



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

ANADOLU BİL

MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

İSTANBUL AYDIN UNIVERSITY

**JOURNAL OF ANADOLU BİL VOCATIONAL
SCHOOL OF HIGHER EDUCATION**

Yıl/Year: 14 Ekim - Kasım - Aralık 2019 / October - November - December 2019 - **Sayı/Number:** 56
ISSN 1306 - 3375

KÜNYE IDENTITY

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. / Anadolu Bil Vocational School Journal is published quarterly. The copyrights of all articles published in this journal belongs to Anatolian Vocational School of Higher Education. All rights are reserved under all kinds of Intellectual Property Law in relation to this publication. Without our prior written permission excerpts except for promotional purposes may not be reproduced. The opinions expressed in the articles published in this journal are those of the authors alone. The School does not accept any liability due to these opinions or for any inaccurate, unreliable, untimely or incomplete information contained therein, or for any reliance placed upon it.

ONURSAL BAŞKAN

Doç. Dr. Mustafa AYDIN

İAÜ ADINA İMTİYAZ SAHİBİ

Prof. Dr. Yedigâr İZMİRLİ

EDİTÖR

Prof. Dr. Candan VARLIK

EDİTÖR YARDIMCISI

Dr. Öğr. Üyesi Ayla ÜNVER ALÇAY

EDİTÖR KURULU

Prof. Dr. Yedigâr İZMİRLİ, Dr. H. Fatih AYDIN, Prof. Dr. Hasan SAYGIN, Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN, Prof. Dr. Mustafa ÇIKRIKÇI, Prof. Dr. Kamil BOSTAN, Prof. Dr. Selami GÖZENÇ, Prof. Dr. Necla ARAN, Dr. Öğr. Üyesi Güven ÖZDEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Faris KOCAMAN, Öğr. Gör. Özgül YAMAN

KAPAK TASARIM

Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ

AKADEMİK ÇALIŞMALAR KOORDİNASYON OFİSİ

İDARİ KOORDİNATÖR

Tamer BAYRAK

TÜRKÇE REDAKSİYON

Süheyla AĞAN

İNGİLİZCE REDAKSİYON

Seçil DURNA

GRAFİK TASARIM

Elif HAMAMCI

BASKI

Aymek Matbaa: İkitelli OSB Mah. Marmara A Blok Sok. No: 9 Küçükçekmece - İSTANBUL
Tel: 0212 494 38 56 / Faks: 0212 494 44 31 E-mail: muhasebe@aymekmatbaa.com.tr

EBSCO Tarafından Uluslararası Taranmaktadır.

Yazışma Adresi: Beşyol Mahallesi İnönü Cad. No: 38 Küçükçekmece, İSTANBUL **Tel:** 444 1 428 **Faks:** 0 212 425 57 59 **www.aydin.edu.tr**

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi özgün bilimsel araştırmalar ile uygulama çalışmalarına yer veren ve bu niteliği ile hem araştırmacılara hem de uygulamadaki akademisyenlere seslenmeyi amaçlayan hakemli bir dergidir. / Journal of Anadolu Bil Vocational School of Higher Education is a double-blind peer-reviewed journal which provides a platform for publication of original scientific research and applied practice studies. Positioned as a vehicle for academics and practitioners to share field research, the journal aims to appeal to both researchers and academicians.

Hakem Kurulu

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. M. Mustafa ÇIKRIKÇI İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail Hakkı AYDIN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Selami GÖZENÇ İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Kamil BOSTAN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Osman Nuri UÇAN Altınbaş Üniversitesi

Prof. Dr. Hülya YENGİN İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Necla ARAN İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. M. Nafiz DURU İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Özkan ÖZDEN İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Taçnur BAYGAR Muğla Üniversitesi

Prof. Dr. Yaşar ONAY Halic Üniversitesi

Prof. Dr. Ali AYDIN İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Serkan İKİZ İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Kamil METİNER İstanbul Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Güven ÖZDEMİR İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ayla ÜNVER ALÇAY İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ercan ÖGE İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nurhan TALEBİ İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ferhat ÇAĞILTAY İstanbul Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Mete Karadağ İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Kenan SİVRİKAYA İstanbul Aydın Üniversitesi

