



T.C. ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU

YIL / YEAR 3

SAYI / VOL. 13

OCAK/ JANUARY 2009

künye
identity



T.C. ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi üç ayda bir yayımlanır.

Bu dergide yayımlanan makalelerin telif hakları

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu'na aittir.

Bu yayımla ilgili olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan her türlü hak saklıdır.

Tanıtım için yapılacak alıntılar dışında Yüksekokulun izni olmadan çoğaltılamaz.

Bu dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir.

Yüksekokul bu görüşler nedeniyle herhangi bir sorumluluk kabul etmez.

Yazışma Adresi

Adnan Kahveci Bul. No: 78, 34100

Bahçelievler, İSTANBUL

Telefon: 0 212 442 61 60

Faks : 0 212 442 61 46

www.anadolu.bil.edu.tr

ISSN : 1306 - 3375

Onursal Başkan

Dr. Mustafa AYDIN

İAÜ ve ABMYO Adına İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE

Onur Kurulu

Dr. Mustafa AYDIN

Org. (E) Necdet TİMUR

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE

Yük. Müh. Fatih AYDIN

Editör

Prof. Dr. Candan VARLIK

Editör Kurulu

Prof. Dr. Mustafa ÇIKRIKÇI

Prof. Dr. Nurbay GÜLTEKİN

Prof. Dr. Sabahattin BALCI

Prof. Dr. Selami GÖZENÇ

Prof. Dr. Yahya Kemal YOĞURTÇU

Prof. Dr. Ali KARACA

Prof. Dr. Halil İbrahim ŞANLI

Prof. Dr. M. Nazmi ERCAN

Prof. Dr. Tamer İNAL

Prof. Dr. Yadigar İZMİRLİ

Prof. Dr. Hikmet SAVCI

Prof. Dr. Ali GÜNEŞ

Prof. Dr. İbrahim YILGÖR

Teknik Kurul

Öğr. Gör. Özgül YAMAN

Öğr. Gör. Meltem YENER

Öğr. Gör. Emel BİROL

Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ

Öğr. Gör. Yavuz SARSILMAZ

Kapak Tasarımı

Öğr. Gör. Yavuz SARSILMAZ

Basım Yeri

Ek-BİL Matbaacılık

HAKEM KURUL LİSTESİ

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Selami GÖZENÇ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Candan VARLIK	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. H. Hüsnü GÜNDÜZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Harun AKSU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hami BOSTAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hayri ÜLGEN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mümin YAMANKARADENİZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Belkıs GÜRSOY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İbrahim GÜNEY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Salih GÜNEY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İsmail TOK	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. H. Hami ÖZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Nevzat ONUR	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Günen AKALIN	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Nurten GÜNAL	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Zekai ORHAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Osman GÜRSOY	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. M. Nafiz DURU	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Yaşar SUCU	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İrfan EROL	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Yetkin GÜNGÖR	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Rahmi KESKİN	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Hayati DOĞANAY	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Taçnur BAYGAR	Muğla Üniversitesi
Doç. Dr. Yaşar ONAY	İst. Aydın Univ.
Doç. Dr. Nuray Erhan ÖZDEN	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Özkan ÖZDEN	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nükhet SİVRİ	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ercan ÖĞE	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Metin ZONTUL	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Yaşar CİNEMRE	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Orhan KUZU	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Nurhan TALEBİ	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Filiz AKSU	İst. Aydın Univ.
Dr. Lew NERETIN	Max Planck Institute Bremen - GERMANY
Dr. Elena DUMITRESCU	National Institute for Marine Research and Development ROMANIA
Dr. Ludmyla VICTOROVNA	Natioanal Academy of Saences UKRAINE

ÖNSÖZ

***Dr. Mustafa Aydın**

Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu'nun değerli öğretim üyeleri ile diğer üniversitelerde öğretim yapan ve daima birbirimize destek vermekte olduğumuz akademisyenlerin katkılarıyla hazırlanan dergimiz, bu yıl dördüncü yılını tamamlıyor. 2003-2004 Akademik yılından itibaren yükseköğretim hayatına başlayan meslek yüksekokulumuzun bu kısa dönem içerisinde böyle bir yayını oluşturarak başarılı bir şekilde sürdürmesinden ötürü kıvanç duyuyorum. Bu nedenle de katkısı olan tüm akademisyenlere ve öğretim görevlilerine teşekkür etmek istiyorum.

Ulusların gelişmesinde, ülkelerin kalkınmasında en önemli unsurun eğitim olduğunu biliyor ve bunu her fırsatta dile getiriyoruz. Yükseköğretim ise, "eğitim" girişimlerinin vardığı ileri aşamalardaki bir basamak olarak, yaygın eğitimin genel çerçevesinden biraz daha ötede bir anlam taşır ki, bu da bilgiyi üretmek ve paylaşmak sorumluluklarını içerir. Meslek Yüksekokulları her ne kadar bir üniversite aşamasında bulunmasalar da, mesleki eğitimi bir üniversite anlayışı ve modeliyle öğrencilerine aktaran kurumlardır. Dolayısıyla, var olan bilginin aktarılması kadar, bilginin üretilmesi gibi çok önemli bir görevi de üstlenirler.

Bu kurumda eğitim alan öğrencilerin daima bir adım önde olabilmemesinin, mesleğinde yeni ufuklara bakabilmemesinin ve nihayet bir öğrenci veya mezun olarak kendisinin de bilgi üretme becerileriyle donatmasının temeli ancak bu olabilir.

Anadolu BİL'in kuruluşuyla birlikte, sadece 4 yıl içinde, 12 programdan 37 programa ulaşan öğretim alanımız, sadece çeşitlenerek değil bu çeşitlilik içinde yüksek kalitede bilgi üreterek de gelişimini sürdürmektedir. İşte bu kutsal üretimin sonuçlarından bir bölümünü, bu dergi aracılığıyla sizlere ulaştırmak, bilgi paylaşımı ilkesinin de bir göstergesidir. Burada makale ve araştırmaları yayınlanan akademisyenler, bu çalışmaları ile meslektaşlarına olduğu kadar öğrencilerine de çok farklı ilhamlar vermekteler. Bizlerin en büyük rüyalarından biri, şu anda hocalarının makalelerini okuyan öğrencilerin, bundan birkaç yıl sonra onlarla birlikte burada ortak ya da bireysel yayın yapabilecek duruma gelmeleridir. Bunu sadece akademik kariyerine devam edecek olan öğrencilerimiz için değil, mesleğe atılarak bu alanda pratik gelişmeler kaydedecek ve kendi tecrübelerini üretecek olan öğrencilerimiz için de arzu ediyoruz.

Eğitime, bilgiye ve her alanda üretime gönül vermiş meslektaşlarımı içtenlikle selamlıyor, öğrencilerimize sevgilerimi sunuyor ve şu anda bu dergiyi elinde tutan siz değerli okuyuculara keyifli ve doyurucu bir okuma serüveni diliyorum.

***Mütevelli Heyet Başkanı**

SANAYİLEŞME VE TARIM

Prof. Dr. Mehmet Salih ÇELİKKALE¹

Türkiye dünyanın büyük ülkelerinden biridir. Dünyanın en fazla nüfusa sahip olan 17.'ci ülkesidir. Ülkemiz dünya sıralamasında yeraltı ve yerüstü su zenginliği bakımından 14.cü sırada tatlısu kullanımı bakımından ise 19. cu sırada yer almaktadır. Dünyada ekonomi gücü sıralamasında 17.'ci sıradadır. Kısaca; ülkemiz çeşitli zenginlikler bakımından dünyanın 20 büyük ülkesinden biridir. Hayvansal ve bitkisel gen kaynakları bakımından dünyanın en zengin ülkelerinden biridir.

Türkiye hem bir tarım ülkesi hem de sanayisi hızlı gelişen bir ülkedir. Sahip olduğu farklı ekolojik koşullar nedeniyle çok çeşitli tarım ürünlerinin yetişmesine müsaittir. Çok spesifik bazı bitki ve hayvan türleri hariç, dünyanın sahip olduğu tarım ürünleri çeşitlerinin büyük bir kısmı Türkiye'de mevcuttur. Bu nedenle, tarımsal yapı bakımından kendine yeterli 7 ülkeden biri konumunda idi. Maalesef, son 15-20 yıldan beri uygulanan yanlış tarım politikaları nedeniyle, kendine yeterlilik özelliğini kaybetmiştir. Gerek yiyecek ve gerekse giyecek açısından pek çok ürünü ithal eder duruma gelmiştir. Bu durum, tarımsal yapı bakımından içine kapalı bir politika izlenmemesi şeklinde izah edilmekte ise de, bu düşünce yanlıştır. Sadece tarımda değil, bütün iş kollarında içine kapalı bir ekonomik yapı izlemenin devri elbetki çoktan geçmiştir. Bu düşünce esasta doğrudur. Fakat kapalı ekonomik yapının dışına çıkmak, dünyayla entegre olmak demek tarımı ihmal etmek, tarımın gücünü azaltmak, bu sektöre yapılan desteğin azaltılması, tarım teknolojilerinin sürekli geliştirilmesi için teknik insan gücünün görevlendirilmemesi ile değil, aksine tüm destek unsurlarının güçlendirilmesi ve rekabet gücünün artırılması şeklinde düşünülürse bir anlam taşır. Çünkü biz, bazı petrol zengini ülkelerinde olduğu gibi, petrolü bedava denecek düzeyde vatandaşımıza veremeyiz. Bazı sanayisi çok gelişmiş ülkelerindeki gibi, bazı sanayi ürünlerini çok ucuza vatandaşımızın almasını sağlayamayız. Fakat tarıma gerekli önemi vererek, insanımızın daha az bir harcama ile sağlıklı beslenmesini, üzerini giydirmesini sağlayabiliriz. Diğer bir ifade ile, vatandaşımızı mutlak ihtiyacını karşılamada daha güçlü kılabiliriz. Zaman geçirilmeden yapmamız gereken de budur. Ortalama geliri düşük olan insanımızın alım gücü ancak bu şekilde artırılabilir. Ayrıca, isteklerin ve ürün talebinin yükselişi, ürün arzının artışı üreticinin gelirini artıracak ve hızlı göç azalacak veya kontrollü bir şekilde dönüşecektir. Bir çığ gibi büyüyen işsizliğin artış hızını da azaltacak, toplum huzurunu müsbet etkileyecektir. Bu konu ülkemiz için çok büyük bir önem taşımaktadır.

Bilindiği gibi, ülkemizde kırsal kesim nüfusunun azaltılması ana hedefimizdir. Gelişmiş ülkelerin hepsinde bu yapılmıştır. Ancak, bunun her iki yönünün de çok iyi hesaplanması gerekir. Ne bırakılan tarımsal kesim mevcut verim seviyesinin altına düşürülmeli, ne de gelinen yeni yaşam ortamında (şehir yaşamında) daha mutsuz, daha fazla sorunlu olunmalıdır. Bu bir plan dahilinde olmalıdır. Akşamdan sabaha cereyan ederse iki büyük sorun yaratır. Bunların birisi, terk edilen tarım toprakları sahipsiz kalır, yele ve sele teslim edilir. İkincisi ise yoğun

¹ İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü

sıkıntısını yaşadığımız çarpık kentleşme sorunu ile karşı karşıya kalırız ve bu sorunun yarattığı sayısız problemi yaşarız.

Ülke topraklarını hoyratça kullanma bakımından maalesef dünyada ön sıralarda yer almaktayız. Yeşilden yoksullaştırılan ülke toprağı erozyon denen büyük bir felaketle karşı karşıyadır. Her yıl ülkemizde denizlere taşınan verimli toprak miktarı 500 milyon tonun üzerindedir. Bu miktar Afrika'dakinin 4 katından, Amerika'dakinin 7 katından ve Avrupa Birliği ülkelerindeki miktarın 20 katından fazladır. Bu, göz göre göre ülkenin avuçlarımız arasından kayıp gitmesi demektir. Bunun diğere bir izahı, gerekli tedbirler alınmadığı takdirde, 50-70 yıl arasındaki kısa bir süre sonra Anadolu'nun büyük bir kısmının çölleşeceği demektir. Bu nazari bir tahmin değildir. Yakın geçmişten yaşananlardan yola çıkılarak geleceğin hesaplanmasıdır. Nitekim, 50 yıl kadar önce 200 milyon dönüm olan orman arazisinin bu gün 30-40 milyon dönümü yok olmuş, 130 milyon dönümlük mera arazisinin büyük bir kısmı yok olmuştur. Bunlar yetmiyormuş gibi, şehirleşme adı altında, şehir, kasaba ve köylerin çevresindeki 1. ci ve 2. ci sınıf tarım arazileri tarım dışı kullanılmakta, beton yığınları ile işgal edilmektedir.

Saniyede gelişmiş, kalkınmış ülkelerde tarım kesimindeki nüfus %5 -%10'lara inmiştir. Fakat bu iniş tarım işletmeleri küçülmeden yapılmıştır. Bunun yolu veraset yasasında yapılan değişikliklerle sağlanmıştır. Yani ölen bir insanın tarım arazisi çocukları arasında paylaşılarak bölünmüyor. Bir tarım toprağının teknik tarım yöntemlerine göre ekonomik işletimi için gerekli büyüklüğü değişmeden sadece çocuklarından birine (genellikle büyük çocuğa) kalıyor. Fakat bütün kardeşler gelirinden yararlanıyor. Ülkemizde bu konu 50 yıldan beri tartışılmasına rağmen hala bir çözüm getirilememiştir.

Gerek su ve gerekse rüzgar erozyonu ile toprak kaybı, çoraklaşma, yeşil dokunun kaybı söz konusu olan ülkemizde 25 yıl önce kaldırılan Toprak Su Genel Müdürlüğü teşkilatının Bakanlık bünyesinde yeniden kurulmamasını izah etmek zordur.

Ülkemizde hızlı bir nüfus artışı vardır. Nüfusumuzun %50' den fazlası 30 yaşın altındadır. Genç nüfusun enerjisi ile öğünürken, onlara aydınlık ve mutlu bir gelecek temenni ediyoruz. Temenniler inşallah, maşallahlarla olmayacağına göre, ya gelecek kuşağa sorunları tam ve açık olarak izah etmeliyiz, anlatmalıyız, ya da bu tehlikelere çözüm oluşturacak projeleri yaparak uygulamaya koymalıyız. Aksi takdirde, sorunları örtterek kendimize yaptığımız yanlışlığı gelecek kuşaklara da mal etme vebalini üstlenmiş oluruz.

Bu ülke bu haksızlıklara maruz kalmayacak kadar güzeldir.

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

Cengiz Kasten *

Özet

Bu makalede önce ayakkabı kalıbı tanımlanmış, kalıp hakkında genel bilgiler verilmiş, belli başlı ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri sıralanmıştır.

Daha sonra en çok kullanılan ayakkabı kalıbı ölçü sistemlerinden birisi olan Fransız Ölçü Sistemi ayrıntılı biçimde ele alınmıştır: Sistemin temel karakteristik özellikleri ortaya konmuş, punt kavramı açıklanmış, en ve boy ölçülerinin hesaplanmasında kullanılan formüller geliştirilmiş, 16 - 48 puntlar arasındaki kalıplara ait tüm ölçülerin bulunduğu tablolara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ayakkabı, ayakkabı kalıbı, ölçü sistemi, Fransız Ölçü Sistemi, punt.

* Öğr. Gör. Cengiz KASTAN, İ. A. Ü. Anadolu BİL M.Y.O. Ayakkabı ve Saraciye Tasarımı Program Başkanı,
Tel. 0212 425 61 51- 1094, e- mail: cengizkastan@aydin.edu.tr

French size system for shoe last

Abstract

In this article first shoe lasts are defined, general information regarding shoe lasts is given and the main sizing systems for shoe lasts are classified.

Secondly, the French sizing system, which is one of the most common sizing system for shoe lasts throughout the world, is analyzed in detail. The basic characteristics of the system are introduced and the concept of Paris point is explained. Lastly, formulas used for measuring the length and width of a shoe last are improved as well as tables containing all sizes of Paris points from 16- 48 are illustrated.

Keywords: Shoe, shoe last, size systems, French Sizing System, Paris point.

Giriş

Ayağın büyüklüğüne göre bir numarası vardır. Çocukluk ve gençlik dönemlerinde ayakkabı numarası vücudun gelişmesine paralel olarak büyür. Ayakkabılar bu numaraya göre satın alınır. Bu numara o kadar hassastır ki; yarım numara büyük ya da küçük olması ayakkabının ayağa uymamasına yol açar. Ayakkabının sadece boyunun ayağa uygun olması yeterli değildir, ayakkabı ve ayağın genişlikleri de birbirine uymalıdır.

Ayakkabıları numaralandırmak için değişik ölçü sistemleri geliştirilmiştir. Dünyada en çok kullanılan ölçü sistemlerinden birisi Fransız Ölçü Sistemi'dir. Ülkemizde de kullanılan bu sistemdeki ayakkabı numaraları neyi ifade eder? 28, 37 ya da 43'ün birimi nedir? Aynı uzunlukta farklı genişlikteki ayaklar için adı geçen sistemde ne gibi çözümler sözkonusudur?

Bu makalede yukarıdaki soruların cevapları araştırılmıştır.

Kalıbın tanımı

Kalıp; saya (ayakkabının üstü) ve tabanın üzerine monta edildiği, ayakkabının şeklini ve ölçüsünü vermek ya da ayakkabının oluşmuş şeklini korumak amacıyla kullanılan çeşitli malzemelerden üretilmiş ayak biçimindeki gereçtir. Ayakkabı üretimi için gerekli en önemli demirbaş kalıptır (Kastan, 2007).



Resim- 1: Üretim aşamasında kalıplar.



Resim- 2: Kalıp.

Resim- 1 ve 2’de ayakkabı üretiminde kullanılan kalıplar görülmektedir. Alttaki resimlerde (Resim- 3 ve 4) ise mamül ayakkabının şeklini muhafaza etmek için kullanılan kalıp örnekleri yer almaktadır.



Resim- 3 : Kıрма form kalıbı.



Resim- 4: Deve boynu form kalıbı.

Birçok kalıpta künye (gönye) adı verilen bir parça bulunur. Künye, kalıbın ayakkabı içinden kolayca çıkmasını sağlayan, kalıbın üst bölümünde yer alan, takılıp çıkarılabilen bir parçadır (TS 2336, 1976).

Yine kalıplar üzerinde çeşitli delikler yer alır. Kalıp delikleri kalıbın kullanım amacına ve çalışma biçimine göre künyede, arka yanlarda, arka üstte, tabanda ve kalıbın yanlarında olabilir.

Kalıpların biçimi moda trendlerine ve hitap edilen tüketicinin ayak ölçülerine bağlıdır. Kalıbın burun biçimi ve ökçe yüksekliği moda akımlarına bağlı olarak değişir. Yazlık ve kışlık olmak üzere yılda iki defa moda trendleri ve buna bağlı olarak kalıp şekilleri yenilenir. Kalıbın boy ve en ölçüleri giyenin ayak ölçülerini yansıtır. Ancak zaman zaman modanın etkisi ile kalıplarda ayak ile ilgili ölçüler bile değişebilmektedir. Ayakta tarak kemikleri ile parmak kemiklerinin birleştiği, ayak eninin en geniş olduğu dış ve iç milo başları (Akalın vd., 1993) aynı yerde kalırken kalıpların milo başları ayakkabıları daha uzun göstermek için olması gereken noktadan daha geriye alınmakta ya da tersi yapılabilmektedir.

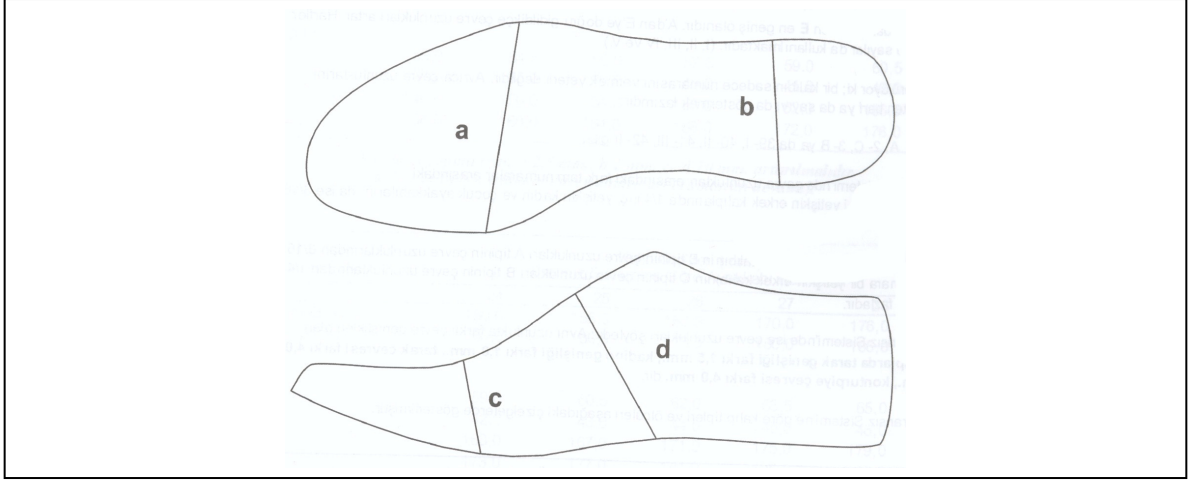
Kalıp ölçü sistemleri

Kalıpları numaralandırmak için kullanılan herhangi bir yönteme ölçü sistemi denir (Kastan, 2007).

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemlerinde uzunluk ölçüsü ile birlikte genişlik ölçüleri de düzenlenmiştir.

Kalıbın boyu; kalıbın önde ve arkadaki en uç noktalar arasında kalan uzaklıktır (TS 5553, 1988).

Ayak dolayısıyla kalıp hiç bir geometrik şekle uymayan kendine has biçimi olan üç boyutlu nesnelere. Kalıbın boyunu belirlemek nispeten kolaysa da en ölçülerini belirlemek biraz daha zordur. Kalıp eninin değişik bölgelerde farklı olmasından kaynaklanan bu sorunu çözmek için kalıp ölçülerinin belirleneceği bölgeler tespit edilmiştir. Bunlara kalıp çevre uzunlukları denilir.



Şekil- 1: Kalıp çevre uzunlukları.

Kalıp çevre uzunlukları dört tanedir (TS 5553, 1988):

(a) Tarak genişliği; tabanın zemine değdiği en geniş yerdeki eni, milo başları arası.

(b) Kadino genişliği; topuğun zemine değdiği en geniş yerdeki eni.

(c) Tarak çevresi; tabanda milo başları ile üstte yüzün yükselmeye başladığı noktadan geçip kalıp çevresini saran uzunluk.

(d) Konturpiye çevresi; üstte kalıbın en yüksek noktası ile tabanda belin yukarıya doğru en yüksek noktasından geçip kalıp çevresini saran uzunluk (Kastan, 2007).

İnsan ayağında aynı uzunlukta dolayısıyla aynı numarada farklı çevre uzunlukları söz konusudur. Fakat kalıplar ve ayakkabılar aynı uzunlukta, farklı genişlikte üretilmedikleri için bir çok tüketici ayağına uygun ayakkabı satın almakta sorun yaşamaktadır.

Çeşitli kalıp ölçü sistemleri mevcuttur: Fransız (Paris) Sistemi, İngiliz Sistemi, Amerikan Sistemi, Mondopoint Sistemi, Japon Sistemi gibi. Bu çalışmada Fransız Sistemi üzerinde durulacaktır.

Fransız Sistemi

Kıta Avrupası'nda en çok kullanılan sistem olan Fransız (Paris) Sistemi ülkemizde de uygulanmaktadır.

Ölçü birimi punt (Paris Puanı)'dır. 1 punt $\frac{2}{3}$ cm.'dir. İşaretleme 0 cm.'den başlar ve tekrar olmadan devam eder. Birim küçük olduğundan (yaklaşık $\frac{1}{4}$ inç) bu sistemde yarım numaralar yoktur (Kastan, 2007).

$$1 \text{ punt} = \frac{2}{3} \text{ cm} = 6,666 \text{ mm.}$$

Fransız Sistemi'nde kalıp numaraları genellikle 16- 48 punt aralığındadır.

Kalıp boyu ile ilgili ölçüler

Bu sistemde ölçü birimi punt olduğundan Fransız Sistemi'nde belirtilen sayı, ayak, kalıp ya da ayakkabı uzunluğunun punt cinsinden ifadesidir. Örneğin; üzerinde 37 yazan kalıbın, uzunluğu 37 punttur ($37 \times \frac{2}{3} \text{ cm} = 24,666 \text{ cm} = 246,666 \text{ mm}$). 42 numara ayakkabının boyu 280 mm.'dir.

Uygulamada sayıların sadece birler basamağı kullanılır. 37 yerine 7, 41 yerine 1, 26 yerine 6 gibi.

Fransız Sistemi ile metrik sistem arasındaki ilişkileri veren formüller aşağıdadır:

Fransız Sistemi'ndeki numarayı milimetreye çevirmek:

Fransız Sistemi'ndeki numara $\frac{2}{3}$ ile çarpılarak cm' ye daha sonra mm.'ye çevrilir.

$${}^1\text{Nmm} = (\text{Fs. } \frac{2}{3}) 10 \quad (1)$$

Örnek:

Fransız Sistemi'ndeki 42 numaranın (puntun) kaç mm. olduğunu bulalım.

$$\text{Nmm} = (\text{Fs. } \frac{2}{3}) 10 \quad \text{Nmm} = (42. \frac{2}{3}) 10 = \underline{280 \text{ mm.}}$$

Milimetreyi Fransız Sistemi'ne çevirmek:

Milimetre, santimetreye dönüştürülür ve $\frac{3}{2}$ ile çarpılarak punta çevrilir.

$${}^2\text{Fs} = (\text{Nmm}/ 10) \frac{3}{2} \quad (2)$$

Örnek:

240 mm. kaç punttur?

$$\text{Fs} = (\text{Nmm}/ 10) \frac{3}{2} \quad \text{Fs} = (240/ 10) \frac{3}{2} = \underline{36 \text{ punt}}$$

Kalıp boyunun mm. cinsinden hesaplanması:

$${}^3\text{Kb} = (\text{Fs. } \frac{2}{3}) 10 \quad (3)$$

Örnek:

¹ Nmm= mm. cinsinden numara.

² Fs= Fransız Sistemi'ndeki numara.

³ Kb= Kalıp boyu

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

39 numara ayakkabının mm. cinsinden kalıp boyunu hesaplayınız.

$$F_s = 39 \quad K_b = ?$$

$$K_b = (39 \cdot \frac{2}{3}) \cdot 10 = (78/3) \cdot 10 = \underline{260 \text{ mm.}}$$

Ayak boyunun mm. cinsinden hesaplanması:

$${}^4A_b = K_b - 10$$

Örnek:

Kalıp boyu 253.3 mm. olan ayakkabıyı giyecek kişinin ayak uzunluğu ne kadar olmalıdır?

$$A_b = K_b - 10 = 253.3 - 10 = \underline{243.3 \text{ mm.}}$$

Kalıp eni ile ilgili ölçüler

Fransız Sistemi'nde aynı uzunlukta farklı genişlikteki kalıplar dört tipe (yetişkin kalıpları beş tipe) ayrılmıştır. Farklı çevre uzunluklarını belirtmek için A, B, C, D ve E harfleri kullanılır. A en dar kalıpken E en geniş kalıptır. Görülüyor ki; bir kalıbı tanımlamak için sadece numarasını vermek yeterli değildir, ayrıca "kalınlığını" da belirtmek gerekir. 9- B, 2- C, 8- A gibi.

Fransız Sistemi'nde aynı uzunlukta değişik genişlikteki kalıplar arasında şöyle farklılıklar sözkonusudur: Tarak genişliği farkı 2 mm., kadino genişliği farkı 2 mm., tarak çevresi farkı 5 mm. ve konturpiye çevresi farkı 5 mm.'dir. Bu standart farkların ileride açıklanacak istisnaları bulunmaktadır.

Formüller yardımıyla tüm boy ve genişliklerde a, b, c ve d standart değerlerini bulabiliriz:

Tip A- D (a) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (a)} = [(F_s - 16) \cdot 1.5] + 47 + A' - D' \quad (4)$$

Tip A- D (b) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (b)} = (F_s - 16) + 34 + A' - D' \quad (5)$$

Tip A- D (c) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (c)} = [(F_s - 16) \cdot 4] + 131 + A' - D' \quad (6)$$

Tip A- D (d) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (d)} = [(F_s - 16) \cdot 4] + 141 + A' - D' \quad (7)$$

Formüllerin sonundaki katsayı aşağıdaki matriksten alınacaktır. (4 numaralı formülde A', tabloda A ile a'nın kesişme noktasındaki sayıdır, 6 numaralı formülde B', tabloda B ile c'nin kesiştiği yerdeki sayıdır vb.)

⁴ A_b = Ayak boyu.

Tablo- 1: Kalıp kalınlığı- çevre uzunluğu matrisi

	A	B	C	D
a	0	2	4	6
b	0	1	2	3
c	0	5	10	15
d	0	5	10	15

Örnekler:

22 numara ayakkabının A tipinde tarak genişliği (a) kaç mm.'dir?

$$\text{Tip A- D (a)} = [(Fs- 16) 1.5] + 47 + A' - D'$$

$$\text{Tip A (a)} = [(Fs- 16) 1.5] + 47 + A'$$

$$= [(22- 16) 1.5] + 47 + 0$$

$$= 9 + 47 = \underline{56 \text{ mm.}}$$

37 numara ayakkabının B tipinde tarak çevresi (c) uzunluğunu mm. cinsinden bulalım.

$$\text{Tip A- D (c)} = [(Fs- 16) 4] + 131 + A' - D'$$

$$\text{Tip B (c)} = [(Fs- 16) 4] + 131 + B'$$

$$= [(37- 16) 4] + 131 + 5$$

$$= 84 + 136 = \underline{220 \text{ mm.}}$$

Formüller kullanılarak oluşturulan bebek (16- 23 punt), çocuk (24- 33 punt) ve genç erkek (34- 38 punt) kalıp ölçüleri tablolar halinde aşağıda verilmiştir:

Tablo- 2: Bebek ayakkabıları numaraları.

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.)							
	Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası							
	16	17	18	19	20	21	22	23
Ayak boyu	96.7	103.3	110.0	116.6	123.3	130.0	136.6	143.3
Kalıp boyu	106.7	113.3	120.0	126.6	133.3	140.0	146.6	153.3
Tip A								
a	47.0	48.5	50.5	51.5	53.0	54.5	56.0	57.5
b	34.0	35.0	36.0	37.0	38.0	39.0	40.0	41.0
c	131.0	135.0	139.0	143.0	147.0	151.0	155.0	159.0
d	141.0	145.0	149.0	153.0	157.0	161.0	165.0	169.0

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

Tip B

a	49.0	50.5	52.0	53.5	55.0	56.5	58.0	59.5
b	35.0	36.0	37.0	38.0	39.0	40.0	41.0	42.0
c	136.0	140.0	144.0	148.0	152.0	156.0	160.0	164.0
d	146.0	150.0	154.0	158.0	162.0	166.0	172.0	176.0

Tip C

a	51.0	52.5	54.0	55.5	57.0	58.5	60.0	61.5
b	36.0	37.0	38.0	39.0	40.0	41.0	42.0	43.0
c	141.0	145.0	149.0	153.0	157.0	161.0	165.0	169.0
d	151.0	155.0	159.0	163.0	167.0	171.0	174.0	179.0

Tip D

a	53.0	54.5	56.0	57.5	59.0	60.5	62.0	63.5
b	37.0	38.0	39.0	40.0	41.0	42.0	43.0	44.0
c	146.0	150.0	154.0	158.0	162.0	166.0	170.0	174.0
d	156.0	160.0	164.0	168.0	172.0	176.0	180.0	184.0

Not: Sandalet yapımı için a 2,5 mm., b 2 mm. ve d 10 mm. arttırılmalıdır

Tablo- 3: Çocuk ayakkabıları numaraları

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.)									
	Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası									
	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
Ayak boyu	150.0	156.0	163.3	170.0	176.0	183.3	190.0	196.6	203.3	210.0
Kalıp boyu	160.0	166.0	173.3	180.0	186.0	193.3	200.0	206.6	213.3	220.0
Tip A										
a	59.0	60.5	62.0	63.5	65.0	66.5	68.0	69.5	71.0	72.5
b	42.0	43.0	44.0	45.0	46.0	47.0	48.0	49.0	50.0	51.0
c	163.0	167.0	171.0	175.0	179.0	183.0	187.0	191.0	195.0	199.0
d	173.0	177.0	181.0	185.0	189.0	193.0	197.0	201.0	205.0	209.0
Tip B										
a	61.0	62.5	64.0	65.5	67.0	68.5	70.0	71.5	73.0	74.5
b	43.0	44.0	45.0	46.0	47.0	48.0	49.0	50.0	51.0	52.0
c	168.0	172.0	176.0	180.0	184.0	188.0	192.0	196.0	200.0	204.0
d	178.0	182.0	186.0	190.0	194.0	198.0	202.0	206.0	210.0	214.0
Tip C										
a	63.0	64.5	66.0	67.5	69.0	70.5	72.0	73.5	75.0	76.5
b	44.0	45.0	46.0	47.0	48.0	49.0	50.0	51.0	52.0	53.0
c	173.0	177.0	181.0	185.0	189.0	193.0	197.0	201.0	205.0	209.0
d	183.0	187.0	191.0	195.0	199.0	203.0	207.0	211.0	215.0	219.0

Tip D										
a	65.0	66.5	68.0	69.5	71.0	72.5	74.0	75.5	77.0	78.5
b	45.0	46.0	47.0	48.0	49.0	50.0	51.0	52.0	53.0	54.0
c	178.0	182.0	186.0	190.0	194.0	198.0	202.0	206.0	210.0	214.0
d	188.0	192.0	196.0	200.0	204.0	208.0	212.0	216.0	220.0	224.0

Not: Sandalet yapımı için a 2,5 mm., b 2 mm. ve d 10 mm. arttırılmalıdır
“d” sandalet yapımı için 10 mm., bot ve lastik ayakkabı için 5 mm. arttırılmalıdır.

Tablo-4: Genç erkek ayakkabıları numaraları

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.)				
	Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası				
	34	35	36	37	38
Ayak boyu	216.6	223.3	230.0	236.6	243.3
Kalıp boyu	226.6	233.3	240.0	246.6	253.3
Tip A					
a	74.0	75.5	77.0	78.5	80.0
b	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0
c	203.0	207.0	211.0	215.0	219.0
d	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0
Tip B					
a	76.0	77.5	79.0	80.5	82.0
b	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0
c	208.0	212.0	216.0	220.0	224.0
d	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0
Tip C					
a	78.0	79.5	81.0	82.5	84.0
b	54.0	55.0	56.0	57.0	58.0
c	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0
d	223.0	227.0	231.0	235.0	239.0
Tip D					
a	80.0	81.5	83.0	84.5	86.0
b	55.0	56.0	57.0	58.0	59.0
c	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0
d	228.0	232.0	236.0	240.0	244.0

Not: Sandalet yapımı için a 2,5 mm., b 2 mm. ve d 10 mm. arttırılmalıdır.
“d” sandalet yapımı için 10 mm., bot ve lastik ayakkabı için 5 mm. arttırılmalıdır.

Genç kadın ayaklarının tabanları, genç erkek ayaklarının tabanlarından 2 mm. dardır. Yani tarak genişliği (a) ve kadino genişliği (b) ölçüleri ile ilgili formüller genç kadın ayakkabıları için aşağıdaki gibi düzeltilmelidir:

Genç kadınlar için Tip A-D (a) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (a)} = [(Fs- 16) 1.5] + 45 + A' - D' \quad (8)$$

Genç kadınlar için Tip A- D (b) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (b)} = (Fs- 16) + 32 + A' - D' \quad (9)$$

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

(a) ve (b) ölçüleri düzeltilmiş (8 ve 9 numaralı) formüller, (c) ve (d) ölçüleri ise 6 ve 7 numaralı formüller kullanılarak hesaplanan genç kadın kalıp ölçüleri tablosu şöyledir:

Tablo-5: Genç kadın ayakkabıları numaraları

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.) Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası				
	34	35	36	37	38
Ayak boyu	216.6	223.3	230.0	236.6	243.3
Kalıp boyu	226.6	233.3	240.0	246.6	253.3
Tip A					
a	72.0	73.5	75.0	76.5	78.0
b	50.0	51.0	52.0	53.0	54.0
c	203.0	207.0	211.0	215.0	219.0
d	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0
Tip B					
a	74.0	75.5	77.0	78.5	79.0
b	51.0	52.0	53.0	54.0	55.0
c	208.0	212.0	216.0	220.0	224.0
d	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0
Tip C					
a	76.0	77.5	79.0	80.5	82.0
b	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0
c	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0
d	223.0	227.0	231.0	235.0	239.0
Tip D					
a	78.0	79.5	81.0	82.5	84.0
b	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0
c	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0
d	228.0	232.0	236.0	240.0	244.0

Not: Sandalet yapımı için a 2,5 mm., b 2 mm. ve d 10 mm. arttırılmalıdır.
“d” bot ve lastik ayakkabı için 5 mm. arttırılmalıdır.

