hizmete çevirmek için programa dâhil olabilirler. Bir işletmenin müşteri sadakat programına hem puan kazandırmak hem de puanları mal/hizmete çevirmek için katılmaları da mümkündür (PricewaterhouseCoopers, 2007:1, Ernst&Young,2009:7). Böylece esas faaliyeti müşteri sadakat programı yürütmek olan işletmenin müşterileri, yürüttüğü programa dâhil olan diğer işletmeler olur.

Yukarıdaki bütün uygulamalar IFRIC 13 kapsamındadır. Bir başka ifadeyle işletmenin;

- müşteri sadakat programını kendisinin yürütüp veya yürütmediğine,
- bir işletme tarafından yürütülen bir programa katılıp katılmadığına,
- puanlar karşılığında sağlanacak mal veya hizmetin kendisinin veya başka bir işletmenin sağlayıp sağlamadığına bakılmaksızın,

müşterinin yaptığı alışveriş karşılığında, gelecekte kullanılmak üzere hediye puan veren bütün işletmeler bu yorumu uygular (Ernst&Young, 2009:5; IFRIC-13.2).

Sadakat programlarının yapısında işletmelerin yer alabilecekleri konular yukarıda gibi olabilmekle birlikte, oluşturulan sadakat programı kapsamında müşterilerin yerine getirmesi gereken şartlar da olabilmektedir. Örneğin, müşterilerin puanları kullanmadan önce belirli bir miktarda puan toplamalarını gerektiren, hediye puanları belirli harcama veya harcama grupları ile ilişkilendiren ya da belirli bir süre müşteri olunmasını gerektiren vb. koşullar müşteri sadakat programlarına dâhil edilebilir (IFRIC-13.2). Bu anlamda her müşteri sadakat programı, müşteri ile programa dâhil işletmeler arasında yapılmış birer sözleşmedir. İşletme, müşteri sadakat programlarının muhasebeleştirirken sözleşmede yer alan geçerlilik tarihi gibi koşulları ve sözleşme nedeniyle ortaya çıkan yükümlülüklerini dikkate almalıdır.

Taslak Standart her ne kadar müşteri sadakat programlarının muhasebeleştirilmesini kapsıyor olsa da, ayrıntılı bir hâsılat standardı

olduğundan, hâsılat yaratan her bir ekonomik olayı bir yorum gibi detayları ile ele almamaktadır. Yani müşteri sadakat programlarının ne olduğundan ve kapsamından bahsetmemekte, açıklayıcı örneklerde müşteri sadakat programlarına değinmektedir.

II) MEVCUT STANDARTLAR KAPSAMINDA HÂSILATIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ YAKLAŞIMLARI

Müşteri sadakat programları kapsamında yapılan satışlar, işletmeler açısından diğer satışlar gibi hâsılat yaratıcı bir işlemdir. Bu programlar kapsamında elde edilen hâsılat, işletmenin olağan faaliyetleri ile ilgili olduğundan IAS 18 Hâsılat Standardı kapsamında değerlendirilir.

IAS 18 Hâsılat Standardına göre hâsılat, işletmenin olağan faaliyetleri neticesinde ortaya çıkan gelirdir. Hâsılat standardının amacı; belirli tipteki işlemlerden ve olaylardan elde edilen hâsılat ile ilgili muhasebe işlemlerini açıklamaktır. Hâsılatın muhasebeleştirilmesine ilişkin ilk konu ise hâsılatın ne zaman muhasebeleştirileceğidir (IAS-18.Amaç). Mal satışına ilişkin hâsılat; mallara sahip olmaktan kaynaklanan önemli risk ve getirilerin alıcıya devredildiğinde ve mallar üzerinde kontrol kalmadığında kayda alınır. Hâsılatın belirtilen zamanda kayda alınabilmesi için ayrıca işlemle ilgili hâsılat ve maliyetin güvenilir biçimde ölçülebilmesi, ekonomik yararların işletmece elde edilmesinin muhtemel olması gerekir (IAS-18.14). Sahiplikle ilgili önemli risk ve getirilerin alıcıya devri ise çoğunlukla mülkiyet veya zilyetliğin alıcıya devri ile aynı anda olur (IAS-18.5).

Hizmet sunumlarında ise hâsılat, işlemin raporlama dönemi sonu itibarıyla tamamlanma düzeyi dikkate alınarak finansal tablolara yansıtılır. Hizmet sunumlarına ilişkin hâsılatın kayda alınabilmesi için işlemin sonucunun güvenilir biçimde tahmin edilebilmesi gerekir. İşlemle ilgili ekonomik yararların işletme tarafından elde edileceğinin muhtemel olması, raporlama dönemi sonu itibarıyla işlemin tamamlanma düzeyinin ve işlemin tamamlanması için gerekli maliyetler güvenilir biçimde ölçülebiliyor olması, işleme ilişkin sonuçların güvenilir biçimde tahmin edildiğini gösterir (IAS-18.20).

IAS 18 Hâsılat standardında, işlemlerin ekonomik özüne göre, hâsılatın gelir olarak ne zaman kayda alınacağını belirleyen iki hüküm bulunmaktadır. Bu hükümlerden ilki, tek bir ekonomik işlemin ayrıştırılabilir kısımlarının olması durumunda hâsılatın muhasebeleştirme zamanını belirler. Bu hükme göre tek bir işlemin ayrıştırılabilir kısımlarının olması durumunda, işlemin özünü yansıtabilmek amacıyla, yukarıda bahsedilen muhasebeleştirme ilkelerinin ayrıştırılabilir her bir kısma ayrı ayrı uygulamak gerekir. Örneğin,

bir malın satış bedeli, ayrıştırılabilir nitelikteki satış sonrası servis tutarını da içerdiğinde, servis hizmetine ilişkin tutarın hâsılat olarak muhasebeleştirilmesi ertelenmeli ve servis hizmetinin verildiği dönem boyunca finansal tablolara yansıtılmalıdır. (IAS-18.13).

İkinci hüküm ise, aynı işlem ve olayla ilgili olan hâsılat ve giderlerin eşleştirilme prensibi nedeniyle eş zamanlı olarak muhasebeleştirilmesini gerektirir (IAS-18.19). Örneğin, bir işletmenin satış sırasında müşterisine üretim hataları ile ilgili tamirat ve değiştirme garantisi vermesi mümkündür. Bu durumda işletme satış hâsılatının hepsini satışın gerçekleştiği dönemde gelir olarak muhasebeleştirir. Ancak gider olarak sadece satışa konu malın maliyetini muhasebeleştirmez. İşletmecinin hâsılat muhasebeleştirilmesine neden olan satış işlemi ile ilgili ileride gerçekleşebilecek muhtemel garanti maliyetinin de satışın yapıldığı dönemde gider olarak muhasebeleştirilmesi gerekir. Bu nedenle işletmeci tahmini garanti maliyetine IAS 37 Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar Standardına göre karşılık ayırarak, döneme ilişkin hâsılat ve giderlerini eşleştirmiş, yani ikinci hükmün gereklerini yerine getirmiş olur.

Müşteri sadakat programları kapsamında yapılan bir satışta, hediye olarak sunulacak mal/hizmet ile ilgili işlemin ekonomik özünün yukarıdaki verilen örneklerden hangisine uyduğunu belirlemek gerekmektedir. Müşteri sadakat programları kapsamında yapılan satışlarda, ileride sunulacak mal/hizmetin durumu satış sonrası servis hizmeti gibi ayrı bir satış olarak mı değerlendirilecek yoksa garanti hizmetinde olduğu gibi satışla ilgili bir maliyet olarak mı dikkate alınacak sorusu gündeme gelmektedir. Bu soruna ilişkin farklı yorumların ortaya çıkması geçmişte farklı muhasebe uygulamaları ortaya çıkmasının temel sebebidir.

IFRIC 13 yürürlüğe girmeden önce işletmelerin konuya ilişkin değerlendirmeleri, işletmeleri bu iki hükümden birini uygulamaya sevk etmiştir. Bu nedenle ortaya çıkan iki farklı muhasebeleştirme yaklaşımı şu şekilde özetlenebilir:

Birinci yaklaşım, garanti hizmetinde olduğu gibi, hediye puanlar karşılığı müşteriye verilecek malların maliyet tutarı kadar karşılık ayrılması şeklindedir. Bu uygulamayı seçen işletmeler mal satışı veya hizmet sunumuna ilişkin hâsılatın tamamını işlem gerçekleştiğinde gelir olarak finansal tablolara almaktadırlar. Diğer taraftan, hediye puanlar karşılığında sağlanacak malın/sunulacak hizmetin maliyetini pazarlama satış dağıtım gideri olarak yorumlamakta ve hediye puanlar karşılığı ileride sağlayacakları mal/hizmete ilişkin katlanmaları muhtemel maliyete IAS 37'ye göre karşılık ayırmaktadırlar (Raju, 2011:872-873). Satış sonrası verilen garantilerde olduğu gibi, finansal tablolara işlemle ilgili hem hasılat hem de karşılık alınmış olmaktadır

(Chapple, Moerman ve Rudkin, 2008:7). Bu durumda satış işleminden elde edilen hâsılat bir defada tamamen gelir kaydedilmekte ve hediye puanların değeri maliyet ölçüsü ile dikkate alınmış olmaktadır. Bu nedenle bu yöntemde maliyet/karşılık yaklaşımı da denilmektedir (Chapple, Moerman ve Rudkin, 2010:127).

İkinci yaklaşım ise, satış sonrası servis hizmetinde olduğu gibi, müşteri sadakat programları kapsamında yapılan satış işlemi iki farklı olayı kapsayan tek bir işlem olarak değerlendirilmesi ve her bir işlemin ayrı ayrı finansal tablolara alınması şeklindedir. Bu uygulamada işletmeler, hâsılatın hediye puanlara ilişkin kısmını müşteriler puanlarını kullanana kadar ertelenmektedir. Hâsılatın ilk satış işlemine ilişkin kısmını ise satışın gerçekleştiği dönemde gelir olarak finansal tablolara almaktadır (IAS-18.13). Hâsılatın hediye puanlara düşen ve ertelenen kısmı, müşteriler hediye puanlarını kullandıkça (puanların kullanıldığı dönemde) gelire dönüşmektedir (Raju, 2011:872,873). Bu uygulamada, hediye puanlara ilişkin ertelenen tutarın da gerçekleşen hâsılat gibi gerçeğe uygun değerle ölçülmüş olmaktadır.

Bu iki yaklaşım arasındaki farklılıklar, hâsılatın gelir olarak muhasebeleştirme zamanının ve hediye puanlara ilişkin ölçüm esasının değişmesidir. Bu nedenle IAS 18 Hâsılat Standardını da dikkate alarak, müşteri sadakat programların kapsamında yapılan mal satışları ve hizmet sunumları açısından hâsılatın ne zaman gelir olarak muhasebeleştirilmesi gerektiğini ve ölçüm esasının değerlendirilmesi gerekmiştir. Bu değerlendirmenin nasıl yapıldığı IFRIC 13 hazırlanıp taslak olarak hazırlanıp görüşe sunulduğunda, Uluslararası Finansal Raporlama Yorum Komitesi (IFRIC)'ne bildirilen görüşler, görüş sunanların iddiaları ve Komite'nin iddialara verdiği cevaplar ele alınarak ortaya konulabilir.

Birinci yaklaşımın doğruluğunu savunacak şekilde görüş bildirenler, müşteri sadakat programlarının satış hacmini arttırmak amacıyla yapıldığını ve hediye mal/hizmete ilişkin maliyetlerin de bu nedenle pazarlama gideri olarak dikkate alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu uygulamayı savunanlar açısından diğer bir nokta ise hediye puanların değerinin genellikle satış işlemiyle kazanılan tutara kıyasla önemsiz olmasıdır. Bu nedenle hediye puanların mal/hizmete dönüştürülmesi satış işleminin önemli bir parçası değildir. IAS 18 Hâsılat Standardına göre, işletmenin sahiplikle ilgili önemsiz bir risk taşıması durumunda işlemin satış niteliğinde olacağını ve böyle bir durumda hâsılatın finansal tablolara alınacağına hükme bağlamıştır (IAS-18.16). Bu nedenle ilk satış işlemi ile hâsılatın tamamı için muhasebeleştirilme şartları yerine getirilmiş olmaktadır. Hediye puanların satışın önemli bir parçası olmaması da bu görüşü destekleyenlerin diğer bir gerekçesi olarak komiteye sunulmuştur (IASB, 2010:2606,2607). Ancak gelecekte oluşacak maliyetlerle

ilgili yükümlülükler henüz yerine getirilmediği için tahmini maliyet (ekonomik fayda çıkışı) kadar karşılık da finansal tablolara alınmalıdır. (IAS-18.19; IAS-37.14,36)

İkinci yaklaşımın doğruluğunu savunacak şekilde görüş bildirenler ise, hediye puanlara ilişkin mal/hizmetin ilk satış anında müşteriye teslim edilmediği veya sunulmadığını vurgulamışlardır. Teslim veya sunum işlemi gerçekleşmediği için, hediye mal/hizmete ilişkin risk hala işletmece taşınmaktadır. Riskin işletme tarafından müşteriye transfer edilmemiş olması hâsılata gelir olarak kaydedilemeyeceğinin bir göstergesidir. Bu nedenle işlemin özünü yansıtmak amacıyla, her bir bileşenin ayrı olarak muhasebeleştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Hediye puanlara ilişkin hâsılatı tutarının ertelemek ve hediye puanlar karşılığında verilecek/sunulacak mal/hizmet teslim edildiğinde hâsılatı gelir olarak finansal tablolara almak, doğru bir uygulama olacaktır. Bu yaklaşımı savunanlar ayrıca, pazarlama satış dağıtım giderlerinin işletmenin satışlarından bağımsız olarak ortaya çıkan bir gider olduğunu ifade etmişlerdir. Bu nedenle satış işlemi ile bağlantılı olan hediye puanların işletmeye olan maliyetinin bir pazarlama gideri olarak dikkate alınamayacağına da belirtmişlerdir (IASB, 2010:2607).

Komiteye bildiren üçüncü bir yaklaşım ve görüş ise, yukarıdaki uygulamaların karması şeklindedir. Bu görüş hediye puanların nispi değerine, puanlar karşılığı verilecek mal/hizmetin yapısı veya mal/hizmetin edinim şekli gibi müşteri sadakat programlarının içeriğine bakılarak her iki uygulamadan uygun olanın işletme tarafından seçilmesini savunmuştur. Eğer hediye puanların nispi değeri önemsiz ise ve/veya puanlar karşılığı sağlanacak mal/hizmet işletmenin olağan faaliyetleri içinde sunduğu mal/hizmetler değilse birinci yaklaşımın kullanılması ve maliyet tutarının pazarlama gideri olarak dikkate alınmasının uygun olduğu savunmuştur. Tam tersi, hediye puanların nispi değeri önemli ise ve/veya puanlar karşılığı sağlanacak mal satışı/hizmet sunumu işletmenin olağan faaliyetleri içinde sunduğu mal/hizmetler ise ikinci yaklaşımın uygun olduğu, hediye puanlara ilişkin gerçeğe uygun değerlerin ertelenmiş hâsılat olarak finansal tablolara alınması gerektiği görüşünü savunmuşlardır (IASB, 2010:2607).

IFRIC hangi yaklaşımın uygulanacağı konusunda görüş birliği oluştururken IAS 18'in amacını dikkate almıştır. Standardın amacı, malların teslimindeki (risk ve faydanın) zamanlamaya göre hâsılatı finansal tablolara almaktır. Bu nedenle IFRIC, bir işlemin farklı zamanlarda iki veya daha fazla kalemin teslim edilmesini gerektiriyorsa ikinci yaklaşımın uygulanması gerektiğini ifade etmiştir. Birinci yaklaşım ise, aynı işlemle ilgili hâsılat ve giderlerin eş zamanlı olarak finansal tablolara alınmasını gerektirmektedir ancak, müşteri sadakat programları kapsamında puan karşılığı teslim edilen

mallar veya sunulan hizmetlerle ilgili maliyetler ilk satış işlemi ile direkt ilişkili değildir. Birinci yaklaşımın karşılık ayırdığı maliyetler, servis hizmetinde olduğu gibi daha önce teslim edilmiş mal/sunulmuş hizmet ile ilgili gelecekte ortaya çıkması muhtemel maliyetlerdir. Müşteri sadakat programlarında ise ileride ayrıca teslim edilecek mal/sunulacak hizmetler söz konusudur. Hediye puanlara ilişkin mal veya hizmetler, sonraki tarihte teslim edilen ayrı mal veya hizmetler olduğundan ayrı bir işlem olarak dikkate alınmalıdır. Üçüncü görüş ise, tutarsızlıklara ve muhasebe arbitrajına ve müşterilere hediye seçimi sunan (olağan faaliyetler içinde veya olağan faaliyetler dışında) programlarda zorluklara neden olabileceğinden komite tarafından uygun görülmemiştir (IASB,2010:2608).

Komite, kısaca elde edilen hâsılâtın iki kısma ayrılması gerekliliğini vurgulamaktadır. Diğer bir ifade ile müşteri sadakat programları için IAS 18 Hasılat standardında yer alan uygulamalardan, ikinci yaklaşımda belirtilen, hasılatın ertelenmesi yönteminin işlemin ekonomik özünü yansıttığına karar vermiştir (IFRIC-13.5).

Bu yaklaşıma göre, örneğin eğer bir müşteri uçak bileti alarak puan topluyor ve belirli bir puan topladıktan sonra puan karşılığı bedelsiz uçak bileti alabiliyorsa, bedelsiz alınan bilet gerçekten bedelsiz değildir. Müşteri ilk uçak biletini alırken, o gün aldığı uçak bileti için ve gelecekte alacağı uçak biletinin bir kısmı için ödeme yapmıştır (Johansson ve Ringuis,2007:30). Bu nedenle işletmenin performansının doğru bir şekilde sunulması ve değerlendirmesi açısından, hediye puanlar karşılığı sunulacak mal/hizmetin ayrı bir işlem nasıl sunuluyorsa o şekilde sunulması gerekmektedir.

Müşteri sadakat programlarına ilişkin yorum henüz taslak halindeyken (D-20) değerlendirilmeye açıldığında IASB'a 59 değerlendirme bildirilmiştir. Ulaşılamayan 3 değerlendirme dışındaki 56 değerlendirme analiz edildiğinde; 19'unun muhasebe meslek kuruluşlarından, 18'inin raporlama yapan işletmelerden, 18'inin ulusal düzenleyici kuruluşlardan ve bir tanesinin akademisyenden geldiği tespit edilmiştir. Bu nedenle bu konuda yapılan çalışmalar daha çok muhasebe meslek kuruluşlarının çalışmalarıdır (Chapple vd, 2010: 131).

Yaklaşımlar açısından değerlendirmeler incelendiğinde; 17 değerlendirmenin birinci yaklaşımı (maliyet/karşılık), 15 değerlendirmenin ikinci yaklaşımı (D-20'de ulaşılan görüş birliği-hâsılâtın ertelenmesi) ve 21 değerlendirmenin karma yaklaşım olan üçüncü yaklaşımı savunduğu, 3 değerlendirmenin ise herhangi bir yaklaşım belirtmediği görülmektedir. Ancak görüş birliği, hâsılâtın ertelenmesi şeklinde oluşmuştur. Değerlendirmelerden bazıları da bu yaklaşımı benimsemesinin IFRIC 13'ün IASB ve FASB'ın

üzerinde çalıştığı hâsılatın raporlanmasına ilişkin projenin erken yansıması olarak değerlendirilmektedir (Chapple vd, 2010: 134).

IASB ve FASB'in üzerinde çalıştığı bu projenin amacı, sektörlerden bağımsız olarak hâsılat yaratan sözleşmelere uygulanabilecek bir hâsılat modeli geliştirmektir (PricewaterhouseCoopers, 2010:2). Bu proje ile ortaya çıkacak yeni standart müşterilerle yapılan sözleşmelerden doğan hâsılatların muhasebeleştirilme esaslarını belirlemektedir.

Şu anda taslak halinde olan standardın 1 Ocak 2015 tarihinde başlayacak olan raporlama döneminden önce uygulamaya konulmaması kararlaştırılmıştır (IASB, 2012(a), [Draft]X.35). Ancak IASB ve FASB'in hedefi, standardın 2013 sonu itibariyle tamamlanması ve erken uygulamaya izin verilmesidir (Deloitte,2013:1;(IASB, 2012(a), [Draft]X.35). Müşteri sadakat programları da sözleşme tanımı karşıladığından ve hâsılat yaratıcı bir işlem olduklarından bu standart kapsamında değerlendirilecektir. IFRIC 13 Müşteri Sadakat Programları da bu standart ile geçersiz hale gelecektir (IASB, 2012(a), [Draft]X.35).

III) TASLAK STANDART KAPSAMINDA HÂSILATIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ YAKLAŞIMLARI

Şu anda uygulamada olan IAS 18 Hâsılat Standardına göre, hâsılatın muhasebeleştirmesinde kazanma süreci dikkate alınmakta ve bu durum bazen işletmenin hâsılatı ne zaman kazandığının belirlenmesini zorlaştırmaktadır (PricewaterhouseCoopers,2010:2; Holzmann, Ramnath, 2013: 88).

“Müşterilerle Yapılan Sözleşmelerden Doğan Hâsılat” adlı Taslak Standart ise sözleşme tabanlıdır ve her iki kurulun da kavramsal çerçevesinde yer alan varlık-yükümlülük yaklaşımını esas almaktadır (PriceWaterhouseCoopers, 2010:2).

Bu yaklaşım hâsılat yaratıcı faaliyetleri “sözleşme” olarak görmektedir (Holzmann, 2011: 87). Sözleşme Taslak Standartta, iki veya daha fazla taraf arasında yasal olarak uygulanabilir hak ve yükümlülük oluşturan anlaşmalar olarak tanımlanmaktadır. Sözleşmeler yazılı, sözlü veya işletmenin iş ile ilgili uyguladığı teamüller olabilmektedir (IASB,2012(a),[Draft]X.13).

Başka bir ifade ile sözleşme tabanlı hâsılat muhasebeleştirme modeli, işletme ile müşteri arasındaki sözleşmeden doğan hak ve yükümlülük kavramlarına dayalıdır. Bu modelde, işletmenin sözleşmeye taraf olması nedeniyle muhasebeleştirilecek hâsılat sözleşmenin “net pozisyonu” dikkate alınarak belirlenir. Net pozisyon ise, sözleşmedeki haklardan sözleşmedeki yükümlülükler düşülerek ölçülür ve sözleşme süresince işletmenin net

pozisyonunda değişim oldukça hâsılat açısından tekrar değerlendirme yapmak gerekir (Holzmann, Ramnath, 2013: 88). Bu nedenle varlık-yükümlülük yaklaşımı, kalan hak ve yükümlülükler bakımından işletmenin sözleşmedeki net pozisyonunu yansıtan bir yaklaşımdır (Ryerson,2011:3).

Gelir, kavramsal çerçevede hissedarların yatırdıkları fonlar dışında, işletmenin özkaynaklarında artış meydana getiren varlık artışları veya borç azalmaları olarak tanımlanmaktadır (Conceptual Framework-Kavramsal Çerçeve:4.25). Gelir kavramı hâsılatı da kapsadığından, Taslak Standarttaki varlık- yükümlülük yaklaşımı, kavramsal çerçeve ile uyumludur.

Taslak Standartta müşteri ise, işletmenin olağan faaliyetlerine ilişkin çıktıları olan mal veya hizmetleri elde etmek için işletme ile sözleşme yapan taraf olarak tanımlanmaktadır (IASB,2012(a),[Draft]X.10).

Taslak Standart, hâsılatla ilişkin kapsamlı bir standart olduğundan yorumlar gibi özellikli bir ekonomik olaya ilişki ayrıntılara yer vermemektedir. Bu nedenle Taslak Standart, müşteri sadakat programlarına ilişkin detay bilgiler içermemektedir. Ancak, müşteri sadakat programları da müşteri ile işletme arasında yapılan bir sözleşme olması ve hâsılat yaratması nedeniyle bu standart kapsamına girmektedir. Ayrıca Taslak Standart ekinde yer alan açıklayıcı örneklerde de müşteri sadakat programına ilişkin örnek verilmektedir (IASB, 2011(b):29,30)

Müşteri sadakat programları kapsamında ortaya çıkan hâsılatın muhasebeleştirilmesine ilişkin uygulamada olan yorum (IFRIC 13) ve Taslak Standartın muhasebeleştirme esaslarını karşılaştırıldığında Tablo 1'deki durum ortaya çıkmaktadır.

Tablo: 1
IFRIC 13 ve Taslak Standartın Karşılaştırılması

Uygulamadaki Yorum (IFRIC 13)	Taslak Standart ([Draft] IFRS X Revenue from Contracts with Customers)
Sadakat programları çok unsurlu sözleşmelerdir. Sözleşmeler ayrı ayrı dikkate alınmalıdır.	Sözleşmede bulunan, müşterinin ek mal/hizmet almasına ilişkin opsiyon ayrı bir performans yükümlülüğüne (performans obligation) neden olmaktadır. Çünkü ek mal veya hizmet alma hakkı, müşterinin sözleşmeye taraf olmadan elde edemeyeceği bir haktır.
Mal/hizmet ve hediye puanlar arasında hâsılatın dağıtılması gerekir. Bu dağıtım için hediye puanların müşteriler açısından gerçeğe uygun değeri dikkate alınır.	Yönetimin, ayrı performans yükümlülüklerine dağıtılacak işlem fiyatının belirlenmesi gerekmektedir.
Hâsılatın hediye puanlara denk gelen kısmı ertelenir. Ertelen hâsılat hediye puanlar geçerliliğini yitirdiğinde veya puanlar müşteriler tarafından mal/hizmete çevrildiğinde hâsılat olarak kayda alınır.	Müşteri ilk satış işlemi ile puanları aldığı anda gelecekte alacağı mal/hizmet için ödeme yapmış olur. İşletme bu opsiyonla ilgili hâsılatı, puanların geçerlilik tarihi dolduğunda veya ilgili mal veya hizmetleri müşteriye teslim ettiğinde muhasebeleştirir. Böylece sözleşmenin net pozisyonu dikkate alınmış olur.

Kaynak: PricewaterhouseCoopers, 2011: 9.

Taslak Standart, müşteri sadakat programları kapsamında ortaya çıkan ilk satış işlemi ile daha sonra puanlar karşılığında mal teslim edilmesi/hizmet sunulması işlemi ayrı performans yükümlülükleri olarak görmektedir. Performans yükümlülüğü, müşteriyle yapılan sözleşmede yer alan mal veya hizmet transfer etme sözüdür. Performans yükümlülükleri işletme tarafından mal veya hizmet transfer edileceğine dair müşteride açık bir beklenti oluşturan işletmeye ait üstü örtülü iş uygulaması teamülleri, yayımlanmış politikalar veya özel durumlardır (IASB,2012(a),[Draft]X.24).

IFRIC 13'de ise bu durum çok unsurlu sözleşme olarak ifade edilmektedir. Her iki durumda da işlemlerin ayrıştırılması söz konusu olduğundan muhasebeleştirme açısından bu noktada bir farklılık ortaya çıkmamaktadır.

Birden fazla performans yükümlülüğü içeren sözleşmelerde ortaya çıkan işlem fiyatının, her bir performans yükümlülüğüne dağıtılması gerekmektedir. Her bir performans yükümlülüğüne dağıtılan tutar, her birinin işletme tarafından yerine getirilmesi durumunda işletmenin hak etmeyi beklediği tahsilât tutarını yansıtmalıdır (IASB,2012(a),[Draft]X.70). Bu uygulama da IFRIC 13 ile uyumlu bir şekilde, hâsılâtın unsurlar arasında dağıtılmasını gerektirmektedir.

Hâsılâtın ayrı performans yükümlülükleri arasında uygun bir şekilde dağıtılabilmesi için işletmeler, mal ve hizmetlerin sözleşme tarihindeki satış fiyatının belirlemeli ve her bir performans yükümlülüğü için uygun satış fiyatını dikkate almalıdır (IASB,2012(a),[Draft]X.70). Daha önce belirtildiği gibi IFRIC 13'de, hediye puanları gerçeğe uygun değeri ile ölçmektedir ve gerçeğe uygun değer hediye puanların ayrı olarak satılabileceği tutar olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle, Taslak Standartta yer alan satış fiyatı ölçüsünün IFRIC 13'deki gerçeğe uygun değer ölçüsü ile örtüştüğünü söylemek yanlış olmamaktadır.

İşletme performans yükümlülüğünü, mal/hizmeti (varlığı) karşı tarafa transfer ettiğinde yani varlıkla ilgili kontrol müşteriye geçtiğinde yerine getirmiş olur. Performans yükümlülüğünü yerine getiren işletme hâsılâtı, gelir olarak muhasebeleştirir (IASB,2012(a),[Draft]X.31). Çünkü işletmenin sözleşmedeki net pozisyonu değişmektedir. Bu nedenle müşteri sadakat programlarında da olduğu gibi, işletmenin performans yükümlülüklerini (varlığın kontrolünün müşteriye transferini) zaman içinde veya ileride belirli bir zamanda yerine getireceği durumlarda, söz konusu yükümlülüğe düşen hâsılât ertelenir. Ertelenen hâsılât varlık müşteriye transfer edildiği ölçüde yani performans yükümlülüğü yerine getirildiğinde muhasebeleştirilir. (IASB,2012(a),[Draft]X.35,37,38).

Bu açıdan da IFRIC 13 ve Taslak Standart karşılaştırıldığında müşteri sadakat programları açısından önemli bir farkın olmadığı sadece bazı kavramların değiştiği ve hâsılât raporlamaya ilişkin sürecin tanımlanmasının değiştiği görülmektedir. Bu nedenle, müşteri sadakat programlarının muhasebeleştirilmesi yeni standartla birlikte önemli bir değişikliğe uğramayacaktır.

Kazanma sürecinden varlık-yükümlülük yaklaşımına yönelmek şeklinde ifade edilebilecek bu değişim birçok ekonomik işlem için şu anda uygulanan raporlama yöntemini değiştirmeyecektir. Ancak, sözleşme ile ilgili varlık ve yükümlülükler odaklanan bu yaklaşım, hâsılâtın raporlanmasına ilişkin düşünce tarzının tanımlanmasını değiştirecektir (Holzmann, Ramnath, 2013: 88).

Örneğin, mevcut yaklaşımda herhangi bir mağazadaki bir satış işlemi bu yaklaşım altında şu şekilde açıklanabilir: Müşteri bir ürün için ödeme yapip ayrılmadan önce müşteri ile mağaza arasında bir sözleşme doğar. Bu sözleşmede mağaza performans yükümlülüğü (sözleşme yükümlülüğü) altına girer. Bu yükümlülük, müşteriye bedelini ödenen ürünü veya ödenen tutarı teslim etmektir. Mağaza ürünü teslim ettiğinde sözleşmenin net pozisyonunda, yükümlülüğün azalması nedeniyle, değişiklik olacaktır. İşletme net pozisyonundaki bu değişikliği hâsılat olarak raporlayacaktır (Holzmann, Ramnath, 2013: 88).

IV) HÂSILATIN AYRIŞTIRILMASI VE ÖLÇÜLMESİ

Hediye puanlara ilişkin ertelenecek hâsılatın da gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı ile ölçülmesi gerektiği ifade edilmiştir. Kullanılacak ölçü, hediye puanlar karşılığında verilecek mal/hizmetin maliyeti değildir. Diğer bir ifade ile puanların değeri, programı yürüten veya yürütülen bir programa dâhil olan işletme açısından değil, puanları kullanacak müşteri açısından ele alınarak belirlenmelidir (PricewaterhouseCoopers,2007:3)

Ancak satış işleminden ortaya çıkan değer iki ayrı bileşen (unsur/performans yükümlülüğü) arasında nasıl dağıtılacağı ve dağıtılacak olan toplam tutarın nasıl hesaplanacağı konusunda yorum herhangi bir yol göstermemiştir. Bu durumda hediye puanların gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı (yani ertelenecek hâsılat tutarı) ve ilk satış işleminden ortaya çıkan hâsılat tutarının tespiti sorunu ortaya çıkmaktadır. Ertelenen hâsılat, sadece hediye puanların gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı olarak tespit edilebilir. Diğer bir yöntem ise, hediye puanların gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı ve satılan mal/hizmetin gerçeğe uygun değerleri/satış fiyatı toplamı dikkate alınması ve bu toplam tutarın unsurlar arasında nispi şekilde dağıtılması şeklindedir (IFRIC 13.BC14; PricewaterhouseCoopers,2007:3)

Örneğin, bir mağaza yapılan alışveriş tutarının %10'i kadar müşterilerine puan kazandırmaktadır. Her bir puanın gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı da 0,5''dir. Bu işletmede, müşteri sadakat programı kapsamında 1.000''lik bir satış yapılmıştır. Bu durumda işletme müşterisine 100 puan (1000x%10) dağıtmış olmaktadır. Her 1 puan, bir sonraki alışverişte müşteriye 0,5'' hediye puan kazandırdığından puanların gerçeğe uygun değeri 50'' (100 x 0,5) olacaktır. Sadakat programı kapsamında yapılan satıştan elde edilen hâsılatın dağılımı, ilk satış yapıldığında Tablo 2'deki gibi olacaktır (Ernst&Young,2009:6).

Tablo: 2
Hâsılâtın Performans Yükümlüklerine Dağıtılması

	Satılan Mallara Dağıtılan Hâsılât (Gelir Tablosu)	Hediye Puanlara Dağıtılan Hâsılât (Bilanço)
1. yöntem (ödemeyi dikkate alan yöntem)	950 (1.000 – 50)	50
2. yöntem (oransal gerçeğe uygun değerleri (GUD) dikkate alan yöntem) Toplam GUD= 1.000 + 50 = 1.050 Tahsil Edilen/Tahsil Edilecek Nakit = 1.000	952 $\frac{1.000}{1.050} \times 1.000$	48 $\frac{50}{1.050} \times 1.000$

Bu noktada karşımıza iki farklı yöntem ve her bir yönteme göre farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Yöntemler arasındaki tutarsal farklılık yapılacak satışların artması veya hediye puanların gerçeğe uygun değerinin satışlar içinde nispi olarak artması ile büyük tutarlara ulaşabilecektir. İşletme bu iki yöntemde birini seçerek muhasebe politikasının belirlemedir (IFRIC-13.BC14).

Taslak Standart ve IFRIC 13 arasında dağıtım yöntemi konusunda farklılık söz konusudur. Taslak Standardın, IFRIC 13’de işletmenin seçimine bırakılan iki dağıtım yönteminden 2. yöntemin esas alındığı (her bir unsurun toplam gerçeğe uygun değer içindeki nispi değeri) anlaşılmaktadır (IASB,2011(b),IE24;IASB,2012(a),[Draft]X.73). Satış fiyatını direkt olarak belirlenmesinin mümkün olmadığı durumlar içinse, düzeltilmiş piyasa değerlendirmesi yaklaşım, maliyet artı kar yaklaşımı veya toplam hâsılattan diğer unsurların satış fiyatını çıkartmak suretiyle belirlenen artık değer yaklaşımının kullanılabilceği de ifade edilmiştir (IASB,2012(a),[Draft]X.73).

Müşteri sadakat programlarından kazanılan hediye puanların geçerlilik süresi olması veya kullanımın belirli bir puan topladıktan sonra mümkün olması gibi durumlar, müşterilerin puanların hepsin kullanamamasına neden olabilmektedir. Böyle bir durumda, işletme geçmiş verileri dikkate alarak hediye puanların kullanıma ilişkin bir oran belirlemelidir. Bu oran, ilk satış işlemi ile hediye puanlar arasında yapılacak dağıtımda tutarların değişmesine neden olacak bir muhasebe tahmini niteliğindedir. Bu nedenle bu oranda meydana gelecek tahmin değişiklikleri, IAS 8 Muhasebe Politikaları,

Muhasebe Tahminlerindeki Değişiklikler ve Hatalar Standardı dikkate alınarak ileriye yönelik olarak uygulanmalıdır (IFRIC-13.BC16).

Yukarıdaki örnekte işletme, geçmişteki deneyimlerine dayanarak müşterilerin hediye puanların %80'inin kullanılacağını tahmin ediyorsa, hesaplamalar değişecektir. Kazanılan hediye puanların gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı 40" (50" x %80) olacaktır. Bu durumda ilk satış işlemi gerçekleştiğinde bilanço ve gelir tablosunda muhasebeleştirilecek tutarlar her iki yönetime göre aşağıdaki şekilde değişecektir:

Tablo: 3
Tahmini Kullanım Oranı Dikkate Alınarak Hâsılâtın Performans
Yükümlülüklerine Dağıtılması

	Satılan Mallara Dağıtılan Hâsılât (Gelir Tablosu)	Hediye Puanlara Dağıtılan Hâsılât (Bilanço)
1. yöntem (ödemeyi dikkate alan yöntem)	960 (1.000 – 40)	40
2. yöntem (oransal gerçeğe uygun değerleri (GUD) dikkate alan yöntem) Toplam GUD = 1.000 + 40 = 1.040 Tahsil Edilen/Tahsil Edilecek Nakit = 1.000	961,54 $\frac{1.000}{1.040} \times 1.000$	38,46 $\frac{40}{1.040} \times 1.000$

V) HÂSILATIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Müşteri sadakat programları kapsamında yapılan satış işleminde hâsılâtın iki bileşen (unsur/performans yükümlülüğü) arasında dağıtılmasından sonra, işlemlerin finansal tablolara alınması gerekir. İşletme sadakat programı, kendi yürütse de yürütmese de, satış işlemi iki ayrı bileşenden oluşur ve hâsılâtın bileşenler arasında dağıtılması gerekir. Ancak hâsılâtın finansal tablolara alınması bakımından, işletmenin puanlar karşılığında verilecek mal/hizmeti kendisinin temin etmesi veya üçüncü bir taraftan temin etmesi durumu farklılık göstermektedir.

A) İşletmenin Hediye Hedieleri Kendi Temin Etmesi

Standartların benimsediği birinci yaklaşıma göre hediye puanlar karşılığı verilecek olan mal/hizmetin müşteriye sağlanmasına kadar, hediye

puanlar için bir önceki bölümde gösterildiği şekilde hesaplanan hâsılat tutarının ertelenmesi gerekir. Hâsılatın ertelenmesi işlemi hediye puanlar karşılığında verilecek mal/hizmetin müşteriye sağlandığı zamana yani performans yükümlüğünün yerine getirildiği ana kadar geçerlidir. Hediye puanlar karşılığı müşteriye mal/hizmetin sağlandığı dönemde ertelenen hâsılatın kullanılan puanlarla (yerine getirilen performans yükümlülüğüyle) ilgili kısmı, hâsılat olarak muhasebeleştirilir.

Puanların farklı dönemler itibariyle kullanılabilir olması nedeniyle, puanların kullanıldığı dönemde muhasebeleştirilecek hâsılatın tutarının o dönemde kullanılan puan miktarının dikkate alınarak belirlenmesi gerektirir. Her bir dönemde muhasebeleştirilecek hâsılat tutarı aşağıdaki formül aracılığıyla belirlenebilir:

$$\left(\frac{\text{İlgili Tarihe Kadar Müşteriler Tarafından Kullanılan Toplam Puanlar}}{\text{Müşteriler Tarafından Kullanılması Beklenen Toplam Puanlar}} \right) \times \text{Hediye Puanların Toplam Değeri} = \text{İlgili tarihe kadar gelire dönüşen hâsılat tutarı}$$

Kaynak: Ernst&Young, 2009:9.

Yukarıdaki örnekte, işletmenin 1.000''lik satış işleminden müşterisine 100 puan sağladığını, 1 puanın bir sonraki alışverişte müşteriye 0,5'' indirim kazandırdığını ve işletmenin puanların %80''inin kullanılacağını tahmin etmesi durumunda hesaplamalar Tablo 2'deki gibi olacaktır. (Taslak Standartta yer alan yöntem 2. yöntem olduğundan örnekte de 2. yöntem dikkate alınmıştır. Örnek, PricewaterhouseCoopers,2007:9 ve Ernst&Young, 2009:8'den uyarlanmıştır.)

İlk satış işlemi gerçekleştiğinde yapılacak muhasebe kaydı ise aşağıdaki gibi olacaktır:

Kasa/Alacak	1.000	
Satışlar		961,54
Gelecek Aylara Ait Gelirler		38,46

İşletme sözleşmeye ilişkin olarak 1.000 '' tutarında varlık ve 38,46 '' tutarında da yükümlülük muhasebeleştirmiştir. İşletmenin sözleşmedeki net pozisyonu 961,54''dir ve işletme açısından hâsılattır. Bu nedenle satışlarında raporlanan dönem ilişkin hâsılat 961,54''dir.

1.yılsonunda müşterinin toplam 30 puanı kullanmaları durumunda; kullanılan puanların parasal değeri:

$$\frac{30 \text{ puan}}{80 \text{ puan}} \times 38,46'' - 0 = 14,4225'' \text{ olacaktır.}$$

Ertelenen hâsılataın 14,4225''lik kısmı 1. dönemin geliri olarak hâsılata alınır.

Taslak Standart açısından bu durum değerlendirildiğinde, işletmenin satış sözleşmesinde yer alan ve yerine getirmediği 80 puana ilişkin yükümlüğün 30 puanlık kısmını gerçekleştirmesi söz konusudur. Sözleşmenin net pozisyonu, işletmenin yükümlülüğünün bir kısmını yerine getirmesinden dolayı değişmiştir. Bu değişim yükümlülüğün azalması şeklinde olduğundan net pozisyonda artış meydana gelmiş ve işletme 30 puanlık yükümlülüğün karşılığı olan 14,4225 '' hâsılata dönüşmüştür. Başka bir ifade ile sözleşme kapsamında muhasebeleştirilen varlık tutarı aynı iken, sözleşmeye ilişkin yükümlülük azaldığından net pozisyonda artış olmuştur.

Gelecek Aylara Ait Gelirler		14,4225	
	Satışlar		14,4225

2. yıl içinde 24 puan daha müşteri tarafından kullanılmıştır. Ancak işletmenin puanların kullanım oranına ilişkin tahminini %90 olarak değiştirmiştir. Bu durumda, içinde bulunulan dönemde kullanılan toplam puan 54 (30 + 24), toplamda kullanılması beklenen puan ise 90 (100 x %90) olmaktadır. Ertelenen hâsılattan 2. yıla gelir olarak kayda alınacak tutar, tahmin değişikliği de dikkate alınarak hesaplanacaktır.

Tahmin değişikliği ileriye dönük olarak dikkate alınacağından, ilk satış işlemi gelir olarak muhasebeleştirilen hâsılata da (961,54''), hediye puanlar nedeniyle ertelenen hâsılata da (38,46'') sabitlenmiştir. Tahmindeki değişiklik, sadece ertelenen hâsılata tutarından çıkarılarak, dönemin geliri olarak muhasebeleştirilecek hâsılata tutarı etkiler (IFRIC-13.BC.16). Tahmin değişikliği sonrası 2. yılsonunda 24 puan için daha yükümlülük yerine getirilmiştir. Bu nedenle ertelenmiş hâsılattan, döneme gelir olarak aktarılacak hâsılata tutarı:

$$\frac{(30 \text{ puan} + 24 \text{ puan})}{90 \text{ puan}} \times 38,46'' - 14,4225'' = 8,6535'' \text{ olacaktır.}$$

Gelecek Aylara Ait Gelirler		8,6535	
	Satışlar		8,6535

2.yıldaki tahmini kullanım oranının değişmediği varsayımı altında, 3. yıl içinde 18 puanın daha kullanılmıştır. Ertelenen hâsılatın, 3. dönemin gelirlerine aktarılacak hâsılat tutarı;

$$\frac{(54 \text{ puan} + 18 \text{ puan})}{90 \text{ puan}} \times 38,46'' - 23,076'' = 7,692'' \text{ olacaktır.}$$

Gelecek Aylara Ait Gelirler		7,692	
	Satışlar		7,692

Bu durumda 3 yıl içinde ertelenen hâsılatın gelire dönüşen toplam tutar 30,768'' (14,4225 + 8,6535 + 7,692) olmuştur ve ertelenmiş hâsılat hesabında ise 7,692'' (38,46 – 30,768) bakiye kalmıştır. Kullanılması beklenen ama henüz kullanılmayan 28 puanlık yükümlülük (100 – 30 – 24 – 18) ise 38,46''na isabet etmekte ve yükümlülüğün yerine getirilmeyen kısmı için kullanılmayı beklemektedir.

Eğer hediye puanların kazanıldıkları yılı takip eden 2. yılın sonuna kadar kullanılması gerekiyorsa, kalan puanların kullanım süresi 3. yılın sonunda bitecektir. Bu nedenle ertelenmiş hâsılatın bütün bakiyesi puanların kullanım sürelerinin dolduğu 3. yılın sonunda hâsılat olarak kayda alınır ve ertelenmiş hâsılat hesabı kapanmış olur. Böyle bir durumda 3. yılın sonundaki kayıt yukarıdaki gibi değil, şu şekilde olması gerekirdi:

$$\frac{90 \text{ puan}}{90 \text{ puan}} \times 38,46'' - 23,076'' = 15,384''$$

Gelecek Aylara Ait Gelirler		15,384	
	Satışlar		15,384

Böyle bir kaydın yapılmasının nedeni işletmenin 3. yılsonunda sözleşmeye ilişkin herhangi bir yükümlülüğü kalmamasıdır. İşletmenin yükümlülüğün kalmaması nedeniyle sözleşmenin net pozisyonu 1000''na ulaşmıştır, bu nedenle 15,384'' hâsılat daha gelir olarak kayda alınmıştır.

B) İşletmenin Hediye Hediye Üçüncü Bir Taraftan Temin Etmesi

Müşteri sadakat programı kapsamındaki hediye puanlar karşılığı verilecek/sunulacak mal/hizmetler, puanları dağıtan işletme dışında başka bir işletmeden temin ediliyor olabilir. Örneğin perakende satış yapan bir mağaza, uygulanan müşteri sadakat programında müşterilerine kazandırdığı puanları

havayolu şirketinde kullanma alternatifi sunabilir. Böyle bir durumda, müşteri sadakat programını kapsamında hediye puan kazandıran ve hediye puanlara ilişkin hâsılatı tahsil eden (hediye puanların gerçeğe uygun değerini/satış fiyatını) işletme, hediye puanların bedelini kendi hesabına mı yoksa havayolu şirketi adına mı tahsil ettiğini değerlendirir (Ernst&Young, 2009:9).

Bu değerlendirme, müşteri sadakat programı kapsamında puanları müşterilerine kazandıran işletmenin, örneğimizdeki perakende satış yapan mağazanın, hediyeleri sağlama konusundaki sorumluluğunun satıştan sonra devam edip etmediğine göre yapılır. Perakende satış mağazasının hediye puanlara ilişkin ödülü müşterisine sağlama konusundaki yükümlülüğü satıştan sonra devam ediyorsa, hediye puanlara ilişkin bedeli kendi hesabına tahsil etmektedir. Böyle bir durumda, örneğimizdeki perakende satış mağazasının müşteri sadakat programına ilişkin hâsılatı muhasebeleştirilmesi, hediyeleri kendi temin eden işletmelerden farklı olmayacaktır.

Bazı müşteri sadakat programlarında ise, bir işletmenin rolü sadece puan kazandırmak olabilir. Örneğin yukarıdaki perakende satış mağazası; uçak bileti sağlama sorumluluğuna girmediği, rolünün sadece hediye puan kazandırmak olduğu, bilet sağlama sorumluluğunun ise bizzat havayolu şirketinde kaldığı bir müşteri sadakat programına (sözleşmeye) taraf olabilir. Bu durumda perakende satış mağazası, müşteri sadakat programında havayolu şirketinin acentesi konumunda olmaktadır. Diğer bir ifade ile, perakende satış mağazası satış yaptığında, müşteriden tahsil ettiği/edeceği bedelin puanlara düşen kısmının hepsini kendi adına değil, havayolu şirketi (üçüncü taraf) adına tahsil etmektedir. Çünkü perakende satış mağazası, hediye puanlara ilişkin tahsil ettiği/edeceği tutarın bir kısmını uçak biletinin bedeli olarak havayolu şirketine ödeyecektir. Diğer bir ifade ile hediye puanlara ilişkin tutarın bir kısmı, bileti sağlayacak olan havayolu şirketinin hâsılatıdır.

Böyle bir durumda perakende satış mağazası kendi hesabında muhasebeleştireceği hâsılatı net tutar olarak ölçer. Bu net tutar, hediye puanların gerçeğe uygun değeri/satış fiyatı ile hediye uçak biletini temin eden havayolu şirketine (üçüncü tarafa) ödenecek tutar arasındaki farktır. Diğer bir ifade ile komisyon geliridir. Bunun nedeni hâsılatın yalnızca, işletmenin kendi adına aldığı ve alacağı brüt ekonomik yararları içeriyor olmasıdır. Acente ilişkilerinde brüt ekonomik yarar akışları işletme özkaynaklarında artış yaratmayan, acentesi olunan işletme adına yapılan tahsilât tutarlarını da içermektedir. Bu nedenle acentesi olunan işletme adına yapılan tahsilâtın hepsi hasılat değil, net komisyon tutarı hasılatıdır (IAS-18.8). Böyle bir durumda acente işletme olan perakende satış mağazası, yorumla uyumlu şekilde komisyon gelirini havayolu şirketinin (üçüncü tarafın) hediyeleri temin ettiği zamana kadar ertelenmelidir (PricewaterhouseCoopers,2007:4).

Örneğin, perakende satış mağazasının bir müşterisi, toplam 500 TL'lik alış-veriş karşılığı 50 puan kazanmıştır. Her bir puanın gerçeğe uygun değeri 0,4 TL'dir. Perakende satış mağazasının havayolu şirketine bir hediye puan karşılığı ödeyeceği tutar ise 0,35 TL'dir. Burada perakende satış mağazası, havayolu şirketinin yürüttüğü müşteri sadakat programında puanların kazandırılmasına aracılık eden, ancak uçak bileti sağlama yükümlülüğü olmayan bir işletmedir.

Perakende satış mağazası için toplam hâsılat (komisyon geliri), havayolu şirketi için topladığı puanların gerçeğe uygun değeri (50 puan x 0,4 puan/TL = 20 TL) ile havayolu şirketine toplanan puanlar için ödeyeceği tutar (50 puan x 0,35 puan/TL = 17,5 TL) arasındaki farktır. Bu durumda perakende satış mağazasının yapması gereken kayıt şu şekilde olacaktır (Örnek Ernst&Young, 2009:10'dan uyarlanmıştır).

Kasa	500	
Satışlar		480
Komisyon geliri		2,5
Diğer Çeşitli Borçlar		17,5

Perakende satış mağazası için sözleşmedeki net pozisyon 482,5 TL'dir. Bunun 480 TL'lik kısmı satış 2,5 TL'lik kısmı komisyon geliri şeklindedir.

Perakende satış mağazası, havayolu şirketine ödeme yaptığında ise kayıtları aşağıdaki gibi olacaktır:

Diğer Çeşitli Borçlar	17,5	
Kasa		17,5

Perakende firması için 17,5 TL'nin havayolu şirketine ödenmesi hâsılat yaratmaz. Çünkü sözleşmenin net pozisyonu, varlıkların borçlar kadar azalması nedeniyle yine 482,5 TL'dir.

Hediyelerin üçüncü taraftan temin edildiği durumlara yukarıda verilen iki örnekte de, sözleşmeye taraf olan iki işletme ve müşteriler olmak üzere toplam üç taraf bulunmaktadır. Hediyelerin üçüncü taraftan temin edildiği müşteri sadakat programlarında, daha fazla tarafın yer alması da mümkündür.

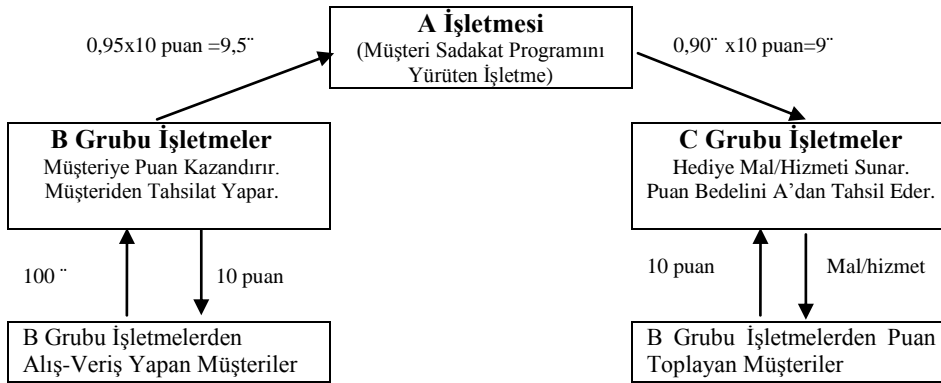
Örneğin, bir işletmenin esas faaliyeti müşteri sadakat programı yürütmek olabilir. Esas faaliyeti sadece müşteri sadakat programı yürütmek olan işletme, bu programa dâhil olacak diğer işletmelerle ayrı ayrı sözleşmeler yapabilmektedir. Yapılan sözleşmelerle programa dâhil olmayı kabul eden işletmelerden bir kısmı puan kazandırma, bir kısmı puanları hediye

dönüştürme, başka bir kısmı ise hem puan kazandırma hem de puanları hediyeye dönüştürme yükümlülüğü altına girebilmektedir.

Örneğin, A işletmesi bağımsız olarak bir sadakat kartı programı oluşturmuştur. Bu programda A işletmesinin program için çıkarttığı “ABC” karta sahip olan nihai müşteriler, B grubu işletmelerde (müşteri sadakat programı sözleşmesine taraf olan perakende satış mağazalarında) yaptığı harcamalardan puan kazanacaklardır. B grubu işletmeler, müşteri sadakat programında sadece müşterilere puan kazandırma yükümlülüğüne girmiştir. C grubu işletmeler (havayolu şirketleri) ise sadece, müşterilerin “ABC” sadakat kartıyla kazandıkları puanları uçak biletine (hediye mal/hizmete) çevirme yükümlülüğüne girmişlerdir (Örnek, PricewaterhouseCoopers,2007:12’den uyarlanmıştır).