İçindekiler - Contents

İşletmelerin devamlılığında kar ve maliyetin önemi

The importance of profit and cost in the continuity of enterprises

Ali GÜREL, Hayrünisa GÜREL 243

Motivasyon ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişki ve bir uygulama

The relationship between motivation applications and corporate commitment of workers and an application

Ayşe Eda AYTEKİN, Gizem AKINCI 255

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek risklerin değerlendirilmesi: bir ağız ve diş sağlığı merkezinde inceleme

The evaluation of risks to encounter in oral and dental health centers: examination in an oral and dental health center

Emre ULUPINAR, Necla DALBAY 271

Mücevherin tasarımı, üretimi ve pazarlanması

Design, production and marketing of jewelery

İlteriş ÇATALBAŞ, Nafiz DURU 291

Erkek egemen işlerde çalışan kadınlarda cam tavan sendromu ve iş motivasyonu

Glass ceiling syndrome and job motivation in women working in male dominated jobs

Müge ÇAKAR ÖZENÇ, Murat Adil SALEPÇİOĞLU 313

İşletmelerin devamlılığında kâr ve maliyetin önemi

Ali GÜREL^{1*}
Hayrünisa GÜREL²

Geliş tarihi / Received: 03.09.2019

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 04.09.2019

Kabul tarihi / Accepted: 05.09.2019

Öz

İşletmelerin faaliyetini sürdürebilmeleri, müşterilerini tatmin ederek, belli bir seviyenin üzerinde kâr elde etmelerine bağlıdır. Kârlılığı sağlamalarında kuruluş yeri seçimi, kullanılan teknoloji, insan kaynaklarının yeterliliği, pazar yapısının şartları vb. pek çok etkene bağlıdır. Ancak işletmenin kârlılığını etkileyen en önemli etkenlerin başında finansal yapısı gelir.

İşletmenin kaynakları, en uygun zamanda ihtiyacı karşılayacak süre ve şekilde kullanılmalıdır. Ayrıca bu kaynakların maliyeti, elde edilecek gelirin altında olmalıdır. Rasyonel davranan işletmelerin, bu konuda izledikleri yol iki şekilde ifade edilebilir: Birincisi, mevcut maliyet olanakları ile maksimum üretim geliri sağlanabilir; ikincisi, belirli bir üretim geliri minimum kaynak maliyeti ile gerçekleştirilebilir.

Elde edilen kaynaklarla kullanılan kaynaklar arasında optimum ilişki kurulmalıdır. İşletmenin, faaliyetini sürdürebilmesi için minimum kâr miktarı ne olmalıdır? Kullandığı bu kaynaklar, geliri nasıl etkilemektedir? Elde edilen kaynaklarla kullanılan kaynaklar arasında uyum nasıl sağlanmalıdır? Kaynakların alternatif kullanım alanları nasıl dikkate alınmalıdır? Tüm bunlar makalenin inceleme konusudur.

Anahtar Kelimeler: kâr, maliyet, fiyat, istikrar

^{1*} Dr. Öğretim Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi. Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu.
E-mail: aligurel@nku.edu.tr

² Öğr. Gör., Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

The importance of profit and cost in the continuity of enterprises

Abstract

The ability of businesses to sustain their activities depends on their customers' satisfaction and their profitability over a certain level. Selection of establishment location, technology used, adequacy of human resources, conditions of market structure etc. depends on many factors. However, the most important factor affecting the profitability of the enterprise is its financial structure.

The resources of the enterprise should be used in the most appropriate time and manner. In addition, the cost of these resources should be below the income to be obtained. We can explain the ways in which rational actors are following in this way in two ways. First, to provide maximum production revenue with available cost facilities. Second, ensure a certain production income with minimum resource cost.

An optimum relationship should be established between the resources obtained and the resources used. What should be the minimum profit for the enterprise to continue its activities? How these resources affect revenue. How to ensure the compatibility between the sources obtained and the resources used. How to consider alternative uses of resources. All this is the subject of examination of the article.