Yetişkin bayan ayak ölçülerinde de istisnai durumlar sözkonusudur: Fransız Ölçü Sistemi’nde 33- 42 punt aralığında kabul edilen (TS 5553, 1988) yetişkin bayan ayaklarının tarak genişliği (a) 4 mm., kadino genişliği (b) 3 mm., tarak çevresi (c) ve konturpiye çevresi (d) 5’er mm. standart ölçülerden kısadır.

Bu istisnai durum dikkate alınarak oluşturulan, yetişkin bayan kalıp ölçülerini veren formüller aşağıdadır:

Yetişkin kadınlar için Tip A-D (a) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (a)} = [(Fs- 16) 1.5] + 43 + A' - D' \quad (10)$$

Yetişkin kadınlar için Tip A- D (b) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (b)} = (Fs- 16) + 31 + A' - D' \quad (11)$$

Yetişkin kadınlar için Tip A- D (c) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (c)} = [(Fs- 16) 4] + 126 + A' - D' \quad (12)$$

Yetişkin kadınlar için Tip A- D (d) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (d)} = [(Fs- 16) 4] + 136 + A' - D' \quad (13)$$

Düzeltilmiş formüllere göre şekillenen yetişkin kadın kalıp ölçüleri aşağıda verilmiştir:

Tablo-6: Kadın ayakkabıları numaraları

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.) Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası									
	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
Ayak boyu	210.0	216.6	223.3	230.0	236.6	243.3	250.0	256.6	263.3	270.0
Kalıp boyu	220.0	226.6	233.3	240.0	246.6	253.3	260.0	266.6	273.3	280.0
Tip A										
a	68.5	70.0	71.5	73.0	74.5	76.0	77.5	79.0	80.5	82.0
b	48.0	49.0	50.0	51.0	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0
c	194.0	198.0	202.0	206.0	210.0	214.0	218.0	222.0	226.0	230.0
d	204.0	208.0	212.0	216.0	220.0	224.0	228.0	232.0	236.0	240.0
Tip B										
a	70.5	72.0	73.5	75.0	76.5	78.0	79.5	81.0	82.5	84.0
b	49.0	50.0	51.0	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0	58.0
c	199.0	203.0	207.0	211.0	215.0	219.0	223.0	227.0	231.0	235.0
d	209.0	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0	233.0	237.0	241.0	245.0
Tip C										
a	72.5	74.0	75.5	77.0	78.5	80.0	81.5	83.0	84.5	86.0
b	50.0	51.0	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0	58.0	59.0
c	204.0	208.0	212.0	216.0	220.0	224.0	228.0	232.0	236.0	240.0
d	214.0	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0	238.0	242.0	246.0	250.0
Tip D										
a	74.5	76.0	77.5	79.0	80.5	82.0	83.5	85.0	86.5	88.0
b	51.0	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0
c	209.0	213.0	217.0	221.0	225.0	229.0	233.0	237.0	241.0	245.0
d	219.0	223.0	227.0	231.0	235.0	239.0	243.0	247.0	251.0	255.0
Tip E										
a	76.5	78.0	79.5	81.0	82.5	84.0	85.5	87.0	88.5	90.0
b	52.0	53.0	54.0	55.0	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0	61.0
c	214.0	218.0	222.0	226.0	230.0	234.0	238.0	242.0	246.0	250.0
d	224.0	228.0	232.0	236.0	240.0	244.0	248.0	252.0	256.0	260.0

Not: Alçak ökçeli ayakkabılar için (ökçe yüksekliği 25 mm.'den az) a 2 mm., b 1 mm. azaltılmalıdır.

Orta ökçeli ayakkabılar için (ökçe yüksekliği 25- 40 mm. arasında) a 4 mm. b 2 mm. azaltılmalıdır.

Yüksek ökçeli ayakkabılar için (ökçe yüksekliği 40- 60 mm. arasında) a 6 mm. b 3 mm. azaltılmalıdır.

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

Sandalet üretiminde a 3 mm., b 4 mm. arttırılmalıdır. Lastik bot üretiminde a 2,5 mm., b 4 mm. arttırılmalıdır.

“d” sandaletler için 10 mm. botlar ve yüksek ökçeli ayakkabılar için 5 mm. arttırılmalıdır.

Yetişkin erkek ayaklarının tarak genişliği (a) standart ölçülerden 3.5 mm. geniştir. Dolayısıyla tarak genişliği formülü şöyle olacaktır:

Yetişkin erkekler için Tip A-D (a) uzunluğunun mm.cinsinden hesaplanması:

$$\text{Tip A- D (a)} = [(Fs- 16) 1.5] + 50.5 + A' - D' \quad (14)$$

Yeni düzenlemeye göre yetişkin erkek kalıp ölçüleri şöyle oluşur:

Tablo-7: Erkek ayakkabıları numaraları

Ölçüm yeri (Şekil- 1)	Kalıp ölçüleri (mm.) Fransız Sistemine göre ayakkabı numarası										
	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Ayak boyu	243.3	250.0	256.6	263.3	270.0	276.6	283.3	290.0	296.6	303.3	310.0
Kalıp boyu	253.3	260.0	266.6	273.3	280.0	286.6	293.3	300.0	306.6	313.3	320.0
Tip A											
a	83.5	85.0	86.5	88.0	89.5	91.0	92.5	94.0	95.5	97.0	98.5
b	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0	65.0	66.0
c	219.0	223.0	227.0	231.0	235.0	239.0	243.0	247.0	251.0	255.0	259.0
d	229.0	233.0	237.0	241.0	245.0	249.0	253.0	257.0	261.0	265.0	269.0
Tip B											
a	85.5	87.0	88.5	90.0	91.5	93.0	94.5	96.0	97.5	99.0	100.5
b	57.0	58.0	59.0	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0	65.0	66.0	67.0
c	224.0	228.0	232.0	236.0	240.0	244.0	248.0	252.0	256.0	260.0	264.0
d	234.0	238.0	242.0	246.0	250.0	254.0	258.0	262.0	266.0	270.0	274.0
Tip C											
a	87.5	89.0	90.5	92.0	93.5	95.0	96.5	98.0	99.5	101.0	102.5
b	58.0	59.0	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0	65.0	66.0	67.0	68.0
c	229.0	233.0	237.0	241.0	245.0	249.0	253.0	257.0	261.0	265.0	269.0
d	239.0	243.0	247.0	251.0	255.0	259.0	263.0	267.0	271.0	275.0	279.0
Tip D											
a	89.5	91.0	92.5	94.0	95.5	97.0	98.5	100.0	101.5	103.0	104.5
b	59.0	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0	65.0	66.0	67.0	68.0	69.0
c	234.0	238.0	242.0	246.0	250.0	254.0	258.0	262.0	266.0	270.0	274.0
d	244.0	248.0	252.0	256.0	260.0	264.0	268.0	272.0	276.0	280.0	284.0
Tip E											
a	91.5	93.0	94.5	96.0	97.5	99.0	100.5	102.0	103.5	105.0	106.5
b	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0	65.0	66.0	67.0	68.0	69.0	70.0
c	239.0	243.0	247.0	251.0	255.0	259.0	263.0	267.0	271.0	275.0	279.0
d	249.0	253.0	257.0	261.0	265.0	269.0	273.0	277.0	281.0	285.0	289.0

Not: “d” botlar için 20 mm., sandaletler için 10 mm. arttırılmalıdır.

Kaynaklar

ANON. (1976)

Akalın, S., Yılgör, A., Seyhan, N., (1993). *Ayakkabıcılık Terimleri Sözlüğü*, 59, 83, 90, 116, 140, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul.

Kastan, C., (2007). *Ayakkabı Teknolojisi genel bilgiler, ayakkabı makineleri, saya kesimi, saya dikimi*, 2. Baskı, 1, Konya.

Kastan, C., (2007). *Modern Yöntemle Stampa Çıkarma*, 5. Baskı, 51, 56- 69, Bursa.

(1976). *Ayakkabı Kalıbı (Ahşap) Standardı, TS 2336*, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

TS 5553, (1988). *Ayakkabılar- Numaralandırma Sistemi Standardı*, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Ayakkabı kalıbı ölçü sistemleri: Fransız ölçü sistemi

***İşletmelerin sosyal sorumluluk alanları kapsamında tüketicilerin korunması: Türkiye – Avrupa Birliği tüketicileri koruma mevzuatının karşılaştırılması**

Nuri AVCI**

Özet

Keynesyen Ekonominin “sosyal devlet” yaklaşımı; Batı’da “tüketicilik-tüketici severlik” olarak adlandırılan “consumerism” hareketi, Japonya’da “Toplam Kalite Yönetimi” çalışmalarına yol açtı. Bu iki çalışma; kapalı organizasyon anlayışından açık yapılara doğru işletmelerin sosyalleşmesinde, temel belirleyicilerden biri oldu. Bu makalede, işletmelerin sosyal sorumluluk alanları çerçevesinde, tüketici hakları ve tüketicinin korunması konusu Türk ve Avrupa Birliği (AB) Mevzuatı bağlamında tartışılacak ve bu konuda yapılması gerekenlerin belirlenmesine gayret edilecektir.

Anahtar Kelimeler: İşletmelerin sosyal sorumlulukları, tüketici hakları, tüketicileri koruma hareketi, tüketici eğitimi

*ABMYO dergisi (3) 11. s. 40-58 deki makalede basım hatası olduğu için bu sayıda tekrar yayımlanmıştır.

** Yrd. Doç. Dr. Nuri AVCI- Okan Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu , nuri.avci@okan.edu.tr

The protection of consumers in including of business social responsibilities areas : The comparison of protection of consumers laws between Turkey and European Union

Abstract

The social state approach of Keynesian Economy led to “consumerism” movement in West and “Total Quality Management” studies in Japan. Those two studies became one of the fundamental determinants in socialisation of business organisations from closed organization mentality to open structures.

In this article, discussing the social responsibility areas of business organizations within the frame of consumer protection idea and consumer rights and protection within the context of Turkish and European Laws, it is tried to determine what is needed to be done an this subject.

Keywords: Social responsibilities of business, consumer rights, consumers protection movement, consumer education.

Giriş

Klasik iktisadın babası Adam Smith’in “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” anlamındaki ünlü sözünde; işletme ve çevresi arasında mekanik bir uyum ve süreçlerde katı bir disiplin öngörülmektedir. İşletme çevresinden soyutlanmış, kapalı ve mekanik bir yapı olarak sunulmakta; insan ise faktör donanımının en zayıf halkası ve sorunlu parçası olmaktadır.

Say Yasasına göre her arz kendi talebini yaratmakta; Giffen Paradoksuna göre ise işletmeler mal ve hizmetlerin fiyatlandırılmasında tam bir serbesti içinde bulunmaktadır. Çünkü Giffen’ göre fiyatlar yükseldiğinde talep artmaktadır. O halde işletmeler sadece üreten, ürettiğini satarak da kârını maksimize eden birer varlıktır. Bu mantık merkantilist çağın düşünce tarzıdır.

Birinci Dünya Savaşı sonrası Amerika’ da baş gösteren Büyük Ekonomik Buhran sonucu oluşan resesyon sürecinden çıkış için neo liberallerin sosyal devlet ve sosyal refah öngörülleri, kapitalizmin insanileştirilmesine önemli bir kapı aralamıştır.

Bu makalenin amacı; 1960’ların başlarında ortaya çıkan tüketici hakları kavramı çerçevesinde, işletmelerin tüketicilerin korunması konusunu bir sosyal sorumluluk olarak algılamalarına değin, tüketicilerin korunması mevzuatını Avrupa Birliği (AB) mevzuatı ile karşılaştırılmalı olarak inceleyerek bu konuda yapılması gerekenlere bir ölçüde ışık tutmaya çalışmaktır.

İşletmelerde sosyal sorumluluk ve sorumluluk alanları

İşletmelerde sosyal sorumluluk

Sosyal sorumluluk; yönetsel kararların, sosyal ve ekonomik, etkilerini açıklayan bir yönetim felsefesi; şirket vatandaşlığı kavramı ile eş anlamlı (Boone ve Kurtz, 1990:28); işletmelerin

ekonomik faaliyetlerinin paydaşların çıkarları doğrultusunda yönetilmesi (Clark,1977) ya da işletme ile toplum arasında sosyal bir uzlaşma ve anlaşma yaklaşımı, iki veya daha fazla kişi veya örgütün arasındaki etkileşimden dolayı ortaya çıkan beklentilerin dengelenmesidir(Glueck, 1980).

Sosyal sorumluluk işletmenin; ekonomik ve hukuki koşullara, iş ahlakına, yönetici, çalışan ve paydaşların kendi menfaatleri ve beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi izlemesidir. Sosyal sorumluluk tanımları incelendiğinde, bu kavramın farklı yan ve özellikleri olduğu görülmektedir. Bunlar;

- İşletmelerin sosyal sorumluluk algılamaları, stratejik amaç belirleme ile ilgili bir olgudur.
- Sosyal sorumluluk kavramı endüstriden endüstriye, şirketten şirkete farklılaşmaktadır. Bunun nedeni işletme dünyasında, işletmeler için çok sayıda tutarsız politika ve uygulamalar arasında izlenebilecek standartların olmamasıdır (Boone ve Kurtz, 1990:28).
- İşletmelerin sürekliliği, dolayısıyla vizyonu ile doğrudan ilgili bir perspektiftir.
- Tüketicilerin işletmeden beklentileri (kaliteli ürün, sürekli hizmet, tüketici haklarına saygı) ile ilgilidir (Dalay, 2000).
- Satıcıların üretilen mal ve hizmeti, alıcı piyasasında tutundurma çabaları ile ilgilidir.
- İşletmenin kendisini tanıtmaya ve meşrulaştırması amaçlı olup sosyal kabulle ilgili bir olgudur.
- Sosyal sorumluluk kavramı, dış çevreye yönelik olup işletmenin kararlarında diğer kişi, grup, örgüt ve tüm toplumun göz önünde bulundurulması ile ilgilidir.
- İşletmenin hem tüketiciyi koruyan davranışlar göstermesi ve hem de istismarcı kişi ve gruplarla mücadele etme sorumluluğu ile ilgilidir (Dinçer , 1998).

İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışları iki farklı yaklaşımdan beslenmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki “ **işletmeyi esas alan sosyal sorumluluk yaklaşımı**”dır. Albenese (1988)’e göre; işletmelerin sosyal sorumluluğu, toplumsal problemlerin çözümü değil, kârını mümkün olduğu kadar artırmasıdır. İşletme oyunu kurallarına göre oynayarak kendi amaçlarını gerçekleştirirken, sosyal dengeler itibariyle toplumun problem çözme kapasitesinin iyileştirilmesine de dolaylı katkıda bulunacaktır. Aksi takdirde yeterince kâr edemeyen işletmeler, çoğu toplumsal problemlere kaynaklık edeceklerdir. Bu yaklaşıma geleneksel yaklaşım da denilmektedir. İşletmeyi esas alan yaklaşım başlıca üç noktada yetersiz kalmaktadır. Bunlar (Albenese, age):

-Birinci nokta; sosyal problemler sadece piyasanın oluşturduğu problemlerden ibaret değildir. Dolayısı ile işletmenin kendi amaçlarını gerçekleştirerek, sosyal problemleri de çözeceğini düşünmek gerçekçi bir yaklaşım değildir.

-İkinci nokta; bu yaklaşım oyunu kurallarına göre oynayarak işletmenin kar etme zorunluluğu üzerinde durmaktadır. İşletmenin kararları, sadece ekonomik gerçekleri yansıtmaktadır. Bu durum bazen uzun dönemde toplumun kaynaklarını etkili ve verimli kullanmayı önleyebilmektedir.

-Üçüncü nokta; yine bu yaklaşım piyasayı serbest ve düzensiz olarak kabul etmez, gerçekte ise durum böyle değildir.

Yaklaşımlardan ikincisi; geleneksel yaklaşımın yetersizliklerini gidermeyi amaçlayan ve çevreyi esas alan sosyal sorumluluk yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre, işletme; kendi fonksiyonlarını icra etmeli, iktisadi mal ve hizmetlerin üretiminde kaynakları etkili ve verimli kullanılmalıdır. Ancak işletmeler, aynı zamanda artan bir şekilde daha geniş sosyal rollere sahip olmalıdır. Sosyal problemleri çözmek için kendi kaynaklarını tahsis etmelidir. Aksi takdirde işletmeler Albenese (1988)' göre, toplumun değişken beklentilerini göz önüne almadan hayatlarını devam ettiremezler.

İşletmenin sosyal sorumluluk alanları

Günümüzde kâr maksimizasyonu amacının yanında sosyal sorumluluk sahibi işletmelere doğru bir yöneliş olduğu gözlenmektedir. İşletmeler, yaşadığı çevre ve paydaşları ile bütünleşmek zorunluluğuna, gittikçe daha fazla gereksinim duyacaklar ve tüketici yönelimli olacaklardır.

Sosyal sorumluluk algılamaları kültürden kültüre, ülkeden ülkeye hatta işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir. Bununla birlikte literatürde asgari müşterek olarak aşağıdaki sorumluluk alanları öne çıkmaktadır. Bunlar (Dalay, 2002):

- Tüketicinin korunması ve tüketici haklarına saygı
- Doğal çevrenin korunması
- Gücün kötüye kullanılmaması
- Çalışma hayatının kalitesinin yükseltilmesi
- İstihdam alanları yaratma
- İş ahlakı
- Sosyal yardım ve hizmetler
- Toplumun kültürel öğelerine saygı

İşletmede sosyal sorumluluk kavramlarının iki farklı yönü bulunmaktadır. Birinci yön; işletme ekonomik bir varlıktır. Onun yaşayabilmesi için kâr etmesi gerekir. İkinci yön; işletmeler toplum içinde önemli bir konuma gelmişlerdir. Bu nedenle bir takım sosyal sorumluluklar üstlenmeleri doğaldır.

Sosyal sorumluluklar; işletmenin karar mevkiindeki sahip ve yöneticilerin kendi menfaatleri yanında bir bütün olarak toplumun refahının korunmasına ve artırılmasına yönelik faaliyetlerin yapılması ile ilgili bir yükümlülüktür. İşletmenin soysal amaçları ile ekonomik amaçları arasında karşılıklı etkileşim ve denge sağlanması zorunludur. İşletmenin hem tüketiciyi koruyan davranışları göstermesi hem de istismarcı kişi ve gruplarla mücadele etmesi, önemli bir sosyal sorumluluğudur. Sosyal amaçlar, işletme faaliyetlerini etkileyen çıkar ve baskı gruplarının beklentileri ile ilgilidir. Bir işletmenin etkinliği; işletmenin amaçlarını gerçekleştirme oranı olarak tanımlanabilir. İşletmenin, sosyal amaçlarının gerçekleştirilmesi doğrultusundaki çabalarının, çalışma hayatının kalitesi ile ilgili bir değişken olduğu değerlendirilmektedir.

Tüketici ve tüketici hakları

Tüketici kavramı

Tüketici, bir mal ya da hizmeti kullanarak bir tatmin hisse elde eden yahut tüketilecek mal ya da hizmetlere para halinde harcama yapan akılcı “rasyonel” bir ekonomik birim (İşgüden ve Turan, 1992); bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişi (40077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Md.3(f)); mal ve hizmetleri nihai olarak kullanarak tüketen kişi ya da grup; herhangi bir ürünü kullanmak üzere satın alan yahut herhangi bir şeyi özellikle bir gereci, bir enerji kaynağını tüketen kimse ya da şey olarak tanımlanabilir.

Tüketici kavramında ortak olan nokta; mal ve hizmetin nihai olarak ortak kullanımın öngörülmesidir. Tüketici kavramına, işletmenin sosyal sorumluluklardan olan çevre koruma açısından bakıldığında; radikal bir yaklaşımla tüketici için, tükettiğince tükenen insan veya şey tanımlanması yapılabilir.

Üreticinin de faktör donanımlarını kullanan bir tüketici olduğu göz önünde bulundurulduğunda, tüketici kavramının, tüm toplumu kavradığı görülecektir.

Toffler’in sanayi ötesi toplum öngörüsüne göre; Sanayi Devrimi ortaya çıkardığı “üretici-tüketici ayrımı”, üçüncü dalga (sanayi ötesi toplum) ile tüketicilerin çoğunun tekrar üretici konuma gelmesi ile, insanoğlu yeniden birinci dalgaya (sanayi öncesi toplum) dönüş yaptığı söylenebilir. Bu görüşe göre; üreticiyi tüketiciden ayıran çizgi silikleşmiş, tüketen üreticinin önemi artmıştır. İleri üretim teknolojisine geçtikçe ve üretim yığınsallıktan kurtulup siparişe göre yapılmaya başladıkça, müşterilerin, dolayısıyla da tüketicilerin üretim sürecine daha çok karışması zorunlu olacaktır (Toffler,1996).Bu durumda, işletmenin sosyal sorumlulukları üretim sürecinin bir parçası haline gelecektir. Sonuçta işletmeler için tüketicinin korunması; işletme vizyonunu gerçekleştirme yolunda stratejik bir amaç, işletmelerde Değer Zinciri Analizlerinde bir işletme normu olarak ele alınabilecektir.

İşletmelerin sosyal sorumluluk alanları kapsamında tüketicilerin korunması

Tüketici Hakları

Başkan Kenedy, 1962 yılında Amerikan Kongresinde yaptığı konuşmada dört özel tüketici hakkı tanımlamıştır. Bunlar (Boone ve Kurtz, 1990):

- Güvenlik hakkı
- Bilgi edinme hakkı
- Seçme hakkı
- Temsil edilme (sesini duyurma) hakkı

Mucuk (1990) ise yukarıdaki haklara; zararın tazmini, ekonomik çıkarların korunması haklarını ilave etmiştir.

Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (International Organization Consumer United-IOCU) sekiz adet temel tüketici hakkı belirlemiştir. Bunlar:

- Tüketicinin temel ihtiyaçlarının karşılanması hakkı
- Güvenlik ve güven duyma hakkı
- Bilgi edinme hakkı
- Seçme hakkı
- Sesini duyurma (temsil etme) hakkı
- Tazmin edilme hakkı
- Eğitim hakkı
- Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı (Standart, Ocak 1997)

Bazı yazarlar bu hakları dokuza çıkararak “şikâyet hakkını” bağımsız bir hak olarak ele almışlardır. Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü ise şikâyet hakkını “tazmin edilmek hakkı” kapsamında değerlendirmiştir.

Tanımlanan bu tüketici hakları ile tüketicinin fiziksel ve ruhsal sağlığının korunması, bilinçlendirilmesi, yaşadığı çevrenin korunması, maddi kayıplarının önlenmesi ve özgürce tercihlerini ortaya konması amaçlanmıştır.

Tüketicileri Koruma Hareketinin Nedenleri

Ülkemizde 1980’lerin ortalarında başlayan dışa açılma sürecine değin, üretilen malların doğru dürüst bir ambalajı bile olmadığı bilinmektedir. Üretilen malın içeriği, kalitesi, gramajı, kullanım

talimatı, uyarı işaretleri, üretim tarihi, son kullanım tarihi, güvenlik ve sağlık ile ilgili herhangi bir bilgi ve işarete çoğunlukla rastlanmamaktaydı. Bu durumdaki bir malın ancak ithal ikameci bir ekonomide ve iç piyasada sürümü olası olmaktadır. Bu nedenden başka, tüketicilerin korunması için daha birçok neden bulunmaktadır. Bunlar:

- Tüketicilerin satın aldıkları mal veya hizmetlerden memnun kalmamaları, umduklarını bulamayınca da psikolojik huzursuzluk duymaları.
- Aynı ihtiyaçları karşılamak üzere markası ve etiketli birbirine benzeyen çok sayıda malın pazara sunulması, bu durumun tüketicileri şaşırtarak zihinlerini karıştırması ve malların değeri hakkında tüketicilerde kuşku uyandırması.
- Tüketicilerin pazardaki malların fiyat ve kaliteleri hakkında yeterli bilgileri olmadığından, fiyat kalite karşılaştırmaları yapamadıklarından, yanlış tercihlerde bulunmaları ve bu durumun tatminsizliğe yol açması.
- Tüketicilerin satın alma tercihlerini yanıltıcı reklâmların, kendi duygularının veya çevrelerinin etkisiyle yanlış belirlemeleri ve mallar arasında karşılaştırma ve değerlendirme yapamamaları.
- İşletmelerin, kendi mal ve hizmetleri hakkında bilgi vermekten çok duygusal nitelikli veya yanıltıcı reklâmlara yönelerek aşırı abartmalara başvurmaları, tüketicilerin doğru seçim yapmasını engellemeleri.
- Enflasyonist ortamda tüketicilerin azalan satın alma güçlerine karşı, malların fiyatlarının artması, tüketicileri mala fazla ödedikleri kuşkusuna yol açmakta, bu da tüketicilerde huzursuzluğa yol açmaktadır (Mucuk,1999).

Ayrıca bu nedenlere ilave olarak; damping uygulamaları, işletmelerin fiyat farklılaştırma ve karaborsa eğilimleri, aşırı devlet sübvansiyonları ve destekleri, devletlerin dış ticarete resmi tarifeleri yüksek oranda tutmaları ve bazı işletmelerin halk sağlığı ve doğal çevreye zarar verici faaliyetleri sayılabilir.

Türkiye’de tüketiciyi koruma hareketleri

Türkiye’de ilk tüketiciyi koruma hareketi olarak Sultan 2 nci Beyazıt’ın günümüze göre ilkel sayılabilecek standart düzenlemeleri, Anadolu’daki Ahi teşkilatının üyelerine koyduğu meslek ahlakı kuralları sayılabilir. 25 Şubat 1930 tarihli Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu ile ithal ikameci kapalı ekonomide, tüketici yapay alım gücü ile kısmen korunmaya çalışılmıştır. Yine aynı yıllarda yürürlüğe giren Umum-i Hıfzı Sıhha Kanunu ile toplum sağlığı ile ilgili bir takım hükümler yürürlüğe konmuştur. Ancak yerli sanayinin dış rekabetten korunarak milli sermaye birikimi yaratma gayretleri, işletmelerin sosyal sorumluluklarının gelişimini engellemiştir. Devlet tüketiciden yana ilk tavrını, 1960 Anayasası ile koymuştur. Tüketicinin "tazmin edilme hakkı çerçevesinde" toplu şikâyet hakkı tanınarak 1982 Anayasasından da ileri sayılabilecek bir adım atılmıştır. Ancak 1970’li yılların sonlarına kadar Türk Standartları

Enstitüsü' nün kurularak ilk standartları 1964' ten itibaren düzenlemesinden başka önemli sayılabilecek herhangi bir adım göze çarpmamaktadır. Zaten o tarihlerdeki "TSE" damgaları da bir marka belirtmekten öte malın kalitesi ile ilgili anlamlı bir fikir vermemektedir.

Tüketicinin korunması konusunda, 1990 yıllara gelinceye kadar İstanbul Ticaret Odasının iki girişimi ve uygulamasından başka önemli bir tüketici koruma hareketi görülmemektedir. Bu girişimler;

- Tahkim ya da Hakemlik Yoluyla Çözüm Sözleşmesi: İstanbul Ticaret Odası

1978 yılında Milletlerarası Ticaret Odası (MTO - ICC) Tahkim Sözleşmesine benzer sözleşmeyi üyeleri arasında yaparak alıcı ve satıcı arasında ihtilafların hakem yoluyla çözümünde kendisini yetkili kılmıştır (Oysa Türkiye Uluslararası Tahkim sözleşmesini 2000 yılında, bundan tam 21 yıl sonra kabul etmiştir).

- Eylül 1987' Tacirler Gönüllü Taahhünamesi de düzenlenmiş, Odanın 112 üyesi bu taahhünameyi imzalamıştır.

Devlet 1972–1995 yılları arasındaki 23 yıllık dönemde tüketicinin korunması ile ilgili 14 ayrı yasa tasarısı hazırlamış, ancak bunların tamamı yasallaştırılamamıştır.

Türkiye'nin AB İle Gümrük Birliği Anlaşması ile birlikte eşanlı olarak 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Kanununun kabulü gerçekleşmiştir. Bu Kanunla Türkiye, tüketicilerin korunması konusunda, AB Mevzuatı ve BM Tüketicileri Koruma İlkeleri Rehberindeki standartlara büyük ölçüde yaklaşmıştır.

Türkiye' de tüketicileri koruma hareketi incelendiğinde; tüketicilerin her şeyi devletten bekleyen edilgen bir tutum içinde olduğu ve akademik çevreler dışında tüketicilerin çoğunluğunun kendi hakları konusunda uluslararası tüketici hareketindeki gelişmelerden habersiz olduğu görülmektedir. Üreticilerin ise ithal ikameci kapalı ekonominin koruma zırhı ve ataleti içinde kar maksimizasyonu peşinde olduğu; devletin ise en büyük üretici olarak özel işletmelerde olduğu gibi aynı düşüncelerle hareket ettiği görülmektedir. Hatta devlet tekeli konumu ile faktör fiyatlarını belirlemeyi, politik amaçlarını ve hegemonyasını sürdürme aracı olarak da kullanmıştır.

Türkiye'nin 1980'lerde başlayan Dışa Açık Sanayileşme Modeli'nde; "milli sermaye birikimi" dürtüsü ve işletmelerin iç piyasalarda tüketici haklarından kaynaklanan rekabet maliyetleri nedeniyle kayba uğrama endişesinin etkili olduğu düşünülmektedir. Dışa açılma süreci, dış ticaret ekseninde teknik bir olgu olarak görülmüştür. İç pazara arz edilen malla, dış pazarlara sürülen aynı mallar üzerinde özellikle kalite yönünden "mamul ve fiyat farklılaştırılmalarına" gidilmiştir. Dünya Ticaret Örgütü'nün gelişmekte olan ülkelerdeki bu eğilimi "damping" olarak algılayarak ve anti damping yasaları ile gayri ahlaki ilan etmesi ve "telafi edici vergi uygulamaları" yürürlüğe koymasıyla Türk Devleti ve işletmeleri için yolun sonu görünmüş, sonuçta uluslararası bir zorlama olarak, 4077 sayılı yasa çizgisine gelinmiştir.

Avrupa Birliği'nde Tüketiciyi Koruma Hareketleri

AB 1975 yılında dört aşamalı Tüketici Enformasyonu ve Koruma Programı'nı yürürlüğe koyarak beş temel tüketici hakkını tanımıştır. AB Komisyonu 1985' ten itibaren Yeni Yaklaşımlar Direktifi Çerçevesinde CE (Community Europe) ya da Türkçe karşılığı ile "Avrupa'ya uygunluk" işaretini kabul etmiştir. CE işareti, belirli ürünler için sağlık, güvenlik, çevre ve tüketiciyi koruma konularında zorunlu şartları içermektedir. CE işareti olan bir ürün, insanların, hayvanların ve bitkilerin can ve mal güvenliği açısından AB'nin ilgili direktifinde belirlemiş şartlara uygunluğunun bir göstergesi olup, kalite ile ilgili değildir.

AB Yeni Yaklaşımlar Direktifi Çerçevesinde 20 Direktif yayınlanmış olup ticarete konu olan madde ve mamullerin yaklaşık %8 ila %12' sini kapsadığı sanılmaktadır. Yakın gelecekte tüm ürünleri kapsayacağı değerlendirilmektedir.

OCAK 1996 Gümrük Birliği Anlaşması 7-11 nci maddeleri gereği, 2002 yılı Ocak ayı başından itibaren "CE" işareti taşımayan mallar ne AB pazarına ve ne de Türkiye piyasasında alınıp satılacaktır. Ancak bu şart, Türk Piyasası için henüz tam anlamıyla sağlanamamıştır.

Tüketici eğitimi

Tüketicilerin pazarla ilgili bilgileri sığdır. Tüketiciler pazar bilgilerini üç kaynaktan sağlarlar (Can ve diğerleri,1991) :

- Tüketicinin kendisi ve yakın çevresinin geçmişteki deneyimleri
- Üretici ve pazarlamacıların örgütlenmiş iletişim faaliyetleri
- Üretici tüketiciler dışındaki kişi ve kurumların sağladığı bilgiler

Bu kaynaklardan ilk ikisi tüketici davranışları üzerinde etkili olmakta, üçüncü kaynak ise yetersiz olduğundan tüketici tercihlerinde fazlaca etkili olamamaktadır. Sonuçta amatör tüketici profesyonel satıcı ile pazarda karşılaşmaktadır. Profesyonel satıcı, tüketiciyi kendisinden daha iyi tanımakta çoğunlukla duygularının esiri olmaktadır. Böylece, yönlendirilmiş talepler ve satın alma davranışları sarmalıyla tüketicinin tercih özgürlüğü büyük ölçüde erozyona uğramaktadır. İşletmelerin içinde buldukları yoğun rekabet ortamında, tüketici eğitimi ve eğitilmiş tüketicinin bilinçli hareketleri, işletmelerin uzun vadede rekabetçi yapılarını güçlendirici etki göstermesi, dolayısıyla kaliteli mal ve hizmetin kalitesiz olanları piyasadan kovması beklenir.

Tüketici eğitimi; devletin, sanayi ve ticaret odalarının, tüketiciyi koruma örgütlerinin ve işletmelerin temel sorumluluklarından biri olmaktadır. Tüketici eğitimi; Birleşmiş Milletler Tüketici Hakları Evrensel Beyannamesi üçüncü maddesinde, tüketicilerin bir yasal hakkı ve ihtiyacı olarak tanımlanmış, üye ülkelerce bu hak teslim edilmiştir.

Tüketici eğitiminin temel amacı; tüketiciye ihtiyaç duyduğu bilgileri nereden ve nasıl bulacağını, bilgileri nasıl değerlendireceğini, nasıl kullanabileceğini öğretmek ve böylece ürün

veya hizmetleri satın alma ve kullanma becerisini geliştirmek; üretim ve bölüşüm koşullarının sorgulanmasını, bir bütün olarak çevre bilincinin, üretimin olduğu gibi tüketimin de niteliğini belirleyen ekonomik ve toplumsal tercihlerde taraf olmasını sağlamaktadır.

Tüketicinin korunmasında ideal olan, onun rasyonel karar vermesini sağlayacak üç temel unsurun (üretici-devlet-tüketici) ortak yol izlemesidir. Tüketicilerin piyasada rollerinin gerektirdiği hak ve sorumlulukları öğrenmeleri, güvenilir bir seçim ve satın alma yapabilmeleri konusunda bilgilendirilmesi, ilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi ve böylece kendi kendilerini korumalarını sağlayacak şekilde eğitilmeleridir(Standart ,1997).

Türkiye' de Tüketici Eğitimi

Anayasanın 172 nci maddesi “Devlet tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbir alır” hükmünü getirerek tüketici eğitimini, bir sosyal devlet sorumluluğu olarak ele almıştır. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Kanununun 20 nci maddesi “Tüketicinin eğitilmesi konusunda her derecedeki okulların ders programlarına Milli Eğitim Bakanlığınca gerekli ilaveler yapılır. Tüketicinin eğitilmesi ve aydınlatılması için kitap, mecmua ve broşür çıkarılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine, ilişkin usul ve esaslar Tüketici Konseyinin önerisi ile Bakanlıkça tespit ve ilan olunur” hükmünü getirmiştir. Bu maddede söz edilen bakanlık Sanayi ve Ticaret Bakanlığıdır. Türkiye’ de tüketici eğitimi ile görevli kuruluşlar şunlardır:

- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
- Milli Eğitim Bakanlığı
- Türk Standartları Enstitüsü Kurumu
- Ticaret Odaları
- Tüketici Örgütleridir.

