



Bilgi Sunma Aracı Olarak Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odaları Web Siteleri İçerik Analizi

Yrd. Doç. Dr. Salim ŞENGEL
Anadolu Üniversitesi, Bozüyük M.Y.O.

Özet

Günümüzde bilginin değeri gittikçe artmaktadır. Teknolojik gelişmeler beraberinde bilginin hızla iletimi ve değişimini getirmiştir. Özellikle internet aracılığıyla bilgi iletimi ve sunumunda ulusal sınırlar aşarak dünya ölçeğinde bilgi paylaşımı gerçekleşmektedir. Bilgi iletimi ve sunumunda önemli bir yeri olan web siteleri internette yerini almıştır. Mesleki kuruluş olarak da Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Odaları web sitelerini oluşturmuşlardır. Bu çalışmada bilgi sunma aracı olarak Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Odalarının web sitelerinin içerik analizi yapılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Bilgi, Web siteleri, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Odaları, İçerik analizi.

Abstract (Analyses of contents of Certificated Public Accounts Websites as an Instrument of Information)

In today's world, the value of information is constantly increasing. Technological advances have brought faster communication and change of information together with it. Communication and presentation of information is global especially via the Internet. Web sites who have an important place in communication and presentation of information have taken their space on the Internet. As a vocational institution, Certificated Public Accounts have formed their web sites, too. On this project, Certificated Public Accounts web site's content as a tool of presenting information has been analysed.

Key Words: Information, Web sites of Certificated Public Accounts, content analysis.

1. Giriş

Son yıllardaki hızlı teknolojik gelişme beraberinde bilginin hızla yayılmasını ve iletilmesi sağlamıştır. Bilgi çağına doğru hızla ilerlediğimiz günümüzde bu gelişmeleri yakalayabilen toplumlar ile gelişmelerden uzak kalan toplumlarla arasındaki farklarda hızla büyümektedir. Bu gelişmelere neden olan esas itibarıyla bilgidir. Bilginin günümüzde en hızlı bir şekilde yayıldığı ve iletiildiği ortam ise internet ortamı ve özellikle web siteleridir.

Bilgiyi yaratmak, üretmek kullanmak ve değişimini yapmak belki de insan ha-

yatının temel uğraşlarından birisidir. Çağlar boyunca insanlar bilginin kendi istek ve amaçları doğrultusunda kullanımını sağlamak ve belirsizlikleri azaltmak için uğraşıp durmuşlardır. Endüstri devriminden bu yana teknolojinin insanlara sağladığı olanaklar sayesinde, birkaç yüzyıl önce sadece imtiyazlı bir azınlık grup sahipken günümüzde kitap, radyo, televizyon, dergi, gazete, telefon, posta ve pek çok kişi için bilgisayar vb. iletişim teknolojisi olarak adlandırılan teknoloji ürünleri ile bilginin sağlanabileceği araçlar olmaksızın bir yaşam düşünmek neredeyse olanaksız hale

gelmiştir. Günümüzde bilgiyi kullanıma zaya olanak sağlayan teknolojik olanaklar o derece yaygın hale gelmiştir ki bilgi adeta herkesin parmağının ucundadır. (Hepkul,1999;4)

Son yıllardaki teknolojik gelişmeler baş döndürücü niteliktedir. Özellikle bilişim teknolojisindeki gelişmeler insan ve toplum yaşamında önemli değişimlere yol açmaktadır. Bilişim teknolojisindeki gelişmeler sayesinde bilgiye ulaşmak sorun olmaktan çıkmıştır. Günümüzde "bilgi teknolojilerini yoğun olarak kullanan toplumlara "bilgi toplumu"bu teknolojilerinin kullanımının yoğunlaştığı ve karmaşıklaştığı döneme de "bilgi çağı" tanımı yakıştırılmaktadır." (Saym,1998;6)