Keywords: *profit, cost, price, stability*

Giriş

İktisadi karar birimlerinden biri olan işletmeler, gelir ve harcama akımı içerisinde yer alarak faaliyetlerini sürdürürler. Mal ya da hizmet üretimi için gerekli olan girdileri satın almak için harcama yaparlar. Bu harcamalar maliyet kavramı içerisinde yer alır. Ürettikleri mal ya da hizmeti satarak gelir elde ederler. Bilimsel çalışan işletmeler, üretim kararlarını vermeden önce yapılacak olan harcamalar ile elde edilecek geliri öngörür. Bu öngörü çerçevesinde üretim kararları verilir.

İşletmeler üretim kararlarını verirken elde edilecek kârın büyüklüğü, gerekli ama yeterli olmayan bir ölçüttür. Elde edilecek kârın büyüklüğü kadar sürdürülebilirliği de önemlidir.

Elde edilmesi öngörülen kârın gerçekleşebilmesi için diğer iktisadi karar birimlerinin davranışlarının da doğru olarak öngörülmesi gerekir. Tüketicilerin, devletin, diğer ülkelerin davranışları ile birlikte bu davranışları etkileyen politikalar da işletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Gerek iç gerekse dış piyasalarda fiyat ve kalite açısından rekabet edebilecek güçte malların üretimi şüphesiz ki önemlidir. Ancak günümüzde hızla değişen pazar yapıları çerçevesinde değişen pazar koşullarına uyum sağlayabilmek de önemlidir.

Makalede; işletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için ekonomik ve normal kârın önemi açıklanmıştır. Daha sonra işletmelerin maksimum kâr sağlamaları ve elde edilen kârda sürekliliğin sağlanması konularına yer verilmiştir. Ardından işletmelerin maliyet yapısı üzerinde durulduktan sonra ekonomik istikrarsızlıkların etkileri açıklanmıştır. Sonuç bölümünde genel bir değerlendirme yapılmıştır.

İşletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için ekonomik kârın önemi

İşletmelerin genel amaçlarının başında kâr kavramı gelmektedir. Şüphesiz ki, işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için kâr elde etmesi önemlidir. Ancak elde edilen kâr tutarı, işletmenin faaliyetini sürdürmesi için yeterli değildir. Faaliyetini sürdürebilmesi için elde etmesi gereken en az kâr tutarı için şu ölçüleri kullanabiliriz:

İşletmenin gelirlerinden sabit ve değişken maliyetlerin çıkarılması ile muhasebe kârı hesaplanır. Vergiye konu olan kâr, bu kârdır. Ancak bu kâr işletmenin durumunu değerlendirmesi açısından yeterli değildir.

İşletmelerin sahiplerine ait olan kaynaklar da işletmelerde kullanılmaktadır. Bu kaynaklar, işletme dışında alternatif kullanım alanlarında kullanılmış olsalardı getirileri olurdu. İşletmenin faaliyetlerinde kullanılmaları nedeni ile vazgeçilmiş olan bu getirileri de maliyet olarak kabul etmek gerekir. Kâr hesaplanırken, işletmenin gelirlerinden sabit ve değişken maliyetlerle birlikte vazgeçilmiş olan bu getirilerin de çıkarılması gerekir. Ekonomik kâr, işletmenin durumunu değerlendirirken esas alınması gereken kârdır.

“Ekonomik kâr kavramı üretici işletmenin üretime devam etmesi için kabulleneceği asgari kazancı ifade eder. Eğer ekonomik kâr eksi ise üretici uzun dönemde ilgili üretim faaliyetinden vazgeçmeyi düşünecektir” (Yeldan, 2012).

Muhasebe kârı ne olursa olsun, ekonomik kâr eksi çıkıyor ise işletme zarar ediyor demektir. Mal ve hizmet üreten bir işletme düşünelim. Bu işletmenin sahiplerine ait olan kaynaklar işletme dışında spekülâtif yatırım alanlarında da kullanılabilir. Spekülâtif yatırım alanlarında getirileri çok yüksek ise işletmenin maliyetleri de çok yüksek olacaktır. Spekülâtif yatırım alanlarındaki alternatif getirileri giderek artıyor ise işletmenin maliyetleri de giderek artıyor demektir. Böyle bir durumda, mal ve hizmet üreten bir işletmenin kârı artan spekülâtif getiriler nedeni ile giderek azalır. Hatta zarara dönüşür.