Tüketici eğitimi, okul öncesi başlayıp hayat boyu devam eden bir öğrenme sürecidir. Özellikle çocukların eğitimi ve bilinçlendirilmesinde önemli görev okullarımıza düşmektedir. Ülkemizde tüketici eğitiminin her yaş grubundan ve her kültürel yapıdaki tüketici kesimine verilmesi gerekliliğı kabul edilmiştir. Çocukların iyi bir üretici ve tüketici bilinci ile yetiştirilmesi amacıyla Standartları Enstitüsü ve standardizasyon konusunda öğrencilerimizin eğitilmesine 30.08.1993 tarihinde M.E.B. Tebliğı (M.E.B. Tebliğler Dergisi) ile başlanmıştır.

İlkokul, Ortaokul, Lise ve Dengi Okullar Eğitici Çalışmalar Yönetmenliğı'nde belirtilen eğitici kollara “Tüketicinin Korunması Kolu”nun da eklenmesi 18.08.01993 tarihinde kabul edilmiştir. İlkokul, Ortaokul, Lise ve Dengi Okullar Eğitici Çalışmalar Yönetmenliğı'nin ilgili madde hükmü gereğince her yıl ekim ayının üçüncü haftası "Standartlar Haftası" olarak kutlanmaktadır.

Ders Geçme ve Kredi Yönetmenliğini uygulayan genel öğretim kurumlarının "Standardizasyon ve Kalite dersinin iki kredilik seçmeli ders olarak haftada iki saat okutulması 31.03.1994 tarih ve

2400 sayılı Tebliğler Dergisinde yayınlanmasıyla karara bağlanmış ve "Tüketici Eğitimi" konusunun Sosyal Bilgiler Kitaplarında bir ünite olarak yer alması sağlanmıştır.

AB'de tüketici eğitimi uygulamaları

Avrupa Birliğinde tüketiciyi koruma politikası üç ayrı program kapsamında ele alınmıştır. Bunlar:

- 1975 yılında kabul edilen ilk "Tüketici Enformasyon ve Koruma Programı" ile tüketicinin beş temel hakkı üzerinde durulmuştur. Bu dönemde (1979 yılı) Avrupa Komisyonu, genç tüketicilerin eğitim metotlarını test ederek deneme okulları açmıştır.
- 1981 – 1986 dönemini içine alan ikinci program da ise tüketicilerin eğitimi konusunda yetişkinlerin eğitimine yer verilmiş, bu hususta sendikalar, kadın örgütleri, standardizasyon kuruluşları, kooperatifler gibi kurumların yer alması üzerinde durulmuştur. 23.06.1986 tarihli Konsey kararında tüketici eğitimi ve haberleşmenin tüketici menfaatlerinin korunmasındaki önemi vurgulanmıştır.
- 1987 yılında başlayıp 1992 yılına kadar uygulanan üçüncü programda ilk ve ortaokullarda uygulanacak bir program geliştirilmiştir. Programın uygulanmasında öncelikli konuların tespit edilmesi Komisyon tarafından üstlenilmiştir. Tam üye ülkeler böylece zorunlu eğitimde okutulacak konular arasında tüketici konusunu da almayı kabul etmişlerdir.

Tüketici eğitimi bireylerin yaş, olgunluk düzeyi, sosyal ve ekonomik durumuna bağlı olarak değerlendirilmiş, tüketici eğitimini geliştirmek üzere öğretmen yetiştiren okullarda konu program kapsamına alınmıştır. Halen öğretmenlik ve eğitim araçlarının geliştirilmesi alanında çalışmakta olan öğretmenlere yönelik olarak, hizmetçi eğitim niteliğinde ayrı eğitim programları düzenlenmiştir.

Komisyon mevcut ve daha önceki uygulamalara ilişkin daha etkin öneriler geliştirebilmek üzere eğitim araçlarının geliştirilmesi ve öğretmen eğitimine yönelik ihtiyaçları göz önünde bulundurmaktadır. Türkiye' de tüketici eğitimi ile gelişmiş ülke uygulamaları karşılaştırıldığında; Türkiye' de tüketici eğitiminin ağırlıklı olarak devlet eliyle yapıldığı tüketici örgütlerinin ve özel girişimin konuyla ilgili etkinliğinin yok denecek derecede az olduğu söylenebilir. Avrupa Birliğinde ise; devletin yanında tüketici örgütleri ve özel girişimlerin de tüketici eğitiminde ağırlıklı olarak yer aldığı, hatta devletin tüketici eğitimi politikalarını bile yönlendirdikleri, işletmeler üzerinde caydırıcı etki yaptıkları görülmektedir.

Tüketicinin korunması mevzuatı (Türk- Avrupa birliği mevzuatının karşılaştırılması)

Tüketicinin korunması ile ilgili yasal mevzuat

Anayasanın 172 nci maddesinde düzenlenen tüketicinin korunması ile ilgili hüküm; 23 Şubat 1995 Tarihinde kabul edilen 4077 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile yasal zemine kavuşmuştur. Bu kanun tüketicinin korunması ile ilgili idari, hukuki ve ekonomik düzenlemelerin yanında tarafların karşılıklı sorumluluklarını da düzenlemiştir.

Bu kanunun amacı, ekonominin gereklerine ve kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektedir.

4077 sayılı kanunla; ayıplı mal ve hizmetler, satıştan kaçınma, taksitli satışlar, kampanyalı satışlar, kapıdan satışlar, tüketici kredileri, etiketleme, garanti belgesi, tanıtma ve kullanma kılavuzu, satış sonrası bakım ve onarım hizmetleri, ticari reklâm ve ilanlar, zararlı ve tehlikeli mal ve hizmetler, kalite denetimi, tüketicinin eğitilmesi gibi hususlar düzenlenmiştir.

4077 Sayılı Kanunla tüketicinin korunması ile ilgili olarak; Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, Reklâm Kurulu, Tüketici Mahkemeleri, Ticaret Odaları, Türk Standartları Enstitüsü Kurumu, Rekabet Kurumu ve Hıfzı Sıhhi Enstitüsü görevlendirilmiştir.

Türk mevzuatı ile AB mevzuatının mukayesesi

4077 sayılı Kanunla tüketicinin korunması ile ilgili düzenlenen hususlar, AB. Komisyonununun 1984' ten bu yana Yeni Yaklaşımlar Direktifi adı altında çıkardığı 20 adet direktifle büyük ölçüde uyuşmaktadır. Yasada öngörülen düzenlemelerin çoğu maddi ve teknik imkânsızlıklar nedeniyle hayata geçirilememiştir. Bu durum 24 Mart 2001 tarihli Avrupa Birliği Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programında da dile getirilerek, AB tarafından 2000 yılı sonunda onaylanan Çevre Yönetmelik çerçevesinde, 4077' de öngörülen bazı teknik kurumların oluşturulması ve kurumlarda çalışacak personelin istihdamı için finansman talebinde bulunulmuştur.

Ulusal Program incelendiğinde; AB Mevzuatı ile Türk Mevzuatının bazı konularda uyumlu, bazı konularda ise henüz yeterli uyumun sağlanamadığı gözlenmektedir.

Uyum sağlanan konular

Kapıdan satışlar, tüketici kredisi, tüketici komiteleri, Bilimsel Tespit Komitesi, ürünlerin fiyatlandırılmasında tüketicinin korunması ve e-ticaret (uzaktan satışlar)

Kısmen uyum sağlanan konular

Tüketiciyi yanlış yönlendirici reklâmlar ve tüketim mallarının satışı ve garantiler

Uyum sağlanamayan konular

Aldatıcı reklâmlar, ayıplı mallar, tüketici sağlık ve güvenliği, paket tatil turları, genel ürün güvenliği, tüketici sözleşmelerinde adil olmayan koşullar, evde ve boş zamanlarda meydana gelen kazalarla ilgili toplum enformasyon sistemi kurulması, devre mülk alanların korunması, tüketici sağlığı ve güvenliği konusunda bilimsel komite kurulması, veterinerlik alanında yerinde yapılan kontroller, tüketici çıkarlarının korunmasına ilişkin hükümler ve üçüncü ülkelerde veterinerlik kontrolleri uyum gösterilemeyen alanların giderilmesi ; Türkiye tarafından AB.' den finansman temini halinde, kısa vadeli yükümlülük olarak üstlenilmiş ise de bu güne kadar anlamlı bir gelişme gözlenememiştir.

Sonuç ve değerlendirme

Ülkemizde işletmelerin AB ile uyum çerçevesinde de olsa sosyal sorumluluklarını yeterince kavramış oldukları söylenemez. 2004–2005 yıllarını kapsayan dönemde 10 Özel Mevduat Bankasında, nitel araştırma yöntemleriyle yürütülen alan araştırmasında, ilgili bankaların insan kaynakları yöneticilerinin araştırma sorularına verdikleri yanıtların literatürde geçen sosyal sorumluluk alanları ile ilgili olmadıkları görülmüştür (Avcı, 2005). Araştırma verilerine göre; özellikle çevrenin ve tüketicilerin korunması gibi iki temel sosyal sorumluluk alanında işletmelerin duyarsızlıkları ciddi boyutlardadır. Devletin birçok yasal düzenleme yapmasına rağmen, adeta el altından bu yasaların uygulanmamasına yeşil ışık yaktığı söylenebilir. Devletin çevre işyeri sağlık ve güvenliği ile ilgili standartların geliştirilmesinde olduğu gibi, çözümü belirsiz bir tarihte erteleme gayreti içinde, AB. 'den çeşitli mali tavizler koparma eğiliminde olduğu değerlendirilmektedir.

Ülkemiz ekonomisi sahip olduğu mevcut rekabet yapısı itibariyle maliyetlere aşırı duyarlıdır. Bu nedenle de sosyal sorumluluk politikalarının uygulanmasında iki unsurun katkısına bir ölçüde de olsa bel bağlandığı düşünülmektedir. Bu unsurlardan ilki; AB uyum süreci çalışmaları, diğeri ise işletmelerde sosyal sorumluluk anlayışını ölçme ve değerlemeye ilişkin yabancı sosyal sorumluluk ölçüm şirketlerinin ülkemizde de faaliyete göstermeye başlamalarıdır.

Tüketici haklarının korunması konusunda yürütülen çalışmalara bir ölçüde de olsa katkı sağlayabilmek için aşağıdaki önlemlerin alınmasının uygun olacağı düşünülmektedir:

- Ülkemizde tüketici haklarının korunması ile ilgili örgütlenmede, devlet güdümlü, yukarıdan aşağıya doğru bir yapılanma söz konusudur. Tüketicilerin korunması, bir bilinçlenme ve eğitim sorunu olup tüketicinin hak arama hürriyeti ile ilgili bir tercihini yansıtmaktadır. Bu da işletmelerin savunmacı rutinlerini harekete geçiren edilgen bir tutumdur. Yasal yapılanma yanında, ulus ötesi etkinlik boyutunda, Sivil İnisiyatif Modeli (NGO)' ne dayalı bir tüketici hareketi de geliştirmelidir.

İşletmelerin sosyal sorumluluk alanları kapsamında tüketicilerin korunması

- Tüketici haklarının korunması için yasal prosedür hızlandırmalı ve süreçler kısaltılmalıdır. Tüketici mahkemeleri yargılama usul ve esasları yeniden düzenlenmelidir.
- Tüketici haklarının korunması ile ilgili çalışmalarda açıklık politikası güdülmeli sosyal sorumluluk sahibi işletmeler teşvik ve ödüllendirilmelidir.
- Tüketici hakları yönünden AB ile uyum, ulusal programda öngörüldüğü şekilde ve sürede gerçekleştirilmelidir.
- Ticaret Odaları ve TSEK' nin kendi kuruluş yasaları ile 4077 sayılı yasa uyumlu hale getirilmelidir.
- 4077 sayılı yasa göz önünde bulundurularak ticaret odalarının görev ve sorumlulukları yeniden tanımlanmalıdır.
- Ombudsmanlık kurumu 4077 sayılı yasa ile uyumlu olarak yasallaştırılmalı, her ilde Tüketici Sorunları Hakem Heyeti yanında birer ombudsman görevlendirilmelidir.

Kaynaklar

- Albanese, Robert , “Management”, South-Western Publishing Company , Cincinatti , Ohio (USA) , 1988.
- Avcı, Nuri , “ Organizasyonlarda İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Problem Çözüm Çerçevesi: Özel Mevduat Bankalarında Bir Alan Araştırması” , Basılmamış Doktora Tezi, Sakarya, 2005.
- Boone, Louis ve David Kurtz , “ Contemporary Business”,The Dreyden Press, Florida (USA),1990
- Can, Halil, Doğan Tuncer ve Yaşar Ayhan, “ Genel İşletmecilik Bilgileri”, Adım Yayıncılık, Ankara, 1991.
- Clark, C ., “The Social Audit for Management”, AMACOM , New York (USA), 1997
- Delay, İsmail , “ Temel İşletmecilik Bilgileri” , Sakarya Kitapevi, Adapazarı, 2002.
- Diñer, Ömer , “ Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası” Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, 1988.
- Glueck, William F. , “ Business Policy and Strategic Management” , Mc Graw-Hill Book Company, New York(USA) , 1980.
- İşgüden, Tamer ve Rona Turanlı, “Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü” , 2. Basım, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1992.
- Mucuk, İsmet , “ Tüketicilerin Korunması Sorunu ve 15 Mart Tüketici Hakları Günü” , Pazarlama Dünyası Dergisi, yıl 4, sayı 20, İstanbul, 1990.
- Toffler, Alvin , “ Üçüncü Dalga” , çev. A. Seden, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1996.
- Ana Britaninica , 1994.
- T.C 1982 Anayasası.
- 23 Şubat 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
- Türk Standartları Enstitüsü Kurumu (TSEK) Standart Dergisi, Ankara, Ocak 1997.

Levrek balığının Türkiye ve Dünyada yeri, önemi ve pazar durumu

Yunus ALPARSLAN*

Taçnur BAYGAR**

Özet

Özellikle ülkemiz, levrek, çipura, alabalık gibi kültür balıkları üretiminde dünyada önemli bir durumda bulunmasına rağmen hala balıkçılık kaynaklarımızdan yeterince yararlanamadığımız görülmektedir. Levrek balıkları (*Dicentrarchus labrax*), Türkiye ve Akdeniz ülkeleri için oldukça öneme sahip bir su ürünleridir. Levrek balığı genellikle taze olarak tüketilmekte olup tüketiciler tarafından beyaz eti, tüketiminin hafif olması, düşük yağ içeriği üstün özellikleri açısından oldukça kabul edilmektedir. Özellikle Ege Bölgemizdeki su ürünleri işletmeleri denizlerde ağ kafeslerde yetiştirmiş oldukları çipura ve levrek balıklarını yurt dışına ihraç ederek önemli bir döviz girdisi elde etmektedir. Bu işletmeler bir taraftan gelişmiş ülkelerde kullanılan offshore olarak bilinen kafes sistemlerine geçerlerken diğer taraftan da Avrupa Pazarında yer edebilmek için daha kaliteli balıklar elde etmek ve balıklarının raf ömürlerini uzatabilmek uğraşı içindedirler.

Anahtar kelimeler: Levrek, *Dicentrarchus labrax*, Kültür balıkçılığı, Pazarlama, Levrek üretimi.

*Muğla Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi, 48000 Kötekli/MUĞLA. Tel: 0 252 211 1898

**Doç.Dr. Taçnur BAYGAR Correspondent author Fax: 0 252 211 2375 E – posta: baygar@mu.edu.tr

The importance, the status and the marketing situation of sea bass in Turkey and the World

Abstract

Especially in our country, sea bass, sea bream, trout of such cultural fish in the world in the production of an important position in although the fish, is still consumption less developed or poor fishery resources of the countries with the same as in a position to observed. Sea bass (*Dicentrarchus labrax*) is one of the main marine fish species aquacultured in Mediterranean countries and Turkey. Sea bass is generally consumed as fresh. The white flesh, mild flavour and low fat content of sea bass are major attributes sought by the consumer. Especially, the aquaculture companies in the Aegean shores of Turkey who are exporting their fresh or frozen products contribute important some of foreign money to Turkish economy. These companies are changing their system to offshore cage system that is used in developed countries; Also, these companies try to get much more qualified fish to take place in European Union and to extend the shelf life of those fish.

Keywords: Sea bass, *Dicentrarchus labrax*, Aquaculture, Marketing, Sea bass production.

Giriş

Üç tarafı denizlerle çevrili, 8333 km kıyı uzunluğuna sahip olan ülkemizde, yaklaşık 25 milyon hektar kullanılabilir su ürünleri üretimine uygun alan bulunmaktadır. Ayrıca 177.714 km uzunluğundaki nehirlerimizin yanında yetiştiriciliğe müsait olan ve şu anda üzerinde yetiştiricilik yapılan pek çok su kaynağımız dikkate alındığında, bu potansiyelin ne denli büyük olduğu görülmektedir. Mevcut kaynaklarımızın rasyonel bir şekilde kullanılması halinde başta yetiştiricilik olmak üzere elde edilecek üretim, artan nüfusumuzun protein ihtiyacının karşılanması, yeni istihdam imkânlarının yaratılması döviz girdisi sağlanması ve ihracatımızın desteklenmesi ile büyük katkılar sağlayacaktır. Ülkemiz, balık yetiştiriciliği konusunda kaynakları zengin ülkeler arasında yer almaktadır. Bu kaynakların rasyonel bir şekilde kullanılması halinde yetiştiricilik yoluyla yapılan üretim sayesinde ekonomiye önemli bir katkı sağlanmış olacaktır (1).

Su ürünleri yetiştiriciliğinin ekonomiye olan katkılarına bakılacak olduğunda;

- Hızla artan su ürünleri talebinin karşılanması,
- Açlığın önlenmesi,
- Dengeli ve sağlıklı beslenme,
- Sanayi sektörüne hammadde temini,
- Doğal balık stoklarına olan av baskısının azaltılması,
- İstihdam yaratması,
- Yüksek ihracat imkânı ile döviz girdisi sağlanması,
- Kırsal kalkınmaya katkısı,

- Doğal kaynakların daha etkin yönetimi sonucunda biyolojik çeşitliliğin muhafazasını sağlaması ile önemli bir sektör olduğu görülmektedir (2).

Nüfusa bağlı olarak, artan hayvansal protein ihtiyacının karşılanması için, avcılık yoluyla elde edilen su ürünleri üretiminin yetersiz kalması, dünya ülkelerinde kültür balıkçılığı ile elde edilen üretim miktarının artırılmasına yönelik çalışmaları da hızlandırmıştır (3). Dünya ülkeleri ortalamasına göre kişi başına yıllık balık tüketim miktarı 13 kg, Avrupa Birliği ülkeleri ortalama değeri ise 22 kg'dır. Türkiye'de ise balık ve diğer su ürünleri tüketimi dünya ülkelerine göre düşük olup ortalama yılda 7,7 kg düzeyindedir (4).

Türkiye sahip olduğu coğrafi yapısı ve iklim koşulları ile gerek deniz balıkçılığı ve gerekse tatlı su balıkçılığı ve kültür balıkçılığı yönünden büyük bir potansiyele sahip ülkemizde kaynakların akıllıca ve planlı kullanılması halinde uluslar arası rekabet ortamında konumunu güçlendirmesi mümkün olacaktır (5).

Türkiye' de kültür balıkçılığı çalışmaları ve levrek üretimi

Türkiye'de kültür balıkçılığı faaliyetleri 1960'larda alabalık yumurtalarının (*Oncorhynchus mykiss*) Avrupa'dan ithali ve ardından Marmara bölgesinde ilk özel çiftliğin kurulmasıyla başladığı görülmüştür. Türkiye'de balık yetiştiriciliğinin geçmişi henüz yeni olmasına rağmen, nispeten hızlı bir gelişme göstermiştir (6). Hızlı bir gelişme gösteren Su Ürünleri Sektörü, üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizde geleceği parlak olan sektörler arasında yer almaktadır (7).

Dünyada yılda 145 milyon ton su ürünleri üretimi yapılmakta olup bunun da 45 milyon tonu yetiştiricilik yolu ile elde edilmektedir. FAO tarafından su ürünleri yetiştiricilik sektörü, dünyada en hızlı büyüyen gıda üretim sektörü olarak belirtilmektedir (8). Ülkemizde 2007 yılında, yaklaşık 632 bin tonu avcılıkla, 140 bin tonu yetiştiricilikle olmak üzere toplam yaklaşık 772 bin ton su ürünleri üretilmiştir. 2007 yılındaki toplam su ürünleri üretiminin yaklaşık % 67,1'i deniz balıklarından, %9,2'si diğer deniz ürünlerinden, % 5,6'sı iç su ürünlerinden ve %18,1'i yetiştiricilik yoluyla elde edilmiştir. 2007 yılında denizlerde ve iç sularda yetiştiricilik üretimi bir önceki yıla göre %9 oranında artarak yaklaşık 140 bin ton olmuştur. Yetiştiricilik üretiminin miktar olarak %42'si iç sularda, %58'i ise denizlerde gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıla göre denizlerde yapılan yetiştiricilik üretimi %11,9 oranında, iç sulardaki yetiştiricilik üretimi %4,1 oranında artmıştır. Yetiştirilen en önemli türler iç sularda %41,8 ile alabalık, denizlerde %30 ile levrek, %24 ile çipuradır (9). Tablo 1'de Türkiye'de üretilen kültür balıklarının miktar olarak değerleri görülmektedir.

Tablo1: Kültür balıkları üretim miktarları.

Ülkemizde deniz suyunun sıcaklığı, tuzluluğu ve diğer ekolojik şartların uygunluğu ile İzmir, Aydın, Muğla ve Antalya kıyı şeridinde balık çiftliklerinin yoğunlaştığı görülmektedir. Halen iç su ürünleri üreten 1.072 adet, deniz ürünleri üreten 296 adet olmak üzere toplam 1.368 adet işletme faaliyet göstermeye devam etmektedir (2). Türkiye'de yetiştiriciliği yapılan kültür balıkları üretim miktarları ürün türlerine göre değerlendirildiğinde iç su kültür balıkçılığında Alabalık, deniz kültür balıkçılığında ise levrek ve çipura'nın en önemli ürünlerimiz olduğu görülmektedir.

Levrek balığının Türkiye ve Dünyada yeri, önemi ve pazar durumu

Balık türü	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Toplam	79.031	67.244	61.165	79.943	94.010	118.277	128.943	139.873
İç Su Balıkları (ton)								
Alabalık	42.572	36.827	33.707	39.674	43.432	48.033	56.26	58.433
Aynalı sazan	813	687	590	543	683	571	668	600
Deniz Balıkları (ton)								
Alabalık	1.961	1.240	846	1.194	1.650	1.249	1.633	2.740
Çipura	15.460	12.939	11.681	16.735	20.435	27.634	28.463	33.500
Levrek	17.877	15.546	14.339	20.982	26.297	37.290	38.408	41.900
Midye	312	5	2	815	1.513	1.500	1.545	1.100
Karides	27	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	-	-	2.000	2.200	1.600

Levrek, ülkemiz denizlerinde var olan, et kalitesi yüksek ve halkımız tarafından da sevilerek tüketilen bir balık türüdür. Özellikle Ege Bölgesi yaşayanları tarafından vazgeçilemeyecek bir balıktır.

Morone labrax ve *Roccus labrax* sinonimleri ile de adlandırılan levrek balıkları;

Phylum: Vertebrata

Subphylum: Pisces,

Classis: Osteichthyes,

Subordo: Percoidei,

Familia: *Moronidae*,

Genus: *Dicentrarchus*,

Species: *labrax* (Linnaeus,1758) şekliyle sistematikteki yerini almıştır (10).



Şekil 1. Levrek (*Dicentrarchus labrax*, L. 1758) (11).

Türkiye deniz balıkları üretiminin diğer önde gelen ülkelere göre mevcut konumu Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Ülkemizin gelişmiş dünya ülkelerine göre deniz balıkları üretimindeki durumu (12).

	Yunanistan	Türkiye	İtalya	İspanya	Fransa
Kuvvetli Yönleri	<ul style="list-style-type: none"> Alan imkânı Düşük ve Azalan üretim maliyeti Yüksek üretim kapasitesi 	<ul style="list-style-type: none"> Alan elde edebilme En düşük üretim maliyeti Yüksek üretim kapasitesi Kuvvetli ülke pazarı 	<ul style="list-style-type: none"> Yerel ürünlerin tercihi ile ülke pazarının iyi gelişmesi 	<ul style="list-style-type: none"> Yerel ürünlerin tercihi ile güçlü ülke pazarı Kaynak su üretimi için faaliyet alanı 	<ul style="list-style-type: none"> Ülke çiftlik ürünlerinde pozitif imaj Kalite düzenini iyi genişletme İyi yerel Pazar
Zayıf Tarafları	<ul style="list-style-type: none"> Düzensiz üretim ve ticaret Etkisiz Pazar Stratejik sektör plan yetersizliği İhracat güvenliği 	<ul style="list-style-type: none"> İhracat pazarlarında n uzaklaşma Avrupa ülkeleri üreticileri ile para yardımı mukayesenin eksikliği En küçük üreticilerin üstünlüğü 	<ul style="list-style-type: none"> Üretimde yüksek maliyet Üreticilerin kurduğu küçük ve orta arazilerin üstünlüğü Korunaklı kafes alanların yetersizliği 	<ul style="list-style-type: none"> Korunaklı alanların yetersizliği 	<ul style="list-style-type: none"> Özellikle ruhsat alımında zorluk Birime dayalı arazilerde en yüksek üretim maliyeti
Fırsatları	<ul style="list-style-type: none"> Kalite projesinin geliştirilmesi Üretim planı sağlama 	<ul style="list-style-type: none"> Avrupa Birliği üyeliği Ulusal pazarların geliştirilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> Ürünlere ve kalite projelerine değer ekleme yoluyla dahili pazarların gelişmesi 	<ul style="list-style-type: none"> Yerel dağıtım ve pazarlamada düzelme Üretim planlarını geliştirme 	<ul style="list-style-type: none"> Kalite sertifikası, etiketleme ve ürüne değer katma talebinin büyümesi
Tehditleri	<ul style="list-style-type: none"> Marketlerin fazlalığı ve fiyatlarda promosyon eksikliğinin can sıkması 	<ul style="list-style-type: none"> Ekonominin değişkenliği Üretimdeki büyümenin disiplinsizliği 	<ul style="list-style-type: none"> Büyüme ve Disiplinsiz ithalat 	<ul style="list-style-type: none"> Kendi balık ve ithal mallarını disiplinsiz pazarlama İthal 	<ul style="list-style-type: none"> Düşük maliyetle ithal mal

	<ul style="list-style-type: none">Düşük maliyetli üretici olarak Türkiye ile yarışma			mallarda düşük maliyet	
--	--	--	--	------------------------	--

Levrek balığının işlenmesi

Su ürünleri özelliğine bağlı olarak başlıca taze ve soğutulmuş, dondurulmuş, dumanlanmış, kurutulmuş, konserve edilmiş, marine edilmiş, fermente edilmiş, tuzlanmış, havyar ve kroket olarak işlenmektedir (13).

Ülkemizde levrek balığı paketleme ve işleme alanlarını Muğla ve İzmir illeri başta olmak üzere Ege Bölgesi'nde ağırlıklı olarak yapılmaktadır. Türkiye'de çipura ve levrek balıkları gerek yurt içine gerekse de yurt dışına bütün olarak taze/soğutulmuş ve donmuş fileto olarak strafor kutular içerisinde dağıtımı yapılmaktadır. İşlenen&paketlenen ürünlerin % 90'ından fazlasının yurt dışına (İtalya, İspanya, Hollanda, Yunanistan, Almanya, Fransa, Norveç, İngiltere, Avusturya gibi ülkelere) ihraç edildiği belirtilmektedir (14). 2005 yılı kültür balıkçılığı ihracatımıza bakıldığında 10.000 ton ile levrek balığı en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir (2).

Ülkemizdeki işletmeler çoğunlukla çiftliklerinden hasat ettikleri levrek balıklarını kendi fabrikalarında işlemektedirler. Hasat edilen balıklar, buz ve su ile hazırlanan tanklara aktarılır. Bu işlemlerden sonra balıklar hasat kamyonu ile işleme/paketleme birimlerine gönderilirler. Burada balıklar boylanarak müşteri isteğine bağlı olarak taze/soğutulmuş bir şekilde ortalama gramajları alınıp strafor kutulara yerleştirilir. Sonraki aşamada buz uygulanarak strafor kutular içinde paketlenen balıklar etiketlenerek soğuk hava depolarına (4 °C ±1) ya da hemen dağıtımı yapılacaksa frigorifik tırlara yerleştirilirler. (Resim 1, 2, 3, 4)



Resim 1: Hasat İşlemi



Resim 2: Balıkların hasat tankına alınması



Resim 3: Balıkların boylanması



Resim 4: Balıkların paketlenmesi

Diğer bir işleme yöntemi ise videdir. Boylarına göre kalibre edilen balıklar vide bölümüne gelerek ilk iş olarak müşteri firmanın isteği doğrultusunda tartım ve kasalama işlemine tabi tutulur. Kasalanan bu balıklara müşterinin verdiği sipariş doğrultusunda vide işlemi uygulanır. Burada birinci uygulama olarak balığın sadece filetosu çıkarılacaksa balıkların pulları kazınır. İkinci uygulamada balıkların karın ve solungaçları alınır. Üçüncü yöntemde ise balıkların sadece karınları alınır. Her üç aşama sonrasında balıklar tazyikli su ile yıkanarak kan ve diğer pisliklerinden arındırılması sağlanır. Arkasından yıkanan balıklar aynı paketlemedeki gibi strafor kutulara dizilirler (Resim 5, 6).



Resim 5: Balıkların kutulara dizimi



Resim 6: Kutuların istiflenmesi

Levrek balığının ulusal ve uluslararası pazardaki durumu

Ülkemizde oldukça geniş bir yere sahip olan levrek balıkları uluslararası marketlerde taze/soğutulmuş olarak herhangi bir işleme tabi tutulmadan bir bütün olarak rağbet gören su ürünleridir. Yeni pazarlarda da çoğunlukla temizlenmemiş bütün olarak kabul edilmektedir. Önümüzdeki yıllarda da birçok pazarın bu talebine devam edeceği belirtilmektedir. Akdeniz

ülkeleri piyasasından uzaklaştıkça daha yüksek gelir düzeyli ve daha yüksek müşteri beklentisine sahip hızla artan bir talebin bulunduğu uzmanlar tarafından söylenmektedir (15).

İşlenmiş olarak hazırlanan levrek balığı ulusal ve uluslar arası pazarlarda taze/soğutulmuş ya da fileto olarak satışa sunulmaktadır. Deniz balıklarının en büyük tüketicileri olan Fransa, İspanya ve İtalya, levrek ve çipura için büyük bir Pazar konumunda bulunmaktadır. Bu ülkelerdeki üretim, ülkelerin kendi taleplerini karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu durum, üretim potansiyeli fazla olan Türkiye ve Yunanistan'ın büyük bir önem görmesine sebep olmuştur. Kültür levrek ve çipuranın dünya çapındaki 2006 yılındaki üretimi 200.000 tona ulaşmıştır. Levreğin 88.500 ton, çipuranın ise 104.000 tona yaklaşan bir üretiminin olduğu belirtilmektedir. Yunanistan başlıca bu iki türün ana üreticisi olup, bu ülkeyi Türkiye, İspanya ve İtalya takip etmektedir (16).

Levrek balığının uluslararası piyasalarda tercih şekilleri ülkelere göre başlıca şu şekilde olmaktadır. Akdeniz ülkelerinde oldukça geniş bir yere sahip olan levrek balıkları, uluslararası pazarlarda taze/soğutulmuş olarak herhangi bir işleme tabi tutulmadan bir bütün halinde talep edilmektedir. Diğer yeni pazarlarda da çoğunlukla temizlenmemiş tüm olarak tercih edilmektedir. Gelecek yıllarda da birçok uluslararası pazarın bu isteğine devam edeceği belirtilmektedir. Akdeniz ülkeleri pazarından uzaklaştıkça da daha yüksek gelir düzeyli ve yüksek müşteri beklentisine sahip artan bir talebin bulunduğu görülmektedir. Güney Avrupa ülkeleri levrek balığını bütün olarak isterlerken, Kuzey Avrupa ülkeleri fileto olarak işleme tabi tutulmuş olan balıkları tercih etmektedir. Levrek balıklarının, Güney Almanya ve Avusturya'da ise taze bütün balık olarak tüketimi tercih edilmektedir. Buna ilave olarak ta pişirilmeye hazır filetolara çeşitli baharat ve limon ilavesi ile marine edilerek tüketimi de bu ülke insanların damak zevkleri arasında yer almaktadır. Yeni ürünler olarak ta vakum paketli filetolar ve pişirilmeye hazır ürün grupları girmektedir (15).

İtalya, 2005–2006 yıllarında levrek ve çipura ithalatında bir düşüş olmasına rağmen bu ürünler için ana pazar olarak kalmaya devam etmiştir. Yunanistan ilgili yıllar arasında İtalya'nın toplam ithalat miktarının yaklaşık % 68' ini karşılamaktadır. Fransa pazarı Haziran 2006'ya kadar levrek ve çipuranın ortalama birim fiyatını % 7'lik bir düşüşle 4.19 €/kg olarak kaydetmiş ve ithalat değerine %21'lik bir artışla katkıda bulunmuştur (17). İspanya ve İtalya şimdiye kadar, 2006 yılındaki levrek ve çipura isteklerinin karşılanmadığını ifade etmektedir. İtalya'nın, 2006' nın ilk dört ayında ithalatını biraz azaltmasına rağmen levrek ve çipuranın en büyük ithalatçısı olduğu görülmüştür. İtalya'nın levrek için büyük ve sağlam pazar olması, Yunanistan ve Türkiye'de satış ve pazarlama yapan firmalara güven vermiştir. Bununla beraber, levrek balığının ithalatının, ilk dört ayda miktar ve değer bakımından % 13' e kadar azaldığı belirtilmektedir (18).

Ülkemizde ve diğer ülkelerde levrek balığı taze/soğutulmuş olarak işlenmesi dışında farklı şekillerde de işleme tabi tutularak tüketicilerin beğenisine sunulduğu görülmektedir. Levrek balığından yeni ürünlerin geliştirilmesi, somon balığı gibi diğer kültür türleriyle kıyaslandığında oldukça dezavantajlı olmaktadır. Bu olumsuzlukların başında yüksek üretim maliyeti ve ürününün somona göre daha küçük boyutlarda olmasından kaynaklandığı söylenebilir. İtalya' da levrek balığından elde edilen ürünlerin artırılması için pilot çalışmalar yapılmış ve elde edilen yeni ürünler piyasaya sunulmuştur. İtalyan su ürünleri işleme tesisleri fabrikalarını

modernleştirerek kılçıksız olarak yeni ürün çeşitlerini artırmışlardır. Bu yapılanma sırasında ürün kalitelerini artırmışlar, işletme hijyen şartları ve yetiştirme ortamının çevresel koşullarını olması gereken gibi düzenlemişler, ürünün menşesini belirten etiketler yapmışlar, balıkların paket ve sunum şekillerini yenileyerek bu konuda önemli adımlar atmışlardır. İngiltere marketlerinde ise, yeni ürün çeşitleri arasında vakum paketlenmiş taze levrek filetosu, suşhi porsiyonu olarak hazırlanmış levrek etleri, levrek marinatı, fırında pişirilmeye hazır levrek dolması gibi değişik uygulamalara yer verilmiştir. Kuzey Avrupa ülkelerinde levrek balıklarında MAP (Modifiye Atmosfer Paketleme) gibi yeni paketleme yöntemlerinin de uygulandığı görülmektedir (15).

Türkiye’de levrek tüketiminin ve pazarının artırılması için öneriler:

Türkiye levrek balığı sektörünün gelişmesi ve alternatif üretimlerin oluşturulması ile ülke ekonomisine büyük girdilerin sağlanabilmesi için öneriler şu şekildedir;

1. Levrek balıkları ve artıklarından özellikle dondurulmuş fileto, dumanlama, marinat, balık burger, balık köftesi, balık kroket, MA paketlenmiş fileto olarak ülkemizde değerlendirilebileceği ve ülke ekonomisine önemli katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

2. Kültür balıklarının, deniz balıkları av yasağı dönemleri dışında da marketlerde yer almasının sağlanması gerekir.

3. Yeni ürünler hazırlanırken gerek ulusal gerekse de uluslararası pazarlarda tanıtım ve reklamının iyi yapılması sağlanmalıdır.