2. Bilgi Sunma Aracı Olarak Web Siteleri

Bilişim teknolojisi yaşamın her alanında yeni olanaklar sunmakta ve insanları değişime zorlamaktadır. Bireylerin günlük yaşantısı, geçmiş on yıllara bakıldığında hiç beklenmeyen ölçüde değişmiştir. On yıl öncesinde söz konusu olmayan pek çok yeni hizmet bugün günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur. İletişimin her türdeki verinin iletilmesine olanak vermesi sonucu, bölgeler arası uzaklık ortadan kalkmıştır. Dünyanın herhangi bir yerindeki kişi kendisine çok uzakta bulunan bir veriye anında ulaşabilmekte ve bu veriler çok değişik alanlarda çok değişik amaçlarla kullanılabilir. (Hepkul, 1999;17) Özellikle internet bireylerin, toplumun ve ekonomik yaşamda önemli derecede etkilerde bulunmaktadır. İnternet bir bilgi iletişim aracı olmanın ötesinde güçlü bir dağıtım ve ticaret aracı haline gelmiştir. (Yalçın, Demircioğlu, 2002;112) Bugün için, Amerika'nın % 20'si İnternet bünyesinde olup Avrupa bunun çok gerisinde, Türkiye'de ise 7 milyon civarında internet kullanıcısı bulunmaktadır 2005 yılında Amerika nüfusunun % 68'inin internet kullanıcısı olması beklenmektedir. Bu da yaklaşık 194 milyon kişi yapmaktadır. Türkiye'de ise 2005 yılında 16 milyon kullanıcı olacağı tahmin edilmektedir. Kullanım kolaylığı, insanları teknolojik ilerlemeye entegre etmektedir. Günümüzde internet aracılığıyla önemli bir bilgilen-

dirme aracıda web siteleridir. Üç tür web sitesinin varlığından bahsedilebilir. Bunlar, tanıtım (presence), bilgi sağlama (informational) ve e-ticaret (e-commerce) modelleridir. Bu sitelerin özellikleri şöyle belirtilebilir, (www.inet-tr.org.tr/inetconf9/sunum/35.ppt)

- Tanıtım (Presence) Modeli

Bu tür sitelerde çok fazla bilgi bulunmamaktadır.

Kullanıcılar, özel bir bilgi almak istediklerinde bu sitelerle ilgilenmektedirler. Bu tür siteler, küçük gruplar tarafından hazırlanmaktadır ve dizayna özel olarak dikkat edilmemektedir.

- Bilgi Sağlama (Informational) Modeli

Bunlar bilgi ağırlıklı sitelerdir.

Sitenin sayfaları, bilgiler nedeniyle çok ağırdır.

Özel olarak tasarlanmışlardır.

Kullanıcıların sorularının cevaplandırıldığı kuruluş siteleridir.

- E-ticaret (commerce) Modeli

Bu siteler satışa dönük tasarlanmıştır.

Alt yapısı ona göre hazırlanmıştır.

Günümüzde web siteleri kuruluşların en önemli iletişim araçlarından birisi haline gelmiştir. Aynı zamanda kuruluşlar kendi adları ile yayın yaptıkları web sitelerinde telif hakkı bilgisine yer vermektedirler. Bu bilgi kuruluşların web sitelerini sahiplendiklerini göstermektedir. Kuruluşlar kendi varlıkları içinde kabul ettikleri web siteleri aracılığıyla da ilgilileri ve kamuoyunu bilgilendirmektedirler. Bu yolla yapılan yayınlar aracılığıyla kuruluş kendisi ile ilgili olan olmayan çok sayıda ve farklı kitlelere ulaşmış olabilmektedir. Kuruluşların web sayfası kullanımı nedenlerini şöyle sıralayabiliriz;

- Kolayca ulaşılabilir.

- Maliyet düşüktür.

- Kullanıcılardan bilgi almak olanaklıdır.

- Sürekli yayındadır.

- Güncellenebilir

- Ulusal ve uluslar arası düzeyde yayın yapılabilir.

- Standart bir sayfa formatına bağlı kalınmaz.

- İstenildiği gibi şekillendirilebilir.

- Kapsamlı ve çeşitli konularda bilgi sunulabilir.

- Uzaktan erişim sağlanır.

- Tanıtım sağlar.