Bu durum süreklilik arz eder ise işletme faaliyetlerine son vererek spekülâtif yatırımlara yönelebilir. Bu durumun en büyük örneği 1929 Dünya Ekonomik Bunalımında yaşanmıştır.

Ekonomide işletmelerin, spekülâtif yatırımların daha yüksek getirileri nedeni ile reel üretimden vazgeçme eğilimleri yetersiz büyüme, işsizlik vb. ekonomik sorunlar yaratmaktadır. Son yıllarda da, faiz, kur vb. sebeplerle birçok ülkede bu durum görülmektedir.

Faiz yükselmeleri, kur artışları vb. işletme kaynaklarının alternatif getirilerini yükselttiği gibi işletmenin sabit ve değişken maliyetlerini de arttırır. Böylece işletmelerin kârları düşer. Eğer bu artışlar sürekli hale gelir ise işletmelerin birçoğu faaliyetlerine devam edemez.

Eğer işletmeler faiz yükselmeleri, kur artışları vb.nin geçici olduğunu düşünüyorlarsa zarara rağmen faaliyetlerini sürdürebilirler. Ancak bu durumun bir sınırı, bir dayanma noktası vardır.

Ortalama değişken gelirleri ortalama değişken maliyetlerini karşılayamıyor ise işletme kapanma noktasına gelmiş olduğunu düşünmeye başlayacaktır.

İşletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için normal kârın önemi

İşletmenin toplam gelirleri toplam maliyetinden fazla ise normalüstü kâr elde edilmiş demektir. Bu durum, işletmenin faaliyetlerinin devam etmesini zorlaştırıcı bir durum değildir. İşletme için arzu edilir bir durumdur.

İşletmenin toplam gelirleri toplam maliyetinden az ise zarar vardır. Zarar durumunda, işletme gelecekte kâr elde edeceğini düşünüyorsa, alternatif faaliyet alanları kısıtlı ya da güç vb. ise, bir süre bu zarara katlanabilir. Ancak bu sürenin bir sınırı vardır. Ortalama geliri ortalama maliyetlerini dahi karşılamıyor ve bu süreklilik arz ediyor ise faaliyetlerine son verecektir. Çünkü bu durumda ekonomik olarak maliyetlerini karşılayamaz hale gelecektir.

İşletmenin toplam gelirleri toplam maliyetine eşit ise başa baş noktasındadır. Başa baş noktasında kâr veya zarar yoktur. Bu durumda işletmenin normal kâr elde ettiği ifade edilir.

“Normal kâr, işletmeyi içinde bulunduğu endüstride tutmaya yetecek en düşük kârdır. Normal kâr firmanın kullandığı üretim faktörlerinin Fırsat Maliyetleri toplamına eşit bulunmaktadır. Fırsat maliyeti bir faktörün, alternatif kullanım alanlarında sağlayabileceği en yüksek geliri ifade eder. Kullandığı faktörlerin fırsat maliyetleri toplamını bile karşılayamayan bir firma o endüstri dalını terk eder ve daha kârlı endüstrilere yönelir” (Seyidoğlu, 2002).

Tek düzen hesap planımızda firmalar üretim faktörlerinin fırsat maliyetini oluşturan maliyetleri muhasebeleştirilmemektedirler. İşletmelerin bilançolarında muhasebe kârları gözükmektedir. İşletmelerin elde etmesi gereken en az kâr miktarının tespitinde örtük maliyetleri de dikkate almaları gerekir.

Marjinal maliyetin marjinal gelire eşit olduğu nokta

Genel olarak piyasa şekillerinde işletmenin marjinal maliyetinin, marjinal gelirine eşit olduğu noktada işletme dengededir. Diğer bir söylem ile elindeki olanaklar ile sağlayabileceği maksimum kârı sağlamıştır. İşletmenin amacı bu noktaya ulaşmak olmalıdır.