4. Özellikle kılçıksız filetolar hazırlanarak çocukların tüketimi için marketlerde yer alması sağlanmalıdır.

5. Levrek balıklarının işlenmesi sonrasında ortaya çıkan balık parçalarının değerlendirilmesi gerek işletme gerekse de ülke ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı oluşturacağı düşünülmektedir.

6. Ülkemiz soğuk zincir şartlarının geliştirilerek bütün bölgelerimize balığın girmesinin sağlanmasına çalışılmalıdır.

7. Hazırlanacak olan alternatif ürünlerin piyasada daha uygun fiyatlarda satılmasına çalışılmalıdır.

8. İşletmelerin hijyen şartlarının düzeltilmesi sağlanmalıdır.

9. Yapılacak Ar&Ge çalışmaları daha uzun raf ömrüne sahip ürünler üzerinde yapılmalıdır.

10. Firmalar üniversiteler ile ortaklaşa çalışmalar&projeler üretmeli ve yeni ürünlerin geliştirilmesi için kaynak aktarmalıdır.

Kaynaklar

1. http://www.atb.gov.tr/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=96&Itemid=90/ (Erişim Tarihi: 24.10.2008).
2. Boran, Ş. (2007). Kültür Balıkçılığı Üretimi Artıyor. AR-GE Bülten Eylül 2007. İzmir Ticaret Odası.
3. <http://su.urunleri.net/index/> (Erişim Tarihi: 18.10.2008).
4. Dirican, S., Musul, H., Çilek, S., (2008). Sivas İlinde Su Ürünleri Yetiştiricilik Potansiyeli ve Değerlendirilmesi, Journal of Fisheries Sciences, 2(3): 510-515.
5. Civaner, E.Ç. (2004). Su Ürünleri Dış Pazar Araştırması. Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Tarım Dergisi. s. 49.
6. Karakaş, H. H., Türkoglu, H. (2005). Su Ürünlerinin Dünyada ve Türkiye' deki Durumu. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 9(3):21-28.
7. http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=47&ust_id=13/(Erişim Tarihi: 04.11.2008).
8. www.abveteriner.org/dosyalar/denizlerimiz.ppt/ (Erişim Tarihi: 16.08.2008).
9. TÜİK (2008). T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, 23 Temmuz 2008, Sayı: 122.
10. Alpbaz, A., (2005) Su Ürünleri Yetiştiriciliği. Alp Yayınları. İzmir, s. 556.
11. www.fishbase.org/images/species/Dilabu0.gif/ (Erişim Tarihi: 22.12.2008).
12. www.seagrant.uconn.edu/aquaguide/ (Erişim Tarihi: 24.10.2008).
13. Gündoğdu, V., Tuzcu, D., Elele, M. (2004). Su Ürünleri İşleme Tesisleri ve Kültür Balıkçılığı Projelerinde ÇED Uygulamaları-İzmir Örneği. E.Ü. Su Ürünleri Dergisi. 21 (1-2), 49 – 52.
14. Alparslan, Y.; Baygar, T., (2007). Ülkemiz ve Dünyada Çipura&Levrek Balıklarının İşlenmesi ve Alternatif İşleme Yöntemleri. XIV. Ulusal Su Ürünleri Sempozyumu. Muğla Ü. Su Ürünleri Fakültesi, 4-7 Eylül 2007, s.199.
15. <http://ec.europa.eu/fisheries/publications/studies/aquaculture>. (Erişim Tarihi: 24.10.2008).
16. <http://www.infofish.org/marketreports/sas0507.html/> (Erişim Tarihi: 24.10.2008).
17. <http://www.eurofish.dk/indexSub.php?id=3348&easysitestatid=459761543> (Erişim Tarihi: 7.10.2008).
18. <http://www.foodproductiondaily.com/Supply-Chain/Seabass-and-seabream-markets-stable-with-untapped-potential/> (Erişim Tarihi: 13.07.2008).

Girişimciliğin hareket eksenleri

Hikmet AYTEK¹

Özet

Fırsat, risk ve kazanç kavramları girişimcilikte üç temel unsuru ifade eder. Risk algılamasına karşı tutumların belirlenebilmesi için risk türlerinin tanımlanması, bunların analiz edilerek değerlendirilmesi gerekir. Risk transferi için bu şarttır. Ortaya çıkan fırsatların değerlendirilme süreci risk analizi ile başlar. Girişimci plan dışı gelişen veya geliştiği zannedilen fırsatları da mutlaka önemsemeli ancak, araştırma ve plan yapmadan risk üstlenmemelidir. Kazanç./kayıp sonucu tüm bu süreç analizin bir ürünü olacaktır. Girişimci amaç değerlere odaklanır. Amaçlarına uygun olan hedeflerine yönelik adımları atarken, risk alabilen, olumlu ve olumsuz her türlü sonucuna katlanabilen bir kişilik sergiler. Bu sonuçlar bir girişimciye araç değer olarak maddi kâr sağladığı gibi zarar olarak da ortaya çıkabilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, fırsat, risk, kayıp/kazanç

¹ Dr. Hikmet Aytek, Tel. 0542 222 52 52, hikmetaytek@gmail.com, “Girişimcilerin Özellikleri, Kazançlar Sorunlara Bakış ve Bir Örnek Olay”, Doktora Tezi.

Action axes of entrepreneurship

Abstract

Opportunity, risk and earnings/losses are purviews which explain three main factor of the entrepreneurship. In order to determine the status against risk, risk should be classified, analyzed and commentated. This is must for transfer of risk. The first step for process of taking advantage from opportunities occurred is risk analyzing. Entrepreneur has to pay attention to every kind of opportunity. However, Entrepreneur, first of all, has to absolutely, search and make a plan. As a result, earnings/losses will be output of process analyzing. Entrepreneur is focused on target value. Entrepreneur is the person who can take risk and meet all kind of result. As these results may provide profit for entrepreneur, be also source of loss.

Keywords: Entrepreneurship, opportunity, risk, earnings/losses

Risk eksenini

Risk Tanımı: “Risk sözcüğünün kökeni ya Arapça rızık/risk (rısq) ya da Latince riziko (risicum) sözcüklerinden çıkmıştır (J.Ansell ve F. Wharton, 1992, 4). Rızık kişiye Tanrı tarafından verilen ve üzerinden kar elde edilen her hangi bir şey olarak tanımlanabilir. Burada rızık rassal ve istenen iyi bir sonuç anlamı kazanır. Riziko ise bir denizcinin karşılaştığı kayalık alan gibi bir engel olarak tanımlanabilir. Burada riziko rassal ve istenmeyen kötü bir sonuç anlamına gelir. Eski Yunan’ da Arapçadan alınan ödünç bir sözcük olarak risk, genel olarak olumlu ya da olumsuz etkilere sahip rassal olayları açıklamak için kullanılmıştır (Arman T. Tefvik, 1997, 1). Risk girişimsel alanın kapısıdır Girişimciler bu kapıdan alana girerler “ Risk genel anlamda bir işin (girişimin) başarısızlığa uğrama olasılığı (şansı) fiziki ve işletme varlıklarının kayba uğrama tehlikesidir (S.Caird, 1991, 53). Gerçekleşmiş bir kayıp değil kayba uğrama olasılığından kaynaklanan tehdittir. Girişilen veya girişilecek işle ilgili olarak beklentilerle gerçekleştirilenler arasındaki farktır. Tehlike özel yaşamda olduğu gibi girişimcilikte beklenen durumlarla gerçekleşen durumlar arasındaki etkidir. Girişimciler, girişimci olmayanlara oranla hesaplanmış, tartılmış bir iş tehlikesini göze alırlar. Ekonomi sözlüklerinde kısaca, “Yatırım araçlarının beklenen getirilerini olumsuz etkileyebilecek olayların meydana gelme ihtimali olarak açıklanmaktadır (S.Güney, 2004, 202). Temel anlatımlarımıza uygun bir açıklama yapmak istediğimizde; “ Girişimci bir kişilik, bilgi ve yetenekleri ile örgütlediği girişimsel bir karaktere dayandırdığı uygulamalarını kazanç amacına uygun hedeflere götürmek isterken, hedeflerine varmasına engel olabileceğini var saydığı ihtimalleri risk olarak tanımlamaktadır” denebilir.

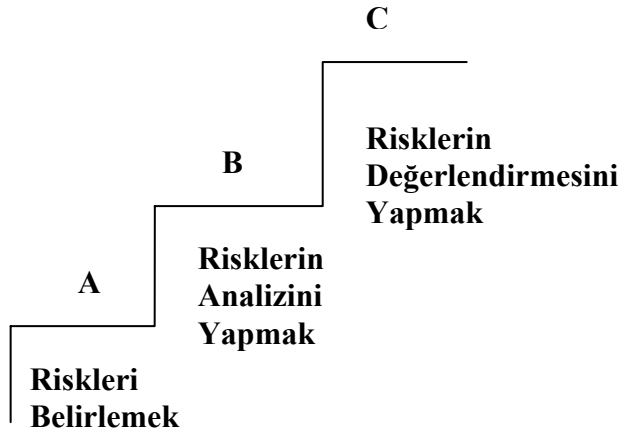
Girişimcinin Risk Psikolojisi: Girişimcinin varmak üzere motive olduğu hedeflerine ulaşamama endişesi, kendisinde, kazandığı statüyü yitirme yönünde korku yaratır. Bu durum, psikolojik bir varlık olan insanı endişeli kılar. Büyük bir risk, tehdit olmaktan çıkarak sonuçları itibarıyla sıkıntı yaratacak halde gerçekleştiğinde; Panik, utanç ve rol kayıplarına neden olmaktadır. Girişimci, doğal olarak fırsatları başarı nedeni, riskleri ise başarısını engelleyebilecek tehlike olarak görmektedir. Daha gerçekçi bakıldığında riskler kazanca dönüşebildiği gibi, fırsatlar da maskeli birer zarar kapısı olabilirler. Konuya böyle yaklaşıldığında risk ve fırsatın bir diğeri içerebilecek varsayımlar olduğu unutulmamalıdır. Aynı ikilemi kar ve zarar açısından da düşünebiliriz. Anılan bu dört kavram bir diğeri dönüşüm kabiliyetine sahiptir. Girişimcinin içerisinde bulunduğu toplumsal yapının, sosyal ve

ekonomik boyutu ile girişimsel alanı algılaması arasında doğrudan bir bağlantı vardır. Girişimci bu yapıyı aşan bir kişilik olsa bile anılan yapının etkileşimini mutlaka önemser. Algılaması ve buna paralel olarak uygulaması toplumsal çerçeveye uygun olur. Az gelişmiş ülkelerin kırılğan ekonomik koşullarının altındaki girişimci ile gelişmiş bir ülkenin güçlü ekonomisi ile kendisini geliştiren girişimcinin, risk ve fırsat algılamaları farklıdır. Az gelişmiş ülkede girişimcilik için en belirgin öge risktir. Gelişmiş bir toplumda da risk önemli olmakla birlikte hızlı gelişime ayak uydurma ve kendini sürekli yenileme en az risk kadar önemsenen hususlardır. Fırsatı ilkbahara, kazancı yaza, riski sonbahara, zararı kışa benzetebiliriz. Girişim dünyasında bu dört mevsim hep yaşanır. Güneşe ve soğuğa tedbir alınınca kazanç daha yararlı, zarar da yararlı hale dönüşebilir. Yapılması gereken gerçekleri kabul ederek tedbirli olmaktır. Klimayı ve sobayı hazırda tutmak lazımdır.

Risk Türleri: Riskler, her zaman hesap edilemezler bazı riskler beklenilmeyen ve tedbirlerle önlenemeyecek türdendir. Girişimci karakterin yaptığı uygulamaların yani oluşturduğu sistemin Engelleyeabileceği Zararlara İlişkin Riskler ile sistemin algılama kapasitesinin üstünde veya hiçbir şekilde engelleyemeyeceği riskler birbirinden farklı sebep ve sonuç ilişkilerine sahiptirler.

Kontrol edilebilir, **Belirli risk**; “ Girişimci karakterin kendi uygulamaları ile girişimsel alanda yaratabileceği risk türüdür.”. Bilgi, özgüven, sabır ve yetenek ile donanımı ölçümlenebilen girişimcinin; donanım yetersizliklerinden kaynaklanır. Bu yönleri ile “ **Bağımlı Risk** “ olarak da nitelendirilebilir. Kontrol dışı, **Belirsiz risk**,”Girişimci karakterin inisiyatiflerine bağımlı olmayan alternatiflerle ortaya çıkan risk türüdür .” Bu yönüyle “ **Bağımsız risk** “ olarak da nitelendirilebilir. Bağımsız riskler; küresel nitelikli jeolojik, ekonomik, ekolojik, sosyolojik ve bunun gibi önceden hesaplanması imkansız nedenlerle, yani, Deprem, sel, savaş gibi durumlarda; ya da sektörel ve ekonomik dalgalanmalar la beklenmedikleri anda ortaya çıkarlar

Risk Algılamasına Karşı Tutumlar: Girişimci risklerle baş edebilme ve daha ötesinde onları kazanca döndürebildiği oranda başarılı olabilmektedir. Çünkü risklere temkinli ve mantıksal ön görüşlerle yaklaşmaktadır. Günümüzde risk yönetimi konusu; sigorta, Pazarlama, iletişim, lojistik, finans ve daha birçok alanda olduğu gibi, tamamen bir uzmanlık olarak gelişmiştir. Uzmanlıklardan yararlanmak çağdaş girişimcilik yaklaşımıdır. Girişimcilerin, taraf olacağı hususlara ilişkin olarak kullanabilecekleri inisiyatiflerine yönelik kararlarını almadan önce risklere karşı, araştırmaların ürünü ve geribildirimden yararlanmanın sonucu olarak üç adımları vardır. Aşağıda ki şekilde olduğu gibi İlk basamakta (A) önce tanımlarlar, sonra ikinci adımda (B) tanımladıkları riskin analizini, daha sonra da (B) adımında değerlendirmesini yaparlar.



Girişimcinin risk karşısında atması gereken üç adımın özet açılımı şöyle yapılabilir;

Riskleri Belirlemek :Bu aşamada riskli olduğu düşünülen önemli değişkenlerin gizli etki ve kimliği konusunda belirsizlik azaltılmaya çalışılır (Arman T. Tefik, 1997, 2). Risklerin ne olduğu belirlenir, Doğru tanı koyabilmek için, önceden karşılaşılan, benzer nitelik ve durumda olan sorunlar tekrar gözden geçirilir. Önceden gerçekleşenler özellikle belirlenerek karşılaştırılır, Önceki deneyimlere ilişkin yapılan bu çalışmadan sonra, yeni projenin kendine özgü koşulları ve olası sorunları ile farklar gözetilerek buna özgü riskler belirlenir.

Risklerin Analizini Yapmak: Tek bir projenin riski ile toplam riskin (portföy riskinin) birbirinden farklı olduğu açıktır. Bu nedenle riskin ölçümlemesinin bir amacı da projelerin tek başına hangi risk sınıflarına gireceğini belirlemektir. İlk önce üç konunun açıklığa kavuşması gerekir;

- 1- Belirlenen her bir risk için gerçekleşme ihtimali,
- 2- Riskin ortaya çıkarak gerçekleşme ihtimalinin ölçeği ve nicel değeri,
- 3- En kuvvetli ve en düşük ihtimallerin belirlenmesi.

İlk belirlemeler yapıldıktan sonra, belirlenmesi gereken üç konu daha dikkatle incelenmelidir

A- Etki Gücü: Riskin gerçekleşme durumunda ortaya çıkacak zararın boyutu (maliyet, gecikme, kalite vb.) açılardan en düşük, en yüksek olasılığı nedir? Risk Yönetimi Adımları (Etkinin gücünü Azaltma) için şunlar yapılır:

- a- Kaçınma (Tasarım değişikliği veya geliştirme)
- b- Devretme (Başka birine ve sigortaya)
- c- Önceden Kabullenme (Planlı hareket ile azaltma)

B- Riskin Büyüklüğü: Riskin gerçekleşme ihtimali ile etki gücünü bir arada değerlendirmeye yarayan ve önem derecesini belirlemekte kullanılan nicel değerlerdir. (Gerçekleşme olasılığı) x (etki şiddeti).

C- Zaman Çerçevesi: Riskin gerçekleşme ihtimalinin hangi zaman periyodunu ilgilendirdiği bilgisidir.

- a-Riskleri sıralamak

- b-Zaman çerçevesine göre gruplamak.
- c-Aynı veya yakın zamandaki riskleri büyükten, küçüğe sıralamak
- d-Her risk için bir azaltma yöntemi tanımlamak
- e-Risk gerçekleşir ise uygulanacak hareket planı belirlemek

Riskin Değerlendirilmesini Yapmak: Riskin değerlendirilmesi konusunda proje yöneticileri bazı yargılara varacaktır. “ Yönetimin yargısı, sonuçta firmanın toplam riski konusunda bir yargıyı içermelidir. Bu nedenle bir projenin toplam riske etkisi göz önüne alınmalıdır. Firmanın amacı paydaşların servetini artırmaksa, yönetimin getirisi (verimi) sermaye piyasasında beklenen getiriyi aşmayan projelere yatırım yapmaması gerekir (Arman T. Tevfik, 1997, 4). Anılan belirlemeyi yapmak için aşağıda sıralanan hususlar dikkate alınır;

- 1- Risklerin gerçekleşme ihtimalleri ve etki gücündeki değişimleri belirlemek.
- 2- Zaman çerçevesi içinde gerçekleşmeyenleri kayıttan çıkarmak.
- 3- Gerçekleşenler için azaltma yöntemlerinin uygulanıp, uygulanmadığına bakmak.
- 4-Bütün bunlara rağmen diğer riskler ortaya çıkarsa başa dönerek, tekrar bu analizleri yapmak.

Risk analizi stratejik kararlarda ele alınan değişkenle ilgili olan riskin kapsamlı olarak anlaşılmasını sağlayan yöntemler bütünüdür. Risk analizi, belirsizlik ve riskin ele alındığı genel bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, karar vericilerin riski daha etkin bir şekilde anlamalarını sağlar ve hesaplanmış riskleri üstlenmeleri konusunda onları daha istekli kılabilir. Risk analizi gerçek anlamda belirsizliği ya da riski yok etmez ya da en aza indirgemez, risk konusunda karar vericiyi bilinçlendirerek girişim gücünü özendirir. Böylece ekonomik gelişmeye de katkıda bulunur. Girişimciler risk almayı bilen, gerektiği yerde risk almaktan çekinmeyen insanlardır. “Güçlü ekonomilerde, insan kaynaklarıyla doğal kaynakları en verimli biçimde değerlendirenler, risk almasını bilen girişimcilerdir. Girişimciler dünyaya en geniş açıdan bakan vizyonları, geçmişten geleceğe uzanan stratejileri ve ekonominin bütün kesimlerini dönüştüren yatırım projeleriyle, kendi ülkeleriyle birlikte bütün ülkelerin yolunu gösteren kutup yıldızlarıdır. Ürün, hizmet ve bilgi üretiminin büyük bir hız ve yoğunluk kazandığı dünyanın, yeni simyacıları girişimcilerdir. Onlar, gönüllerini kazanmayı bildikleri insan kaynaklarıyla, doğal kaynakları ürün ve hizmetlere dönüştürürler. Ekonomi, kar ve zararın bir arada olduğu üretim ve tüketim faaliyetlerinin incelenmesidir. Toplumun üretim gücünü büyütenler, yeri ve zamanı gelince risk almasını bilenlerdir. Anadolu’da denildiği gibi: Korkak girişimci ne kar eder, ne de zarar eder. Zarar etmeyi göze alamayanlar, kar edecek ekonomik fırsatları yakalayamazlar. İster üretim, isterse tüketim olsun, kar zararın kardeşidir.

Girişimciler, risk almayı bildikleri için toplumun ekonomik, siyasal ve kültürel yapısını dönüştürürler. Girişimcilikte en büyük risk, hiç risk almamaktır (N. Gürdoğan, 2008, 23). Girişimciliği bir risk almak olarak tanımlarsak, girişimciyi de risk alabilen kişi olarak tanımlayabiliriz. Buradan hareketle girişimciyi toplumun ihtiyaç duyduğu ürün ya da hizmetleri üreterek ticari kazanç sağlamayı hedefleyen ve bu hedefe ulaşmak için elindeki kaynakları kullanarak bir risk üstlenen kişi olarak tanımlayabiliriz. Girişimciliği risk alabilme kabiliyeti olarak tanımladığımızda bu risklerin önceden tanımlanabilir, tahmin edilebilir riskler olması gerekir. Girişimcilik sadece, herhangi bir konuda girişimde bulunacağım diye körü körüne, olası riskleri hesaplamadan, bu risklere karşı önlem almadan arar verip işe girişmek demek değildir. Bir girişimcinin en fazla üzerinde duracağı konu altından kalkabileceği riskleri üstlenmesidir.

Başarılı bir girişim için doğru tanımlanmış iş fikriyle birlikte o fikri hayata geçirecek, yatırıma dönüştürecek bilgi ve uzmanlığa ihtiyaç vardır. Politik ve ekonomik istikrarın tam anlamıyla sağlanamadığı, Yeni Eko sosyal Sistem'e tam olarak geçiş sağlayamamış ve Bilgi Toplumu hüviyeti kazanamamış ülkelerde genel olarak girişimciliğin tanımı yapılırken işin riske girme boyutu altı çizilerek vurgulanmaktadır. Türkiye gibi politik ve ekonomik istikrarsızlığın üst derecede hissedildiği, piyasa dalgalanmalarının çok şiddetli yaşanabildiği ve Yeni Eko sosyal Sistem'e henüz geçiş sağlayamamış ülkelerde girişimcilik tanımının ağırlığını risk kavramı oluşturmaktadır.

Bu ülkelerde "girişimcilik = risk" şeklinde bir mantıksal yaklaşım kurulmakla beraber gelişmiş ülkeler tabir edilen, nispeten politik ve ekonomik açıdan daha istikrarlı olan ve Bilgi Toplumu düzeyine ulaşmış olan ülkelerde girişimcilik tanımında risk kavramı vurgulanmakla beraber asıl ağırlık yenilik, değişim ve farklılık kavramlarındadır. Girişimcilik tanımının içerisinde yer alan risk, yenilik, değişim veya farklılık kavramlarının ağırlıkları yaşanan coğrafya yada ülkeye göre değişse de temelde bu kavramlar girişimciliğin özünü oluşturmakta ve ideal bir girişimci için olmazsa olmaz özellikleri oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, bir girişimcinin genel özelliklerine bakıldığında mantıksal risk alma, mevcut yapıyı değiştirme, yenilik getirme ve farklılık yaratma gibi önemli özelliklerin ortaya çıkması gerekmektedir.

Bu özellikler, yaşanan ülkenin istikrar derecesi ve toplum kalitesine bağlı olarak farklı derecelerde ağırlığını hissettirmektedir. Özellikle ekonomik krizlerin dolayısıyla piyasa dalgalanmalarının ve istikrarsızlığın ortaya çıktığı ülkemizde girişimciler, eğer ellerinde yeterli kaynaklar var ise bu kaynakları mümkün olduğunca temkinli veya diğer bir deyişle idareli olarak kullanmaya çalışmaktadır. Eğer girişimcilerin elinde yeterli kaynak yok ve girişim sermayesi desteği arıyorlar ise o zamanda bu kaynağı bulmak için oldukça zorlanmaktadırlar. Yaşanan bu zorluğun en temel sebebi ülkemizde girişimcilik tanımının içerisindeki risk algılamasının oldukça yüksek oluşudur.

Girişimcilikle risk, adeta ikiz kardeş gibidir. Eğer risk faktörü olmazsa girişimcilik olamadığı gibi, Riske girmeyi göze alamayan bir kişi de girişimci olamaz. Risk; körü körüne alınmaz, Girişimcinin araştırmacı karakteri, onu her alanda olduğu gibi risk ortamında da planlı davranışa iter.

Risk Transferi: Risklerin transfer edilebilmesi veya satılabilmesi de girişimciliğin gelişebilmesi açısından göz önünde tutulması gereken çok önemli bir husustur.

Mevcut sistem içinde risk sigortaları girişimcilerin makine ve mallarını hırsızlığa, yangına, su basmasına ve doğal afetlere karşı sigortalar. Kazalara karşı can ve mal, kasko, trafik, taşıma sigortaları, terörizme karşı sigortalar. Kredi kayıplarına karşı tamamen olmasa bile kısmen kredi garantileri mevcuttur (B.J.Hodge, William P. Anthony ve Lawrence M. Gales,1976, 159-172). Risk birlikte yüklenici ortaklar aracılığı ile de bölüşülerek azaltılabilir

Fırsat Ekseni

Girişimci için fırsat süreci inovasyon ile yakından ilişkilidir. İnovasyon, süreç olarak, "bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi" ifade eder (Göker A. 2000, 5).

Günümüzde inovasyonun ülkelerin kalkınmalarında ne denli önemli olduğu kabul edilen bir gerçektir. Bu durumun kabul edilmesinde yoğun rekabet koşullarıyla birlikte hızla değişen piyasa koşulları ve teknolojiadaki gelişmelerin etken olduğunu ifade etmek mümkün olacaktır. Bu bağlamda, inovasyonun nasıl yapılacağı ise anahtar soru konumuna sahiptir. Bugünlerde sıklıkla dile getirilen konulardan bir diğeri ise girişimcilik ruhudur. Benim tecrübem şunu gösteriyor: Son 30 yılda tanıştığım girişimcilerin çok küçük bir bölümü girişimci ruhuna sahip. Tüm başarılı girişimcilerde gördüğüm şeyi ortak bir kişilik özelliği olarak betimlemem doğru olmayacaktır. Ortak özellik olarak niteleyebileceğim asıl unsur inovasyon alanında sistemli bir biçimde pratik yapabilecek, bunu tecrübe edecek iş yapma biçimlerini benimsemiş olmalarıdır. İnovasyon girişimciliğin belli bir fonksiyonudur. İnovasyon, girişimcinin yeni kaynaklar yaratarak refah yaratması veya mevcut kaynakların kullanım potansiyelini artırarak refah yaratmasıdır. Günümüzde girişimcilik için yapılan tanımlamalarda bir miktar karışıklık olduğunu kabul etmek gerekir. Bazılarına göre girişimciler sadece küçük işletme kavramıyla örtüştürülürken, bazıları tüm işletmeleri girişimciler tarafından yönetilir kabul etmektedir. Pratikte ise; girişimciliğin girişimin boyutları, yaşı gibi kriterlerle belirlenmesinden çok, içinde bulunduğu faaliyete göre tanımlanması gerekir. Aktivitenin odağında inovasyon vardır. İnovasyon bir girişimin ekonomik ve sosyal potansiyeline, amaçlı, hedefi belirgin bir biçimde getirilen değişikliktir (Drucker P. 1998, 6).

Buraya kadar anlatılmaya çalışılan hususlar fırsatın, girişimci tarafından bilgi, yetenek kullanımı ile var edilmesi boyutuna ilişkindir. Biliyoruz ki fırsat planlanarak var edilebildiği gibi girişimcinin istem ve planlarının dışında da gelişebilirler. Bu tür plan dışı fırsatlar girişimcinin hazır olan finans imkânından ayrılacak miktar yine ayrılacak zaman ve konuya ilişkin bilgi, tecrübe ve yetenekleri ile orantılı değerlendirilebilmektedir. Planlı yaratılan fırsatlar, plana uygun örgütlenme, koordinasyon ve ayrılmış mali kaynaklarla, kazanca daha çok dönük ve ihtimalleri planlanmış risk içermektedirler. Bu durumları dikkate alarak, Girişimci için fırsat olgusunu, Planlı ve plan dışı Fırsat olarak sınıflandırabiliriz. Plan dışı olanlar da doğal veya yapay olabilirler. Tecrübeli ve bilgili bir girişimci, karakterindeki araştırmacılık ögesini geliştirebilmişse fırsatların değerlendirilmesine yönelik aldığı karar ve inisiyatif kullanma süreçlerinde ki hata payını azaltacaktır. Girişimci kendi planlarının dışında önüne fırsat gibi algılanabilecek konular geldiğinde; Başka birilerinin kendileri için yaratmak istedikleri bir fırsat uğrunda, konu mankeni olma ihtimalinin var olup olmadığını sorgulamalıdır. Yani girişimci, plan dışı gelişen veya geliştiği zannedilen fırsatları da mutlaka önemsemeli ama onlar için, araştırma ve plan yapmadan risk üstlenmemelidir.

Kazanç - kayıp eksenini

Girişimci Amaç değerlere odaklanır. Amaçlarına uygun olan hedeflerine yönelik adımları atarken, risk alabilen, olumlu ve olumsuz her türlü sonucuna katlanabilen bir kişilik sergiler. Bu sonuçlar bir girişimciye araç değer olarak maddi kar sağladığı gibi zarar olarak da gerçekleşebilir Kar-zarar ilişkisinde maliyetin önemi vardır Maliyet karşımıza değişik görünümle ve her konuda karşımıza çıkan bir kavramdır. **Maliyet**; amaçlanan bir sonuca ulaşmak için katlanılması gereken karşılıklarının yani; giderlerin parayla ölçülen toplamıdır. **Gider**; Ekonomik bir yarar sağlamak üzere varlıkların tüketilmesine denir. İşletmenin hedefleri doğrultusunda planlayarak amaç edindiği hususlara erişebilmesi için, edindiği sermaye ve bununla kazandığı değer ve varlıklar, işletmenin aktiflerini oluşturur. İşletme sürdürdüğü amaçlarına ulaşabilmek için sürekli olarak bu

varlıklarından kullanmak zorundadır. Bu kullanım sonucunda işletmenin varlıklarında doğal olarak bir “tükenme”, azalma olacaktır.

İşte işletme varlıklarının tükenmesiyle ortaya çıkan bu azalma “Gider” olarak tanımlanır. Girişimciler; Varlıklarını çeşitli amaçlarla kullanılmaktadırlar. Kullanımın amaçlarının çeşitli oluşu giderlerin de çeşitliliğinden dolayı orta işletme varlıklarının harcanmasıyla oluşan giderler amaçlarına göre üç gruba ayrılır.

a-İşletme varlıklarındaki harcamalar, gelir sağlamak için yapılmışsa bu giderlere dönem giderleri adı verilir Bu giderler üretilen mamullerin maliyetini etkilemez

b-İşletme varlıklarındaki tükenme üretim için oluşmuşsa bu giderlere “üretim giderleri” diyoruz, çünkü bu giderler üretilen mamullerin maliyetidir

c- İşletme varlıklarının plan dışı amaçsız ve boşa harcanması durumunda ki giderler“zarar” oluştururlar

Zarar, girişimcinin yaptığı girişimsel uygulamalarla kazandığı para ile harcadığı para arasında oluşan harcama fazlalığı yönündeki olumsuz farktır. Sermayede ya da karda oluşan bir eksilmeyi dile getirir. Genellikle maliyet fiyatının satış fiyatından daha yüksek olması durumundan doğar. Düzgün bir işletme karakteri edinebilen girişimcinin, araştırmacı yapısının doğal sonucu olarak, uygulamasındaki denetim fonksiyonu erken uyarıcı nitelik arz eder ve zarar eğilimi erken anlaşılabilir önleyici önlemler alınabilir

Kâr, girişimci için belirli bir süreç sonunda elde ettiği toplam gelirleri ile giderleri arasında, gelirlerin fazla olmasından doğan olumlu bir farktır. Girişimci kar durumunu gücüne ilave ederek hedefine yönelik motivasyonunu artırır.

İşletmeler için hangi üretim miktarında ne kadar kâr veya zarar olacağı, hangi üretim miktarından sonra kâra geçileceği önemli bir sorundur. Bu sorunun çözümü kâra geçim analizi veya diğer isimleri ile başabaş noktası veya kritik noktanın tespit edilebilmesidir. Kâra geçim veya başabaş noktası toplam işletme masrafları ile işletme gelirlerinin birbirine eşit olduğu, hiçbir kâr veya zararın olmadığı noktadır.

Sonuç

İktisat biliminde tanımlanan üretim faktörlerinden biri olan sermaye, geri dönüşünü sağlayacak alanlara akar. Bu alanlar kâr sağlayacak yani o gerçekleştirilecek faaliyetlerde katlanmak zorunda olunan giderlerin (maliyetlerin), sağlanacak olan gelirlerden düşük olduğu alanlardır. Girişimci öncelikle bu alanları bulmalıdır. Bu bir anlamda girişimcinin fırsatları bulması ve değerlendirmesi ile eş anlamlıdır. Ancak unutulmamalıdır ki gelirlerin giderlerden daha fazla olduğu veya daha fazla artış eğilimi gösterdiği alanlarda kâr daha yüksekken, aynı oranda risk oranı da yükselmektedir. Gelirlerin realize edilmesi giderlerin tahakkuk etmesinden çok daha sonra olduğu için bir projenin kâr üretmesi belirli bir süre alır. Bu sürede risk oranı çok daha yüksektir.

Bu sürenin başarı ile atlatılması ile birlikte başabaş noktasına kadar geçecek sürenin de iyi yönetilmesi gerekmektedir. İşletme sermayesinin önemi de buradan kaynaklanmaktadır. Fırsat ve kazanç/kayıp arasında geçecek sürecin planlanması ve risk analizinin yapılması gereği bu durumda kaçınılmaz olmaktadır.

Kaynaklar

- J. Ansell, F. Wharton: *Risk Analysis Assessment and Management*, John Wiley and Sons, 1992.
- T. Tefvik Arman: *Risk Analizine Giriş*, Alfa/Aktüel Yayınevi, 1997.
- S.Caird: *Girişimcilik/Keşif Süreci*, 1991.
- S.Güney: *Açıklamalı Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Terimler Sözlüğü*, 2004.
- N.Gürdoğan: *Girişimcilik ve Girişimcilik Kültürü*, İgiad Yayınları, 2008.
- B.J.Hodge, William P. Anthony and Lawrence M. Gales: *Organization Theory*, Strategic Management Journal, Vol.9, 1976
- A.Göker: *Rekabet Gücü, Teknoloji ve Verimlilik*, Produktivite, İnovasyon Yeteneği ve Teknoloji, MPM, , Tartışmalı Toplantı, Ankara, 25 Ekim 2000.
- P. Drucker: *The Discipline of Innovation*, Harvard Business Review November-December 1998.

Girişimciliğin hareket eksenleri

Expatriationun etkili çalışmasında insan kaynakları yönetiminin rolü

Olca SÜRGEVİL¹

Evrım MAYATÜRK²

Gönül BUDAK³

Özet

Çalışma yaşamında insan kaynağının giderek artan önemi, küreselleşme ve artan rekabet ile birleştiğinde uluslararası boyutta farklılaşan bir yönetim anlayışı gerekli hale gelmiştir. Ana ülke dışına gönderilmiş kişileri ifade eden ve İngilizcede expat olarak adlandırılan, uluslararası boyutta faaliyet gösteren ve belli bir uzmanlığa sahip çalışanlar ile onların iş yaşamında karşılaştıkları özel sorunlar bu makalenin konusunu oluşturmaktadır. Yerel düzeyde çalışanlardan nitelik ve çalışma ortamları itibariyle önemli ölçüde farklılaşan expatların başarısını etkileyebilecek sorunları önlemek için bunların, yerel çalışanlardan farklı biçimde yönetilmesi gerekeceğii açıktır. İnsan Kaynakları Yönetimi'ne (İKY) de expat yönetimini kolaylaştıracak özel görevler düşmektedir. Bu nedenle çalışmada öncelikle expat ve expat yönetimi kavramları ele alınmakta; ardından İnsan kaynakları yönetiminin özellikle personel seçimi ve işe alma, performans yönetimi, ücretleme, eğitim ve geliştirme ile kariyer yönetimi fonksiyonlarını yerine getirirken expatlar için ne tür özel uygulamaların yapılması gerektiğii üzerinde durulmaktadır. Ayrıca; ana ülkeye geri dönen çalışanların karşılaştıkları sorunlar ile bunların çözüm yolları da çalışmada ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Expatriation, insan kaynakları yönetimi

¹ Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F., olca.surgevil@deu.edu.tr

² Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F., evrim.mayaturk@deu.edu.tr

³ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi, gonul.budak@deu.edu.tr

The role of human resource management related to the effective work of expats

Abstract

A management conception changing in international field is needed when increasing importance of human resource in work life integrated with globalization and competition. Employees who are sent to abroad, called as expat in English, working in international field, having a specific experience and their private problems related to work life form the subject of this study. It is thought that the English name of the concept can be used in the study since there is no word corresponding the concept in Turkish. In order to prevent the problems influencing the success of expats, management of these people should be different from the local employees since they have significant differences from local employees about their characteristics and work conditions. In this context, Human Resource Management should fulfill important tasks in order to contribute to the process. Therefore, firstly, the concepts of “expat” and “expatriate management” are handled; and then, the spesific activities related to expats in the functions of Human Resource Management named “recruitment”, “performance management”, “compensation”, “training” and “career management” are mentioned in the study. In addition to this, problems of repatriates and their solutions are examined.