- Daha fazla kitlelere erişimi sağlar.

Web sitesi içerik,kapsam tasarımı, teknik seviyesinin belirlenmesi, işlevsellik, görsellik, görsel tasarım, sitenin albenisi ve kullanım kolaylığı gibi unsurlar üzerinde itina ile durulması ve buna uygun yapılandırılmalara gidilmesi gerekir. (Erdal, 2003;.141). Bu bağlamda, kuruluşların önemli bir iletişim, tanıtım ve bilgilendirme aracı olarak iyi bir web sitesi nasıl olmalıdır? Bunun için dikkate alınması gereken kriterleri şöyle sıralayabiliriz; (www.inettr.org.tr/inetconf9/sunum/35.ppt)

- Görsel sunum

- İçerik

- Tanınırlık

- Güncellik

Web siteleri dünyaya açılan pencere ve dünya ile entegrasyonun bir aracı olarak kesintisiz olarak yayın halindedir. Bu siteleri ilgili kişilerin yanında ilgili olmayan çok sayıda kişi ziyaret etmektedir. Bu bağlamda bir web sitesinde şunlara dikkat etmekte fayda vardır;

(www.onar.com.tr/webokulu/iyisayfa.html)

- Web Sayfası ne amaçla hazırlanmış ise onu sunmalıdır. Bir bütünlük içermeli ve ulaşılmak istenilen bilgi el altında bulunmalıdır.

- Sayfada gereksiz grafikler bulunmalıdır. Nedeni, ülkemiz şartlarında zaten yavaş olan **internette** sayfayı ziyaret eden kişi anlamsız yere orada bulunan grafiklerin yavaşlattığı sayfayı beklemekten sıkılacak ve hemen başka bir adrese gideceklerdir

- Sayfa kurumun misyonuna uygun olmalıdır.

- Arka planda müzik veya sayfanın arka planına dev ebatlarda resim koymak sık rastlanılan hatalardandır.

- Sayfanın renklerinde bir bütünlük olmalıdır

- Sayfa kuruma özgü olmalıdır.

Günümüzde, kuruluşları web siteleri aracılığıyla üyelerine hizmet etme düzeyleri artmıştır. Kamu kurumlarının kamu-yu bilgilendirici web siteleri yanında meslek kuruluşları ve odalarının da bilgilendirici web sitelerinin sayısı hızla artmaktadır. Türkiye'de 3568 sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu" ile yasal meslek statüsünü kazanmış olan serbest muhasebecilik, serbest muhasebeci mali müşavirlik, yeminli mali müşavirlik meslekleri, mesleki olarak örgütlenmesini tamamlamış bulunmaktadır. İl bazında meslek odaları oluşturulmuş ve aynı zamanda bu odaların oluşturduğu bir birlik şeklinde örgütlenmede bulunmaktadır. İl düzeyinde oda şeklindeki mesleki örgütler web sitelerini oluşturmuş ya da oluşturmak üzere çalışmalarına başlamış bulunmaktadır. Odaların oluşturdukları bu siteler bilgi siteleri niteliğindedir. Bu siteleri oluşturma nedenleri işe şöyle sıralanabilir;

- Mesleki bilgi paylaşımı

- Mesleğin tanıtımı

- Küresel iletişim olanağı

- Meslek mensupları ile daha iyi iletişim

- İletişim masraflarından tasarruf

- Paylaşım, işbirliği,

- Güncel mevzuat hakkında bilgi,

- Ekonomik bilgilerin paylaşımı

- Bilimsel bilgilerin paylaşımı,

- Oda duyurularını yapma ,

- Stajlar hakkında bilgi verme,

- Oda üyelerinin görüşlerini alabilme, şeklinde sıralanabilir.

3. Araştırma Bilgileri 3.1.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odalarının, muhasebe meslek mensuplarını ve diğer ilgili kişi ve kurumlar" ile kamuoyunu web siteleri aracılığıyla nasıl bilgilendirdikleri hakkında bilgi sunmaktır.