Hediye puanları müşterilere kazandırma yükümlülüğüne giren B grubu işletmeler (mağazalar), aynı zamanda puanlara ilişkin hâsılatını da toplamış olacaklardır. Sözleşme gereği B grubu işletmeler, toplanan her bir 1 puan için A işletmesine 0,95” ödeme yapmakta ve 0,05” komisyon almaktadır.

Puanları mal/hizmete çeviren C grubu işletmeler (havayolu şirketleri) ise, mal/hizmete (uçak biletine) çevrilen her 1 puan için A işletmesinden 0,90” tahsil etme hakkına sahiptir. Böyle bir sadakat programında işletmeler arasındaki ilişki şematik olarak şöyle özetlenebilir:



Şekil: 1

Esas Faaliyeti Müşteri Sadakat Programı Yürütmek Olan Bir İşletmenin Varlığı Durumunda Sözleşmenin Tarafları ve Rollerini

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi, müşteri sadakat programını yürüten A işletmesi, taraflardan yaptığı tahsilâtlar ve ödemeler arasındaki farktan kazanç sağlamaktadır.

Puan kazandırma yükümlülüğüne giren B grubu işletmeler (acente işletmeler), toplam 10 puan kazandıran 100''lik bir satış yaptıysa kayıtları şu şekilde olacaktır:

Kasa		100	
	Satışlar		90
	Komisyon geliri		0,5
	Diğer Çeşitli Borçlar (A işletmesine)		9,5

Sözleşmenin net pozisyonu B grubu işletme açısından 100''lik varlık ve 9,5''lik yükümlülük dolayısıyla 90,5''dir. 90,5''lik net pozisyonun 90''lik kısmı satış 0,5''lik kısmı ise komisyon geliri ile ilgilidir.

Puanlarla ilgili risk ve faydalar A işletmesine geçtiğinde, B grubu işletmelerin yükümlülükleri sona ermektedir ancak hâsılat gerçekleşmemektedir. Çünkü A işletmesine olan yükümlülük, sözleşmeye ilişkin varlıklarında meydana gelen azalma ile sona ermektedir.

Diğer Çeşitli Borçlar		9,5	
	Kasa		9,5

Müşteri biriktirdiği 10 hediye puanı, hediye puanları mal/hizmete C grubu işletmelerde kullandığında, hediye puanları mal veya hizmete dönüştüren C grubu işletmelerin kayıtları şu şekilde olacaktır:

Alacak (A işletmesinden)		9	
	Satışlar		9

C grubu işletmeler, müşteri sadakat programını yürüten A işletmesinden alacağını tahsil ettiğinde ise kayıtları şu şekilde olacaktır:

Kasa		9	
	Alacak		9

Bu tür müşteri sadakat programlarında, puanların gerçeğe uygun değeri B grubu işletmeler ve C grubu işletmeler açısından farklıdır. Puanların gerçeğe uygun değeri, A işletmesinin her bir işletme ile yaptığı müşteri sadakat programı sözleşmesinde yer alan, sözleşme fiyatıdır. Bu nedenle, örneğimizde

B grubu işletmeler, 10 puanın değerini 9,5" olarak ölçerken; C grubu işletmeler aynı 10 puanın değerini 9" olarak ölçmektedir.

A işletmesinin esas faaliyeti müşteri sadakat programı yürütmek olduğundan A işletmesi netleştirme yapamaz. Puan kazandıran ve puanların bedelini tahsil eden B grubu işletmeler satış yaptıkça hâsılat kaydedilir. Hediye puanları mal/hizmete dönüştüren C grubu işletmelerden, puanların kullanıldığına dair bilgileri geldikçe C grubu işletmelere ödenecek tutar borç muhasebeleştirilmelidir. C grubu işletmelere ödeme yaptıkça da borç azaltılmalıdır ((PricewaterhouseCoopers,2007:12). B grubu işletmeler satış yaptıkça A işletmesi aşağıdaki gibi kayıt yapmalıdır:

Alacak (B Grubu İşletmelerden)	Satışlar	9,5	9,5
-----------------------------------	----------	-----	-----

Hediye puanların müşteriler tarafından C grubu işletmelerde kullanıldığına dair bilgi elde edildiğinde A işletmesinin kaydı aşağıdaki gibi olacaktır:

Hizmet Üretim Maliyeti	Ticari Borç (C grubu İşletmelere)	9	9
------------------------	--------------------------------------	---	---

Hediye puanları mal/hizmete dönüştüren C grubu işletmelere ödeme yapıldığında ise kayıt aşağıdaki gibi olur:

Ticari Borç (C grubu İşletmelere)	Kasa	9	9
--------------------------------------	------	---	---

Üçüncü bir tarafın düzenlediği müşteri sadakat programlarına katılan bir işletme, hem puan toplama hem de puanları mal/hizmete dönüştürme yükümlülüğüne girebilir. Eğer böyle bir işletme kendisinin kazandırdığı puanlardan kendisinde kullanılmayanların karşılığında programı yürüten işletmeye ödeyeceği bedel ile kendisinde kullanılan puanlar dolayısıyla programı yürütenden tahsil edeceği ödemeleri netleştiremez. Her bir işlemi ayrı olarak muhasebeleştirilmesi gerekir. Böyle bir işletmenin kendisinde toplanan puanlardan ne kadarının kendisi tarafından mal/hizmete dönüştürüleceğini ve ne kadarı için programı yürüten işletmeden ödeme alacağını da ayrıca tahmin etmesi gerekir. Başka bir ifade ile, bir işletme hem puan kazandıran hem de puanları hediyeye çeviren bir sözleşme yaptıysa, A işletmesine bedeli ödenecek

puanların tutarı ile A işletmesinden tahsil edilecek puanların tutarını netleştiremez (Ernst&Young, 2009:9).

V) SÖZLEŞMELERİN EKONOMİK OLARAK DEZAVANTAJLI HALE GELMESİ

Sözleşmelerin ekonomik açıdan dezavantajlı hale gelmesi, sözleşmede yer alan yükümlülüklerle ilişkin maliyetlerin, sözleşmenin sağlayacağı faydaları geçmesi durumunda meydana gelmektedir (IAS-37.10). Müşteri sadakat programlarında, birden fazla unsuru içeren sözleşmeler olduğunda, her bir unsur işletme için ekonomik açıdan dezavantajlı hale gelebilir (IASB,2012(b):15,16).

Sözleşmelerin ekonomik olarak dezavantajlı hale gelmesi durumunda, hem IFRIC 13 hem de Taslak Standart, muhtemel zarara ilişkin IAS 37 Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar Standardına göre muhasebeleştirme yapılması gerektirmektedir (IFRIC-13.BC17, IASB, 2012(a):15). Taslak Standardın 2011 versiyonu bu konuda IAS-37'den farklılaşan hükümler içerirse de, 2012'de yapılan 2011 tarihli taslağın yeniden müzakere edilmesine ilişkin toplantıda IASB, IAS 37'nin kullanılmasına karar vermiştir (IASB,2012(b):17,18). Müşteri sadakat programlarında, ilk satış işlemi ve/veya hediye puan karşılığı sunulacak mal/hizmete ilişkin karşılık ayrılmasını gerektirecek durumlar ortaya çıkabilir.

Hediye olarak müşteriye sunulacak mal/hizmetler açısından, mal/hizmetin maliyetinin puanların gerçeğe uygun değerini/satış fiyatını geçmesi durumunda ekonomik açıdan dezavantajlı sözleşmeler ortaya çıkar (KPMG,2011:28). Sözleşmelerin ekonomik açıdan dezavantajlı hale gelip gelmediğinin belirlenebilmesi için, ertelenen hâsılat belirlenmesinde kullanılan tahminlerin etkisinin de göz önünde bulundurulması gereklidir. Bu değişiklikler, müşteriye sunulacak mal/hizmetin maliyetinde artışa direkt neden olacak durumlardan kaynaklanabileceği gibi toplam maliyeti arttıracak nedenlerden de meydana gelebilir. Örneğin, hediye olarak sunulacak mal/hizmetlerden özellikle yüksek maliyetli olanlara ilişkin kullanım oranının artması toplam maliyetleri arttıracaktır. Sadece genel kullanım oranının artması da yükümlülüğün yerine getirilmesi için katlanılacak toplam maliyetin, hediye puanların toplam gerçeğe uygun değerini/satış fiyatını geçmesine neden olabilir (Ernst & Young, 2009:16).

Yukarıdaki örneklerden sonuncusuna maliyet bilgileri ekleyerek bir örnek oluşturulabilir. Son örnekteki C grubu işletmelerin müşterilere sunduğu mal ve hizmetlerin maliyetinin 8" olduğu varsayılırsa mevcut durumda sözleşmenin hediye puanlara ilişkin kısmının işletmeye 1" (9"-8") kazanç

sağlayacağı tahmin edilir. Bu nedenle karşılık ayrılmaz. Ancak hediye puan karşılığı müşteriye sunulacak mal/hizmet maliyetinin, teslimat yapılmadan önce 9,5''ye çıktığı tespit edilirse, sözleşme ekonomik açıdan dezavantajlı hale gelecektir. Böyle bir durumda ilerideki muhtemel zarar olan 0,5'' (9'' -9,5'') için aşağıdaki gibi karşılık ayrılması gerekecektir (Örnek, Ernst&Young,2012:64'den uyarlanmıştır).

Satışların Maliyeti		0,5	
	Diğer Borç ve Gider Karşılıkları		0,5

SONUÇ

Çalışmada birçok sektörde kullanılan müşteri sadakat programları kapsamında yapılan satışlara ilişkin hâsılâtın uluslararası muhasebe standartları kapsamında muhasebeleştirilme esasları IFRIC 13 ve Taslak Hâsılât Standardı kapsamında ele alınmış, Taslak Standardın raporlama açısından değişiklik getirip getirmediği incelenmiştir.

IASB, müşteri sadakat programlarının birçok sektörde yoğun olarak kullanılmasıyla birlikte, bu programlar kapsamında yapılan satışlara ilişkin hâsılâtın muhasebeleştirilmesinde var olan farklı uygulamaları ortadan kaldırmak için IFRIC 13'ü yayımlama ihtiyacı duymuştur. Bu yorum, hâsılâtın muhasebeleştirilmesi ile ilgili mevcut IAS 18'in müşteri sadakat programlarının muhasebeleştirilmesinde nasıl kullanılması gerektiğine açıklık getirmektedir. IFRIC 13'e göre müşteri sadakat programlarının ortaya çıkan hâsılâtın, ilk satış işlemi ve hediye mal/hizmetin sunulmasına ilişkin ikinci bir işleme dağıtılması gerekmektedir. Hediye mal/hizmete dağıtılan hâsılât tutarı, hediye mal/hizmetler müşteriye teslim edildikçe veya sunuldukça gelir olarak kaydedilmektedir.

IASB ve FASB'ın, IAS 18'in de içinde yer alacağı kapsamlı bir hâsılât standardı üzerinde çalışmaları devam etmektedir. Taslak Standart uygulamaya konulduğunda, IAS 18 gibi müşteri sadakat programlarına ilişkin 13 numaralı yorum da yürürlükten kalkacak ve Taslak Standart kapsamına girecektir. Bu Taslak Standardın mevcut hali ile müşteri sadakat programlarına ilişkin muhasebeleştirme esaslarını değiştirip değiştirmediği Taslak Standardın ilgili hükümleri incelenerek değerlendirilmiştir. IFRIC 13 ile Taslak Standart arasında muhasebeleştirme esasları açısından bir farklılık olmadığı, hâsılâtın ertelenmesi yönteminin kullanılması gerektiği tespit edilmiştir. Bu nedenle,

Taslak Standartın müşteri sadakat programları bakımından, finansal raporlar üzerinde önemli bir etkisi olmayacağı söylenebilir.

Her iki düzenleme belirlenen muhasebeleştirme esası çerçevesinde işletme tarafından henüz yerine getirilmemiş bir yükümlülük için hâsılat finansal tablolarda raporlanması engellenmiş aynı zamanda işletmenin finansal tablolarında yerine getirmesi gerekli yükümlüklerin görülmesi de sağlanmış olmaktadır. Böylece finansal tabloların işletmenin performansı ve finansal durumunu doğru, anlaşılabilir ve dönemler arasında karşılaştırılabilirlik sağlanmış olmaktadır.

Ancak, Taslak Standartta hâsılatın performans yükümlülükleri/unsurlar arasındaki dağıtım yöntemine ilişkin bir hiyerarşi getirilmiş böylece IFRIC 13'deki seçimlik uygulama standart hale getirilmiştir. Böylece işletmeler arasındaki karşılaştırılabilirlik de sağlanmıştır.

Taslak Standart, IFRIC 13'ün benimsediği IAS 18'den farklı olarak, varlık-yükümlülük yaklaşımıyla hazırlanmış ve kavramsal çerçeve ile uyumlu bir hâsılat model geliştirmiştir. Bu model kavramsal anlamda ve hâsılatın gerçekleşme sürecini tanımlanması ile ilgili önemli değişikliklere neden olmuştur. Taslak Hâsılat Standartının getirdiği değişiklikler dikkate alınarak, müşteri sadakat programlarına ilişkin örnek uygulamalar aracılığıyla hâsılatın nasıl raporlandığı ve gerçekleşme sürecinin nasıl ifade edildiği açıklanmıştır. Böylece bu çalışma ile müşteri sadakat programları özelinde, Taslak Standart ile genel olarak hâsılatı bakış açısının nasıl değiştiği ortaya konulmuştur.

KAYNAKÇA

- CHAPPLE, S., MOERMAN, L., RUDKIN, K., (2008), “Customer Loyalty Programmes: IFRIC 13 and the Ambiguities of Revenue Recognition”, *AFAANZ/IAAER Conference*, Sydney.
- CHAPPLE, S., MOERMAN, L., RUDKIN, K., (2010), “IFRIC 13: Accounting for Customer Loyalty Programmes”, *Accounting Research Journal*, Vol.3, No.2. pp.124-145.
- DELOITTE, (2013), “IFRS Project Insights Revenue Recognition”,
- ERNST&YOUNG, (2009), “Customer Loyalty Programmes Implementation Guidance”
- ERNST&YOUNG, (2012), “Revenue from Contracts with Customers- The Revised Proposal”
- FYHRLUND, E., HEDMAN, E., SJÖGREN, A., STRAND, J., (2013), “Revenue Recognition- the past, the present and the future”, pp. 167-179. İçinde “IFRS Accounting in Progress from a student perspective” (edited by SCHILLER S., LUNDH S.), Linköping University Electronic Press.
- HOLZMANN, O. J., (2011), “Revenue Recognition Convergence: The Contract-Based Model”, *The Journal of Corporate Accounting and Finance*, September/October, pp.87-92.
- HOLZMANN, O. J., RAMNATH, S., (2013), “ An Update on the FASB’s and IASB’s Joint Revenue Recognition Project”, *The Journal of Corporate Accounting and Finance*, May/June, pp. 87-91.
- IASB, (2010), “International Financial Reporting Standards”, London, United Kingdom.
- IASB, (2011(a)), “Exposure Draft ED/2011/6: A revision of ED/2010/6 Revenue from Contracts with Customer”.
- IASB, (2011(b)), “Illustrative Examples Exposure Draft ED/2011/6: A revision of ED/2010/6 Revenue from Contracts with Customer”.
- IASB, (2012(a)), “Effects of Joint IASB and FASB Redeliberations on The November 2011 Exposure Draft Revenue from Contracts with Customer”.
- IASB, (2012(b)), ““Staff Paper-Revenue Recognition-Identifying Onerous Losses”, IASB Agenda ref. 7E, FASB Agenda ref 161E”, 16-20 July 2012.
- JOHANSSON, L., RINGUIS, J., (2007), “IFRIC 13 Customer Loyalty Programmes It’s Effects on The Information Quality of Companies’ Accounting”, Bachelor Thesis, Handelshögskolan Vid Goteborgs Universitet.
- KPMG, (2011), *New on the Horizon: Revenue from Contracts with Customers*.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS, (2007), “IFRIC 13 Accounting for Customer Loyalty Programmes.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS, (2010), “Practical Guide to IFRS Revenue Recognition- Full Spead Ahead, Latest Instalment: A joint IASB/FASB Exposue Draft”.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS, (2011), “Practical Guide to IFRS Revenue Recognition Re- Exposed ED- Implication for Retail and Consumer Industry”.

- RAJU, Vivek P., (2011), “Accounting for Customer Loyalty Programmes – IFRS Perspective”, *The Institute of Chartered Accountants of India (ICAI) Journal*, Vol.60, no.6, pp. 872-876.
- RYERSON, F.E., “Major Changes Proposed to GAAP for Revenue Recognition”, *Journal of Finance and Accountancy*, Vol.5,pp.1-9.
- STAUSS, B., SCMIDT, M.,SCHOELER, A., (2005), “Customer Frustration in Loyalty Programmes”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol.16, Iss.3/4, pp. 229-252.
- YENİDOĞAN GÜRÇAYLILAR, Tuğba., (2009), “Müşteri Sadakat Programları: Pazarlama Yazınında Bakış Açıları ve Genel Bağlam”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 21, ss.116-138.

BULANIK ORTAMDA STRATEJİK PLANLAMA: ASKERİ STRATEJİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ SÜRECİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA ÇALIŞMASI

Özgür DEMİRTAŞ*

Öz

Strateji geliştirme ve belirlenen stratejilerin de değerlendirilmesine yönelik literatürde çok sayıda çalışma mevcuttur. Ancak, stratejik değerlendirme yapılan karar ortamlarının bulanık olduğu durumlarda analitik bir metotla bu değerlendirmelerin yapıldığı çalışmaların sayısı ise henüz yeterli düzeyde değildir. Bu çalışma ile, iç ve dış faktörleri göz önünde bulundurarak karar ortamının güçlü ve zayıf yönleri ile, fırsat ve tehditlerini analiz edebilen SWOT (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) analizi yöntemi ile, karar almada hem objektif hem de subjektif değerlendirme ölçütlerini dikkate alan çok ölçütlü bir karar verme tekniği olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) tekniğinin birlikte kullanımı (A'WOT yaklaşımı) yoluyla, bulanık ortamda askeri bir hareket uygulamasında stratejilerin geliştirilme ve değerlendirilmesine yönelik bir model önerilmiştir. Bu çalışmada, orijinal A'WOT yöntemindeki klasik AHP yerine belirsizlik ve bulanıklıkları modele dahil edebilen bulanık AHP yaklaşımı kullanılarak SWOT faktörleri önem derecesine göre ağırlıklandırılmıştır. Önerilen stratejiler, en yüksek ağırlığa sahip SWOT faktörlerini kapsayacak şekilde belirlenerek önceliklendirmeleri yapılmış ve toplam faktör ağırlıkları tespit edilerek stratejiler geliştirilmiş ve dinamik bir yapıya sahip olan stratejik planlama süreci içerisinde değerlendirme ve öneriler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Planlama, Strateji Geliştirme ve Değerlendirme, Bulanık AHP, SWOT Analizi, FA'WOT

* Dr.Y.Müh.Yzb., Türk Hava Kuvvetleri Komutanlığı, ozgurdemirtas@hvkk.tsk.tr

STRATEGIC PLANNING UNDER FUZZY ENVIRONMENT: AN APPLICATION FOR MILITARY STRATEGY EVALUATING PROCESS

Abstract:

There are a lot of studies in the literature that emphasized strategy development and strategy assesment. But, few studies used analytical methods while assessing the strategy assesment under fuzzy environment. This study used A'WOT methodology which includes SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats) and AHP (Analytic Hierarchy Process) methods together, while assessing the given strategies. SWOT analysis is a commonly used tool for analyzing internal and external environments in order to attain a systematic approach. AHP is a commonly used multi-criteria decision making method that can deal with both qualitative and quantitative criteria. Combining Multiple Criteria Decision Support (MCDS) methods with SWOT analysis (A'WOT approach) yields analytical priorities for the factors included in SWOT analysis and makes them commensurable. In the combined utilization, while SWOT analysis supports the decision situation, AHP measures the relative importance of the SWOT factors. In this study, SWOT factors were prioritized with respect to their importance using Fuzzy AHP instead of classical AHP methodology. Organizational strategies were defined in a way of covering the SWOT factors having the biggest weights and they were prioritized and evaluated by defining these strategies as the sum of the calculated weights of the related SWOT factors.

Keywords: Strategic Planning, Strategy Development and Assessment, Fuzzy AHP, SWOT Analysis, FA'WOT

GİRİŞ

Günümüzde hızlı bir gelişim süreci içerisinde olan teknolojik değişimler ve artan rekabet, organizasyonları bu konularda iç ve dış çevrelerine uyum sağlamada daha fazla çaba sarf etmeye yönlendirmektedir. Bunlara ilave olarak, organizasyonların başarıyı elde etmeleri için kısıtlı kaynaklarını öncelikli stratejiler üzerine kullanmasın önemi daha da artmıştır. Bu durum karşısında, organizasyonlar çeşitli modelleme ve analiz tekniklerini kullanarak iç ve dış çevrelerinin analizleri ile mevcut ve gelecekteki durumlarının analizini yaparak, bu doğrultuda stratejileri geliştirebilecek ve değerlendirebilecek bir yöntem arayışı içerisine girmişlerdir. Ancak, literatür incelendiğinde, bu süreçteki tüm fonksiyonları aynı anda ele alabilecek bir yöntem bulunmamaktadır. Çünkü bu sürece, mevcut ve gelecekteki durumun değerlendirilmesi açısıyla bakıldığında, bir karar analizi; stratejilerin belirli

kriterlere göre ağırlıklandırılması ve önceliklendirilmesi açısından bakıldığında ise, çok kriterli bir karar verme tekniği kullanım ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

SWOT analizi karar ortamını iç ve dış faktörleri gözönünde bulundurarak analiz edebilen ve yaygın olarak kullanılan bir karar analizi yöntemidir (Hill ve Westbrook, 1997). AHP ise hem objektif hem de subjektif değerlendirme kriterlerini dikkate alabilen ve yaygın olarak kullanılan çok kriterli bir karar verme tekniğidir (Kurtilla vd, 1998). Bu iki tekniğin birlikte kullanımı olarak nitelendirilen A'WOT yönteminde ise; SWOT analizi karar ortamının oluşturulmasını, AHP yöntemi ise SWOT faktörlerinin kendi aralarında ağırlıklandırılmasını ve sıralanmasını sağlamaktadır (Kajanus vd, 2004).

Kurtilla vd. (2000) strateji alternatiflerinin en büyük ağırlığa sahip SWOT faktörlerini kapsayacak şekilde belirlenmesi gerektiğini ifade etmişler ve bu yaklaşımı çeşitli çalışmalarda strateji geliştirme ve değerlendirme sürecinde kullanmışlardır (Pesonen vd., 2001; Kangas vd., 2003; Kajanus vd., 2003; Kurtilla, 2004). A'WOT yaklaşımı literatürde birçok alanda başarı ile uygulanmış olmasına rağmen, strateji geliştirme ve değerlendirme problemi için bazı eksiklikleri mevcuttur. Örneğin, bu yaklaşım ile karar ortamının önemli bir parçası olan belirsizlik durumlarını ele almak mümkün olmamaktadır. Literatürde ihtiyaç duyulan gereksinimler ve modellerin çeşitli avantaj ve dezavantajları çerçevesinde, bu çalışmanın amacı; hem iç ve dış çevre analizine imkân tanıyabilecek, hem de organizasyon stratejilerinin geliştirilmesi, önceliklendirilmesi ve değerlendirilmesi işlemlerine yardımcı olabilecek bir yaklaşım sunmaktır. Önerilen yaklaşımda, belirsizlik durumlarını da modele dahil edebilmek için klasik AHP yerine, bulanık AHP yaklaşımı kullanılmıştır.

Çalışmada öncelikle strateji ve stratejik planlama kavramları, ardından önerilen yaklaşımın temelini teşkil eden SWOT analizi, AHP, bulanık AHP ve A'WOT yöntemine yönelik literatür araştırması yapılmıştır. Uygulama bölümünde, yaklaşımın askeri bir harekate yönelik uygulaması verilmiştir[†]. Sonuç bölümünde ise uygulama bulgularına yönelik değerlendirme, çalışmanın üstün ve zayıf yönleri ile gelecek çalışmalar için önerilere yer verilmiştir.

[†] Çalışmada belirtilen görüşler hiçbir şekilde bir kurum ya da teşkilatın görüşünü yansıtmamakta olup, tamamen strateji geliştirme simülasyonu olarak bir askeri hareket oyunu için önerilmiştir.

D) LİTERATÜR İNCELEMESİ

A) Strateji ve Stratejik Planlama

Strateji kavramı genellikle temeli askeri harekât uygulamalarına dayanan bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Romalı devlet adamı G.J. Ceasar'ın M.Ö.51 yılında yazdığı Gallia Savaşı kitabı bu alanda aktarılan ve bilinen en eski eser olarak gösterilmektedir (Mütercimler, 1997). Bu esere ilave olarak, M.Ö. 500'lü yıllarda Sun Tzu tarafından kaleme alınan Savaş Sanatı'nda, bugüne dek birçok stratejist tarafından temel eser olarak kullanılmış olan ve strateji kavramının yapı taşlarının oluşturulduğu önemli bir eserdir. Stratejiyi, belirlenen hedeflere ulaşmak için gerekli, temel amaçlar, hedefler, önemli politikalar ve planlar bütünü (McCharthy vd, 1977) veya hedeflere ulaşmak için yürütülen çabaları organize eden bir faaliyet planı olarak ifade edebiliriz. Askeri alanda ise, orduların herhangi bir savaş öncesi ve savaş esnasında genel bir harp planı şeklinde, yapacakları hareketlerin ve operasyonların tasarlanması ve yönetilmesi sanattır (Şimşek, 2002). İşletme yönetimi kapsamında ise strateji; işletmenin iç ve dış çevre analizleri yoluyla rakiplerine üstünlük sağlayabilmek için sahip olduğu kaynakları optimum bir şekilde kullanmasını ifade etmektedir (Eren, 2005; Dinçer, 2003; Hofer and Schendel, 1979). Genel olarak bir planı ifade etmesine ramen, strateji daha çok dinamik bir kavramı niteler ve işletmenin ulaşmak istediği sonuçları etkileyebilecek, rakiplerin olası faaliyetlerinin de dikkate alınmasını gerektirmektedir (Ülgen ve Mirze, 2004).

Stratejik planlama safhası, gelecekteki muhtemel harekât tarzlarının belirlenebilmesi için işletmenin sahip olduğu iç çevresini analiz edip üstünlük ve zayıflıklarını belirlemesi, dış çevre analiziyle de fırsat ve tehditleri teşhis ederek bu yönde stratejilerin geliştirilmesi çalışmalarının sistematik hale getirilmesini (Wilson, 1994; Dinçer, 2003), veya bir organizasyonun amaç ve kapasitesi ile içinde bulunduğu pazar koşulları arasında stratejik bir uyum sağlayarak sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik yapılan bir yönetim sürecini (Thomson ve Strickland, 1996; Zaleznick, 1995) ifade etmektedir.

Stratejik planlama sürecinin temelini teşkil eden en önemli aşama, organizasyonların "neredeyiz" sorusunun cevabını ararken; işletmenin var oluş gerekçesi, temel ilkeleri, amaç ve hedeflerini de dikkate alarak yapacakları iç ve dış çevre analizleridir. Bu analizin yapılması esnasında, Delphi Tekniği, Q-sort Analizi, Portföy Analizleri (Boston Danışma Grubu Analizi, Porter Analizi, Yönlendirici Politika Matirisi, Hofer Analizi, PIMS Analizi, Ansoff Büyüme Matrisi, Thompson ve Strickland'ın Stratejik Kümeleme Analizi), Mc Kinsey'in 7/S teorisi ve SWOT analizleri kullanılmaktadır (Certo, 1994; Eren, 2005; Porter, 2000; Barnett and Wilsted, 1989; Hofer and Schendel, 1979; Thompson ve Strickland,1996; Bosemann and Phatak, 1989; Hofer, 1977; Monatari vd, 1990; Ansoff, 1975; Ülgen ve Mirze, 2004).

Günümüz modern yönetim teknikleri ile strateji seçimi dinamik iç ve dış çevre koşulları da dikkate alınarak; işletmenin çevresiyle olan karşılıklı ilişkilerinin, çevreye karşı gösterdiği tepkilerinin, organizasyonunun iç yapısının ve personelinin davranışlarıyla ilgili değişkenlerin de etkisi dikkate alınarak yapılmaktadır. Belirtildiği üzere, bu kadar çok değişkenin modelde dahil olduğu ve değişkenlerin hepsinin kontrol altında tutulabilmesi ve her bir girdinin etkilerini ve olasılıklarını sezerek programlamaya gidilmesi ya da birtakım varsayımlardan hareket ederek analitik metotlar kullanarak kesin bir hesaplama yapılması imkânsız gibi gözükmektedir. Bu nedenle de, nitel araçlar kullanılarak optimal seçim hesapları yapılmasının, ancak sınırlı değişkenli durumlarda strateji seçimine yardımcı bir araç olarak kullanılabileceği önerilmektedir (Eren, 2005). Bu çalışmada da aynı şekilde, öngörülen bu kısıtlar çerçevesinde karar vermenin bulanık olduğu bir ortamda stratejik değerlendirme yapabilmeye yönelik bir model önerisinde bulunulmuştur.

B) SWOT Analizi

SWOT Analizi; stratejik planlama ve organizasyonel bazı problemlerin çözümünde uzun zamandır kullanılmakta olan bir teknik olup (Chang ve Huang, 2006; Kaplan ve Norton, 2004; Kurtilla vd, 2000; Dyson, 2004; King, 2003; Shinho vd. 2006), bu analizle stratejik planların geliştirilebilmesi için çevredeki değişimlerin takip edilmesi ve çevresel etkilerin göz önüne alınarak gerçekleştirilmek istenen amaçların belirlenmesi gerekmektedir (Ülgen ve Mirze, 2004; Eren, 2005).

Stratejilerin geliştirilmesi ve stratejik planların hazırlanması başlıca üç kademede gerçekleşmektedir (Dinçer, 2003). Öncelikle dış çevrenin analizi ile organizasyonlar dış çevresindeki değişim ve gelişmelere bağlı olarak kendilerinin karşı karşıya kalacağı fırsat ve tehditleri tahmin etmeye çalışmaktadır. Bu çerçevede, çevrenin mevcut yapısı belirlenmekte ve gelecekte alacağı şekil tahmin edilerek işletme üzerine yapacağı etkiler öngörülmektedir (Glueck ve Jauch, 1988; Dündar, 1998). İkinci aşamada, işletme içi kaynak ve yetkinliklerin analizi ile işletmenin sahip olduğu varlıklar ile dış gelişmelere karşı nasıl bir tavır belirleyeceği ve dış çevredeki gelişmelerden ne kadar istifade edileceğinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Eren, 2005). Son aşamada da stratejik amaçların, yönetim değerlerinin ve örgütsel önceliklerinin belirlenmesi ile dış çevre ve işletme içi analizlerinin ardından, bu aşamada yönetimin öncelikleri, değerleri ve sorumluluk alanına göre ulaşılmak istenen amaç ve hedefleri tespit edilmektedir (Dinçer, 2003). Yani, bu analizin elemanlarından olan *güçlü yönler*; organizasyonları diğerlerinden ayıran, endüstride nispi avantaj sağlayan özelliklerdir. *Zayıf yönler*, organizasyonların rakiplerine göre daha az verimli veya daha çok etkili olduğu yönleri ve faaliyetleri vurgulamaktadır. *Fırsatlar*, çevrenin

organizasyonlara sunduğu ve amaçlarını başarıyla gerçekleştirebilmesi için gerekli elverişli herhangi bir durumu; *Tehditler* ise, organizasyonların amaçlarını gerçekleştirmesini zorlaştıran veya imkânsız hale getiren durumları ifade etmektedir.

SWOT analizinde kavramsal olarak dört farklı alternatif strateji, taktik ve eylem önerilmektedir. Bu alternatif stratejiler; (Weichrich, 1982) (1) WT Stratejisi (mini-mini): Bu strateji, zayıflıkları ve tehditleri minimize etmeyi amaçlar. Bu nedenle de zayıflıklar ve tehditler dikkate alınarak bunların üstesinden gelebilecek stratejiler oluşturulmaktadır. (2) WO Stratejisi (mini-maxi): Bu strateji zayıflıkları minimize edip sahip olunan kaynakları maksimize etmeyi amaçlar. Bu amaçla, dış imkânlardan yararlanarak mevcut zayıflıkları ortadan kaldıracak yeni stratejiler oluşturulmaktadır. (3) ST Stratejisi (maxi-mini): Bu strateji, organizasyonun dış çevredeki tehditlerle başa çıkacak olan gücü üzerine kurulmuştur. Burada amaç, güçten maksimum oranda yararlanırken dış tehditleri minimize etmektir. (4) SO Stratejisi (maxi-maxi): Bu strateji ise hem organizasyonun gücünü hem de kaynaklarını maksimize etmeyi hedefler. Bu amaçla organizasyonun mevcut gücü kullanılarak tüm dış imkânlardan yararlanmayı sağlayacak stratejiler oluşturulur.

Literatür incelendiğinde, SWOT analizi kapsamında yapılan bazı çalışmalarda örneğin Weichrich (1982), tehditler, fırsatlar, zayıf yönler ve güçlü yönler arasındaki ilişkileri sistematik olarak ele alabilmek için TOWS matrisi oluşturmuş ve bu matris aracılığıyla strateji alternatiflerini sistematik olarak değerlendirmek için bir bilgisayar programı geliştirmiştir. Ayrıca, literatürde SWOT faktörlerinin değişik metotlar ile ağırlıklandırıldığı çalışmalar da yapılmıştır (Kotler, 1988; Wheelen ve Hunger, 1995; Kurtilla vd, 2000; Dyson, 2004; Chang ve Huang, 2006; Yüksel ve Dağdeviren, 2007; Kajanus vd, 2012).

C) Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve Bulanık AHP

AHP yöntemi, problemin sistem yaklaşımı ile birlikte bir bütün olarak ele alındığı ve her kriterin ana hedefe olan katkısının ayrı ayrı değerlendirildiği çok ölçütlü değerlendirme yöntemlerinden biridir (Saaty ve Vargas, 1994). Karar vermede kullanılan yöntem kompleks, çok kişili, çok kriterli ve çok periyotlu problemleri hiyerarşik olarak yapılandırmaktadır (Windi vd, 1980; Harker ve Vargas, 1987). AHP, karar teorisinde zengin uygulamaları olan, nitel ve nicel faktörleri birleştirme olanağı sunan, güçlü ve kolay anlaşılır bir yöntemdir. Tecrübe ve bilginin de en az kullanılan veriler kadar değerli olduğu prensibine dayanmaktadır (Vargas, 1990). Bu metodunun uygulanması aşamasında öncelikle hiyerarşiler oluşturulmaktadır. Daha sonra oluşturulan kriterler için hiyerarşinin her seviyesinde yer alan öğelere yönelik ikili

karşılaştırmalar oluşturulmakta ve son aşamada da karar alternatiflerinin sıralamasının belirlenmesi için ana hedefe olan görece ağırlıklar hesaplanmaktadır (Saaty, 1990).

Bulanıklık ve belirsizlik birçok karar probleminin karakteristik özelliğidir ve bu nedenle de karar verme ve problem çözme yöntemleri genellikle kantitatif olarak anlaşılacak kadar çok karmaşıktır (Levary ve Wan, 1998; Ribeiro, 1996; Ruoning ve Xiaoyan, 1992; Zimmermann, 1996). Nitel tercihlerin hesaplanması zor olduğundan, AHP problemindeki ikili karşılaştırma değerlerinin bir kısmının ya da hepsinin bir belirsizlik derecesiyle ifade edilmesi mümkündür. Bu şekilde bir öncelik vektörünün belirsiz ikili karşılaştırma ortamında oluşturulması bulanık AHP problemi olarak tanımlanmaktadır (Büyüközkan ve Feyzioğlu, 2002);

Bulanık ortamdaki tüm kriter çiftlerinin ve karar alternatiflerinin karşılaştırılmasında öncelik vektörünün oluşturulması amacıyla birçok yöntem geliştirilmiştir. Bütün bu çabalara rağmen, klasik bulanık AHP yöntemleri α -kesim yaklaşımı gibi üyelik fonksiyonlarının kesişmesini optimize eden tekrarlı temel işlemler ve geometrik ortalama teknikleri gibi yorucu aritmetik hesaplamaları kullanarak operasyonlardaki bulanık değerlerle ilgilenmektedir (Ayyıldız, 2003). Klasik bulanık AHP yönteminin en önemli dezavantajı; bulanık değişkenler ve karar vericiler arasındaki etkileşimi göz ardı etmesidir. Ayrıca, klasik yöntemler uygulandığında sadece üçgensel üyelik fonksiyonları kullanılabilir. Konkav, konveks veya konkav-konveks üyelik fonksiyonlarından yararlanılamamaktadır. Bu çalışma kapsamında uygulanan Chang'ın yaklaşımında ise bulanık sayıların kesişimi yöntemiyle hesaplamalar yapıldığı için bahsedilen dezavantajlar giderilmiş olmaktadır. Chang yaklaşımında sözel ikili karşılaştırmalar klasik AHP'deki gibi belirgin sayılar ile değil, üçgen bulanık sayılarla temsil edilmektedir. Ağırlıkların değerlendirilmesinde de öz-vektör yöntemi yerine bulanık sayıların kesişimi yöntemi kullanılmaktadır.

Chang Yaklaşımının Algoritması şu şekildedir.

Adım 1: Bulanık yapay büyüklük değerleri hesaplanmaktadır.

Adım 2: Bulanık değerler birbirleriyle karşılaştırılarak seçeneklerin ve kriterlerin olabilirlik değerleri elde edilmektedir.

Adım 3: Olabilirlik değerlerinin minimum değerleri kullanılarak ağırlık vektörü (W) bulunmaktadır.

Adım 4: Elde edilen W ağırlık vektörünün normalizasyonu ile gerçek öncelik vektörü elde edilmektedir.

Literatürde SWOT analizinin bulanık AHP yöntemiyle ağırlıklandırıldığı çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Kwong vd, 2002; Kumar vd, 2006; Xia ve Wu, 2007; Yüksel ve Dağdeviren, 2007; Amin ve Razmi, 2009; Faez vd, 2009; Amin vd, 2011). Bu nedenle yöntemin üstünlükleri gereği, bu çalışmada da klasik AHP yöntemi yerine belirsizliklerin ve bulanık ortamın da etkilerinin modele dahil edildiği bulanık AHP yöntemlerinden “Chang’in Yaklaşımı” kullanılmıştır.

D) A’WOT Yaklaşımı

SWOT analizi karar ortamını iç ve dış faktörleri gözönünde bulundurarak analiz edebilen ve yaygın olarak kullanılan bir karar analizi yöntemidir (Kotler, 1988; Wheelen ve Hunger, 1995). SWOT analizi stratejik karar verme ortamını ayrıntılı değerlendirme yeteneğinden yoksun olup sadece güçlü yön, zayıf yön, fırsat veya tehdit gruplarındaki faktör sayısını belirlemektedir. Ancak, bu süreçte en önemli faktör grubunun ne olduğunu analitik olarak tam olarak belirleyememektedir. Ayrıca, SWOT analizi analitik olarak faktörlerinin önem derecelerini belirleyememekte ve faktörler ile karar alternatifleri arasındaki uyuma değer biçememektedir. Bunlara ek olarak, SWOT analizini değerlendirme süreci, genel olarak planlama sürecinde yer alan personelin kapasite ve tecrübesine dayanmaktadır. Birçok kriter ve bağımlılık ilişkilerinden dolayı planlama işlemleri güçleştiği için, SWOT analizlerinden yeterince yararlanılamamaktadır. Bütün bu nedenlerden dolayı SWOT analizi çıktıları sadece iç ve dış faktörlerin sözel olarak listelenmesi olarak kullanılmaktadır. Bahsedilen bu eksiklikleri ortadan kaldırmak üzere Kurttilla vd. (2000) A’WOT ismiyle, yaygın olarak kullanılmasının yanında anlaşılması da çok kolay olan AHP ve SWOT analizinin birlikte kullanımını sağlayan, melez bir yaklaşım önermiştir.

AHP yönteminin SWOT analizi içerisinde kullanımının amacı; sistematik olarak SWOT faktörlerinin değerlendirilmesi ve kendi aralarında önceliklendirilmesine olanak sağlamaktır (Kurttilla vd., 2000). Klasik A’WOT yaklaşımı şu adımlardan oluşmaktadır (Kurttilla vd., 2000);

1. SWOT analizinin gerçekleştirilmesi
2. Her bir SWOT grubu içerisinde yer alan SWOT faktörleri arasındaki ikili karşılaştırmaların yapılması
3. SWOT grubu (Güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) arasında ikili karşılaştırmaların yapılması
4. Sonuçların strateji geliştirme ve değerlendirme işlemlerinde kullanılması

Literatürde A'WOT yaklaşımının farklı alanlarda kullanıldığı birçok çalışma yer almaktadır (Kurtilla vd., 2000; Pesonen vd., 2001; Kangas vd., 2003; Kajanus vd., 2003; Kajanus vd., 2004; Ram vd., 2004; Michel vd., 2006; Leskinen vd., 2006). Bu çalışmada da, farklı bir uygulama olarak askeri bir harekâtın icrasında stratejik planlama sürecine yönelik, A'WOT yaklaşımı, bulanık ortam faktörleri de dikkate alınarak kullanılmıştır.

II. METODOLOJİ

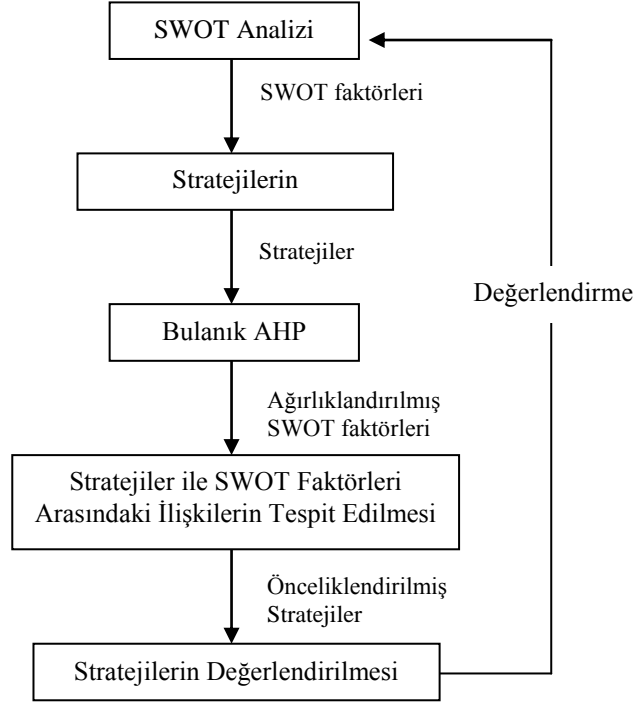
A) Örneklem ve Yöntem

Modelde kullanılan stratejiler ve ikili karşılaştırmaları, birçok harp oyunu görevinde bizzat bulunmuş toplam 12 kişi ile yapılan yüz-yüz görüşmeler neticesinde jenerik olarak bir harp oyunu uygulaması gibi geliştirilmiştir. Uygulama aşamasında, klasik AHP yönteminin dezavantajlı yönlerini ortadan kaldırmak için Şekil-1'de belirtilen bir akış diyagramında, Chang'ın bulanık AHP yöntemi kullanılarak SWOT faktörleri önem derecelerine göre ağırlıklandırılmıştır. Stratejiler, en yüksek ağırlığa sahip SWOT faktörlerini kapsayacak şekilde geliştirilmiş ve son aşamada da stratejilerin ağırlık ve öncelikleri dikkate alınarak, organizasyon başarısına yüksek katkısı olacağı düşünülen stratejiler arasından seçim yapılmıştır.

B) Askeri Harekât Uygulaması

Harekât ortamı günümüzün hızla gelişen teknolojik değişimleri nedeniyle daha da karmaşık bir yapıya dönüşmüştür. Böyle bir karmaşıklıkta, içinde bulunulan durumun hızlı bir şekilde analizinin yapılması, bu doğrultuda stratejiler geliştirilmesi önem arz etmektedir. Dolayısıyla, komuta heyetinin böyle karmaşık durumlarda tüm karar öğelerini göz önünde bulundurarak sağlıklı karar verebilmeleri daha da önemli bir hal almıştır. Bu karar, daha çok komuta heyetinin bireysel özelliklerine dayalı olmakla birlikte, onların karar vermelerinde yardımcı olacak nicel tekniklerin varlığıyla da kararların daha doğru alınabilmesi sağlanmış olacaktır. Bu aşamada SWOT analizi ile durum analizi yapıldıktan sonra, ihtiyaç duyulan tüm senaryoların değerlendirilip bulanık ortamda stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olacak bulanık AHP yöntemiyle önceliklendirilmelerinin yapılması, stratejilerin daha doğru bir şekilde seçilmesine olanak sağlayacaktır.

Bu nedenle de çalışmanın amacı, hem iç ve dış çevre analizine imkân tanıyabilecek, hem de organizasyon stratejilerinin geliştirilmesi, önceliklendirilmesi ve değerlendirilmesi işlemlerine yardımcı olabilecek bir model sunmaktır. Önerilen modelde, belirsizlik durumlarını da modele dahil edebilmek için klasik AHP yerine, bulanık AHP yaklaşımı kullanılmıştır.



Şekil: 1
Önerilen Modelin Akış Diyagramı

C) Uygulama Adımları

Uygulamada, öncelikle SWOT analizi yapılmış, ardından Chang'ın genişletilmiş bulanık AHP modelindeki önerdiği matematiksel modeller uygulanmıştır.

1) SWOT Analizi

Mevcut komuta kontrol sistemleri, karar destek sistemleri, komuta heyetinin tecrübe, bilgi birikimi ve öngöruları ile çeşitli istihbarat kaynaklarından gelen bilgiler doğrultusunda komuta heyeti, iç ve dış çevre analizlerini gerçekleştirilmiştir. Öncelikle, içsel durum analizi göstergeleri olan güçlülük ve zayıflıklar, sonrasında ise dışsal durum göstergeleri olan fırsat ve

tehdit faktörleri tespit edilmiştir. Bu analiz sonucunda ortaya çıkan SWOT faktörleri aşağıdaki Tablo-1’de gösterildiği şekilde belirlenmiştir.

Tablo : 1
SWOT Faktörleri

SWOT Grubu	SWOT Faktörleri (Karşılık Gelen Değişkenler)	
Güçlü Yönler	S1	Uçan Sistemlerinin Gücü
	S2	Uçuş Faaliyetlerini Destekleyen Yer Sistemlerinin Gücü
	S3	Deniz Sistemlerinin Gücü
	S4	Komuta Kontrol Sistemleri
	S5	İnsan Kaynağı
	S6	Elektronik Harp Sistemleri
	S7	Psikolojik Güç
	S8	Özel Kuvvetlerin Kabiliyetleri
Zayıf Yönler	W1	Yetersiz Hava Savunma Sistemleri
	W2	Lojistik Dışa Bağımlılık
	W3	Teknolojik Yetersizlik
	W4	Bilgi Hakimiyeti
	W5	Birlik Seviyesi Taktik Hatalar
Fırsatlar	O1	Yerli Savunma Sanayinin Gücü
	O2	Coğrafi Yapı
	O3	Düşman Donanımlarının Yetersizliği
	O4	Her Seviyede Sıcak Temas (Hassas Angaje)
	O5	Uluslararası Destek (NATO Üyeliği)
Tehditler	T1	Düşman Hava Gücü
	T2	Düşman Hava Savunma Sistemleri
	T3	Savunma Sistemlerinin Kaybedilmesi
	T4	Uluslararası Desteğin Kaybedilmesi
	T5	Uygun Olmayan İklim Koşulları

2) Bulanık AHP Uygulaması

Hiyerarşik olarak belirlenen SWOT faktörlerinden sonra, bu faktör ağırlıklarının bulunması için Chang’in Bulanık Algoritması uygulanmıştır. Bulanık AHP için kullanılan üçgen sayılar ve dilsel ifadeler aşağıdaki tabloda verilmiştir (Kahraman vd., 2004).

Tablo : 2
İkili Karşılaştırmalarda Kullanılan Ölçek

Dilsel İfade	Üçgen Bulanık Sayılar
Tamamıyla Önemli	(7/2, 4, 9/2)
Çok Kuvvetli Derece Önemli	(5/2, 3, 7/2)
Kuvvetli Derece Önemli	(3/2, 2, 5/2)
Biraz Daha Fazla Önemli	(2/3, 1, 3/2)
Eşit Derece Önemli	(1, 1, 1)
Biraz Daha Az Önemli	(2/3, 1, 3/2)
Kuvvetli Derece Daha Az Önemli	(2/5, 1/2, 2/3)
Çok Kuvvetli Derece Daha Az Önemli	(2/7, 1/3, 2/5)
Tamamıyla Daha Az Önemli	(2/9, 1/4, 2/7)

Modelin uygulama aşamasında önce SWOT grubu içerisinde yer alan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler arasında ikili karşılaştırmalar yapılmıştır. Aşağıda, güçlü yönlere yönelik ikili karşılaştırmalar matrisi verilmiş olup, diğer uygulamaların ise sonuçları sunulmuştur.

Tablo : 3
Güçlü Yönler İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

Güçlü Yönler	Bir Niteliğin Diğerine Göre Önem (Tercih) Değeri							
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(3/2,2,5/2)	(2/3,1,3/2)	(3/2,2,5/2)	(3/2,2,5/2)	(3/2,2,5/2)	(5/2,3,7/2)
S2	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)	(3/2,2,5/2)	(3/2,2,5/2)	(2/3,1,3/2)	(5/2,3,7/2)	(3/2,2,5/2)
S3	(2/5,1/2,2/3)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)	(3/2,2,5/2)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)
S4	(2/3,1,3/2)	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)
S5	(2/5,1/2,2/3)	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(3/2,2,5/2)
S6	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)
S7	(2/5,1/2,2/3)	(2/7,1/3,2/5)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)
S8	(2/7,1/3,2/5)	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)

Belirlenen ikili karşılaştırmalar EK'te detayı verilen denklemlerde kullanılarak çözülmüş, ardından bu yapay vektörler ve Tablo-3 değerleri

kullanılarak W_s' ağırlık vektörü $W_s' = (1.00, 0.92, 0.50, 0.36, 0.39, 0.35, 0.18, 0.19)^T$ hesaplanmıştır. Bu vektör normalize edildiğinde ise SWOT analizinin üstünlükler boyutu için nihai ağırlık vektörü aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

$$W_s = (0.25, 0.24, 0.13, 0.09, 0.10, 0.09, 0.05, 0.05)^T$$

Aynı işlemler zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler için de yapıldığında aşağıdaki nihai ağırlık vektörleri bulunmuştur.

$$W_w = (0.37, 0.29, 0.12, 0.08, 0.06)^T$$

$$W_o = (0.09, 0.17, 0.24, 0.37, 0.13)^T$$

$$W_t = (0.33, 0.22, 0.18, 0.06, 0.09)^T$$

Karar ortamı için SWOT matrisinde yer alan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler için de ikili karşılaştırmalar matrisi aşağıdaki gibi tespit edilmiştir.

Tablo : 4
Karar Ortamı İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

	Bir Niteliğin Diğerine Göre Önem (Tercih) Değeri			
Karar Ortamı	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Güçlü Yönler	(1,1,1)	(3/2,2,5/2)	(2/3,1,3/2)	(3/2,2,5/2)
Zayıf Yönler	(2/5,1/2,2/3)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)
Fırsatlar	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2/3,1,3/2)
Tehditler	(2/5,1/2,2/3)	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)	(1,1,1)

Yukarıda verilen akış diyagramı aynı şekilde uygulandığında Tablo-4'ten elde edilen ağırlık vektörü $WSWOT' = (1.00, 0.36, 0.55, 0.45)^T$ olarak hesaplanmış, bu vektör normalize edildiğinde ise karar matrisi için nihai ağırlık vektörü şu şekilde tespit edilmiştir.

$$W_{SWOT} = (0.42, 0.16, 0.23, 0.19)^T$$

Sonuçların genel ağırlık grupları içerisindeki yeri Tablo-5'te gösterilmiştir.

Tablo : 5
SWOT Grupları ve Faktörlerin Ağırlıkları

SWOT Grubu	SWOT Grubunun Ağırlığı	SWOT Faktörleri	Faktörün Grup İçindeki Ağırlığı	Faktörün Genel Ağırlığı
Güçlü Yönler (Strength)	0.42	S1	0.25	0.105
		S2	0.24	0.101
		S3	0.13	0.055
		S4	0.09	0.038
		S5	0.10	0.042
		S6	0.09	0.038
		S7	0.05	0.021
		S8	0.05	0.021
Zayıf Yönler (Weakness)	0.16	W1	0.37	0.059
		W2	0.29	0.047
		W3	0.12	0.019
		W4	0.08	0.014
		W5	0.06	0.012
Fırsatlar (Opportunities)	0.23	O1	0.09	0.022
		O2	0.17	0.039
		O3	0.24	0.055
		O4	0.37	0.085
		O5	0.13	0.030
Tehditler (Threats)	0.19	T1	0.33	0.064
		T2	0.22	0.043
		T3	0.18	0.035
		T4	0.06	0.012
		T5	0.09	0.017

Not: Tablodaki Faktör ağırlıkları ve genel ağırlıklar içerisindeki değerleri hesaplanırken değerler aşağı ya da yukarı yuvarlanmıştır.