Keywords: Expat, human resources management.

Giriş

Küreselleşmenin en belirgin sonuçlarından birinin, rekabetin giderek sertleşmesi olması sonucu günümüzde, birçok farklı ülkede faaliyet gösteren işletmeler için “kolaycılık” yerini, yoğun bir “mücadeleye” bırakmıştır (Budak ve Budak, 2004; 114). Bu mücadele, ister ulusal ister uluslararası düzeyde verilsin, en önemli değeri ve farklılığı yaratacak olan ise insandır. Diğer bir deyişle küresel uygulamalara yöneliş, ancak değer yaratan insan kaynaklarının etkin ve başarılı bir şekilde yönetilmesiyle mümkün olabilir (Öge, 2007, 333). Böylece yurt dışına gönderilen çalışanların sayıca artması ile, farklı davranışsal boyutlar devreye girmiş; yerelden farklı uygulamaları içeren uluslararası insan kaynakları yönetimi ortaya çıkmıştır (Takeuchi vd., 2005; 120).

Uluslararası insan kaynakları yönetimi alanındaki çalışmaların temeli, pek çok araştırmacı ve teorisyen tarafından gerçekleştirilen kültürlerarası uyum araştırmalarına dayandırıldığında, alandaki genişlik dikkat çekici olmaktadır. Özellikle 1908 yılında George Simmel tarafından yazılan “The Stranger” makalesi, yerli gruplar arasında bulunan yabancıların rollerini ve konumlarını incelemekte ve bu içerik nedeniyle de bu alanda yapılan çalışmalara temel teşkil etmektedir (Haslberger, 2005; 160). Diğer taraftan, expatriation döngüsünün son aşaması olan repatriation, uluslararası boyutta araştırılan diğer konular arasındadır (Aktaran: Riusala ve Suutari, 2000; 81).

İşletmelerin expat yönetimini önemsemesinin önemli bir nedeni, expatların “pahalı” olmasıdır (Welch ve Worm, 2006; 283). Gregersen ve Black’e göre bir işletme, her bir expat için yıllık olarak yaklaşık 300.000 dolar harcamaktadır. Expatların bir işletmede ortalama 3 ila 4 yıl çalıştığı düşünüldüğünde; her expat için toplam 1 milyon dolar civarında yatırım yapılmaktadır (Aktaran: Bolino ve Feldman, 2000; 367).

Expatriation Kavramı

Expatriation, çok uluslu bir firmanın yabancı bir ülkeye gönderdiği belli bir uzmanlığı olan veya yönetim kademesindeki çalışanları ve genelde üst düzey yöneticileri tanımlayan bir nitelemedir. Kavramı tam karşılayan, Türkçe bir kelime bulunmadığından, çalışmada İngilizcesinin kullanılması uygun görülmüştür. Expatriation kavramının önem kazanmasının nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Brewster ve Scullion, 1997; 82):

- Çok uluslu işletmelerin sayısındaki artış ve pazar etkilerindeki yükselme, bu işletmelerde çalışan expatların da önemini artırmıştır.
- Expatriationların etkin yönetimi, uluslararası işletmecilik açısından temel bir başarı ya da başarısızlık faktörü olarak değerlendirilmeye başlanmıştır.
- Uluslararası düzeyde çalışabilecek eleman ve yönetici kıtlığı bulunmaktadır.
- KOBİ’ler faaliyetlerini genişletmektedir. Bu durumda faaliyetlerini uluslararası düzeye taşıdıklarında expatlara daha çok ihtiyaç doğabilir.
- Uluslararası arenada faaliyet göstermenin maliyetleri, yerel düzeyde faaliyet göstermeye kıyasla oldukça fazladır. Bu kayıpların çoğu, expatriation yönetimindeki başarısızlıklarla da ilişkilendirilmeye başlanmıştır.

Uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmelerde çalışan elemanlar üç gruba ayrılarak incelenebilir (Bkz. Yüksel, 2004; 254, Enderwick ve Hodgson, 1993; 407):

- **Ana ülke (home-country) vatandaşları:** Ana şirketin bulunduğu ülkenin vatandaşları olup, ana ülkede veya yavru şirketlerin bulunduğu ülkelerde çalışabilirler. Ana ülke dışında çalıştıkları zaman, bu elemanlara expatriation veya expatriation adı verilmektedir.
- **Ev sahibi ülke (host-country) vatandaşları:** Çokuluslu şirketin gittiği ülkedeki yerel kaynaklardan istihdam ettiği elemanlardır.
- **Üçüncü ülke (third-country) vatandaşları:** Milliyet farkı gözetilmeksizin uzmanlık alanlarına duyulan ihtiyaç nedeniyle istihdam edilen elemanlardır.

Ana ülke vatandaşı olup farklı bir ülkeye çalışmak üzere gönderilen expatlar, bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

Expat Yönetimi

Uluslararası işletmeler için, expatriation (ana ülkeden çalışanların yurt dışına gönderilmeleri) ile başlayan ve repatriation (yurt dışına gönderilen çalışanların ana ülkeye geri dönmeleri) ile tamamlanan (ki bazen transpatriation söz konusu olabilir, bu durumda expat ana ülkeye geri dönmeden farklı ülkelere geçiş yapar) süreç, uluslararası insan kaynakları yönetimi kapsamında incelenmeye değer bir araştırma alanı olarak kabul edilebilir.

Bu konuyu detaylı bir şekilde inceleyebilmek için öncelikle expatriation kavramını tanımlamak faydalı olabilir. Bu bakış açısına göre expatriation; “belirli bir zaman dilimini kapsayan uluslar veya ülkeler arası görevlendirmeler” şeklinde tanımlanabilir (Riusala ve Suutari, 2000; 81).

Ana şirket çalışanlarının farklı ülkelerde görevlendirilmeleri ve ardından ana ülkeye deneyimleriyle geri dönmeleri; hem çalışanlara hem de işletmelere önemli bir deneyim ve uzmanlık edinme şansı vermektedir (Enderwick ve Hodgson, 1993; 408). Sağladığı faydaların yanında, süreçte bazı sorunların yaşanması da muhtemeldir. Başka bir deyişle expatların, aile yaşantısındaki büyük değişiklik, kariyerlerinde kırılmalar gibi konularda yerel çalışanlara nazaran daha önemli ölçüde yaptıkları fedakârlıklar; onların beklentilerinin de yüksek olmasına neden olmaktadır (Aktaran: Bolino ve Feldman, 2000; 368).

Ayrıca, expatların uluslararası görevlerinin ardından kariyerlerinin nasıl şekilleneceğini bilememeleri; iş yerlerinden, ailelerinden ve arkadaşlarından uzak kalmaları; aileleriyle birlikte ülke değiştirenlerin ailelerinin, yeni kültüre ne derece uyabileceğinin belirsiz olması ve kültürlerarası farklılıklardan doğan diğer riskler ve belirsizlikler; yurt dışı görevlendirmenin yaratabileceği diğer sıkıntılar arasında yer almaktadır (Osland, 2000; 229).

Expatların ne gibi sıkıntılar yaşadığını incelemeye başlarken, öncelikle expatlar veya expat yöneticilerinin hangi nedenlerden dolayı ana ülkeye beklenenden önce (premature) döndüklerinin ele alınması doğru olacaktır. Literatürde bu durum, “expat başarısızlığı (expatriate failure)” olarak tanımlanmaktadır. Expat başarısızlığı; Tung tarafından “yabancı bir çevrede, etkin bir şekilde faaliyet gösterilememesi sonucu, o ülkedeki istihdamın son bulması ya da ana ülkeye planlanan süreden daha erken çağrılma” şeklinde ifade edilmektedir (Aktaran: Enderwick ve Hodgson, 1993; 408-409).

Nitekim Forster ve Johnsen’in (1996; 178) çalışmalarında Amerikalı ve Avrupalı expatlar arasında genellikle uluslararası görevlerden vaktinden önce dönüş ile ölçülen başarısızlık oranlarının yüksek olduğu belirtilmektedir. Ayrıca Kobrin (1988; 73), çok uluslu Amerikan işletmelerinin expat kullanımında önemli bir düşüş olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, Amerikan expatlarının, özellikle yöneticilerin kültürel uyum sorunları nedeniyle yaşadıkları başarısızlığın bir sonucu olarak düşünülebilir.

Feldman ve Thomas ile Guzzo vd.’ye göre; expatların iş doyumunu ve örgütsel bağlılığı daha düşük olmakta ve bu durum onların, görevlerini tamamlama eğilimlerini zayıflatmaktadır (Aktaran: Bolino ve Feldman, 2000; 368). Uluslararası işletmelerin temel sorunu olarak görülen bu vb. başarısızlıkların, *uygun olmayan personel seçimi, yetersiz ön eğitim ve hazırlık süreci*,

yurt dışı görevlendirme süreci ile ilgili stres yaratan faktörler gibi çeşitli nedenleri bulunmaktadır(Enderwick ve Hodgson, 1993; 418).

Stroh vd.'ne göre ise iş biriminden öte bütün bir firma açısından düşünüldüğünde expatların ana ülkeye geri dönüşüne ilişkin kariyer planlarının mevcut olmaması, yine onların başarısızlığına yol açan önemli bir unsur olarak görülebilir. Black ve Porter ile Hofstede açısından ise; kültürel değer ve normlara ilişkin farklılıklar, expatların yeteneklerinin maksimum kullanımının önündeki ev sahibi ülkeden kaynaklanan engeller olarak kabul edilmektedir (Aktaran: Bolino ve Feldman, 2000; 373-374).

Bunların yanı sıra ev sahibi ülke vatandaşları kimi zaman, expatlara şüpheyle yaklaşmakta ve onlara güven duymamakta; böylece karar verme gibi önemli yetkileri onlara delege etmemektedirler. Ayrıca dil engeli de, yine ev sahibi ülkeden kaynaklanan önemli bir engeldir. Bu noktada, örgütler ya dil yeteneği oldukça yüksek expatları seçme ihtiyacı duymakta ya da görevlendirmeden önce kapsamlı dil eğitimi programları uygulamaktadırlar (Aktaran: Bolino ve Feldman, 2000; 374-378).

Bu bağlamda expatriate yöneticinin ülkesine erken dönüşünden kaynaklanan finansal ve duygusal maliyetlerden kaçınmak amacıyla pek çok Amerikan çok uluslu şirketi, insan kaynakları bölümleri kapsamında yabancı ülkelerden ana ülkeye geri dönüş programları düzenlemektedir(Mendenhall vd., 1987; 332).

Önlenmediği takdirde expatlara ilişkin bu başarısızlıklar Swaak'ın da belirttiği gibi; her bir expat için 250.000 dolar ile 1.25 milyon dolar arasında değişen bir maliyete neden olmaktadır. Adler'e göre ise; söz konusu maliyetlerin yanı sıra verimlilik azalışı, pazar fırsatlarının kaybı ve ev sahibi ülke paydaşları ile ilişkisel problemler şeklinde olumsuzluklar da yaşanabilmektedir(Aktaran: Takeuchi vd., 2005; 120).

Expatların yukarıda açıklanmaya çalışılan nedenlerden dolayı işletmeleri uğrattıkları başarısızlıklar, expatların farklı ve daha kapsamlı insan kaynakları yönetimi uygulamalarına ihtiyaç duyacaklarının açık bir göstergesidir (Enderwick ve Hodgson, 1993; 409). Aşağıda, expatlara özgü insan kaynakları yönetimi uygulamaları değişik fonksiyonlar açısından ele alınmaktadır.

İnsan Kaynakları Fonksiyonlarının Expat Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi

Çok uluslu işletmelerin birçoğu; expatların seçimi, eğitimi, değerlendirilmesi, ücretlendirilmesi ve ana ülkeye geri yerleştirilmesi konularında özel bir çaba göstermekte ve bu fonksiyonlar çeşitli bilimsel araştırmalara konu olmaktadır. Bu nedenle literatürde, expatlar ve expat yönetimine ilişkin ulaşılabilir bilgide gün geçtikçe artışlar görülmektedir (Bonache ve Brewster, 2001; 145). Aşağıda insan kaynakları fonksiyonları, uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmelerdeki expatlara özgü uygulamalar açısından ayrı ayrı ele alınmaktadır.

Personel Seçimi ve İşe Alma

Personel seçimi ve işe alma süreçlerinin etkin şekilde işlememesi, expat başarısızlığı ile yakından ilişkilendirilmektedir. Nitekim expatlar arasındaki yüksek başarısızlık oranının temel nedenlerinden biri, çok uluslu şirketlerin çoğu tarafından kullanılan seçim kriterlerinin yetersiz oluşudur (Aktaran: Forster ve Johnsen, 1996; 178). Bu konudaki farklılaşma, yurt dışına gönderilecek elemanlarda aranan ek özelliklerden kaynaklanmaktadır. Aranan ek özelliklerden bazıları; yaş, deneyim, eğitim, sağlık, aile yapısı ve yabancı dil bilgisi gibi somut veriler ile dış ortama uyum sağlayabilme, kendine güvenme, yurt dışında çalışmaya istekli olma ve liderlik gibi kişilik özellikleridir (Yüksel, 2004; 256).

Gertsen'e göre ise; uluslararası çalışanların görevlerini başarılı şekilde tamamlayabilmeleri için taşıması gereken nitelikler; empati, açıklık, esneklik, tolerans, özgüven, iyimserlik, bağımsızlık, iyi iletişim becerileri, inisiyatif ve zeka şeklinde sıralanabilmektedir (Aktaran: Forster, 2000; 63). Yurt dışına gönderilecek elemanların sağlık durumu, özellikle ana ülkeden daha az gelişmiş ülkelere giden ve yeterli sağlık örgütü bulunmayan ülkelerde çalışacak personel için daha büyük önem arz etmektedir. Yine bu elemanların aile yapıları da, aile bireylerinin kültürel uyumları, çocukların eğitim durumları gibi nedenlerle önem taşımaktadır (Yüksel, 2004; 257).

Küresel işletmelerde çalışacak personel için, ikinci veya üçüncü bir yabancı dil bilmek, önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz bu dili bilmekle birlikte, dilin ve kavramların farklı kültürlerde taşıdığı farklı anlamlara da hakim olmak gerekmektedir (Yüksel, 2004; 253). Ayrıca, öğrenmeyi öğrenme ve çeşitli deneyimlere açık olma da aranan özellikler arasında yer almaktadır (Beck, 1988; 112). Başka bir ifadeyle yurtdışına gitme konusunda *yoğun bir istek* duyan bireylerin seçimi başarıyı arttırabilmektedir (Osland, 2000; 237).

Yurt dışında çalışacak personelin seçiminde, psikoteknik testler kullanılmakla birlikte, en yaygın uygulanan yöntem; çalışanın yurt içi çalışma başarısının, amir ve arkadaşlarının referansları ile birlikte değerlendirildiği görüşmelerdir. Çoğu zaman personelin eşi de görüşmeye alınmakta ve bazı durumlarda ailenin gideceği ülkeyi önceden tanınması için geziler de düzenlenebilmektedir (Yüksel, 2004; 257). Böylece eşlerin adaptasyonu kolaylaştırılabilmekte ve günlük olayları doğrudan başarı ya da başarısızlık kriterleri olarak değil; öğrenme sürecinin bir parçası olarak görmeleri sağlanabilmektedir. Bu şekilde, uluslararası deneyimin tüm aile için daha zevkli hale gelmesi mümkün olabilmektedir (Porter ve Tansky, 1999; 56).

Performans yönetimi

Performans yönetimi firmalara, genel strateji ile bireysel çabaları birleştirme ve çalışanların potansiyellerini arzu edilen sonuçlara dönüştürme konusunda katkıda bulunabilmektedir. Ayrıca performans yönetimi uygulamaları, çalışanların motivasyonlarını ve örgüte bağlılıklarını güçlendirebilmekte ve örgütsel öğrenme, bilgi yönetimi ve değişim yönetimi gibi firmaların uzun dönemli başarısı için önemli olan diğer örgütsel süreçlere fayda sağlayabilmektedir (Aktaran: Tahvanainen, 2000; 267).

Bunların yanında; adil, geliştirici, güdüleyici, durumlara uygun, geçerli, güvenilir, kapsamlı ve sürekli olan; ayrıca personelin de katılımına uygun olan bir performans yönetimi sistemi önemli fayda sağlayacaktır (Aktaran: Budak, 2008; 416-417).

Expatların % 95'i; teknik bilgi, kişisel ve ailevi açıdan kültüre uyum sağlama, politik istikrarlılık, işgücünde istikrar, kur dalgalanmaları ve ana ülkenin kültüründen farklılaşma şeklinde sıralanabilen çevresel faktörleri; işteki başarının yaşamsal öneme sahip kriterleri olarak düşünmektedirler (Aktaran: Cascio, 2006; 190).

Ana şirketin, expatın çocuklarının eğitime verdiği finansal destek veya iş bulmaları için yarattığı imkanlar gibi ek faydalar da, expatın iş performansını etkilemektedir (Cascio, 2006; 191). Varma, "Global Children" isimli örnek olay çalışmasında; expat çocuklarının geleceğin expatları olma yolunda önemli bir kaynak teşkil edebileceklerini ve edindikleri deneyimin onların yeni kültürlere uyum sağlamalarını kolaylaştıracağını ve yabancı ülkelerde yaşama alanlarına hazırlayacağını ifade etmektedir (Varma, 2003; 195). Bu yönüyle, çocukların eğitime verilecek önemin vazgeçilmezliği, farklı bir noktadan vurgulanmaktadır. Kuşkusuz, expatların iş performansında ev sahibi ülkenin çevresel özellikleri de büyük etki yaratmaktadır. Bu özelliklerin başında, ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi, sıcaklık, soğukluk, nem gibi iklim özellikleri ve çalışılan işletmenin tipi yer almaktadır (Cascio, 2006; 191). Bununla birlikte, expatların uyum veya adaptasyon düzeylerinin de performansları üzerinde önemli bir etkisi olduğu belirtilmektedir(Thomas ve Lazarova, 2006; 247).

Sinangil ve Ones; expatların performans değerlendirmelerinde yararlanılan bazı ölçütleri; *işletmenin bağlantılarını koruma ve sürdürme ve bu bağlantıları hedeflere ulaşmak için kullanma, teknik performans veya iş / görev performansı, verimlilik (expatların gerçekleştirdiği işlem hacmi), diğerleriyle çalışabilme yeteneği, iletişim ve ikna yeteneği, çaba ve istek, kişisel disiplin, kişilerarası ilişkiler, yönetim ve danışmanlık ile bütünsel iş performansı* şeklinde sıralamaktadırlar(Aktaran: Cascio, 2006; 191-192).

Sonuç itibariyle, expatların performans yönetiminin başarısının; gerek yöneticinin, gerekse expatın performans yönetimi sürecini anlaması, içselleştirmesi, kabul etmesi ve bunlara bağlı olarak uygulamada gösterdiği yeterlilik ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir (Aktaran: Tahvanainen, 2000; 272, 274).

Ücretleme

Literatürde; expatların görevlendirilmeleri, beklentileri ve sorunları, psikolojik durumları, yurt dışı ülkeye gitmeden önceki düşünceleri ve örgütsel bağlılıkları ile ilgili çalışmalara rastlanmakla birlikte; expatların ücretlendirilmesine ilişkin araştırmaların yukarıda adı geçenlere kıyasla oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Bonache, 2006; 158).

Üstelik her çalışan için ücretleme en fazla önemsenen konudur. Yukarıda açıklanan nedenlerden dolayı, başka bir ülkeye fedakârlık yaparak giden expat için ücret, yaptığı fedakârlığa degecek düzeyde olmalıdır. Bunlardan dolayı Hamil'e göre, expat politikası kapsamında yer alan en zorlayıcı boyut, ücretlendirmedir. Bununla birlikte iyi tasarlanan ve sürdürülen bir ücretleme programı, maliyetleri kontrol altına almayı sağladığı gibi doğal olarak, expatların motivasyonlarını ve verimliliklerini artırıcı bir etki yaratır (Aktaran: Suutari ve Tornikoski, 2001; 389-390).

Expatların etkili çalışmasında insan kaynakları yönetiminin rolü

İdeal bir expat ücretleme sisteminde aşağıdaki özelliklerin bulunması gerektiği belirtilmektedir (Aktaran: Bonache, 2006; 159):

- Personeli, çokuluslu şirketin expatlara en çok ihtiyacı olduğu bölgelerde çalışmak istemeleri yönünde etkilemeli.
- Uluslararası çalışanların transferlerini, maliyet etkinliği sağlayacak şekilde, kolaylaştırmalı.
- Tüm çalışanlar için adil ve tutarlı olmalı.
- Yurt dışı görevlendirme sonrasında ana ülkeye dönüşü kolaylaştırmalı.
- Örgütün amaçlarını destekleyecek, kurum kültürünü güçlendirecek ve çalışanları örgüte katkı sağlamaları yönünde motive edecek şekilde, örgüt stratejisine katkı sağlamalı.

Expatların ücretlendirmesinde yararlanılan yaklaşımlar, genel olarak üçe ayrılmaktadır(Aktaran: Bonache, 2006; 159):

- **Ev sahibi ülke yaklaşımı:** Bu yaklaşımda expat, gönderildiği ülkenin yerel ücret koşullarına uyum sağlayacak biçimde ücretlendirilir. Bu yaklaşım, düşük maliyetli bir uygulama olmasının yanı sıra; expatların, çalıştıkları ülkedeki yerli çalışanlarla eşit oldukları hissini yaşamalarına yardımcı olmaktadır.
- **Küresel yaklaşım:** Bu yaklaşımın temelinde, uluslararası ölçekte bir ödeme sistemi yatmaktadır. Fakat ayrıca yan ödemeler verilmektedir. Bu yaklaşım, daha çok bir ülkeden diğerine geçen expatlar için geçerlidir.
- **Ana ülke yaklaşımı:** Bu yaklaşımın temel amacı, expatın yurt dışı ülkede sahip olacağı alım gücünü, ana ülkedeki standart yaşam tarzı ile dengeleyebilmektir.

Bu yaklaşımlardan hangisinin seçileceği kuşkusuz işletmenin ücret politikasına bağlıdır. Ücretler sayesinde cazibe yaratmayı hedefleyen işletmeler duruma göre, denklik yaratacak biçimde üç uygulamaya da yer verebilir.

Eğitim ve geliştirme

Bir expat yöneticisi için öğrenme yönelimli olma çok önemlidir. Diğer bir deyişle farklı deneyimlere açık olanlar, öğrenmeyi sevenler daha kolay uyum gösterip başarı kazanabilirler(Porter ve Tansky, 1999; 50-51).

Uluslararası arenada faaliyet gösteren işletmelerin birçoğu, ülkesinde son derece başarılı olan bir yöneticisinin, farklı bir ülkeye gönderildiğinde aynı başarıyı gösteremediği gerçekliği ile yüzleşmek zorunda kalmaktadır. Bu doğrultuda, yöneticilerin farklı bir kültüre uyum sağlamaları ve o kültürde yüksek performans göstermeleri için, kültürlerarası uyum eğitimi almaları gerekir (Çetin ve Dereli, 2007; 145).

Earley'in de ileri sürdüğü gibi *kültürlerarası eğitim*, bir bireyin yabancı bir çevreye uyum sağlama ve orada çalışma yeteneğini arttırmaya yönelik bir prosedür olarak tanımlanabilmektedir (Aktaran: Forster ve Johnsen, 1996; 180). Tung ise, kültürlerarası eğitim programlarını aşağıdaki altı gruba ayırarak incelemektedir (Aktaran: Forster, 2000; 65):

- Coğrafya, iklim, barınma ve okullar hakkında gerçeğe dayalı bilgileri içeren eğitimler
- Kültürel kurumlar ve yeni ülkenin değer sistemleri hakkında sağlanan bilgileri içeren eğitimler
- Kültürlerarası mücadeleleri tanımlayan özet olayları içeren kültürel özümseme eğitimleri
- Dil eğitimleri
- Esnekliği geliştirmeye yönelik duyarlılık eğitimleri
- Üyelerin farklı kültürlerden bireylerle yaşama ve çalışma sonucunda yuklenebilecekleri stresin giderilmesine yönelik alan deneyimi eğitimleri

Kültürlerarası eğitim; çalışanların, görev aldıkları ülkede daha rahat yaşayabilmeleri ve çalışabilmeleri amacıyla gerçekleştirilen; ülkenin önemli kültürel değerleri ile iş ve sosyal yaşamı kolaylaştıran unsurlar hakkında bilgi veren eğitimlerdir. Kültürlerarası eğitim süreci aşağıdaki gibi ön eğitim (predeparture training) ve göreve başlangıç eğitimi (incountry training) olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır (Aktaran: Çetin ve Dereli, 2007; 146, 149, 151-155):

- **Ön eğitim kapsamında;** yönetici ana ülkedeki görevinden ayrılmadan, şirket merkezinde, şirketin eğitimcileri ya da şirket dışı eğitmenler, uzmanlar, psikologlar, antropologlar, iletişim uzmanları, daha önce aynı ülkede görev almış çalışanlar veya şirket içi insan kaynakları eğitim geliştirme uzmanları tarafından eğitimden geçirilmektedir. Bu eğitim programıyla yöneticiye, yeni kültürü tanıtıcı eğitim, dil eğitimi, sosyal çevreye uyumu kolaylaştıracak duyarlılık eğitimi sunulmaktadır.
- **Göreve başlangıç eğitimi** ise; yönetici yeni görevine ve farklı kültürde yaşamaya başladığında, ona destek olmak amacıyla sunulan bir oryantasyon eğitimidir. Stroh'a göre genellikle danışmanlık niteliği taşıyan bu eğitim, ev sahibi ülke vatandaşı olan ancak ana ülke kültürünü ve dilini bilen şirket içi ya da şirket dışı danışmanlardan destek alınarak gerçekleştirilmeli ve yönetici ile ailesine sunulmalıdır.

Pek çok şirket ön eğitimin, denizaşırı görevleri en iyi şekilde yerine getirme konusunda expatların ihtiyaç duydukları bilgi ve beceriyi onlara kazandırmada yeterli olduğunu düşünmektedir. Ancak bu bakış açısı yanlıştır. Bu noktada birçok araştırmacının, denizaşırı görevlerin ilk aşamaları boyunca sürekli eğitimin önemini vurguladığına rastlanmaktadır (Aktaran: Mendenhall ve Stahl, 2000; 251-252).

Sonuç olarak pek çok araştırma, gerek expatların kendilerine gerekse ailelerine ilişkin kültürlerarası hazırlık ve eğitim sürecinin; hem expatların başarısının hem de çok uluslu şirketin tamamının verimliliğinin artışında son derece etkili olduğunu vurgulamaktadır (Vance ve Paderon, 1993; 635).

Kariyer yönetimi

Mendenhall vd.'ne göre, expatriation ile kariyer gelişimi arasındaki ilişki net değildir (Aktaran: Riusala ve Suutari, 2000; 81). Diğer bir ifadeyle kimi expatların denizaşırı görevleri örgüt içerisinde dikey yönde bir ilerleme fırsatı olarak gördükleri, buna karşın

Expatların etkili çalışmasında insan kaynakları yönetiminin rolü

kimisinin ülkeye geri dönüşte yaşayacağı sıkıntıları düşünerek bunu bir olumsuzluk olarak algıladıkları ileri sürülmektedir (Mendenhall vd., 1987; 336).

Bununla birlikte Avustralyalı expatlar arasında yapılan bir araştırma; yaşam tarzındaki değişiklik ve verilen ücretin yanı sıra sunulan pozisyonun kariyer ilerlemesinde önemli bir fırsat olarak görülmesinin de temel güdüleyicilerden biri olduğunu göstermektedir (Clegg ve Gray, 2002; 619).

Aynı şekilde Osland tarafından yapılan bir araştırmada, görüşülen expatların büyük çoğunluğunun (%80), yurtdışı görevlendirme olayını ilk duyduklarında çok heyecanlandıkları ve bunu nadir karşılaşılan bir fırsat olarak değerlendirdikleri belirtilmiştir. Bunun yanı sıra Torbiorn'ın İsveçli expatlara ilişkin çalışmasında ise; yurtdışı görevlerin bir *ideal* olarak görüldüğü saptanmıştır (Aktaran: Osland, 2000; 228-229).

Yukarıda açıklananlardan başka, expatların kariyer yaşamlarında belli birtakım sorunlar da mevcuttur ve bunların başında *çift kariyerlilik* ve *cinsiyetten kaynaklanan kariyer sorunları* gelmektedir.

Örneğin Stahl vd.'ne göre, bu gibi görevlendirmeler; birçok yönetici ve çalışan için, kişisel gelişimlerine ve açık pazarda kariyer ilerlemelerine katkı sağlayan bir uygulama olarak değerlendirilmektedir. Ancak yurt dışı görevlendirmelerden ve bu görevlendirmelerin yarattığı olumlu sonuçlardan yararlanan çalışanların çoğunun erkek olduğu belirtilmektedir (Aktaran: Harris, 2006; 265).

Kadın expat sayısının azlığına ilişkin geleneksel açıklama, “kadınların bu işlerle ilgilenmedikleri için, iş başvurusu bile yapmadıkları yönündedir”. Ancak gerçek durum, biraz daha karmaşıktır. Nitekim kadınların uluslararası görevlerde yer almak için en az erkekler kadar istekli oldukları; ancak sahip oldukları ailevi rollerin ve expat olarak gidilecek ülkenin sosyokültürel normlarının onlarda tedirginlik yarattığı belirtilmektedir (Harris, 2006; 266-267).

Ayrıca expat olarak çalışanların aile üyeleri; özellikle eşlerden birinin kariyerinin diğerine öncelik taşımasının yaygın olduğu çift kariyerli ailelerde (Budak, 2008; 279), şiddetli bir şekilde hissedilen iş ve aile kaynaklı bazı sorunlar yaşamaktadır. Çok uluslu şirket, yurt dışına gönderilmek üzere bu bireyleri seçtiği için, expatların üzerinde yerel çalışanlara kıyasla “kendilerinden beklentilerin yüksek olması” şeklinde bir baskı söz konusudur. Ayrıca, yabancı bir ülkeye expat olarak gitmek, rol belirsizliklerini, rol çatışmalarını ve aşırı rolleri beraberinde getirebilmektedir. Bu ve benzeri sorunlar, çift kariyerli ailelerde daha şiddetli yaşanmaktadır (Aktaran: Harvey ve Wiese, 2004; 213-214).

Reynolds ve Bennet; çift kariyerli eşler sorununun, uluslararası insan kaynakları yönetimi ve expat yönetimi kapsamında yer alan en önemli sorunlardan biri olarak değerlendirildiğini belirtmektedir (Aktaran: Riusala ve Suutari, 2000; 81). Çift kariyerli eşlerin (dual-career couples), örgütsel sosyalleşmelerinin sağlanması ve onlara sosyal destek verilmesi, ev sahibi ülkeye uyumu kolaylaştırmaktadır (Harvey ve Wiese, 2004; 216). Bunların yanı sıra Aytaç'ın da belirttiği gibi çift kariyerli ailelerin evliliklerini başarıyla sürdürmesinde bireylerin yaşamlarını her iki kariyerin yararına düzenleme konusundaki istek ve kararlılığı oldukça önemlidir (Aktaran: Budak, 2008; 279).

Personelin ana ülkede yeniden istihdamı

Yurt dışı görevlendirmeler genellikle geçici olarak kabul edilmekte ve 2-5 yıl sonunda, yurt dışında çalışan personelin geri dönüş (repatriation) sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu görevleri, geçici olmaktan çıkaran işletmeler de bulunmakla birlikte, bu işletmelerde de, elemanın merkez işletmeden kopması sorunu baş göstermektedir. Bu da şirketin genel felsefesinin yavru şirketlere yayılması olanağını azaltmaktadır (Yüksel, 2004; 262).

Yurt dışı görevinden çeşitli nedenlerle ana ülkeye geri dönen çalışanlar (repatriates), yönetim ve diğer çalışanlar tarafından nasıl karşılanacakları konusunda bazı endişeler taşımaktadırlar (Suutari ve Brewster, 2003; 1134). Diğer bir deyişle expatların ve ailelerinin ana ülkeye geri dönüşü (repatriation), tanıdık ve rahat bir ortama dönüş gibi algılansa da aslında yeni bir öğrenme sürecini başlatmaktadır (Porter ve Tansky, 1999; 56).

Yurt dışına gönderilen elemanın mutsuz olması veya ailevi sorunlar yaşaması nedeniyle de bazen geri dönüşler tercih edilebilmektedir. Bu nedenlerle, bazı işletmeler; belirli dönemler sonunda yurt dışında çalışan elemanlarını merkeze almayı ve yerlerine başkalarını gönderip deneyimli bir kadro oluşturmayı tercih edebilirler. Ancak bu süreçte bazı sorunlar yaşanabilmektedir (Yüksel, 2004; 262-263):

- *Kadro sorunu:* Bazı durumlarda, yurt dışına gönderilen personelin pozisyonu bir başkası tarafından doldurulmuş veya iptal edilmiş olabilmekte ve geri dönen elemana eşit düzeyde bir pozisyon bulmak zorlaşabilmektedir.
- *Ücret farklılaşması sorunu:* Yurt dışında daha yüksek ücretlerle çalışmaya alışan eleman, yurda dönüşünde dolaylı olarak farklılaşan yaşam standartlarındaki değişiklik nedeniyle sıkıntı yaşayabilmektedir.
- *Uyum sorunu:* Yurt dışında geçirilen süre boyunca, ana ülkede meydana gelen sosyo-ekonomik, yönetsel ve teknolojik değişiklikler, çalışanda uyum sorunu yaratmaktadır. Bu nedenle bazı işletmeler, çalışan etkinliğinin oldukça düşük olduğu bu süreçte, çeşitli uyum eğitimi programları ile birlikte bazı geçiş stratejileri benimseyebilmektedirler.

Forster'a göre ise; ana ülkede bulunan şirketin yeniden yapılanma ya da diğer örgütsel değişimlere gitmesi, expatların ana ülkedeki iş pozisyonları ya da görevlerinin radikal bir biçimde değişmesi, expatların kariyer ilerlemesi konusunda gerçekçi olmayan beklentilerinin olması gibi etmenler ana ülkeye geri dönüşte problemle karşılaşılmasına sebep olmaktadır (Aktaran: Forster ve Johnsen, 1996; 183-184).

Bununla birlikte Black ve Forster'a göre ana ülkeye geri dönüş problemlerinin pek çoğu, geri dönecek personel için en az altı ay önceden planlama yapılmaya başlanmasıyla minimize edilebilmektedir. Bu süre; gerek çalışana gerekse ailesine süreci kontrol etme ve hareket için hazırlanma şansı tanımaktadır. Nitekim bir örgütün çalışanlarını elde tutması ve diğerlerini de yurtdışı görevler konusunda cesaretlendirebilmesi için geri dönecek personelin ilgi ve ihtiyaçlarına duyarlı olması ve onlara yardım etmesi büyük önem taşımaktadır (Aktaran: Forster ve Johnsen, 1996; 184).

Nitekim ülkeye geri dönen expatların yaklaşık % 20'sinin işi bıraktığı düşünülürse, işletmelerin uluslararası becerilere sahip çalışanlarını elde tutmaya yönelik ciddi önlemler almasının önemi daha iyi anlaşılabilir (Aktaran: Osland, 2000; 237).

Sonuç

80'li yıllardan bu yana rekabet üstünlüğünü mümkün kılacak en önemli faktörün insan olduğunun anlaşılmasıyla birlikte, işletmelerde insan kaynakları yönetimi önem kazanmıştır(Budak, 2008; 501). Bu gelişmede, özellikle son on yılda şirketlerin faaliyetlerini daha önce olduğundan çok daha büyük bir hızla dünyanın farklı bölümlerine yaygınlaştırması etkili olmuştur(Varma, 2003; 195).