Bu araştırma, SMMM odalarının bir hizmet sunma aracı olarak web sitelerini

ne şekilde hazırladıklarını ve hangi hizmetleri sunduklarını, hizmet sunma aracı olarak web sitelerinin oynadığı rolü belirlemeyi amaçlamaktadır.

3.2. Araştırma Yöntemi

Bilgiye ulaşım ve bilgiyi ulaştırma aracı olarak web sitelerinin oynadığı rol kalitatif araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yoluyla belirlenmesi amaçlanmıştır. İçerik çözümlemesi, sosyal gerçeğin yazılı/açık (manifest) içeriklerinin özelliklerinden yazılı/açık(manifest) olmayan içerik özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir. (Gökçe,1995;24)

İçerik analizi, 20. yüzyılın başında Columbia gazetecilik okulunda gazetelerin nicel analizine ilişkin çalışmalarıyla ortaya çıktığı kabul edilmektedir. İçerik analizi

iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel yollardan betimlenmesidir. Yorum ve çıkarımlara dayandıklarından öznel yanlar taşıyan içerik analizi tekniği aynı zamanda araştırmaların yaratıcılığına da izin vermektedir. (Babacan, 2003;159)

Bu araştırma web siteleri ziyaret edilerek geliştirilen bir değerlendirme formu üzerinde gerekli bilgilerin işaretlenmesi yoluyla yapılmıştır.

3.3. Örneklerin Oluşturulması

Türkiye'deki 69 ildeki SMMMO odasının web siteleri ana kütle olarak seçilmiş, bunlardan 39 odanın web sitesi yayın halinde olduğundan incelenmiş olup, diğer 30 odanın web sitesi yapım aşamasındadır. İncelemeye alınan odaların web siteleri şunlardır;

ADANA	www.adana.smmmo.org.tr
ADİYAMAN	www.adivaman.smrnmo.org.tr
AFYON	www.afvon.smrnmo.org.tr
AKSARAY	www.aksmmmo.org
ANKARA	www.asmmmo.org.tr
ANTALYA	www.antalva.smmmo.org/tr
AYDIN	www.avdin.smmmo.org.tr
BALIKESİR	www.balikesir.smmmo.org.tr
BATMAN	www.batman.smmmo.org.tr
BİLECİK	www.bilecik.smmmo.org.tr
BURDUR	www.burdur.smmmo.org.tr
BURSA	www.bursa-smmmo.org.tr
ÇANAKKALE	www.canakkale.smmmo.org.tr
DÜZCE	www.duzce.smmmo.org-tr
EDİRNE	www.edirne.smmmo.org.tr
ELAZIĞ	www.elazig.smmmo.org.tr
ESKİŞEHİR	www.esmmmo.org
GAZİANTEP	www.gaziantep.org.tr
HATAY	www.hatav.smmmo.org.tr
İSPARTA	www.isparta.smmmo.org.tr
İSTANBUL	www.ismmmo.org.tr
İZMİR	www.izsmmno.com
KARAMAN	www.karamansmmmo.org.tr
KAYSERİ	www.kavseri.smmmo.org.tr
KOCAELİ	www.kocaelismmno.org
KONYA	www.konya-smmmo.org.tr

MALATYA	www.malatya.smmmo.org.tr
MARDİN	www.mardin.smmmo.org.tr
MERSİN	www.mersin.smmmo.org.tr
MUĞLA	www.mugla.smmmo.org.tr
NEVŞEHİR	www.nevsehir.smmmo.org.tr
RİZE	www.rize.smmmo.org.tr
SAMSUN	www.samsun.smmmo.org.tr
ŞANLIURFA	www.sanliurfa.smmmo.org.tr
TEKİRDAĞ	www.tekirdag.smmmo.org.tr
UŞAK	www.usak.smmmo.org.tr
VAN	www.van.smmmo.org.tr
YALOVA	www.yalova.smmmo.org.tr
YOZGAT	www.yozgat.smmmo.org.tr

Tablo 1.İncelenen SMMM Odaları Web Siteleri

3.4. Araştırma Bulguları

Bilgi siteleri olarak 39 SMMO Web siteleri interaktiflik, sörf yapma, sponsor, fonksiyonellik, site yapım özellikleri,site bilgi içerikleri, yayınlar, mesleki bilgiler, mevzuat, eğitim etkinlikler, mesleki etkinlikler, sosyal etkinlikler ve stajlar başlıkları altında incelenmiştir.