Tablodan görüleceği üzere durum analizinde S1 ve S2 üstün yönlerini takiben ağırlıkta S3 ve S5 üstünlükleri, fırsatlar içerisinde ise O4 fırsatı ağırlıkta olmak üzere O3 ve O5 fırsatları öne çıkmıştır. Tehditler arasında ağırlıkta T1 tehditi, ardından T2 ve T3 tehditleri, zayıflıklarda ise W1 zayıflığını takiben W2 zayıflığı ilk olarak değerlendirilmeye alınmıştır. Tüm stratejilerin tespitinde öncelik bu şekilde tespit edilmiştir.

3) Stratejilerin Geliştirilmesi

Durum analizlerinin analitik olarak tespitinden sonra; üstünlük, zayıflık, fırsat ve tehditlerin genel içerisindeki etkisi dikkate alınarak komuta heyeti tarafından Weichrich (1982) tarafından önerilen SO Stratejisi (maxi-maxi) öncelikli kullanılarak; hem gücü hem de imkânları maksimize etmeyi hedefleyen stratejiler oluşturulmuş, ardından harekât ortamı için öngörülen zayıflıklar ve olası tehditler dikkate alınarak son iki stratejide daha koruyucu stratejiler geliştirilmiştir. Belirlenen stratejiler şu şekildedir;

Strateji 1: Hava Üstünlüğünü Ele Geçirmek

Strateji 2: Uluslararası Deniz Sahasının Etkin Kullanımı

Strateji 3: Sahip Olunan Uçak ve Yer Sistemlerine Yönelik Teknolojik ve Bilgi Üstünlüğünü Elde Etmek

Strateji 4: Düşmanın Savaşma Azmini Kırarak Savunma Bölgesini Ele Geçirmek

Strateji 5: Hava Savunma Sistemlerinin Etkinliğinin Artırılması

Strateji 6: Savunma Sistemlerinin Lojistik Desteklenebilirliği Sağlamak

4) Değerlendirme İşlemi

Bu adımda ise, yüksek önceliğe sahip stratejilerin SWOT faktörleri ile ilişkileri incelenerek SWOT analizi veya stratejilerin oluşturulması aşamasında gözden kaçan hususlar değerlendirilmiştir. Bu aşamada, tüm güçlü yönlerin kullanılması ve fırsatların elde edilmesi, bunun yanında mümkün olduğu kadar zayıf yönlerin giderilmesi ve tehditlerin ortadan kaldırılmasına çalışılmıştır. Fakat karar vericilerin daha aktif bir tutum izlemeyi tercih etmeleri nedeniyle W4 (Bilgi Hakimiyeti) ve W5 (Birlik Seviyesi Taktik Hatalar) zayıf yönleri ile T4 (Uygun Olmayan İklim Koşulları) ve T5 (Uluslararası Desteğin Kaybedilmesi) tehditlerine karşı gerekli stratejiyi, harekâta çok fazla etkisi olmayacağını düşündüklerinden ihmal etmişlerdir. Bu durum karşısında, karar vericilerin daha çok hava gücüne yöneldiği, sistemlerinin faaliyeti ve desteklenebilirliğinin sağlanması durumunda yeterli insan gücü ile bu savaşın kazanılabileceğini öngördüklerini ifade edebiliriz. Ancak, karar ortamının bulanık ve dinamik yapısı gereği, durum analizlerinin harekât süresince belirli aralıklar ile yenilenmesi ve gerekirse nihai değerlendirmelerden sonra geri beslemeler yoluyla oluşturulan stratejilerin uygulama aşamalarının değiştirilmesi veya ihtiyaç durumunda belirlenen stratejilerin tamamen

yenilenmesinin, arzu edilen başarının elde edilmesine büyük katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Teknolojik gelişmelerle birlikte daha da karmaşık hale gelen organizasyonlar, başarıya ulaşmak için dinamik iç ve dış çevre koşullarını iyi analiz etmeli ve elde ettiği değerlendirme verileri ışığında stratejilerini tespit edip, kendilerini ana hedefe götürecek stratejilerini önceliklendirerek bu yönde kanalize olmaları uzun dönemli sürdürülebilir bir ilerleme sağlamalarında en önemli faktörlerden biridir.

SWOT analizi, karar ortamını iç ve dış faktörleri gözönünde bulundurarak analiz edebilen ve yaygın olarak kullanılan bir karar analizi yöntemidir. AHP yöntemi de, sistem yaklaşımı çerçevesinde problemlerin bir bütün olarak ele alındığı ve her faktörün ana hedefe olan katkısının ayrı ayrı değerlendirildiği çok ölçütlü değerlendirme yöntemlerinden biridir.

Bu çalışmada, önerilen strateji geliştirme ve değerlendirme modelinin temelini oluşturan faktörlerin tespitinde SWOT analizi ile güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere yönelik faktörler tespit edilmiştir. Belirlenen faktörlerin sayısal olarak değerlendirilebilmesine ve kendi aralarında önceliklendirilmesine ise son yıllarda SWOT analizi sonuçlarının analitik yollarla değerlendirilmesine olanak tanıyan A'WOT yöntemi önerilmiştir. Ancak, A'WOT yönteminde kullanılan AHP yaklaşımının kullanımındaki bazı tutarsızlıklar ve bulanık ortamlarda modellemedeki eksikliklerinden dolayı A'WOT yaklaşımındaki klasik AHP yerine bulanık AHP yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca, yorucu aritmetik hesaplamaları içermemesi ve kesin bir sonuca ulaşmak için fazladan durulaştırma işlemi gerektirmemesi nedeniyle bulanık metotlardan “Chang’in Yaklaşımı” esas alınarak SWOT faktörleri önem derecesine göre ağırlıklandırılmış ve ikili karşılaştırmalar ve normalize edilen ağırlık vektörleri neticesinde çıkan ağırlık matrisi sonuçlarına göre de stratejiler tespit edilmiştir. Önerilen bu yaklaşım ile strateji geliştirme sürecinde en büyük öncelikli SWOT faktörlerini kapsamayı kontrol eden bir geri dönüşüm döngüsü oluşturulmuştur. Böylelikle, kritik zayıflıklar ve tehditlerin gözden kaçmasının önlenmesi ile kritik güçlü yönler ve fırsatların daha etkin kullanılmasının sağlanması ile karar ortamının bir bütün olarak ele alınabilmesi de sağlanmıştır. Ayrıca, bulanık kümeler yaklaşımı kullanılarak belirsizlik durumlarının modele dahil edilmesi, yönetime analitik düşünme becerisi sağlanması, strateji geliştirme ve değerlendirme sürecindeki eksiklikler ve yetersizlikler konusunda da uygulamalı bir model önerilmesiyle, mevcut çalışmanın literatüre önemli katkılarda bulunacağı değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın da diğer çalışmalarda olduğu gibi bazı üstün yönleri bulunmaktadır. Öncelikle, çalışmanın analiz safhasında iç ve dış çevre analizleri konusunda tecrübeli ve birçok kez harp oyunu simülasyonuna katılmış kişilerden oluşan bir örneklem grubu ile SWOT faktörlerinin oluşturulması, stratejilerin geliştirilmesi aşamasında önemli bir katkı sağlamıştır. İkinci olarak, çalışma faktörlerinin yüz-yüze yapılması ve geri dönüşlerin anında yapılarak, unutulması muhtemel girdilerin giderilmesi, çıktılarda oluşabilecek muhtemel hataların en düşük seviyelere indirgenmesine olanak tanımıştır. Son olarak da bu çalışmanın, subjektif faktörleri objektif yöntemlerle analitik olarak değerlendirmeye olanak sağlaması ve hem SWOT analizini hem de bulanık AHP yöntemini birlikte kullanarak strateji geliştirme ve değerlendirmeye yönelik farklı bir perspektiften bir model önerisi sunması, çalışmanın önemli üstünlükleri arasında yer almaktadır. Ancak, bu çalışmada tespit edilen SWOT faktörleri ve stratejiler, askeri bir harekât uygulamasına yönelik olduğundan sonuçların diğer işletmeler açısından genellenmesi mümkün değildir.

Bu çalışma kapsamında önerilen yaklaşım askeri bir harekât uygulamasında strateji geliştirme ve değerlendirme sürecinde başarıyla uygulanmıştır. Önerilen bu modeli, işletmelerin kendi içerisinde buldukları pazarın koşullarını da dikkate alarak kendi vizyon ve misyonları çerçevesinde; strateji geliştirme/değerlendirme ve karar analizi süreçlerine uyarlamalarının başarıya ulaşmalarında ilave bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, diğer çalışmalarda faktörlerin analitik olarak değerlendirilmesinde olasılıklı tahmin yöntemlerinin de kullanılabileceği değerlendirilmektedir.

EK- Çalışma Modelinin Algoritması

Üçgen Bulanık Sayılar

Bir üçgen bulanık sayı (triangular fuzzy number-TFN) $(l|m, m|u)$ veya (l, m, u) şeklinde gösterilmektedir. Bir bulanık olay için l, m ve u parametreleri, sırasıyla mümkün en küçük değeri, en çok beklenen değeri ve mümkün en büyük değeri temsil etmektedir. Her üçgen bulanık sayının lineer gösterimleri sol ve sağ taraf şeklinde aşağıdaki üyelik fonksiyonu ile tanımlanmaktadır (Kahraman vd., 2004).

$$\mu(x | \tilde{M}) = \begin{cases} 0, & x < l, \\ (x-l)/(m-l), & l \leq x \leq m, \\ (u-x)/(u-m), & m \leq x \leq u, \\ 0, & x > u. \end{cases} \quad (1)$$

Chang'in (1996) bulanık AHP hesaplamalarında üçgen bulanık sayılar için toplama ve çarpma işlemlerine gerek duyulmaktadır. Aşağıda $M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ ve $M_2 = (l_2, m_2, u_2)$ bulanık üçgen sayıları için toplama ve çarpma işlemleri verilmiştir (Kahraman vd., 2004);

$$(l_1, m_1, u_1) (\times) (l_2, m_2, u_2) = (l_1 l_2, m_1 m_2, u_1 u_2) \quad (2)$$

$$(l_1, m_1, u_1) (+) (l_2, m_2, u_2) = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2) \quad (3)$$

Bu tanımlama ve bilgilerden sonra Chang'in algoritması aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

Chang Yaklaşımının Algoritması

$X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ nesne kümesi ve $U = \{u_1, u_2, \dots, u_n\}$ de bir hedef kümesi olsun. Chang'in (1992) genişletilmiş analiz yöntemine göre, her bir nesne ele alınarak her hedef için g_i değerleri sırasıyla oluşturulmaktadır. Böylece, her bir nesne için m genişletilmiş analiz değerleri aşağıdaki gibi elde edilmektedir.

$$M_{gi}^1, M_{gi}^2, \dots, M_{gi}^m, \quad i=1,2,\dots,n \quad (4)$$

Burada, tüm M_{gi}^j ($j=1,2,\dots,m$) değerleri, parametreleri l,m,u olan üçgen bulanık sayılardır.

Chang'in genişletilmiş analizinin adımları şu şekildedir;

Adım-1

Bulanık yapay büyüklük değeri, i. nesneye göre şöyle tanımlanmaktadır;

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \otimes \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \right]^{-1} \quad (5)$$

$\sum_{j=1}^m M_{gi}^j$, ifadesini elde etmek için, m değerleri üzerinde bulanık toplama işlemi aşağıdaki gibi elde edilmektedir;

$$\sum_{j=1}^m M_{gi}^j = \left(\sum_{j=1}^m l_j, \sum_{j=1}^m m_j, \sum_{j=1}^m u_j \right) \quad (6)$$

ve

$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \right]^{-1}$, ifadesini elde etmek için M_{gi}^j (j=1,2,...,m) değerleri üzerinde bulanık toplama işlemi gerçekleştirilmektedir.

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j = \left(\sum_{i=1}^n l_i, \sum_{i=1}^n m_i, \sum_{i=1}^n u_i \right) \quad (7)$$

Sonraki aşamada ise (7) nolu denklemdeki vektörün tersi aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i} \right). \quad (8)$$

Adım-2

$M_2 = (l_2, m_2, u_2) \geq M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ ifadesinin olasılık derecesi şu şekilde hesaplanmaktadır.

$$V(M_2 \geq M_1) = \sup[\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))], \quad (9)$$

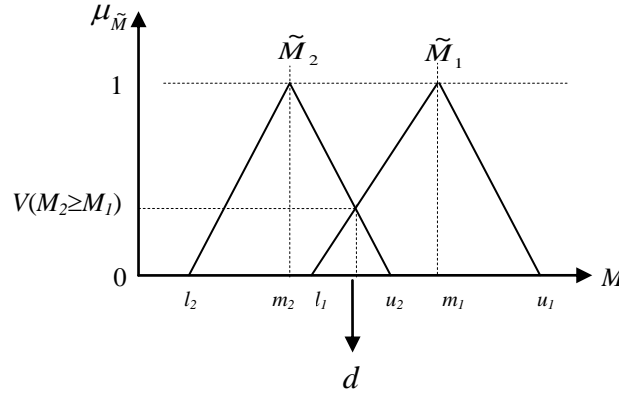
veya diğer bir ifadeyle,

$$V(M_2 \geq M_1) = \text{hgt}(M_1 \cap M_2) = \mu_{M_2}(d)$$

$$= \begin{cases} 1, & \text{eğer } m_2 \geq m_1 \\ 0, & \text{eğer } l_1 \geq u_2 \\ \frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2)(m_1 - l_1)} & \text{diğer hallerde.} \end{cases} \quad (10)$$

Burada d , aşağıdaki Şekil-2 de gösterildiği gibi μ_{M_1} ve μ_{M_2} arasındaki en yüksek kesişim noktası olan D 'nin ordinatıdır.

M_1 ve M_2 'yi karşılaştırmak için $V(M_1 \geq M_2)$ ve $V(M_2 \geq M_1)$ değerlerinin her ikisine de ihtiyaç duyulmaktadır.



Şekil: 2

M_1 ve M_2 arasındaki kesişme

Adım-3

Konveks bir bulanık sayının olasılık derecesinin k konveks bulanık sayıdan M_i ($i = 1, 2, \dots, k$) daha büyük olması şu şekilde tanımlanmaktadır;

$$V(M \geq M_1, M_2, \dots, M_k) = V[(M \geq M_1) \text{ ve } (M \geq M_2) \text{ ve } \dots \text{ ve } (M \geq M_k)] \quad (11)$$

$$= \min V(M \geq M_i), \quad i=1,2,\dots,k \quad (k \neq i)$$
$$d'(A_i) = \min V(S_i \geq S_k) \quad (12)$$

olduğu düşünülürse ağırlık vektörü şu şekilde hesaplanmaktadır.

$$W' = (d'(A_1), d'(A_2), \dots, d'(A_n))^T, \quad (13)$$

Burada, A_i ($i=1,2,\dots,n$) n elemandan oluşmaktadır.

Adım-4

Normalize edilmiş ağırlık vektörleri ise,

$$W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T \quad (14)$$

olarak hesaplanmaktadır. Burada, W ağırlık vektörü bulanık bir sayıyı ifade etmemektedir.

Çalışma Modelin Uygulaması

Modelin uygulama aşamasında önce SWOT grubu içerisinde yer alan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler arasında Tablo-3'de verilen ikili karşılaştırmalar yapılmıştır.

Tablo-3 için (5) nolu denklem kullanılarak bulanık yapay vektörleri aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

$$S_{S1} = (10.82, 14.00, 17.50) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.11, 0.19, 0.30)$$

$$S_{S2} = (10.32, 13.00, 16.01) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.11, 0.18, 0.28)$$

$$S_{S3} = (6.54, 8.50, 11.18) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.07, 0.11, 0.19)$$

$$S_{S4} = (6.04, 7.50, 9.68) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.06, 0.10, 0.17)$$

$$S_{S5} = (6.62, 8.00, 9.84) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.07, 0.11, 0.17)$$

$$S_{S6} = (5.12, 7.00, 9.87) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.05, 0.09, 0.17)$$

$$S_{S7} = (6.01, 6.83, 8.09) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.06, 0.09, 0.14)$$

$$S_{S8} = (5.08, 6.33, 8.27) \otimes (1/90.48, 1/71.16, 1/56.59) = (0.05, 0.08, 0.14)$$

Yukarıda verilen vektörler (10) nolu denklem ile birlikte kullanıldığında aşağıdaki değerler elde edilmiştir;

$$\begin{aligned}
&V(S_{S1} \geq S_{S2})=1, V(S_{S1} \geq S_{S3})=1, V(S_{S1} \geq S_{S4})=1, V(S_{S1} \geq S_{S5})=1, V(S_{S1} \geq S_{S6})=1, \\
&V(S_{S1} \geq S_{S7})=1, V(S_{S1} \geq S_{S8})=1, V(S_{S2} \geq S_{S1})=0.92, V(S_{S2} \geq S_{S3})=1, V(S_{S2} \geq S_{S4})=1, \\
&V(S_{S2} \geq S_{S5})=1, V(S_{S2} \geq S_{S6})=1, V(S_{S2} \geq S_{S7})=1, V(S_{S2} \geq S_{S8})=1, V(S_{S3} \geq S_{S1})=0.50, \\
&V(S_{S3} \geq S_{S2})=0.56, V(S_{S3} \geq S_{S4})=1, V(S_{S3} \geq S_{S5})=1, V(S_{S3} \geq S_{S6})=1, V(S_{S3} \geq S_{S7})=1, \\
&V(S_{S3} \geq S_{S8})=1, V(S_{S4} \geq S_{S1})=0.36, V(S_{S4} \geq S_{S2})=0.42, V(S_{S4} \geq S_{S3})=0.87, \\
&V(S_{S4} \geq S_{S5})=0.93, V(S_{S4} \geq S_{S6})=1, V(S_{S4} \geq S_{S7})=1, V(S_{S4} \geq S_{S8})=1, \\
&V(S_{S5} \geq S_{S1})=0.39, V(S_{S5} \geq S_{S2})=0.46, V(S_{S5} \geq S_{S3})=0.93, V(S_{S5} \geq S_{S4})=1, \\
&V(S_{S5} \geq S_{S6})=1, V(S_{S5} \geq S_{S7})=1, V(S_{S5} \geq S_{S8})=1, V(S_{S6} \geq S_{S1})=0.35, \\
&V(S_{S6} \geq S_{S2})=0.41, V(S_{S6} \geq S_{S3})=0.82, V(S_{S6} \geq S_{S4})=0.93, V(S_{S6} \geq S_{S5})=0.87, \\
&V(S_{S6} \geq S_{S7})=1, V(S_{S6} \geq S_{S8})=1, V(S_{S7} \geq S_{S1})=0.18, V(S_{S7} \geq S_{S2})=0.25, \\
&V(S_{S7} \geq S_{S3})=0.75, V(S_{S7} \geq S_{S4})=0.89, V(S_{S7} \geq S_{S5})=0.80, V(S_{S7} \geq S_{S6})=0.97, \\
&V(S_{S7} \geq S_{S8})=1, V(S_{S8} \geq S_{S1})=0.19, V(S_{S8} \geq S_{S2})=0.25, V(S_{S8} \geq S_{S3})=0.70, \\
&V(S_{S8} \geq S_{S4})=0.82, V(S_{S8} \geq S_{S5})=0.75, V(S_{S8} \geq S_{S6})=0.90, V(S_{S8} \geq S_{S7})=0.91.
\end{aligned}$$

(13) nolu denklem kullanılarak Tablo- 3'ten elde edilen W_S' ağırlık vektörü $W_S' = (1.00, 0.92, 0.50, 0.36, 0.39, 0.35, 0.18, 0.19)^T$ olarak hesaplanmış ve bu vektör normalize edilerek ağırlık vektörü $W_S = (0.25, 0.24, 0.13, 0.09, 0.10, 0.09, 0.05, 0.05)^T$ elde edilmiştir. Aynı işlemler zayıflık, tehdit ve fırsatlar için de tekrarlanarak çalışmadaki modelin nihai tablosu Tablo-5'deki gibi elde edilmiştir.

KAYNAKÇA

- AMIN S.H., RAZMI J. ve ZHANG, G. (2011), "Supplier selection and order allocation based on fuzzy SWOT analysis and fuzzy linear programming", *Expert Systems with Applications*, 38, ss.334-342
- AMIN, S.H., ve RAZMI, J. (2009). "An integrated fuzzy model for supplier management: A case study of ISP selection and evaluation", *Expert Systems with Applications*, 36, 4, pp.8639-8648
- ANSOFF, H.I.(1975), Corporate strategy, Penguin Boks Ltd., Middlesex
- AYYILDIZ, G. (2003), *CIM yatırımlarının bulanık ahp yöntemi ile değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- BARNETT, J.H. ve WILSTED, W.D.(1989), Strategic management: text and concepts, PWS-Kent Publishing Company, Boston
- BOSEMANN, G. ve PHATAK, A.(1989), Strategic management: text and cases, 2nd. Edition, John Willey-Sons, New York
- BÜYÜKÖZKAN, G. ve FEYZİOĞLU, O. (2002), "A fuzzy logic based decision making approach for new product development", *International Journal of Production Economics*, 90, ss.27-45
- CERTO, S.(1994), Strategic Management, John Wiley and Sons, N.Y.
- CHANG, H.H. ve HUANG, W.C. (2006), "Application of a quantification SWOT analytical method", *Journal of Mathematical and Computer Modeling*, 43, pp.158-169
- DİNÇER, Ö. (2003), Strateji, yönetim ve işletme politikası, Beta Yayınları, İstanbul
- DÜNDAR, K. (1998), "SWOT analizi", *Verimlilik Dergisi*, 3, ss.191-205.
- DYSON, R.G., (2004), "Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick", *European Journal of Operational Research*, 152, pp.631-640
- EREN, E. (2005), İşletmelerde stratejik yönetim ve işletme Politikası, Der Yayınları
- FAEZ, F., GHODSYPOUR, S.H. ve O'BRIEN, C. (2009), "Vendor selection and order allocation using an integrated fuzzy case-based reasoning and mathematical programming model", *International Journal of Production Economics*, 121, 2, pp.395-408
- GLUECK, W.F. ve JAUCH, L.R., (1988), Business policy and strategic management, McGraw Hill International Editions Management Series, Fifth Edition, Singapore
- HARKER, P.T. ve VARGAS, L.G. (1987), "The theory of ratio scale estimation: Saaty's analytic hierarchy process", *Management Science*, 33, pp.1383-1403
- HILL, T. ve WESTBROOK, R. (1997), "SWOT analysis: it's time for a product recall", *Long Range Planning*, 30, 1, pp. 46-52.
- HOFER, C.W.(1977), Conceptual constructs for formulating corporate and business strategies, Boston, Intercollegiate Case Clearing House.
- HOFER, C.W. ve SCHENDEL, D. (1979), Strategy formulation: analytical concepts, 2.nd Edition, West Publishing Company, Minnesota
- KAHRAMAN, C., CEBECİ, U. ve RUAN, D., (2004), "Multi-attribute comparison of catering service companies using fuzzy AHP: The case of Turkey", *International Journal of Production Economics*, 87, pp.171-184
- KAJANUS, M., LESKINEN, P., KURTILLA, M. ve KANGAS, J. (2012), "Making use of MCDS methods in SWOT analysis-Lessons learnt in strategic natural resources management", *Forest Policy and Economics*, 20, pp.1-9
- KAJANUS, M., KANGAS, J. ve KURTILLA, M., (2004), "The use of value focused thinking and the A'WOT hybrid method in tourism management", *Tourism Management*, 25, pp.499-506.

- KANGAS, J., KURTILLA, M., KAJANUS, M. ve KANGAS, A. (2003), "Evaluating the management strategies of a forestland estate the S-O-S approach", *Journal of Environmental Management*, 69, pp.349-358.
- KAPLAN, R.S. ve NORTON, D.P. (2004), *Strategy maps, converting tangible assets into tangible outcomes*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts
- KING, R.K., (2003), *Enhancing SWOT analysis using triz and the bipolar conflict graph: a case study on the microsoft corporation*, California.
- KOTLER, P., (1988), *Marketing management: analysis, planning, implementation, and control*, 6th edition, Prentice-Hall International Edition
- KUMAR, M., VRAT, P. ve SHANKAR, R. (2006). "A fuzzy goal programming approach for vendor selection problem in a supply chain". *International Journal of Production Economics*, 101, 2, pp.273-285
- KURTILLA, M., KANGAS, J. ve KAJANUS, M. (2004), "The use of value focused thinking and the A'WOT hybrid method in tourism management", *Tourism Management*, 25, 4, pp.499-506.
- KURTILLA, M., KANGAS, J., PESONEN, M., KAJANUS, M. ve HEINONEN, P. (1998), "Using AHP and SWOT analysis in assessing priorities of alternative strategies in forest planning", *International Symposium on Advanced Technology in Environmental and Natural Resources*, Rovaniemi, Finland, pp.8-12
- KURTILLA, M., PESONEN, M., KANGAS, J. ve KAJANUS, M., (2000), "Utilizing the analytical hierarchy process (AHP) in SWOT analysis: A hybrid method and its application to a forestcertification case", *Forest Policy and Economics*, 1, 1, pp.41-52.
- KWONG, C.K., IP, W.H., ve CHAN, J.W.K. (2002). "Combining scoring method and fuzzy expert systems approach to supplier assessment: A case study", *Integrated Manufacturing Systems*, 13, 7, pp.512-519
- LESKINEN, L.A., LESKINEN, P., KURTILLA, M., KANGAS, J., ve KAJANUS, M. (2006), "Adapting modern strategic decision support tools in the participatory strategy process-a case study of a forest research station", *Forest Policy and Economics*, 8, pp.267-278.
- LEVARY, R.R. ve WAN, K., (1998), "Asimulation approach for handling uncertainty in the analytic hierarchy process", *European Journal of Operations Research*, 106, 1, 116-122.
- MCCARTHY, D.C., MINICHIELLA, R.J. ve CURRAN, J.R. (1977), *Business Strategy and Policy: Concept and Readings*, Richard D. Irwin Inc., Homewood, Illinois
- MICHEL, K.M., JANAKI, R.R.A., SUSAN, K.J. ve RAM, K.S., (2006), "Assessing the suitability of community-based management for the Nyungwe Forest Reserve, Rwanda", *Forest Policy and Economics*, 8, pp.206-216
- MONATARI, J.R., MORGAN, C.P. ve BRACKEN, J.J.(1990), *Strategic management: A choice approach*, Dreyden Press, Chicago
- MÜTERCİMLER, E. (1997), 21. Yüzyıl ve Türkiye "Yüksek Strateji", 1. Baskı, Erciyaş Yayınları, İstanbul
- PESONEN, M., KURTILLA, M., KANGAS, J., KAJANUS, M. ve HEINONEN, P., (2001), "Assessing the priorities among resource management strategies at the Finnish Forest and Park Service", *Forest Science*, 47, pp.534-541
- PORTER, M.E.(2000), *Rekabet stratejisi: sektör ve rakip analizi teknikleri*, (Çev.G. Ulubilgen), Sistem Yayıncılık Yayın No: 206, İstanbul.
- RAM, K.S., JANAKI, R.R.A. ve ROBERT, S.K., (2004), "Exploring the potential for silvopasture adoption in south-central Florida: an application of SWOT-AHP method", *Agricultural Systems*, 81, pp.185-199.
- RIBEIRO, R.A., (1996), "Fuzzy Multiple attribute decision making: a review and new preference elicitation techniques", *Fuzzy Sets and Systems*, 78, pp.155-181

- RUONING, X. ve XIAOYAN, Z., (1992), "Extensions of the analytic hierarchy process in fuzzy environment", *Fuzzy Sets and Systems*, 52, pp.251-257.
- SAATY, T.L., (1990), "How to make a decision: the analytic hierarchy process", *European Journal of Operational Research*, 48, pp.9-26.
- SAATY, T.L. ve VARGAS, L.G.(1994), Decision making in economic, political, social and technological environments with the analytical hierarchy process, RWS Publications, Pittsburgh
- SHINHO, H., YOSHIOKA, H., MARPAUNG, S. ve HACHIGA, S., (2006), "Quantitative SWOT analysis on global competitiveness of machine tool industry", *Journal of Engineering Design*, 17, pp.251-258.
- ŞİMŞEK, H.(2002), Türkiye'nin ulusal güvenlik stratejisi, IQ Kültür Sanat Yayıncılık No: 28
- THOMPSON, A. ve STRICKLAND, A.J.(1996), Strategic management, concepts & cases, Irwin McGRAW-Hill.
- ÜLGEN, H. ve MİRZE, S.K. (2004), İşletmelerde stratejik yönetim, Literatür Yayınları Yayın No: 113, İstanbul
- VARGAS, L.G., (1990), "An overview of the analytic hierarchy process and its applications", *European Journal of Operational Research*, 48, pp.2-8.
- WEICHRICH, H., (1982), The TOWS matrix: a tool for situational analysis, *Journal of Long Range Planning*, 15. ed, No:2.
- WHEELLEN, T.L., HUNGER, J.D., (1995), "Strategic management and business policy", 5th edition, Addison Wesley, Reading, MA.
- WILSON, I. (1994), "Strategic planning isn't dead-it changed", *UK: Long Range Planning*, 27, 4, pp.12-24
- WINDI, Y., SAATY, T.L. ve JULY, J. (1980), "Marketing applications of the analytic hierarchy process", *Management Science*, 26, 7, pp.641-658
- XIA, W. ve WU, Z. (2007), "Supplier selection with multiple criteria in volume discount environments", *Omega*, 35, 5, pp.494-504
- YÜKSEL, İ., ve DAĞDEVİREN, M. (2007). "Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis: a case study for a textile firm". *Information Sciences*, 177, 16, pp.3364-3382.
- ZALEZNICK, A.(1995), What is leadership? (Çev.U.UYAN), "Stratejik yönetim ve liderlik" 2. Baskı, İz Yayıncılık, İstanbul.
- ZIMMERMANN, H.J. (1996), Theory of fuzzy sets and its application, Kluwer Academic Publishers, Boston

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE YAŞANAN MEŞRUIYET KRİZİ*

Metin ÇELİK**

Öz:

Meşruiyet, son dönemlere kadar siyaset bilimi disiplinine ait bir olgu olarak düşünülmekte iken, bugün hem ifade ettiği anlam hem de sorgulama konusu olan özneler/aktörler bakımından giderek daha çok disiplinin başvurduğu bir tanımlama aracı olmuştur. Öte yandan, meşruiyetin bu kadar sık kullanılmaya başlanan bir olgu haline dönüşmesi, kavramı derli toplu tanımlamayı da zorunlu hale getirmektedir.

Geleneksel olarak yasallık, egemenlik, iktidar ve rıza unsurları ile tanımlanmaya çalışılan meşruiyet, ölçülebilir ya da somut bir gerçeklik olmaktan çok sübjektif bir algı olmuştur. Bu yüzden, meşruiyetin tanımına dair birçok tartışma yapılmış ve önemli bir akademik birikim ortaya çıkmıştır. Uluslararası İlişkiler disiplininde ise meşruiyet konusu, genelde AB, özelde ise AB Parlamentosu'nun meşruiyeti üzerinden başlayan tartışmalar ile Soğuk Savaş sonrası dönemden daha fazla gündeme gelmiştir.

Bu çalışma, özellikle Maastricht Antlaşması sonrası siyasal entegrasyon kurmayı amaç edinen AB'de yaşanan demokratik açık ve buna bağlı olarak ortaya çıkan meşruiyet krizinin çözümüne yönelik yaklaşımları ele almıştır. Uluslararası örgütlerin kurumsal yapılarıyla ulusal örgütlenme arasında yapılan analojiye dayandırılan kurumsal çözüm önerilerinde Avrupa Anayasası'na; sosyo-kültürel çözüm önerilerinde ise Uluslararası İlişkiler disiplininin yeni teorilerinden Konstrüktivizme yer verilmiştir. Sürekli kurumsal çözüm önerilerinin tartışılması ve dile getirilmesi eleştirilmiş, asıl incelenmesi gerekenin sosyo-kültürel reformlar olduğunun altı çizilmiştir. Bu amaçla Konstrüktivizm perspektifinden Avrupa kimliği/kamuoyu/yurttaşlığı gibi dinamikler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Meşruiyet Krizi, Demokratik Açık, Konstrüktivizm, Avrupa Kimliği, Avrupa Vatandaşlığı

* Bu makale Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde savunulan ve kabul edilmiş olan "Uluslararası İlişkilerde Meşruiyet Krizi: Avrupa Birliği Örneği" (2007) başlıklı yüksek lisans tezinin gözden geçirilmiş ve güncellenmiş özetidir.

** Arş.Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, Uluslararası İlişkiler Bölümü, metincelik@gmail.com.

THE LEGITIMACY CRISIS IN THE EUROPEAN UNION

Abstract:

Legitimacy, though considered as a phenomenon of the political science, has nowadays become a means of explanation resorted by many disciplines due to its meaning and its questioning through subjects/actors. On the other hand, the higher frequency of the legitimacy as a concept compels its thorough definition more.

Legitimacy, traditionally conceptualized with rule of law, sovereignty, government and consent, has been a subjective perception more than measurable or concrete reality. Therefore there has been enormous amount of discussions on its definition which paved the path for a remarkable scholarly accumulation on the subject. The subject of legitimacy in the discipline of International Relations (IR) has appeared with the discussions on the legitimacy of the EU parliament in particular and the EU in general within the post-Cold War era.

This study deals with the democratic deficit in the EU aiming to establish political integration after the Maastricht Treaty, the related legitimacy crisis and the prospective solutions. European Constitution has been the center of institutional solutions through the analogy of international organizations with the national-level institutionalization while Constructivism has been the center for the socio-cultural solutions. Referring to institutional solutions often has been criticized while the need for socio-cultural reforms is underlined. Thus, Constructivism needs further attention to evaluate such dynamics of European identity/public opinion/citizenship.

Keywords: Legitimacy Crisis, Democratic Deficit, Constructivism, European Identity, European Citizenship

GİRİŞ

Antikite'den, hatta daha evveliyatından itibaren sürekli sorulan ve cevabı konusunda arayışın hala devam ettiği birkaç önemli sorudan belki de en günceli, hükümetleri haklı ve meşru kılan kriterler ile toplumu bir siyasi otoriteye itaat etmeye zorlayan, sevk eden kriterlerin ne olduğudur (Pateman,1985; Horton,1992). Bu sorulara verilecek cevap, itaat ve rızanın, toplum ve düzenin, otorite ve meşruiyetin açıklanmasına yardımcı olacaktır.

Otorite ve düzene yapılan vurgu ve ardından otoritenin elde edildiği şeklinin sorgulanmasında genel çerçeve demokrasi olmaktadır. "Demokrasi" hem sahip olduğu tarihi birikim¹ hem de açılım düzeyi bakımından birçok anlamda diğer yönetim şekillerinden ayrılmaktadır. Konjonktürel olarak dalgalanmalar yaşamış olsa da demokrasi, bugün dünya üzerindeki en yaygın iktidar kılıfı olmaya devam etmektedir. Demokrasinin bu değişim ve dönüşümünde Avrupa'nın ayrıcalıklı bir konumu, İkinci Dünya Savaşı'nın ise mühim bir etkisi vardır.

Zira İkinci Dünya Savaşı'nı demokrasinin küreselleşmesinin mihenk taşı olarak adlandırmak abartı olmayacaktır. Çünkü Avrupa merkezli olmak üzere, dünya genelinde demokratikleşme çabaları, yani çok partili parlamenter demokrasilerin kurulması ve teşvik edilmesi çabalarında İkinci Dünya Savaşı sonrasında bir *big bang* yaşanmıştı. İkinci Dünya Savaşı sonrası *barış tesis etme çabalarında* demokrasi, çoğulcu devlet anlayışı, hukuk devleti, insan hakları ve temel özgürlüklere saygı, devlet karşısında bireyin üstünlüğü temel argümanlar olmuştur. Savaş Avrupa'da daha önce hiç yaşanmadığı ölçüde birliktelik ve entegrasyon havasının yayılmasına neden olmuştur. Burada bahsedilen entegrasyon havası *Pan-Avrupa* (Pan-Europe) olarak adlandırılan, Avrupa'da ulusal çözülmeye, ulusal kimlikle hareket edilmesine karşı çıkan, tek bir Avrupa amaçlayan düşüncedir.² Bu düşüncenin ürünü olan Avrupa Birliği (AB) kıta Avrupası'ndaki entegrasyon çabalarının en önemlisi olmuştur.

Demokrasinin, istikrarın, ekonomik kalkınmışlığın temsilcisi olan, bu nedenle sürekli kendisini geliştirme uğraşında çabalayan AB, zaman içerisinde demokratik yapılanma, demokratik açık gibi sorunlar sonrasında meşruiyet sorunuyla yüzleşmiştir ve yüzleşmeye devam etmektedir. Ulus devletlerin belirli sektörlerde dünyada eşine rastlanamayacak derecede egemenliklerini devrettiği, salt ekonomik amacıyla tekdüze bir bölgesel entegrasyondan siyasal bir birlik kurmak gibi zor bir eyleme kalkışan AB'de yaşanan meşruiyet krizi, bu bakımdan oldukça önemli olmaktadır.

AB'de yaşanan meşruiyet krizi liberal demokratik değerlerin (kimlik, demokrasi ve performans) AB organlarında ne ölçüde mevcut olduğu sorusuyla ilgilidir. AB'nin liberal demokratik devletlerden müteşekkil olması, Birliğin kurumsal yapısı ile üye devletlerin yapıları arasında analogi kurulmasına neden

olmaktadır. AB de bu beklentiyi karşılayacakmışçasına kurumsal yapısını sürekli değiştirme gayreti içerisinde olmaktadır. Ancak hiçbir suretle gerçek anlamda demokratik bir yapıyı da tesis edebilmiş değildir. Avrupa Parlamentosu ulusal benzerlerine kıyasla zayıf yetkilere sahip olup, Birliğin ana politikalarını belirleyen Avrupa Konseyi hiçbir kurum tarafından denetlenememekte, Birliğin yürütme işlerini üstlenen Avrupa Komisyonu ise AB üye devletleri ve vatandaşları için değil, bizzat Birliğin menfaatleri doğrultusunda hareket etmekte, atanmış komiserlerden oluşmaktadır. Bu haliyle Birlik demokratik yapılanmadan uzak olmakta, gerek karar alma sürecinin, gerekse kararların ifa sürecinin AB üye devlet vatandaşlarından kopuk olması nedeniyle halktan kopuk işleyen Birlik oldukça ciddi bir meşruiyet kriziyle karşı karşıya kalmaktadır.

AB’de yaşanan meşruiyet krizi Maastricht Antlaşması (1992) ve özellikle de 2004 yılı sonrasında ciddi bir biçimde hissedilmektedir. Maastricht Antlaşması’ndan 2004 yılında yaşanan genişlemeye kadar ekonomik gelişimine paralel bir siyasi bütünleşme yaşayan Birlik, 2004’de gerçekleşen genişleme ile önemli miktarda eski Doğu Bloğu ülkelerini üyeliğe kabul etmiştir. Bu devletlerin AB’nin temel demokratik ve ekonomik prensiplerine yeni yeni adapte oluyor oluşu, zaten AB içerisinde var olan Birlik ve vatandaş arasındaki iletişimsizliğe eklenerek krizin derinleşmesine neden olmuştur. AB’nin krizi aşmadaki çözüm yöntemi kurucu antlaşmaları revize ederek kurumsal reformlar gerçekleştirmek olmuştur. Ancak bu reformlar krizi çözememiştir.

Bu nedenle bu çalışma yapılan kurumsal reformlara ilaveten AB genelinde sosyo-kültürel reformlarında gerekli ve hatta elzem olduğunu savunmaktadır. Bu savunuya göre meşruiyet krizinin asıl nedeni Birlik ile vatandaşları arasındaki bağların zayıf ve hatta kopuk olmasıdır. Bu nedenle vatandaşları Birlikle buluşturmak için yeni bir AB kimliği, Avrupa vatandaşlığı, Avrupa kamuoyu ve Avrupa bilincinin kurulması gerekmektedir. Buradan hareketle çalışma AB’de yaşanan meşruiyet krizini konstrüktivist perspektiften ele almaktadır.

Bu amaçla çalışmada öncelikle sorunun teşhis edilmesi maksadıyla meşruiyet ve meşruiyet krizi tanımlanmış, ardından AB’deki meşruiyet krizi performans, demokratik açık ve kimlik parametreleriyle ortaya konmuştur. Tespit edilen krizin giderilmesi amacıyla AB’nin gerçekleştirdiği kurumsal reformlar izah edildikten sonra, krizin çözümü genellikle göz ardı edilen, ancak bu çalışmaya göre öncelikli olarak ele alınması gereken (sosyo-kültürel çözümleri ifade eden) Avrupalılık, Avrupa ulusu, Avrupa vatandaşlığı, Avrupa kamuoyu ve AB bilinci kavramları etrafında irdelenmiştir.

I) MEŞRUIYET VE KRİZİ

En genel anlamıyla “meşru olma hali” (Bealey,1999:189-190; Sternberger,1968:245) ve “bir şeyin makul ve haklı gerekçelere dayanması”

(Sinclair,1995:951) şeklinde tanımlanan *meşruiyet* kavramı Latince *legitimus*'tan türemiş olup, “benimsenmiş ve genel kabul görmüş olan ilkelere ve kurallara uyumlu, hukuk, yerleşik usul ve gereksinimlere uygun olan” anlamlarına da gelmektedir (Scruton,1982:264; Woolf,1980:651). Kavramın Türkçe literatürde kullanılan hali “meşruiyet”, Arapça kökenlidir ve “şeria” kökünden türemiştir. “Şeria” şeriate, yani hukuka uygun olan anlamındadır (Develioğlu,2005:757). Bu yönüyle meşruiyet, yasaya uygun olma, bir şeyin yasal olması anlamında kullanılmıştır, yani *yasallık* ile neredeyse eşdeğer anlamdadır.³ Meşruiyetin yasallıkla iç içe kullanımı XV. yüzyıla kadar devam etmiş, XV. yüzyılla birlikte meşruiyeti tanımlamakta kullanılan yegane gösterge olan yasallık dışında, yeni bir kriter daha kullanılmaya başlanmış ve meşruiyet yalnızca yasallık olmayıp, ilaveten *halkın rızasının* (rıza, meşruiyet tanımlamalarında “sosyolojik öge” olarak da tanımlanmaktadır⁴) da arandığı bir kavram olmuştur (Sternberger,1968:247).

Ancak en genel meşruiyet tanımı Weber'in bir şey hakkında “meşru olduğuna dair oluşan/var olan toplumsal inanç ve rıza” (Weber,1962:71; Weber,1978:213) tanımıdır. Kapani'nin de “yönetme gücü” ve “yönetme hakkı” arasındaki farka vurgu yaparak tanımladığı meşruiyet (Kapani,2003:86-87), iktidarı elinde bulunduran egemen gücün toplum tarafından haklı bulunmasıdır. Meşruiyet her şeyden önce “yönetme hakkı”dır (Coicaud,2002:10; Kapani,2003:86-87). Yönetme hakkı siyaset biliminin en tartışmalı konularından birisi olup, güç ve itaat arasındaki ilişkinin çıktısıdır. Dolayısıyla meşruiyetin tesisi güç ile itaat arasındaki uyumun ne ölçüde sağlandığına bağlıdır (Aron,1990:24). Güç (iktidar) yasalarla belirlenen sınırlar dâhilinde eylemler gerçekleştirdiği sürece, toplumsal itaat devam edecektir, der Aron. Kısaca meşruiyet kavramı ontolojik olarak bir etki-tepkiyi içerir. Egemen gücün kural koyması ve bu kural koyma biçimi (etki), toplumun egemen güce itaat edip etmemesini (tepki) belirlemektedir. Yani meşruiyette yasallık ve itaat dışında bir de *etikten* söz etmek gerekmektedir. İtaat ile etik arasında küçük ama önemli bir nüans vardır. Etik, egemen gücün meşruluğu hak ettiğine olan “inançtır” ve egemen gücü iktidar yapan da bu inanç olmaktadır (Muller,1970:403). İnanç önemli bir kavramdır. Bireyin “içten gelen” rızasını ifade eder. İtaat ise çoğu zaman dış menşeli olabilmekte, zorlamayı ihtiva edebilmektedir. Habermas da etiğin önemine vurgu yapmış, meşruiyetin bir sistemin doğru ve adil olduğuna yönelik “içsel” güvenilir hislerin var olmasıyla mümkün olabileceğini ifade etmiştir (Habermas,2004:99). Sonuç olarak meşruiyeti oluşturan üç ana dinamik yasallık, itaat/rıza ve etik/ahlaktır (Beetham,1991:15-25; Beetham, Lord,1998:35).⁵ Bu üç kriter ışığında doğru bir meşruiyet tanımlaması ve analizi yapılabilir. Öncelikle meşruiyeti söz konusu olan yapı yasal olmalıdır, *yasallık*. Yani bu yapının kuruluşu ve işleyişi yasalarda belirtilmeli ve yasalar çerçevesinde gerçekleşmelidir. “Normatif doğrulama” olarak da ifade bulan *itaat/rıza*, hükümetin haklı olduğuna dair toplumda oluşan

kanaattir. Eğer bu kanaat dışsal bir etki yerine, içsel nedenlerle oluşuyorsa, burada *etik/ahlaktan* söz edilmelidir. Bu üç dinamik birbirinin alternatifini olmayıp, üçü de birbiriyle iç içe gelişen ve bir bütün halinde anlam kazanan kavramlardır. Bu çerçevede meşruiyetin ve bu sürecin, yani meşrulaşmanın (legitimation) formülü şöyle olmaktadır: “*yasallık+normatif kabullenme + etik = meşruiyet*”.

Meşruiyet kavramına ilişkin siyaset bilimi literatüründe yaşanan tanımlama sorunsalı diğer disiplinler için de geçerlidir. Özellikle Uluslararası İlişkiler disiplininde⁶ kavramın tanımlanması çabaları ve kavramla alakalı sorunların giderilmesine yönelik çalışmalar daha somut bir biçimde gözlenmektedir. Meşruiyetin ne olduğu konusuna ilaveten Uluslararası İlişkilerdeki meşruiyetin unsurlarını tespit etmek de zor olmaktadır.

Seymour M.Lipset meşruiyeti, sistemin mevcut siyasal kurumlarının, toplum (uluslararası sistem) için en uygun oldukları inancını yerleştirip, muhafaza etme yetisi olarak tanımlamaktadır (Lipset,1963:87-90). Yani, bir kurumun ya da sistemin menfaatlerini açıkça ifade edebilme, bazı grupların ihtiyaçlarına cevap verebilme ve bu iki fonksiyonu otorite kullanarak ifa edebilme kabiliyetidir, meşruiyet (Hayes-Renshaw,1996:144). Dolayısıyla Lipset’e göre meşruiyetin iki ana unsuru, *temsil* ve *etkinlik* olarak kabul edilebilir. Meşru sistemler ve kurumlar temsil ettikleri grupların isteklerini ve görüşlerini yansıtmalı, onlardan etkilenebilmeli, temsil ettikleri ve yönettikleri topluluğun çoğunluğunun ihtiyaçları çerçevesinde politikalar geliştirebilmelidir. Temsil ve etkinlik dışında, uluslararası sistemde meşruiyet, mevcut politik kurumların uygunluğunun ve etkinliğinin korunması inancına ve ortaya çıkma kapasitesine de bağlıdır (Lord,1998:15), yani *rıza*. Weberyen gelenek çerçevesinde, kurumların uygun ve haklı görülme derecesi ile uluslararası sistem tarafından siyasal iktidarın olağan bir yapı olarak algılanması (Merelman,1966:547-549), uluslararası meşruiyetin rıza faktörünü oluşturmaktadır.

Meşruiyet Linz’e göre siyasal kurumların eksikliklerine ve başarısızlıklarına rağmen, daha iyi ve verimli olabileceklerine, dolayısıyla itaat edilmeyi hak ettiklerine dair inançlar bütünüdür (Linz,1988:65). Linz de Merelman gibi, meşruiyetteki *rıza* ve *itaate* vurgu yapmıştır. *İtaate* yani “bireysel inanç” ve “haklı görme” eylemine değinenler için, meşruiyet toplumsal ve siyasal düzenin doğru olduğuna ilişkin bireysel inanç ya da toplumsal kabuldür (Kaase,1988:116). Aynı tanımlamadan yola çıkan Huntington da meşruiyetin kaynağında liderlerin yönetme haklarının olduğuna, halkın da itaat etmekle yükümlü olduğuna yönelik güçlü bir *toplumsal kabul* olduğunu vurgular (Huntington,1996:44).

Buraya kadar yapılan tanımlar, siyaset biliminden oldukça etkilenmiş ve temsil, itaat, rıza faktörleri çerçevesinde anlam kazanan tanımlar olmuştur. Uluslararası İlişkilerde siyaset biliminden bağımsız, özgün bir meşruiyet

tanımlaması arayışında Thomas Franck önemli bir açığı kapatmıştır. Franck'a göre Uluslararası İlişkilerde meşruiyetin dört göstergesi vardır. Daha doğru bir ifadeyle dört kriter üzerinden yapılacak sorgulama ile Uluslararası İlişkilerde bir şeyin meşru olup olmadığını anlayabiliriz (Franck,1988:705-759; Weiner,2006:482-490). Bunlar; *kesinlik*, *biçimsel geçerlilik*, *uygunluk* ve *bağlılık* şeklinde sıralanabilir.

Kesinlik, meşruiyeti sorgulanan aktöre ya da konuya ilişkin hukuk kurallarının belirgin ya da kesin bir anlama sahip olması demektir. *Biçimsel geçerlilik*, yetkiyi ifade eder ve bir hukuki işlemin veya eylemin yetkili bir makamca, hukukun öngördüğü biçim ve yöntemle uygun olarak düzenlenmesi ve uygulanması gerekliliğini vurgular. *Uygunluk*, kuralların bir tutarlılık içinde, aynı koşullara sahip vakalarda aynı şekilde uygulanmasını içerir. Yani, kuralların bir hukuk düzeni içinde uygulandığı anlamına gelir. Bu sonucu doğuran başlıca etmenler, kuralların uygulanmasındaki tutarlılığın sağlayıcısı olan ilkelerdir. *Bağlılık* ise, bir hukuk kuralıyla ikincil nitelikteki kurallar (bir hukuk kuralının hazırlanması, yorumlanması ve uygulanması ile alakalı kurallar) manzumesi arasındaki bağı ifade eder. Franck dört yıl sonra kaleme aldığı başka bir makalesinde ise meşruiyeti sağlayan dört kriteri revize etmiş, *biçimsel gerçeklik* yerine *şecere/soy* (pedigree) kriterinden bahsetmiştir. Bu yeni kriter süreci süreçte kanunların köküne inmek ya da geçmişten gelen yasalaşma sürecine dayanmak şeklinde tanımlanmıştır (Franck,1992:49). Franck'ın meşruiyet kriterleri sonrasında yapılacak bir tanım ile Uluslararası İlişkilerde meşruiyet, yasal sürece uygun bir biçimde oluşturulduğuna yönelik inanıştan kaynaklanan bir eylemin niteliğidir, ki bu eylemler (yani çıktılar) devamlı bir biçimde yasalara uygun olmalıdır (Steffek,2000:18). Ancak Franck'ın analizinde meşruiyetin "yasallık" kriteri detaylandırılmış, diğer itaat ve etik kriterleri göz ardı edilmiştir.

Jens Steffek Weber'in rasyonel-yasal meşruiyet kavramından hareketle⁷, uluslararası bir otoriteyi meşru kılan üç özellikten bahsetmektedir: hükmetme algısının ve kabiliyetinin var olması, yasama sürecinin doğru bir biçimde işlenmesi, çıktılarının/eylemlerin yasalara uygun olması (Steffek,2004:488). Kısacası, karar alma prosedürlerinin açık olmasını ve süreç sonunda çıkan kararların adil olmasını da eklemiştir. Rasyonel meşruiyete bir diğer vurgu ise Francis Fukuyama tarafından yapılmaktadır. Fukuyama tarihsel açıdan çok çeşitli meşruiyet türlerinin var olmasına karşılık, günümüzde mevcut şartlarda meşruiyeti sağlayan tek aracın demokrasi olduğunu vurgulamakta, demokratik devletlerin oluşturduğu uluslararası sistemin meşruluğunun ulusal düzeyde anayasal, uluslararası düzeyde antlaşmalarla sağlandığını belirtmektedir (Fukuyama,2005:39-43). Özetle, Weberyen perspektiften bakıldığında, uluslararası sistemde meşruiyeti sağlamanın en etkili yöntemi rasyonel meşruiyettir. Uluslararası kuruluşlar uluslararası sistemin ruhuna ve uluslararası hukuka uygun bir biçimde hazırlanan antlaşmalarla oluşturulurlar (Coplin,1964:621-622). Birden fazla devleti

İlgilendiren sorunları çözmek amacıyla kurulan işlevsel uluslararası örgütler, devlet kurumları ile analogi kurarak kendi bürokratik yapılarını oluştururlar. Bu bakımdan uluslararası örgütlerin ve devletlerin meşruiyet kazanım şekilleri de benzer olabilmektedir. Devletlerde anayasaların sağladığı rasyonel meşruiyeti, uluslararası sistemde antlaşmalar sağlamaktadır. Bu izahattan hareketle denilebilir ki, Franck ve Steffek'in meşruiyetin temininde rasyoneliteyi yeterli görmeleri eksiklidir. Çünkü rasyonelite rızayı ve etiği içermemektedir, ki rıza ya da itaat meşruiyetin en önemli kriterlerinden birisidir. Bu noksanlık Fukuyama'nın da ifade ettiği gibi demokrasi gibi tebaayı örgüte bağlayacak başka kriterlerle giderilebilir.