Dolayısıyla son yıllarda meydana gelen bu değişimlerin İnsan Kaynakları Yönetimi'ni yalnızca yerel bazda değil uluslararası boyutta da büyük ölçüde etkilediği bir gerçektir (Forster, 2000; 63). Söz konusu etkiyi meydana getiren değişimler ise; küresel rekabet yapısında meydana gelen farklılıklar, çok uluslu işletmelerin küresel bütünleşme ve yerel tepkiler arasındaki uyumu sağlamaya yönelik girişimleri, işgücünde meydana gelen çeşitlilik ile kariyer gelişiminde denizaşırı görevlerin payının artması şeklinde sıralanabilmektedir (Tung, 1998; 24).

Böylece ex (dışında) ve patriate (ülke-yurt) kelimelerinin birleşmesiyle oluşan expatriate adını taşıyan çalışanlar ortaya çıkmış; söz konusu kişiler, çok uluslu işletmelerin ana ülke dışına gönderdiği bireyleri ifade etmiştir. Expatların, yerel işgücünden farklı ortamlarda faaliyet göstermesi ve yine onlardan farklı niteliklere sahip olması gerekliliği, expat yönetimi kavramını ortaya çıkarmıştır.

Böylece belirli noktalara göre seçimi yapılan expatların yine bu özelliklere göre performanslarının yönetilmesi; ücretlerinin onları motive edecek biçimde belirlenmesi; kapsamlı bir eğitime tabi tutulması; kariyer yönetimine ilişkin sorunlarının üstesinden gelinmeye çalışılması büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla konuyla ilgili çalışmaların ayrıntılı şekilde genişleyeceği ve yaygınlaşacağı öngörülebilir.

Kaynaklar

- BECK, John E., "Expatriate management development: Realizing the learning potential of the overseas assignment". *Academy of Management Proceedings*, 112-116. 1988.
- BOLINO, Mark C. ve FELDMAN, Daniel C., "Increasing the Skill Utilization of Expatriates". *Human Resource Management*, 39(4), 367-379. 2000.
- BONACHE, Jaime ve BREWSTER, Chris, "Knowledge transfer and the management of expatriation". *Thunderbird International Business Review*, 43(1), 145-168. 2001.
- BONACHE, Jaime, *The Compensation of Expatriates: A Review and a Future Research Agenda*. Editör: Günter K STAHL ve Ingmar BJÖRKMAN, *Handbook of Research in*

- International Human Resource Management içinde sf. 158-175, USA: Edwar Elgar Publishing. 2006.
- BREWSTER, Chris ve SCULLION, Hugh, "A review and agenda for expatriate HRM". Human Resource Management Journal, 7(3), 32-41. 1997.
- BUDAK, Gülay ve BUDAK, Gönül, İşletme Yönetimi. İzmir: Barış Yayınları. 2004.
- BUDAK, Gönül, Yetkinliğe Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi. İzmir: Barış Yayınları. 2008.
- CASCIO, Wayne F., Global Performance Management Systems. Editör: Günter K STAHL ve Ingmar BJÖRKMAN, Handbook of Research in International Human Resource Management içinde sf. 176-196, USA: Edwar Elgar Publishing. 2006.
- CLEGG, Brett ve GRAY, Sidney J., "Australian Expatriates in Thailand: Some Insights for Expatriate Management Policies". International Journal of Human Resource Management, 13(4), 598-623. 2002.
- ÇETİN, Canan ve DERELİ, Beliz, Çokuluslu İşletmelerde Yurtdışına Gönderilecek Yöneticilere Sunulan Kültürlerarası Eğitim ve Bu Eğitime Yönelik Uygulama Örneği. Editör: Beliz DERELİ; İşgücünde Farklılıkların Yönetimi içinde sf. 145-161, İstanbul: Beta Basım A.Ş. 2007.
- ENDERWICK, Peter ve HODGSON, Delina, "Expatriate management practices of New Zealand business". The International Journal of Human Resource Management, 4(2), 407-423. 1993.
- FORSTER, Nick ve JOHNSEN, Mette, "Expatriate Management Policies in UK Companies New to the International Scene". The International Journal of Human Resource Management, 7(1), 177-205. 1996.
- FORSTER, Nick, "Expatriates and The Impact of Cross-Cultural Training". Human Resource Management Journal, 10(3), 63-78). 2000.
- HARRIS, Hilary, Issues Facing Women on International Assignments: A Review of the Research. Editör: Günter K STAHL ve Ingmar BJÖRKMAN, Handbook of Research in International Human Resource Management içinde sf. 265-282, USA: Edwar Elgar Publishing. 2006.
- HARVEY, Michael ve WIESE, Danielle, Global Dual-Career Couple Mentoring: A Phase Model Approach. Editör: Maryan H. ALBRECHT, International HRM, *Managing Diversity in the Workplace* içinde sf. 211-233, UK: Blackwell Publishing. 2004.
- HASLBERGER, Arno "The Complexities of Expatriate Adaptation". Human Resource Management Review, 15, 160-180. 2005.
- KOBRIN, Stephen J., "Expatriate Reduction and Strategic Control in American Multinational Corporations". Human Resource Management, 27(1), 63-75. 1988.
- MENDENHALL, Mark E., DUNBAR, Edward ve ODDOU, Gary R., "Expatriate Selection, Training and Career-Pathing: A Review and Critique". Human Resource Management, 26(3), 331-345. 1987.
- MENDENHALL, Mark E. ve STAHL, Günter K., "Expatriate Training and Development: Where do we go from here?". Human Resource Management, 39 (2&3), 251-265. 2000.
- OSLAND, Joyce S., "The Journey Inward: Expatriate Hero Tales and Paradoxes". Human Resource Management, 39 (2&3), 227-238. 2000.
- ÖGE, Serdar, Ulusal İnsan Kaynakları Yönetimine Karşı Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Anlayışı. Editör: Şerif ŞİMŞEK, Adnan ÇELİK ve Ayten AKATAY;

- Kariyer Yönetimi ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları içinde sf. 333-357, Ankara: Gazi Kitabevi. 2007.
- PORTER, Gayle ve TANSKY, Judith W., “Expatriate Success May Depend on a Learning Orientation: Considerations For Selection and Training”. *Human Resource Management*, 38(1), 47-60. 1999.
- RIUSALA, Kimmo ve SUUTARI, Vesa, “Expatriation and careers: Perspectives of expatriates and spouses”. *Career Development International*, 5(2), 81-90. 2000.
- SUUTARI, Vesa ve TORNIKOSKI, Christelle, “The challenge of expatriate compensation: The sources of satisfaction and dissatisfaction among expatriates”. *The International Journal of Human Resource Management*, 12(3), 389-404. 2001.
- SUUTARI, Vesa ve BREWSTER, Chris, “Repatriation: Empirical evidence from a longitudinal study of careers and expectations among Finnish expatriates”. *The International Journal of Human Resource Management*, 14(7), 1132-1151. 2003.
- TAHVANAINEN, Marja, “Expatriate Performance Management: The Case of Nokia Telecommunications”. *Human Resource Management*, 39(2&3), 267-275. 2000.
- TAKEUCHI, Riki; MARINOVA, Sophia V.; LEPAK, David P.; LIU, Wei, “A Model of Expatriate Withdrawal-related Outcomes: Decision Making From a Dualistic Adjustment Perspective”. *Human Resource Management Review*, 15, 119-138. 2005.
- THOMAS, David C. ve LAZAROVA, Mila B., *Expatriate Adjustment and Performance: A Critical Review*. Editör: Günter K STAHL ve Ingmar BJÖRKMAN, *Handbook of Research in International Human Resource Management* içinde sf. 247-246, USA: Edwar Elgar Publishing. 2006.
- TUNG, Rosalie L., “A Contingency Framework of Selection and Training of Expatriates Revisited”. *Human Resource Management Review*, 8(1), 23-37. 1998.
- VANCE, Charles M. ve PADERON, Eduardo S., “An Ethical Argument for Host Country Workforce Training and Development in the Expatriate Management Assignment”. *Journal of Business Ethics*, 12, 635-641. 1993.
- VARMA, Arup, “Book Review: Best Practices for Managers and Expatriates-A Guide on Selection, Hiring, and Compensation”. *Human Resource Management*, 42(2), 195-196. 2003.
- WELCH, Denice E. ve WORM, Verner, *International Business Travelers: A Challenge for IHRM*. Editör: Günter K STAHL ve Ingmar BJÖRKMAN, *Handbook of Research in International Human Resource Management* içinde sf. 283-301, USA: Edwar Elgar Publishing. 2006.
- YÜKSEL, Öznur, *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi. 2004.

Hedonik tüketim: Kavramsal bir inceleme

Ebru Özlem GÜVEN¹

Özet

Tüketimin insanlar için vazgeçilmez bir eylem olduğu günümüz küresel dünyasında pek çok araştırma, farklı ya da benzer koşullar altında tüketimi etkileyen faktörlerin nedenleri ile bunların etkilerini ve tüketim eylemini gerçekleştiren tüketicilerin özellikleri bakımından benzerlikleri ve farklılıklarını irdelemektedir. Bu noktada farklı nedenlerle tüketim yapan tüketicilerin - tüketim biçimi dikkate alınarak - farklı kavramsal başlıklar altında toplandığı görülmektedir. Bu tüketim şekillerinden biri olan ve alışveriş eylemini hazzı ve mutluluğa giden yol olarak gösteren *hedonik tüketim* özellikle de alternatif ürün ve marka sayısının arttığı günümüz pazar koşullarında tüketicinin satın alma eylemine ve satın alacağı markaya atfettiği hazzı ve mutluluğa yönelik düşlerinin ortaya çıkarılması bakımından incelemeye değer bir kavramdır. Bu çalışmada, kavramsal düzeyde *hedonik tüketim* eylemi irdelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hedonik tüketim, hazcılık, rasyonel (faydacı) tüketim

¹ Ebru Özlem GÜVEN, Turizm Rehberliği Programı Öğretim Görevlisi, Adres:Beşyol İnönü Cad.No:40 Küçükçekmece-Sefaköy / İstanbul Tel. 0 212 425 61 51 (1199), e-posta: ebruguvan@anadolubil.edu.tr, Sakarya Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Doktora Tez Aşaması

Hedonic consumption: A conceptual study

Abstract

In today's global world where consumption is an indispensable activity for people, a lot of researches have considered the reasons and results of the factors that affect consumption under similar or different circumstances and the different and similar characteristics of the consumers who realize the activity of consumption. At this point, it is seen that different conceptual titles related to the form of consumption have been given to the consumers who consume for different reasons. Hedonic consumption which is one of these forms of consumptions and which shows the act of shopping as a way to happiness and pleasure is a concept that worths analysing on account of revealing the dreams of consumers about the happiness and pleasure they attribute to the act of buying and the brand they will buy, especially on today's market conditions where the alternatives and the number of brands have increased. In this study, hedonic consumption has been tried to be considered on a conceptual level.

Keywords: Hedonic consumption, hedonism, utilitarian consumption

Giriş

Tüketim, amaçlı bir faaliyettir ve günümüzde tüketim, toplum içerisinde yaşayan insanların kişiliklerini ve yaşam biçimlerini dışa vurma aracı olarak değerlendirdikleri bir eylem haline dönüşmüştür. Kişi tükettiği mal ve hizmetlerin sembolik anlamları aracılığıyla yaşadığı sosyal çevreye belirli mesajlar iletmekte ve kendisi hakkında ipuçları vermektedir. Bunun yanı sıra, tüketim insanlar için ürüne sahip olmaktan kaynaklı bir duygusal tatmin aracı olarak da nitelendirilmektedir. Farklı amaçlar için gerçekleştirilen tüketici davranışlarının sadece basit bir alışveriş ya da ihtiyaç karşılama eylemi olarak değil daha çok bilinçaltı düzeyde irdelenecek bir disiplin olduğu kabul edilmektedir (Zaltman, 2003). Çünkü artık “iyi bir hayata sahip olma” düşüncesinin altında bile daha fazla ürünün tüketilmesi ve daha fazla ürüne sahip olma düşüncesi söz konusudur. Dolayısıyla satın alma faaliyetinin sonucunun hayatı daha mutlu kılacağı düşüncesi, satın alma olgusunun temel itici ve yönlendirici gücünü teşkil etmekte (O'Saughnessy, 1987) ve incelemeye değer kılmaktadır.

Tüketimde haz odaklılık ve hedonik tüketim

İnsan yaşamının büyük bölümü tüketim eylemi ile geçmektedir. Tüketim eylemi yemek ve içmek gibi en fizyolojik ihtiyaçlardan kişinin kendisini gerçekleştirme ve saygınlık kazanma gibi en üst seviyedeki ihtiyaçlarının karşılanması aşamasına kadar bu amaçlara ulaşmada önemli bir davranış sürecidir. Günümüzde tüketim, yaşamın sürdürülebilmesi için gerekli olan temel ihtiyaçların karşılanmasının çok ötesine geçmiştir. Modern ve özellikle de postmodernleşen tüketim toplumlarında tüketim olgusunun duygusal ve / veya hissi boyutunun öne çıkmış olması sebebiyle bu eylem aynı zamanda insan için haz ve zevk almak, psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için bir tatmin aracına dönüşmüş ve yaşadığı sosyal yapıda kendisinin konumlandırılması, hayat tarzının belirlenmesi ve bireyler ile kültürler arasındaki etkileşiminin

sağlanması adına gerçekleştirilen bir eylem haline gelmiştir (Torlak vd., 2007). Tüketicinin bu yönü düşünüldüğünde günümüzde ihtiyaçların, yapay ve gerçek ihtiyaçlar olmak üzere sınıflandırılabilceği ve yapay ihtiyaçların aslında toplum ve işletmeler tarafından yaratıldığı ifade edilmektedir (Odabaşı, 2006). Bu bağlamda aslında bir ürüne zorunlu ya da gerçek anlamda ihtiyacı olmayan tüketicilerin, “ürüne sahip olmaktan kaynaklı mutluluk ve hazzı ulaşma” bakış açısıyla yapay olarak işletmeler tarafından yönlendirilmiş gerekçelerle ürün tüketiminde bulunduğu açıkça gözlemlenmektedir. Haz almayı gündelik yaşamın en temel amacı olarak gören, mal ve hizmetlerin satın alma sürecinde geleneksel anlayıştan belirgin bir biçimde farklılıklar gösteren ve en genel tanımıyla “tüketimden zevk ve haz almak” olarak tanımlanabilecek olan hedonik (hazcı) tüketim davranışı, özellikle bu yapay ihtiyaçların doğması ve artmasını mümkün kılan bir tüketim biçimidir. Bu nedenle de hedonik (hazcı) tüketim giderek daha fazla oranda inceleme konusu olmaya başlamış, bu bağlamda günümüz tüketicilerinin satın alma kararlarındaki salt rasyonel (faydacı) yarar beklentilerinden ziyade hem dışsal ve içsel hem de durumsal faktörlerinden oluşan yarar beklentilerinin bir arada değerlendirilerek araştırıldığı görülmektedir.

Tüketici davranışlarının önemli önermelerinden birisi insanların çoğunlukla ürünleri (mal ve / veya hizmetleri) temel fonksiyonları nedeniyle değil, içerdikleri anlamları ve sağladıkları deneyim, keyif, zevk, haz ve mutluluklar nedeniyle satın aldıklarını ifade eder. Ancak bu ilke mal ve/veya hizmetlerin temel fonksiyonlarının ve sağladığı rasyonel yararların önemli olmadığı anlamına gelmemekte, anlatılmak istenen tüketicilerin satın alacakları mal ve/veya hizmetlerden rasyonel yararlarının ötesinde bir fayda arayışı içerisinde olduğudur (Solomon, 1999). Bu bağlamda genelde, eğlence, zevk, fantezi ve düş yaratmayı sağlayabilen mal, hizmet ve markaların hedonik (hazcı) tatmin yaratmakta olduğu söylenebilmektedir.

Yapılan araştırmalarda öne çıkan nokta, tüketim eyleminin her tüketici için farklı amaçları olduğudur. Bir grup müşteri ürünün rasyonel boyutunu birincil tüketim gerekçesi var sayarak ürünün fiyatına ve fonksiyonuna karşı son derece hassas iken, farklı bir grup müşteri ise ürünün irrasyonel boyutunu birincil tüketim gerekçesi var sayarak ürünün kendisine sağlayacağı mutluluğa ve ürün aracılığıyla sosyal çevre içerisinde edineceği prestij ve ürüne sahip olma duygusuna karşı hassasiyet göstermektedir (Roy ve Ng, 2008)..

Günümüzde mallar ve hizmetler birer haz alma aracına dönüşmüş, tüketici için bu ürünlere sahip olmak ve bu ürünleri deneyimlemek hayattan zevk almanın bir yolu olarak görülmeye başlanmıştır. Bu açıdan bakıldığında tüketim bağlamında haz odaklı olan tüketici ilke olarak haz alma ile ilgilenen, bireyci ve genel olarak kendi bireysel tatminini gerçekleştirmeye çalışan ve diğerlerine aldırmayan hedonistler olarak tanımlanmaktadır. Bir başka bakış açısına göre de tüketicinin hazzı fiziksel bir uyarılma ile değil, duygusal deneyim ile ortaya çıkmaktadır. Bu görüşten hareketle işletmelerin mal ve/veya hizmetlerinin satın alma sürecinde müşterilerine yaşatacağı deneyimlerin önemi ortaya çıkmaktadır (Toy, 2008). Bu da tüketicilerin hedonik (hazcı) tüketime yönelik tutumlarının ve beklentilerinin ortaya çıkarılması ile mümkün olabilecektir. Bu beklentilerin ortaya çıkarılması mümkün olabilirse, haz almayı mümkün kılacak ürünlerin pazarda marka değeri edinmesi, marka bağlılığı yaratması ve buna paralel olarak ürüne sahip olma dürtüsü içerisinde olan tüketicilerden daha fazla bedel ödemeleri yönünde talepte bulunulması sağlanabilecektir. Bu durumu Morris B.Holbrook ve Elizabeth C.Hirschmann,

tüketici davranışları literatüründe dönüm noktası sayılabilecek olan, *The Experiential Aspect of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun* başlıklı çalışmalarında tüketim olgusunun anlaşılmasında ve açıklanmasında deneyimsel bakış açısının gerekliliği ve önemi üzerinde durarak, tüketim olgusunun daha kapsamlı, daha holistik (bütüncül) bir tarzda ve çok yönlü olarak bir sürecin çok sayıdaki aşamasında şekillenen birikimlerin değerlendirilmesi şeklinde ele alınması gerektiğini vurgulamaktadırlar (Torlak vd., 2007). Bu noktada hedonizm ve hedonik tüketimin kavramsal düzeyde nasıl ele alındığı ve tanımlandığı dikkate alınmalıdır. Yapılan yazın incelemesinde genel ifadeleriyle bu iki kavram şu şekilde açıklanmaktadır.

Hedonizm (Hazcılık): Haz tüm zevklerin özü olarak acı veren gerginlikten kurtulma duygusu olarak kabul edilirken *Hedonizm*, bir felsefî terim olarak yaşamın amacı için hazzı seçen felsefe sistemini veya hazza aşırı düşkünlüğü anlatmaktadır. Ekonomik anlamda ise, ekonomik bir faaliyetin en az çabayla en çok tatmin elde etme çabası şeklinde ifade edilmektedir (Büyük Larousse, 5144). Hayatın amacının haz almak olduğunu benimseyen ve bu yönde yapılan eylemleri kapsayan bu fikir Merriam Webster's Collegiate Dictionary de ise "yaşamdaki tek iyi şeyin zevk veya mutluluk olduğu öğretisidir" biçiminde tanımlanmaktadır. Hedonizm, yaşamın anlamının hazda bulunduğunu kabul eden felsefî bir görüştür. Hedonizm yani hazcılık haz veren yada acıdan kurtaran şeyi "iyi", acıya sebep olan şeyi de "kötü" olarak tanımlayan etik teoridir. Hedonizmin kurucusu Epikür, zevk ve hazzı, huzur ile tanımlamaktadır. İnsanların mutluluğu için hazlardan ölçülü bir biçimde yararlanmayı yani doğal ve zorunlu hazlara bağlanmayı, doğal ve zorunlu olmayan hazlardan ise kaçınmayı önerir. Bu bağlamda hedonizmin farklı bakış açılarıyla yorumlandığına rastlanılmaktadır.

Hedonik (Hazcı) Tüketim: Hedonizm, haz arayıcılığı, kendini zevke adanmak olarak ifade edilirken, hedonik tüketim, tüketiminin haz boyutundan tat almak (Babacan, 2001) yada ilkel benliğin etkisi altında ürün ile hissi ve hayal gücü boyutunda bir tecrübe (Blythe, 1997) olarak ifade edilebilir. Hirschman ve Holbrook 1982 yılında yayınladıkları "Hedonik Tüketim: Ortaya Çıkan Kavramlar, Yöntemler ve Öneriler" adlı makalelerinde hedonik tüketimin kişinin ürünlerle ilgili deneyiminin heyecanlandırıcı yönlerini, fantezi ve çoklu duygusal ile ilişkili olan tüketici davranışları görünümünü belirttiğini ifade etmişlerdir. Bu ifade hedonik (hazcı) tüketimin, tüketicilerin ürün kullanımında duygusal tahrik, ürün fantezisi ve farklı duygusal düşlerini ifade etmektedir (Campell, 1987).

Özet bir ifade ile tüketim bağlamında hedonizm "tüketim eyleminin amacı olarak hazzı seçen" bir satın alma sürecidir. Hedonik tüketici ise bu duygularla tüketim eylemini gerçekleştiren kişi olup, "anında tatmin olmayı isteme" özelliği ile onun sabırsız, tatmininin ertelenmesine karşı tahammülsüz bir yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir (Odabaşı, 2006). Bu özelliği ile hedonik tüketiciler işletmelerin üzerinde "Bu ürünü tercih etmek bana ne ayrıcalık sağlayacak? Bu ürünü tercih etmem için özel bir neden var mı?" baskısı kurmaktadır. Bu açıdan bakıldığında müşterinin kendisine özel ve kendisine özgü beklentilerini istediği yerde, istediği zamanda ve istediği biçimde sunma felsefesine dayanan günümüz müşteri odaklı pazarlama anlayışının da hedonik (hazcı) yarar sağlamada önemli bir fonksiyonu yerine getirmeye çalıştığı ifade edilebilir.

Özellikle hizmet sektörü, haz arayıcı ve keyfine düşkün olan günümüz tüketici profiline desteğiyle daha da gelişmektedir. Özellikle hizmet işletmeleri günümüz hizmet pazarlaması anlayışının öncülüğünü yürütmektedir. Elle tutulan malların ötesinde süreçlerin, deneyimlerin ve beraberinde algılanan hizmet kalitesini belirlemeye yardımcı olan fiziksel kanıtların satışa sunulduğu bu sektörlerin gelişiminin sürdürülebilir hale getirilmesi, tüketicilerin rasyonel (faydacı) ve irrasyonel (hazcı) beklentilerinin anlaşılmasını zorunlu kılmaktadır.

Yapılan araştırmalarda tüketicilerin alışveriş sırasında sadece rasyonel davranan bireyler olmadığını ve kişinin duygusal yapısının da satın alma karar sürecini büyük ölçüde etkilediği ve irrasyonel davranabileceği gösterilmektedir. O'Shaugnessy duyguların satın alma davranışlarına olan etkisini "duygular davranışı harekete geçirebilir, bir şeyi öne çıkarabilir, tercihleri yönlendirebilir ve öteki dürtüleri güçlendirebilir. Bu yüzden, moda uyma şeklindeki sosyal dürtü, insanın sahip olduğu şeyleri sergilemeden duyduğu gurur tarafından pekiştirilir." şeklinde ifade etmektedir (Aktaran, Trout ve Rivkin, 1999). Laverie vd. (1993), hedonik değerlerin canlılık içeren üç duygu ile bağlantılı olduğu ifade etmektedir. Bu üç duygu; ilgi-merak, şaşkınlık-sürpriz ve zevk-eğlence duygusudur.

Toplumun her kesiminde aşırı harcama eğiliminin örneklerini görmek mümkündür. Bireyler haz alma duygusunu, ihtiyaçlarının karşılanmasının ötesinde, gereksiz ve ölçsüz tüketimle hissetmektedirler. Hedonizm bu ölçsüzlüğüne karşın haz arayışını utanç ve suçluluk temalarından arınmış olarak kabul etmekte ve hedonizm kavramını insanın kendi iç mutluluğuna erişebilmenin hayattaki en önemli mutluluk olduğunu savunan bir ahlaki teori olarak açıklamaktadır. Bu teori ekseninde farklı hazların yaşanmasına imkan sağlayan hizmet türlerinin de geliştiği görülmektedir. Bu bağlamda hazzı ulaşma arayışı içerisinde olan tüketicinin bu tüketim eylemi *tüketimcilik* olarak da ifade edilmekte ve göz kamaştırıcı, büyüleyici bir kavramı temsil etmektedir (Bourdieu, 1984; Cambell, 1987; Baudrillard, 2004). Tüm bunlara zıt olarak "anti-tüketim" kavramının varlığı da ayrı bir görüşün uzantısıdır. Bu tüketim davranışı, farklılaşmak için nesnenin reddedilmesi biçiminde kendini gösterir (Baudrillard, 2004). Burada nesnenin reddedilerek farklılaşma yoluna gidilmesi de anti-tüketimi savunan tüketiciler için de farklı bir haz elde etme eylemi olarak kabul edilebilir.

Toplumların tüketim eğilimleri ile dünyaya hakim olan çeşitli görüş ve akımlar arasında önemli bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişki özellikle tüketici davranışlarının altında yatan sebeplerin anlaşılabilmesi, yorumlanabilmesi bakımından baskın olan akımların açıklanmasını zorunlu kılmaktadır. Özellikle toplumların tüketim yapısı - özellikle de haz odaklı tüketim yöneliminin geçiş süreci açısından - üzerinde etkili olan iki baskın görüş tüketim olgusunun tartışılması bakımından önem arz etmektedir. Bunlar "Modernizm" ve "Postmodernizm" akımlarıdır. Bu akımların çıkış noktası, gelişim süreçleri ve birbirleriyle ilişkisinin bilinmesi, toplumun ve toplumun bireylerinin tüketim eylemlerinin anlaşılması açısından son derece önem arz etmektedir.

Modernizm tüketim açısından ele alındığında en genel ifadeyle, insanı belirli kalıplarla tanımlaya çalışmakta olduğu görüşüne dayanır. Bu akım endüstriyel otomasyonu ve kitleselliği temsil etmekte olup, tüketimin de üretim gibi herkes için standart ve ürünlerin sağladığı yararların ise rasyonel olmasını ifade etmektedir. Geleceği garanti altına almanın önemli olduğu

bu görüş, ölçsüz harcamayı tasvip etmemektedir. Bu düşünce akımını temsil eden modern insan da daha rasyonel daha fonksiyonel bir hayat tarzına sahiptir. Bu açıdan bakıldığında modernizm, hedonik yarar elde etmeye yönelik bir üretim yada tüketimin varlığından söz etmemektedir. Postmodernizm ise toplumun kültürel yapısını ve toplumda yaşayan bireylerin dayatılmış ve standartlaştırılmış değerlerini değiştirmek suretiyle modernizme karşı bir görüşü ileri sürer (Odabaşı., 2006). Bu akım, belirli kalıplara ve standartlara girmeyi reddeden, tüketimde semboller ile haz, zevk, ve duygu odaklılığa önem veren ve bu uğurda kendisini hazzla ulaştıracak ürünleri satın alma konusunda ölçsüz davranma eğiliminde olan bir bireyi ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda postmodernleşme sürecine girmiş toplumlarda ya da sosyal gruplarda hedonik tüketim eğiliminin daha fazla olduğu ileri sürülmektedir. Bu açıdan bakıldığında her iki akım ve içerisinde buldukları sosyal yapıda yarattıkları atmosfer farklı tüketim kalıplarını içermekte ve konuyu akımlar düzeyinde tartışmaya değer kılmaktadır.

Sonuç ve öneriler

Pazara sunulan mal ve hizmet çeşitlerinin ve sayılarının günden güne artmasıyla daha çetin rekabet şartlarına zorlanan işletmeler, geliştirecekleri ve satışa sunacakları ürünlerde pazardaki diğer rakip ürünlere göre belirgin ve kendilerine özgü farklılıklarına odaklanmaya da zorlanmaktadır. Bu gelişmeler tüketicileri daha seçici kılmakta ve onların mallarda ve hizmetlerde aradıkları kriterlerin çitasını da yükseltmektedir. Meydana gelen bu değişimler, büyük ölçüde tüketicinin satın alma eylemini etkileyen ve rakip markalar arasından sıyrılıp tüketiciye ulaşmak isteyen işletmelerin göz önünde bulundurmaları gereken faktörlerin incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Çünkü tüketici davranışlarının her yönüyle anlaşılması, onların pazarlama stratejilerine gösterebilecekleri tepkilerin önceden kestirilmesini olası kılmaktadır (Odabaşı, 2006).

Bireysel mutluluğunun arayışı içerisinde olan günümüz tüketicisi, tüketim eylemlerinde akılcı davranmasının yanı sıra ürüne sahip olmaktan duyacağı keyif, ürünün satın alınmasıyla yaşayacağı deneyim ve ürün aracılığıyla edineceği sosyal prestij gibi arayışlarla daha çok hissi de davranabilmektedir. Haz arayışı olarak ifade edilen bu tüketim eylemi, tüketici tarafından daima aranan ve tercih edilmek isteyen işletmelerin ürünleri ve markaları aracılığıyla tüketiciler ile karşı karşıya gelecekleri iletişim sürecinde bu noktayı dikkate almaları hususunu doğurmaktadır. Bu bağlamda bundan sonra yapılacak tüketici davranışları araştırmalarında; hedonik tüketim kavramına gerekli ağırlığın verilmesi, hangi ürünlerde bu tüketim eğiliminin daha sık ve ne derece görüldüğünün irdelenmesi, hangi sosyo-ekonomik ve demografik, tüketici gruplarının hangi mal ve hizmetlere yönelik hazzı ve faydacı yarar beklentileri içerisinde olduklarının yanı sıra bu beklentilerin satın alma sürecini etkileme derecesinin ne olduğu yönünde bulguların ortaya çıkarılması adına geliştirilmesi önerilmektedir.

Kaynaklar

- Altunışık, R., Özdemir Ş. ve Torlak Ö., (2006). Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, İstanbul
- Altunışık, R. ve Çallı L., (2004). Plansız Alışveriş (Impulse Buying) ve Hazcı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Satınalma Karar Sürecinde Bilgi Kullanımı, 3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 231-240,, Eskişehir
- Arnold, M. J. ve E Reynolds K., (2003), Hedonic Shopping Motivations, Journal Of Retailing, 79, 77-79
- Atiker, E., (1998), Modernizm ve Kitle Toplumunu, Vadi Yayınları, Ankara
- Babacan, M., (2001), Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansıması, 6.Ulusal Pazarlama Kongresi, 97-106, Erzurum
- Babin, B.J., Darden W.R. ve Griffin M., (1994), Work And /Or Fun: Measuring Hedonic And Utlitarian Shopping Value, Journal Of Consumer Research, 20
- Baudrillard, J., (2004), Tüketim Toplumu, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, 57, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Blythe, J., (1997), The Essence Of Consumer Behaviour , Series Editor, Adrian Buckley,Prentice Hall Europe, UK
- Bocock, R., (1997), Tüketim, Çev. İrem Kutluk, Dost Kitapevi Yayınları, Ankara
- Burger, J.M., (2006), Kisilik; Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri: Kaknus Yayınları, İstanbul
- Büyük Larousse,, 5144
- Campell, C., (1987), The Romantic Ethic And The Spirit Of Modern Consumerism, Blackwell, New York
- Dholakia, U.M., (2000), Temptation And Resistance: An İntegrated Model Of Consumption İmpulse Formation And Enactment, Psychology And Marketing, 17/11, 955-982
- Douglas, M. ve Isherwood B., (1999), Tüketim Antropolojisi, Dost Yayınları, Ankara
- Doyle, P., (2004), Değer Temelli Pazarlama, Çev. Gülfidan Barış, Mediacat-Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul
- Featherstone, M., (2005), Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, Çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Fırat, A., Dholakia N. ve Venkatesh A., (1995), Marketing In A Postmodern World, European Journal Of Marketing; 29 , 1

Hedonik tüketim: Kavramsal bir inceleme

Hirschman, E.C. ve Holbrook M.B., (1982), Hedonic Consumption: Emerging Concept, Methods And Propositions, Journal Of Marketing, 46

Merriam Webster's Collegiate Dictionary, 157

Odabaşı, Y., (2006), Tüketim Kültürü, Sistem Yayıncılık, İstanbul

Odabaşı, Y., (2006), Postmodern Pazarlama, Mediacat-, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul

Odabaşı, Y. ve Barış G., (2002), Tüketici Davranışı, Mediacat- Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul

Ohar R. ve Wertenbroch K., (2000), Consumer Choice Between Hedonic And Utilitarian Goods, Journal Of Marketing Research, 37, 60

O'Shaughnessy, J. ve O'Shaughnessy N. J (2002), Marketing, The Consumer Society And Hedonism, European Journal Of Marketing, 36, 5/6

Roy, R. ve Ng, S., (2008), Regulatory Fit And Evaluation Mode: Feeling Right About Hedonic And Utilitarian Consumption, SCP 2008 Winter Conference, 283-285, New Orleans, LA

Solomon, M.R, (2004), Tüketici Krallığının Fethi, Çev. Selin Çetinkaya, Mediacat Yayınları, İstanbul

Tal, A., (2008), It Tastes Better Conscious: Attention And Information In Hedonic Consumption Experience, SCP 2008 Winter Conference, 283-285, New Orleans, LA

Torlak, Ö., (2001), Tüketim-Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü, İnkilap Yayınları, İstanbul

Torlak, Ö., Altunışık R., Özdemir Ş ve Sarıkaya N., (2007), Yeni Müşteri, Hayat Yayınları, İstanbul

Trout, J., (2005), Pazarlamanın Sihirli Lambası, Çev. Hakan Tunçel, Mediacat- Kapital Medya A.Ş., İstanbul

Zeithaml, V. ve Sitner M.J., (2003), Services Marketing, Abd: Mcgraw-Hill, 2003

Zaltman, G. (2003), Tüketici Nasıl Düşünür, Çev.Semih Koç, MediaCat Yayınları, İstanbul

Does writing skills help students to overcome their shyness in oral performance?

Yazılı anlatım sözlü anlatımdaki çekimser tutumun üstesinden gelebilir mi?

Selin KÜÇÜKALİ*

Özet

Bu çalışma yazma eyleminin yabancı bir dili sözlü olarak kullanmada ne kadar yardımcı olabileceğini araştırır.

Birçok iç ve dış faktör, insanların yeteneklerini olumsuz yönde etkileyebilir. Hastalıklar, kişilerin buldukları ortam, atmosfer ve çevre, kişisel farklılıklar, psikolojik dengesizlikler, fikirler, sosyal, eğitimsel altyapı, tercihler, kültürel motifler, farklılıklar ve daha bunlar gibi birçok neden insanların beceri ve yeteneklerini ortaya koymalarında etkilidirler. Bütün bu etkilere rağmen bireyler yeteneklerini geliştirebilirler mi? Neden yazma becerisi? Yazma eylemi, hem uluslararası bir iletişim kaynağı, hem de yabancı dil öğretiminde gerekli olan ve kullanılan tüm becerileri, okuma, dilbilgisi, kelime dağarcığı, heceleme, imla, fikir bütünlüğü gibi, içinde barındırır. Kısa süreli olan bu çalışmada, yazma dersinin her basamağı gözlemlenmiştir. Sonuçlar göstermektedir ki, yazma becerisi, aynı zamanda anlatma eylemi olarak kullanıldığında, öğrencideki farkındalık ve katılım artmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yazılı anlatım, sözlü anlatım, dil öğreniminde çekimserlik

* Öğr. Gör. Selin KÜÇÜKALİ, *Beşyol İnönü Cad.No:40 Küçükçekmece / İstanbul* selinkucukali@anadolubil.edu.tr.

Yazılı anlatım sözlü anlatımdaki çekimser tutumun üstesinden gelebilir mi?