Araştırmada yüzde analizi yapılmıştır.

3.4.1. interaktiflik

Tablo-2'de görüldüğü gibi web sitelerinin büyük çoğunluğunda (% 84) adres, telefon numarası gibi bilgiler var iken bilgi kullanıcılarının fikirlerini öğrenme konusunda iletişim kanallarını açık tuttukları pek söylenemez. Web sitelerinin çoğunluğu, %80 civarında bilgi kullanıcılarının görüşlerine öğrenme konusunda online anket vb yöntemlere başvurmamaktadır.

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Telefon Numarası	39	33	84,6	6	15,4
Adres	39	33	84,6	6	15,4
Bize Ulaşın	39	22	56,4	17	43,6
Online Bilgi Formu	39	10	25,6	29	74,4
E - mail Listeleme	39	16	41,0	23	59,0
Online Anket	39	9	23,1	30	76,9
Online Yorum Veya Öneri Formu	39	7	17,9	32	82,1

Tablo-2; Web Sitelerinin İnteraktifliği

3.4.2-Sörf Yapabilme Durumu

Sörf yapma açısından incelendiğinde sitelerin hepsi kullanım kolaylığına sahip

bulunurken ancak %48,7'sinde site içi arama yapılabilir durumdadır

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Faydalı Linkler	39	33	84,6	6	15,4
Diğer Odalara Bağlantı	39	23	59,0	16	41,0
Kullanma Kolaylığı	39	39	100,0	0	0,0
Sitede Dolaşma Rahatlığı	39	36	92,3	3	7,7
Sörf Yapma Rahatlığı	39	24	61,5	15	38,5
Arama Yapma	39	19	48,7	20	51,3

Tablo-3; Sörf Yapabilme Durumu

3.4.3. Sponsor Durumu

Aşağıda tabloda da görüldüğü gibi, Web sitelerinin ancak % 25'lik bir kısmının

sponsoru bulunurken büyük çoğunluğunun (%75) sponsoru bulunmamaktadır.

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Sponsor	39	10	25,6	29	74,4
Sponsora Ulaşım	39	10	25,6	29	74,4
Sponsor Tanıtımı	39	7	17,9	32	82,1

Tablo-4: Sponsor Durumu

3.4.4. Fonksiyonellik ve Site Özellikleri

Aşağıda Tablo-5'te görüldüğü gibi web sitelerinin yarısında güncelleme tarihi bulunurken yarısında bulunmamaktadır. Bir bilgi sitesi olarak bu sitelerin yayınladıkları bilgilerin ne kadar güncel olduğu bilinmemektedir. Diğer yandan yabancı

dilde sitelerin yayın yapanlarının sayısı sadece 5(%12,8) olup diğer büyük çoğunluğu 34 (%87.2) yabancı dilde yayın yapmamaktadır. Bu bir bilgi sitesi olarak sadece yurt içine yönelik yayın yapan site haline getirmektedir. Yurt dışından site ile ilgilenenler herhangi bir bilgiye ulaşamayacak ve bilgilenemeyecektir

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Önemli Linkler	39	29	74,4	10	25,6
Üye Girişi	39	17	43,6	22	56,4
Sıkça Sorulan Sorular	39	5	12,8	34	87,2
Staj Başvurusu	39	9	23,1	30	76,9
Siteye Üye Olunabilme	39	14	35,9	25	64,1
Üyelere Gelişmeleri e-maille Bildirme	39	18	46,2	21	53,8