Çalışmanın bu kısmına kadar bir siyasi yapının meşruiyeti elde edebilmesi için gerekli kriterlerin neler olduğu kısaca izah edilmeye çalışılmıştır. Bütün bu kriterlere bakıldığında meşruiyeti sorgulanan uluslararası bir yapının yasal temellere sahip olması, bu temellere uygun faaliyetler göstermesi, bu yapıya mensup üyelerin bu faaliyetleri onaylaması ve ardından bu faaliyetlere rıza göstermesi o yapıyı meşru kılmaktadır. Aksi halde, yani yapı ile ona mensup ya da onu oluşturan birimler arasında yaşanacak güven krizi, inanmama, reddiye, itaat etmeme gibi sonuçlar meşruiyet bağının zayıflamasına ve kopmasına neden olacaktır. Böylesi bir kopuş “meşruiyet krizi” olarak adlandırılmaktadır.

Meşruiyet açığı ya da meşruiyet krizi teori ile pratik arasındaki açığı, uyumsuzluğu, uçurumu ifade etmektedir (Habermas,2004:68-75). Sosyal yapı, kültürel değerler, ideolojik söylem ya da rejimin niteliği gibi dinamikler arasındaki uyumsuzluk da meşruiyet krizine yol açmaktadır (Çetin,2003:60). Meşruiyetini herhangi bir şekilde sağlamış bir iktidarın, meşruluğunu kazandığı değerlere aykırı eylemler gerçekleştirmesi, kendisine itaat eden halkın taleplerini karşılayamaması gibi nedenler dolayısıyla iktidarlar meşruiyet kayıpları yaşamaktadır.

Meşruiyet krizini kapitalist büyümenin kaçınılmaz bir sonucu olarak gören Jürgen Habermas, üç kriz nedeni, iki ana kriz başlığı ve buna bağlı olarak ortaya çıkan dört farklı kriz çeşidinden bahseder. Her krizi *girdi-çıkıtı* (input-output) ilişkisiyle açıklamaya çalışan Habermas⁸, farklı krizlerin birbirlerini tetikleyebileceğini iddia etmektedir.

Tablo: 1

Habermas'a Göre Krizler (Habermas,2004:45)

Kriz Kaynakları	Sistem Krizi	Kimlik Krizi
Ekonomik Sistem	Ekonomik Kriz	~
Siyasal Sistem	Rasyonelite Krizi	Meşruiyet Krizi
Sosyo-Kültürel Sistem	~	Motivasyon Krizi

Yukarıdaki tabloya göre, ekonomik sistem gerektiği kadar tüketim değeri üretmezse; siyasal sistem gerektiği gibi rasyonel kararlar alamazsa ve sisteme olana bağlılık bilincini yeteri kadar oluşturamazsa; sosyo-kültürel sistem gerektiği kadar eylemi teşvik edemezse, kriz çıkar. Bu krizlerden “sisteme olan bağlılığın eksilmesi” siyasal sistemden kaynaklanan bir girdi (input) krizidir ve meşruiyet krizi olarak tanımlanır (Habermas,2004:46). Habermas’a göre bu krizde girdi sisteme olan bağlılık iken, çıktı siyasal sistemi yöneten erkin olabildiğince otoriter kararlar alması olmakta, bu da girdi ile çıktı arasında ciddi bir çatışmaya ve neticede krize yol açmaktadır. Ayrıca Habermas krizler arasında geçişlerin söz konusu olduğunu ifade etmektedir. Kapitalist devletlerin beceriksiz ve tutarsız eylemlerinin ekonomik krize yol açtığını, bu ekonomik kriz anındaki yönetim zafiyetinin rasyonelite krizine yol açtığını, rasyonelite krizinin ise toplumun devlete olana sadakatini ve bağlılığını zedeleyerek meşruiyet krizine yol açtığını ve sonuç olarak bu güven bunalımının sosyo-kültürel sistemde hissedildiğini ve toplumsal yaşamda motivasyon kaybına yani krize yol açtığını ifade etmektedir (Habermas,2004:46-47). Habermas’ta olduğu gibi David Easton da krizleri girdi-çıktı etkileşimi ile izah etmiştir. Meşruiyet Easton’a göre toplumun siyasal iktidardan beklentileri, yani girdi ile toplumsal taleplere iktidarın cevabı, yani çıktı arasındaki denge üzerine kurulur (Easton,1979:26). Dengenin bozulması, meşruiyet krizini tetikleyen en önemli sorun olmaktadır.

II) AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MEŞRUIYET KRİZİNİN TESPİTİ

AB gibi yeni ulus-devlet dışı yapılar oluştuğunda “iktidarın meşruiyeti” gibi kavramların tartışılabilirliği artmış, uluslararası sistemde “meşruiyet krizi” ya da “meşruiyet açığı” olarak tanımlanan metaforlar ortaya çıkmıştır (Beetham,1991:38-40; Mavrikos,1995:251; Lord,Magnette,2004:183-185). Bu tür metaforlar daha ziyade demokratik yapılar içinde tartışılmakta olup, AB başını demokrasinin çektiği Batı değerlerinin ulaştığı en yüksek seviyeyi temsil ettiğinden, AB’de yaşanan meşruiyet krizi demokrasi odaklı ele alınmaktadır (Wallace,1993:95-105; Graeger,1994:55-57). AB örneğinde uluslararası örgütlerde demokratik meşruiyete yönelik tartışmalar dört ana yaklaşım çerçevesinde şekillenmektedir: Liberteryen bakış, çoğulcu bakış, sosyal demokrat bakış ve müzakereci bakış (Moravcsik,2004:363).

Liberteryen bakış “AB otoriter bir süper devlet midir?” sorusunu sormakta (Moravcsik,2004:376), AB politikalarının önemli ölçüde uluslarüstü teknokratlar (eurocrate) tarafından belirlenmesini ve Brüksel’deki süper devlette “bürokratik despotizmin” hâkim olmasını eleştirmektedir (Moravcsik,2001:603-614). Seçimle değil atamayla işbaşı yapan teknokratların vatandaşlardan kopuk yapısı AB’nin sokaktaki vatandaşın gün geçtikçe uzaklaşmasına neden olmaktadır, ki meşruiyetin en önemli kriterlerinden birisi olan vatandaş bağı ya da itaat ve etik zayıflamaktadır.

Çoğulcu bakış da “AB mesuliyeti olmayan (hesap verme yükümlülüğü olmayan) bir teknokrasi midir?” (Moravcsik,2004:379) sorusuna cevaben, liberteryen bakış gibi, yönetici merciin kamuya (en azından seçimler aracılığıyla) doğrudan hesap verme sorumluluğunun ve zorunluluğunun olmamasını eleştirmektedir. Çoğulcu yaklaşımın önemli isimlerinden R. Dahl, AB’nin “hesap verme” sorumluluğunu ciddiye almadığından şikayete AB’yi bir “elitler sınıfı projesi” olarak tanımlamakta ve bu haliyle AB’nin “demokratik” etiketini hak etmediğini savunmaktadır (Dahl,1999:özellikle giriş kısmı). AB’de önemli kararların çoğunlukla politik ve bürokratik seçkinler (elit sınıf) arasındaki anlaşmalarla alındığından dem vuran Dahl, sonuçları onaylamak dışında demokratik yöntemlerin çok az rol oynadığını belirtmektedir (Dahl,2001:119-122).

“AB neoliberal anlayışı mı dayatmaktadır?” (Moravcsik,2004:383) sorusunu gündeme getirip tartışan *sosyal demokratlar*, sosyal eşitsizliğe yol açan politik kurumların rollerine vurgu yapmaktadırlar. Neoliberal anlayışın AB’nin anayasal ve kurumsal yapısına hâkim olmasını eleştiren sosyal demokratlar, gelir düzeyinde gözlenen artışa rağmen, sosyal refahta bir artış yaşanmamasını eleştirmektedirler (Scharpf,1999:77).

Müzakereci bakış ise “AB’nin kamusal pasifizeye yol açıp açmadığı” üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu bakış açısını savunanlar AB’nin ulusaşan politikalarının vatandaşlar için Birliğin gerekli olduğu izlenimine yönelik inancın gelişmesinde başarısız olduğunu iddia etmektedirler (Moravcsik,2004:386). Kurumların toplumdan izole edilmiş hali kaldırılmadıkça, toplumun tercihinin Birlik karar alma sürecine yansımaları sağlanmadıkça AB’deki demokratik açık giderilemeyecek, her geçen gün daha da artacaktır (Flynn,2004:437).

Yukarıda özetlenen yaklaşımlar daha ziyade demokratik perspektifle yapılmış analizlerdir. Her ne kadar meşruiyetin her hangi bir rejim ile sınırlandırılması, her hangi bir rejimin terminolojisiymiş gibi addedilmesi mümkün olmasa da, meşruiyet daha ziyade demokrasi ile birlikte anılan bir kavramdır (Dahl,1989:226). Bu nedenle ileri demokrasinin önemli bir temsilcisi olması hasebiyle AB’de yaşanan meşruiyet krizini Beetham ve Lord “performans, demokrasi, kimlik” kriterlerine göre analiz etmiştir (Beetham, Lord,1998:23; Lord, Beetham,2001:444). Bu üç kriter göz önünde bulundurularak AB’de yaşanan meşruiyet krizinin ana hatlarıyla üç yönü bulunmaktadır: Devam eden entegrasyon sürecinde Avrupalı elitlerle halk arasından AB’nin tanımına, geleceğine ilişkin konsensüs bulunmamaktadır, yani *AB’nin tanımlanmasında yaşanan zorluk* (Böröcz, Sarkar,2005:153); AB kurumlarının *demokratik yapılanmadan yoksun* olmaları (Banchoff, Smith,1999:1); AB içerisinde önemli bir *kimlik boşluğunun* mevcut olması.

A) Tanımlan(ama)ma Sorunu ve Performans

Kurulduğu andan bugüne yaşadığı her yeni genişleme dalgası ve buna bağlı olarak derinleşme sürecinde yapısında önemli değişiklikler gerçekleştiren AB'nin zorlandığı ve performansını etkileyen en önemli açmazlardan birisi “kendisini tanımlayamaması” olmuştur. Bu konuda AB elitlerinin kafasının oldukça karışık olduğu söylenebilir. Kurulduğu anda (AET-1957)⁹ kendisini “ekonomi topluluğu” olarak tanımlayan Birlik, daha sonra ekonomiyi de kapsayan daha geniş bir “Topluluk” (AT) ve ardından da siyasal alanı da içeren bir “Birlik” (AB) olarak tanımlamıştır. Maastricht Antlaşması (Avrupa Birliği Antlaşması-1992) ile her ne kadar kendisini “Birlik” olarak tanımlasa da, hiçbir zaman tam anlamıyla uluslararası bir rejim ya da yeni oluşmuş bir devlet kadar iyi bir kimlikleşme süreci gerçekleştirememiş, yalnızca yetkinin ortak kullanılmasını sağlayan bir network olabilmıştır (Keohane,Hoffmann,1991:2). Bu aşamaya kadar AB elitlerinin neo-fonksiyonalizm perspektifinden “adım adım” ve bilinçli bir şekilde Birliği “derinleştirdikleri” düşünülebilir. Ancak kafa karışıklığını gösteren en önemli olay Avrupa Anayasası'nın (Avrupa İçin Anayasa Kuran Antlaşma-2004) imza-red süreci olmuştur. AB'yi adeta bir “devlet” olarak formüle eden, büyük beklentilerle ve gösterişli bir törenle imzalanan Anayasa onay aşamasında *görünürde* Fransa ve Hollanda'nın “hayır” referandumları, *gerçekte* ise üye devletlerin genelinde hâkim olan “ulusal egemenlik kaybı endişesi” nedeniyle sessiz sedasız defnedilmiştir.¹⁰ Böylece büyük bir “Avrupa devleti” hayali de sona ermiştir. Hatta Anayasa'nın defin işlemleri tamamlanmamıştı ki, yeni bir anayasal metin (AB Antlaşması ve AT Kuran Antlaşmayı Değiştiren Lizbon Antlaşması; kısaca “Lizbon Antlaşması” ya da “Reform Antlaşması”) üzerine çalışmalar başlamıştı bile. Son imzalanan anayasal metin olan Lizbon Antlaşması AB'yi bir devlete benzeten ya da çevirecek olan, Anayasa Antlaşmasında bahsi geçen anayasa, yasa, millî marş, bayrak gibi devlet sembollerini içermemiş, AB'nin bir devlet olmadığını teyit etmiş, ancak bir uluslararası örgütten de daha fazlası olmasına neden olmuştur. Bu haliyle AB uluslararası sistemde *sui generis* bir yapı olarak varlığını devam ettirmektedir.

Görüldüğu üzere, AB henüz kendi yapısını tam olarak tanımlayamamıştır. Tanımlanmada yaşanan bu güçlük ise AB'de yaşanan *meşruiyet krizinin* en önemli nedenlerinden birisidir. *AB nedir?* ve *AB nereye gidiyor?* (Quo Vadis EU?) soruları Birliğin geleceğine dair endişelerin bir sonucu olarak sürekli sorulmaktadır (Steber,2001:1). AB'nin ne derece bir devlet ya da devletimsi bir yapı (quasi-state), federal ya da konfederal bir yapı, uluslarüstü ya da hükümetlerarası bir örgüt, üniter ya da çok merkezli bir bölgesel entegrasyon olup olmadığı hâlâ tanımlanabilmiş değildir (Stone-Sweet,Sandholtz,1998:1-26). Donald Puchala 1971'de AB'yi tanımlamanın zorluğunu kör bir adamın bir fili tanımlamada yaşadığı zorlukla izah etmeye çalışmıştır ve eşdeğer tutmuştur (Puchala,1971:267-284). Kırk yıl sonra bile kör adam fili hâlâ tanımlayamamaktadır. Birçok araştırmacı tarafından, AB bir

“süper devlet” ya da “uluslararası örgüt” olarak değil, AB organları ile ulusal kurumların eşzamanlı etkileşimini sağlayan çok-düzeyle bir politika aygıtı olarak tanımlanmaktadır (Banchoff,Smith,1999:2). AB bir devletler topluluğundan (league of nations) daha ileri bir düzeydir, ancak hiçbir zaman bir federasyon da olmamıştır. Bu nedenle zorlama bir tanım olsa da “ulus-devletlerden müteşekkil bir *bölgesel devlet*” şeklinde AB’yi tanımlamak nispeten mümkün olmaktadır (Schmidt,2004:967). AB hükümetlerarası işbirliğine dayanan bir entegrasyon süreci neticesinde, kararların bir merkezden alındığı bir örgüttür.

Son cümledeki bu basit tanımı yapabilmek bile ciddi tartışmaları gerektirmektedir. Çünkü AB elitleri arasında AB’nin geleceğine ilişkin ciddi bir ayrım vardır. Elitlerin bir kısmı AB’nin daha fazla derinleşme süreci neticesinde bir devlet gibi yapılanmasını savunmaktadır. *Europhiles* olarak isimlendirilen bu grup Avrupa Anayasası’nın en önemli savunucuları olmuştur. Buna karşılık *euroseptics* olarak isimlendirilen bir diğer grup ise AB’yi hükümetlerarası bir örgüt olarak tanımlamakta, ortak politikaların koordinasyonundan daha fazlasını AB için uygun görmemektedirler. AB’nin yapısı ve yetkilerine ilişkin bu ikili yapı Birliğin organlarının yetkilerini de etkilemekte, ulus-devletlerdeki kurumsal yapıya öykünen Birliğin kurumlarının performansını olumsuz yönde etkilemektedir. Yetki alanları netleştirilemeyen organlar, karar alma sürecinde aksaklıklara neden olmakta, Birliğin performansında ciddi aksaklıklara neden olmaktadırlar (Beetham, Lord, 1998:24-25).

Birliğin performansını etkileyen diğer bir faktör, Birlik açısından *raison d’état* sebep teşkil eden etkinlik ya da işlevsellik ile demokratik olma arasında yaşadığı ikilemdir.¹¹ “İşlevsellik ve demokratik olma” arasında salınım gerçekleştiren sarkaçta ibre her zaman işlevselliğe daha yakın olmuştur. Çünkü Birliğin kuruluş gayesi belirlenen ortak politikaları gerçekleştirmektir. Ancak bu eylemini ifa ederken demokratik ilkelere de riayet etmeye çalışmaktadır. Bu durum Birlik’te önemli yönetim zafiyetlerinin ortaya çıkmasına ve demokratik yönetim anlayışında kusurların doğmasına neden olmaktadır (Rotschild,1977:489). Çünkü demokratik yönetim ve etkili olmak arasında çoğu zaman olumsuz bir korelasyon mevcuttur (Wessels,1996:57-58). Birliğin bazı eylemleri demokratik nizamla, meşru yapıya uygun işlememektedir. En önemlisi, Birliğin geleceğini belirleyen ve önemli kararlarının alındığı Avrupa Konsey’inde kararlar, vatandaşlardan uzak, kapalı kapılar ardında alınmakta, Birliğin yürütme faaliyetlerini gerçekleştiren Avrupa Komisyonu atanmış teknokratlardan oluşmaktaydı ve vatandaşa hesap verme zorunluluğu yoktu. Dolayısıyla siyasal entegrasyonu benimsediği andan itibaren Birlik yapısında demokratik açıklar ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle Kopenhag Kriterleri’nin (1993) demokrasi, insan hakları, ifade özgürlüğü, şeffaflık, yasallık gibi vurguları ile kendisini adeta “demokrasi havarisi” ilan eden ve bir nevi ihracını (exporting democracy) da gerçekleştiren

AB, devlet bazında elde ettiği demokratik istikrarı ve meşruiyeti Birlik bazında tam anlamıyla sağlayamamaktadır. Her halükarda Birlik, işlevsel olmayı meşru olmaya yeğlemektedir. Bu tercih kaçınılmaz olarak AB'nin performansını olumsuz etkilemektedir.

B) Demokratik Açık

AB'nin performansını olumsuz yönde etkileyen işlevsellik-demokratik olma ikileminde Birliğin tercihinin daha ziyade işlevsellikten yana olması, kaçınılmaz olarak bazı önemli demokratik ilkelerin uygulanmamasına, göz ardı edilmesine, sonuç olarak demokratik açığa (democratic deficit) ya da demokratik noksanlığa (democratic lacun) neden olmuştur, olmaktadır.

Küresel organizasyonların demokratik meşruiyetlerinin olup olmadığı ya da demokratik açık ile karşı karşıya olup olmadıkları soruları günümüz çağdaş karşılaştırmalı siyasetin en önemli çalışma alanlarından birisidir. Uluslararası örgütlerde demokratik açık olabileceğine ilişkin kuşku duyulmasının önemli bir nedeni, uluslararası örgütlerin ciddi eleştirel ortamlara sahip olmamasıdır (Moravcsik,2004:363; Scharpf,1999). Uluslararası örgütler çok geniş coğrafi alanlarda faaliyet göstermektedirler. Bu nedenle doğrudan demokratik düşünce ve karar almayı destekleyebilmeleri doğal olarak zor olmaktadır, hatta çoğu zaman mümkün olamamaktadır (Dahl,1999:21-22). Bu hususta AB gibi uluslararası veya uluslararası örgütlerde demokratik yapının aranmaması gerektiğini savlayan görüşler de mevcuttur. Örneğin Moravcsik'e göre AB'yi her türlü devletimsi yönetim tarzına rağmen bir "devletmiş" gibi addetmek mittir, çünkü devasa yapısı ve kurumsallaşmasına rağmen vergi koyamamakta ve kamusal otorite üzerinde monopol etki uygulayamamaktadır. AB hükümetlerarası bir organizasyondur (Moravcsik,2001:603-624; Moravcsik,2002:610-622). Bu hükümetlerarası organizasyondan beklenen yükümlü olduğu teknik konuları gerçekleştirmesidir. Kurulduğu yıllarda oluşturulan kurumsal yapıların hiçbir şekilde demokratik yönetim anlayışına sahip olmasına çalışılmamıştır (Dahrendorf,2003:102). Bu bakımdan, AB demokratik kaygıdan uzak bir uluslararası örgüt olarak kabul edildiği ölçüde, *demokratik açık* sorunuyla yüzleşmek durumunda kalmayacaktır.

Ancak AB gibi meşruiyeti sorgulanan uluslararası örgütlerin işlev alanlarının başında kamu yararı gelmektedir. Kamu yararını sağlamayı sistematikleştirmek, yalnızca çok taraflı kurumların kurulmasıyla gerçekleşmemekte, aynı zamanda bu kurumların kurulmasının ve geliştirilmesinin şeffaflık, hesap verebilirlik ve demokrasi parametreleriyle yoğrulmasını gerekli kılmaktadır (Held,2004:366-370). AB'de *demokratik açık* bu tanım doğrultusunda, ulusal yasama organlarının sahip olduğu güçlerin ulusal yetkililerin temsilcilerinden oluşan Topluluk karar alma aygıtlarına transferinden kaynaklanan, Avrupa halkında (AB vatandaşı) yönetime dair irade hâkimiyetinde kısmen ya da tamamen yaşanan boşluklar, eksikliklerdir (Birkinshaw,Ashaigbor,1996:496; Bray,2005:254).

Yaşadığı her genişleme dalgasıyla daha da kompleks hale gelen, Avrupa'da ulusal egemenlikten topluluk egemenliğine (pooled sovereignty) geçişi sağlayan (George,Bache,2001:6; Moravcsik,1998:67; Keohane,2002:743-746) Birlik, vatandaşlarının ihtiyaçlarına tam anlamıyla cevap verememektedir. Meşruiyet krizi ve demokratik açığın olası ortak nedenlerine baktığımızda; öncelikle AB'nin *göründüğü gibi olmaması* önemli bir nedendir (Attalides,2002:2). Birliğin barış, istikrar ve refah sağlama gayesi ve başarısı şüphe götürmez bir gerçeklik olsa da, ekonomik büyüklüğüne karşılık uluslararası sistemde hak ettiği etkin ve yetkin aktör konumuna ulaşamaması, işsizlik oranının sürekli artış göstermesi, Birlik sınırları içerisinde ırkçılık, yabancı düşmanlığı ve güvensizliğin artması gibi nedenler, görünüşte güçlü ve entegrasyon sürecini başarıyla tamamlamış olan AB'nin aslında oldukça önemli sorunlarının olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan Birliğin yasal tabanının ve fonksiyonlarının karmaşıklığı da *meşruiyet krizine ve demokratik açığa* neden olmaktadır.

AB'de yaşanan *demokratik açık* tanımlanma kolaylığı ve çözüm üretebilme esnekliği açısından iki genel yaklaşım çerçevesinde ele alınabilmektedir: Kurumsal nedenler ve sosyo-kültürel/sosyo-psikolojik nedenler (Chrysochoou,2001:2). Kurumsal nedenlerden kastedilen, AB'nin kurumsal yapısından ve kurumların fonksiyonlarından kaynaklanan sorunlardır. Her şeyden önce demokratik ulusal yönetimlerde olduğu gibi net bir güç dağılımı maalesef Birlik kurumları arasında mevcut değildir. Ayrıca antlaşmalarla tesis edilen kurumsal yetkilendirmeler klasik güçler ayrımı doktrinine uygun olmayıp, kurumlarda demokratik meşruiyet ve hesap verebilirlik anlamında bazı kısıtlamalar mevcuttur. AB'de seçmenler Birliğin yürütme erkini, yani hükümetini (Avrupa Komisyonu) belirleme, değiştirme yetkisine ve şansına sahip değildir. Seçmenler yalnızca yasama sürecinde Avrupa Konseyi ile birlikte faaliyet gösteren Avrupa Parlamentosu'nun oluşumunda etkilidirler (Tsakatika,2005:199) (Seçmenlere Avrupa Parlamentosu üyelerini doğrudan seçme hakkı 1979'da tanınmıştır). AB vatandaşının etkili olduğu yegane organ olan Parlatmentonun Konsey ve Komisyona nazaran etkisiz olması da demokratik açığı artırmaktadır (Nugent,1991:309-310). Yasama süreci olarak tabir edilebilecek olan karar alma sürecinin kapalı kapılar ardında, AB vatandaşlarından soyutlanarak gerçekleşmesi¹², yani karar alma sürecinin bir elit grup kontrolünde olması (Hallstorm,2003:60-61) ve alınan kararların uygulanmasında kullanılan *comitology* usulü¹³ nedeniyle Birlik'te teknokratların egemenliğinin yoğun olması durumu Birlik vatandaşlarının yönetime katılımını engellemesi bakımından demokratik açığa, vatandaşla Birlik arasındaki bağı ve güveni tahrip etmesi bakımından da meşruiyet krizine neden olmaktadır (Lane,1996:90-91). Demokratik açık, meşruiyet platformu içerisinde toplumsal rızada yaşanan gevşeme ya da bozulma olarak da tanımlanabilmektedir (Wallace,Smith,1995:139-146; Weiler,1992:24). Toplumsal rızada meydana

gelen bozulmanın nedeni ise AB'nin işleyişinde yaşanan "yetkilendirme, hesap verebilirlik ve temsil" sorunlarıdır (Beetham, Lord, 1998:26). Yetkilendirmede yaşanan sıkıntı, AB Komisyonu ve Bakanlar Konseyi üyelerinin yetkilerinin AB vatandaşlarınca verilmemesi, diğer taraftan 1979'dan itibaren AB vatandaşları tarafından doğrudan seçilen üyelerden oluşan Avrupa Parlamentosu'nun gerektiğince yetkiye sahip olamamasıdır.

Sosyo-kültürel boyut ise AB'nin kurumsal karmaşıklığının diğer bir yansıması olmak üzere, karmaşıklaşan AB'nin karar alma sürecinin ve fonksiyonlarının Birlik vatandaşlarına uzaklaşması ile ilgilidir. "Avrupa Yönetim Eksikliği" (lack of a European polity), yani Avrupa'ya özgü, Birlik kuralları ile harmanlanmış ve kabul edilmiş, bütün üye devletlerce uygulanan, üzerinde uzlaşma sağlanmış ortak bir idare şeklinin oluşmamasına ek olarak, ortak bir "Avrupa Halkı Bilinci Eksikliği" (lack of a European demos) (Attalides, 2002:4), yani Avrupa genelinde yaygın bir "Avrupalılık" fikri olmayışı, herkesçe kabul edilen ve ortak tanımı oluşturulmuş bir "Avrupalı kimliği"nin olmaması vb. nedenler AB'de demokratik açığın sosyo-kültürel boyutunu oluşturmaktadır. Aynı zamanda yukarıda zikredilen nedenler Avrupa entegrasyonunun en önemli psikolojik engelleridir. Bir de Tek Pazar'ın olumsuz bir sonucu olarak işçi-sermaye arasındaki dengesizliğin büyümesi, AB vatandaşının Birliğe olan sadakatini yıpratmaktadır (Craig, de Burca, 2003:168).

Diğer bir husus ise, Avrupa'nın sağlam bir demokrasinin oluşması için gerekli olan sivil toplum tabanından da yoksun olmasıdır. Birlik vatandaşlarıyla etkileşimde bulunacak ve iletişim kuracak bir siyasi kurum bulunmamaktadır. AB ortak bir dilden (24 resmi dil vardır), ortak politik kültürden yoksundur. Dolayısıyla Avrupa vatandaşlığı konsepti çok zayıftır ve muhakkak güçlendirilmesi gerekmektedir (Giorgi, Pohoryles, 2005:413-414).

Sonuç olarak, meşruiyet krizinde demokrasi kriteri, AB'nin demokratik yapılan(ama)ması çerçevesinde yaşanan yoksunluklar ve açıklıklardır. AB'nin karar alıcı kurumlarına "karar alma hakkının" kimler tarafından verildiği, karar alıcıların kimlere hesap vereceği/kime ya da neye karşı sorumlu olduğu ve onların neyi temsil ettiği gibi sorular cevapsız kalmaktadır. AB bürokrasisinin topluma kapalı, hesap vermeyen elitist yapısı AB'de demokratik yoksunluğun ve meşruiyet eksikliğinin en önemli nedeni olmaktadır.

C) AB Kimliği ya da "Avrupalılık"

AB üye devlet vatandaşlarının (bu andan itibaren "Avrupalı" olarak kullanılacaktır) ulusal kimlikleri ile Birliğin kimliği arasında yaşadıkları bocalama AB'de yaşanan meşruiyet krizini tetiklemektedir. Kimlik krizi ya da kimlik boşluğu olarak bahsedilen bu husus Avrupalıların AB'yi temel politik aktör olarak bir türlü kabullenememelerinden kaynaklanmaktadır. Avrupalılar için temel aktör hâlâ vatandaşı oldukları ulusal devletlerdir. Bu bocalama fikrî platformda iki farklı görüş etrafında tartışılmaktadır: Bir tarafta tarihi bellekten

süzülen ve Kıta Avrupası'nda mevcut olan “Avrupa kimliği”, diğer tarafta ise AB'ye has, diğer ulusal kimliklerin de üzerinde bir AB kimliği, yani “Avrupalılık”. Meşruiyet krizindeki kimlik faktörü de bu fikir ayrımında ortaya çıkmaktadır. Bu seçim şüphesiz ki Avrupalı fikrini ve AB'nin geleceğini belirleyecek temel husus olacaktır.

Her iki fikri anlamayı sağlayacak öncelikli eylem kimliği tanımlamak olacaktır. Çünkü birinci görüş doğrusal tarih mantığıyla kimliğin uzun zaman zarfında oluşumunu savunurken, ikinci görüş kimliğin icadından, alt kimlikleri kapsayan yeni bir üst kimlik oluşturmaktan bahsetmektedir. Acaba kimlik alt ve üst kimlik olarak tanımlanabilir mi? Tarihi süreçte oluşan kimlikler yerine, bu kimliklerin yerine geçebilecek yeni bir kimlik oluşturulabilir mi? Böylesi bir üst kimlik çabası halk nezdinde kabul görebilir mi? Bu soruların cevabı, kimliğin tanımında saklıdır.

Kimlik bir bireyi nitelendiren, kendisine has özelliklerini ifade eden bir kavram olarak tanımlanabilir. Burada bireyin ne olduğunu, ne olmak istediğini bilmesi kadar ne olmadığını ve ne olmak istemediğini bilmesi de önemlidir. Dolayısıyla kimliğin inşasında bir *ben*, bir de *öteki* vardır. *Ben*, *ötekiye* göre kendisini tanımlar (Çalış,2001:12-13). Bu tanımlamaya göre, muhatap bulamayacak bir *ben* kimlik oluşturma sürecinden mahrum kalacak, zamanla yok olacaktır. Burada bahsedilen *ötekileştirme* klasik anlamda kimlik oluşumunun temel dinamiğidir. Ancak önemli olan ötekileştirmenin gerçekleşmesinden ziyade nasıl gerçekleştiğidir (Erdenir,2005:43). *Ben*, *ötekiye* olan bağımlılığı, muhtaçlığı nedeniyle kimi zaman krizler yaşamaktadır. Kimlik krizi olarak adlandırabileceğimiz bu süreç, eski kimlik kalıplarının yeni zuhur etmiş şartlara ayak uydurmada yaşadığı zorluk sendromu olarak tanımlanabilir.¹⁴

AB ölçeğinde kimlik krizine bakıldığı zaman, Avrupalı kimliğinin kavramsal ve pratik uygulama alanında gergin bir krizle karşı karşıya olduğunu açıkça ifade edebiliriz. Avrupa kimliği için *ben* uzun zamandır (özellikle Haçlı Seferleri (1095-1272) ile birlikte (Yurdusev,1997:36)) Hıristiyanlık olmuştur. Buna karşılık *öteki* İslâmiyet ve Türkler olmuştur (Çalış,2006:22). Avrupa'nın kültürel bir kimlik oluşturma sürecinde İslâm-Hıristiyanlık çatışması önemli bir metafor olmuştur (Delanty,2004:1-49). Avrupa kimliğinin oluşum sürecinde aydınlanma ile başlayan sekülerleşme, Avrupalıların dünyaya dini gözle bakmalarına son verip, kendi kimliklerini ön plana çıkarmalarına neden olmuştur. Bu tarihi süreç sonucunda Avrupa kimliğinin anahtar sözcüklerini şöyle sıralayabiliriz: Hıristiyanlık, hümanizm, akılcılık ve bilim (Morin,1995:141). Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarında ve sonrasında ise liberal, demokratik “Batılı” değerler (elbette ki Hıristiyanlığın tesiri de devam etmektedir) *ben* iken, *öteki* SSCB'nin temsil ettiği anti-demokratik, anti-liberal sistem olmuştur. Ancak Soğuk Savaş sonrasında yeni bir *öteki* bulmakta zorlanan Avrupa'da yeni bir ortak kimlik inşa edilememiştir. Ancak Avrupa'da

yeni bir kimlik inşa etmekte yaşanan bu zorluk sadece yeni bir *öteki* bulunamayışı ile açıklanamaz. Ortak bir “Avrupalı kimliği” oluşturamamanın en önemli nedendi içsel dinamiklerde aranmalıdır. AB üye devletlerinin farklı değerler ve politik erekleri paylaşması, Batı, Orta ve Doğu Avrupa’da tarihin mirası olan farklı kültürel altyapıların varlığı bir paydada buluşulamamasının en önemli nedenleri arasındadır (Urban,2003:47). Avrupa’da yaşanan farklılık sadece coğrafi ayrımla izah edilemez. Ayrım tarih boyunca süregelen tarihi hizipleşmelerin ürünüdür (Davies,2006:173-187) ve politik, dini, ideolojik, ekonomik nedenlerle oluşan bu hizipleşmeler Avrupa’da keskin fikrî sınırların çizilmesine neden olmuştur (Wood,1991:460-467). Bu nedenle kimilerine göre Avrupa’da ortak bir kimlik algısı yoktur (Kersbergen,Waarden,2004:159). Buna karşılık Francis Bacon’a atfen “Biz Avrupalılar” diyebilen bir topluluğun olduğunu savunanlar da mevcuttur. Bu savunuya göre Avrupa kimliği Amerikalılık, Asyalılık ve Afrikalılık gibi XIX. yüzyıl sonrasının bir ürünü değildir (Pagden,2002:33), tarihi bir geçmişi vardır.

Yukarıda kısaca özetlenmeye çalışılan kimlik tanımlaması AB kimliği ya da Avrupalı kimliğine yönelik birinci, yani Avrupa tarihini Antik Yunan’dan başlatan, ortak tarihi geçmiş, ortak amaç ve ortak gelecek beklentisi argümanlarını içeren, doğrusal bir tarih anlayışı ile oluşturulan “uygar Avrupa” bilincini öngören Avrupa kimliğinin savunusudur ve *ötekileştirmeye* dayalı bir kimlik öngörmektedir. Bu savunuya göre tarihle yoğrularak gelişmiş “Avrupa” ya da “Batı” medeniyeti ötekiye karşı her türlü farklılığı içinde sindirebilmiş, farklı ulusları homojen bir şekilde bir araya getirebilmiştir. Bir yerde doğru bir teşhis olabilir, ancak Avrupa kimliği mantığını AB’ye dayatmak, yani AB’ye bir *öteki* bulma arayışı ve çabası ciddi sorunlara neden olmaktadır. Bu nedenle bir Avrupalılık kimliğinin karşısındaki en büyük engel, yine Avrupalıların kendileridir (Schulze,2005:314). Çünkü AB kimliği elit zümrenin, AB yönetici elitinin istekleri ve programları dâhilinde oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu da kimlik bilincinin oluşmasında ve kabul edilmesinde zorluklara neden olmaktadır, çünkü AB kimliği tarihi bir süreç neticesinde bir sivil toplum inisiyatifi olarak oluşmamıştır.

AB kimliği oluşum sürecinde yaşanan aksaklıklar Avrupa’da bir *ortak bilinç*, *Avrupa kamuoyu* oluşmasını da engellemektedir. Bu kamuoyu yoksunluğu Avrupalıların Birlik politikalarından bihaber olmalarına neden olmakta, halkı katılımcı ve müzakereci demokrasi anlayışından uzak tutmakta (Inglehart,1967:94-96), bu da AB’de kimliğe bağlı olarak meşruiyet krizinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Eriksen,Fossom,2002:401-424). Ortak kamuoyu olmaması üye devletlerin aynı olaya farklı tepkiler göstermesine neden olabilmekte, üye devlet halkları arasında köprü kurulmasını, dolayısıyla Avrupa kamuoyunun oluşmasını engellemektedir (Baykal,2004:132-133).

AB’de ortak bir bilincin olmadığını en somut örneği 10-13 Haziran 2004 tarihleri arasında gerçekleştirilen Avrupa Parlamentosu seçimlerine

katılımda gözlemlenmiştir. Henüz 10 yeni üyenin katılımlarından duyulan heyecan tazeliğini korurken (Mayıs 2004) Avrupa Parlamentosu'nun altıncı doğrudan ve genel seçim sonuçları açıklandığı zaman, seçimlerden bir ay önce başlayan heyecan fırtınasının dindiği görülmüştü. Çünkü yüzde 45,7'lik katılım oranıyla Avrupa Parlamentosu seçimleri tarihinin o zamana kadarki en düşük katılımı ikinci seçimi olmuştur (en az katılım ise yüzde 43 ile 2013 seçimlerinde gerçekleşmiştir). Topluluğa yeni katılan Doğu Avrupa ülkelerinde seçimlere olan ilgisizlik¹⁵ ve düşük katılım, Avrupa genelinde hayal kırıklığına neden olmuştur. 2004 Seçimlerinin en çok merak edilen yönü AB'ye 1 Mayıs 2004 tarihi itibarıyla üye olan eski Doğu Bloğu ülkelerinin seçimlerde sergileyecekleri tutumları idi. Bu seçimler yeni üye devletlerin AB'yi benimseme derecelerini ortaya koyacaktı, deyim yerindeyse "samimiyetlerini ölçecekti". Ancak yeni üye devletlerin, bir kaç hariç, yüzde 17-40 aralığında katılım gerçekleştirmeleri bu devletlerin katılımını coşkuyla karşılayan AB için hayal kırıcı olmuştur.

2004 seçimleri Batılı değerleri yeni tecrübe eden üye ülke vatandaşlarının AB'yle pek de bağ kuramadıklarını göstermiştir. Ancak seçimlere katılımdaki azalma sadece bu yeni üyelere bağlanamaz. Çünkü ilk genel doğrudan seçimlerin yapıldığı 1979 yılından son seçimlerin yapıldığı 2009'a kadar seçimlere olan ilgi her seçimde daha da azalmıştır. Seçimlere katılım oranları 1979'da yüzde 62, 1984'te 59, 1989'da 58, 1994'de 56, 1999'da 49, 2004'de 45, 2009'da 43" olmuştur.¹⁶ Oysa Avrupa Parlamentosu seçimlerine 1979'dan beri Avrupa bütünleşme sürecine dahil ülkelerin vatandaşlarının katılması sağlanarak Avrupa Parlamentosu'nun demokratik meşruluğu artırılmak ve Avrupalıların Avrupa Parlamentosu'na sahip çıkması amaçlanmıştır. Ancak halkın Parlamento hakkında yeterince bilinçlendirilmemesi, halkın Birlik politikalarına yönelik memnuniyetsizliklerini seçimle değiştiremeyeceğini düşünmesi (yürütme erki olan Komisyon ve karar almanın başı Konsey halk denetimine tabi değildir) halkın seçimlere katılımına ket vurmaktadır. Farklı ulusları birleştirebilecek en güçlü araçlardan olan seçimlerin, düşük katılımlarla gerçekleşmesi AB'de ortak bir bilinç ve kamuoyu oluşumunu da sekteye uğratmaktadır.

Sonuç itibarıyla, elitist bir proje olan (Hallstein,1962:68-72) AB başından itibaren halktan kopuk bir yapılanma olmuş, bu anlamda halkın tanımadığı, merak etmediği, istese dahi dâhil olamadığı, halktan kopuk bir yapılanma olarak kalmıştır. Bu elitist tutum Avrupalıları AB'ye bağlı tutmak için *ötekileştirici* bir kimlik inşasını tercih etmiş, bu ötekileştirme belleklerden giderilememiş (Polonya üye olduğunda Batı Avrupa'da "tesisat işçileri" şeklinde, biraz da aşağılayıcı bir tutumla adlandırılmaktaydı), bunun neticesinde Avrupalılar genel anlamda AB'yi kanıksamamışlardır. Avrupa ideali ya da ortak Avrupa bilinci oluşmadığı, "Avrupalı kimdir?" sorusuna cevap verilemediği müddetçe (Çelebi,2002:78) AB meşruiyet krizini gideremeyecektir.

Yaşanan bu kimlik krizinin aşılmasında AB kimliğinin gözden geçirilmesi elzemdir. Doğrusal tarih mantığıyla oluşturulan antropolojik bir Avrupa kimliği yerine, daha kozmopolit bir kimlik inşasını öngören, çoğulcu bir Avrupalılık kimliği, kimlik krizindeki AB'yi rahatlatacak bir girişim olabilir. Böylesi bir kimlik, ulusal kimlikleri reddetmeyen, ancak onları da kapsayan, bir nevi üst kimlik olacaktır. Bu tür bir çoğulcu kimlik, yani AB kimliği ya da Avrupalılık kimliği çalışmanın üçüncü kısmı ikinci alt başlığında daha açık bir şekilde izah edilecektir.

III) MEŞRUIYET KRİZİNE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İçerdiği tüm olumsuzluklara karşılık meşruiyet krizi aşılamayacak bir sorun değildir, ancak bu konuda AB'nin nihai ve kesin bir planı olduğunu gösteren bir emare de görülmemektedir. AB yaşadığı meşruiyet krizini aşmak amacıyla özellikle Maastricht Antlaşması ile birlikte önemli ancak "geçici" girişimler gerçekleştirilmiştir. Kopenhag kriterleri, Amsterdam ve Nice Antlaşmaları, Temel Haklar Şartı'nın (2007) imzalanmasıyla AB organlarının daha demokratik yapılara kavuşturulmaya çalışılması gibi girişimler AB'nin krizi çözmeye niyetlendiğini göstermiştir ve krizin asıl "demokratik menşeli" ve "halkı Birliğe kazandıran girişimlerle" çözüleceği gerçeğinden hareketle, Avrupa Anayasası oldukça önemli bir girişim olmuştur. Ancak Anayasa metni onaylanmamış, yerine Lizbon Antlaşması onaylanmıştır.

AB'nin meşruiyet krizini tamamen olmasa da kısmen çözmek amacıyla tercih ettiği yöntem, organları reforma tabi tutmak olmuştur. Krizin aşılmasında kurumsal noksanlıkların giderilmesi önemlidir. Ama tek başına krizi çözmeye yetmemektedir. İlk olarak kurumsal reform gerçekleştirilmeli, beraberinde ise AB'de sosyo-kültürel reformlara da yer verilmelidir. Bu çalışmada sosyo-kültürel reformlar olmaksızın kurumsal alanda yapılan reformların yeterli olmadığı savunulmaktadır. Bu amaçla AB'de sosyo-kültürel alanda yapılması gereken sosyo-kültürel reformlarda konstrüktivist önermeler kullanılmıştır.

A) Kurumsal Çözüm Girişimleri ve Öneriler

AB (o zamanki ismiyle AET) 1 Ocak 1973'te gerçekleştirdiği ilk genişleme dalgasının ardından altı genişleme dalgası daha yaşamış, her genişleme ile doğal olarak coğrafi anlamda daha da büyümüştür. Bugün 28 üye devlet ve 600 milyonu aşan nüfusuyla AB'de özellikle beşinci genişleme (2004) ile birlikte ciddi sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu sorunlar pekala *genişlemenin artması, derinleşmenin zayıflamasına neden olmuştur* şeklinde izah edilebilir (Archer,Nugent,2006:3-6). *Genişleme ve derinleşme* AB için birbirini destekleyen iki temel politika olması gerekirken, zıt korelasyonlar ifade eden iki süreç olmuştur.¹⁷ Özellikle siyasi entegrasyon süreci AB için oldukça sancılı geçmektedir. İmzalanan kurucu antlaşmaların zamanla ortaya çıkan sorunlara ve değişimlere cevap veremeyişleri öncelikle imzalanan kurucu

antlaşmaların revize edilmelerine, istenilen sonucun alınamaması halinde yeni kurucu antlaşmaların hazırlanmasına neden olmuştur. Bu durum, AB temel metinlerinin birbiriyle çelişmesi tehlikesini ortaya çıkarmış, karmaşık bir yasal çerçeve oluşmasına sebep olmuştur.

Bu noktada AB'nin "sadeleştirme" çabasına değinmek gerekmektedir. Sadeleştirme, antlaşmaların karmaşık yapısının anlaşılır kılınmasıdır. Bu da vatandaşın AB'de yasama sürecine daha fazla ilgi duyması ve akabinde daha fazla katılım göstermesi demektir. Ancak karar alma sürecine katılımın artması sağlanamamıştır, çünkü metinler sadeleştirilmiş olsa da karar alma merciinde bulunanlar (üye devlet yetkilileri ve teknokratlar) sahip oldukları yetkileri Avrupalılar ile paylaşmaya yanaşmamışlardır. Bu merciiler olası yetki kayıplarını sindiremediği müddet meşruiyet krizinin çözümü pek mümkün olamayacaktır (Attalides,2002:4) ve böyle bir AB, modern bir demokratik örgüt olarak tanımlanamayacaktır (Andersen,Burns,1996:231-235).

Sadeleştirme çabası anayasal metinlerde Birlik organlarının da reform edilmesini beraberinde getirmiştir. Ancak bu reform girişimleri yeterli olmamaktadır. AB'de meşruiyet krizine sebebiyet veren üç ana organ Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi¹⁸, Avrupa Komisyonu'dur. AB'nin kurumsal üçgeni olarak adlandırılan bu üç organda (Gozi,2001:39) yaşanan ve giderilmesi gereken (Lizbon Antlaşması öncesi) kurumsal noksanlıklar şu şekilde özetlenebilir:

Avrupa Parlamentosu 1979'da yapılan seçimlerden itibaren genel ve eşit oy prensipleri uyarınca doğrudan Avrupalılar tarafından oluşmaktadır. Bu özelliği ile meşruiyetini doğrudan halktan alan tek AB organıdır. 1979'dan itibaren halk tarafından doğrudan seçilen temsilcilerden oluşması, Parlamento'daki demokratik açığı kapatmaya yetmemiştir. Avrupa Parlamentosu hiçbir zaman parlamenter demokrasilerdeki parlamentoların sahip olduğu etkinliğe sahip olamamıştır (Coultrap,1999:109-111; Warleigh,2003:81-92), yani yetkileri meşruiyeti ile doğru orantılı değildir. Parlamentonun AB karar alma mekanizmasında zayıf kalması, Avrupa halkının da karar alma mekanizmasına etki edebilirlik kabiliyetini zayıflatmakta, yönetim işlevi bürokrat ve teknokratlarca ifa edilmekte, elitist yönetim anlayışı ve uygulaması AB'de meşruiyet krizine neden olmaktadır. Oysa Avrupa Parlamentosu üye devletlerde parlamentoların üstlendiği yetkiyi AB'de de üstlenmelidir. Parlamenter sistemin en önemli fonksiyonlarından birisi olan "hükümetin parlamentoya karşı sorumlu olması" fikrinden yola çıkarak, AB'nin yürütme işlevini yerine getiren Avrupa Konseyi Avrupa Parlamentosu'na karşı sorumlu olmalıdır. Parlamento'nun Konseyi denetleme yetkisi görünürde kalmayıp, fiiliyatta zaruri olmalıdır.

Avrupa Konseyi'nin sahip olduğu yetki ölçüsünde bir güç başka hiçbir organa tanınmamıştır. Konsey AB'nin geleceğini önemli ölçüde belirleme hakkına sahiptir. 28 üye devletin temsilcileri bir araya gelerek 600 milyonluk

bir nüfusun geleceğini belirlemede, ancak 600 milyonluk nüfus karar alma sürecine müdahil olamamaktadır. Avrupa Konseyi'nde kararlar kapalı kapılar ardında alınmaktadır. Halkın gücünün ve halkın karar verme yetisinin teoride yükseltildiği demokrasi için bireylerin kendi geleceklerini tayin edebilme hakkından mahrum bırakılmaları oldukça büyük bir kusurdur.

Avrupa Komisyonu Birliğin yürütme işlevini yerine getirmektedir. Ancak Avrupalılar hiçbir şekilde doğrudan kendisini yöneten kurumun oluşumuna müdahil olamamaktadır. Birliğin yürütme organı, Birliğin yasama sürecinin en önemli aktörlerinden olan Avrupa Parlamentosu içerisinden seçilmemektedir. Ayrıca parlamenter demokrasilerde olduğu gibi gerçek anlamda Parlamento'ya karşı sorumlu da değildir.

Yukarıda belirtilen noksanlıkları gidermek maksadıyla önce Avrupa Anayasası hazırlanmıştır. Avrupa Anayasası'ndan iki önemli beklenti vardı: (i) Birlik kurumlarının faaliyetlerini yasallaştırmak (Estella,2005:37-39), yani kurumların icraatlarının siyasi kurullarla belirlenmesini ve kısıtlanmasını sağlamak. (ii) Birlik kurumlarının faaliyetlerine meşruiyet kazandırmak, yani kurumsal faaliyetlerin demokratik hayat yapısına uygun olarak, Avrupa vatandaşlarının katılımıyla gerçekleşmesini sağlamak (Puig,2003:1). Beklentilerden özellikle ikincisi, AB'de demokratik açığın ve meşruiyet krizinin çözümünü amaçlamıştır. Zaten AB kurucu antlaşmaları Anayasa için gerekli zemini hazırlamıştır (Bruknhorst,2006:166). Avrupa Anayasası'nın genişledikçe daha da kompleks hale gelen ve birçok alanda tıkanmalar yaşayan AB'ye yeni bir soluk ve dinamizm kazandıracağına inanılmıştır. Ancak beklenen olmadı. Nice Zirvesi (Aralık 2000) ile başlayan reform süreci Anayasal taslak metnin 29 Ekim 2004'de imzalanması ile taçlanmış, ancak Anayasal metnin onay sürecinde yaşanan referandum reddiyeleri ile belirsizliğe sürüklenmiştir. 2005 yılının Mayıs ve Haziran aylarında sırasıyla Fransa ve Hollanda'da gerçekleştirilen referandumlardan sonra, iki yıl süresince göz ardı edilen Anayasa taslađı¹⁹ Brüksel Zirvesi'nde (Haziran 2007) dönem başkanı Almanya Başbakanı Merkel'in de girişimleriyle *de facto* lağvedilmiş, Zirve bildiri metninde "Avrupa Anayasası" yerine "Lizbon (Reform) Antlaşması" hazırlanmasının kararlaştırıldığıın beyan edilmesiyle ("Brussels European Council",2007) sessizce ortadan kaldırılmıştır.

Nice Zirvesi (2000) ile başlayan ve "Nice sonrası dönem" olarak da adlandırılan AB'de reform süreci Anayasa metni yerine Lizbon Antlaşması'nın kabul edilmesiyle sonlanmış. Bu dönemde Nice Antlaşması'nın (2001) sonuç kısmına ekli "Birliğin Geleceği Hakkındaki Deklarasyon", ardından Laeken Zirvesi'nde (Aralık 2001) açıklanan "Avrupa'nın Geleceği için Laeken Deklarasyonu'nun"²⁰ sonuç bildirisinde deklare edilen "Dönüm Noktasında Avrupa" (Europe at a Crossroads) ve "Yenilenen Birlik'te Meydan Okumalar ve Reformlar" (Challenges and Reforms in a Renewed Union)²¹ başlıklı iki öneri metni AB'de gerçekleştirilmesi gereken reformları ele almış, genel

hatlarıyla AB’de ciddi bir demokratik açık olduğu; AB’de mevcut olan demokratik açığın daha şeffaf, verimli ve demokratik olunması ile giderilebileceği; kurumsal değişimlerin gerekliliği; Bakanlar Konseyi ve Avrupa Parlamentosu’nun birleşerek iki meclisli bir Parlamento oluşturulması, Avrupa Komisyonu’nun yeniden yapılanması; Birliğin, vatandaşlarına daha yakın olması gibi tespitler ve öneriler gündeme gelmiştir.

Nice Zirvesi (2000) ile başlayan reform süreci 13 Aralık 2007’de Lizbon Antlaşması’nın imzalanması ile sonuçlanmıştır. Yukarıda isimleri zikredilen bildirimlerde işaret edilen amaçların Lizbon Antlaşması’nda da kabul edildiği görülmektedir. Özellikle kurumsal reformlar Anayasa Antlaşması’yla önemli ölçüde örtüşmektedir. Lizbon Antlaşması ile AB organları Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi (Zirve), Konsey (Bakanlar Konseyi), Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD), Avrupa Sayıştay ve Avrupa Merkez Bankası olarak belirlenmiştir (md. 13)²². Bu organlardan meşruiyet krizinin yaşandığı Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi, Bakanlar Konseyi ve Avrupa Komisyonu incelenecektir.

Lizbon Antlaşmasına göre, Avrupa Parlamentosu yasama ve bütçe görevini Bakanlar Konseyi ile birlikte Ortak Karar Prosedürüne göre gerçekleştirecek, Antlaşmada öngörüldüğü üzere politik kontrol ve danışma görevini yerine getirecek, Avrupa Komisyonu’nun başkanını seçecektir (md. 14.1). Parlamento Birlik vatandaşlarından müteşekkil olup, toplam parlamenter sayısı 750’yi geçmeyecek, üye devletlerin nüfuslarına oranla parlamenter belirlenecek ve devlet başına parlamenter sayısı 6-96 arasında olacaktır (md. 14.2).

Avrupa Konseyi (Zirve) üye devlet başkanı ve hükümet başkanları ile Avrupa Konseyi (Zirve) başkanı ve Zirve Başkanı’ndan oluşup, Birlik Dışişleri ve Güvenlik Yüksek Temsilcisi çalışmalarına katılabilecektir (md. 15.2). Zirve altı ayda bir Başkan nezaretinde toplanacak olup (md. 15.3), kararlar ekseri konsensüsle alınacaktır (md. 15.4). Zirve yasama ve yürütme gücü olmaksızın Birliğin geleceğine dair ana politikaları belirlemekle görevlendirilmiştir.