Abstract

This study prepared to see whether writing skills can help speaking or not. Many things interrupt people's abilities in a negative way. These things can be named as internal and external factors such as; illnesses, atmosphere, personal differences, and psychological disorders, ideas, social and educational background, preferences, cultural elements, and several others. However, can people develop their abilities? Why writing was chosen? As being a global skill and covering all the other skills as well such as, reading, grammar, vocabulary, spelling, punctuation, and unity of any kind of idea, writing is one of the main means of communication. In this short term research, assessments for pre/while/past teaching steps were considered throughout the period. The results imply that, using writing as a means of louder communication affects students awareness and increase their participation.

Keywords: Writing skills, speaking skills, shyness in language learning

The Research

Aim

Throughout the second language teaching history, the most common problem of teachers, is the speaking skills development of students. Students can get the idea of using a language with its own rules, but when it comes to producing it loudly, there the problem starts, and the language stucks. There seems to have gab between language teaching and make it aloud. At the beginning of the learning process, language is silent, but its structure speaks. Some silent students have extremely good writing skills. This can be seen in the exams. However, the point is that this writing skill and capability should somehow help the speaking. Students are shy in speaking, writing may overcome their shyness and let them to participate more.

Objectives

One of the most important objectives is to involve the students totally to the process both with participation, and self evaluation. The other important one is to encourage them write in a second language writing format. Also, the importance of proper handwriting is one of the main targets. Other point is about realizing. One way is realizing one's own potentials and showing them, another way is identifying a good and a bad writing with related and irrelevant sentences – in fact the ideas. This shows the appropriate reaction towards the context and the subject which helps in speaking as well. Organizing one's ideas is really important at this point. Using fewer erasers was another objective in this study to maintain the fluency in writing. Creating a discussion atmosphere in the classroom in order to get students involve during the lessons was another aim of the research.

Research questions

I wanted to find answers to the following questions:

What is the hidden reason of this silence?

Can it be shyness?

How can we overcome this basic problem?

Can other language skills help them in this process?

Does self-expression in writing help students to express themselves orally?

Can writing skills be an indicator in oral expression?

Are individual expression differences observable in writing classes?

What may keep the students from autonomy?

What are the common attitudes towards the target language?

As mentioned above, many questions come into minds when realizing the participation problems in English speaking classes. So, can inner expression be embodied in self expression loudly? We can overcome student's shyness during participation and performance, in writing skills by self expression.

Research method

At the beginning of the research, in order to prove their shyness and understanding the situation, students had to answer a survey consisting of five questions.

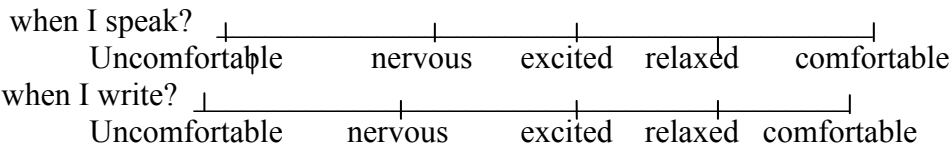
Answer the Following Questions

1. Tick just one answer

I express myself better when I am speaking.

I express myself better when I am writing.

2. Cross one answer. How do I feel...



3. Choose one answer.

I like to participate in a group. Yes No

I like to work on my own. Yes No

4. Choose answers (You can choose more than one answer)

1. During my speaking, these are important.

- a) Fluency c) Vocabulary choice
- b) Grammar d) Pronunciation

2. During my writing, these are important.

- a) Unity c) Vocabulary choice
- b) Grammar d) Spelling

5. Complete the sentences.

In speaking,

I want to

I need to

In writing,

I want to

I need to

Here are some important results. For the first question, out of 19 students, 11 of them can express themselves better in writing. It is a considerable number. In fact, we have two different

Yazılı anlatım sözlü anlatımdaki çekimser tutumun üstesinden gelebilir mi?

student profiles in here. Some students know their situation and answer the question in a real way; on the other hand, some students just ignored their situation and didn't want to show that they are not good at speaking.

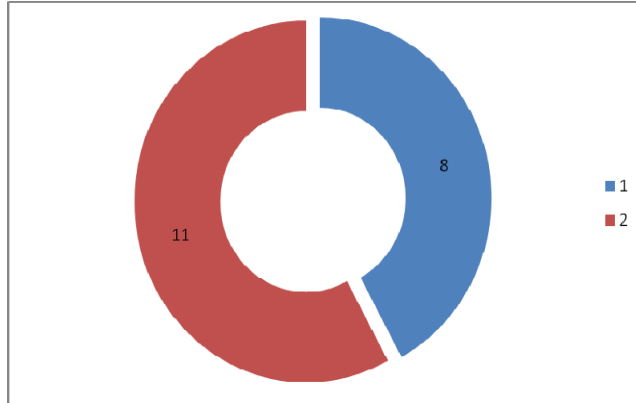


Table- 1: General results

In the following diagram numbers represent moods.

Number 1 - uncomfortable

Number 5 - excited

Number 3 - nervous

Number 11 - relaxed/ comfortable

The mood of the participants during the writing process is mostly comfortable.

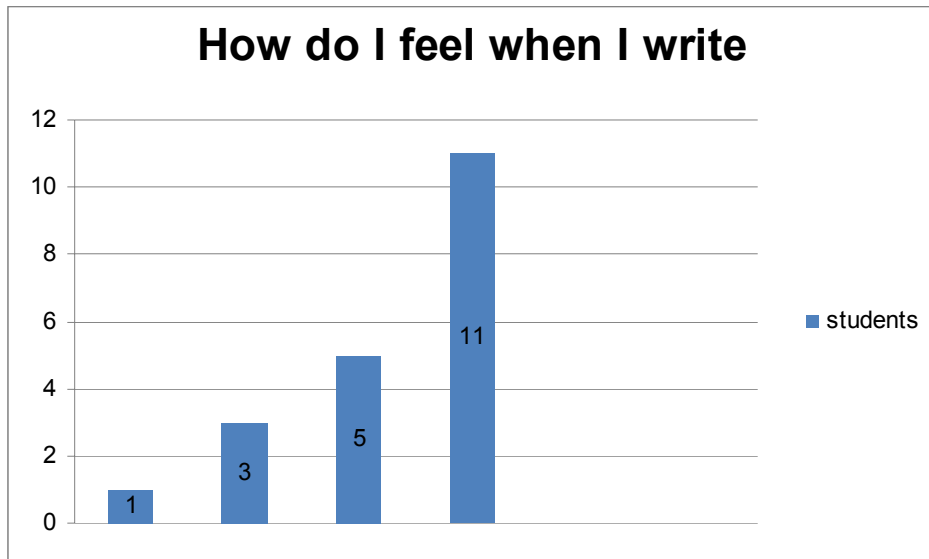


Table- 2: Detailed results

When it comes to speaking, the numbers immediately change. Now the numbers are representing these moods. There was also ‘comfortable’ choice, but none of the students chose that mood in speaking.

Number 1 - uncomfortable

Number 5 - relaxed

Number 3 - nervous

Number 11 - excited

As the results imply, the majority of the class feel better while writing and results are the opposite in speaking.

5



Table-3: Detailed results

- *What are questions 3,4 and 5?* For questions number 3 and 4, there is not a clear cut distinction between the two answers. Many students preferred both group and on their own study styles. Also, they found every item important with very few individual differences.

For question number 5, mainly they want to speak better, fast and fluently. They know that they need to relax, study more, do exercise, be careful about pronunciation. In writing, they want to write with a good handwriting, using more vocabulary, prepositions and signal words, and order their paragraph. These answers were important because they show that the students had already known the important points of writing lessons. Again, they know that they should be careful, learn new words, structures and use them in their writing. This result indicates the self realization and desire in progress both in speaking and writing, which is very motivating. They also, saw some parallelism between the two skills. This was also noticeable by looking at their answers as wants and needs.

Yazılı anlatım sözlü anlatımdaki çekimsiz tutumun üstesinden gelebilir mi?

- *What did we do through the process?* This study was conducted with adult students with a very little English background, aged between 18-35 whose native language is Turkish. They were studying at a university prep-class with diverse educational background as well. The participants are given 5 skills- Main Course, Reading, Writing, Listening, and Computer skills. They have four writing lessons per week for forty minutes each. The materials were two writing books named as, 'Get Ready to Write', 'Ready to Write'. These books were giving writing strategies about academic writing. Throughout the research, sample paragraphs were studied on in order to talk over a paragraph together, to realize the errors, and find out how to make a paragraph better. All these created a discussion scene within the class. Group work, self-evaluation, pre-writing, brainstorming, clustering, drafting, editing- some editing done by the teacher, some done by classmates, and sometimes by the students on their own were the methods that had been used through the research period.

The first task was about them. They were supposed to introduce themselves to the teacher in a written form. Before starting to write this point was mentioned. 'What do you want your teacher to know about you?'. This was a sign for three reasons. One of them was to get information about the students, the other was to check their writing ability in English, and lastly to understand if they really know themselves and can express it to someone else, that they just met. This was of course the teacher. This study was done in the classroom to make them feel free to write anything they wanted to. The teacher might get some piece of 'secret' information about their life, personal identities in order to understand and catch the basis of the coming problem in participation. Mainly, the results showed the shyness of the students as the reason of not speaking a new language in the class. The research started with self-expression on a paper.

Then, it is continued by 'think aloud' step. A topic was chosen to talk over. Students made to feel free to say any words that come in to their mind related with the subject. Each respond was written on the board. This basic study helped them to realize 'What do I already know about the topic?', and made them move because they started to participate. They were encouraged about their background knowledge and how to use it. Also, group work was an useful study to check whether they like to work individually or being a member of a particular group. In addition, it was a good study to socialize with in a group by making conversations in the target language. They discuss their opinions, share and add more to each other. As you can see, the writing did not started yet, this is just the level, in which they realize, they had things to mention.

In this point, when they realize some of the things about themselves and the new language, the participants were given lots of writing tasks as assessments. Also, they prepared their own self-checklist. All of them put in their personal dossiers.

- *The Topics Used* The subjects of the writing were decided firstly, according to the curriculum of the school programme. Some other topics were used as well, to maintain the unity of the
- project and to motivate the students more by taking them away from the book. These subjects were in the following order.
 1. Write about yourself.
 2. Physical appearance of a friend.
 3. Describe your classroom.
 4. Typical work day (guessing from a cartoon.)

5. Holiday diary
6. Memories (The scariest, unhappiest, happiest)
7. Traffic problems in your hometown.
8. Letter writing.
9. Bibliography
10. Opinion paragraph about restrictions.
11. Postcard writing.
12. Classroom studies on: 'Love', 'Animals', and 'Two Different Sides of Istanbul'.
13. Free writings (Students chose their own topics)

All these works of students were the real datas to examine their progress in writing and expressing. In each step they were able to discuss more about the given topic.

Outcomes

For each conversation, the teacher did not give time limitation, since each person talked about 3, up to 5 minutes, or even more. During these conversations, the teacher analyzed and checked these points. Firstly, the grammar, to see if there are any structural mistakes. Secondly, the vocabulary, to check if students can use the new words since lots of new words was studied during the research period. Lastly, the topic and the context were considered. The parallelism between them was important to prepare the students to the real speaking atmosphere of the daily lives. Understanding and responding are both very important in second language using, in order to prevent misunderstandings. These points were taken into consideration because in the surveys that the students were supposed to answer; grammar, vocabulary and fluency was their common problem that they wanted to develop. By focusing on these points, we can get a positive impression about the class. They could talk over the given subjects or the ones that they chose. There wasn't a total change but at least the students tried to do their best to express themselves, they could realize their own mistakes, and even ask to their teacher. On the other hand; the other students tried to help the speaker, they participate within the conversation and add their own ideas. This was really encouraging for all of them. During this sharing atmosphere they felt free to talk and they even couldn't recognize that they were discussing in another language.

In a way, within their behaviours and body language, it was obvious to see the sense of self-achievement, which was one of the aims in language teaching. In addition, students had a great possession in their hands that is their own portfolios. This portfolio system helped them to see their efforts and development by themselves and by the teacher as well.

Conclusion

To end the research after eight weeks, another survey was given to the students consisting of 15 questions. It has questions about both writing and speaking.

The survey shows the students own answers. What they can do or what can still not do. If it is examined in detail, questions 4 and 10 got 7 points and important because they both about expressing one's own ideas. 7 is a good result out of 16 students. Also questions 5, 8 14 were chosen by many students which are about speaking. In addition, writing skills which were one of the main objectives in the beginning, understood by the several students. In questions, 1, 7, 11, 12, 15 this can be seen. Question number 6 is a good one for self awareness and most of the students, chose this question since they can realize their own mistakes. On the other hand,

Yazılı anlatım sözlü anlatımdaki çekimser tutumun üstesinden gelebilir mi?

questions 3 and 9 got the lowest point. Very few students can participate in a discussion. Their English level is an indicator in this result.

During the research, some videos were recorded while students were talking about what they wrote.

The research result

In conclusion, the results of this research provide some insights to psychological, physical effects on second language learning. The current study showed to understand even a short term period of intensive writing can help students to gain more access in participating. The students started to ask more about their own writing. Apart from the given tasks, they wrote extra papers and wanted to be checked by the teacher. This indicates the sense of achievement. By writing they found themselves involved in English. However their writing skill obviously developed, the comprehension of the class was good but applying was still less. Expressing tried by the students but when they couldn't find themselves enough to express, they wanted to use the native language immediately. By the teacher's 'in English' command, they tried and replace some words in order to be meaningful. This problem is normal at their level in fact as they are not able to express themselves with enough structure and vocabulary, as they can do in their first language. The aims and objectives were partly achieved about the self-awareness, trying, realizing, understanding, and using the second language. In this limited time of period, it is good to see any kind on development in each of the participants, whether in writing or in speaking.

Suggestions for further researches

Learning to read in a second language is different from learning to read the mother tongue. Studies on different kinds of skills integrated with writing will be helpful. First of all, long term writing studies will help them more. It is possible to choose a book and find some related topics to write and talk over in the further researches. So, reading and writing can be completely interwoven. During this period the reading average can also be seen and get increase.

References

Anstending, L., Hicks, D, (1996). *Writing Through Literature*, Prentice Hall, New Jersey

Brown, H., (1993). *Principles of Learning and Teaching*, Prentice Hall, New Jersey

Activated process: listening

Dinleme becerisini aktif hale getirme

Elif Yekta VICIL*

Özet

Bu çalışma öğrencilerin pasif olan dinleme becerilerini çok sayıda dinleme çalışması yaparak aktif hale getirme konusunu işler.

Dinleme becerisi iletişimde önemli bir yere sahiptir. Yabancı Dil olarak öğretilen İngilizce sınıflarında en zor becerilerden biridir. Öğrencilerin bu becerisini bir yıl içerisinde en azından ihtiyaçlarını karşılayacak seviyeye getirmelerine yardımcı olmaya çalışıyoruz. Yıl sonunda, öğrencilerin ilk önce kelimeleri ayırt ettikleri, sonra not alma tekniklerini öğrendikleri ve son olarak dinledikleri metni anladıkları gözlemlenmiştir. Öğrenciler metinde geçen kelimeleri bilmeme, telafuzu yanlış anlama ve arka fonda gelen sesler gibi problemlerle karşılaşmaktadırlar. Bütün bunların üstesinden gelmek için, öğretmenler anlaşılır direktifler vererek ve sınıfta sessizlik sağlayarak öğrencilerini yönlendirirler. Tüm bu önlemler neticesinde, hedefler gerçekleştirilir ve başarılı bir dinleme yapılmış olur.

Anahtar Kelimeler: Yabancı dil olarak İngilizce, İngilizce öğretimi, dinleme

* Öğr. Gör. Elif Yekta VICIL, T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Beşyol İnönü Cad.No:40 Küçükçekmece / İstanbul E- posta: elifvicil@aydin.edu.tr

Abstract

This study focuses on activating students' listening skills by means of practice. Listening has an important role in communication. It is one of the most difficult skills in EFL classes. We help students to improve listening comprehension at least needed knowledge in a year. In the end of the year, it is observed that students gain information to distinguish firstly words, and then learn how to take notes and finally comprehend the texts they hear. Students face many problems, such as not knowing the words in context, misunderstanding in pronunciation, and competing with the background noise. In order to avoid all these, teachers guide students by giving them clear instructions and keeping the classroom atmosphere silent. After all these precautions, the objectives are achieved and successful listening comprehension is fully performed.

Keywords: English as a foreign language, English language teaching, listening.

Literary survey

There are many researches conducted on this skill as it needs to be improved. Nunan (1998) believes that listening is the fundamental skill in language learning. Without listening skill, learners will never learn to communicate effectively. In fact over 50% of the time that students spend their time involving in a foreign language will be devoted to listening. Rost (2002) defines listening "as a process of receiving what the speaker actually says, constructing and representing meaning, negotiating meaning with the speaker and responding, and creating meaning, and creating meaning through involvement, imagination and empathy." He believes that listening is a complex, active process of interpretation in which listeners match what they hear with what they already know. These theories underline back ground knowledge as a critical component of the listening process. Rubin (1994) states that there are five factors affecting listening. These are; process, text, interlocuter, task and listener. Also Peterson (1991) believes that the higher level processes are driven by listener's expectations and understandings of the context, the topic, the nature of the text and the nature of the world that is top-down process. The lower level processes are triggered by the sounds, words, and phrases which the listener hears as he or she attempts to decode speech and assing meaning that is Bottom-up process. Rumelhart (1977) Adams and Collins (1979) say that ESL learners found Top-down and Bottom-up processing useful. Mendelsohn (1994) says that native speakers approach most listening top-down. Peterson (1991) adds that less proficient learners are unable to activate Top-down processing. It happens because they focus on extracting information form text instead of focusing globally on the whole story. Another reason is that they mainly attempt to decode, trying to translate every word rather than understanding the message. The problem of too much reliance of Bottom-up processing is that insufficient basis for comprehension; the less proficient listeners rely on Top-down processing. Tsui and Fullilove (1998) underscore the reason by saying "because less-skilled L2 listeners are weak in bottom up processing, they need plenty of contextual support to compensate for the lack of automized decoding skill". Learners heavily depend on Top-down processing when they first encounter a foreign language and have no linguistic knowledge about it. Ellis (1994) explains that hey may pay little attention to the form of input, and not acquire anything new. There have

been also theories of listening comprehension and successful listening for the last half century such as Communication Theory Model by Shannon and Weaver (1949), Information Processing model by Anderson (1985), Social/Contextual Model by Ohta (2000) and Situated Action Model by Barsalou (1999). As we see, there are many researchers who have dealt with this skill so far and it is still going on. Researches have shown that our students rely on Bottom-up processing; they are so stick to the words that they do not concentrate on the whole meaning. They try to translate the text into their first language and are not able to see the differences between two languages. As a conclusion, listening needs much more practice than other skills because of the fact that it is a kind of process starts with recording and interpreting, finally responding. In this case, before responding we focus on what we hear and how to interpret it. It is the activation of our backround knowledge to achieve listening comprehension.

The research

Aim

The general aim is to provide students with an opportunity to practice listening while exploring culturally relevant topics. In this research, contributions of students are great. By observing them we are able to improve our teaching skills. Some skills like listening are especially problematic. Also another problematic item is how to test them. In this study, it is shown that there are various tests that we can use, but firstly we should be aware of their levels, and what the listeners need. Actually they need a great amonunt of practice and training. The common mistake among students is that they focus on sounds and grammar not to the social conversation.

Objectives

The objectives of the study can be stated as follows:

- To listen to the conversation in order to cover the general meaning,
- To enable students to recognize different intonations,
- To enable students to learn how to pronounce the words,
- To give students the ability to recognize the communicative functions of utterances,
- To encourage students to understand the information about the cultural elements.

Research methods

Comprehension is defined as “the comprehension of a speaker’s message in the listener’s mind, so that successful listening reproduces the meaing as much as the speaker intended.” (Clark and Clark, 1977) Another view is that the important role is on the goals and internal meaning of the listener; the listener does not receive meaning, but rather constructs meaning. Both views show us how complex the listening process is. So we should ask the question of what is involved in comprehension?

1. The listener takes in raw speech and holds an image of it in short-term memory.
2. An attempt is made to organize what was heard into constitutents, identifying their content and function.
3. As constituents are identified, they are used to construct propositions, grouping the propositions together to form a coherent message.
4. Once the listener has identified and reconstructed the propositional meanings, these are held in long-term memory, and the form in which the message was originally received is deleted (Clark and Clark,1977 as cited in Richards, 1982).

Moreover, some researchers have categorized listening into extensive and intensive listening. In extensive listening students are encouraged to choose what they listen to which helps students acquire grammar and vocabulary. Listening usually occurs outside of the classroom. The motivational factor increases due to student's personal choice in listening material. Teacher should build a personal library of listening activities made available for students. Some suggestions can be audio version of a book, course-book tapes, TV sports events or news or talk-show recordings. Students must respond in some form to the extensive listening activity. This can be in the form of a journal, report forms prepared by instructor, summaries of text, comments written on cards. When we come to intensive listening they are usually taped materials that teachers want students to practice listening skills. An attempt to create genuine communication for live listening activities, such as: story-telling, (T tells Ss story and stopping at any stage for Ss to make predictions, provide descriptions of what they have hear, and summarize plot/story) interviews, (where Ss interview each other on a given topic or a visitor is asked to attend class to generate Ss questions then answer them. Ss can then summarize the interviews orally or written), reading aloud (T reads aloud to class from a written text or dialogue and prepares comprehension check) and conversations (T can prepare with a S in advance or invite a visitor to class to hold a conversation). Furthermore, there are some advantages and disadvantages of intensive listening. As an advantage, it allows Ss to hear a variety of speakers apart from their instructors as well as a variety of situations and dialects. Material is also portable and readily available. On the contrary, classrooms can be noisy and have poor acoustics making listening difficult for students. For my own classes, I chose interview as a research method. It is the best way for students to express themselves. I ask them the problems they face and how they improve this skill outside the classroom; however, their opinions towards listening are not satisfactory. Some of them say that outside the classroom they practice extensive listening by watching foreign channels and also listening to English songs. They try to improve listening skills in order to be proficient in both listening and speaking. In contrast, some of them come to school and listen nothing but taped materials of the books in the classes. The result makes us think about the problem. It is true that we have conscious students as well as unconscious ones. But we always use the same type materials in our classes in order to follow the schedule. We need more time to practice free activities to guide them. What they need is only to practice listening not only at school but also at home.

- *How to test listening* The most common task for testing listening is the discrete-point tradition. In it there are phonemic discrimination tasks, paraphrase recognition and response evaluation. In phonemic tasks test takers listen to one word spoken in isolation and have to identify which word they have heard. Often the words are called minimal pairs: 'ship', 'sheep'. If it is necessary to understand more than just the point being tested, paraphrase recognition comes to the stage and finally in response evaluation, items focus on more than one point. Test takers hear a question followed by four possible responses and choose the most appropriate response. Example:

Test takers hear:

How much time did you spend in İstanbul?

- a) Yes, I did
- b) Almost 250 dollars
- c) Yes, I had to
- d) About four days

Another way to test students is integrative tests. They attempt to help learner's capacity to use many bits all the same. First technique is reduced redundancy; it assesses elements of language relate to each other, and it is useful to see how redundancy works. Example: 'I studied for my exam yesterday'. There is a past tense marker, '-ed'. We understand that this action takes place in the past. Second, in noise tests test takers listen, and respond by repeating what they hear either speaking aloud, or writing it down during appropriate pauses. Third is listening cloze; the test taker has to fill in the blanks by writing down the word they think fits best. The text must be presented, the blanks indicated and the responses recorded, all in audio. Fourth is gap-filling techniques; it is about to ask test-takers to fill in the blanks. The most obvious problem with this is that test-takers could treat the passage as a normal cloze test, and fill in the blanks without listening to the passage. Fifth technique is dictation: the basic idea of dictation is simple: test takers listen to a passage and write down what they hear. Usually this involves listening to the passage twice: the first time, test takers just listen and try to understand; the second time, the passage is divided into a number of short segments, with a pause between each, and during these pauses test-takers write down what they hear. Another one is sentence-repetition tasks: useful for testing non-literature language users, such as children. It is basically the same as a dictation, except that students repeat the text orally during the pause between each section. The last one is statement evaluation; we can ask test-takers to show that they have understood either by evaluating the truth of the statement, or by comparing two statements and saying whether they mean the same thing or not. One of the best ways to test listening is communicative testing. The basic idea underlying communicative teaching is that language is used for the purpose of communication in a particular situation, and for a particular purpose, and the important thing is not what a person knows about the language, nor how grammatically correct they are, but whether they can usually use it to communicate in the target language or not. One of the characteristics of communicative test items is authentic texts. This task requires listening and recognising words. Conversations, announcements, lectures, narratives, personal reports, interviews, advertisements, and directions can be examples of authentic texts (Buck, 2001).

Finally, what I observed during the term is that breakthrough level students are generally given phonemic tasks and then when they are at waystage level, they are given integrative tests in order to distinguish the differences between tenses. In my own classes, especially integrative tests are applied to make students use many bits at the same time. Another test technique, which is frequently used in these classes, is response evaluation. For example, this technique is applied in their final exam; teachers make them listen to a text twice and let them choose the most appropriate response by looking at the answers on the sheets given. The listening part of the exam takes 15 minutes. When teachers hand out the exam papers, they let students to skip the questions for a few minutes and make them listen to the text. Then, give them 5 minutes to evaluate answers and finally they listen to the text again in order to complete missing points. Another testing technique we try to apply in our classes is communicative testing; however, students find it difficult as they have not mastered the language completely. They do not listen to communicate but to complete the task.

Subjects

This study is observed at İstanbul Aydın University Preparatory School where there are different level students, from breakthrough to vantage. For this study, two classes are observed during the term. Each of them has twenty-five to thirty students; between ages of 18-25. They are waystage level students.

Outcomes

Listening needs much more practice than the other skills. We should give students practice in listenings which ask students to interpret and understand meaning; that is, students need to focus on meaning and instruction about how to do it. This study shows us that our students generally use Bottom-up processing as they are not proficient at all. Intensive listening is used and our materials are usually taped materials without visual properties. The problem is that they lack note taking and look for the scripts of texts they listen to. They are busy with extracting information rather than focusing on the whole text. They are not able to catch the whole meaning, on the contrary, they think that by translating every word they catch is the way to comprehend the text. What we recommend our students is to practice extensive listening and use the information they learn in their daily lives by storing them in their minds.

Conclusion

The teaching of listening comprehension and trying to find effective ways of teaching listening are really difficult tasks for teachers. It is important that teachers use various techniques to attract students' attention. It is a complex process to overcome the difficulties we face as teachers in order to find solutions to the problems of our students. Many researchers have been searching this issue especially for the last century because of the fact that teachers did not teach listening or just attempted to teach it. In the past, listening was defined as a passive process; however, researches have shown that actually listening is an active process in which people activate their background knowledge and interpret it in order to comprehend the message. In this research it is implied that listening comprehension is the core of teaching listening by choosing right techniques to teach it. In order to do this, they need to practice extensive listening rather than intensive listening. We as teachers encourage our students to listen to the news, sports, radio programmes and interviews to achieve listening comprehension. With the help of speaking I tried to activate students background knowledge by using the words related with the topic. I write the words on the board and want them to make up sentences by using these words in order to make them familiar with the topic. As an example, in the second track, transportation, money, health and inventions are some of the topics discussed in the classes. Students listen to the conversations and interviews of these topics and one of the effective ways to activate listening comprehension is to summarize what they hear. In order to help them comprehend what they listen I generally want my students to prepare and ask questions to each other in pairs in front of their classmates. Therefore, I choose a volunteer to be partners with me to show how it is presented. Also, being part of the game means having fun with them and one of the best ways to expand our relationship like a flower expands its leaves. To sum up, we try to activate their background knowledge with a different language to make them competent on this skill. Another underlying factor emphasized in this study is to find out how to test the skill we teach. It is essential to know that teaching listening or testing it separately from speaking is very problematic as they are typically exercised in oral interaction.

References

Buck, G. (2001). *Assessing Listening*. Cambridge : Cambridge University Press.

Osada, N. (N. D.). A Reappraisal of Bottom-up and Top-down Processing. Retrieved January,26, 2009 from http://pc171115.pc.wasda.ac.jp/ccdl/cyber_seminar/0418_1.ppt

Marcia, M. (ed). (2001). *Teaching English as a Foreign Language*. Heinle: U.S.A

Richards, J.C. & Rodgers, T. (1982). Method: Approach, Design, and Procedure. *Tesol Quarterly* 16 (2).

Schmitt, N. (2002). *An Introduction to Applied Linguistics*. London: Arnold.

Dinleme becerisini aktif hale getirme

Deductive vs. inductive approach on English grammar teaching for elementary students

İngilizce birinci seviye öğrencileri için dilbilgisi öğretiminde tümdengelim ve tümevarım yöntemleri

***Hande KOLAT**

Özet

Bu çalışma, İstanbul Aydın Üniversitesi birinci sınıf öğrencileri için İngilizce dilbilgisi öğretiminde tümdengelim ya da tümevarım yöntemlerinden hangisinin daha etkili olduğunu belirleme amaçlı yapılan araştırmanın sonuçlarını göstermektedir.

Çalışma, düşük seviyede İngilizcesi olan ve her birinde yirmi beş öğrenci bulunan iki farklı sınıfın öğrencileri ile uygulanarak hazırlanmıştır. Bir grupta tümdengelim yaklaşımı ile (önce metin çalışması yapıp ardından alıştırma yaparak) ders işlenirken, diğerinde tümevarım yaklaşımı (önce kuralları verip ardından alıştırma yaparak) uygulanmıştır. Çalışmanın amacı öğrencilerin hangi yaklaşımdan daha çok verim aldığını belirlemektir. Dersten sonra öğrenciler teste tabi tutulmuş ve bir müddet sonra aynı konuların da dâhil olduğu final sınavı olmuşlardır. Sonuçlar, üniversitede İngilizce birinci seviye öğrencilerinin tümevarım yöntemi uygulandığında kısa vadede daha başarılı olduklarını ama uzun vadede iki grubun arasında büyük fark olmadığını göstermektedir.

Çalışmada, Literary Survey (Literatür Araştırması) bölümünde tümdengelim ve tümevarım yöntemleri açıklanmıştır ve bu yöntemlerin verimliliğini araştıran kişiler hakkında bilgi verilmiştir. Müteakip başlık altında dil öğreniminde tümdengelim ve tümevarım yaklaşımlarının avantajları ve dezavantajları açıklanmış ve tablo halinde gösterilmiştir. Research (Araştırma) bölümünün alt başlığı olan Aim (Amaç) kısmında araştırmanın amacı verilirken; Subjects

* Öğr. Gör. Hande KOLAT, T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Beşyol İnönü Cad.No:40 Küçükçekmece / İstanbul handekolat@aydin.edu.tr.

İngilizce birinci seviye öğrencileri için dilbilgisi öğretiminde tümdengelim ve tümevarım yöntemleri

(Denekler) kısmında üzerinde araştırma yapılan öğrenciler hakkında bilgi verilmiştir; Outcomes (Elde edilen bilgiler) kısmında her iki grup ile çalışma sonrasında edinilen olumlu ya da olumsuz bilgiler ve Conclusion (Sonuç) kısmında da araştırma sonrasında elde edilen sonuç verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tümdengelim yöntemi, tümevarım yöntemi, ikinci dil öğretimi.

Abstract

This study presents results from a recent study that aimed to determine either inductive or deductive instruction for grammar teaching for students of refreshment classes at Istanbul Aydın University is more effective.

The study was carried out at Istanbul Aydın University with two different classes, both of which have native speakers of twenty-five Turkish students with elementary proficiency in English, and both of which are in refreshment classes with no English background and some of whom are false beginners. One group is instructed by inductive approach (giving the text first, and then introducing the relevant rule), while the other is instructed by deductive (giving the rules first and then practicing on it). The purpose was to find out from which one of the two approaches students would benefit more. After the class, students are given tests and after a period of time they had their final exams. The results indicate that the class instructed by deductive approach is more successful than the other. The results of this study support using deductive instruction to teach grammar in the elementary level university foreign language classes. The research testing materials are appended.

Keywords: Inductive approach, deductive approach, second language teaching.

Literary survey

The inductive approach is a more modern style of teaching where the new grammatical structures or rules are presented to the students in a real language context (Goner, Phillips, and Walters 135). The students learn the use of the structure through practice of the language in context, and later realize the rules from the practical examples. For example, if the structure to be presented is the comparative form, the teacher would begin the lesson by drawing a figure on the board and saying, "This is Jim. He is tall." Then, the teacher would draw another taller figure next to the first saying, "This is Bill. He is taller than Jim." The teacher would then provide many examples using students and items from the classroom, famous people, or anything within the normal daily life of the students, to create an understanding of the use of the structure. The students repeat after the teacher, after each of the different examples, and eventually practice the structures meaningfully in groups or pairs. (Goner, Phillips, and Walters 135-136) With this approach, the teacher's role is to provide meaningful contexts to encourage demonstration of the rule, while the students evolve the rules from the examples of its use and continued practice (Rivers and Temperley 110).

In a language classroom while instructing with inductive approach, the teacher at first gives a text or context and then introduces the subject implicitly without mentioning the rules. After the learners do exercises about the text they are given the rules. For example, the teacher gives a text

and then asks the learners to identify verbs and then wants them to group the verbs according to different usage of verb forms in simple present tense, such as play and plays. Then the learners are asked to identify how these verbs are used. The teacher monitors and guides. Group of learners then work with one category each to analyse structure, meaning and use, and finally present their findings to the class.

The deductive approach is a more traditional style of teaching in that the grammatical structures or rules are dictated to the students first (Rivers and Temperley, 1978). Thus, the students learn the rule and apply it only after they have been introduced to the rule. For example, if the structure to be presented is present perfect, the teacher would begin the lesson by saying, "Today we are going to learn how to use the present perfect structure." Then, the rules of the present perfect structure would be outlined and the students would complete exercises, in a number of ways, to practice using the structure (Goner, Phillips, and Walters, 1995). In this approach, the teacher is the centre of the class and is responsible for all of the presentation and explanation of the new material.

In a language classroom, teaching by an inductive instruction means that students are provided with texts and examples first. The role of the teacher is to provide the language in order to help students find the rules, to guide them in discovery and then provide more opportunities to practice. The inductive approach is more likely to be called as modern way of teaching. Because it provides students to discover, not dictate, it uses authentic material and it is a student-centred teaching and the focus is on usage not on the rules.

On the other hand, the deductive approach in a language classroom means that the teacher gives the rules beforehand and then gives opportunities to the students to apply them. The teacher presents the rules and then students are given exercises. The deductive approach is more traditional than inductive approach because it is teacher centred and it focuses initially on rules and then focuses on use. Therefore, input language is not authentic; it is adjusted to the learners.

Advantages and disadvantages of inductive and deductive approaches in language teaching

Advantages and disadvantages of inductive and deductive approaches are given in Table 1.

INDUCTIVE APPROACH	DEDUCTIVE APPROACH
The focus is on the learners and the use. The use of language is over rules.	The focus is on the teacher. The rules are over the use.

Learner autonomy is encouraged since learners can find out rules themselves, which is a significant skill. Students are active.	Students are passive. They are just listeners.
(more) Effective for young learners at low levels	(more) Effective for adults
Complex rules and terminology are introduced at first	Goes from easy to difficult
The rules are introduced after using them, so the students discover the rules themselves.	The rules are introduced first and then students use them.
Learner-centred	Teacher-centred
This instruction encourages more communication	This instruction makes students more passive.
Something new and radical	Old and not something different from previous learning experiences
The learners may make incorrect assumptions for forming rules	Teacher can control the level of input language, it's more controllable
Requires more time	More efficient use of a time
	Better with syllabus structures

Table- 1: Advantages and disadvantages of inductive and deductive approaches

Both of the approaches have advantages for learning and can meet needs of different kinds of learners and also disadvantages to some extent. The inductive approach may be more attractive since it is learner-centred and encourages learner autonomy. However, it may be disadvantageous when it comes to use of time, as it may be time-consuming, and also it might not be appropriate for all ages.

Deductive approach may be more controllable and it goes from easy to difficult, but it might discourage students to discover and think owing to the fact that it is teacher centred.

Many studies have been carried out for inductive and deductive approaches, and many researchers such as Rosemary Erlam, Constance Shaffer, Robert A. Fischer and Selinger studied on these approaches. While some of the results support the inductive, others indicate that the deductive instruction is a much better way to learn; finally both of them end up saying that using

them both will be helpful and more fruitful. In fact, the studies, giving different results, suggest that the instruction of the approaches differ according to the learner's age, the way the learner learns, and language level and also the subject that is taught; that is, the results of the studies may be different but the approaches are applied to different kinds of learners and therefore, it is normal to get such results.