Destek Hattı	39	3	7,7	36	92,3
Basındaki Konumu	39	24	61,5	15	38,5
Flaş Animasyon	39	16	41,0	23	59,0
Giriş Sayfası	39	33	84,6	6	15,4
Ziyaretçi Sayısı	39	26	66,7	13	33,3
Logo	39	25	64,1	14	35,9
Slogan	39	6	15,4	33	84,6
İndirilebilir Menü	39	10	25,6	29	74,4
Güncelleme Tarihi	39	19	48,7	20	51,3
Hava Durumu	39	11	28,2	28	71,8
Genel Renk Uyumu	39	34	87,2	5	12,8
Site Menüsü	39	33	84,6	6	15,4
Genel Görünüş	39	30	76,9*	9	23,1
Erişim Hızı	39	36	92,3	3	7,7
Banner Reklam	39	10	25,6	29	74,4
Video	39	1	2,6	38	97,4
Arka Plan	39	30	76,9	9	23,1
Kaydırma Çubuğu	39	25	64,1	14	35,9
Download Olanakları	39	15	38,5	24	61,5
Download Kolaylığı	39	16	41,0	23	59,0
Yabancı Dil	39	5	12,8	34	87,2

Tablo-5: Fonksiyonellik ve Site Özellikleri

Günümüzde en ucuz ve hızlı iletişim araçlarından birisi de e-maillerdir. Sitelerde e-mail ile üyelerin sadece 18'i (%46.2) bilgilendirilmekte geri kalan yarısından çoğunluğu ise bu yolla bilgilen dirilmemektedir. Ayrıca tablodan da görülebileceği gibi sitelerin çoğunluğunda sıkça sorulan sorular kısmı bulunmamakta olup, çok az sayıdaki sitede, 5 (%12.8) bu bölüm bulunmaktadır.

3.4.5. Site Bilgi İçerikleri

Bilgi web sitesi olarak sitelerin bilgi içeriklerine baktığımızda bilgi içeriği bakımından çok zengin olmadıkları görülmektedir. (Tablo-6) Sitelerin yaklaşık %60'ında kitap, dergi, makale konusunda yayın bulunmamaktadır. Sitelerin yarısında bülten yayını bulunmaktadır.

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Yayımlar					
Bülten	39	18	46,2	21	53,8
Makale	39	13	33,3	26	66,7
Dergi	39	14	35,9	25	64,1

Kitap	39	15	38,5	24	61,5
Mesleki Bilgiler					
Uluslar Arası Mesleki Kuruluşlar	39	5	12,8	34	87,2
Ücret Tarifesi	39	10	25,6	29	74,4
Mali Takvim	39	19	48,7	20	51,3
Vergi Bilgileri	39	38	97,4	1	2,6
Ekonomik Veriler	39	17	43,6	22	56,4
Mali Rehber	39	15	38,5	24	61,5
Sosyal Güvenlik Bilgileri	39	2.8	71,8	11	28,2
Mevzuat					
Güncel Mevzuat	39	36	92,3	3	7,7
Kanunlar	39	37	94,9	2	5,1
Tebliğler	39	34	87,2	5	12,8
Muhasebe Standartları	39	25	64,1	14	35,9
Oda Bilgileri					
Oda Tarihçesi	39	14	35,9	25	64,1
Oda Organizasyon Yapısı	39	29	74,4	10	25,6
Oda Başkanın Mesajı	39	18	46,2	21	53,8
Oda Kurulları	39	32	82,1	7	17,9
Oda Duyuruları	39	31	79,5	8	20,5
Güncel Duyurular	39	32	82,1	7	17,9
Bulunduğu İl Tanıtımı	39	13	33,3	26	66,7

Tablo-6: Site Bilgi İçerikleri

Diğer yandan sitelerin çoğunluğunda (%79.5) oda duyuruları ve vergi bilgileri (%97.5) bulunmaktadır. Ancak yarıdan fazla sitede mali rehber (%61.5) ve ekonomik veriler (%56.4) bulunmamaktadır.

Ayrıca mevzuat konusunda web sitelerinin oldukça iyi oldukları görülmektedir. Sitelerin büyük çoğunluğunda güncel mevzuat (%92.3), kanunlar (%94.9) ve tebliğlerle (%87.5) ilgili yayınlar bulunmaktadır. Odalar web siteleri aracılığıyla odaların tanıtımını yapmaktadırlar.