İşletme, üretim artışına karar verir iken arttıracığı üretim miktarının yaratacağı maliyet artışı ile gelir artışını karşılayacaktır. Artan üretimin sağlayacağı gelir, maliyetinden az olacak ise üretimini arttırmayacaktır. Artan üretimin sağlayacağı gelirin maliyetinden fazla olacağını düşündüğü sürece olanakları ölçüsünde üretim artışını sürdürecektir. Bu üretim artışı en ideal koşullarda bile marjinal maliyetinin, marjinal gelirine eşit olduğu

noktaya kadar devam edecektir. Rasyonel davranan bir işletme bu noktaya ulaştığında üretimini arttırma ya da azaltma eğilimine girmeyecektir. O noktadaki üretim miktarını sürdürecektir.

İlave üretimin sağlayacağı gelirdeki artış öncelikle fiyata bağlıdır. O halde enflasyonist ortamlarda artan fiyatlar üretim artışını teşvik edecektir. Ancak burada işletmeler açısından önemli olan enflasyonun kaynağının ne olduğudur. Maliyetlerde bir artış yok ise, enflasyon talep enflasyonu ise, fiyatlar talep artışından yükseliyor ise, işletmeler üretimlerini arttırma eğilimine gireceklerdir. Aynı maliyetle ürettikleri malları daha yüksek fiyattan satabilecekleri düşüncesi üretim artışını teşvik edecektir. Enflasyonun kaynağı maliyetlerdeki artış ise, işletmeler aynı maliyet olanakları ile daha az üretim yapabilir hale geleceklerdir. Maliyet enflasyonunun süreklilik arz ettiği bir ortamda işletmeler üretimlerini arttıramayacakları gibi azaltmak zorunda kalabileceklerdir. Çünkü uzun süreli maliyet enflasyonunun stagflasyona sebep olma ihtimali yüksektir. Örneğin, 1973 ve 1979 yıllarında dünyada artan petrol fiyatları ile birlikte pek çok ülkede ve Türkiye’de maliyet enflasyonu kökenli stagflasyon yaşandığı düşünülebilir. Artan petrol fiyatları karşısında işletmelerin önemli ölçüde artan taşıma maliyetleri toplam maliyetlerini arttırırken fiyat artışlarını beraberinde getirmişti. Bu durum bir yandan talebi azalarak talep yönlü olarak diğer yandan, artan taşıma maliyetleri nedeni ile maliyet yönlü olarak işletmeleri üretimi kısımaya zorlamıştır. Artan bu maliyetler ile üretim yapamaz hale gelen işletmeler ise üretim faaliyetlerine son vermek durumunda kalmışlardır.

İşletmenin elde ettiği kârda sürekliliğin sağlanması

İşletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için faaliyetleri ve faaliyetleri sonucu elde ettikleri kârda sürekliliği sağlamayı hedef almaları gerekir. Bunun için de piyasada fiyatlar minimum düzeye düşünce firma faaliyetini devam ettirebilecek finansal yapıyı sağlamalıdır.

İşletmeler, işletme sahiplerinin zamanı ve yatırımları da dâhil olmak üzere tüm maliyetleri aşan kârlar elde ediyorlar ise, bu durum rakip işletmeleri piyasaya çeker. Rakip işletmelerin yeni iş kurma güdüsü ortadan kalkıncaya kadar fiyatlar düşer (Boyes ve Melvin, Çev. Kesbiç, Ed. Telatar, 2013). Diğer bir söylem ile piyasa da kârlar yüksek ise bu yüksek kârları gören diğer rakip firmalar da piyasaya girerler. Böylece piyasada giderek artan

arz, fiyatları aşağı çeker. Bir süre sonra yüksek kârlar yerini giderek azalan kârlara bırakır. İşletme açısından kârların yüksekliği tabii ki önemlidir. Ama yüksek kârlar ile birlikte kârların istikrarlılığı da önemlidir. Doğru öngörülerde bulunamayan, geçici yüksek kârlara güvenerek gelecek planlaması yapan işletmeler mağdur olabilirler.

Maliyet yapısı

İşletmelerin maliyetlerini, sabit maliyetler ve değişken maliyetler olmak üzere ikiye ayırırız. İşletmelerin sabit maliyetleri üretimden bağımsızdır. Bu sebeple üretim arttıkça birim başına sabit maliyetler düşer ve kârlılık üzerinde etkili olur. Firmanın kârını belirlerken kapasite kullanım oranı ile sabit maliyetler arasındaki ilişki son derece önemlidir.