Bakanlar Konseyi Parlamento ile birlikte yasama ve bütçe fonksiyonunu yerine getirecek olup (md. 16.1), Antlaşmada aksi belirtilmediği müddet kararlar nitelikli çokluğuna göre²³ alınacaktır (16.3).

Avrupa Komisyonu Birliğin yürütme işlevini yerine getirecektir. Antlaşma hükümlerinin uygulanmasını ve kurumların Antlaşmada belirtilen ölçülere göre çalışmasını temin edecek, Birlik yasalarının uygulanmasını ABAD’ın kontrolü altında denetleyip, bütçeyi uygulayacak ve programları yönetecektir. Ortak dış politika, güvenlik politikası ve Anayasa’da belirtilen bazı durumlar haricinde Birliğin uluslararası alanda temsilini sağlayacaktır (md. 17.1). Komisyon Başkanı, Avrupa Konseyi’nin teklifi ve Avrupa Parlamentosu üyelerinin çoğunluğunun oyu ile seçilecektir. Başkan Avrupa

Parlamentosu tarafından “uygun görme oyu” (vote of consent) ile oylanacak ve ardından Avrupa Konseyi tarafından atanacaktır (md. 17.7).

Yukarıda belirtilen kurumlar dışında Lizbon Antlaşması'nda revize edilen “AB'nin İşleyişi Antlaşması'nda” (AET Kuran Antlaşma) yardımcı ve danışma kurumu olarak Avrupa Ombudsmanı'ndan bahsedilmektedir. Buna göre Avrupa Ombudsmanı Avrupa Parlamentosu tarafından atanacak (md. 20), Birlik Kurumlarının kötü yönetimiyle ilgili şikayetleri dikkate alıp, bunlarla ilgili raporlar hazırlayacaktır. Ayrıca Ombudsman görevlerini yerine getirirken tamamen bağımsız olacaktır (md. 228). AB vatandaşlarına Birlik organları tarafından haksızlığa uğradığı düşüncesiyle Ombudsman'a başvurma hakkı da getirilmiştir (md. 24). Bu sayede AB kurumlarının sivil denetimi söz konusu olacak, AB halkının şikayetleri daha fazla dikkate alınacak, Birliğe karşı hakkını arayabilen Avrupalıların Birliği kanıksaması sağlanacaktır.

Bu reformlarla Avrupalılar tarafından doğrudan seçimler aracılığıyla oluşan Avrupa Parlamentosu parlamenter sistemlerdeki benzerleri gibi tek başına yasama yetkisine sahip olmasa da, ancak yasama sürecinde Konseyle birlikte oldukça önemli bir ağırlık elde etmiştir. Ayrıca Birliğin hükümeti pozisyonundaki Komisyonun başkan ve üyelerinin onaylanmasında “uygun görme oyu” parlamenter sistemlerdeki “gensoru” uygulamasına eşdeğer bir yetkiye işaret etmektedir. Diğer taraftan Komisyonun faaliyetlerini ABAD denetimi altında yerine getirmesi, parlamenter sistemlerdeki yürütmenin yargı tarafından kontrolünü anımsatmakta ve Birliğin en çok eleştirilen başına buyruk, elitist tutumuna ciddi bir sınırlandırma getirmektedir. Ayrıca Komisyonun başkanının Parlamento tarafından seçilmesi, dolaylı da olsa Birliğin yürütmesinin başının Avrupalılar tarafından seçilmesi anlamında gelmektedir. Konseyin Zirve ve Bakanlar Konseyi olarak iki ayrı organa ayrılması yasama sürecinin daha çabuk ve işlevsel olmasına yol açacaktır. Son olarak birden çok üye devletten oluşacak ve sayıları bir milyonu bulacak Avrupalıların imzası ile Avrupa Komisyonunun yasama önerisi sunmaya davet edilebilecek olması (md. 11.4), Avrupalılarda Birliğin yönetimine müdahil olma hissi oluşturacak, Birlik ile vatandaşları arasındaki kopukluğu giderebilecektir.

Lizbon Antlaşması ile Birliğin yapısının daha demokratik bir zemine çekildiği görülmektedir. Ancak AB'nin bir uluslararası örgüt olduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Yani Birlik bir varlık meselesi olarak her halükarda işlevselliği demokratik olmaya yeğleyecektir. AB'de demokratik yapılanma taleplerinin bu gerçek göz önüne alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

B) Sosyo-Kültürel Çözüm Önerileri

Kurumsal reformlar meşruiyet krizinin aşılmasında önemlidir ancak sosyal ve kültürel reformlar olmaksızın eksik kalacaktır. AB'nin yaşadığı bu kriz ortamında meselenin bir de sosyal teorik yönünün olduğunu görmek

gerekmektedir. Reforma tabi tutulan kurumlar meşruiyetin itaat ve etik yönünü sağlayamadığı ölçüde krizin aşılmasına katkı sağlamayacaktır. Bu nedenle itaati ve etiği gerçekleştirecek olan “insan” faktörü göz ardı edilmemelidir. Bu anlamda AB’de bu itaat ve etiği sağlayacak insan topluluğuna, *Avrupalıya*, *Avrupa vatandaşlığına*, *Avrupa ulusuna* ve bu insan topluluğunu bir arada tutacak *Avrupa bilinci* ve *Avrupa kamuoyuna* ihtiyaç vardır. Bu yönüyle meşruiyet krizinin konstrüktivist bir bakışla Avrupa ulusu ve Avrupa vatandaşlığı bağlamında da ele alınması elzemdir.

Bu hususta AB işlevsellik gayesiyle yekpare işleyen bir makine değil, çevresine duyarlı ve çevreden aldığı etkilere tepki gösteren, bir nevi organik bir varlık gibi olmalıdır. AB bahsinde açıkça söylenebilir ki, geçmişte yapılan ve gelecekte yapılacak her şey en ufak ayrıntısına kadar hesaplanarak yapılmamıştır (Morin,1995:139). Bu bakımdan AB’nin biraz kaderci olduğu ifade edilebilir. Şöyle ki; AB’yi kuran devletler, 1951 ve 1957’de Doğu Bloğu üyesi devletlerin AB’ye üye olabileceğini tahmin edemezlerdi, hatta böyle bir ihtimali hayal dahi edemezlerdi. 1970’lerde hiçbir Batı Avrupalı SSCB’nin dağılacığını bilemezdi. Soğuk Savaş’ta SSCB’ye karşı kurulan güçlü ideolojik ve konvansiyonel ittifaka rağmen SSCB’nin resmen dağılması ile Birlik kapılarını eski Doğu Bloğu ülkelerine ardına kadar açmıştır. Çünkü zaman, eski Doğu Bloğu devletlerinin Birliğe üye olmasına uygun olmuştur (zeitgeist). AB konstrüktivist bir yaklaşımın, kültürel ve sosyal bilincin de tesiriyle Mayıs 2004’de beşinci, Ocak 2007’de altıncı, Ocak 2013’de yedinci genişleme dalgalarıyla çoğu eski Doğu Bloğu üyesi on iki devleti üyeliğe kabul etmiştir.

AB yukarıda da izah edilmeye çalışıldığı haliyle yalnızca kurumsal bir yapı değildir. Aynı zamanda, oluşturmak istediği Avrupa bilinci, Avrupa kimliği, Avrupa ulusu, Avrupa vatandaşı gibi formasyonlarla sosyal bir organizasyondur. Meşruiyet krizinin çözümünde kurumsal reform odaklı yaklaşımla birlikte konstrüktivist yaklaşım daha doğru bir çözüm metodu olacaktır (Kratochwil,2006:302-307). Böylece kültürel ve aidiyetsel iyileştirmeler kurumsal adımların uygulanabilirliğini artıracaktır.

Demokratik hayata ilişkin bakışlar uluslar arasında farklılıklar içerebilmektedir. “Birlik” olmak amacını taşıyan AB için de üye devlet vatandaşlarının demokratik hayata ilişkin bakışı “ortak kabuller” içermelidir. Tam da bu noktada “ulus olma bilinci” devreye girmektedir.

Ulus, geçmişte bir arada yaşamış, gelecekte de bir arada yaşama iradesine sahip ve bu iradeyi ortak değerler temelinde bütünleştiren insan topluluğudur. Bahsedilen insan topluluğunun bazı özellikleri taşıması gerekmektedir: (i) toprak/ülke ya da coğrafyanın gerekliliği. (ii) ortak mitler ve tarihi bellek. (iii) kitlesel bir kamu kültürü. (iv) ortak hak ve sorumluluklar. (v) ortak bir ekonomi (Smith,2004:32). Burada ifade edilen özelliklerin zorlayıcılığı aşikâr olmakla birlikte, paragrafın baş tarafında ifade edilen tanım da göz önünde bulundurulursa ulus, belirli bir süredir ortak değerler ve ortak

kültürel unsurlar çerçevesinde bir arada yaşayan, sahip olduğu bu ortaklıklar ile diğerlerinden ayrılan ve bu ayrımı gelecekte de sürdürmek isteyen siyasal bir anlam ifade eden insan topluluğu olarak tanımlanabilir. Ulus, henüz tanımlanma aşamasında yaşanan sıkıntı, zorluk göz önünde bulundurulduğunda bugün bile hem siyaset biliminin hem de Uluslararası İlişkilerin en tartışmalı konularından birini teşkil eder. Hatta ulusun sadece hayali bir cemaat olduğu (Anderson), tahayyülen var olduğu (Bayart) ya da aydınlanma ile birlikte başlayan sekülerleşmenin bir uzantısı olarak dinin boşalttığı yeri doldurduğu ya da iktidarı meşrulaştırmak adına icat edildiği (Habsbawm) de savunulmaktadır (Anderson,1995; Bayart,1999; Habermas,2002).

Yukarıda zikredilen ulus kavramının temel özellikleri AB için kullanıldığında; AB'nin belirli bir coğrafyasının olduğu, ortak hak ve sorumluluklar tesis ettiği, ortak bir ekonomiyi ilk zamanlardan itibaren gerçekleştirdiği görülmektedir. Ancak AB üyesi devletlerin ortak bir tarihi belleği (ortak tarihi beleden “olaylara aynı nazardan bakmak” kastedilmektedir) ve ortak kamu kültürü bulunmamaktadır. Bu da AB'nin Avrupa ulusu ve kamuoyu oluşturamaması önündeki en önemli engeldir. Bir ulus bilinci oluşturmanın en etkili aracı ise “ortak kimlik” oluşturmaktır.

AB bu noksanlığı gidermek amacıyla “Avrupa vatandaşlığı” kavramını üretmiştir. Avrupa vatandaşlığı Birlik için yeni sayılabilecek bir kavramdır ve Birlik bu kavramı kullanarak AB'nin tüm üye devlet vatandaşlarının savunulmasını ve desteklenmesini sağlamayı amaçlamaktadır. AB bu kavramı 1970'lerden itibaren cüzi de olsa tartışmakla beraber resmen ilk kez Maastricht Antlaşması'nda kullanmıştır. Maastricht Antlaşması'nda Birliğin amaçları arasında “...ortak dış ve güvenlik politikası oluşturmak amacıyla uluslararası düzeyde *Birlik kimliği* oluşturmak; *Birlik vatandaşlığı* kavramını oluşturarak üye devlet halklarının çıkarlarını ve haklarını daha fazla korumaya önem vermek...” (md. 2/md. B) şeklinde ifade edilmiştir.²⁴

Birliğin amaçlarından birisinin Birlik vatandaşlığı oluşturmak olduğu açıkça ifade edilmiş olmasına karşılık bu vatandaşlığın nasıl olacağı tam olarak açıklanmamıştır. Bu noktada Birlik vatandaşlığını anlamaya yönelik üç farklı tanımlamadan bahsedilmektedir: Artık, ulus-ötesi, iç içe geçmiş vatandaşlık (Faist,2003:192-194). Faist'e göre AB düzleminde zayıf bir toplumsal vatandaşlık biçimi olan *artık vatandaşlık* tek tek üye devletler bazında toplumsal hakların gerileyişini ifade etmektedir. *Ulus-ötesi vatandaşlık* ise üye devlet düzeyinde garanti edilen hakların birbirlerine yaklaştığını ifade etmektedir. *İç içe geçmiş vatandaşlık* ise Avrupalı kurumlar tarafından garanti edilen haklar şeklinde kısaca tanımlanabilmektedir (Faist,2003:194). AB'nin bir devlet yapılanmasına sahip olmaması, AB'de tek ve kolay bir vatandaş tanımlaması yapmayı mümkün kılmamaktadır. Bu zorluğu gidermek amacıyla Maastricht Antlaşması'nda Birliğin ulusal kimliklere saygı göstereceği belirtilmiştir (md. 9 ve 20)²⁵, aksi halde, AB kimliği projesinin

başarısızlığa uğraması şüphe götürmez bir gerçekliktir. Maastricht Antlaşması'nın ardından 1997'de imzalanan Amsterdam Antlaşması ile Avrupa Topluluğu Kuran Antlaşma'da yapılan değişiklikle Avrupa vatandaşlığı kavramının muhtevası daha da belirgin kılınmaya çalışılmış, Avrupalıların AB organlarına başvurularında kullandıkları AB resmi dili ile cevap verileceği (md. 21), ayrıca Avrupa vatandaşları arasında uyruklukları nedeniyle ayrım yapılamayacağı da belirtilmiştir (md. 11).

“Avrupa kıtasındaki bir ulusun bireylerinin, ‘Kimsiniz?’ sorusuna verecekleri cevap, herhalde (öncelikle) Avrupalıyım olmayacaktır” (Çalış,2006:25)²⁶. AB sınırları içerisinde birey, kendisini önce Alman ya da Fransız, ya da hangi ülke vatandaşıysa o ülke kimliği ile tanımlayacak, kendi aidiyetini (öncelikle) AB ile ilintilemeyecektir. Bu nedenle, AB kimliği hiç bir suretle ulusal kimliklerin yerine geçirilebilecek bir kavram olarak düşünülmemelidir.

Nihayetinde son anayasal metin olan Lizbon Antlaşması'nda da vatandaşlık tanımı yapılırken bütün üye devlet uluslarının Avrupa vatandaşı oldukları belirtilerek, bu vatandaşlığın ulusal vatandaşlığa bir ilave olduğu, hiçbir zaman ulusal vatandaşlığın yerine ikame edilemeyeceği belirtilmiştir. Lizbon Antlaşması'nın üye devletlerin egemenliklerine dokunmama nezaketine binaen ulusal vatandaşlığa saygıyla yaklaştığını ifade etmesi, üye devlet halklarının Birliğe sempatisini artıracaktır. Bu sayede, ulusların şahsi karakteristiklerinin tanınması ile Avrupa bütünleşmesi desteğini ihtiyaç hissettiği ulusal desteği edinmiş olacaktır.

Ancak Gerard Delanty (mevcut) Avrupa kimliğinin katı bir ötekileştirme ile oluştuğunu, dolayısıyla Avrupa vatandaşlığının da çok sert bir ayrımı ifade ettiğini savunmaktadır. Delanty'ye göre Avrupa vatandaşlığı birlik olma politikasıyla AB elitleri tarafından oluşturulmak istenilmektedir. Kendi içerisinde birçok farklılık barındıran AB'nin dayatma politikası pekala Birliğin dağılmasıyla sonuçlanabilir. Bunu engellemenin yolu *ulus-ötesi vatandaşlıktır*. Ulus-ötesi vatandaş din, dil, coğrafya ayrımı yapmadan herkesle uyum sağlayabilecek vatandaş modelidir. Bu nedenle farklı tarihi geçmişleri ve inançları olan Avrupalı devletler için en makul çözümdür (Delanty,2004:201-215).

Lizbon Antlaşması'nda son halini bulan Avrupa vatandaşlığı kavramı Avrupalıları Birliğe ısındırabilecek mi, Birliği kabullenmelerini sağlayacak mı bunu zaman gösterecektir. Ancak vatandaşlık bir elit proje olarak “Avrupa kimliği” gibi antropolojik bir mantıkla kurgulanırsa başarısız olacaktır. Bunun yerine bu çalışmanın Avrupalı kimliğinden bahsedildiği kısımda da ifade edildiği üzere (Bkz. s. 18, prg. 2) kozmopolit bir kimlik inşası ve buna dayalı kozmopolit bir vatandaşlık kavramı kullanılmalıdır. Ulrich Berk, Jurgen Habermas ve Gerard Delanty gibi düşünürlerin savunduğu bu kimlik algılaması antropolojik kimlik yerine çoğulcu ve kozmopolit kimliği savunmaktadır.

Geçmiş bağların “yüce bilinci” yerine, pragmatist gelecek kaygısının belirleyici olduğu, kapsayıcı ve çoğulcu bir “yeni kimlik” inşasına olan gereksinimi savunmaktadır. Bir devamlılık yerine, icat edilmiş bir kimliğin, Avrupa vatandaşlığının daha birleştirici, farklı kültürlere ve dini yapılara sahip devletleri ve vatandaşlarını daha makul bir paydada bir araya getireceğini ve daha sağlam bir birlik teşkil edeceğini savunmaktadır. Bu tür bir kimlik ve bu kimlikle yoğrulmuş bir vatandaşlık tanımı insan hakları, demokrasi, saygı ve hukukun üstünlüğü gibi temel uluslararası ilkeler ışığında oluşturulacağından Avrupalılar arasında adalet, hakkaniyet, eşitlik, temsil fikirlerinin yayılmasına ve Birlik ile vatandaşları arasındaki bağın kuvvetlenmesine neden olacağından meşruiyet krizinin aşılmasında önemli bir tesir oluşturabilir.

SONUÇ

Almanya eski Dışişleri Bakanı Joschka Fischer Mayıs 2000’de Walter Hallstein Avrupa Araştırmaları Merkezinde (Berlin Humboldt Üniversitesi’nde) yaptığı konuşmasında AB’nin en önemli sorununun Birlik vatandaşlarının belleğini işgal eden demokratik meşruiyet krizi olduğunu vurgulamıştır. Meşruiyet krizi her ne kadar demokratik rejime özgü olmasa da, demokratik yönetim anlayışını benimsemiş tüm devlet ve kurumlarda bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Hatta meşruiyet krizinin günümüz demokrasilerinde olmaması mümkün olmayan bir konu haline geldiği rahatlıkla ifade edilebilir. Çünkü günümüz demokrasileri temsili demokrasilerdir. Halk karar alma sürecine doğrudan katılamamakta, halkın yönetime katılma aracı yalnızca seçimler ve referandumlar olmaktadır.

Meşruiyet ve demokrasi birbiriyle ilişkili, ancak birbirinin ikamesi olmayan iki kavram olup, birbirini tamamlar niteliktedir. AB’de yaşanan meşruiyet krizi öncelikle kurumsal noksanlıklardan kaynaklanmaktadır. Ekonomik ihtiyaçlara göre yapılmış ve yetkilendirilmiş AB kurumlarında işlevsellik her zaman için demokratik olmaktan önce gelmiştir. AB organlarından öncelikle beklenen, meşru zeminde demokratik normları gözeterek fonksiyonlarını icra etmeleri değil; tarihte bir eşine daha rastlanılmamış, sui generis (nevi şahsına münhasır) bir ekonomik entegrasyon olan AB’nin bu zorlu süreci aşabilmesi amacıyla optimum verimle çalışabilecek dirayeti göstermeleridir, yani işlevsel olmalarıdır. Bu tercih nedeniyle ve özellikle Maastricht Antlaşması ile AB organlarının demokratik yönden noksan olduklarına dair tartışmalar yoğunluk kazanmıştır. Çünkü ekonomik entegrasyonu başarıyla gerçekleştiren AB, çıtayı daha da yükseltmiş ve siyasi entegrasyona geçişe başlamıştır.

AB entegrasyonunun bugün karşılaştığı en büyük meydan okuma demokratik açık ve meşruiyet krizidir. Kriz, AB’nin yaşadığı her genişlemeyle daha ciddi boyutlara ulaşmış, AB genişledikçe derinliğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu noktada soruna bakış açısı oldukça önemli olmaktadır. Moravcsik demokratik açık ve meşruiyet krizi feryatlarını

yersiz bulmaktadır. Ona göre, AB zaten hükümetlerarası bir örgüttür ve bu nedenle meşruiyetini üye devletlerden almaktadır, halktan değil. Diğer taraftan AB'nin bir ulus-devlet olmadığı tezinden varsayım, AB'nin tüm ulusal yetkilere sahip olmadığını ve olamayacağını, AB'nin yalnızca politikalar üzerinde koordinatör olabileceğini, dolayısıyla AB'deki teknokratik ve bürokratik merkezîyetçiliğin gerekli ve mecburi olduğunu, “demokratiklik mi işlevsellik mi” ikileminde AB'nin doğal olarak işlevselliği tercih ettiğini, bu nedenle AB'de meşruiyet krizinin olmadığını ve aranmaması gerektiği savunan görüşler de mevcuttur. Bu görüşler, aslına bakılırsa krizi geçiştiren görüşlerdir. Çünkü AB bir devlet olarak algılanmazsa, devlet olma çabasından vazgeçerse, aslında fonksiyonel bir örgüt olduğu gerçeğiyle yüzleşecek ki, fonksiyonellikte meşruiyeti sağlayan halkın rızası değil, beklenen hizmetlerin ve örgüt tarafından güdülen amaçların yerine getirilme derecesidir. Ancak kendi içerisinde mantıklı bir çözüm sunulduğu da söylenebilir.

Ancak demokrasiyi amaç edinmiş, demokrasiyi ve demokratik konsolidasyonu (meşrulaştırmayı) üye olma şartı ilan etmiş bir örgütün, kendi varlığında demokratik açıklar barındırması örgütün geleceği ve inandırıcılığı açısından olumsuz bir gelişmedir. Bunun farkında olan AB, kurumlarında yaşadığı eksiklikleri antlaşmalarda gerçekleştirdiği reformlarla sürekli giderme arayışında olmuştur. Hazırlanan her antlaşma metni ile yetkileri değişen, ancak değişikçe karmaşıklaşan kurumların imdadına Lizbon Antlaşması yetişmiştir. Lizbon Antlaşması AB kurumlarının yetkilerini, bugüne kadar yapılan reformlara nazaran parlamenter demokrasiye daha yakın kılmıştır. Avrupa Parlamentosu, ulusal parlamentolar kadar olmasa da yasamada güçlenmiş, Konsey'in yasama sürecine etkisi azalmış, Komisyon ulusal bir hükümet gibi hem Parlamento'ya karşı sorumlu hale gelmiş ve varlığını Parlamento'ya bağlamış, hem de ABAD'ın yargı denetimine tabi olmuştur.

Kurumsal alanda yaşanan reformlara rağmen AB'de meşruiyet krizi azalmamış, aksine artmaya devam etmiştir. Dolayısıyla krizin giderilmesine yönelik reformlarda kurumsal alanla yetinmek yeterli olmamıştır. İşte bu noktada çözüme ilişkin kültürel ve sosyal reformlar gündeme gelmektedir.

Kısaca konstrüktivist yaklaşım olarak adlandırılacak reform hareketleri Avrupa kimliği, Avrupa ulusu, Avrupa yurttaşlığı, Avrupa kamuoyuna vurgu yapmakta, kurumsal reform çabalarının önemli olduğunu ancak yeterli olmadığını belirterek, sosyal, kültürel ve aidiyetsel çözüm önerilerine ağırlık vermektedir. Bir an için, kurumsal yapılanmanın tam anlamıyla demokratikleştiği düşünülürse dahi, kurumlara inanmayan, kurumlara güvenmeyen, kurumların politikalarını muhatap kabul etmeyen bir halk (Avrupa kamuoyu) karşısında kurumsal reformlar etkisiz kalacaktır. Bu nedenle Avrupa vatandaşlığının, Avrupa kimliğinin ve Avrupa kamuoyunun en kısa zamanda tanımlanması ve oluşturulması gerekmektedir.

AB vatandaşlığı halihazırda kurulamamış bir yapıdır. Vatandaşlık ulusal politikalara ortak katılım ve ortak bir kültürel kimlik bilinci olarak tanımlanırsa (Delgado-Moreira,2000:19), AB'de “vatandaşlık bilincinin” pek de mevcut olmadığı söylenebilir. Son Avrupa Parlamentosu seçimlerine (2009) katılımın en düşük katılım olduğu göz önünde bulundurulursa, Avrupa halkının Birlik ortak politikalarına ve kurumlarına karşı kayıtsız oldukları düşünülebilir. Delanty'nin de ısrarla vurguladığı gibi, Avrupa'da kimlik inşası yapılmaktadır ancak yanlış bir uygulama söz konusudur. Avrupa'daki kimikleştirme sürecinde ötekileştirme çok sert yaşanmakta, ötekileştirme yabancılaştırma ve kin üzerine kurulmuşçasına elitist bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu yanlışlığa karşılık olması gereken ise, AB'nin oluşturmaya çalıştığı kimliğin bütünleştirici olup, din, dil ve ırk gibi parametrelerden bağımsız bir yapılanma olmasıdır.

Ezcümle, yalnızca kurumlar üzerinde iyileştirme çabalarıyla meşruiyet krizinin giderilemeyeceğini tekrar etmek gerekmektedir. Kurumsal reformlar ancak halk tarafından kanıksandığı ölçüde başarılı olabilir. Bu da Avrupa halkının bir kamuoyu olmasıyla, doğru parametrelerle şekillenmiş bir kimlik kalıbıyla mümkün olabilir. Ulus-devletlerin küreselleşmeye boyun eğip eğmediğinin tartışıldığı günümüzde, uluslararası sistemde devletin aktör olma konumunun gün geçtikçe zayıfladığı bir dönemde, ekonomik önceliklerle politika üretmenin yetersizleştiği bir yüzyılda yeni açılımlar ve sorunlara yönelik yeni çözüm metotları sosyal düzeni, kültürel altyapıyı ve kimlik oluşum sürecini inceleyen ve önemli gören bir bakışla mümkün olabilir.

SONNOTLAR

¹ Thucydides tarafından kaleme alınan Peleponezya Savaşları Tarihi adlı çalışma içerisinde yer alan Perikles'in Cenaze Söylevi bölümünde kullanılan *isonomia* ve *isegoria* kavramları eşitlik ve özgürlüğe denk olarak kullanılmıştır ve bugün bu iki olgu olmadan demokrasi tanımının yapılamayacağı aşikardır. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Beetham,2004:61).

² *Pan-Avrupa* fikri 1923'de Kont Richard Coudenhove-Kalergi tarafından yazılan "Pan-Europe" isimli bir makale ile formüleleştirilen "tek Avrupa" düşüncesidir (Coudenhove-Kalergi,1931:638-639). Kalergi *Pan-Avrupa* fikrini zamanla geliştirmiş ve Pan-Avrupa'nın gerekliliğini üç temel amaca dayandırmıştır: Yeni bir savaşı engellemek, ekonominin bozulmasını engellemek ve Avrupa'yı Bolşevik tehdidinden korumak. Bkz. (Coudenhove-Kalergi,1939:623-640). Diğer taraftan, Avrupa'da yaşanan bütünleşme çabalarında *pan-Avrupacılık* akımının oynadığı rol için bkz. (Çalış vd.,2006:219-231).

³ "Meşruiyet" ve "yasallık" sıklıkla birbiri yerine kullanılan kavramlar olsa da, asla birbirinin ikamesi değildir. Benzer ve hatta aynı mevzularda sıklıkla zikredilmeleri iki kavramın karıştırılmalarında önemli rol oynamakta, ontolojik farklılık göz ardı edilmektedir. Ancak meşruiyet yasallığı da kapsayan daha geniş bir kavramdır. *Meşruiyet*, yasallığı barındırma durumuyla beraber, makul, haklı ve uygun bulunma durumlarına da ihtiyaç duyar. Diğer taraftan meşruiyet sağlayan asıl neden "hukuki" de olmayabilir. Meşruiyet, pekala, karizma, bilgi, dini inançtan kaynaklanıyor da olabilir. Teokratik değerlerin siyasal ve toplumsal hayatın bütün alanlarında etkili olduğu, yasaların (pozitif hukuk) bile varlığından söz edilmeyen dönemlerde meşruiyet Tanrısal kaynaklı olup, tartışılması söz konusu dahi olamamaktaydı.

⁴ Richard H.Fallon ve David Strauss meşruiyet kriterlerini 'yasallık, etik ve sosyolojik faktör' olarak sınıflandırmakta, toplumsal rızayı sosyolojik öge olarak tanımlamaktadırlar. Bkz. (Fallon,2005:1795-1796; Strauss,2005:1855).

⁵ Burada kaynağını demokrasi gibi sivil unsurlardan alan meşruiyet kastedilmektedir. Çünkü AB böylesi bir siyasal zeminde teşekkül etmiştir. Aksi halde tarihin ilk zamanlarında ve hatta Orta Çağ'da ve bazı istisnai örneklerle günümüzde meşruiyetin kaynağı teokratik de olabilmektedir. Tanrı krallar (Mısır firavunları), Tanrının oğulları (Çin hükümdarları), Allah'ın halifesi, Tanrı'nın seçtiği seçilmiş insan (Eski Türk Hanları, Kutsal-Roma imparatoru) gibi.

⁶ Bu çalışmada baş harfleri büyük yazılan "Uluslararası İlişkiler" ifadesi ile "Uluslararası İlişkiler disiplini" kastedilmektedir.

⁷ Weber meşruiyetin "rasyonel-yasal, geleneksel ve karizmatik" edimlerle kazanılabileceğini ifade etmektedir. Toplum tarafından hakikatler bütünü olarak kabul edilen *gelenek* içerdiği mistik nosyonlar ile Weber'e göre en eski meşruiyet kaynağıdır (Weber,1962:121). *Karizma* Weber'e göre Tanrı vergisi, sıra dışı ve olağanüstü bir yetenek olup, bireyin şahsından kaynaklanan bir meşruiyeti ifade etmektedir (Weber,1985:33). *Rasyonel-yasal* meşruiyet ise siyasal iktidarın yönetme hakkını herkesçe kabul edilen rasyonel (hukuki) kaidelerden almasını ifade etmektedir ve Weber rasyonel meşruiyeti sağlamış bir siyasal otoritenin "güç kullanma tekeline" sahip olduğunu ifade etmektedir. (Weber,1994:310-311.)

⁸ Aynı tasnifi Fritz Scharpf da yapmıştır. Scharpf'a göre sistem kaynaklı yetersizlikler *output krizi*, demokratik prosedüre ilişkin yetersizlikler ise *input krizi* olarak adlandırılmaktadır. Bkz. (Zürn,2000:2-3).

⁹ 1951'de imzalanan Paris Antlaşması ile kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) AB'nin kurulduğu ilk yapı değildir. AB'nin asıl başlangıcı 1957'de imzalanan Roma Antlaşmaları ile kurulan Avrupa Ekonomi Topluluğu (AET) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğudur (EURATOM). AKÇT ise bu entegrasyonu cesaretlendiren ilk ciddi girişim olmuştur. Ancak AKÇT'nin kurucularının aynı zamanda AET'yi kurmaları, sonraki anayasal antlaşmalarda sürekli atfı yapılması bu kurumları birbirinin ardılı olarak anılmaları gibi bir yanlışa neden olabilmektedir. Oysa ki, 23 Temmuz 1952'de yürürlüğe giren AKÇT 50 yıllık bir antlaşmaydı ve 23 Temmuz 2002 tarihine kadar varlığını devam ettirmiştir. AKÇT'nin sona ermesi Nice Antlaşmasına eklenen bir protokol ile ilan edilmiştir.: "AKÇT Antlaşması'nın Sona Ermesinin Finansal Sonuçları ve Kömür ve Çelik Araştırma Fonu'na Dair Protokol". Bkz. (Protocol on ECSC Treaty,2002).

¹⁰ Fransa ve Hollanda'nın Mayıs ve Haziran 2005'de yapılan referandumlar neticesinde Anayasa taslağına onay vermemesi, AB genelinde Anayasa Antlaşması'na dair bir ilgisizliğe neden olmuş, her iki ülkenin Birliğin kurucu üyelerinden olması sembolik olarak da tesir oluşturmuş, yaklaşık iki sene süresince Anayasa hakkında herhangi bir girişimde bulunulmamıştır. Oysa Anayasa taslağı metninin sonuç kısmında yer alan esnek bir maddeye göre (md. IV - 443); "Antlaşmanın imzalandığı tarihten itibaren iki yıl sonra (29 Ekim 2006) eğer üye devletlerin beşte dördünün onayına rağmen anayasa taslağını onaylamayan bir veya daha fazla üye devlet bulunursa Antlaşma Avrupa Konseyi'ne havale edilecek ve kararı Avrupa Konseyi verecektir". 2007 yılı itibariyle 18 üye devlet taslağı onaylamış, Fransa ve Hollanda reddetmiş, geriye kalan 7 üye devlet ise red ile sonuçlanan referandumlar neticesinde onay sürecini dondurduklarını ilan etmiştir. Bu 7 devletten asgari 3 tanesi de taslağı onaylasaydı IV-443 no.lu maddeye göre Anayasa taslağının akıbetine Avrupa Konseyi karar verecekti.

Alfabetik sıraya göre; **Onaylayan üye devletler:** Almanya, Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Estonya, Finlandiya, Güney Kıbrıs, İspanya, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Macaristan, Malta, Romanya, Slovakya, Slovenya, Yunanistan; **Reddeden üye devletler:** Fransa ve Hollanda; **Sürecini donduran üye devletler:** Çek Cumhuriyeti, Danimarka, İngiltere, İrlanda, İsveç, Polonya, Portekiz.

¹¹ "İşlevsellik-demokratik olma" tercihi performansı, dolayısıyla meşruiyeti etkilese de, işlevselliğin meşruiyeti desteklediğini düşünen görüşler de mevcuttur. Bu görüşlerden birine göre işlevsellik prensibinin üstünlüğüne ilaveten yönetimin örgüt normlarına uygun biçimde faaliyetlerini gerçekleştirmesi ve örgüt içerisindeki temsilin mümkün olduğunca farklı toplumsal tabakaları yansıtmaması uluslararası örgütlerde meşruiyetin kaynaklarını oluşturmaktadır. Bkz. (Junne,2001:191).

¹² Örneğin Hükümetlerarası Konferanslar (HAK). AB'de önemli zirveler öncesinde, kurucu antlaşmalar gibi önemli belgelerin hazırlanması aşamasında üye devletler arasında konsensüsü sağlamak amacıyla izlenen yöntem HAK olmuştur. Bu konferanslarda üye devlet temsilcileri görüşlerini açıklar, bu görüşler tartışılır ve nihayetinde ortak bir karar alınır, alınan bu karar imzalanacak antlaşmanın ya da şartın taslağı niteliğinde olurdu. HAK'lar halka kapalı olduğu için alınan kararlar halk meşruiyetinden yoksundur. Vatandaşların konferanslarda neler olduğundan haberdar olmaları mümkün değildir, tâ ki sonuç bildirisi yayınlanıncaya kadar. HAK'lar

neticesinde imzalanan antlaşmaların hemen imza ertesinde sivil toplum kuruluşlarının tartışılıyor olması ve en önemlisi alınan kararların halk meşruiyetinden uzak olması Birliği karar alma sürecinde, en azından hazırlık aşamasında farklı yöntemler izlemeye sevk etmiştir. Bu çerçevede Birliğin uygulamaya koyduğu yeni yöntem “konvansiyon” (convention) metodu olmuştur. İlk kez Temel Haklar Şartı’nın (2007) hazırlanmasında, ardından ise Avrupa Anayasası’nın hazırlanmasında kullanılan konvansiyonun HAK’tan en önemli farkı, HAK’da yalnızca hükümet ve devlet başkanları temsilcileri yer alırken, konvansiyonlarda hükümet ve devlet başkanları temsilcilerine ek olarak ulusal parlamento temsilcileri, Avrupa Parlamentosu temsilcileri ve bazı Birlik kurumları temsilcileri ile Avrupa sivil toplum kuruluşlarından da üyelerin olmasıdır. Örneğin; Avrupa Anayasasının hazırlanması esnasında oluşturulan konvansiyonda üye devletlerin hükümet ve devlet başkanlarını temsilen 15 temsilci, aday devletlerin hükümet ve devlet başkanlarını temsilen 13 temsilci, üye devletlerin ulusal parlamentolarını temsilen 30 temsilci, aday devletlerin ulusal parlamentolarını temsilen 26 temsilci, Avrupa Parlamentosu’ndan 16 üye ve Avrupa Komisyonu’ndan 2 temsilci olmak üzere toplam 105 temsilciden, ayrıca gözlemci ve dolaylı katılımcı olarak Ekonomik ve Sosyal Komite’den 3 temsilci, Bölgeler Komitesi’nden 6 temsilci, Sivil Toplum Kuruluşları’ndan (Deklarasyonda *civil society* olarak ifade edilmiştir) 3 temsilci ve Avrupa Ombudsmanı olmak üzere toplam 118 üye bulunmaktaydı. Bkz. <http://european-convention.eu.int/EN/organisation/organisation2352.html?lang=EN>

¹³ Comitology, kısaca Komite Prosedürü olarak tanımlanabilir. Konsey ve Parlamento’nun yasama sürecine dahil olmayıp, Komisyon’un yürütme işlevlerine dahil olan birtakım AB düzenlemesi olarak tanımlanabilir. Komite Prosedüründe, Komisyon Konsey kararlarını uygulamak için kendisine verilen yetkileri, bünyesinde faaliyet gösteren komiteler vasıtasıyla hayata geçirmektedir.

<http://www.euractiv.com/en/governance/comitology/article-117454>. Ayrıca bkz.

<http://www.ikv.org.tr/sozluk2.php?ID=1173>.

¹⁴ Kimlik krizinin ortaya çıkış nedenleri ve *ben*’in bu kriz sendromunu aşma kabiliyeti hakkında önemli bir tespit için bkz. (Bloom,1990).

¹⁵ Seçimlerde katılımın en yüksek olduğu ilk üç ülke sırasıyla yüzde 90,81 ile Belçika, yüzde 89 ile Lüksemburg, yüzde 84,4 ile Malta olmuştur. Seçimlere en düşük katılımın gerçekleştiği ilk üç ülke ise yüzde 17 ile Slovakya, yüzde 20,88 ile Polonya ve yüzde 26,8 ile Estonya olmuştur. http://www.elections2004.eu.int/ep-election/sites/en/results1306/turnout_ep/graphical.html.

¹⁶ [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/000cdcd9d4/Turnout-\(1979-2009\).html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/000cdcd9d4/Turnout-(1979-2009).html)

¹⁷ Kavramlardan birincisi coğrafi anlamda daha fazla devleti sınırları içerisine almayı, dolayısıyla hacimsel büyümeyi ifade ederken; ikincisi özellikle Maastricht Antlaşması ile anılan ekonomik entegrasyondan siyasi entegrasyona geçiş sürecini ve siyasi bütünleşmenin kat ettiği mesafeyi karşılamaktadır (Dehauss,Weiler,1992:242-246).

¹⁸ Lizbon Antlaşması ile Avrupa Birliği Konseyi (Zirve) ve Bakanlar Konseyi şeklinde iki ayrı organ şeklinde yeniden yapılandırılmıştır.

¹⁹ Onaylayan, reddeden ve süreci donduran devletlerin listesi için 10 numaralı sonnota bakınız.

²⁰ Bkz. Official Journal of the European Communities, “Treaty of Nice, Amending the Treaty on European Union, the Treaties Establishing the European Communities and Certain Related Acts”, No. 2001/C 80/01, 10/03/2001, ss. 85-86.

²¹ Laeken Deklarasyonu için bkz. http://europa.eu.int/constitution/futurum/documents/offtext/doc151201_en.htm. Ayrıca bkz. European Council, “European Council Meeting in Laeken: 14-15 December 2001”, Presidency Conclusions, No. SN 300/1/01 REV 1, Brussels, 14/12/2001, ss. 20-27.

²² Madde numaraları 2012 yılında konsolide edilmiş Antlaşma metnine göre yazılmıştır.

²³ Konsey’de uygulanacak nitelikli çoğunluk uygulaması 1 Kasım 2014 itibariyle geçerli olacaktır. Buna göre geçerli oy içinin aranan nitelik %55 olup, bu %55’lik oyun üye devletlerin en az 15’ini, Birlik nüfusunun da %65’ini temsil ediyor olması gerekmektedir (md. 16.4).

²⁴ Harflerle yapılan adlandırma 1992’de imzalanan metindeki maddeleme usulüdür, rakamlarla yapılan adlandırma ise 2002’de revize edilmiş halinde kullanılan usuldür.

²⁵ Maastricht Antlaşması’nın 2012 yılı konsolide edilmiş versiyonundaki en son hali ile değişmiş madde numaraları kullanılmıştır.

²⁶ Parantez içerisinde verilen “öncelikle” ifadesi Çalış’ın kitabından alıntı yapılan orijinal metinde bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- “Protocol on the Financial Consequences of the Expiry of the ECSC Treaty and on the Research Fund for Coal and Steel”. (2002), “Treaty of Nice: Amending the Treaty on European Union, The Treaties Establishing The European Communities and Certain Related Acts” içerisinde, (OJ C 80,10.03.2001).
- ANDERSEN, Svein S., BURNS, Tom R. (1996), “The European Union and the Erosion of Parliamentary Democracy: A Study of Post-parliamentary Governance”, The European Union: How Democratic Is It?, (Ed.) Svein S. Andersen, Kjell A. Eliassen, Sage Publications, London.
- ANDERSON, Benedict. (1995), Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması, Çev. İskender Savaşır, Metis Yayınları, İstanbul.
- ARCHER, Clive, NUGENT, Neill. (2006), “Introduction: Does the Size of Member States Matter in the European Union?”, European Integration, Vol. 28, No. 1, ss. 3-6.
- ARON, Raymond. (1990), Democracy and Totalitarianism, Ann Arbor Paperback, Ann Arbor.
- ATTALIDES, Michalis (2002), Addressing the Democratic Deficit, at the Conference on “The European Union in the 21st Century”, co-organised by the European Institute of Cyprus and Intercollege Nicosia, 14 June 2002.
- BANCHOFF, Thomas, SMITH, Mitchell P. (1999), “Conceptualizing Legitimacy in a Contested Polity”, Legitimacy and the European Union, (Ed.) Mitchell Smith, Routledge, Florence, USA.
- BAYART, Jean-François. (1999), Kimlik Yanılsaması, Çev. Mehmet Moralı, Metis Yayınları, İstanbul.
- BAYKAL, Sanem. (2004), “Avrupa Birliği'nin Geleceği: Meşruiyet Sorunu, Anayasalaşma Süreci ve Bütünleşmenin Nihai Hedefi”, Uluslararası İlişkiler Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, ss. 119-153.
- BEALEY, Frank. (1999), The Blackwell Dictionary of Political Science, Blackwell Publishers, Oxford.
- BEETHAM, David, LORD, Christopher. (1998), Legitimacy and the EU, Longman, New York.
- BEETHAM, David. (1991), The Legitimation of Power, Macmillan, London.
- BEETHAM, David. (2004), “Freedom as the Foundation”, Journal of Democracy, Vol. 15, No. 4, ss. 61-75.
- BIRKINSHAW, P., ASHAIGBOR, D. (1996), “National Participation in Community Affairs: Democracy, The UK Parliament and the EU”, Common Market Law Review, Vol. 33, No. 3, ss. 499-529.
- BLOOM, William. (1990), Personal Identity, National Identity and International Relations, Cambridge University Press, Cambridge.
- BOROCZ, Jozsef, SARKAR, Mahua. (2005), “What is the EU?”, International Sociology, Vol. 20, No. 2, ss. 153-173.
- BRAY, Robert. (2005), Constitutional Law of the European Union, Sweet&Maxwell, London.
- BRUNKHORST, Hauke. (2006), “The Legitimation Crisis of the European Union”, Constellations, Vol. 13, No. 2, ss. 165-180.

- CHRYSSOCHOOU, Dimitris N. (2001), "Models of Democracy and the European Polity", <http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/strategies/civic1-01.pdf>
- COICAUD, Jean-Marc. (2002), *Legitimacy and Politics*, Cambridge University Press, New York.
- COPLIN, William. (1964), "International Law and Assumptions about the State System", *World Politics*, Vol. 17, No. 4, ss. 615-634.
- COUDENHOVE-KALERGI, Count Richard. (1931), "The Pan-European Outlook", *International Affairs*, Vol. 10, No. 5, ss. 638-651.
- COUDENHOVE-KALERGI, Count Richard. (1939), "Europe To-Morrow", *International Affairs*, Vol. 18, No. 5, ss. 623-640.
- COULTRAP, John. (1999), "From Parliamentarism to Pluralism: Models of Democracy and the European Union's 'Democratic Deficit'", *Journal of Theoretical Politics*, Vol. 11, No. 1, ss. 107-135.
- Council of the European Union. (2007), "Brussels European Council: 21-22 June 2007", Presidency Conclusions, No. 11177/07, Brussels.
- CRAIG, P., de BURCA, G. (2003), *EU Law: Texts, Cases and Materials*, Oxford University Press, Oxford.
- ÇALIŞ, Şaban H. (2001), "Ulus, Devlet, Kimlik Labirentinde Türk Dış Politikası", *Türkiye'nin Dış Politika Gündemi: Kimlik, Demokrasi, Güvenlik*, (Ed.) Şaban Çalış vd., Liberte Yayınları, Ankara.
- ÇALIŞ, Şaban H. (2006), *Hayaletbilimi ve Hayali Kimlikler: Neo-Osmanlılık, Özal ve Balkanlar*, 3. Baskı, Çizgi Kitabevi, Konya.
- ÇALIŞ, Şaban H., vd. (2006), "Avrupa Birliği: Tarihi, Kurumları ve Niteliği", *Uluslararası Örgütler ve Türkiye*, (Ed.) Şaban H. Çalış, vd., Çizgi Kitabevi, Konya.
- ÇELEBİ, Aykut. (2002), *Avrupa: Halkların Siyasal Birliği*, Metis Yayınları, İstanbul.
- ÇETİN, Halis. (2003), "İktidar ve Meşruiyet", *Siyaset*, (Ed.) Mümtazer Türköne, Lotus Yayınevi, Ankara.
- DAHL, Robert. (1989), *Democracy and Its Critics*, Yale University Press, New Haven.
- DAHL, Robert. (1999), "Can International Organizations Be Democratic? A Skeptic's View", *Democracy's Edges*, (Ed.) Ian Shapiro, Casiano Hacker-Cordon, Cambridge University Press, Cambridge.
- DAHL, Robert. (2001), *Demokrasi Üstüne*, Çev. Betül Kadioğlu, Phoenix Yayınevi, Ankara.
- DAHRENDORF, Ralf. (2003), "The Challenge for Democracy: Making Sense of the EU", *Journal of Democracy*, Vol. 14, No. 4, ss. 101-114.
- DAVIES, Norman. (2006), *Avrupa Tarihi*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Kitabevi, Ankara.
- DEHAUSSE, Renaud, WEILER, Joseph H. (1992), "The Legal Dimension", *The Dynamics of European Integration*, (Ed.) William Wallace, The Royal Institute of International Affairs, New York.
- DELANTY, Gerard. (2004), *Avrupa'nın İcadı*, Çev. Hüsamettin İnaç, Adres Yayınları, Ankara.
- DELGADO-MOREIRA, Juan. (2000), *Multicultural Citizenship of the European Union*, Ashgate Publishing Limited, Hampshire.

- DEVELLİOĞLU, Ferit. (2005), *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat: Eski ve Yeni Harflerle*, 22. Baskı, Aydın Kitabevi, Ankara.
- EASTON, David. (1979), *A System Analysis of Political Life*, University of Chicago Press, Chicago.
- ERDENİR, F. H. Burak. (2005), *Avrupa Kimliği: Pan-Milliyetçilikten Post-Milliyetçiliğe, Ümit Yayınları*, Ankara.
- ERIKSEN, Erik Oddvar, FOSSOM, John Erik. (2002), "Democracy Through Strong Publics in the European Union?", *Journal of Common Market Studies*, Vol 40. No. 3, ss. 401-424.
- ESTELLA, Antonio. (2005), "Constitutional Legitimacy and Credible Commitments in the European Union", *European Law Journal*, Vol. 11, No. 1, ss. 22-42.
- FAIST, Thomas. (2003), "Avrupa Birliği İçinde Toplumsal Yurttaşlık: İç İç Geçmiş Yurttaşlık", *Uluslararası İlişkilerde Sınır Tanımayan Sorunlar: Göç, Yurttaşlık, İnsan Hakları, Toplumsal Cinsiyet, Küresel Adalet ve Güvenlik*, (Ed.) Ayhan Kaya, Günay Göksu Özdoğan, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- FALLON, Richard H. (2005), "Legitimacy and the Constitution", *Harvard Law Review*, Vol. 118, No. 6, ss. 1789-1853.
- FLYNN, Jeffrey. (2004), "Communicative Power in Habermas's Theory of Democracy", *European Journal of Political Theory*, Vol. 3, No. 4, ss. 433-454.
- FRANCK, Thomas M. (1988), "Legitimacy in the International System", *The American Journal of International Law*, Vol. 82, No. 4, ss. 705-759.
- FRANCK, Thomas M. (1992), "The Emerging Right to Democratic Governance", *The American Journal of International Law*, Vol. 86, No. 1, ss. 46-91.
- FUKUYAMA, Francis. (2005), *Devlet İnşası: 21. Yüzyılda Dünya Düzeni ve Yönetişim*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- GEORGE, Stephen, BACHE, Ian (2001), *Politics in the European Union*, Oxford University Press, New York.
- GIORGI, Liana, POHORYLES, Ronald J. (2005), "Challenges to EU Political Integration and the Role of Democratization", *Innovation*, Vol. 18, No. 4, ss. 407-418.
- GOZI, Sandro. (2001), "Does the EU Institutional Triangle Have a Future", *The International Spectator*, Vol. 36., No. 1, ss. 39-49.
- GRAEGER, Nina. (1994), *European Integration and the Legitimation of Supranational Power*, Department of Political Science, Oslo.
- HABERMAS, Jürgen. (2004), *Legitimation Crisis*, Çev. Thomas McCarthy, Polity Press, Cambridge.
- HABERMAS, Jürgen. (2002), *Öteki Olmak, Öteki ile Yaşamak*, Çev. İlknur Aka, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- HALLSTEIN, Walter. (1962), *United Europe: Challenge and Opportunity*, Oxford University Press, London.
- HALLSTROM, Lars K. (2003), "Support for European Federalism? An Elite View", *European Integration*, Vol. 25, No. 1, 2003, ss. 51-72.
- HAYES-RENSHAW, Fiona. (1995), "The Role of the Council", *The European Union: How Democratic Is It?*, (Ed.) Svein Andersen, Kjell A. Eliassen, Sage Publications, London.

- HELD, David. (2004), "Democratic Accountability and Political Effectiveness from a Cosmopolitan Perspective", *Government and Opposition*, Vol. 39, No. 2, ss. 364-391.
- HORTON, John. (1992), *Political Obligation*, Macmillan, Basingstoke.
- HUNTINGTON, Samuel P. (1996), *Üçüncü Dalga*, Çev. Ergun Özbudun, Yetkin Yayınları, Ankara.
- INGLEHART, Ronald. (1967), "An End to European Integration?", *The American Political Science Review*, Vol. 61, No. 1, ss. 91-105.
- JUNNE, G. C. A. (2001), "International Organizations in a Period of Globalization: New (problems of) Legitimacy", *The Legitimacy of International Organizations*, (Ed.) Jean-Marc Coicaud, Veijo Heiskanen, United Nations University Press, New York.
- KAASE, Max. (1988), "Political Alienation and Protest", *Comparing Pluralist Democracies*, (Ed.) Mattei Dogan, Westview Press, London.
- KAPANİ, Münci. (2003), *Politika Bilimine Giriş*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- KEOHANE, Robert O. (2002), "Ironies of Sovereignty: The European Union and the United States", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 40, No. 4, ss. 743-765.
- KEOHANE, Robert O., HOFFMANN, Stanley. (1991), "Institutional Change in Europe in the 1980s", *The New European Community: Decisionmaking and Institutional Change*, (Ed.) Robert O. Keohane, Stanley Hoffmann, Westview Press, Boulder.
- KERSBERGEN, Kees Van, WAARDEN, Frans Van. (2004), "'Governance' as a Bridge Between Disciplines: Cross-Disciplinary Inspiration Regarding Shifts in Governance and Problems of Governability, Accountability and Legitimacy", *European Journal of Political Research*, Vol. 43, No. 2, ss. 143-171.
- KRATOCHWIL, Friedrich. (2006), "On Legitimacy", *International Relations*, Vol. 20, No. 3, ss. 302-308.
- LANE, J. E. (1996), *Constitutions and Political Theory*, Manchester University Press, Manchester.
- LINZ, Juan J. (1988), "Legitimacy of Democracy and the Socio-Economic System", *Comparing Pluralist Democracies*, (Ed.) Mattei Dogan, Westview Press, London.
- LIPSET, Seymour Martin. (1963), *Political Man*, Mercury Books, London.
- LORD, Christopher, MAGNETTE, Paul. (2004), "E Pluribus Unum? Creative Disagreement About Legitimacy in the EU", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 42, No. 1, ss. 183-202.
- LORD, Christopher. (1998), *Democracy in the European Union*, Sheffield Academic Press, Sheffield.
- MAVRIKOS, Tina. (1995), "The Question of Legitimacy", *Journal of Modern Greek Studies*, Vol. 13, No. 2, ss. 251-269.
- MERELMAN, Richard M. (1966), "Learning and Legitimacy", *American Political Science Review*, Vol. 60, No. 3, ss. 548-561.
- MORAVCSIK, Andrew. (1998), *The Choice for Europe. Social Purpose and State Power from Messina to Maastricht*, Cornell University Press, New York.
- MORAVCSIK, Andrew. (2001), "Despotism in Brussels? Misreading the European Union", *Foreign Affairs*, Vol. 80, No. 3, ss. 114-121.