Ancak odanın bulunduğu ilin tanıtımı konusunda fazla ilgili davranmamışlardır.

Sadece sitelerin %33.3'de il tanıtımı yapılmıştır.

3.4.6. Eğitim Etkinlikleri

Odaların büyük çoğunluğunun mesleki anlamda eğitim etkinliklerinde bulunmadıkları görülmektedir. (Tablo-7) Eğitim etkinliği olarak odaların Serbest Muhasebecilik ve Mali Müşavirlik hazırlık (%33) ve yeterlilik (%30) sınavları için kurslar düzenledikleri görülmektedir. Diğer yandan sosyal etkinlik konusunda da odaların zayıf oldukları görülmektedir. Odaların % 71.8' de sosyal etkinlikle ilgili bilgiye rastlanmaktadır.

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Eğitim Etkinlikleri					
SMMM Staja Başlama Haz. Kur.	39	13	33,3	26	66,7
SMMM Yeterlilik Sınavı. Haz. Kur.	39	12	30,8	27	69,2
Tesmer Seminerleri	39	22	56,4	17	43,6
Mesleki Etkinlikler					
Seminer	39	10	25,6	29	74,4
Panel	39	7	17,9	32	82,1
Sempozyum	39	6	15,4	33	84,6
Sosyal Etkinlikler	39	11	28,2	28	71,8

Tablo-7: Etkinlikler

Ayrıca odaların seminer (%25.6), panel (%17.9) ve (%15.4) oranında da sempozyum etkinliklerinde bulunduğu görülmektedir.

3.4.7. Staj

Web sitelerinin çoğunluğunda TESMER hakkında (%74.4) bilgi var iken staj yönetmeliği (%38.5), stajyer olabilme koşulları (%33.3), sınav yönetmeliği (%46.2), staj takvimi (%43.2) konusunda ilgilileri fazla bilgilendirmedikleri görülmektedir. Halbuki mesleğe yeni girecek kişilerin çok iyi şekilde bilgilendirilerek mesleğe bilinçli

tercih yapmış kişilerin gelmesi sağlanması açısından önemlidir. Sadece meslek mensubu olma açısından değil aynı zamanda meslek hakkında bilgi edinmek isteyen diğer kişiler açısından da mesleğin tanıtımı önemlidir. Ayrıca odaların web siteleri aracılığıyla staj formu elde edebilme ve başvuruda bulunabilme ise her dört oda sitesinden sadece birinde olanaklı olabilmektedir.

Değişkenler	Toplam Frekans	Var		Yok	
		Frekans	%	Frekans	%
Tesmer Hakkında Bilgi	39	29	74,4	10	25,6
Staj Yönetmeliği	39	15	38,5	24	61,5
Stajyer Olabilme Koşulları	39	13	33,3	26	66,7
Sınav Yönetmeliği	39	18	46,2	21	53,8
Staj Takvimi	39	17	43,6	22	56,4
Başvuru Formları	39	9	23,1	30	76,9
Staj Başvurusu	39	10	25,6	29	74,4
Sınav Sonuçları	39	25	64,1	14	35,9

Tablo-8: Staj

4- Sonuç

Günümüzde web siteleri önemli bir bilgi sunma aracı haline gelmiştir. Bu siteler aracılığıyla sunulan bilgilerin içerik ve kapsam olarak kullanıcılara sağlayacağı fayda yanında sitelerin tasarım, görsellik, fonksiyonellik gibi özellikleri de kullanıcıların siteleri daha sık ziyaret etmelerini sağlamaktadır. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odalarının bilgi sunma aracı olarak kullandıkları web siteleri ülke genelinde tamamlanıp yayına başlamamıştır. Bu sitelerde yayında olanları ise bilgi sunma işlevini yerine getirmesine rağmen bunu tam olarak yerine getirebildiklerini söylemek güçtür. Her şeyden önce sitelerin yarıya yakınında sitenin güncelleme tarihine ilişkin bilginin olmaması bir bilgi sitesi açısından bir eksikliklerdir. Ayrıca sitelerin çoğunluğunda kullanıcıların fikirlerini öğrenmeye yönelik online yorum, anket gibi kısımlar bulunmamaktadır.