İşletmenin kapasitesinin tamamını kullanamaması her şeyden önce kaynak israfıdır. Kapasite kullanım oranındaki artış işletmeye ölçek ekonomisi sağlayacaktır. Üretim miktarını arttıran işletme, her şeyden önce birim başına düşen sabit maliyetlerini azaltacaktır. Ayrıca, üretim için gerekli olan malları satın alırken, daha fazla miktarda mal almanın verdiği pazarlık gücü ile daha yüksek indirim oranlarından yararlanabilecektir. Daha fazla üretim yapan işçiler giderek daha fazla uzmanlaşabileceklerdir. Bütün bunlar işletmenin kârını artırıcı etki yapan faktörlerdir. Ancak üretim miktarını arttırmanın da bir sınırı vardır. Artan üretim artık kâr sağlamayacak ise işletme hantallaşacak ise üretim artışı yapılmamalıdır.

İşletmelerin, maliyet yapısı ile ilişkili olarak hedeflenen kârı bulabilmeleri için aşağıdaki formülleri kullanmaları gerekmektedir (Ertaş, 2015).

Birim satış fiyatı – Birim Değişken Maliyet

Katkı oranı = -----

Birim satış fiyatı

Arzulanan kârı sağlayacak satış tutarının bulunması;

Arzulanan kâr + Toplam Sabit Maliyet

Gerekli satış tutarı = -----

Katkı oranı

Ekonomik istikrarsızlıklar

Ülkelerin makroekonomik amaçlarından biri de fiyat istikrarının sağlanmasıdır. Çünkü enflasyon, deflasyon, stagflasyon, slampflasyon vb. şekilde oluşan fiyat istikrarsızlıkları önlenemediği takdirde ekonomik krizlere sebep olmaktadır. 1929 Büyük Dünya Bunalımı, 1973 ve 1979 petrol krizleri dünyada meydana gelen büyük ekonomik krizlerdir. Siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklar, krizler işletmelerin faaliyetini ve faaliyetine bağlı olarak finansal yapılarını olumsuz yönde etkilemektedir. İşletmelerin ekonomik krizler ve istikrarsızlıklar karşısında olumsuz etkileri bertaraf edecek önlemleri almaları gerekmektedir. *“Her konuyu ince noktalarına göre düşünen Taşkent, Banka yarın likitide sıkıntısı yaşarsa diye yirmi kiloya yakın külçe altın aldırılmış”* (Berk, 2014). Ancak alınacak önlemlerde finansal yapının bozulmamasına özellikle dikkat etmek gerekir. Unutulmamalıdır ki fiyat artışlarından korunmak için stoklarda yapılan gereğinden fazla artış işletmenin fon ve nakit akımlarını bozarak işletme kâr elde etse dahi zor durumda kalmasına sebep olabilmektedir.

Fiyat istikrarının süreklilik arz ettiği durumda işletmeler, iktisadi faaliyetlerini planlarken ya da yürütürken fiyat değişmelerini temel belirleyici değişken olarak almak zorunda kalmazlar. Sürekli fiyat artışlarının iktisadi anlamda en olumsuz etkisi belirsizlik ortamına yol açmasıdır. Belirsizlik ortamında, işletmeler gelecekle ilgili sağlıklı kararlar almada zorlanırlar (Orhan ve Erdoğan, 2003).

Ekonomide fiyat istikrarının sağlanması konusunda görüş birliği vardır. Ancak fiyat istikrarının hangi düzeyde sağlandığı konusunda tek bir ölçüt yoktur. Makul karşılanabilecek enflasyon oranı ülkeden ülkeye farklılık gösterir (Orhan ve Erdoğan, 2003).

Enflasyon genel olarak “fiyatlar genel düzeyinin sürekli olarak artması” şeklinde tanımlanmaktadır. Enflasyonun yükselmesi ile birlikte o ülkedeki tüketicilerin alım gücünün düşmesine paralel talepleri de azalır. Bu durumda talep yetersizliği nedeni ile azalan üretim miktarı kapasite kullanım oranını düşmesine sebep olarak birim başına sabit maliyetlerin yükselmesine sebep olur. Artan birim başına sabit maliyetler firmanın maliyet yapısını olumsuz etkiler.