- MORAVCSIK, Andrew. (2002), "In Defence of the 'Democratic Deficit': Reassessing Legitimacy in the European Union", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 40, No. 4, ss. 603-624.
- MORAVCSIK, Andrew. (2004), "Is There a 'Democratic Deficit' in World Politics? A Framework for Analysis", *Government and Opposition*, Vol. 39, No. 2, ss. 336-363.
- MORIN, Edgar. (1995), *Avrupa'yı Düşünmek*, Çev. Şirin Tekeli, Afa Yayınları, İstanbul.
- MULLER, Edgar N. (1970), "Correlates and Consequences of Beliefs in the Legitimacy of Regime Structures", *Midwest Journal of Political Science*, Vol. 14, No. 3, ss. 392-412.
- NUGENT, Neill. (1991), *The Government and Politics of the European Community*, Duke University Press, Durham.
- Official Journal of the European Communities. (2001), "Treaty of Nice, Amending the Treaty on European Union, the Treaties Establishing the European Communities and Certain Related Acts", No. 2001/C 80/01.
- PAGDEN, Anthony. (2002), "Europe: Conceptualizing a Continent", *The Idea of Europe: From Antiquity to the European Union*, (Ed.) Anthony Pagden, Woodrow Wilson Center Press & Cambridge University Press, Cambridge.
- PATEMAN, Carole. (1985), *The Problem of Political Obligation*, Polity, Cambridge.
- PUCHALA, Donald J. (1971), "Of Blind Men, Elephants and International Integration", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 10, No. 3, ss. 267-284.
- PUIG, Gonzalo Villalta. (2003), "The European Constitution: Past and Future", [www.anu.edu.au/NEC/Puig_Constitution .pdf](http://www.anu.edu.au/NEC/Puig_Constitution.pdf), National Europe Center Paper No. 115, 28 November 2003.
- ROTSCHILD, Joseph. (1977), "Observations on Political Legitimacy in Contemporary Europe", *Political Sciences Quarterly*, Vol. 92, No. 3, ss. 487-501.
- SCHARPF, Fritz. (1999), *Crisis and Choice in European Social Democracy*, Cornell University Press, New York.
- SCHMIDT, Vivien A. (2004), "The European Union: Democratic Legitimacy in a Regional State?", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 42, No. 5, ss. 975-997.
- SCHULZE, Hagen. (2005), *Avrupa'da Ulus ve Devlet*, Çev. Timuçin Binder, Literatür Yayınları, İstanbul.
- SCRUTON, Roger. (1982), *A Dictionary of Political Thought*, The Macmillan Press, London.
- SINCLAIR, John. (1995), "Legitimate", *Collins Cobuild English Dictionary*, Harper Collins Pub., London.
- SMITH, Anthony. (2004), *Milli Kimlik*, Çev. Bahadır Sina Şener, İletişim Yayınları, İstanbul.
- STEBER, Horst. (2001), "Europe-Quo Vadis? Reflections on the Future Institutional Framework of the European Union", *The World Economy*, Vol. 25, No. 1, ss. 1-32.
- STEFFEK, Jens. (2000), "The Power of Rational Discourse and the Legitimacy of International Governance", *EUI Working Paper 2000/46*, RSC, European University Institute, http://www.eui.eu/RSCAS/WP-Texts/00_46.pdf.
- STEFFEK, Jens. (2004), "Why IR Needs Legitimacy: A Rejoinder", *European Journal of International Relations*, Vol. 10, No. 3, ss. 485-490.

- STERNBERGER, Dolf. (1968), "Legitimacy", *International Encyclopedia of Social Sciences*, (Ed.) David L. Sills, Macmillan Company, New York.
- STONE-SWEET, Alec, SANDHOLTZ, Wayne. (1998), "Integration, Supranational Governance and the Institutionalization of the European Polity", *European Integration and Supranational Governance*, (Ed.) Wayne Sandholtz, Alec Stone-Sweet, Oxford University Press, Oxford.
- STRAUSS, David A. (2005), "Reply: Legitimacy and Obedience", *Harvard Law Review*, Vol. 118, No. 6, ss. 1854-1866.
- TSAKATIKA, Myrto. (2005), "Claims to Legitimacy: The European Commission Between Continuity and Change", *Journal of Common Market Studies*, Vol. 43, No. 1, ss. 193-220.
- URBAN, Anna. (2003), "EU Enlargement, EU Identity, Culture and National Identity in the Eastern Regions", *European Integration Studies*, Vol. 2, No. 2, ss. 45-51.
- WALLACE, Helen. (1993), "Deepening and Widening: Problems of Legitimacy for the EC", *European Identity and the Search for Legitimacy*, (Ed.) S. Garcia, Pinter, London.
- WALLACE, William, SMITH, Julia. (1995), "Democracy or Technocracy?: European Integration and the Problem of Popular Consent", *West European Politics*, Vol. 18, No. 3, ss. 137-157.
- WARLEIGH, Alex. (2003), *Democracy in the European Union*, Sage Publications, London.
- WEBER, Max. (1962), *Basic Concept of Sociology*, Çev. H. P. Secher, Citadel Press, New York.
- WEBER, Max. (1978), *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, California University Press, California.
- WEBER, Max. (1985), "Legitimacy, Politics and the State", *Legitimacy and the State*, (Ed.) William Connolly, New York University Press, New York.
- WEBER, Max. (1994), "The Profession and Vocation of Politics", *Weber-Political Writings*, (Ed.) Peter Lassman, Ronald Speiers, Cambridge University Press, Cambridge.
- WEILER, Joseph. (1992), "After Maastricht: Legitimacy in Post-1992 Europe", *Singular Europe: Economic and Polity of the EC After 1992*, (Ed.) William James Adams, University of Michigan Press, Michigan.
- WEINER Alan S. (2006), "Use of Force and Contemporary Security Threats: Old Medicine for New Ills?", *Standford Law Review*, Vol. 59, No. 1, ss. 415-504.
- WESSELS, Wolfgang, "The Modern West European State and the European Union: Democratic Erosion or a New Kind of Polity?", *The European Union: How Democratic Is It?*, (Ed.) Svein S. Andersen, Kjell A. Eliassen, Sage Publications, London.
- WOOD, Anthony. (1991), *Europe: 1815-1960*, Longman, Essex.
- WOOLF, Henry Boosley. (1980), "Legitimacy, Legitimate", *Webster's New Colligate Dictionary*, G&C Merriam Company, Massachusetts.
- YURDUSEV, A. Nuri. (1997), "Avrupa Kimliğinin Oluşumu ve Türk Kimliği", *Türkiye ve Avrupa*, (Ed.) Atilla Eralp, İmge Kitabevi, Ankara.
- ZÜRN, Michael. (2000), "Democratic Governance Beyond the Nation-State: The EU and Other International Institutions", *European Journal of International Relations*, Vol. 6, No. 2, ss. 183-221.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE DAĞLIK KARABAĞ

Emine Vildan ÖZYILMAZ*

Öz:

Dağlık Karabağ sorunu, Azerbaycan ve Ermenistan arasında, etnik ve teritoryal gerekçelerle temellendirilen, yaklaşık ikiyüzyıllık geçmişi olan bir ihtilaftır. Geline nokta Ermenistan, Dağlık Karabağ ile birlikte Azerbaycan topraklarının % 20'lik bir kısmını herhangi bir hukuki dayanağı olmaksızın işgal etmiştir. Günümüzde söz konusu sorun, uluslararası kurumların aracılığında çözüm beklemektedir.

Çalışmamızın amacı, Karabağ sorununu geçmişten günümüze, tarihi bir bütünlük içerisinde ele almaktır. Bu amaçla, öncelikli olarak "Karabağ" bölgesinin, coğrafi sınırları ve ekonomik kaynakları incelenmektedir. Böylelikle, söz konusu bölgenin, her iki ülke için ne ifade ettiği anlaşılmaya çalışılmaktadır. Ardından, söz konusu bölge, tarihi bir bütünlük içerisinde demografik yapı ve hüküm süren siyasal iktidarlar açısından ele alınmaktadır. Bu noktada sorunun asıl kaynağının zikredilen taraflar olup olmadığı ve sorunu tetikleyen diğer muhtemel aktörlerin rolü araştırılmaktadır. Ardından söz konusu sorunun çözümü noktasında atılan adımlar ve alınan sonuçlar değerlendirilmektedir.

Bunun yanı sıra, çalışmamızda, Dağlık Karabağ sorunun günümüzdeki son durumu ve tarafların söz konusu çatışmadan nasıl etkilendikleri üzerinde durulmaktadır. Bu noktada söz konusu sorunun günümüzdeki aktörleri nedenleri ile beraber incelenmektedir. Yüzyılları aşan bu sorunun, maddi ve manevi açıdan her iki ülkeye kazandırdığı faydalar ve kaybettirdiği zararlar değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dağlık Karabağ, Azerbaycan, Ermenistan, Rusya

* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Sosyal Bilimler Bölümü, Doktora Programı, v.ozyilmaz@gmail.com

FROM PAST TO PRESENT NAGORNO-KARABAKH

Abstract:

The problem of Nagorno-Karabakh between Azerbaijan and Armenia traced back to almost two hundred years ago arises from ethnic and territorial reasons. Through capturing Nagorno-Karabakh, Armenia currently occupies 20 percent of Azerbaijani territories without representing any legal bases. In the present day, the problem still awaits for the solution via international organizations.

This study aims to investigate the Nagorno-Karabakh question in a historical approach. For that reason, first, geographic and economic resources of Nagorno-Karabakh are presented to understand the importance of the region for two conflicting countries. At that point, the origins of the problem are explored through comparing the two countries 'attitudes and other actors' roles. Second, steps taken by all the sides will be discussed.

Additionally, this study elaborates the current situation in Nagorno-Karabakh and how two sides are affected from the conflict. Moreover, through this study it is aimed to found out how this hundreds of years old conflict has influenced these two countries from the physical and inner aspects.

Keywords: Nagorno-Karabakh, Azerbaijan, Armenia, Russia.

GİRİŞ

Dağlık Karabağ sorunu, XIX. Yüzyıl başlarında meydana gelen Azerbaycan-Ermenistan anlaşmazlığının devamı olarak günümüze kadar gelmiştir.

Azerbaycan ile Ermenistan arasında sürüp gelen söz konusu iki asırlık problem, özünde XVIII. yüzyıl başlarında Rusya'nın bölge ile ilgili politikaları doğrultusunda oluşturulmuş yapay bir sorundur. Buna göre XVIII. yüzyıldan itibaren, Rusya'nın yayılcı politikaları doğrultusunda bölgenin demografik yapısı alt-üst edilerek, söz konusu bölge problemlili hale getirilmiştir. Taraflar arasındaki etnisite-milli sınırlar iddiaları çerçevesinde giderek büyüyen problem, günümüzde, küresel aktörlerin de dahil olmasıyla, Rusya'nın tek başına arabuluculuğunu aşan uluslararası bir boyut kazanmıştır.

Günümüzde, hukuki bir dayanağı olmaksızın, Azerbaycan'ın %20'lik toprak parçasıyla birlikte Ermenistan tarafından işgal edilen Dağlık Karabağ, BM teşkilatının gündeminde çözüm bekleyen sorunlardan biridir. "Büyük Ermenistan" iddiasıyla, Azerbaycan'dan koparılıp işgal edilen bölge, fiilen Ermenistan Cumhuriyeti'nin sınırları içerisine dahil edilmiştir. Bu bölgede yaşayan bir milyonu aşkın Azeri Türkü ise yurtlarından sürülmüştür.

Günümüzde Dağlık Karabağ bölgesindeki anlaşmazlıklar, taraflar arasında, coğrafi ve tarihi olarak farklı gerekçelerle temellendirilmektedir. Bu sebeple çalışmamızda söz konusu bölgedeki anlaşmazlığın altında yatan sebepleri tespit edebilmek amacıyla, öncelikli olarak, bölgenin coğrafi ve demografik özellikleri üzerinde durulacaktır. Bunun yanı sıra tarihi anlamda bölgenin geçmişi ve bölgede hakim olan unsurlar ele alınacaktır. Bölge ile ilgili genel bir çerçeve çizildikten sonra, XVIII. yüzyılın ortalarından itibaren bölgede hakim olan süreçler, belirli tarihi dönemler itibarıyla ele alınacaktır. Böylelikle başlangıç itibarıyla Rusya'nın kendi içinde bir iskan ve denge politikası olan meselenin, nasıl olup da yıllar içerisinde Azerbaycan ve Ermenistan'ı da aşarak tüm dünyanın gündeminde olan bölgesel bir sorun haline geldiği sorusuna cevap aranacaktır.

I) COĞRAFİ OLARAK KARABAĞ

Karadeniz'in doğusundaki Taman yarımadasından Hazar Denizi'nin batısındaki Apşeron yarımadasına kadar uzanan dağlık bölge, Kafkasya olarak adlandırılmaktadır. Kafkasya'nın doğusu Asya kıtasında, batısı ise Avrupa kıtasında yer almaktadır (Gökçe, 1979:5). Karabağ ise Kafkas dağlarının güney doğusunda yer alan bölgede bulunmaktadır.

Gerek Sovyetler Birliği döneminde, gerekse daha önceki dönemlerde her yönüyle Azerbaycan'ın bir parçası olarak kabul edilen Dağlık Karabağ, eski Karabağ vilayetinin yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. Ancak günümüzde konuyu ele alanlar, bölgeyi kısaca “Karabağ” şeklinde adlandırmaktadırlar. Bu sebeple biz de kavram kargaşası olmaması açısından asıl adı “Dağlık Karabağ” olan bölgeye kısaca “Karabağ” demeyi uygun görmekteyiz.

XIII. ve XIV. yüzyıllarda Karabağ'ın sınırları güneyde Araz, kuzeydoğuda Hakari nehrine, kuzeybatıda Zegamçay'a, kuzey ve kuzeydoğuda Kura nehrine (Şirvana bölgesi), güneydoğuda ise Gustaşfi'ye kadar uzanmaktaydı. Dönemin coğrafyası ile ilgili bilgi veren tarafsız ve birinci el kaynaklarda, tarihi olarak Arran eyaletinin bir bölgesi olan Karabağ, Ermeni bölgesine, sınır olarak gösterilmektedir. Kura ve Araz sularıyla sulanan Karabağ toprakları, yüksek ürün veren verimli bir bölge olup, domuz besiciliği için son derece elverişli idi. Bunun yanı sıra tarihi olarak dünyada en iyi ipeğin Karabağ'da, Kura nehrinin kenarında üretildiği rivayet edilmektedir (Piriye, 2012:14-15).

4392 km²'lik Karabağ, coğrafi olarak Azerbaycan Cumhuriyeti'nin batı kısmında; Kür, Aras nehirleriyle günümüzde Ermenistan sınırları içinde bulunan Gökçe gölü arasındaki dağlık bölge ile bu bölgeye bağlı ovalardan oluşan bir yerdir (Aslanlı, 2001:393; Yalçınkaya, 2006:130). 1990'lı yıllarda bölgenin Ermenistan tarafından işgaline kadar, Dağlık Karabağ Özerk Bölgesi, bütünüyle Azerbaycan toprakları ile kuşatılmış olup başka bir ülke ile herhangi bir sınırı bulunmamaktaydı (Yalçınkaya, 2006:129). Bölgede ortalama sıcaklık 0-10 °C, ortalama yıllık yağış oranı ise 600-1200 mm'dir. Coğrafi güzelliği ile dikkat çeken bölgenin Turşusu ve Şırlan gibi dünyaca ünlü soğuk mineral su kaynakları bulunmaktadır. Bölge ayrıca maden yatakları, orman ürünleri ve tatlı su balıkçılığı açısından önemli bir merkezdir. 210000 hektar tarıma elverişli arazi bulunan Karabağ, metrekare olarak Azerbaycan'ın % 5'i kadardır (Gökçe, 2011: 1112; Attar, 2003:2). Ancak günümüzde Karabağ'ın ekonomik durumunun pek de iyi olduğu söylenemez. Karasal iklimin hakim olduğu bölgenin ekonomisi sınırlı sayıda meyve, tahıl ve hayvancılığa dayanmakta olup bölgede küçük çapta sanayi tesisleri de bulunmaktadır (Yalçınkaya, 2006: 129).

Karabağ bölgesi, ekonomik açıdan sınırlı olmakla birlikte, coğrafi konumu itibarıyla Ermenistan ve İran'ı kontrol edebilecek jeopolitik bir öneme sahip bir noktada bulunmaktadır (Aslanlı, 2001:393). Bu sebeple söz konusu bölge hakkındaki anlaşmazlık, ekonomik olmaktan ziyade tarihi ve politik temelli olarak değerlendirilebilir.

II) TARİHİ OLARAK KARABAĞ

Kafkasya'daki en önemli yerleşim merkezlerinden olan Azerbaycan'ın, göçebeler için en verimli bölgesi Karabağ olmuştur. Tarihi olarak miladın başlarından itibaren Türk göçlerinin bölgeye yönelmesiyle, bölgede ağırlıklı olan etnik unsurun Türkler olduğu belirtilmektedir. Karabağ'a yerleşen ilk kavimlerin, Türk oldukları iddia edilen İskit/Sakalar olduğu bilinmektedir. (Yazıcı, 2011:50-51; Öztürk, 2007:7-11). Saka boylarından biri olan Varsaklar veya Arsaklar, Karabağ bölgesinin tamamına hakim olarak, uzun yıllar burayı yurt edinmişlerdir (Attar, 2003:3-4).

Bizzat Ermeni kaynaklarında, tarihi olarak Alban ülkesinin bir eyaleti olarak gösterilen Karabağ, Arsak adıyla anılmaktadır. Ermeni kaynakları Arsak'ta eskiden beri sırasıyla, Saklar, Gargarlar/Gargalar, Utiler, Hunlar, Hazarlar ve Basiller'in oturduğunu belirtmektedir. Biraz önce de ifade ettiğimiz gibi burada adları geçen kavimlerden Sakalar'ın Türk olduğuna dair ciddi tezler ileri sürülmektedir. Bununla birlikte son üç topluluğun Türk olduğu kesindir (Attar, 2003:4).

XI. yüzyılın ortalarında bölgeye Oğuzlar gelmişlerdir. Otlak sahalarının zenginliği sebebiyle, Oğuz boylarının bu bölgede yoğun bir şekilde yerleştiği belirtilmektedir. Sayıları artan ve güçlenen Oğuz boyları, doğu sınırını Kür nehrine doğru uzatmaya çalışan Bizans İmparatorluğu'nu durdurmayı başarmışlardır. İyice yoğunlaşan Türk akınları ile Karabağ, Azerbaycan'la birlikte Selçuklular'ın hakimiyetine geçmiştir. Bu dönemde Alparslan'ın Karabağ'ı kışlık başkent olarak seçtiği belirtilmektedir (İşyar, 2004:120-121). Selçuklular'ın ardından Azerbaycan Atabeyleri'nin hakimiyetine geçen Karabağ, Moğol istilasının ardından İlhanlı Devleti'nin en önemli karargah merkezi olmuştur. İlhanlı Devleti dönemine, devletin merkezi Tebriz olurken, yaz mevsiminde Karabağ kullanılmıştır. Bu dönemde, Azerbaycan'ın tümüne yakın kısmının Türk unsurların hakimiyeti altında olduğu belirtilmektedir (Taşkiran, 1995:57). Bölge, Türkmen devletleri döneminde önce Karakoyunlu, ardından da Akkoyunlu devletlerinin idaresine geçmiştir. Safeviler döneminde ise Gence Beylerbeyliği'nin bir vilayeti olarak yine Türklerin kontrolünde bulunmuştur (Attar, 2003:4).

XIII. Yüzyılda Moğol istilası öncesinde, bölgenin sakinlerinin Türkçe konuşan halklardan ibaret olduğu belirtilmektedir. Dönemin kaynak kitabı olan "Acayibü'd-Dünya"da, Arran bölgesindeki Türkler, 100 bine yakın süvarisi olan en büyük etnik unsur olarak gösterilmektedir. Kitapta Türklerin yanı sıra Azerbaycan bölgesi ve Karabağ'da bazı Moğol-Tatarları grubu ve Haçen Hanlığı bölgesinde de Hristiyan olan Alban kabilelerin bulunduğu, ancak bu

Hristiyan grupların Ermenilerle herhangi bir ilgisinin bulunmadığı belirtilmektedir (Aktaran, Piriye, 2012:15-16).

Bu tarihlerde bölgedeki Ermeni ailelerin dağınık bir şekilde değişik bölgelerde oturdukları ve ortada bir Ermeni devletinin bulunmadığı özellikle altı çizilen bir husustur (Taşkiran, 1995:120). Tarihçi J. Laurent'in belirttiğine göre tarihte Ermeniler arasında birkaç bir kalesi olup, birkaç askeri bulunan kişilerin kendilerini derebeyi veya prens ilan ettiği vaki olmuştur (Aktaran, Aktok, 1990:3). Ancak yüzyıllar boyunca birçok devletin işgaline uğramış bir "geçit ve çarpışma sahası" olan bu bölgede hiçbir zaman bir Ermeni devletinin söz konusu olmadığının özellikle olmadığı özellikle belirtilmektedir (Türközü, 1982:4).

A) Türkmençay Antlaşması Öncesi Karabağ

XVIII. yüzyılın sonlarına doğru Güney Kafkasya bölgesi siyasi açıdan karışık bir durumda idi. 1747 yılında Nadir Şah Afşar'ın ölümünden sonra Kafkasya ve Azerbaycan bölgesinde merkezi otorite zayıflamış ve bölge hanlıklara ayrılmıştı. Bu dönemde sadece Azerbaycan'da, yirmiyeye yakın hanlık ortaya çıkmıştı. Söz konusu hanlıklar arasında en etkili Türk aşiretlerinden Saraçlı boylarının idaresi altında olan Karabağ Hanlığı idi (Attar, 2003:4). Bu hanlıklar, 1848 Rus işgaline kadar Safevi Devleti ve Osmanlı Devleti arasında denge politikası ile varlıklarını sürdürmüşler; iç ve dış işlerinde bağımsız hareket etmişlerdir (Yıldırım, Özönder, 1991:2).

Gerek Selçuklu döneminde, gerekse bölgede bağımsızlık hareketinin başladığı hanlıklar döneminde, bölgede Ermenilere ait bir hanlık ya da buna yönelik herhangi bir siyasal hareketin varlığı söz konusu değildir. Bu durum, bölgede Ermeni nüfusunun az ve dağınık olduğu ve Ermeni şuurunun etnik kimlik hüviyetinde bulunmadığına dair bir işaret olarak değerlendirilmektedir (Yıldırım, Özönder, 1991:3).

Rusya açısından Kafkasya, İran ve Osmanlı sınırına tampon bir bölge olmasının yanı sıra sıcak denizlere inme politikası açısından da önemli coğrafya olarak görülmekteydi. Çar I. Petro döneminde (1722) Hazar sahillerine inen Ruslar, Şirvan Hanlığı üzerinden Kafkaslara kadar uzandılar. Rus ilerleyişi karşısında Osmanlı Devleti'nden yardım talebinde bulunan Azerbaycan hanlıklarına, Köprülü Abdullah Paşa komutasında bir kuvvet gönderilerek Güney Kafkasya bölgesi büyük ölçüde Osmanlı Devleti'ne bağlandı. Ancak Osmanlı-Rus savaşının (1768-1774) sonucunda Kırım'ın Rusya'ya bağlanması ile Kafkasya bölgesindeki demografik yapı Ruslar lehine değişmeye başladı. 1801 yılında, Rusya'nın Gürcistan'ı ilhak etmesi ile başlayan gelişmeler, Rusların Kafkasya'ya yayılmasında bir dönüm noktası oldu. Buna göre Rusya, Gürcistan'ı kendi topraklarına katarak, Kafkasya'da bir

sömürge yönetiminin temellerini atmış oldu (Türkmen, 2004:9-10). Gence kalesini kuşatan Rus kuvvetleri, Ocak 1804 tarihinde kaleye girdiler. Gence Hanlığı, arazisi ile birlikte Rusların eline geçti (Yıldırım, Özönder, 1991:4). Bu sırada Fransa ile Mısır meselesinden dolayı arası açık olan ve Rusya'nın kıskırtması ile ortaya çıkan Sırp İsyanı ile uğraşan Osmanlı Devleti'nin Güney Kafkasya'da kontrol alanını genişletmek isteyen Rusya ile mücadele edecek gücü bulunmamaktaydı (Türkmen, 2004:13).

Rusların güneye ilerleyişinden rahatsız olan İran Şahlığı, 1804 yılı ortalarına doğru Rusya'ya savaş ilan etti. Rusya-İran savaşı sırasında, İran kuvvetlerinin işgalinden endişeye kapılan Karabağ Hanlığı, Rusya'dan yardım istedi. Mayıs 1805 tarihinde Gence'de yapılan Kürekçay anlaşması ile Karabağ, Rus idaresine bağlanmayı kabul etti (Türkmen, 2004:14). Karabağ Hanlığı ilk Rus tahakküm ve himayesini kabul eden hanlıklardan biriydi.

Rus idaresi döneminde Karabağ, Azerbaycan'ın bir parçası kabul edilmekte ve Ermeni nüfusu toplam nüfusun ancak % 20'si kadarını oluşturmaktaydı (Aliyev, 2009:7). Ancak Kürekçay anlaşması ve 1805 Osmanlı-Rus, İran-Rus savaşları sonrasında, Çarlık Rusya'sı, Karabağ'da olan hakimiyetini güçlendirmek için Hristiyan unsurları, özellikle Ermenileri, bölgeye yerleştirme politikasını benimsedi (Vaserman, Gınat, 1994:14; Aliyev, 2009:7). Bu dönemde Rusya İmparatorluğuna bağlanmış olan Kuzey Azerbaycan hanlıklarının tasfiye edilmesiyle, Ermenilerin bu topraklara göçü "güvenli" bir şekilde, Rus devletinin himayesi altında gerçekleşti (Mercanlı, 2012:43).

Rusya'nın Kafkasya bölgesine yayılmasından en fazla rahatsız olan ülke, bölge ile iki bin yıllık bağı olan İran'dı. Bu rahatsızlığın da etkisiyle, 1812 yılında Rusya, Avrupa'da Fransa ile mücadele ederken, İran, Rusya'ya saldırdı. Ancak bu saldırıda yenik düşen İran kuvvetleri, 13 Ekim 1813 tarihinde Karabağ'ın Gülistan kentinde barış anlaşması imzalamak zorunda kaldı. Bu anlaşmaya göre Aras çayının kuzeyinde bulunan Azerbaycan arazisindeki Gence, Karabağ, Şeki, Lenkeran, Şemahı, Bakü, Kuba, Derbent hanlıklarının Rusya'ya ait olduğu kabul edildi (Türkmen, 2004:17). 1804-1813 ve 1826-1828 Rus-İran savaş yıllarını ve bu yılları takip eden dönemleri Rusya, Kafkasya'nın demografik yapısını değiştirmek için bir fırsat olarak değerlendirdi (Aliyev, 2009:7).

B) Türkmençay Antlaşması Sonrası Karabağ

Gülistan anlaşması ile Rusların Güney Kafkasya'daki hakimiyetini tanımak zorunda kalan İran Şahlığı, bu durumdan rahatsızdı. Tekrar Kafkasya'da hakimiyet kurmak için fırsat kollayan İran, 1826 yılı başlarında Rus çarlığının başkenti olan Petersburg'da bir isyan çıktığı ve bu isyanın tüm Rusya'ya yayılacağı bilgisini aldı. İran kuvvetlerini harekete geçiren sebeplerden bir diğeri de Çar I. Aleksandr'ın Aralık 1825'te ölmüş olmasıydı. İran askerleri, Temmuz 1826'da Kuzey Azerbaycan'a girdi. Ancak zaman içerisinde taze Rus kuvvetlerinin de bölgeye gelmesiyle geri çekilerek barış anlaşması yapmak zorunda kaldı (Türkmen, 2004:18). 1828 tarihinde, İran ile Rusya arasında imzalanan Türkmençay anlaşması ile Ruslar, Güney Kafkasya'daki hakimiyetlerini takviye etmiş oldu. Bu anlaşma ile İran'ın iki bin yıllık Kafkasya ilişkisi kesilmiş oldu.

Rusya ve İran arasında imzalanan Türkmençay Anlaşması'nın ilgili hükümleri, Osmanlı-Rus savaşının sonunda imzalanan 14 Eylül 1829 tarihli Edirne anlaşması ile Osmanlı Devleti tarafından da kabul edildi. Böylelikle, Revan ve Nahçıvan Hanlıkları ile birlikte Karabağ bölgesinin Rus egemenliği altında bulunduğu Osmanlı Devleti tarafından da resmen kabul edildi (İşyar, 2004:207).

Türkmençay anlaşması, gerek İran, gerekse Rusya, topraklarında yaşayan halkların bir yıl içinde istedikleri yere göç etmesine imkan tanıyan bir hüküm içermektedir. Azerbaycan'da nüfus üstünlüğünü sağlamağa çalışan Rusya, gerek İran, gerekse Osmanlı Devleti ile yapılan anlaşmaların ilgili hükümünü, bu bağlamda bir fırsat olarak değerlendirdi. Bu bağlamda Rusya, yapılan anlaşma hükümlerine dayanarak İran ve Osmanlı devletlerinin tebaası olan Ermenileri, Kafkasya'ya göçte teşvik etti. (Attar, 2003:4). Teşvik amacıyla, bölgeye göç eden Ermeniler, 1828 yılında yürürlüğe konulan bir kanunla 20 yıl vergiden muaf tutulurken (Yıldırım, Özönder, 1991:5; İşyar, 2004:197), devlet tarafından kamu arazilerini göç eden Ermenilere tahsis edildi; Müslüman nüfusun elindeki özel araziler de satın alındı (Aliyev, 2009:7). Karabağ'ın dağlık kesimindeki yerli "Müslüman" nüfus ise Ermenilerle işbirliği yapılarak zorla diğer bölgelere göç ettirildi (Swietochowski, 1988:100; Aslanlı, 2001:394). Rusya, söz konusu iskan politikalarını uygulama ve organize etmede, göç olayına kutsal bir hava katan Ermeni Ruhban sınıfından büyük destek aldı (Türkmen, 2004:20).

Yapılan tüm bu teşvikler sonucunda, 1928-1930 yılları arasında İran'dan 40.000, Türkiye'den 84.000 Ermeni'nin, Kafkasya'ya göç ettirildiği, toplam süreç içerisinde ise bölgeye, yaklaşık 1.300.000 Ermeni'nin göç ettiği belirtilmektedir. Bu tarihlerde göç edenler, ağırlıklı olarak Ermeni nüfusunun az olduğu Yelizavetpol ve Erivan'ın verimli topraklarına iskan ettirildi

(Griboyedov, 1971:340 Aktaran, Beşiroğlu, 2001:458; Aliyev, 2009:7). Söz konusu iskan politikalarının sonucunda, kısa sürede gerek Karabağ'ın, gerekse Nahçıvan ve Erivan hanlıklarının nüfus yapısı alt üst edildi (Attar, 2003:4-5). 1832 yılındaki ilk resmi Rus sayımına göre Karabağ nüfusunun % 64,8'ini Türkler, % 34,8'ini Ermeniler oluştururken (Yıldırım, Özönder, 1991:5), 1880 yılında bölgedeki Ermeni nüfusu % 53'e ulaştı. 1989 yılına gelindiğinde ise (Sovyetler Birliğinin dağılmasından önce) bölgedeki Ermeni nüfusu % 77'e yükseldi (Vaserman, Gınat, 1994:346).

Çar yönetimi, 1827 yılında Nahçıvan ve Erivan hanlıklarını ortadan kaldırarak, Erivan merkez olmak üzere bir Ermeni yönetimi tahsis etti. Kurulan bu yeni yönetim, o zamanlar Osmanlı ile Kafkasya sınırlarına paralel uzanan bir tampon bölge oluşturmaktaydı. 21 Mart günü Ermeni Vilayeti resmen kuruldu (Attar, 2003:5). Bu şekilde Rusya, bölgeyi iki ülkeye bölerek kendi konumunu güçlendirmiş oldu (Leckie, 2005:3). Ancak Rusya'nın uyguladığı göç politikalarına rağmen Erivan, 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşında nüfusunun % 75'i hala Türk olan bir bölgeydi. Öyle ki bu Türkler, Osmanlı-Rus savaşında Osmanlı'ya gönüllü kuvvetlerle yardım ettiler (Sedes, 1988:65).

C) Bolşevik İhtilali Sonrası Karabağ

Ekim 1917 İhtilali'nden sonra Karabağ, hukuki açıdan Azerbaycan'a bağlı bir bölge olmakla birlikte fiilen bağımsız bir konuma geldi. Bu durum, Sovyet yönetiminin kurulduğu 1920 yılına kadar devam etti (İşyar, 2004:308). İhtilal sonrasında bölgedeki karışıklıkları fırsat bilen ve ayrılıkçı Ermenilerden bunalan bölge halkı, Osmanlı Devleti'nden yardım talebinde bulundu. Yardıma gelen Osmanlı Devleti, 15 Eylül 1918 tarihinde Bakü'ye girdi. Böylece Karabağ'ın da dahil olduğu dört idari bölüme ayrılan Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti, resmi olarak kuruldu. Ancak Osmanlı Devleti, 30 Ekim 1918'de imzalanan Mondros Ateşkes Anlaşması gereği bu topraklardan çekilmek zorunda kalınca, bölge İngilizlerin eline geçti (İşyar, 2004:334).

İngiliz Kuvvetleri Komutanlığı 28.01.1919 tarihinde yayınladığı bir tebliğ ile Karabağ'ın Azerbaycan'a ait olduğunu teyit etti (Yalçınkaya, 2006:130). Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, İngilizler Kafkasya'yı boşalttı. Oluşan siyasi boşluk Ruslar için bir fırsattı. Azerbaycan ordusunun önemli bir kısmı, Karabağ'daki Ermenilerin çıkardıkları isyanı önlemeye çalıştığı bir sırada Ruslar, 27 Nisan 1920'de Bakü'yü işgal etti (Aslanlı, 2001:396-397). Ancak TBMM ve Rusya arasında 1921 yılında yapılan Moskova Anlaşması ile bölge, yeniden Azerbaycan'a iade edildi (Yalçınkaya, 2006:130). 1922 yılında ise Azerbaycan arazisi olan Zengezur, Ermenistan Sovyet Cumhuriyeti'nin arazisi olarak ilan edildi (Attar, 2003:7-8). 1923 yılında Ermenilerin yoğunlukta olduğu yerleşim birimlerini içine alan özerk bir bölge oluşturuldu.

Nogorno-Karabağ Özerk Bölgesi'nin Azerbaycan SSC'ne bağlı olduğu, 1936 Sovyet Anayasası'nın 24. Maddesinde de teyit edildi (Yalçınkaya, 2006:131).

Ancak yıllar geçtikçe Azeri ve Ermeni taraflar arasındaki gerginlik giderek çatışmaya dönüştü. Azeri-Ermeni çatışmalarının asıl başlaması ise 20 Şubat 1988'de Dağlık Karabağ Yerel Konseyi'nin (Azeri üyelerin katılımı olmaksızın) bölgenin Azerbaycan Sovyet Sosyalist Birliği Cumhuriyeti'nden ayrılarak Ermeni Sovyet Sosyalist Birlik Cumhuriyeti'ne katılmasını onaylamasıyla başladı (Kurbanov, 1996:6). Şubat 1988'de yüzbinlerce Ermeni, Erivan'da dört günlük bir gösteri düzenleyerek Karabağ Özerk Bölgesi'nin Ermenistan'a bağlanmasını talep etti. Bu gelişmeler Azerbaycan'da infiale sebep oldu. Söz konusu gerginlikler sonucu Azerbaycan'da 32 kişinin öldüğü 197 kişinin yaralandığı ciddi çatışmalar yaşandı. Yaşanan gerginlikler üzerine, SSCB Komünist Partisi Merkez Komitesi, Karabağ'ın Azerbaycan SSC'den ayrılıp Ermenistan SSC'ne bağlanma kararını reddetti (Vaserman, Ginat, 1994:351; Yalçınkaya 2006:132). Ancak Karabağ üzerindeki çatışmaların devam etmesini gerekçe gösteren Sovyet yönetimi, bölgeyi, 12 Ocak 1989'da direkt Moskova yönetimine bağladı (İşyar, 2004:384).

Ermenistan'ın Azerbaycan aleyhine silaha sarılması üzerine, Azerbaycan'da meydana gelen halk hareketine önderlik yapmaya başlayan Azerbaycan Halk Cephesi (AHC), kendi halkının haklarını korumak için harekete geçerek bir takım önlemler aldı. Bu amaçla AHC, mitingler düzenledi, grevler yaptı, demiryolu ağını tahrip ederek ülkenin Ermenistan ve Gürcistan ile bağlantısını kesti. Bu olaylar üzerine, 1990'da Sovyet ordusu Bakü'yü işgal etti. Rusların Bakü'yü işgali AHC'yi devre dışı bırakmaktan başka bir hedef taşımamaktaydı. Bu durumda zaten teşkilatlanma ve silahlı güç olarak Ermenilerin oldukça gerisinde olan Azeriler daha da zayıflatılmış olacaktı (Gürbüz, 2008:118-120). Temmuz 1990'da, Gorbaçev, Sovyetlerdeki tüm paramiliter grupların silahlarını Sovyet otoritelerine devretmeleri konusunda bir beyanname yayınladı. Bu hükme herkes uymaya mecbur kalırken, Karabağ Ermenilerinin lideri Ter-Petrosyan, Moskova'nın da anlayış göstermesini sağlayarak, ellerindeki silahları teslim etmedi. Bunun da ötesinde, Ter-Petrosyan, Ermeni birliklerini düzenleyerek Ermeni Milli Ordusunu kurdu (Gürbüz, 2008:121). Moskova'nın toleransı ve yardımları sayesinde Ermenistan'da düzenli bir ordu kurulurken, Azerbaycan, güçlü bir düşmanla karşı karşıya olmasına rağmen, henüz milli ordusunu kuramamıştı.

D) Sovyetler Birliği'nin Dağılması Sonrası Karabağ

1991 yılında Sovyetler Birliği resmen dağıldı. Sovyetler Birliğinin dağılması, Birleşik Devletler Topluluğu'nun (BTD) oluşturulması ve yeni cumhuriyetlerin statüleri konusunda 8 Aralık 1991 Minsk Anlaşmasının 5. maddesinde üye ülkeler "birbirlerinin ülke bütünlüğünü ve mevcut sınırların

dokunulmazlığını” tanıdılar. Söz konusu ilke, Ermenistan’ın imzaladığı 21 Aralık 1991 Alma Ata Deklarasyonu’nda teyit edildi (Yalçinkaya, 2006:133).

Sovyetler döneminde, Birliğe üye iki devlet arasındaki bir iç mesele olarak kendini gösteren Karabağ sorunu, devletlerin bağımsızlığa kavuşmasıyla birlikte tüm bölgeyi etkileyen küresel bir probleme dönüştü. İran’ın, Ermenileri durdurmakta aciz kalması hatta onları desteklemesiyle, Azerbaycan Ayaz Muttalibov yönetimi, Batılı kurumlara müracaat etmek zorunda kaldı. Bölge ile yakından ilgilenen Batılı kurumlar, bu talep üzerine, BM ve AGİK bünyesinde bir takım çalışmalar başlattı (Yılmaz, 2010:72-73).

Sovyetler Birliği’nin resmen dağılması Azerbaycanı büsbütün savunmasız bıraktı. 1992 yılı boyunca Ermeni ve Rus askeri birlikleri, sınır boyunca Azeri köy ve yerleşim alanlarını yağmalayarak, buradaki insanları katlettiler. Ermeni vahşetinin en büyük örneği ise 26 Şubat 1992 yılında Karabağ’ın Hocalı kentinde sergilendi. Katliamda 33 çocuk, 106’sı kadın toplam 335 kişi katledildi. Bu katliamda 150 kişi de kayboldu (Attar, 2003:9).

Bu katliam üzerine Azerbaycan’da yönetim değişikliği oldu. Muttalibov, Moskova’ya kaçarken, Azerbaycan’da Halk Cephesi iktidara geldi. Temmuz 1992 seçimleriyle başa geçen Elçibey, ilk olarak Azerbaycan’ı Birleşik Devletler Topluluğu’ndan çıkardı (Gürbüz, 2008:121). Elçibey iktidara gelir gelmez Karabağ problemini tekrar AGİK’in gündemine taşıdı. Azerbaycan’a karşı oluşan ılımlı yaklaşım, etkisini Helsinki toplantısında gösterdi ve söz konusu toplantıda Azerbaycan’ın toprak bütünlüğüne ilişkin karar alındı. Ancak Elçibey yönetiminin büyük ümitler bağladığı AGİK, her iki ülkede barış girişiminde bulunmakla birlikte, istenilen sonuç elde edilemedi. Uluslararası alanda elde edilen olumlu sonuçlara rağmen, Ermeniler sağlanan ateşkesi ihlal ederek, her geçen gün Karabağ’ın etrafındaki Azerbaycan topraklarını işgal etmeye devam etti (Yılmaz, 2010:74-75).

Karabağ konusunda Batılı ülkelerin aktif rol alması, Rusya’yı rahatsız etmekteydi. Bu rahatsızlığın sonucu olarak aynı dönemde Rusya’nın da desteklediği yeni bir uzlaşma girişimi Kazakistan’dan geldi. Ancak Kazakistan devlet başkanı Nazarbayev’in başkanlığında bir araya gelen tarafların diplomatik görüşmelerinden herhangi bir sonuç elde edilemedi. Bunun üzerine Rusya, doğrudan girişimde bulunarak tarafları 19 Eylül 1992’de Soçi’de biraraya getirdi. Bu görüşmede geçici süreli bir ateşkesin sağlanmasına ve bölgeye gözlemcilerin gönderilmesine ilişkin bir belge imzalandı. Ancak Erivan’ın Karabağ ve Nahçıvan’a tekrar saldırması, görüşmeleri sonuçsuz bıraktı (Yılmaz, 2010:75).

Ermeni saldırılarına Rus birliklerinin aktif katılımı karşısında Elçibey yönetimi, uluslararası kamuoyunu bir kez daha harekete geçirmek amacıyla

BM, AGİK gibi kurumlar nezdinde girişimlerde bulundu. BM Güvenlik Konseyi, Karabağ sorunu hakkında 31 Temmuz 1993 tarih ve 853 sayılı bir karar aldı. Bu kararda Karabağ'ın Azerbaycan'a ait olduğu ve Ermeni kuvvetlerinin işgal ettikleri toprakları derhal terk etmeleri gerektiği belirtilmekteydi. Bu çerçevede sorunu çözmek için oluşturulan Misk grubuna her iki taraftan da temsilciler katıldı. Ancak geçen süre zarfında herhangi bir ilerleme kaydedilemedi (Yalçınkaya, 2006:134).

Azerbaycan'da Karabağ savaşının getirmiş olduğu kaygan siyasi zemin, Elçibey yönetiminin çok fazla iktidarda kalmasına imkan tanımadı. Haziran 1993'de, Gence'de gerçekleşen darbe sonucu Azerbaycan'da bir yıllık Elçibey dönemi sona erdi. Darbe sonrası Nahçıvan'dan Bakü'ye davet edilen Haydar Aliyev, Azerbaycan devlet başkanlığına getirildi (Gürbüz, 2008:121).

1993 yılında iktidara gelen Aliyev, işbaşına gelir gelmez Azerbaycan'ı tekrar BDT'ye sokmanın yanı sıra (Gürbüz, 2008:122) acilen savaşı durdurmak yolunu seçti. Ancak Azerbaycan'ın bir ordusunun bulunmaması, çeşitli milis kuvvetleriyle kendisini savunması sorununa, siyasi istikrarsızlık probleminin de eklenmesiyle, 1993 yılında Azerbaycan topraklarının %20'si Ermenistan tarafından işgal edilmiş oldu. Bunun yanı sıra Ermenistan'la Azerbaycan arasında meydana gelen 1988-1994 savaşlarında, toplam 32 binden fazla sivil Azerbaycan vatandaşı, 16 bin civarında da Azerbaycan askeri öldürüldü (Attar, 2003:22).

12 Mayıs 1994'te ateşkes imzalanmasını sağlayan Aliyev, kısa sürede iç siyasette de istikrarı sağlayarak, Karabağ sorununun çözümüne yöneldi. AGİT ve diğer uluslararası güçler nezdinde girişimlerde bulundu. Bu çerçevede AGİT aracılığıyla sorunun çözümüne ilişkin yeni bir plan hazırlandı. Ancak Birleşmiş Milletlere bağlı Minsk grubunda sürdürülen barış görüşmeleri, Ermenistan'ın sürekli karar değiştirmesi ve BM'ye üye ülkelerin durumu ciddiye almaması yüzünden herhangi bir neticeye bağlanamadı.

2005 yılından itibaren Karabağ sorunu ile ilgili, Azerbaycan açısından bazı olumlu gelişmeler oldu. Bu gelişmelerin ilki, Ermenistan Dışişleri Bakanı Vartan Oskanyan ve Azerbaycan Dışişleri Bakanı Elmar Mamedyarov'un 2 Mart'ta Prag'da, Karabağ sorununun çözümüyle ilgili yeni görüşmelere başlamadan önce, "Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi"nin aldığı karardır. Strazburg'da kabul edilen söz konusu kararda, ilk defa Ermenistan saldırgan bir devlet, Yukarı Karabağ ise ayrılıkçı bir rejim olarak nitelendirildi (Gökçe, 2011:1118). Söz konusu gelişmelerin ikincisi, uluslararası kurumlar tarafından Azerbaycan lehine birtakım kararların kabul edilmesidir. Söz konusu kararlar, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin 822, 853, 874, ve 884 sayılı kararları; 14 Mart 2008 tarihli "Azerbaycan'ın İşgal Edilmiş Topraklarının Durumu"na ilişkin BM kararı ve Avrupa Parlamentosu'nun 1 Mayıs 2010 tarihli "Avrupa

Birliğin Güney Kafkasya stratejisinin işlenip hazırlanması gerektiğine dair 2216 No'lu kararıdır. Gelişmelerin üçüncüsü ise 14 Mart 2008 tarihli “Azerbaycan’ın İşgal Edilmiş Topraklarının Durumu’na ilişkin BM Kararı”dır. Söz konusu kararlar, Azerbaycan’ın uluslararası kamuoyundaki başarısını göstermektedir (Yılmaz, 2010:82).

Tüm bu gelişmelere rağmen, Karabağ ve Ermenilerin işgal ettiği diğer Azerbaycan toprakları, günümüzde hala işgal altında kalmaya devam etmektedir. Karabağ sorununun çözümüyle görevlendirilen AGİT Minsk grubunun eşbaşkanlarının, işi ağırdan almaları ve özellikle Azerbaycan tezlerini istenilen düzeyde dikkate almamaları, bölgedeki anlaşmazlığın günümüze kadar devam etmesine bir neden olarak gösterilmektedir (Yılmaz, 2010:82).

III) MESELENİN ULUSLARARASI BİR BOYUT KAZANMASI

Dağlık Karabağ sorunu, başlangıç itibariyle bir Azeri-Ermeni sorunu olmaktan ziyade Azeri-Rus sorunu olarak ortaya çıkmıştır. Ancak mesele, zaman içerisinde bir Azeri-Ermeni sorununa dönüşmüş, bunun da ötesinde uluslararası bir boyut kazanmıştır.

Jeopolitik olarak Güney Kafkasya bölgesi, Rusya, Türkiye ve İran gibi üç büyük gücün rekabet merkezindedir (Leckie, 2005:5). Mesele uluslararası bir problem haline gelmesi ise, ağırlıklı olarak bölgenin yer altı kaynakları ve jeopolitik konumu ile ilişkilendirilmektedir. Buna göre Azerbaycan’ın Hazar kıyılarında petrol ve doğalgaz bulunmasından bu yana, ülkenin siyasal ve sosyal istikrarı, Batı ülkelerini ilgilendiren bir konu haline gelmiştir (Kurbanov, 1996:2; Leckie, 2005:8).

Türkiye’nin ekonomik ablukası ve diğer güvenlik sorunları, Ermenistan’ı, tarihi hamisi olan Rusya’ya yaklaştırmıştır. Buna karşılık güney Kafkasya’daki Ermeni oluşumunu, Türk milliyetçiliğini sınırlamak ve İran ile yakın ilişkiler geliştirmek amacıyla teşvik eden Rusya (Leckie, 2005:5), Ermenileri silah ve yakıt sağlama, askeri teknoloji ve diğer alanlarda desteklemektedir. 1992-2005 yılları arasında iki ülke arasında on bir askeri anlaşma yapılmıştır. Bu anlaşmaların yanı sıra 1990’ların sonlarında iki ülke arasında hava savunma sistemi ile ilgili işbirliği yapılmıştır. Günümüzde Rusya, Ermenistan’ın en önemli stratejik partneri olarak görülmektedir (Leckie, 2005:5).

Azerbaycan’ın bulunduğu bölge, Hazar petrolünün ihracat yollarını giderek daha çok kontrol altında tutmak isteyen Rusya için önemlidir. Bununla birlikte Azeri Rus ilişkileri, 1990’lı yıllarda soğuk iken, 2000’li yıllarda, Azerbaycan’ın Rusya’yı stratejik partner olarak ilan etmesinin ardından,

yumuşamıştır. (Leckie, 2005:6) İki ülke ilişkilerini değerlendirirken, Rusya'da iki milyona yakın Azerinin çalıştığını ve söz konusu ülkenin Azerbaycan'da önemli bir lobiye sahip olduğunu göz önüne almak gerekir (Yılmaz, 2010:70).

Azerbaycan'ı, tarihi olarak dostluk, kardeşlik bağı olan ve yakın bir diyalog içerisinde bulunduğu Türkiye, açıktan desteklemektedir. Bunun yanı sıra ülkenin dış politikasında dini ve etnik faktörler sebebiyle ciddi bir İran etkisi mevcuttur (Yılmaz, 2010:70). Ancak İran, ülkesindeki Türk nüfusunun Azerbaycan ile birleşme talebi ihtimaline bir önlem olarak Ermenistan yanlısı politikalar gütmektedir.

Diğer taraftan Batılı ülkeler de enerji zengini ve ulaşım açısından önemli olan bu bölgeden, nemalanmak istemektedirler (Yalçınkaya, 2006:140). Azerbaycan'ın doğal kaynaklarını dünya pazarlarına ulaştırmada bir bakıma garantör olan ABD, Hazar petrollerinin güvenliği açısından ülkenin dış politikasında doğrudan etkin rol almaktadır (Yılmaz, 2010:70). ABD, açık bir şekilde iki taraftan herhangi birini desteklemek yerine ekonomik ve stratejik çıkarları dengelemeye çalışmaktadır. Bu bağlamda ABD, açık bir şekilde Azerbaycan'ın demokratikleşme sürecine destek vermiştir. Ancak ABD'deki Ermeni nüfusu ve Kongrenin % 25'i tarafından desteklenen güçlü Ermeni lobisi, ülkenin bölge ile ilgili politikalarını etkilemektedir. (Leckie, 2005:7). AB ise Kafkas bölgesi ile bölgenin sürekli istikrarsızlığı, Batı toplumlarında yönelik terör hareketleri, uyuşturucu kaçakçılığı ve göçmen genişlemesi nedenleriyle ilgilenmektedir. (Leckie, 2005:7). Bunun yanı sıra bölgenin Ortadoğu ve Orta Asya'nın petrolünü Avrupa'ya taşıyan yeni "İpek yolu" olarak görülmesi de AB'nin bölge ile ilgilenme sebepleri arasındadır. Bu sebeple AB, Güney Kafkasya'da herhangi bir ülkenin yanında olmaktan ziyade demokratikleşmeyi desteklemektedir (Leckie, 2005:8).

Biraz önce de belirttiğimiz gibi, Karabağ sorunu, Sovyetlerin yıkılışı ile birlikte Kafkasları, bölgesel ve küresel güçlerin müdahalesine açık hale getirmiştir. Bu durum ise sorunu çözmek bir yana, kutuplaşmayı ve bölgedeki istikrarsızlığı artıran bir faktör olmuştur. Gerek Ermenistan, gerekse Azerbaycan'ın iç ve dış politikalarını bu sorun çerçevesinde sürdürmeleri, bölgeyi adeta satranç tahtasına dönüştürmüştür. Bu çerçevede başta Rusya olmak üzere batılı güçlerin ve bölge ülkelerinin sorunun ortaya çıkmasında ve çözümsüzlüğündeki etkisinin soruna taraf ülkelerin katkılarından daha fazla olduğu söylenebilir (Gürbüz, 2008:117).

SONUÇ

Karabağ sorununun birinci dereceden tarafları Ermenistan ve Azerbaycan'dır. Bugüne kadar çözülemeyen söz konusu problemde, Ermeni tarafının tezleri, Ermenilerin Dağlık Karabağ'da "tarihi öncelik"lerinin olduğu, nüfus olarak çoğunluğu teşkil ettikleri ve bu nedenlerle kendi kaderlerini belirleme hakkına sahip oldukları iddialarına dayanmaktadır. Azerbaycan tarafı ise, Karabağ bölgesinin hukuki ve tarihi olarak kendilerine ait olduğunu, bölgedeki etnografik yapının, Rus ve Sovyet politikalarıyla suni olarak değiştirildiğini ve bu nedenlerle sorunun, toprak talebine temel teşkil edemeyeceğini iddia etmektedirler (Yılmaz, 2010:71).