Rosemary Erlam states that research carried out up to now contrasted the effectiveness of deductive and inductive approaches have contradictory evidences about relative effectiveness of these two teaching techniques. She expresses that studies conducted so far have not investigated the effects of these instructional methods on measures of both language production and comprehension and also have not investigated the measures that reduce the possibility that students monitor their language performance. Also, she says that all studies, except one, on the comparison of these focused on adult learners (2003, pp. 244).

Rosemary Erlam's (2003) research, which compared 'the effectiveness of these two types of instruction on measures of both comprehension and production', 'investigated the interaction between type of instruction and the morphological and syntactical features involved in the acquisition of direct object pronouns in French as a second language (pp.242). The results of her study indicated that the deductive instruction group was more advantageous.

Robert A. Fischer (1979) states that many foreign language methodologists 'maintain that a deductive approach in which the explanation of a grammatical principle precedes its application is more logical and leads to a higher degree of certainty of grammatical knowledge, while others claim that an inductive approach in which the student discovers the grammatical principle for himself has a greater impact and leads to longer retention.' He expresses that 'historically the inductive approach is associated with the audio-lingual method and the deductive approach with the cognitive method' (pp. 98-99). Those statements mean that, in contrast to the contemporary views about these two approaches, inductive instruction is criticized as an old and lacking method like audio-lingual method, which involves repetition and no creativity, since the teacher at first, gives the rules and then lets the learners find the rules themselves.

Selinger (1975) also experimentally demonstrated the superiority of deduction over induction in terms of long-term retention among university-age students. Also the ongoing debate that the subject to be taught is important to determine which approach would be more effective is another issue to be considered.

Another researcher, Constance Shaffer (1989) criticizes the deductive approach for making the learner passive and supports that the retention of the rules or words is longer as long as the learner participates and as long as the learner is active. In addition, Shaffer is against the association of the inductive approach with audio-lingual approach, since inductive instruction does not aim teaching by habit formation.

The Research

Aim

The aim of this paper is to find out which approach; implicit (inductive approach) or explicit (deductive approach) is much more appropriate and effective for refreshment classes at Aydın University. Inductive and deductive instructions can be used in many areas. In this paper, these two approaches are studied in English Language teaching in general terms and in specific terms,

in the teaching of grammatical structures. These two techniques, inductive and deductive approaches are compared, with their advantages and disadvantages and the research has been carried out with two groups of students.

Objectives

The objectives of this research are to identify whether the inductive approach, implicit instruction, or deductive approach, explicit instruction, is more successful for refreshment classes, having only four hours of classes a week. This is accomplished by instructing two different groups with two different approaches and then applying the same quiz and same final examination.

Research questions

1. How are deductive and inductive approaches applied in a language classroom?
2. Which method is more fruitful for students; inductive or deductive?
3. Which method provides longer retention?

Research method

Here is the track for applying deductive instruction;

The teacher makes sentences while pointing out the objects in the classroom, such as ‘There is a table’, ‘There is a door’, ‘There isn’t a TV’, and ‘There are windows’, ‘There aren’t computers’ and then writes the sentences on the board.

The teacher gives the learners, the group which is composed of twenty-five students from the department of International Logistics, the rules of grammatical structure, ‘there is, there are’. The teacher then explains the structure in detail with its positive, negative, question, singular and plural forms, how it works and how it is made.

Learners then practice the language on given specific rules with fill in the blanks activity, where they fill in the blanks with “to be” verb in singular, plural, negative, positive and question forms.

After doing some exercises, the teacher shows pictures on the book and makes sentences with ‘some’ and ‘any’; ‘There are some plants, ‘There aren’t any curtains’. The teacher then explains the structure in detail with its positive, negative, question, singular and plural forms, how it works and how it is made.

After that, they read a text called ‘Bubble House’, including the grammar structures taught, and answer the reading comprehension questions and complete true-false exercise according to the

text. The reading text takes place in the learner's main course book New Headway English Elementary Students Book. . After reading the text and completing the chart of the grammar part, the learners are provided with more exercises that the main course book supports.

Here is the track for applying inductive instruction;

The teacher asks the learners, the group which is composed of twenty-five students from the department of Public Relations, to read the reading passage in their course book. The learners are introduced the text 'Bubble House' at first, and after reading the text and teaching the related vocabulary in the text, the teacher asks students to answer the reading comprehension questions and then true-false questions. After the exercises are completed, the teacher asks the learners to underline the phrases 'there is', 'there are', 'some' and 'any'. After that, learners are guided to identify the rules themselves, by looking at the text through context. They identify the rules by the table given in the book to complete 'to be' parts of 'there is' and 'there are' phrases, and look at the grammar spot part of the book for 'some' and 'any'. After reading the text and completing the chart of the grammar part, the learners are provided with more exercises that the main course book supports.

Testing

One week after, both of the learner groups had the same quiz, which not only tested the subjects taught one week before, but also the subjects taught since the beginning of the track. The learners were tested by the subjects such as 'Use of Simple Present Tense', 'that-those', 'this-these', use of 'some and any' and use of 'there is' and 'there are'. Also the learners had a final exam, including these subjects that are taught during the research.

Subjects

The two groups, with whom the research was carried out, are from different classes and departments. The population of two classes is twenty-five. In one group, subjects are students of International Logistics department; the others are students of Public Relations.

Students did not have any background information about the subject that was going to be taught throughout research.

Outcomes

At the quiz, the group of learners instructed with deductive approach, the students of International Logistics Department, scored higher than the learners instructed with inductive approach, students of Public Relations department, but the results at the final exam were nearly same. Quizzes and final exams are evaluated out of 100 points and results are given in Table 2.

Departments	The number of students	The Method Used	QUIZ Average Score	FINAL EXAM Average Score
Public Relations	25	Inductive Method	72	68

International Logistics	25	Deductive Method	84	69
------------------------------------	-----------	-----------------------------	-----------	-----------

Table- 2: The Figurative Results of Tests

Conclusion

The research result

This study investigated the efficiency of the deductive approach, “in which the explanation of a grammatical principle precedes its application is more logical and leads to a higher degree of certainty of grammatical knowledge (for some methodologists)” and inductive approach “in which the student discovers the grammatical principle for himself has a greater impact and leads to longer retention (for other methodologists)” on teaching grammar in a language classroom (Robert A. Fischer, 1979, pp. 98).

Deductively instructed learner’s being more successful at the quiz implies that for short term retention, deductive instruction is more effective. Both of the groups’ having approximately same scores at final exam, indicates that the subjects (‘there is’, ‘there are’, ‘some’ and ‘any’) instructed, with two different methods, during research may not be that distinguishing in order to define which one provides longer retention or acquisition; that is, the result may be different when the subject is changed.

Both of the approaches have advantages and disadvantages; however, today inductive approach is accepted as more successful and widely used, since it is student and communication-centred and involves discovery of the learners. Although this widely acceptance of inductive approach, in this study deductive is more effective. On the grounds that both of the learner groups only have four classes a week and have limited time for language class, it is not surprising to see that the deductive approach is more effective for them, as the deductive instruction is more time efficient than the inductive. Also owing to the fact that the learners are university-age students, throughout the lesson they expect something similar to their previous learning experiences.

In addition, this study does not propose that teachers use only a deductive approach in the classroom. It should be taken into consideration that the effectiveness of the approaches may be different, which can be solved by teacher’s flexibility by incorporating various approaches into their lesson depending on the particular situation. In this study, deductive is over inductive but with such a subject as conjunctions, inductive approach may be more effective.

In this paper, when the age, aim of the learner groups and the classes they have in a week (just 4 classes a week) taken into consideration, it is normal to see that deductive instruction is more effective than inductive. The major reasons are limited time for classes and students’ past learning experience effect the way they learn at present.

Suggestions for further researches

The results obtained from this study provide evidence in support of the effectiveness of deductive instruction in a classroom with university-age learners. Further research is needed to find out whether the efficiency of the approaches depends on the instructed subject, and also on the age of the instructed group. In addition, to prove whether grammar teaching is more effective with deductive method, more research should be carried out with different grammar subjects. The learners, subjects in this study, should be researched in terms of their ability to learn, and also according to multiple intelligence theory, since students should not be considered as learners, taught in just one way.

References

Erlam, Rosemary. (Summer 2003). "The Effects of Deductive and Inductive Instruction on the Acquisition of Direct Object Pronouns in French". *The Modern Language Journal*. Vol. 87, No. 2: pp. 242-260. 24 January 2009 <<http://www.jstor.org/stable/1193035>>.

Fischer, Robert A. (March, 1979). "The Inductive-Deductive Controversy Revisited". *The Modern Language Journal*. Vol. 63, No. 3 pp. 98-105. 24 January 2009 <<http://www.jstor.org/stable/325777>>.

Goner, Phillips, and Walters. (1995). *Teaching Practice Handbook: Structures: Grammar and Function*. Heinemann.

Rivers, Wilga M., Temperley, Mary S. (1978). *A Practical Guide to the Teaching of English as a Second or Foreign Language*. Oxford University Press.

Seliger, Herbert W. (1975). "Inductive Method and Deductive Method in Language Teaching: A Re-Examination." *IRAL*. 13, pp. 1-18. <<http://www.jstor.org/stable/1212897>>.

Shaffer, Constance. (Winter, 1989) "A Comparison of Inductive and Deductive Approaches to Teaching Foreign Languages". *The Modern Language Journal*. Vol. 73, No. 4: pp. 395-403. 24 January 2009 <<http://www.jstor.org/stable/326874>>.

İngilizce birinci seviye öğrencileri için dilbilgisi öğretiminde tümdengelim ve tümevarım yöntemleri

Learning through tests: does testing improve second language learning?

Sınav yoluyla öğrenme: sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?

Müjgan BÜYÜKTAŞ*

Özet

Bu araştırmada, “Sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?” hipotezinden yola çıkılarak, sınavlar aracılığıyla öğrenme olanağı analiz edilmiştir. Öğrencilerin geçmiş yıllardan gelen bilgilerini hedef malzemeyi öğrenme yeteneğinden ayırt edebilmek amacıyla, araştırma alanı olarak yeni kelime öğrenimi seçilmiştir. Araştırmada, iki farklı sınıftaki benzer eğitim geçmişine sahip iki farklı grup öğrenci incelenmiştir. Deney grubundaki öğrenciler önce bir sınava tabi tutulur ve ertesi gün sınav oldukları konuyu çalışırlar. Kontrol grubundaki öğrenciler ise önce konuyu çalışırlar ve ertesi gün konu üzerine bir sınav olurlar. Araştırmanın son safhasında ise, her iki gruptaki öğrenciler bir final sınavına tabi tutulur ve konudaki gelişmeleri puanlanır. Klasik yaklaşımla önce konuyu çalışan ve ertesi gün konu üzerine sınav olan kontrol grubu, final sınavında daha başarılı olarak konuyu daha iyi anladıklarını ispat etmişlerdir.

Ne var ki, daha sonraki analizlerde, araştırmanın tekrar gözden geçirilmesi ve araştırma metodunun değiştirilmesi gerektiği kanaatine ulaşılmıştır. Yapılacak bu değişiklikler sayesinde, öğrencilerin daha önce hiç görmedikleri kelimelerle sınav ortamında karşılaşmalarının, bu kelimelere karşı meraklarını artırdığı ve o kelimelerle ilk kez derste karşılaşan öğrencilere göre daha başarılı oldukları ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla bu araştırma en doğru araştırma metodunu belirleyebilmek için yapılan bir ön çalışma olarak görülmelidir.

Anahtar Kelimeler: Ölçme değerlendirme, test, sınav, ikinci dil öğrenimi, İngilizce öğretimi

* Öğr. Gör. Müjgan BÜYÜKTAŞ, mujganbuyuktas@anadolubil.edu.tr. T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Beşyol İnönü Cad.No:40 Küçükçekmece / İstanbul

Abstract

Taking the hypothesis “Does testing improve second language learning?” as a starting point, the possibility of learning through tests is analysed in this research.

Vocabulary learning is used as the field of research in order to be able to distinguish students’ prior knowledge from the ability to learn the intended material. The experiments in the research have been conducted to two groups in two different classes with similar backgrounds. The experimental group took the test first and on the other day they studied the material. The control group studied the material first and on the other day they took a test on the material. Later, both of the groups took a final retention test and the improvement of the students’ knowledge of the subject is tested. My hypothesis proved wrong in the first analyses. The control group who studied the material first and took the exam later with the classical approach proved their better understanding of the new subject by performing better in the final retention test.

However, in later analyses, it is realised that the research needs a revision and a change in the research method. Through these changes it will be proved that dealing with the words that the students have never met before in an examination environment raises their curiosity towards the words. So, the role of this research should be seen as a preparatory work to be able to determine the best research method.

Keywords: Testing, second language learning, English language teaching.

Introduction

Testing and assessment is an important phase in second language learning. It is usually regarded as the last step of the intended process, the last point where learning stops and the student’s so far acquisition is evaluated. In Istanbul Aydın University, we even rearrange the classes by gathering the successful students in “Super Classes” or replacing them among their peers in “Stepforward” classes where we gently place them in a “more suitable” language learning environment. The students’ levels are determined with the tests that the University’s Testing Office prepares.

There are of course many advantages and disadvantages to this kind of a system. However, the ultimate aim of all these systems should be to make the testing and assessment an integral part of the language learning process. An indisputably beneficial way is to of course analyse the outcomes of a certain exam and therefore decide the individual students’, the classes’, the teachers’ and the testing office’s needs. This is a whole system to be implemented in the long run and will most probably change the education quality in the institution to a great extent.

Another way is through raising the students’ awareness to the language. Many of the students are unaware of the importance of the process. Since they are very much used to the spoon-feeding system, they are too far from gaining their learner autonomy and deciding on their own needs. We observe most of the student’s awareness being raised after the first exam. If we talk about the vocabulary for example, we see that, during the lessons most of the students are not interested in all the new words that are covered in a lesson. On the other hand, it can be observed that after an exam, just because they had to deal with the words in an environment where they have no access

to the dictionaries, their curiosity somehow rises towards the answers of the questions and even if they do the question wrong, they usually want to learn the right answer. Confronting the words in a testing environment immediately increases the “importance” of the new word and their mental occupation with the word for a certain period of time creates an awareness and curiosity towards the word. So, the students usually remember these new words that they are tested on. It contributes to the importance and effectiveness of the lesson after the test and makes the lesson much more important than the one before the exam.

However, since it is not usually possible to test the students on the same words, the students can't find the possibility of using the new words in many different contexts. So, they take the word out of their short term memory and dispose it altogether before it can find itself a place in their lexicon.

Literary survey

There are other researches that discuss the testing and its effects with a similar approach. The most beneficial of them all is *Test-Enhanced Learning “Taking Memory Tests Improves Long-Term Retention”* that has been conducted in Washington University Department of Psychology by Henry L. Roediger and Jeffrey D. Karpicke.

The research challenges the classical cycle of teaching-testing with the revolutionary approach of “putting the cart before the horse” In this research, on the delayed tests, prior testing produces substantially greater retention than studying, even though repeated studying increased students' confidence in their ability to remember the material. Therefore, the conclusion of the research is: “testing is a powerful means of improving learning, not just assessing it”.

The research

In this action research, testing and its effects on students' learning of a second language are analysed. I tried to understand testing and its immediate effect on students by challenging the classical cycle of teaching – testing and applied the process the other way round, this is, testing – teaching. The reverse of the cycle is evaluated with a final retention test that is conducted to both the experimental group and the control group. The outcomes are analysed in graphics to reach to a conclusion.

Aim

Through this research; I aimed to analyse whether taking a test helps students improve their second language learning. I was well aware of the difficulty of implementing this kind of a system in all the areas of the students' second language learning process even if I had proved my hypothesis. Therefore; this research aims to challenge the classical cycle of teaching – testing only to raise awareness to the importance of testing not only as an evaluation but also as a means of revising for the students. This may help to determine whether testing improves learning a second language beyond the benefits of restudying the material. This research can also be used as a starting point for further researches to explore the students' dynamics and motivations and its importance in second language learning.

Snav yoluyla öğrenme: sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?

Objectives

Since testing is an immense field with all the different principles in different skills, I have taken testing vocabulary as my research area.

Learning vocabulary is not a skill that can be gained like the other skills. Prior researches have shown that the student has a capacity of learning 5 to 9 words in an efficient lesson. The best command of the new words is reached when the students see the same words in approximately 7 different contexts.

Taking vocabulary learning as a starting point also helps to distinguish students' prior knowledge and command of the language from the ability to learn the intended items. In this sense, using vocabulary teaching as the research area creates a fair atmosphere.

The objectives of this research are;

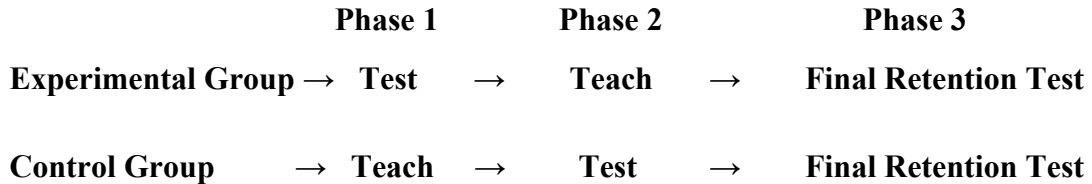
- To analyse whether testing can be used as an aid to assist vocabulary learning.
- To see whether it can create difference in the students' attitude towards the new vocabulary.
- To open up new research areas and reach a solid conclusion through further research.

Research questions

1. Does testing improve learning a second language?
2. If so, is it because of its quality as a more efficient stimulation or because of a means of restudy or both?
3. Can testing be used as a warm-up before teaching the vocabulary?

Research method

This research is conducted through simultaneous experiments with 2 groups of students.



Phase 1: The experimental group took a vocabulary test of 20 new words. The words were given in a box and they were asked to fill in the blanks in the sentences with the given words in the box. The sentences were easy to understand. The students filled in the blanks in 20 sentences with the 20 new words in the box. The control group was taught the same 20 new words by their teacher. The new words were explained in context. The students didn't know that they would have an exam on the new words.

Phase 2: The experimental group was taught the 20 new words by their teacher the day after they took the exam. The new words were explained in context. The students didn't know that they would have a final retention test on the new words.

The control group took the first vocabulary test the day after they were taught the new words.

Phase 3: Both the experimental group and the control group took a final retention test on the same words that they were tested on and taught by their teacher. The exam consisted of one part where the students matched the 20 definitions with the 20 words in the box.

Subjects

34 Istanbul Aydın University English Preparatory School Waystage Students, ages 17 to 23, participated in partial fulfilment of Teacher Assessment requirements.

34 students are from two different classes. Therefore, they are tested in groups of 17. Their GPAs are very close to each other in their quizzes and the cumulative assessment tests conducted by the Testing Office.

Outcomes

The charts below show the students' performances in the first and the second exams.

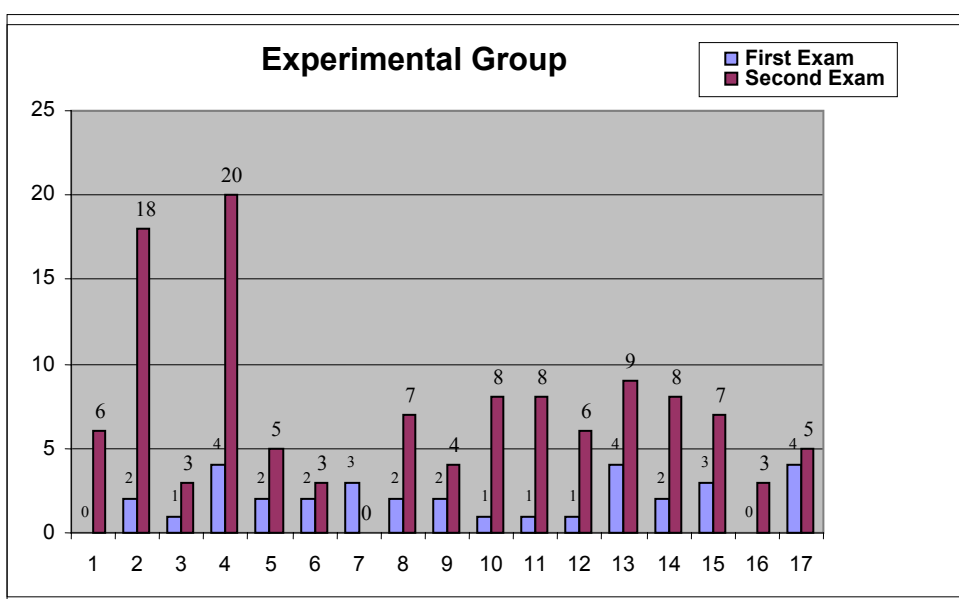


Table- 1

Sınav yoluyla öğrenme: sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?

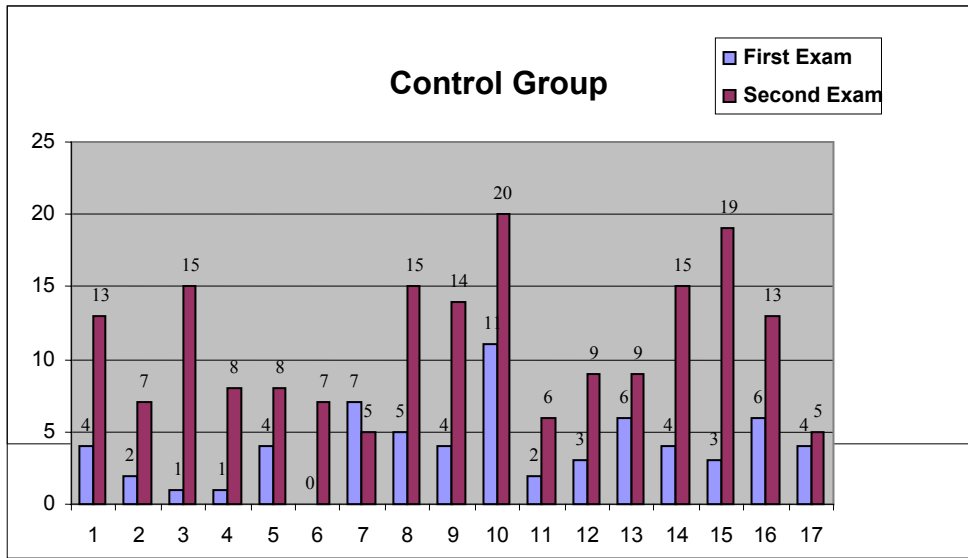


Table- 2

In Tables 3 and 4, when we compare the students' performances in the first and the second exams respectively, we see that the control group has shown a better improvement than the experimental group.

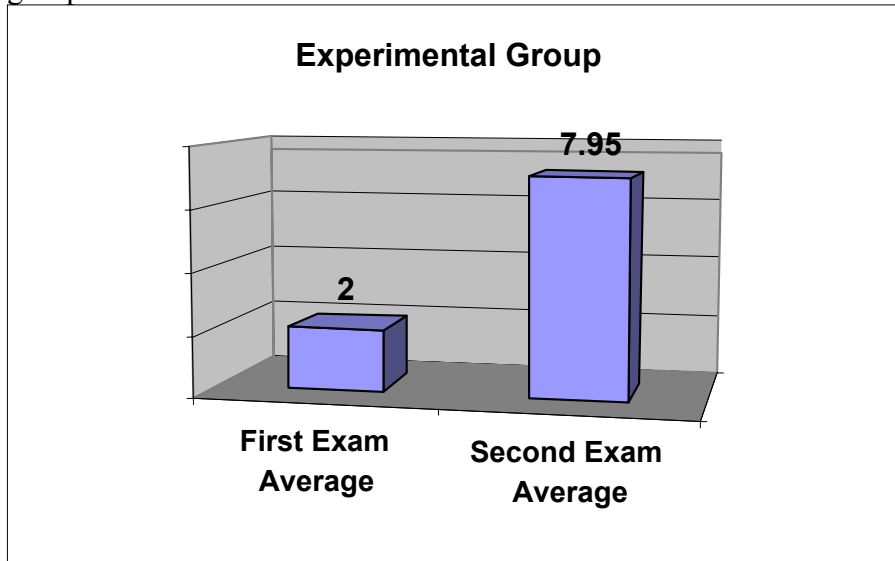


Table- 3

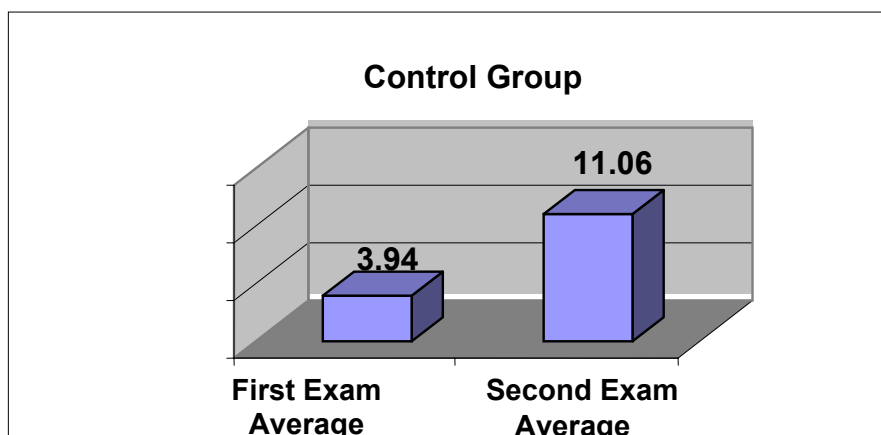


Table- 4

In Table 5, when we look at the first exam averages of the two classes, we see that in the first exam the control group has performed better. This was an expected outcome considering the phases of the research, because they were taught the new words before they took the exam. However, the experimental group didn't have any prior knowledge of the new words when they first took the exam. So, the chart below shows the expected outcome of the first exam.

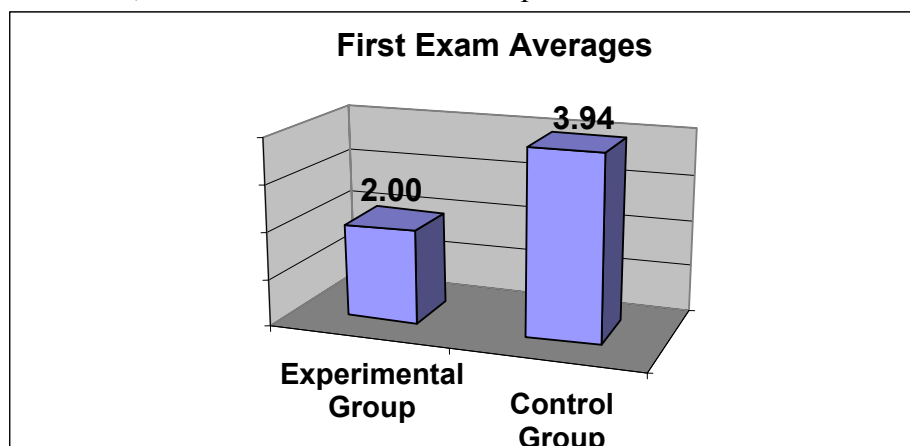


Table- 5

However; the unexpected outcome is the relatively better but still meagre performance of the control group in the first exam. Although they had already studied the meanings of the new words, they still couldn't perform very well. This might be because of the fact that the maximum of the students' vocabulary learning capacity is 5 to 9 words a day. However, it shouldn't be neglected that the students' performance in the control group was not even the minimum either. The average success rate of the class is nearly 4 words out of 20.

Sınav yoluyla öğrenme: sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?

On the other hand, in the final retention test, we see that the control group performed better than the experimental group; who took the test first then studied the words before the final retention test. You can find the tables below.

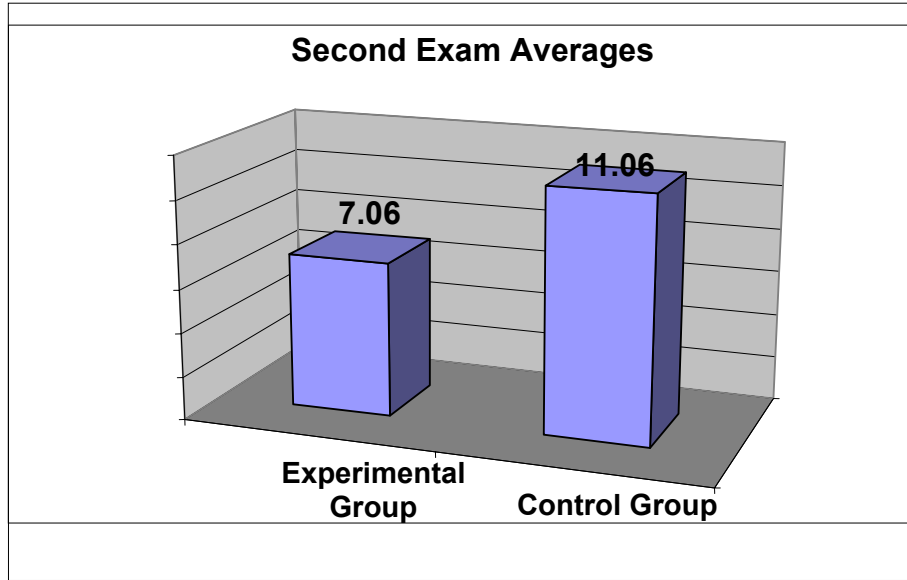
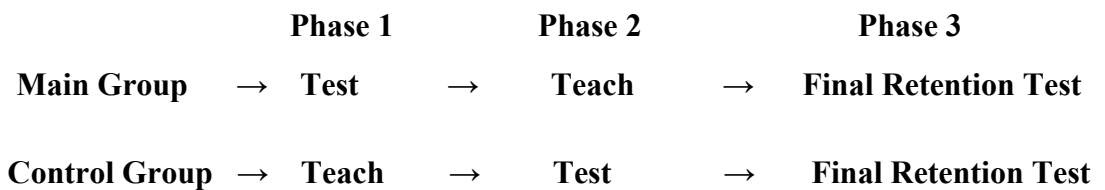


Table- 6

Conclusion

According to the outcomes of the research it can be concluded that testing cannot be used efficiently as an aid in the vocabulary learning in a second language. However, there is another outcome of this research which shouldn't be undermined. Although my hypothesis proved wrong when we compare the final retention test outcomes, I also realised something which should also be kept in mind. Let's remember the process again before discussing the alternative idea.



As we see, according to the chronology, the first valid test of the main group is not the first test but rather the "final retention test". In order for us to call a test a means of assessment, the students should have studied the material that they will take the test on. In other words, the first test of the experimental group cannot be said to be a "real test", because it is not designed to test their knowledge but rather used as an alternative means of stimulation. Therefore, it is also logically fair to compare the outcomes of the final retention test of the experimental group and

the first test of the control group, both of which are the first tests of the students after they have studied the new words properly.

In Table 7, we can see that the students of the experimental group have performed better in their first proper exam than the students of the control group.

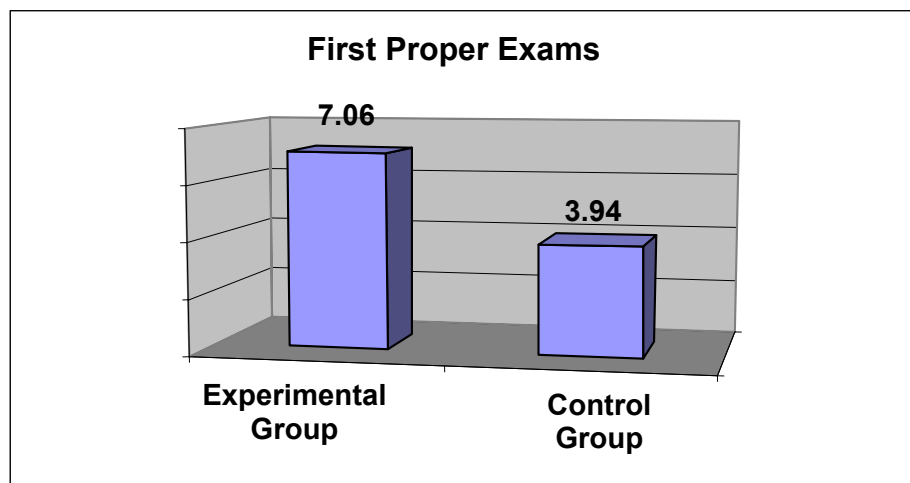
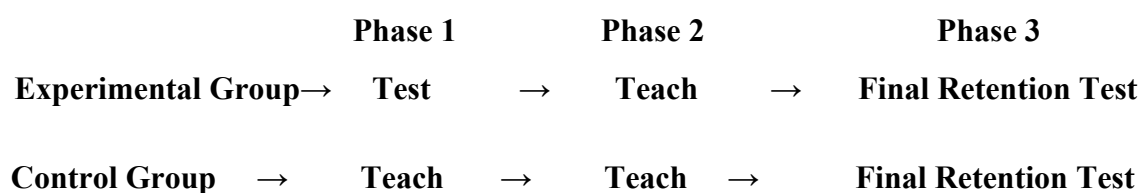


Table- 7

This leads us to the conclusion that the research method needs revising. If I had conducted the research as is shown below, my hypothesis could very easily be proved.



The difference that would lead my hypothesis to success is a difference in method where we omit the test in the second phase for the control group and teach them the new words instead. So, the test that the experimental group takes will turn out to be a warm up which will raise the students' awareness and curiosity towards the new words and will act as an efficient stimulator. The efficiency of the stimulation can be compared to the repeated studying of the material which will be conducted to the control group.

The research result

When we consider the outcomes, we come up with the conclusion that the classical teaching – testing cycle doesn't lead us to the students' improvement of their acquisition of vocabulary when learning a second language.

However, when we think about the new conclusions where we change the cycle of the research, we see that my hypothesis can actually be proved. We see that testing raises the curiosity of the

Sınav yoluyla öğrenme: sınavların ikinci dil öğrenimine katkısı var mıdır?

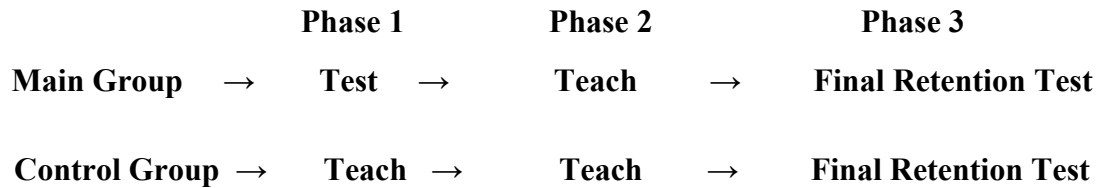
students towards the vocabulary they are tested on either because of its stimulative effect or because it gives a chance to restudy the material.

So, although further research needs to be done in order to distinguish between the two qualities of testing mentioned above, this research can be thought as an advice to the teachers to lead them think of the exam in Phase 1 as a warm up for the vocabulary that the students will learn in the following lesson. Dealing with the words that they have never met before in an examination environment will raise their curiosity towards the words and they will learn them better than the students who meet these words for first time during the lesson. So, the role of testing can be used as a more effective stimulation for the learners than repetitive studying.

Suggestions for further researches

To be able to understand this phenomenon better, we have to redesign our research method which will inevitably lead us to another action research. This new research has the same process with the last one for the experimental group; however for the control group we follow a different process. Instead of taking a test in the second phase, the control group should study the new words again. This will lead us to the hypothesis: “Is testing a more effective stimulation for the learners than repetitive studying even if those tests are not graded”. So, the approach will be more of a psychological one.

You can find the details of the process below.



Another way to reach to more solid conclusions is to repeat the tests and compare the outcomes of the repeated tests that are taken at different intervals and see whether testing proves better than restudying the material in the long run.

References

- Brown, James Dean. *Understanding Research in Second Language Learning: “A Teacher's Guide to Statistics and Research Design”*. London: Cambridge University Press, 1988.
- Costello, Patrick J.M. *Action Research*. New York: Continuum, 2004.
- Genesee, Fred and John A. Upshur. *Classroom-based Evaluation in Second Language Education*. London: Cambridge University Press, 1996.
- Lightbrown, Patsy M. And Nina Spada. *How Languages Are Learned*. New York: Oxford University Press, 2006.
- Roediger, Henry L. and Karpicke, Jeffrey D. *Test-Enhanced Learning “Taking Memory Tests Improves Long-Term Retention”*. (February 2006). Washington University Department of Psychology. January 2009. <<http://www3.interscience.wiley.com/journal/118597351>>