Diğer yandan Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Odalarının oluşturduğu bu siteler meslekle ilgilenenler, meslek mensubu olmak isteyenler, mesleği tanımak meslek hakkında bilgi edinmek isteyenleri bilgilendirme açısından en uygun araçlardan birisi olmasına rağmen sitelerde mesleki anlamda sunulan bilgiler kısıtlıdır. Ayrıca sitelerde yayınlar, stajlar ve stajlara hazırlıklar konusunda çok fazla bir bilgiye ulaşmak olanaklı değildir. Halbuki bilgi çağına doğru hızla ilerlerken bu sitelerde mesleki ve diğer bilgilerin yoğun bir şekilde sunulması, kullanıcıların bu bilgileri okumaları ve indirmek istediklerinde indirilebilir menden bilgiyi elde edebilmeleri yerinde

Ayrıca bir bilgi sunma aracı olarak hazırlanan web sitelerinde İngilizce kısımlarının olmaması da bir eksiklik olarak görülmektedir. Sadece anadilde sunulan bilgiler, sitelerin sadece ulusal düzeyde kalmasını, uluslararası düzeyde bilgi sunma işlevini yerine getirmesine olanak sağlamamaktadır. Bunun yanında sitelerin çoğunluğu buldukları ilin tanıtımını yapmamaktadır (%66.7). Buldukları ilin tanıtımını yapmaları kullanıcıları bilgilendirme açısından yararlıdır.

Kaynakça

Babacan, Muazzez; Türkiye deki Ekonomik krizin reklam içerik analizi yoluyla değerlendirilmesi, 8. Ulusal Pazarlama Kongresi 16-19 Ekim 2003 Kayseri)

Erdal, Murat; Web Sitesi Üretiminde proje Yönetimi Üretimi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi, Sayı:20, Cilt:5, Haziran 2003

Gökçe, Orhan; İçerik Çözümlemesi Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya, 1995, s.24)

Hepkul, Ayşe; İso 500 İşletmesinin Web Sitelerinin İçerik Analizi, Yayınlanmamış Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999

Sayın, Erol; 2000'li Yıllarda Küreselleşme ve bilgi çağının Türkiye'de ve Dünyada İşletmecilik Eğitime Etkileri, 6. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 2000'li yıllarda İşletmecilik Eğitimi Bildiri kitabı, Akdeniz Üniversitesi, 12-14 Kasım 1998 Antalya

Yalçın, Azmi; Demircioğlu, Mert; Bir iletişim aracı olarak internet siteleri; En büyük 100 Sanayi Firmasının İnternet Sitelerinin İçerik Analizi, Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:XXI sayı :1, 2002

(www.inet-tr.org.tr/inetconf9/sunum/35.ppt)

<http://www.onar.com.tr/webokulu/iyisayfa.html>

Gençler Arasında Roman Okuma Oranı (%)

Y. Zelanda	39,4	Yunanistan	21,8
Avustralya	36	Lüksemburg	19,9
İngiltere	35	Fransa	16,6
Macaristan	29,6	Güney Kore	14
Kanada	28,7	Norveç	13,4
ABD	28,4	Belçika	12,5
Almanya	26,3	Finlandiya	12,1
İsviçre	22,1	Japonya	3

Kaynak: Nationmaster. * Referans, 09.12.2004.

Bin Kişiyeye Düşen Devlet Kütüphanesi Kitabı Sayısı

Gürcistan	15483,09	Danimarka	857,56
Monako	9866,16	Rusya	509,46
Liechtenstein	5053,79	Azerbaycan	471,80
San Marino	3805,25	İngiltere	464,26
İzlanda	2992,01	Almanya	420,97
Ermenistan	2058,34	Küba	266,34
Lüksemburg	1761,50	Kanada	225,66
Litvanya	1603,58	Fransa	207,86
Singapur	1176,02	Venezuela	149,66

Kaynak: Nationmaster. * Referans, 24.1.2005.