Ancak söz konusu mesele, gerçek anlamda, Ermenistan-Azerbaycan arasındaki toprak anlaşmazlığından ziyade, tarihi olarak Rusya'nın bölgedeki nüfuzunu koruma ve sıcak denizlere inme politikasından kaynaklanmaktadır. Temelleri XVIII. Yüzyıldaki Rus politikalarından kaynaklanan bu sorun, her iki ülkenin bağımsız birer devlet olduğu günümüze kadar geçen süre içerisinde, giderek daha çok aktörlü ve çözümü zor bir problem halini almıştır.

1987 yılı kayıtlarında, Karabağ'ın, Azerbaycan sanayisinde %2.87, tarımında ise %3.2'lik bir yer işgal ettiği belirtilmektedir (Kurbanov, 1996:5). Bu rakamlar değerlendirildiğinde, Karabağ'ın kaybı Azerbaycan için ekonomik olmaktan ziyade toprak bütünlüğünün ihlali ve kültürel-manevi kayıp anlamına gelmektedir. Buna göre Karabağ, Azerbaycan ulusal kimliğinin önemli bir parçası olarak görülmekte ve bu sebeple elden çıkması Azeriler için kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir.

Karabağ sorunu, gerek Azerbaycan gerekse Ermenistan'da bir takım milliyetçi hareketlere ve milli bilincin güçlenmesine katkı sağlamıştır. Bununla birlikte söz konusu sorun, her iki ülkeye de ciddi zarar vermektedir. Yaşanan çatışmalar sonucu kabaca 750000 Azeri, 350000 Ermeni olmak üzere bir milyon civarı insan mülteci konumuna düşmüştür (Leckie, 2005:4). Bunun yanı sıra Karabağ sorunu sebebiyle her iki ülkede de demokratikleşme ve normalleşme hareketleri ciddi bir şekilde sekteye uğramıştır (Gürbüz, 2008:119-127).

Çatışma, Azerbaycan'ı politik ve ekonomik olarak oldukça güçsüz bırakmıştır. 1991-1995 yılları arasında Azerbaycan altı kez devlet başkanı değiştirmiştir. Politik istikrarsızlık, birçok konuda önemli olumsuzluklara yol açmış; ülkede darbeler ve suikast girişimleri birbirini izlemiştir (Gürbüz, 2008:124). Bununla birlikte çatışmanın Ermenistan'a ödediği bedelin de az olduğu söylenemez. Hatta bazı yazarlara göre söz konusu anlaşmazlıktan Ermeniler de en az Azeriler kadar zarar görmüşlerdir (Yalçınkaya, 2006:140). Hiçbir doğal kaynağı olmayan Karabağ, Ermenistan ekonomisine yük olurken,

Ermenistan, tüm bölgesel entegrasyon çabalarının dışında kalmış, adeta kendi kendisini izole etmiştir. Toprak talepleri ve soykırım iddiaları sebepleriyle bölgede Azerbaycan, Türkiye ve hatta Gürcistan tarafından tecrit edilen ülke, ciddi ekonomik zorluklar yaşamaktadır. Rusya'ya olan dış borçlarını ödeyemeyen ülke, borçlarına karşılık hemen hemen bütün önemli endüstriyel kurumlarının yönetimini Ruslara bırakmıştır. Yani Ermenistan, gerçekte devlet olarak iflas etmiş ve adeta Rusya'ya rehine verilmiş bir ülke haline gelmiştir (Gürbüz, 2008:125). Bunların da ötesinde Ermenistan'ın en önemli sorunu 1990'lı yıllarda nüfusundaki ciddi azalmadır. Resmi rakamlar ülke nüfusunu 3 milyondan fazla göstermekle birlikte 1990'lı yıllar boyunca Ermenistan'ı terkeden nüfusun, 600.000-1 milyon arasında olduğu tahmin edilmektedir (Dryzek, Holmes, 2002:134).

Bununla birlikte Karabağ sorunu sadece bölgede bulunan iki ihtilafli ülkenin gelişimini engellemekle kalmamıştır. Söz konusu sorun, aynı zamanda gerek Karadeniz gerekse Hazar havzasının ekonomik gelişiminin ve bölgesel entegrasyonun en önemli engellerinden biri olarak varlığını devam ettirmektedir (Yılmaz, 2010:71).

KAYNAKÇA

- AKTOK KAŞGARLI, Meliha. (1990), Kilikya Tâbi Ermeni Baronluğu Tarihi, Ankara, Kök Yayınları.
- ALİYEV, Namig H. (2009), International Law Issues in Nagorno-Karabakh Conflict, Publishing House "UNIVERSAL", Tbilisi, 2009.
- ASLANLI, Araz. (2001), "Tarihten Günümüze Karabağ Sorunu", *Avrasya Dosyası* (Azerbaycan Özel), C. 7, S. 1, ss. 393-430.
- ATTAR, Aygün (2003), "Karabağ Sorunu ve Çözüm Arayışları", Dokuzuncu Askeri Tarih Semineri Bildirileri, Genelkurmay ATASE Başkanlığı, (22-24 Ekim 2003), İstanbul. <http://politika.dumlupinar.edu.tr/attar/3.doc> (17.05.2013)
- BEŞİROĞLU, İntikam. (2001), "19-20 yüzyıllarda Ermenistan'daki Azeri Türklerinin Göç Ettirilmesi ve Soykırım Gerçekliği", *Avrasya Dosyası*, C. 7, S. 1, ss. 454-468
- DRYZEK, John S., Leslie T. HOLMES. (2002), Post-Communist Democratization: Political Discourses Across Thirteen Countries, Cambridge University Press.
- GÖKÇE, Cemal. (1979), Kafkasya ve Osmanlı İmparatorluğu'nun Kafkasya Siyaseti, Şamil Eğitim ve Kültür Vakfı Yayınları, İstanbul.
- GÖKÇE, Mustafa. (2011), "Yukarı Karabağ Sorunu ve Türkiye-Ermenistan İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme", *Turkish Studies*, Volume 6/1, ss.1111-1126.
- GRİBOYEDOV A. S. (1971), Soçineniya v DVUX Tomax, C. II, Moskova.
- GÜRBÜZ, M. Vedat. (2008), "Dağlık Karabağ Sorunu Karşısında Taraf Ülkeler, Bölgesel ve Küresel Güçler", Bölgesel Sorunlar ve Türkiye, (Ed.) Ahmet Hamdi Aydın, Seyhan Taş ve Saniye Adıgüzel, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Yayını, No. 131, ss. 117-129.
- İŞYAR, Ömer Göksel. (2004), Sovyet-Rus Dış Politikaları ve Karabağ Sorunu, Alfa Yayınları, İstanbul.
- KURBANOV, Erjan. (1996), "Azerbaycan'ın Güvenlik Kaygıları: Dağlık Karabağ Üzerinde Ermenistan'la Çatışma ve Diğer Ülke İçi Anlaşmazlıklar" *Avrasya Etiüleri*, C. 3, S. 4, ss. 2-22.
- LECKİE, Chanda Allana. (2005), The Nagorno-Karabakh Conflict: Obstacles and Opportunities for a Settlement, Blacksburg, Virginia.
- MERCANLI, Musa. (2012), "Ermeniler Niçin Kafkasların Yerli Halkı Değildir?", İRS Miras, S. 2, ss. 42-49.
- ÖZTÜRK, Oğuz Mete. (2007), Geçmişten Günümüze Türk Devletleri, Nokta Kitap, İstanbul.
- PİRİYEV, Vagif. (2012), "Karabağ Azerbaycan'ın Ayrılmaz Parçasıdır", İRS Miras, No. 1, ss.12-17.
- SEDES, İ. Halil. (1988), "1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı (VIII)", *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi Dün/Bugün/Yarın*, S. 43, ss. 62-65.
- SWIETOCHOWSKI, Tadeusz. (1988), Müslüman Cemaatten Ulusal Kimliğe Rus Azerbaycan'ı 1905-1920, (Çev.) Nuray Mert, İstanbul.
- TAŞKIRAN, Cemalettin. (1995), Geçmişten Günümüze Karabağ Meselesi, Genelkurmay Basım Evi.
- TÜRKMEN, Zekeriya. (2004), "XIX Yüzyıl Başlarında Rusya'nın Güney Kafkasya Politikası", *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, No.10, ss. 9-24.
- TÜRKÖZÜ, Halil Kemal. (1982), Osmanlı ve Sovyet Belgeleriyle Ermeni Mezalimi, Ankara, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.
- VASERMAN Arie, GINAT Rami. (1994), "National, Territorial Or Religious Conflict? The Case Of Nagorno-Karabakh" *Studies in Conflict and Terrorism*, Volume 17, Issue 4.
- YALÇINKAYA, Alâeddin. (2006), Kafkasya'da Siyasi Gelişmeler, Lalezar Kitabevi, Ankara.
- YAZICI, Nuri. (2011), Tarihte Türkler ve Türk Devletleri, İlgi Kültür Sanat yayıncılık, İstanbul.

- YILDIRIM, Dursun, M. Cihat ÖZÖNDER.(1991), Karabağ Dosyası, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- YILMAZ, Reha. (2010), “Azerbaycan Dış Siyasetinde Bağımsızlık Sonrası Yıllar ve Karabağ Problemi”, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. S. 2, ss. 69-93.

TEDARİK ZİNCİRİ PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİNDE KULLANILAN DEĞİŞKENLERİN YAPAY SİNİR AĞI YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Oğuzhan YAVUZ*

Abdullah ERSOY**

Öz:

Tedarik zinciri yönetimi, tedarikçilerin tedarikçilerinden başlayan ve son ürünün tüketici ile buluşmasına kadar geçen, mal ve hizmetlerin depolanması, taşınması, dağıtımı ve kontrolü gibi bir takım faaliyetler dizisini kapsayan bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç içerisinde faaliyetlerin etkinliği ve verimliliğinin ölçülmesi ise, işletmeler açısından ayrı bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Tedarik zinciri performansının ölçülmeye çalışıldığı bu süreçte, kullanılacak değişkenler işletmeden işletmeye farklılık göstermekle birlikte, perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde hangi değişkenlerin daha önemli ya da hangi değişkenlerin daha az önemli konumda olduğunu belirlemek, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Belirtilen amaç doğrultusunda, öncelikle geçmiş çalışmalar esas alınarak belirlenen temel ve alt değişkenlere göre modelimiz oluşturulmuş, daha sonra değişkenlerin önem dereceleri belirlenmiştir. Tedarik zinciri performansının ölçülmesinde kullanılan değişkenlerin önem derecelerinin belirlenmesinde yapay sinir ağları kullanılmıştır. Çalışmada, yapay sinir ağlarından radyal tabanlı yapay sinir ağı yöntemi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri, Tedarik Zinciri Performansı, Yapay Sinir Ağları, Radyal Tabanlı Yapay Sinir Ağı

* Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, oyavuz@gazi.edu.tr

** Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, aersoy@gazi.edu.tr

***AN EVALUATION OF THE VARIABLES USED IN THE
EVALUATION OF SUPPLY CHAIN
PERFORMANCE WITH ARTIFICIAL NEURAL NETWORK***

Abstract;

Supply chain management is a process including a number of activities such as the storage, transportation, distribution and control of goods and services and a process extending from suppliers to suppliers to the end product purchased by the customers. The measuring of the effectiveness and efficiency of the operations in this process is a separate problem for the businesses activities. The variables used in the measuring the supply chain performance vary from business to business. The main purpose of this study is that which variables are more important or which variables are less important for the companies operating in the retail sector. In this study, first the model is formed by the base and sub variables according to previous studies, then the variables measuring the supply chain performance are classified by the neural network method. The artificial neural network is an artificial intelligence method which is developed by the human brain inspired, mimicking the biological nerve cells and which produces new knowledge through learning. In this study, radial basis neural network which is an artificial neural network method is used.

Keywords: Supply Chain, Supply Chain Performance, Artificial Neural Network, Radial Basis Neural Network

GİRİŞ

Küreselleşen dünya ile beraber, işletmeler için en önemli etmenlerden birisini rekabet gücü oluşturmaktadır. Rekabetin yoğunlaşması, işletmelerin faaliyetlerini daha etkin ve verimli yapmayı mecbur kılmaktadır. İşletmeler, üretimde kullanılan hammaddenin temin edilmesi, ürünün üretimi ve daha sonra nihai kullanıcılara ürünün aktarılması faaliyetlerini mümkün olan en düşük maliyetle, en optimal zamanda yerine getirmek durumundadırlar.

1980'li yıllardan sonra, özellikle toplam kalite yönetiminde meydana gelen gelişmelerle birlikte, üretim teknolojileri gelişme göstermiş ve üretim esnasında son teknoloji üretim yöntemleri kullanılır hale gelmiştir. Günümüzde, işletmeler üretim teknolojileriyle beraber tedarikçiler, tedarikçilerin tedarikçileri, dağıtım kanalları ve müşterilerden oluşan tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerinde daha etkin olmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla, tedarik zinciri sisteminin etkinliğini ve verimliliğini ortaya koymak ve gelecekte tedarik zinciri açısından işletmelerin nerde olduğunu daha iyi kavrayabilmesini sağlamak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Tedarik zinciri yönetimi, hammaddenin temininden, ürünün üretimi ve nihai tüketiciye ulaştırılması esnasında gerçekleştirilen her türlü depolama, taşıma ve nakliye faaliyetlerini kapsayan, sadece işletmeyi değil tüm paydaşlarını ilgilendiren faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin üretim işlemler yönetimi faaliyetlerini etkin ve verimli bir şekilde yerine getirebilmesi için, tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerine gereken önemi göstermesi gerekmektedir.

Günümüzde gelinen noktada, işletmelerin kapalı bir organizasyondan daha çok, açık bir organizasyon yapısına sahip olması gerekmektedir. İşletmeler, tek başına faaliyetlerini yerine getirememektedir. İşletme ve paydaşları işletmenin amacını yerine getirebilmek ve başarılı olabilmek amacıyla birlikte hareket etmekte ve birbirlerini etkilemektedirler. İşletme, işletmenin birimleri ve işletmenin paydaşları olarak görülen diğer işletmeler (tedarikçiler, üreticiler, lojistik işletmeleri vb.) amaçlarını ve hedeflerini beraber koymak, amaçlarına ulaşabilmek için etkin ve verimli çalışmak zorundadırlar. Dolayısıyla, tedarik zinciri yönetiminin en uygun şekilde yerine getirilmesi gerekmektedir.

Tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerinin etkin ve verimli yapılabilmesi için tarih boyunca çeşitli yöntem ve teknikler kullanılmıştır. Bu tekniklerin bir kısmı, geçmiş tecrübeleri ele alan deterministik modeller olduğu gibi, bir kısmı geleceğe yönelik tahminlerde bulunan stokastik yöntemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapay sinir ağları, deterministik yada stokastik yöntemlerden farklı olarak, “insan beyninden esinlenerek geliştirilmiş, ağırlıklı bağlantılar aracılığıyla birbirine bağlanan ve her biri kendi belleğine sahip işlem elemanlarından oluşan, paralel ve dağıtılmış bilgi işleme yapılarıdır” (Elmas, 2003:23). Yapay sinir ağları, nöronlar arasındaki bağlantı ağırlıklarını kullanarak sisteme girilen girdi değerleri ile en optimal sonuca nasıl ulaşılacağını göstermektedir. Özellikle tahmin, optimizasyon, sınıflandırma gibi problemlerde başarılı bir şekilde uygulanmaktadır.

Çalışmamızda, literatür araştırması sonucunda tedarik zinciri performansını etkileyen değişkenler belirlenmiş, daha sonra bu değişkenler yapay sinir ağı yöntemi kullanılarak önem derecelerine göre sınıflandırılmıştır. Tedarik zinciri performansını etkileyen etmenlerin ortaya konulması ve

belirlenen değişkenlerle en uygun tedarik zinciri performansının nasıl olması gerektiği bir model çerçevesinde incelenmeye çalışılmıştır.

I) LİTERATÜR ÖZETİ

A) Tedarik Zinciri

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre tedarik, “arayıp bulma, sağlama, elde etme ve hazırlık” anlamlarında; tedarikçi ise, “gerekli malzemeyi sağlayan kimse” olarak kullanılmaktadır. İşletme yöneticileri açısından ise, tedarik sadece kelime anlamı olarak kullanılmamakta, işletmenin birden fazla fonksiyonunu ilgilendiren, üretim sürecinin tamamına yayılan tedarik zinciri anlamında kullanılmaktadır.

Amerikan Üretim ve Stok Kontrol Derneği (APICS) tedarik zincirini, “bilgi, fiziksel dağıtım ve paranın akışını sağlayan mühendislik uygulamaları vasıtasıyla, ürün ve hizmetlerin hammadde halinden son kullanıcının tüketimine sunuluncaya kadar geçen küresel bir şebeke” (<http://www.apics.org/gsa-main-search#supply%20chain|allResults>, 29.11.2012) olarak tanımlamaktadır.

Ayers (2000:4) ‘e göre tedarik zinciri, “ürün ve hizmetleriyle birden çok tedarikçi sayesinde son kullanıcı ihtiyaçlarının karşılanmasını amaçlayan, fiziksel, finansal ve bilgi akışlarından oluşan yaşam devir sürecidir”. Tedarik zinciri yönetimi ise, “son kullanıcı ihtiyaçlarının tatmini için temel ve geliştirilmiş ürünü içeren tedarik zinciri sürecinin tasarımı, korunması ve işletilmesidir” (Ayers ve Odegaard , 2008:10).

Tedarik zinciri, tedarikçiler, montajcılar, dağıtımıcılar, perakendeciler ve müşterilerden oluşmaktadır. Basit bir tedarik zincirinde her bir tedarikçi bağımsızdır ve bir veya daha fazla tamamlayıcı parçayı sadece bir üst tedarikçi ya da montaj tesislerine sağlayan tedarikçilerden oluşmaktadır. Karmaşık bir tedarik zincirinde en azından bir tedarikçi, bir veya daha fazla tamamlayıcı parçayı iki veya daha fazla sayıda üst sıradaki tedarikçilere veya montaj tesislerine sağlamaktadır (Vergara vd., 2002:407,408). Tedarik zinciri üyeleri aşağıda belirtildiği gibidir (Hugos, 2003:24-26);

- **Üreticiler:** Bir ürün üreten organizasyonlardır. Bu işletmeler, hammadde üreten yada son ürünü üreten işletmeler olabilirler.
- **Dağıtıcılar:** Dağıtıcılar, üreticiden toptan aldıkları ürünleri ilgili ürün hattını kullanarak müşterilere götüren işletmelerdir. Dağıtıcılar toptancılar olarak ta bilinirler. Toptancılar, ürünleri diğer işletmecilere yada bireysel müşterilere satan organizasyonlardır.
- **Perakendeciler:** Perakendeciler, stok bulundururlar ve topluma küçük miktarlarda satış hizmetinde bulunurlar. Bu örgütler satış yapacakları müşteri tercihlerini yakından izlerler ve müşteri talebini dikkate almak zorundadırlar. Müşterilerine reklam faaliyetlerinde bulunurlar ve fiyat, ürün seçimi, hizmet ve yarar kavramlarının bir bileşimini müşterilere uygularlar.
- **Müşteriler:** Müşteriler ve tüketiciler, ürünü satın alan ve kullanan organizasyonlardır. Bir müşteri organizasyonu, diğer müşterilerin ihtiyaç duyduğu ürünü başka bir ürünle birleştirip onlara satmak

amacıyla satın alma yapabilir. Ya da müşteri, onu tüketmek, ürünün son kullanıcısı olmak amacıyla satın alma yapabilir.

- **Hizmet sağlayıcılar:** Bütün bu saydıklarımızın yanında üreticilere, dağıtıcılara, perakendecilere ve müşterilere hizmet sağlayan bir takım organizasyonlar vardır. Bu hizmet sağlayıcılar, özel uzmanlık alanlarında kendilerini geliştirmişler ve bir tedarik zincirinde ihtiyaç duyulan belirli alanlara odaklanmışlardır.

Tedarik zinciri, tedarikçilerden fabrikaya ve müşteriye kadar uzanan çeşitli birimler ve faaliyetler bütünüdür. Bir ürün ya da hizmetin üretiminde ve müşteriye ulaştırılmasında yer alan çeşitli işletmelerden ve birimlerden oluşan bu zincir içinde çeşitli tesisler yer alır. Zincir içerisinde yer alan tesisler arasında; depolar, fabrikalar, işletme merkezleri, dağıtım merkezleri, perakende satış noktaları ve bürolar bulunur. Bu tedarik zinciri boyunca yerine getirilen faaliyetler ise, satış, satış tahmini, satın alma, stok yönetimi, bilgi yönetimi, kalite yönetimi, üretim programlaması, üretim, dağıtım, teslimat ve satış sonrası hizmetlerdir (Ersay ve Ersay, 2011:346).

B) Tedarik Zinciri Performansı

Performans ölçümü, bir faaliyetin etkinliğini ve verimliliğini ölçülmesi süreci olarak tanımlanabilir. Tedarik zincirinin performansı, örgütün finansal durumunu gösteren bazı standart finansal ölçüler biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu standart finansal ölçülerin yanı sıra, hatalı ürün oranı, teslim süresi, stok devir hızı, verimlilik gibi bazı göstergeler yoluyla da tedarik zincirinin performansı ölçülüp izlenebilmektedir (Ersay ve Ersay, 2011:355,356).

Tedarik zinciri performans değerlendirme metotları geleneksel ve bütünleşik performans ölçüm yaklaşımları olmak üzere iki kısımda incelenebilir. Geleneksel performans ölçüm yöntemleri, muhasebe sistemlerine ya da finansal bir takım verilere göre belirlenmektedir. Bütünleşik performans ölçüm yöntemleri ise, yöneticilere günlük kararlarında yardımcı olan bilginin zamanında sağlanması üzerinde durmakta ve esnek, finansal olmayan veya ihtiyaç duyulduğunda değiştirilebilir değişkenler üzerinde durmaktadır. Maliyet, faaliyet zamanı, müşteri memnuniyeti ve esneklik tedarik zinciri performans ölçüsü olarak kullanılmaktadır (Li vd., 2007:1131-1133).

Literatürde kullanılan tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenleri ve uygulamalarına bakılacak olursa, öncelikle Beamon (1998)'ın yapmış olduğu çalışma dikkat çekmektedir. Beamon (1998), literatür araştırması yaparak tedarik zinciri performansında kullanılan değişkenleri belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada, tedarik zinciri performansına yönelik olarak yapılmış araştırmalar; deterministik, stokastik, ekonomik ve simülasyon olmak üzere dört modele göre incelenmiş ve performans ölçüleri olarak da kalitatif ve kantitatif performans ölçüleri belirlenmeye çalışılmıştır. Kalitatif performans ölçüleri olarak; müşteri memnuniyeti, esneklik, bilgi ve malzeme akış entegrasyonu, risk yönetimi, tedarikçi performansı değişkenleri; kantitatif performans ölçüleri olarak ta; maliyet ve müşteriye cevap verme yeteneği değişkenleri belirlenmiştir.

Beamon (1999)'da ise, daha önce yapmış olduğu çalışmaya göre biraz daha farklı bir model ortaya koymuştur. Yazar, bu çalışmasında tedarik zinciri performans ölçülerini kaynak, çıktı ve esneklik olarak üç kısımda değerlendirmiştir. Kaynak olarak, toplam maliyet, dağıtım maliyeti, üretim maliyeti, stok, yatırım getiri oranı gibi muhasebe ve finansal verileri esas alan

değişkenleri bir grup altında toplamıştır. Çıktı olarak da, satışlar, kar, doluluk oranı, zamanında teslim oranı, sipariş döngüsü, müşteriye cevap verme süresi, üretim hazırlık zamanı, nakliye hataları, müşteri şikayetleri değişkenlerini bir grup altında toplamıştır. Ayrıca, esneklik konusuna önem vermiş, hacim esnekliği, teslim esnekliği, karma esneklik ve yeni ürün esnekliği konularını örneklerle açıklamıştır.

Pires ve Aravechia (2001) ile Angerhofer ve Angelides (2006) de, çalışmalarında Beamon (1999)'ın çalışmasından esinlenerek tedarik zinciri performansının değerlendirilmesinde kaynak, çıktı ve esneklik olmak üzere üçlü bir ayrıma gitmiştir. Chan vd (2003a) ise, Beamon (1998)'in çalışmasından esinlenerek tedarik zinciri performansını bir örnek üzerinde göstermeye çalışmışlardır. Daha sonra, Chan (2003b) çalışmasında, elektronik sektöründe Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) modelini kullanarak, tedarik zinciri performansını değerlendirebilmek amacıyla bir model geliştirmiştir. Modelde, tedarik zinciri performansı kantitatif ve kalitatif değişkenlere göre belirlenmiş, kantitatif değişkenler maliyet değişkenleri iken, kalitatif değişkenler, kalite, esneklik, güven, görünürlük ve yenilikçiliktir. Çalışmada, elektronik sektöründe faaliyet gösteren bir işletme yedi değişken esas alınarak, AHP modeli ile değerlendirilmiş ve işletmenin en iyi tedarik performansını seçebilmesi amaçlanmıştır.

Li vd. (2007), çalışmalarında, tedarik zinciri performansına yönelik değişkenleri yapısal ve organizasyonel seviyede ayırarak bir model geliştirmişlerdir. Model, teorik olarak ele alınmış ve araştırmacılar tedarik zinciri performansında kullanılacak değişkenleri yapısal ve süreç bazlı olmak üzere belirlemeye çalışmışlardır. Yapısal seviye olarak, maliyet

faktörlerini; süreç seviyesi olarak ta, katma değer, müşteri memnuniyeti ve esneklik değişkenlerini kullanmışlardır.

Gunesekekan vd. (2004) çalışmalarında, yirmi bir İngiliz işletmesi üzerinde ampirik bir çalışma yaparak tedarik zinciri performans ölçülerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışmada, modellerini ortaya koyarken SCOR modelini esas almışlar ve plan, kaynak, üretim ve teslim olmak üzere dört kategoriye ayrılmış anket soruları ile ampirik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir.

Gunasekekan ve Kobu (2007) çalışmalarında ise, tedarik zinciri ve lojistik yönetimi üzerinde yapılmış olan performans değerlendirme ölçülerini analiz ederek, tedarik zinciri performans ölçülerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, literatür Dengeli Sonuç Kartı (Balanced Scorecard) bakış açısı, performans ölçülerinin bileşenleri, tedarik zincirinde ölçülerin konumu, karar seviyesi, ölçülerin özellikleri, ölçümün temeli ve geleneksel ve modern ölçüler başlıkları açısından değerlendirilmiştir. 1994 ile 2004 yılları arasında yapılan çalışmaları inceleyen yazarlar, tedarik zinciri performansını belirleyen yirmi yedi değişken ortaya koymuşlardır. Sonuç olarak, belirledikleri yirmi yedi değişkeni finansal ve finansal olmayan değişkenler açısından daha önce yapmış oldukları çalışmaya uyarlamışlar ve plan, kaynak, yap ve teslim açısından ayrıma tabi tutmuşlardır.

Belirtilen çalışmaların yanında, Yeong –Dong Hwang vd (2008), çalışmalarında tedarik zinciri performans sürecini SCOR modeline göre değerlendirmişlerdir.

Brewer ve Speh (2000), tedarik zinciri performansını nihai müşteri faydası, amaçlar, gelişim ve finansal fayda açısından ele almışlar ve Dengeli

Sonuç Kartı yöntemiyle konuyu açıklamışlardır. Modelde müşteri bakış açısı, işletme içi bakış açısı, yenilik ve öğrenme bakış açısı, finansal bakış açısı değişkenlerini kullanmışlardır.

Tao (2009), çalışmasında, tedarik zinciri performansını değerlendirmeye yönelik yeni bir model ortaya koymuştur. Çalışmada, müşteri memnuniyet derecesi, bilgi paylaşım derecesi, lojistik düzeyi ve finansal durum olmak üzere dört temel kategoride on altı değişken kullanılmıştır. Altı tedarik zincirinde, belirtilen on altı değişkenle performans değerlendirme sürecinde entropi modeli kullanılarak ağırlıklar belirlenmiş ve tedarik zincirinin performansını değerlendirmek amacıyla bulanık önem-unsur teorisi kullanılarak bir model ortaya konulmuştur.

Jiulong Zhu (2010) çalışmasında, tedarik zinciri performansını değerlendirebilmek amacıyla yapay sinir ağları yardımıyla bir model geliştirmiştir. Çalışmada, Tao (2009) tarafından belirlenen on altı değişken kullanılmıştır. Sekiz tedarik zinciri üzerinde, belirtilen on altı değişkenle, çok katmanlı ileri beslemeli bir ağ yapısı oluşturulmuş ve hata geriye yayılma algoritması olarak bilinen BP algoritması ve öğrenme düzeyi olarak bağlantı ağırlıklarının tanımlanmasında da delta kuralı uygulanmıştır. Böylece tedarik zinciri performansını değerlendirmeye yönelik yapay sinir ağları yardımıyla bir model ortaya konulmuştur.

Jun (2009), çalışmasında, kümeleme yeşil tedarik zinciri performans ölçülerini bulanık mantık yaklaşımı yardımıyla belirlemeye çalışmışlardır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı, yeşil tedarik zinciri üzerinde durması ve bulanık mantık yaklaşımını kullanmasıdır. Çalışmada belirtilen değişkenlerin ağırlıkları Delphi yöntemi ve AHP yöntemi ile belirlenmiştir.

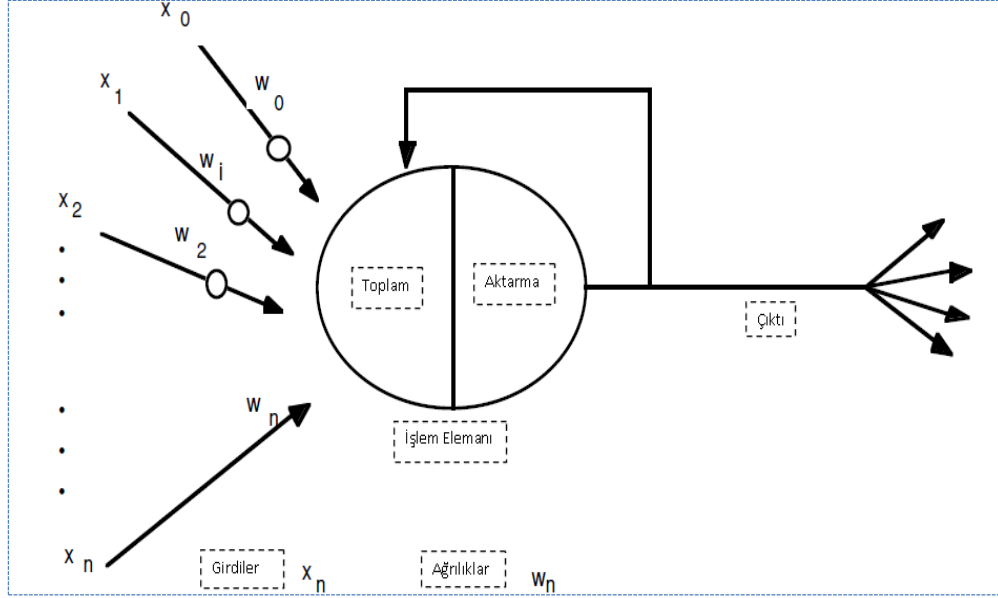
Belirtilen çalışmaların yanında, Narasihman ve Jayaram (1998), tedarik zinciri performansını müşteriye cevap verme yeteneği ve üretim performansına göre seçmektedir. Persson ve Olhager (2002), maliyetler, stoklar, kalite, hazırlık süresi ve hazırlık süresi değişim oranı değişkenlerini kullanmışlardır. Rabelo ve Helal (2004), çalışmalarında üretim dönüşüm zamanı, minimum sipariş süreci zamanı, montaj tamamlanma süresi, gecikmiş ürünler, algılanan talep dönemleri, kapasite kazanç erteleme, tahmin ve geri dönüşüm değişkenlerini kullanmıştır. Bierlein ve Miller (2000), müşteri memnuniyeti (kalite), zaman, maliyet, varlıklar değişkenlerini kullanarak tedarik zinciri performansını ölçmüşlerdir. Fleisch ve Tellkamp (2005) ise tedarik zinciri performansını bağımlı değişkenler ve bağımsız değişkenler cinsinden değerlendirmiştir. Çalışmaya göre, bağımlı değişkenler; hırsızlık, satılamaz ürünler ve süreç kalitesi iken, bağımsız değişkenler; stok hataları, stokdışı, kaybolan değer dışında kalan maliyet ve kaybolan değer dahil maliyet kalemlerinden oluşmaktadır.

C) Yapay Sinir Ağları

Yapay sinir ağlarının ne olduğunu anlayabilmek için, öncelikle biyolojik beyin sisteminin nasıl işlediğinin anlaşılması gerekmektedir. Biyolojik sinir ağları, yapay sinir ağlarının temelini oluşturmaktadır.

Biyolojik beyin, öğrenirken bilgiyi ve gücü dağıtmaya yarayan, nöron olarak tanımlanan milyarlarca birbirine girmiş unsurdan oluşmaktadır (Vaisla ve Bhatt, 2010:2104). Biyolojik beyin olarak tanımladığımız insan beyni, nöron olarak adlandırılan yaklaşık 10^{11} hesap elemanından oluşmaktadır (Gupta vd., 2001:2). Biyolojik sinir ağını oluşturan bu nöronlar temelde üç bölgeye ayrılırlar (Nabiyev, 2010:550);

- **Soma:** Bu hücre gövdesi, hücreyi denetler ve hücre etkinliklerinin tümünü yönetmekle sorumludur. Soma, metabolizma merkezi olarak, kendini oluşturan çeşitli bileşenlerin sentezi için gerekli tüm malzemeyi de içermektedir.
- **Akson:** Gövdedeki (soma) bilgiyi diğer nöronların dendritlerine taşımakla sorumludurlar. Aksonun son bölümü ağaçsal bir yapıya sahiptir. Bu dalların sonunda, sinaptik terminaller denilen küçük ve yuvarlak uçlar vardır. Bir nöron diğeri ile doğrudan temas etmez.
- **Dendrit:** Hücre gövdesinden dışarı uzanan ağaç dalları biçimindedirler. Dendritler, bilgiyi iletim hatları olarak kullanılan uzun fiberlerden oluşmuş aksonlar boyunca diğer nöronlardan alırlar ve hücre gövdesine (soma) taşırlar. Dendritlerde yoğun bir metabolizma etkinliği ve protein sentezi vardır.



Şekil: 1
Basit Bir Yapay Sinir Nöron Yapısı

Kaynak: (Anderson ve McNeill, 1992:4)

Biyolojik sinir ağlarında, yukarıda bahsedildiği gibi sinir hücreleri olduğu gibi, Şekil: 1'de görüleceği üzere, yapay sinir ağlarının da yapay sinir hücreleri vardır. Yapay sinir hücrelerinin de girdiler, ağırlıklar, toplama fonksiyonu, aktivasyon fonksiyonu ve çıktılar olmak üzere beş temel süreç elemanı bulunmaktadır.

Yapay sinir ağları birbirine bağlı doğrusal ve/veya doğrusal olmayan birçok elemandan oluşmaktadır. Biyolojik sinir ağlarının sinir hücreleri olduğu gibi yapay sinir ağlarının da yapay sinir hücreleri vardır. Biyolojik sinir sistemi ile yapay sinir sistemi arasındaki benzerlikler Tablo 1'de gösterilmektedir (Sağiroğlu vd., 2003:33);

Tablo:1
Biyolojik Sinir Sistemi ile Yapay Sinir Sisteminin Benzerlikleri

BİYOLOJİK SİNİR SİSTEMİ	YAPAY SİNİR SİSTEMİ
Nöron	İşlemci Elemanı
Dentrit	Toplama Fonksiyonu
Hücre Gövdesi	Aktivasyon Fonksiyonu
Aksonlar	Yapay Nöron Çıkışı
Sinapslar	Ağırlıklar

Kaynak: (Sağıroğlu vd., 2003:33);

Literatürde, birçok yapay sinir ağı modeli kullanılmaktadır. Bu ağlar farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bazı kaynaklarda ileri veya geri beslemeli olarak ikiye ayrılırken, bazı kaynaklarda dinamik ve statik, veya danışmanlı veya danışmansız olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Çok Katmanlı Algılayıcı, Radyal Tabanlı Sinir Ağı, Vektör Kuantalamalı Öğrenme Ağı, Olasılık Tabanlı Yapay Sinir Ağı ve Genel Regresyon Yapay Sinir Ağı modelleri ileri beslemeli danışmanlı ağlar iken; Adaptif Rezonans Yapay Sinir Ağı, Kohonen Ağı, Elman Ağı, Jordan Ağı, Geri Dönüşümlü BP ağları gibi ağlar ise geri beslemeli ağlardır (Sağıroğlu vd., 2003:53). Çalışmamızda, bu ağlardan sadece Radyal Tabanlı Yapay Sinir Ağı üzerinde durulacaktır.

II) YÖNTEM

A) Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Tedarik zinciri performansının ölçülmesinde kullanılan değişkenlerin belirlenmesi ve bu değişkenlerin önem derecelerine göre sıralanması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, öncelikle literatür araştırması sonucunda tedarik zinciri performansını etkileyen değişkenler belirlenmiş ve bu değişkenler yapay sinir ağı yöntemi kullanılarak önem

derecelerine göre sınıflandırılmıştır. Değişkenlerin önem derecelerine göre sınıflandırılmasında, Türkiye genelinde faaliyet gösteren bir perakende kuruluşun 2012 yılı gerçek verileri kullanılmıştır.

Perakende işletmenin iki farklı üretim merkezinde kendi üretmiş olduğu ürünler (private label), üretim depolarından kendi lojistik merkezine aktarılmakta, buradan da kendi dağıtım kanalları vasıtasıyla Ankara ilinde bulunan mağaza depoya gönderilmekte, depodan da mağaza ihtiyaçlarına göre kullanılmaktadır. İşletmenin kendi üretmiş olduğu 101 üründen 22 tanesi bir üretim merkezinde üretilirken, geriye kalan 79 ürün diğer üretim merkezinde üretilmektedir. İşletmenin üretmekte olduğu ürünlerin tamamı çalışma kapsamında değerlendirildiği için, evrenin tamamı çalışma kapsamına dahil edilmiştir.

B) Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızda, satın alma, stok kontrolü, üretim faaliyetleri, dağıtım vb. birçok faaliyeti bir arada bulunduran tedarik zinciri performansının değerlendirilmesinde yapay sinir ağları yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle, tedarik zinciri performansının değerlendirilmesine yönelik kullanacağımız değişkenler belirlenmiştir. Bu konuda yapılmış olan çalışmalar incelenmiş ve araştırmacıların üzerinde hem fikir oldukları performans kriterleri belirlenmiştir. Daha sonra, perakendeci işletme yöneticileri ile görüşmeler yapılarak kendilerinden ikincil verilere ulaşılmıştır. Elde edilen veriler düzenlenerek, sınıflandırılarak kullanıma hazır hale getirilmiştir.

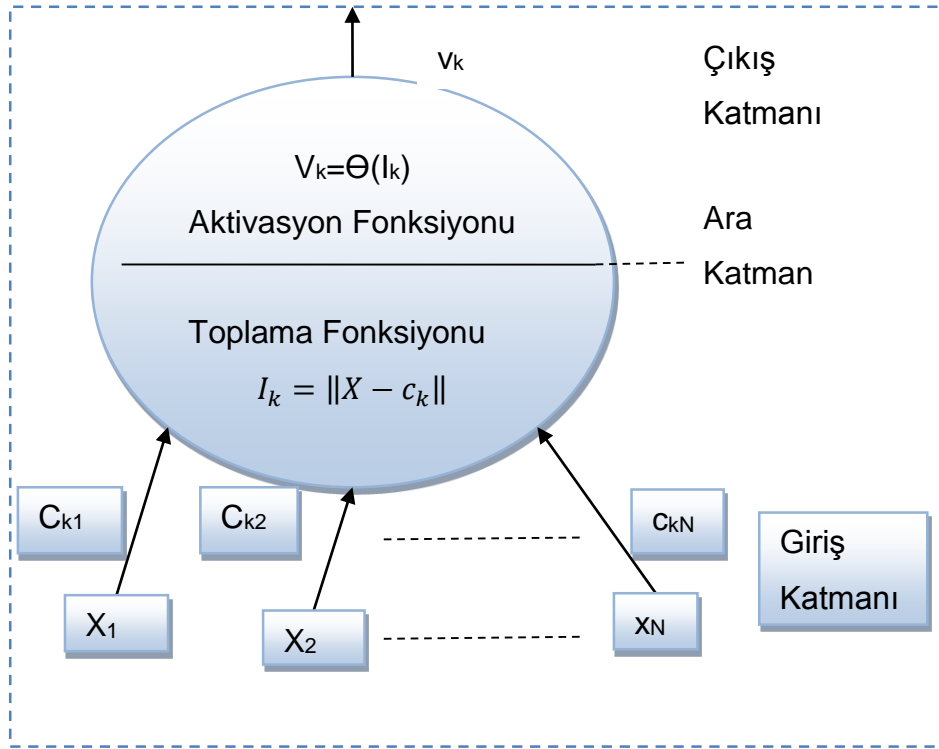
Tedarik zinciri performansının yapay sinir ağları yöntemi ile değerlendirildiği bu çalışmada, her iki üretim merkezi tek bir tedarik zinciri sistemi içerisinde değerlendirilmiş ve 101 ürün açısından tedarik zinciri performansını değerlendirirken kullanacağımız değişkenler önem derecesine

göre sıralanmıştır. Değişkenlerin önem sıraları SPSS 16.0 paket programı kullanılarak, radyal tabanlı yapay sinir ağı ile belirlenmiştir.

Radyal Tabanlı Yapay Sinir Ağları, girdi katmanı, ara katman ve çıktı katmanı olmak üzere üç katmandan oluşmaktadır. Her bir giriş nöronu, x olarak gösterilen bir giriş vektörüne karşılık gelmektedir. Ara katman n adet nörona sahip olabileceği gibi tekli bir yapıya da sahip olabilir. Her bir giriş nöronu ara katman nöronlarına bağlanmaktadır. Her bir ara katman nöronu ise, aktivasyon fonksiyonu vasıtasıyla çıktı katmanıyla bağlantı kurar. Aktivasyon fonksiyonu, genellikle Geri Yayılımlı Çok Katmanlı Yapay Sinir Ağlarında kullanılan sigmoid aktivasyon fonksiyonuna benzerlik göstermektedir.

Radyal Tabanlı Sinir Ağları, çok değişkenli modelleme ve yakınsamalarda kullanılan yapay sinir ağı yapılarından. Ara katmandaki işlemci elemanlar girişlerin ağırlıklandırılmış şeklini kullanmamakta ve ara katmandaki işlemci elemanların çıkışları yapay sinir ağının girişleri ile temel fonksiyonun merkezi arasındaki uzaklığa göre belirlenmektedir. En genel anlamda, radyal olarak simetrik olan ara katman işlemci elemanları içeren bir yapıdır. Radyal olarak simetrik olan ara katman işlemci elemanı için üç bileşen vardır. İlki giriş uzayındaki bir merkez vektörüdür. Bu vektör, giriş ve ara katmanlar arasındaki ağırlık vektörü olarak saklanır. İkincisi, bir giriş vektörünün merkezden ne kadar uzak olduğunu belirlemek için uzaklık ölçütüdür. Tipik olarak, bu ölçüt standart öklit uzaklığı olarak alınır. Sonuncusu ise, tek değişkenli olan ve uzaklık fonksiyon çıkışı giriş olarak alan işlemci elemanın çıkış değerini belirleyen bir aktivasyon fonksiyon yapısıdır. Diğer bir ifadeyle, ara katman işlemci eleman çıkışı, sadece merkezle giriş vektörü arasındaki uzaklığın bir fonksiyonudur ve çok değişkenli enterpolasyon yaklaşımlarında kullanılan yapay sinir ağları yapılarından. İlk

katmandaki işlemci elemanlar girişlerin ağırlıklandırılmış şeklini kullanmaz. İlk katmandaki işlemci elemanların çıkışları yapay sinir ağı girişleri ile temel fonksiyonun merkezi arasındaki uzaklığa göre belirlenir. Radyal tabanlı yapay sinir ağı yapılarının son katmanı doğrusaldır ve ilk katmanın çıkışlarından ağırlıklandırılmış toplam çıkışı üretir. Ara katman işlemci eleman yapısı Şekil 2'de gösterilmektedir (Sağıroğlu vd, 2003:55,56).



Şekil: 2

Radyal Tabanlı Yapay Sinir Ağı Yapısı

Kaynak: (Sağıroğlu vd, 2003:55,56).

C) Tedarik Zinciri Performansının Değerlendirilmesinde Kullanılan Değişkenler ve Bir Model Önerisi

Tedarik zinciri performansının değerlendirilmesine yönelik gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, farklı araştırmacılar tarafından farklı modellerin kullanıldığı görülmektedir. Modellerin birbirinden farklı olmalarına karşın, kullandıkları değişkenler benzerlik göstermektedir. Tedarikçileri, üretim merkezlerini ve araçları içerisinde barındıran modeller olduğu gibi, değişkenleri kendi içerisinde sınıflandıran modeller de bulunmaktadır. Çalışmaları kendi içerisinde sınıflandırdığımızda, anket yöntemine başvuran çalışmalar olduğu gibi gerçek verilere dayalı çalışmalar da yapılmıştır.

Araştırmacılar, tedarik zinciri performansının değerlendirilmesinde temel başlık olarak; maliyet (kaynak), müşteri memnuniyeti (çıktı) ve esneklik kavramlarını kullanmışlardır. Temel başlıkların bu şekilde üçlü bir ayrıma tabi tutulmasında, Beamon (1998,1999)'ın yapmış olduğu çalışmaların etkisi görülmektedir. Elde edilen temel başlıklar Tablo: 2'de gösterilmiştir. Gerçek veriye dayalı yapılan çalışmalarda genellikle bu üç başlık kullanılmış, bunların dışında araştırmacıların yaptıkları çalışmalara özgü bilgi, finansal durum, çevresel faktörler, kaynak kullanımı, katma değer gibi başlıkların da kullanıldığı görülmektedir. Fakat, temelde araştırmacıların üzerinde hem fikir olduğu temel başlıklar; maliyet, müşteri memnuniyeti ve esnekliktir.

Çalışmamızda, tedarik zinciri performansının değerlendirilmesi bütüncül bir yaklaşım olarak ele alınmıştır. Modelde kullandığımız ve süreç içerisinde aktif rol oynayan oyuncular; maliyet ile belirtilen tedarikçiler ve

üretim merkezleri, müşteri memnuniyeti olarak belirtilen aracı kuruluşlar (perakendeci veya toptancı) ve her iki tarafın yeteneğini ölçmeye yönelik olarak belirtilen esneklik kavramlarıdır.

Tablo: 2
Araştırmada Yer Alan Temel Değişkenler

TEMEL DEĞİŞKENLER	ARAŞTIRMALAR
MALİYET (KAYNAK)	Narasihman ve Jayaram (1998) Beamon (1998,1999) Chan vd (2003a) Pires ve Aravechia (2001) Brewer ve Speh (2000) Gunesakaran ve Kobu (2007) Bhajwat ve Sharma (2007) Hwang vd (2008) Jun (2009) Li vd. (2007) Tao (2009) Zhu (2010) Angerhoper ve Angelides (2006)
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ (ÇIKTI)	Narasihman ve Jayaram (1998) Beamon (1998,1999) Chan vd (2003) Pires ve Aravechia (2001) Brewer ve Speh (2000) Gunesakaran ve Kobu (2007) Bhajwat ve Sharma (2007) Hwang vd (2008) Jun (2009) Li vd. (2007) Tao (2009) Zhu (2010) Angerhoper ve Angelides (2006)

ESNEKLİK	Beamon (1998,1999) Chan vd (2003) Pires ve Aravechia (2001) Hwang vd (2008) Jun (2009) Li vd. (2007) Angerhoper ve Angelides (2006)
-----------------	---

Literatürde incelediğimiz araştırmalarda, alt değişkenler benzerlik göstermektedir. Tablo: 3’de görüldüğü gibi, maliyet temel değişkeni altında üretim maliyeti, stok maliyeti, dağıtım maliyeti, depo maliyeti ve kâr değişkenleri alt değişkenler olarak belirlenmiştir. Ayrıca, araştırmalarda, yatırım getiri oranı, kâr/toplam varlıklar, kâr artışı, kâr/maliyet oranı, net kâr verimlilik oranı gibi kâr ile doğrudan ilişkili bir takım değişkenler de kullanılmıştır. Çalışmamızda, bu değişkenler yerine hepsini ifade etmesi amacıyla kar değişkeni kullanılmıştır. Ayrıca, depo maliyeti bizim için önemli görülmesi nedeniyle alt değişkenlere eklenmiştir.

Tablo: 3
Araştırmada Yer Alan Alt Değişkenler

TEMEL DEĞİŞKENLER	ALT DEĞİŞKENLER	ARAŞTIRMALAR
MALİYET (KAYNAK) TEMEL DEĞİŞKENİ	Dağıtım Maliyeti	Beamon (1999) Chan vd (2003) Pires ve Aravechia (2001) Gunesakaran ve Kobu (2007) Jun (2009)
	Üretim Maliyeti	Beamon (1999) Chan vd (2003)

		Pires ve Aravechia (2001)
	Stok Maliyeti	Beamon (1999) Chan vd(2003) Pires ve Aravechia (2001) Gunesakaran ve Kobu (2007) Persson ve Olhager(2002)
	Depo Maliyeti	Chan vd (2003)
	Kâr	Beamon(1998) Beamon (1999) Chan vd (2003) Pires ve Aravechia (2001) Brewer ve Speh (2000) Gunesakaran vd (2004) Gunesakaran ve Kobu (2007) Bhajwat ve Sharma (2007) Jun (2009) Tao (2009) Zhu (2010) Angerhoper ve Angelides (2006)
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ (ÇIKTI) TEMEL DEĞİŞKENİ	Satışlar	Beamon (1998) Beamon (1999) Li vd. (2007) Angerhoper ve Angelides (2006)
	Kâr	Beamon (1999) Pires ve Aravechia (2001) Angerhoper ve Angelides (2006)
	Doluluk Oranı	Beamon (1998) Chan vd (2003) Beamon (1999) Pires ve Aravechia (2001) Hwang vd (2008) Jun (2009) Tao (2009) Zhu (2010)
	Zamanında Teslimat	Beamon (1999)

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ (ÇIKTI) TEMEL DEĞİŞKENİ	Oranı	Beamon (1998) Hwang vd (2008) Jun (2009) Tao (2009) Zhu (2010)
	Stok Bulunmama Olasılığı	Chan vd (2003) Beamon (1999) Fleisch ve Tellkamp (2005) Angerhoper ve Angelides (2006)
	Müşteriye Cevap Verme Süresi	Beamon (1998) Beamon (1999) Pires ve Aravechia (2001) Brewer ve speh (2000) Gunesakaran ve Kobu (2007) Angerhoper ve Angelides (2006)
	Üretim Hazırlık Süresi	Beamon (1998) Beamon (1999) Pires ve Aravechia (2001) Gunesakaran vd (2004) Persson ve Olhager (2002) Bhajwat ve Sharma (2007)
	Müşteri Şikayetleri	Beamon (1999) Pires ve Aravechia (2001)
	Stok Devir Hızı	Zhu (2010) Tao (2009) Chan vd (2003) Pires ve Aravechia (2001)
	Ekonomik Sipariş Miktarı	Beamon (1999) Gunesakaran vd (2004) Jun (2009)
	Kalite	Persson ve Olhager (2002) Bierlein ve Miller (2000) Bhajwat ve Sharma (2007) Tao (2009) Zhu (2010) Angerhoper ve Angelides (2006)
	Doğruluk	Gunesakaran ve Kobu (2007) Rabelo ve Helal (2004) Angerhoper ve Angelides (2006)
ESNEKLİK	Hacim Esnekliği	Beamon (1999)

TEMEL DEĞİŞKENİ	Teslim Esnekliği	Beamon (1999)
	Ürün Karması Esnekliği	Beamon (1999)
	Yeni Ürün Esnekliği	Beamon (1999)

Müşteri memnuniyeti temel değişkeni altında ise; satışlar, kâr, doluluk oranı (sipariş karşılama oranı), siparişlerin zamanında teslimat oranı, stok bulunmama olasılığı (stokdışı), müşteriye cevap verme süresi, üretim hazırlık süresi, müşteri şikayetleri, stok devir hızı, ekonomik sipariş miktarı, kalite ve doğruluk değişkenleri alt değişkenler olarak belirlenmiştir. Müşteri memnuniyeti temel değişkenine, Beamon (1998,1999)'dan farklı olarak diğer araştırmacıların kullandığı ve bizim tarafımızdan da önemli görülen stok devir hızı, ekonomik sipariş miktarı, kalite ve doğruluk alt değişkenleri ilave edilmiştir.

Esneklik temel değişkeninin alt değişkeni olarak ise, genelde literatürde kullanılan teslim esnekliği, hacim esnekliği, ürün karması esnekliği ve yeni ürün esnekliği değişkenleri modelimizde kullanılmıştır. Araştırmamız kapsamında ele aldığımız tedarik zinciri yönetimi sürecinde üretim merkezlerinde üretim esnasında en erken başlama ve en geç tamamlanma sürelerinin belirlenmesi mümkün olmadığından ve uzun süredir yeni ürün geliştirmediklerinden dolayı, teslim esnekliği ve yeni ürün esnekliği değişkenleri çalışmamızda bir sınırlılık olarak yer almaktadır.

Çalışmamızda kullanılan değişkenler ve tanımları aşağıda maddeler halinde özetlenmiştir;

- 1. Üretim Maliyeti:** Ürünün hammadde halinden son nihai haline gelene kadar gerçekleşen tüm maliyetler toplamıdır. Üretim maliyetleri; hammaddeler, yardımcı maddeler, işletme malzemesi, yakıt, elektrik, su, işçilik ve personel giderleri, amortismanlar, lisans anlaşması bedeli, bakım ve onarım ve genel giderlerdir.
- 2. Dağıtım Maliyeti:** Ulaştırma ve elde tutma maliyeti dahil dağıtıma harcanan giderler toplamıdır.
- 3. Stok Maliyeti:** Stokları elde bulundurma maliyeti ile stok bulundurmaya için gerekli olan bütün giderlerin toplamıdır.
- 4. Depo Maliyeti:** Stok maliyetinden ayrı olarak, depo içerisinde personel, gerekli araç ve gereç ve bunların bakım onarım giderleri, genel giderler, taşıma giderleri, sarf malzeme giderleri gibi depo için gerekli olan giderlerin toplamıdır.
- 5. Üretim Merkezi Kârı:** Üretim merkezleri açısından, ürünün satışı sonucu elde edilen toplam gelirden, ürünün üretilmesi ve satışı için gerekli olan toplam giderlerin çıkarılması ile bulunan değerdir.
- 6. Satışlar:** Belirli bir dönemde perakendeci kuruluşta gerçekleştirilen toplam satışlardır.
- 7. Perakendeci Kuruluş Kârı:** Perakendeci kuruluş açısından, satın aldığı ürünün nihai kullanıcıya satışı sonucu elde edilen toplam gelirden, ürünün satın alınması için gerekli olan ve diğer tüm

giderlerini içine alan toplam giderlerin çıkarılması ile bulunan değerdir.

8. **Doluluk Oranı:** Belirli bir dönemde siparişlerin karşılanma oranını ifade etmektedir.
9. **Zamanında Teslimat Oranı:** Ürün gecikmeleri, teslim gecikmeleri, erken gelmesi veya geç gelmesi olasılıklarını da kapsayan siparişlerin zamanında teslim edilme olasılığını ifade etmektedir.
10. **Stok Bulunmama Olasılığı:** Belirli bir dönemde, ürünün stokta olmaması, ilk siparişte temin edilemeyen ürünlerin tekrar siparişi olasılığını da kapsayacak şekilde ürünün stokta bulunmama olasılığını ifade etmektedir.
11. **Müşteriye Cevap Verme Süresi:** Ürünün siparişinin verilmesi ile siparişin teslim alınması arasında geçen süreyi ifade etmektedir.
12. **Ürünün Hazırlık Süresi:** Belirli bir ürün veya ürün grubu üretmek ve siparişin gerçekleştirilmesi için önceden gerekli olan hazırlık süresini ifade etmektedir.
13. **Müşteri Şikayetleri:** Belirli bir dönem içerisinde nihai kullanıcıların yapmış olduğu şikayetler toplamıdır.
14. **Stok Devir Hızı:** Belirli bir dönem içerisinde perakendeci kuruluşun stokları kaç defa kullandığını ifade etmektedir.

15. Ekonomik Sipariş Miktarı: Belirli bir dönemde perakendeci kuruluşun stoklarında bulundurması gereken minimum miktarı ifade etmektedir.

16. Kalite: Kalite müşterinin gözünde ürünün algılanan değerini ifade etmektedir. Çalışmamızda, kalite ölçüsü olarak her bir ürün için üçlü bir ayırım uygulanmıştır. Kalite düzeyine göre ürünler 1,2 ve 3 olmak üzere üçlü bir ayırma tabi tutulmuştur.

17. Doğruluk: Belirli bir dönemde içerisinde geleceğe yönelik yapılmış olan tahminlerin (stok tahmini, kar tahmini, satış tahmini gibi) doğruluk payını ifade etmektedir.

18. Hacim Esnekliği: Belirli bir dönem içerisinde müşterinin taleplerine uygun olarak, üretim merkezlerinin bu talebi karşılayıp karşılayamama gücünü göstermektedir. Hacim esnekliği Beamon (1999) tarafından aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır;

D=Talep miktarı

\hat{D} = Ortalama talep miktarı

T=Dönem sayısı

d_t =Belirli bir dönemdeki talep miktarı

\widehat{d}_t =Belirli bir dönemdeki ortalama talep miktarı

S_D^2 =Talebin varyansı

S_D =Talebin standart sapması

$$\hat{D} = \frac{\sum_{t=1}^T d_t}{T}$$

(1)

ve

$$S_D^2 = \frac{\sum_{t=1}^T (d_t - \hat{d}_t)^2}{T-1}$$

(2)

F_v=Hacim esnekliğiO_{min}=Belirli bir dönemdeki en küçük talep miktarıO_{max}=Belirli bir dönemdeki en yüksek talep miktarı

Φ = z olasılık değeri

$$F_V = P\left(\frac{O_{min} - \hat{D}}{S_D} \leq D \leq \frac{O_{max} - \hat{D}}{S_D}\right)$$

(3)

$$F_V = \Phi\left(\frac{O_{max} - \hat{D}}{S_D}\right) - \Phi\left(\frac{O_{min} - \hat{D}}{S_D}\right)$$

(4)

19. Ürün Karması Esnekliği: Belirli bir dönem içerisinde müşterinin talep ettiği ürün karmasına göre, üretim merkezlerinin bu talebi karşılayıp karşılayamama gücünü göstermektedir. Ürün karması esnekliği, Beamon (1999) tarafından aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır;

F_M= Ürün karması esnekliği

N(t)= Belirli bir dönemde üretilen ürün çeşidi

F_M=N(t)

(5)

20. Yeni Ürün Esnekliği: Belirli bir dönem içerisinde üretim merkezlerinin yeni ürün üretebilme yeteneğini göstermektedir. Yeni ürün esnekliği, Beamon (1999) tarafından aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır;

F_n= Yeni ürün esnekliği

T= Belirli bir dönemde işletmenin yeni bir ürün piyasaya çıkarma süresi

$$F_n=T$$

(6)

21. Teslimat Esnekliği: Belirli bir dönem içerisinde üretim merkezlerinin talep edilen ürünü üreterek zamanında teslim edebilme yeteneğini göstermektedir. Teslimat esnekliği, Beamon (1999) tarafından aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır;

F_d =Teslimat esnekliği

J=Toplam işlem sayısı

L_j =j işinin en geç tamamlanma süresi

t^* =Geçerli dönem

E_j =j işinin en erken tamamlanma süresi

$$\text{Toplam tamamlanma süresi} = \sum_{j=1}^J (L_j - t^*) \quad \text{ve}$$

(7)

$$\text{Minimum teslim süresi} = \sum_{j=1}^J (E_j - t^*)$$

(8)

$$F_d = \frac{\sum_{j=1}^J ((L_j - t^*) - (E_j - t^*))}{\sum_{j=1}^J (L_j - t^*)} \quad \text{ve}$$

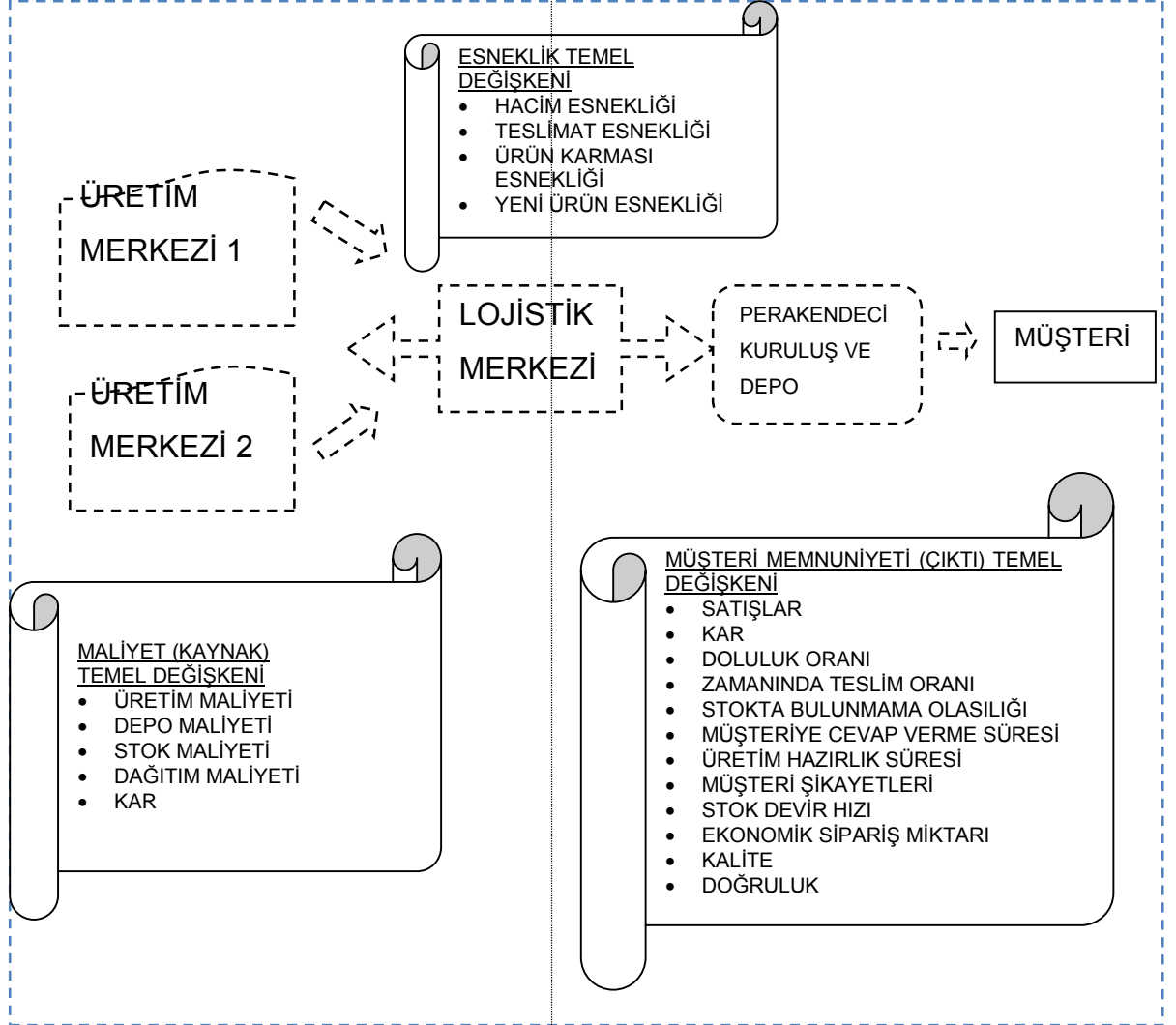
(9)

$$F_d = \frac{\sum_{j=1}^J ((L_j - E_j))}{\sum_{j=1}^J (L_j - t^*)}$$

(10)

Şekil 3’de modelimizde kullanılan temel değişkenler, alt değişkenler ve tedarik zincirinin tamamı gösterilmektedir. Modelde kullandığımız tedarik zincirinde ürünler, Üretim Merkezi 1 ve Üretim Merkezi 2’den lojistik

merkezine, lojistik merkezinden de perakendeci kuruluşun deposuna aktarılmaktadır. Üretim merkezleri için maliyet (kaynak) temel değişkeni ve alt değişkenleri, aracı kuruluş (perakendeci kuruluş) için müşteri memnuniyeti (çıktı) temel değişkeni ve alt değişkenleri ve her iki kısım açısından hacim esnekliği ve ürün karması esnekliği değişkenleri kullanılmıştır. Böylece, tedarik zinciri yönetimi sürecinde, tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenlerine yönelik oluşturulan modelde kullanılan değişkenler tek bir çatı altında gösterilmektedir.



Şekil: 3
Tedarik Zinciri Yönetimi Performans Değerlendirme Modeli

Yapay sinir ağları, yapay sinir ağ yapıları ve öğrenme algoritmaları bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Öğrenme algoritmaları; danışmanlı

öğrenme, danışmansız öğrenme ve takviyeli öğrenme olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Danışmanlı öğrenme yönteminde, yapay sinir ağına girdi ve çıktı değerleri verilerek ağ eğitime tabi tutulmaktadır. Çalışmamızda, danışmanlı öğrenme yöntemi benimsenmiş ve tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenleri modelimizin girdilerini, bütünlük çıktı değeri ise modelimizin çıktı değerlerini oluşturmaktadır.

Tedarik zinciri yönetimi performans değerlendirme değişkenlerinin tamamını kapsayan bütünlük çıktı değeri literatürde Angerhofer ve Angelides (2006) tarafından ortaya konulmuştur. Ortaya konulan çıktı değeri, tedarik zinciri yönetimi performansı değerlendirme alt değişkenlerinin tamamını kapsamakta, fakat her bir temel değişken açısından kabul edilebilir bir sonuç ortaya koyması açısından yararlı görülmektedir. Maliyet çıktı değerini, müşteri memnuniyeti çıktı değerini ve esneklik çıktı değerini ayrı ayrı hesaplamışlar ve sonuç olarak hepsini bir arada bütünlük çıktı değeriyle ifade etmişlerdir. Yazarların ortaya koyduğu çıktı değerleri aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

- 1. Maliyet (Kaynak) Çıktı Değeri (RM):** Angerhofer ve Angelides (2006:292), kaynak çıktı değerini maliyetlerle ölçmektedir. Maliyetleri ise değişken ve sabit maliyetlerin toplamı olarak göstermektedir. Çalışmamızda, maliyet çıktı değeri olarak ürünlerin toplam maliyetleri ele alınmıştır.
- 2. Müşteri Memnuniyeti (Çıktı) Çıktı Değeri:** Angerhofer ve Angelides (2006:292), müşteri memnuniyeti çıktı değerini müşteri memnuniyeti ile karlılığın bir fonksiyonu olarak göstermektedir.
 $OM = \text{Müşteri memnuniyeti çıktı değeri}$

P= Karlılık

CS=Müşteri memnuniyeti

OM=P*CS

(11)

P= Gelir- Maliyet

Gelir=Birim satış fiyatı*Satış miktarı

Müşteri memnuniyeti=Ürün kalitesi+Stokdışı

Stokdışı= Müşteri talebi-Perakende stok

- 3. Esneklik Çıktı Değeri:** Esneklik çıktı değeri, kaynak olarak gösterilen üretim merkezleri ile çıktı olarak gösterilen aracı kuruluşun uyumunu ve üretim merkezlerinin aracı kuruluşların taleplerini karşılayabilme gücünü göstermektedir. Angerhofer ve Angelides (2006:292), esneklik çıktı değerini bütüncül bir yaklaşımla üretim kapasitesi, stok oranı ve pazara sürüm süresi ile ilişkilendirmiştir.

FM = Esneklik çıktı değeri

PC=Üretim kapasitesi oranı

RI=Perakende stok oranı

TTM=Pazara sürüm süresi

FM=(PC*RI)/TTM

(12)

PC= 2-Kapasite kullanım oranı

RI= 1+(Perakende stok miktarı/Toplam stok)

Kapasite kullanım oranı= Üretim/Üretim kapasitesi

TTM= Bilgi gecikmesi + Ürünün üretim yerinden perakende stoklarına gitmesine kadar geçen süre

4. Bütünleşik Çıktı Değeri (BÇD): Angerhofer ve Angelides (2006:292), tedarik zinciri yönetimi performansı değerlendirme kriterleri açısından yukarıda elde edilen maliyet, müşteri memnuniyeti ve esneklik çıktı değerlerini bütünleşik bir bakış açısı ile göstermeye çalışmıştır. Bu yaklaşımda dikkat edilebileceği gibi kaynak olarak gösterilen maliyet değişkenleri payda da yer almakta ve tedarik zinciri yönetimi performansını ters yönlü etkilemektedir. Müşteri memnuniyeti ve esneklik çıktı değerleri ise tedarik zinciri performansı değerlendirme sürecini aynı yönde etkilemektedir. Dolayısıyla maliyetlerdeki bir artış performansı olumsuz yönde etkilerken, müşteri memnuniyetinde ve üretim merkezlerinin talebi karşılama yönündeki gücünün artması performansı olumlu yönde etkilemektedir. Çalışmamızda, çıktı değeri hesaplanırken $\alpha=1,1$ ve $\beta,\gamma=1$ değerleri alınmıştır.

BÇD=Bütünleşik çıktı değeri

$$B\check{C}D = \frac{\beta OM * \gamma FM}{\alpha RM} \text{ olarak ifade edilmektedir.}$$

(13)

D) Tedarik Zinciri Performansının Değerlendirilmesinde Kullanılan Değişkenlerin Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi

Tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenlerinin önem sırasını belirlemek amacıyla, yapay sinir ağı yöntemlerinden radyal tabanlı sinir ağları kullanılmıştır. Perakendeci kuruluşun kendi üretmiş olduğu ürünler (private label) örnek kütlemizi oluştururken ürünlerin tamamı örnek seçimimize dahil edilmiştir. Dolayısıyla, örnek seçiminde uzayın tamamını

temsil edebilecek örnek seçimi yapılmıştır. Toplam 101 ürüne ait alt değişkenler ve bu değişkenlerin önem sırası ortaya konulmaya çalışılmıştır. Modelimizde danışmanlı öğrenme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmamızda girdilerin ve çıktılarının ölçeklendirilmesi amacıyla, bütün girdi ve çıktı değerlerine normalizasyon işlemi uygulanmıştır. Girdi değerlerimizin normalizasyonu amacıyla, aşağıda belirtilen log-sig fonksiyonu kullanılmıştır.

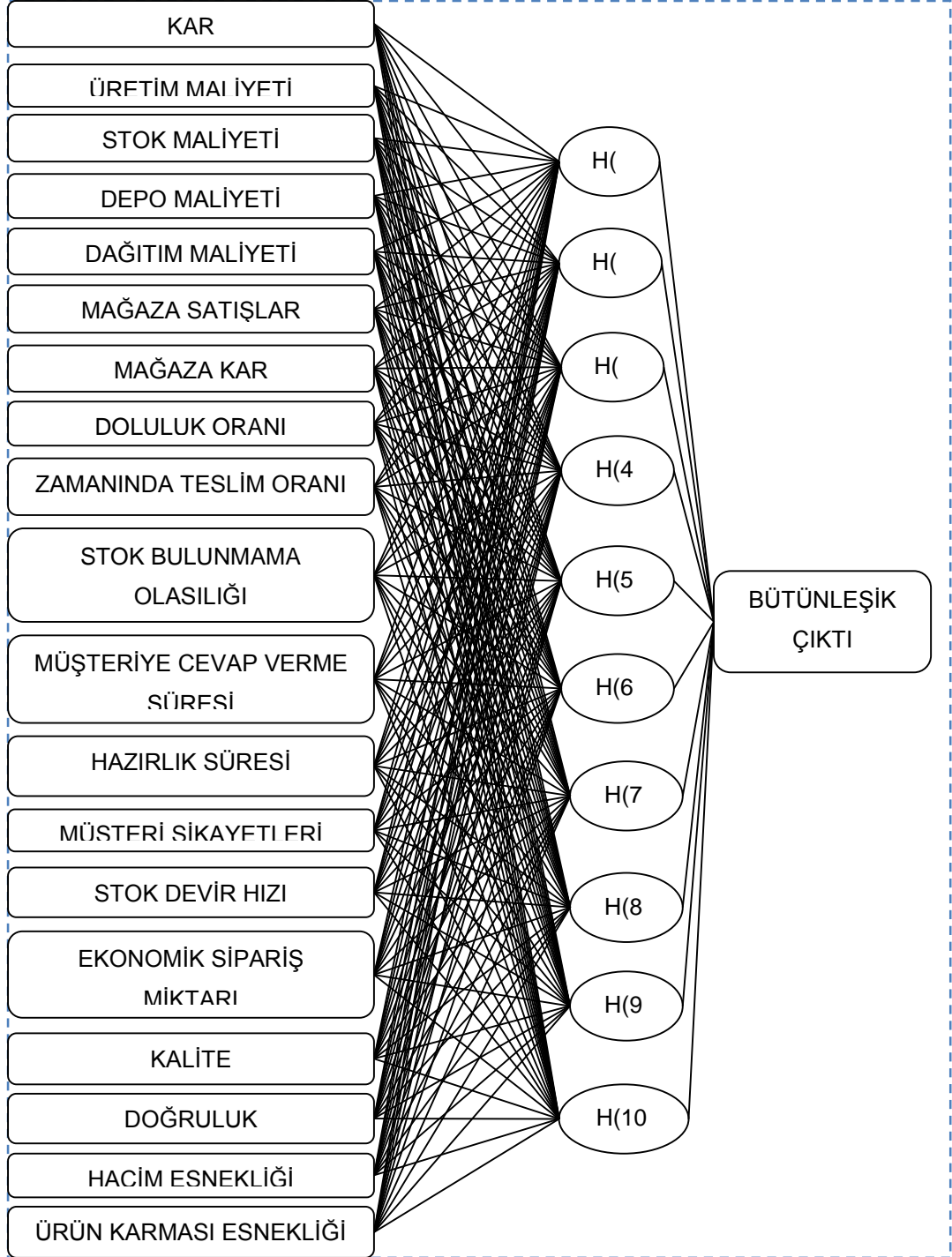
$$V_N = \text{Normalize edilecek değerler} \quad V_{\max} = \text{En büyük veri değeri}$$
$$V_{\min} = \text{En küçük veri değeri} \quad V_N = \left[\frac{V_R - V_{\min}}{V_{\max} - V_{\min}} \right]$$

(14)

Modelde, maliyet, müşteri memnuniyeti ve esneklik temel değişkenleri ve temel değişkenlere ait alt değişkenlerin önem sıraları belirlenmeye çalışılmıştır. Tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenleri, radyal tabanlı sinir ağı yöntemi ile belirlenmiştir. Modelde kullanılan parametreler Tablo: 4'de gösterilmiştir. Bahsedilen değişkenlerin tamamı modele dahil edilmiştir. Yapay sinir ağı yöntemi, danışmanlı öğrenme yöntemine göre oluşturulmuş ve belirtilen değişkenlere ait değerler girdi, bütünlük çıktı değerleri de çıktı olarak kullanılmıştır.

Tablo: 4
Tedarik Zinciri Performans Değerlendirme Değişkenleri
Radyal Tabanlı Sinir Ağı Parametreleri

KULLANILAN MODELİN ÖZETİ	Tedarik Zinciri	
	N	HATA PAYI
EĞİTİM SETİ	71	0.022
TEST SETİ	30	.122a
TOPLAM	101	
ARAKATMAN AKTİVASYON FONKSİYONU	Softmax	
ÇIKTI KATMANI AKTİVASYON FONKSİYONU	Identity	
HATA FONKSİYONU	Hata Kareler Toplamı	



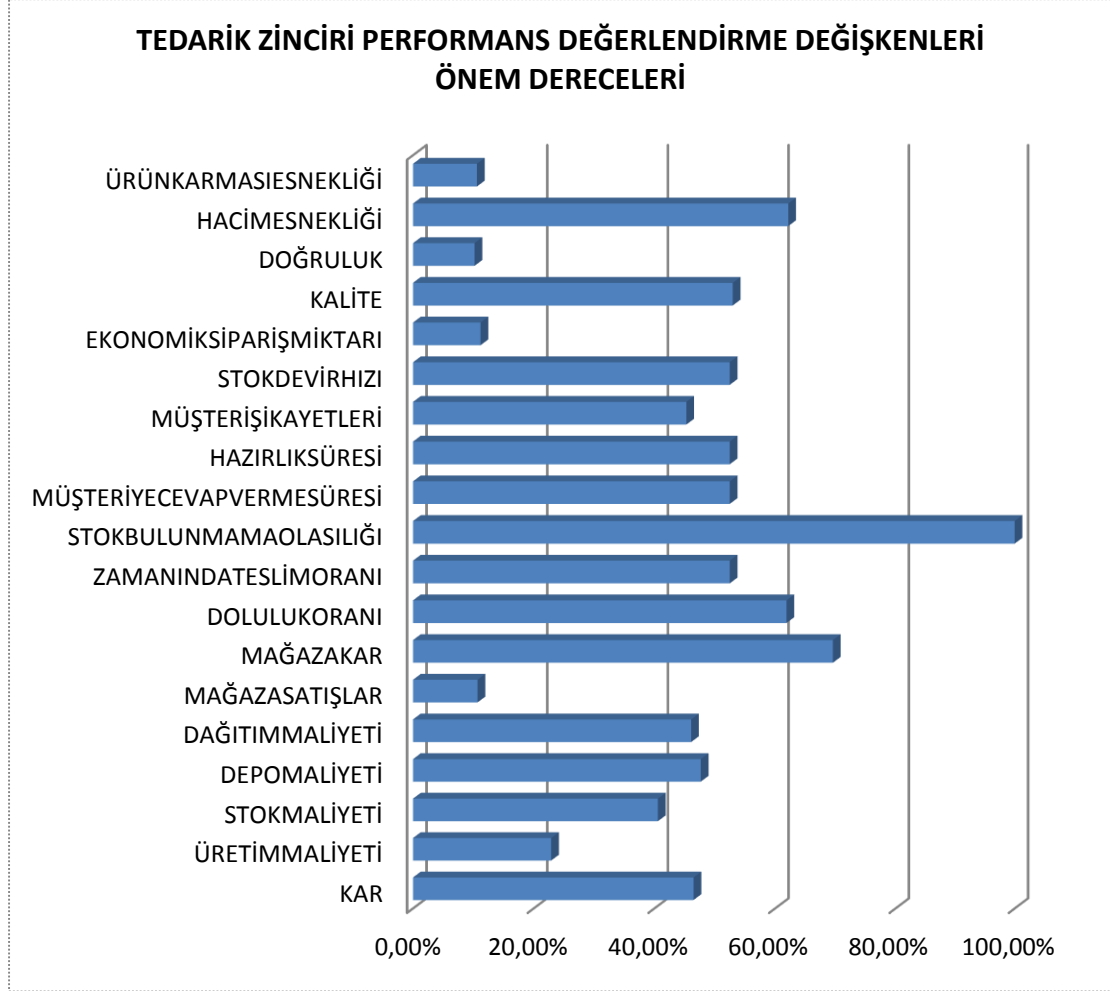
Şekil :4
Tedarik Zinciri Performans Değerlendirme
Radyal Tabanlı Yapay Sinir Ağı Yapısı

Model, belirtilen tedarik zincirine ait 71 üründen oluşan eğitim seti ve rastgele seçilmiş 30 ürünü temsil eden test setinden oluşmaktadır. Eğitim seti 0.022 hata payı, test seti ise 0.122a hata payı ile çalışmaktadır. Ara katman aktivasyon fonksiyonu olarak softmax, çıktı katmanı aktivasyon fonksiyonu olarak identity ve hata fonksiyonu olarak hata kareler toplamı yöntemleri kullanılmıştır. Modelde kullanılan radyal tabanlı ağ yapısı Şekil: 4’de gösterilmektedir.

Tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenlerinin önem sıralarına bakılacak olursa (Tablo: 5, Şekil: 5), en önemli değişkenin stok bulunmama olasılığı (%100) olduğu görülmektedir. Bu değişkeni sırasıyla; mağaza kar (%69.60), hacim esnekliği (%62.20), doluluk oranı (%61.90), kalite (%53), zamanında teslim oranı (%52.5), stok devir hızı (%52.5), müşteriye cevap verme süresi (%52.5), hazırlık süresi (%52.5), depo maliyeti (%47.70), kar (%46.5), dağıtım maliyeti (%46.10), müşteri şikayetleri (%45.30), stok maliyeti (%40.60) ve üretim maliyeti (%22.90) değişkenleri izlemektedir. Tedarik zinciri performansını en az etkileyen değişkenler ise, ekonomik sipariş miktarı (%11.20), mağaza satışlar (%10.70), ürün karması esnekliği (%10.60) ve doğruluk (%10.20) değişkenleridir.

Tablo: 5
Tedarik Zinciri Performans Değerlendirme
Değişkenleri Önem Dereceleri

DEĞİŞKENLER	TEDARİK ZİNCİRİ PERFORMANS DEĞERLENDİRME DEĞİŞKENLERİ ÖNEM DERECELERİ
KÂR	46.50%
ÜRETİM MALİYETİ	22.90%
STOK MALİYETİ	40.60%
DEPO MALİYETİ	47.70%
DAĞITIM MALİYETİ	46.10%
MAĞAZA SATIŞLAR	10.70%
MAĞAZA KÂR	69.60%
DOLULUK ORANI	61.90%
ZAMANINDA TESLİM ORANI	52.50%
STOK BULUNMAMA OLASILIĞI	100.00%
MÜŞTERİYE CEVAP VERME SÜRESİ	52.50%
HAZIRLIK SÜRESİ	52.50%
MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ	45.30%
STOK DEVİR HIZI	52.50%
EKONOMİK SİPARİŞ MİKTARI	11.20%
KALİTE	53.00%
DOĞRULUK	10.20%
HACİM ESNEKLİĞİ	62.20%
ÜRÜN KARMASI ESNEKLİĞİ	10.60%



Şekil: 5
Tedarik Zinciri Performans Değerlendirme
Değişkenleri Önem Dereceleri

Perakende işletme açısından tedarik zinciri performansının ölçülmesinde stok bulunmama olasılığı en önemli değişken olarak belirlenirken, ürün karması esnekliği, doğruluk, ekonomik sipariş miktarı ve mağaza satışlar en az önemli değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer

değişkenler ise orta düzeyde öneme sahip değişkenler olarak belirlenmektedir. Dolayısıyla, perakende işletme açısından stok bulunmama olasılığının tedarik zinciri performansı değerlendirilirken mutlaka dikkate alınması gerekmektedir.

SONUÇ

İşletmeler, müşterilerin istediği ürünü, istediği zamanda ve en düşük maliyetle üretmek durumundadırlar. Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının sürekli değiştiği düşünülürse, işletmelerin bu istek ve ihtiyaçları karşılayabilmesi için ürün çeşitlerini artırmaları gerekmektedir. Ürün çeşitliliği ise, işletmelerin hammadde temini, depolama, taşıma, dağıtım ve nakliye faaliyetleri gibi bir takım yeni problemlerle karşılaşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, günümüzde işletmelerin tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerine gereken önemi vermeleri gerekmektedir. Tedarik zinciri yönetimi, tüm tedarik zinciri üyelerinin süreçlerini, teknolojilerini ve yeteneklerini ne derece etkin kullandıkları ve belirtilen faaliyetleri ne derecede yerine getirdikleri ile ilgilenmektedir. Bu durum ise, tedarik zinciri performansının ölçülmesi ve değerlendirilmesi ile mümkün olmaktadır.

Tedarik zinciri performansının değerlendirilmesinde kullanılan değişkenler işletme ve işletmenin içerisinde yer aldığı sektöre göre değişkenlik gösterebilmektedir. Ayrıca, oluşturulan modele göre, modelin test edilmesinde kullanılan yapay sinir ağı yöntemleri farklı sonuçlar vermektedir. Bu çalışmada, perakende sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin kendi üretmiş olduğu ürünler (private label) araştırma konusunu oluşturmaktadır. Ayrıca, değişkenlerin önem sırasının belirlenmesinde ve oluşturulan modelin test

edilmesinde yapay sinir ağı yöntemlerinden radyal tabanlı yapay sinir ağı kullanılmıştır. Çalışma, tedarik zinciri performansını değerlendirmek isteyen araştırmacı ve uygulayıcılara hangi değişkenlerin kullanılmasının daha uygun olduğunu göstermesi açısından faydalı görülmektedir.

Modelimize katılan işletmenin gıda sektöründe faaliyet gösteren bir perakende işletme olması, stok yönetiminde daha etkin olmasını zorunlu kılmaktadır. Perakende işletmelere gelen müşterilerin temel beklentileri istedikleri ürünlerin işletmede var olmasıdır. Dolayısıyla stok bulunmama olasılığının, tedarik zinciri performans değerlendirme değişkenleri arasında en önemli değişken olarak belirlenmesi son derece normaldir. Ayrıca, stok devir hızı da performans değişkenleri içerisinde önemli görülebilecek değişkenler arasında yer almaktadır.

Hacim esnekliği, talebe bağımlı bir değişken olup, talepteki değişmelere tepki gösterebilme yeteneğini ifade etmektedir. Dolayısıyla perakende işletmelerinde hacim esnekliğinin yüksek çıkması son derece normaldir. Ayrıca, 101 ürün üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, temel gıda, ve şarküteri ürünleri analiz edilmiştir. Modelde yer alan ürünlerin farklı kategorilerden olması, perakende işletme açısından kar marjlarının ve ürün kalite düzeylerinin farklı olmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla, mağaza karı ve kalite değişkenleri tedarik zinciri performansı açısından önemli görülmektedir.

Stok bulunmama olasılığının minimum düzeye indirilebilmesi için, doluluk oranının (sipariş karşılama oranı), zamanında teslim oranının, müşteriye cevap verme süresinin ve hazırlık sürelerinin optimal düzeylerde olması beklenmektedir. Modele bakılacak olursa, belirtilen değişkenler

performans değerlendirme açısından dikkate alınması gereken değişkenler arasında yer almaktadır.

Belirtilen değişkenler incelenecek olursa, hacim esnekliği dışında, değişkenlerin tamamı müşteri memnuniyeti (çıktı) temel değişkeni ile ilgili olan değişkenlerdir. Hacim esnekliği ise, hem perakendeci kuruluş, hem de üretim merkezlerini ilgilendiren bir değişkendir. Dolayısıyla tedarik zincirinin performansı değerlendirilirken, müşteri memnuniyeti temel değişkeni ile ilgili değişkenler son derece önemlidir.

Maliyet temel değişkeni açısından yer alan depo maliyeti, kâr, dağıtım maliyeti, stok maliyeti, üretim maliyeti değişkenleri, yukarıda belirtilen müşteri memnuniyeti temel değişkeni alt değişkenlerinden sonra gelmektedir. Tedarik zinciri yönetiminin temel amacı, müşterilere doğru ürünün, doğru zamanda, doğru yerde, doğru fiyata, tüm tedarik zinciri için mümkün olan en düşük maliyetle ulaşmasını sağlayabilmektir. Dolayısıyla modelimizde ele aldığımız perakendeci işletme açısından, üretim merkezlerinin katlanmış olduğu maliyetlerden daha çok, ürünün istenilen zamanda elde edilmesi, siparişlerin zamanında karşılanması, kaliteli ürün ve hizmetlerin varlığı gibi unsurlar daha önemli görülmektedir.

Müşteri şikayetleri değişkeni, maliyet temel değişkenini oluşturan alt değişkenlerle aynı önem sırasına sahip olmuştur. Ayrıca, müşteri memnuniyeti temel değişkenlerinden ekonomik sipariş miktarı, mağaza satışlar, ürün karması esnekliği ve doğruluk değişkenleri tedarik zinciri performansı açısından en az öneme sahip değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tedarik zinciri performansının değerlendirilmesi için gerçekleştirilen bu çalışmada, değişkenler önem sıralarına göre derecelendirildiğinde, en önemli değişkenlerin müşteri memnuniyeti temel değişkenine ait alt değişkenler olduğu görülmektedir. Müşteri memnuniyeti temel değişkeni, tedarik zinciri içerisinde perakende mağazaya ait olan değişkenlerdir. Dolayısıyla, model açısından, tedarik zincirinin performansının değerlendirmesinde perakendeci mağaza son derece önemli konumdadır denilebilir. Ayrıca, değişkenlerin önem sıraları incelendiğinde, performans değerlendirmenin, sadece maliyet bazlı olması tedarik zinciri yönetimi açısından yeterli olmamakta, mutlaka müşteri memnuniyeti temel değişkenine ait değişkenlerin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı şekilde, sadece müşteri memnuniyeti temel değişkenleri ile değerlendirmenin yeterli olmadığı, maliyet temel değişkenine ait değişkenlerinde değerlendirme kapsamında ele alınması gerektiği sonucuna varılabilmektedir.

Çalışma, perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelere ve araştırmacılara tedarik zinciri performansını değerlendirmeleri yönünde yol gösterici olmaktadır. Araştırmacılar, bundan sonra perakende sektöründe veya diğer sektörlerde tedarik zinciri performansını değerlendirmek amacıyla oluşturduğumuz modeli kullanabilecekleri gibi, farklı modellerde oluşturabilirler. Çalışmalarında, maliyet temel değişkeni yanında, müşteri memnuniyeti temel değişkenlerini de dahil ederek tedarik zincirini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirebilirler. Ayrıca, yapay sinir ağı yöntemlerinden danışmanlı öğrenme yöntemini benimseyen radyal tabanlı yapay sinir ağı yönteminden farklı olarak, danışmansız öğrenme yöntemini benimseyen adaptif rezonans ağları, elman ağı, hopfield ağı gibi değişik yapay sinir ağı yöntemleriyle modellerini test edebilirler.

KAYNAKÇA

- ANDERSON, Dave, McNeill, George, (1992); **Artificial Neural Networks Technology**, A Dacs State-of-The-Art Report, Contract Number f30602-89-c-0082, August 20.
- ANGERHOFER, Bernhard J., Angelides, Marios C. (2006) "A Model And A Performance Measurement System For Collaborative Supply Chains", **Decision Support Systems**, 42, 283-301.
- AYERS, James B. (2000) **Handbook of Supply Chain Management**, St. Lucie Press.
- AYERS, James B., Odegaard, Mary Ann (2008) **Retail Supply Chain Management**, Taylor & Francis Group, LLC.
- BEAMON, Benita M. (1998) "Supply Chain Design And Analysis: Models And Methods", **International Journal of Production Economics**, Vol. 55, No. 3, PP. 281-294.
- BEAMON, Benita M. (1999) "Measuring Supply Chain Performance", **International Journal of Operations & Production Management**, Vol. 19, No. 3, PP. 275-292.
- BHAJWAT, Rajat, Sharma, Milind Kumar (2007) "Performance Measurement of Supply Chain Management: A Balanced Scorecard Approach", **Computers & Industrial Engineering**, 53, 43-62.
- BEJERLEIN, James G., Miller, Christopher A. (2000) **Performance Measures, And Measurement In Supply Chains In The Food System**, Food Industry Report.
- BREWER, Peter C., Speh, Thomas W. (2000) "Using The Balanced Scorecard To Measure Supply Chain Performance", **Journal of Business Logistics**, Vol 21, No:1.
- CHAN, FTS; QI, HJ; Chan, HK; Lau, HCW; IP, RWL (2003a) "A Conceptual Model of Performance Measurement For Supply Chains", **Management Decision**, V. 41 N. 7, P. 635-642.

CHAN, F. T. S. (2003b) "Performance Measurement In A Supply Chain", **International Journal of Advance Manufacturing Technology**, 21:534– 548.

ELMAS, Çetin (2003) **Yapay Sinir Ağları: Kuram, Mimari, Eğitim, Uygulama**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

ERSOY, Mesiha Saat, Ersoy, Abdullah (2011) **Üretim Ve İşlemler Yönetimi**, İmaj Yayınları. 2. Baskı.

FLEİSCH, Elgar, Tellkamp Christian (2005) "Inventory Inaccuracy And Supply Chain Performance: A Simulation Study of A Retail Supply Chain", **Int. J. Production Economics**, 95 ,373–385.

GUNASEKARAN, Angappa, Kobu, Bülent (2007) "Performance Measures And Metrics In Logistics And Supply Chain Management: A Review of Recent Literature (1995–2004) For Research And Applications", **International Journal of Production Research**. 45:12, 2819-2840.

GUNASEKARAN A., Patel c., McGaughey Ronald H. (2004) "A Framework For Supply Chain Performance Measurement". **Int. J. Production Economics**, 87 ,333–347.

GUPTA Ranjan, Jones, Coryn A.L. Bailer, Singh, Harinder P. (2001) **An Introduction To Artificial Neural Networks**, Narosa Publishing House, New Delhi, India.

HUGOS, Michael (2003) **Essential of Supply Chain Management**, John Wiley & Sons, INC., Hoboken, New Jersey.

HWANG, Yeong-Dong, Yi-Ching Lin, Jung Lyu Jr. (2008) "The Performance Evaluation of Scor Sourcing Process—The Case Study of Taiwan's Tft-Lcd Industry", **INT. J. Production Economics**, 115,411– 423.

JUN, Xu (2009) "Model Of Cluster Green Supply Chain Performance Evaluation Based On Circular Economy", **2009 Second International Conference On Intelligent Computation Technology And Automation**.

LI, Zhengping, Kumar, Arun, Xiaoxia Xu (2007) "Supply Chain Performance Evaluation From Structural And Operational Levels". **Emerging Technologies And Factory Automation, ETFA. IEEE Conference On.1131 – 1140.**

NABIYEV, Vasif Vagifoğlu (2010) **Yapay Zeka İnsan – Bilgisayar Etkileşimi, Seçkin Yayınları, 3. Baskı.**

NARASIMHAN, Ram, Jayaram Jayanth (1998) "Causal Linkages In Supply Chain Management: An Exploratory Study of North American Manufacturing Firms", **Decision Sciences, Volume 29, Number 3, Summer .**

PERSSON, Fredrik, Olhager Jan (2002) "Performance Simulation of Supply Chain Designs". **Int. J. Production Economics, 77, 231-245.**

PIRES, Silvio R. I., Aravechia, Carlos H.M. (2001) "Measuring Supply Chain Performance", **Proceedings of The Twelfth Annual Conference of The Production And Operations Management Society, Pom-2001, Orlando FL.March 30-April 2.**

RABELO, Luis, Helal, Magdy (2004) "Analysis of Supply Chains Using System Dynamics, Neural Nets, And Eigenvalues", **Proceedings of The 2004 Winter Simulation Conference, R .G. INGALLS, M. D. ROSSETTI, J. S. SMITH, AND B. A. PETERS, EDS.**

SAGIROĞLU, Şeref, Beşdok, Erkan, Erler, Mehmet (2003) **Mühendislikte Yapay Zeka Uygulamaları -I Yapay Sinir Ağları, Ufuk Yayıncılık.**

TAO, Xiaoyan (2009) "Performance Evaluation Of Supply Chain Based On Fuzzy Matter-Element Theory", **2009 International Conference On Information Management, Innovation Management And Industrial Engineering.**

VAISLA, Kunwar Singh, Bhatt, Ashutosh Kumar (2010) "An Analysis of The Performance of Artificial Neural Network Technique For Stock Market Forecasting", **(IJCSE) International Journal On Computer Science And Engineering, Vol. 02, NO. 06, 2104-2109.**

VERGARA, Elizabeth F., Khouja Moutaz, Michalewicz Zbigniew (2002) “An Evolutionary Algorithm For Optimizing Material Flow In Supply Chain”, **Computers And Industrial Engineering**, 43, 407-421.

ZHU, Jiulong (2010) “Evaluation of Supply Chain Performance Based On Bp Neural Network”, **Computer Engineering And Technology (Iccet), 2010 2nd International Conference On**, V1-495 - V1-499.

Amerikan Üretim ve Stok Kontrol Derneği (APICS) (2012)
<http://www.apics.org/gsa-main-search#supply%20chain/allResults>,
29.11 . 2012

HAKEM KURULU
(Alfabetik Sıraya Göre)

A.Argun KARACABEY (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
A.Argun AKDOĞAN(Doç.Dr., TODAİE)
Abdullah ÇELİK(Doç.Dr., Harran Üniv.)
Abdullah ERSOY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Abdurrahman AKDOĞAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Adnan ÇELİK (Prof. Dr., Selçuk Üniv.)
Adem ALTAY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Affan Hakan ÇERMİKLİ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Afşin ŞAHİN(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet AKSOY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet BİLGİN (Prof.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Ahmet Burçin YERELİ(Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Ahmet ÇİĞDEM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet KUMRULU (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Alaeddin TİLEYLİOĞLU (Prof.Dr.,Çankaya Üniv.)
Alev SÖYLEMEZ(Prof.Dr.Gazi Üniv.)
Ali Rıza ÖZDEMİR(Prof.Dr.Gazi Üniv.)
Ali HALICI (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Alparslan AKÇORAĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Alptekin ESİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Arslan YİĞİDİM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Arzu OĞUZ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Atilla GÖKÇE (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın BAŞBUĞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın KARAPINAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın KOÇAK(Yrd.Doç.Dr., Ege Üniv.)
Aydın ÜNSAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aykut GÖKSEL(Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Aykut Namık ÇOBAN (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Aykut TOROS (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Ayşe KAZAN EDİZ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ayşe YILDIZ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ayşegül MENGİ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Aziz KONUKMAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Azize ERGENELİ(Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Azize TUNÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Bahtışen KAVAK (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Bahtiyar AKYILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Banu AKADLI ERGÖÇMEN (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Bedriye SARAÇOĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Belgin AKÇAY (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Belgin AYDINTAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Belma TOKUROĞLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Berna KOCAMAN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Bican ŞAHİN (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Burhan AYKAÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Bülent BAYAT (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Bülent DURU(Doç.Dr.,Ankara Üniv.)
Bülent YAVUZ(Yrd.Doç.Dr. Gazi Üniv.)
C. Coşkun KÜÇÜKÖZMEN (Dr., TCMB)
Cahit GELEKÇİ (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Canan ATEŞ EKŞİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Canan ÇETİN(Prof.Dr., Marmara Üniv.)
Celal AYDIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Celal TAŞDOĞAN(Gazi Üniv.)
Cengiz ANIK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Cem KILIÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Cemal FEDAYİ (Doç.Dr.,Kırıkkale Üniv.)
Cemalettin TAŞKIRAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Cemil VARLIK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Cihan TANRIÖVEN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Çınar ÖZEN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)

Dilek ÖZBEK (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Dilaver TENGİLİMOĞLU(Prof. Dr. Gazi Üniv.)
Doğan SOYASLAN (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Doğan TUNCER(Prof.Dr.,Başkent Üniv.)
Doğan Yaşar AYHAN(Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Duran BÜLBÜL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Dursun BİNGÖL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ejder YILMAZ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Emine ORHANER (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Enver AYDOĞAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Enver BOZKURT (Prof.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Ercan ENÇ (Prof.Dr., Mustafa Kemal Üniv.)
Erdinç YAZICI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Eren ÇAŞKURLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ergin İĞREK (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Erinç BÖGE (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Ersan BOCUTOĞLU(Prof.Dr.Karadeniz Tek.Üniv.)
Erol BULUT (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Eyüp BEDİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Eyüp G. İSBİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
F. Nilgün AKÇA (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
F. Rifat ORTAÇ (Prof.Dr., Aydın Üniv.)
Fahriye ÖZTÜRK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fatma TAŞDEMİR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fatma Ülkü SELÇUK (Yrd.Doç.Dr., Atılım Üniv.)
Ferhan ÇEVİK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Feriha YILDIRIM (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fethullah AKIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fırat PURTAŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Figen ZAFİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Filiz ELMAS (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Funda YURDAKUL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Gül AKYILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Gülen ELMAS ARSLAN (Prof.Dr., Hitit Üniv.)
Güler SAĞLAM ARI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Gülin GÜNGÖR (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Gürkan ÇELEBİCAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Güven SAK (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Güven SAYILGAN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Gülşay BUDAK(Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniv.)
Hakan BERUMENT (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Hakan GÜNDOĞDU(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hakan Naim ARDOR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hakan TAŞDEMİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hakkı Ozan ERUYGUR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Halim ERGEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Halit GÖNENÇ (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Hamit Emrah BERİŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hamza GAMGAM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan BAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan BAL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan KAVAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan TUNÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan ÜNAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hayati BEŞİRLİ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Haydar ÇAKMAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Haydar Lütfü EJDER (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hikmet KAVRUK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hikmet Sami TÜRK (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Hülya BAYRAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hüseyin AKYILDIZ (Prof.Dr., Süleyman Demirel Üniv.)
Hüseyin YAYMAN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İbrahim AYDINLI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)

İbrahim LAZOL(Prof.Dr., Uludağ Üniv.)
İbrahim TOKATLIOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İbrahim YÜNGÜL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İhsan ALP (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
İhsan KELEŞ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İlhami SÖYLER (Doç.Dr.,Sarıyay)
İlyas SÖZEN(Doç.Dr.,Beykent Üniv.)
İrfan ÇAĞLAR (Prof. Dr., Hitit Üniv.)
İsmail ENGİN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İşaya UŞUR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
İzzettin ÖNDER (Prof.Dr., İstanbul Üniv.)
İzzet GÜMÜŞ (Prof. Dr. Gazi Üniv.)
Jülide YILDIRIM ÖCAL (Prof.Dr., TED Üniv.)
Kadir ARICI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kadir CANGIZBAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kadir VAROĞLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Kamil BÜYÜKMİRZA (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kamil Ufuk BİLGİN (Prof.Dr., TODAİE)
Kemal ÇAKMAN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Kemal GÖRMEZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Keremettin TEZCAN (Doç.Dr., İzmir Üniv.)
Kürşad Şeyhmus TURAN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Kürşat ERDİL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Kürşat Nuri TURANBOY (Doç.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Kürşat YALÇINER (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Leyla ÖZER (Yrd.Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
M.Akif ÖZER (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
M.Akif OKUR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
M. Emin ÇAĞIRAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Fatih UŞAN (Doç.Dr., Selçuk Üniv.)
M. Mithat ÜNER (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Necat COŞKUN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
M. Umur TOSUN(Doç.Dr. Hacettepe Üniv.)
M.Tuba ONGUN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet ASLAN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Akif ÇUKURÇAYIR(Prof.Dr.,Selçuk Üniv.)
Mehmet Akif OKUR(Doç.Dr.Gazi Üniv.)
Mehmet Akif ÖZER(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Baha KARAN (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Mehmet BAŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Merve ÖZAYDIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet S. EROL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet SAYARI (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Mehmet ŞAHİN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mesih SAAT (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mesut Bedri ERYILMAZ (Doç.Dr., Polis Akademisi)
Mete TÖRÜNER (Doç.Dr., Ufuk Üniv.)
Metehan TOLON (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin Kamil ERCAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Metin Meriç(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin SARAÇOĞLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin TAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mevlüt KARAKAYA(Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mine Nur BOZDOĞAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mine TEKELİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Muhittin TAYFUN (Doç.Dr., Başkent Üniv.)
Muhtem KAYNAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Murad KAYACAN (Dr., İMKB)
Murat AKÇAKAYA(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Murat ATAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mustafa DURMUŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mustafa Nail ALKAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mustafa ORÇAN(Doç.Dr.,Yıldırım Beyazıt Üniv.)

Mustafa Ömer İPÇİ (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Mustafa Tamer MÜFTÜOĞLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Müslim EKİNİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Müslime NARİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Savaş BAYINDIR (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Naci BOSTANCI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nail ÖZTAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nalan AKDOĞAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Necmiddin BAĞDADIOĞLU (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nevin GÜNGÖR ERGAN(Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nevzat SAYGILIOĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nezir KÖSE (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nihat FALAY (Prof.Dr., İstanbul Üniv.)
Nizamettin AKTAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nur Bilge CRİSS (Doç.Dr., Bilkent Üniv.)
Nurettin BİLİCİ (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nurettin PARILTI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nuri TORTOP (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Nükhet LALİK DOĞAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Oğuz ESEN (Prof.Dr., İzmir Ekonomi Üniv.)
Oktay F.TANRISEVER (Doç.Dr., ODTÜ Üniv.)
Osman Fatih SARAÇOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Osman ŞİMŞEK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Orhan GÖKÇE (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Ömer PEKER (Prof.Dr., TODAİE)
Ömer Tanju DURUSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ömer KESKİNSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Özdemir AKMUT (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Özge AYNAGÖZ ÇAKMAK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Özhan ULUATAM (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Özkan TÖTÜNÜCÜ(Prof.Dr.,Dokuz Eylül Üniv.)
Öznur YÜKSEL (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Ramazan AKTAŞ (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Ramazan BİÇER(Prof.Dr., Sakarya Üniv.)
Ramazan GÖKBUNAR(Prof.Dr.,Celal Bayar Üniv.)
Ramazan YILDIRIM (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Recai ÇINAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Reşat KASAP (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Rıdvan BAYIRLI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Rıza AYHAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
S.Fatih ÖZATAY (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Sadi ÇAYCI (Doç.Dr.,)
Salih ÇELEBİOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Seçil Mine TÜRK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Selahattin TOGAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Selami SARGUT (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Selçuk ÇİNGİ (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Selma KALYONCUOĞLU(Yrd.Doç.Dr. Gazi Üniv.)
Semih Hüseyin TOKAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Semra ORAL ERBAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Seniha Alev SÖYLEMEZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Serap YANIK(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Serdar KILIÇKAPLAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Serpil GÜDÜL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Servet MUTLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Sevinç ÜRETEN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Sezgin AKSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Sıtkı ÇORBACIOĞLU (Doç. Dr., Osmangazi Üniv.)
Sibel ATAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Soner GÖNEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Suna BAŞAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Süleyman ÇELİK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)

Süleyman DEĞİRMEN (Doç.Dr., Mersin Üniv.)
Şenay AÇIKGÖZ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şennur ŞENEL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şenol ALTAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şenol DURGUN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şiir YILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şule ÖZKAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şükrü KIZILOL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şükrü ÖZEN (Prof.Dr., Yıldırım Beyazıt Üniv.)
Tevfik ERDEM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Tevfik Murat ÖZDEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Tuncay ÖNDER (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Turgut GÜMÜŞ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Türel YILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Türker TOPALHAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ufuk SERDAROĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Umut ÇAKMAK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Uygur TEMİZER (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Uysal KERMAN (Doç.Dr.Süleyman Demirel Üniv.)
Ümit ÖZDAĞ (Prof.Dr. Gazi Üniv.)
Üstün DİKEÇ (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Vedat BİLGİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Veysel BAŞPINAR (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Yalçın KARATEPE (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Yaşar METHİBAY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yavuz ATAR (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Yeliz YALÇIN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yıldız AYANOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yılmaz ÖZKAN (Prof.Dr., Atılım Üniv.)
Yücel ÇAĞLAR (Doç.Dr., MPM)
Yücel UYANIK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yüksel İNAN (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Zafer GÖREN (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Zakir AVŞAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Zekai ÖZTÜRK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Zeki YANIK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Zarife ŞENOCAK (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Zeynep DÜREN (Prof.Dr., Marmara Üniv.)