Enflasyon nedeni ile artan fiyatlar; firmaların girdi fiyatları ile ödedikleri ücretlerin de yükselmesine yol açarak maliyet yapılarının bozulmasına neden olmasının yanı sıra ülkede maliyet enflasyonunun da artmasına sebep olur.

Enflasyonla mücadele için uygulanabilecek talep yönlü politikalardan biri sıkı para politikasıdır. Merkez Bankası, sıkı para politikası kapsamında; açık piyasa işlemleri ile piyasadan para çekerek, emisyon hacmini kısıarak, reeskont haddini ve munzam karşılıkları arttırarak, faiz oranlarını yükselterek enflasyon ile mücadele eder. Enflasyonla mücadele için uygulanabilecek talep yönlü politikalardan bir diğeri olan sıkı maliye politikası ile de vergiler arttırılır, kamu harcamaları azaltılır. Böylece sıkı para ve maliye politikaları ile piyasadaki para hacmi azaltılarak enflasyon oranı düşürülmeye çalışılır.

Makroekonomik açıdan fiyat istikrarı ile büyüme ve istihdam amaçları birbirleri ile çelişen amaçlardır. Fiyat istikrarını sağlamaya yönelik olan talep yönlü para ve maliye politikaları büyüme ve istihdamı daraltıcı etkiler de yaratabilir. Böyle durumlarda enflasyon bazen yerini küçülme ve işsizliğe bırakırken, bazı durumlarda da enflasyon ile birlikte işsizlik ve küçülme de görülür. Fiyat istikrarsızlığı daha da derinleşerek stagflasyon hatta daha derin krizlere sebep olabilir.

Ekonomi daralırken maliyetler yükselmektedir. Burada en önemlisi ülkenin dış ülkelere borçlanma maliyetinin artması (LIBOR+), faiz oranlarının diğerk ülkelerin kullandıkları faiz oranlarının üzerinde yükselmesi, işletmelerin diğerk ülke işletmeleri ile rekabet gücünü azaltıcı şekilde finansman yapılarını bozmaktadır.

Mal ve hizmet üreten reel sektör; tarım, sanayi, hizmetler gibi dallara ayrılmaktadır. Bu sektörlerin birbirleri ile uyumlu ve verimli çalışması üretimde kullanılan bilgi ve teknoloji düzeyine, üretim bilgisine bağlıdır. Ancak reel sektör, finansal sektör ile karmaşık ilişkiler içindedir (Kılıçbay, 1999). Günümüzde bu karmaşık ilişkiler, işletmelerin yakından takip etmesi gereken konuların başında gelmektedir.

Borsa, döviz kurları, faiz hadleri gibi değişkenler gazete, dergi, TV, vb.de yoğun yer işgal etmekte ve ilgi görmektedir. Buna karşılık reel sektördeki üretim faaliyetlerine daha az yer verilmektedir (Kılıçbay, 1999). Özellikle 1980 sonrası hızlanan bu eğilim karşısında işletmelerin optimal davranışları sergilemesi gerekmektedir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türk ekonomisi de; istekleri, çıkarları, hedefleri, düşünceleri, felsefe ve görüşleri, yaşama biçimleri farklı olan kişi ve kurumlardan oluşmaktadır. Bu koşullarda ekonomi politikalarının temel amacı üretimi ve refah düzeyini maksimize etmek olmalıdır (Kılıçbay, 1999). Aksi halde, finansal sektör reel sektörden daha hızlı koşarken, reel üretimin finansmanından giderek uzaklaşacak hatta faaliyetlerini azaltacaktır.

Sonuç

İşletmelerin devamlılığını sağlamaları için bakılan göstergelerden biri de kâr kavramıdır. Ancak kâr kavramına rakamsal olarak bakmak bize bu konuda yeterli bilgi vermez. Kârın oluşum şekli ve düzeyinin de incelenmesi gerekir. İşletmenin yüksek kâr elde etmesi o dönem için tatminkâr olabilir. Ancak asıl olan istikrarlı bir kâr yapısına sahip olmasıdır.

İşletmenin faaliyette bulunduğu ulusal ekonominin istikrarı, işletmenin kâr düzeyi üzerinde son derece etkilidir. Çünkü ekonomideki istikrarsızlık yalnızca ülke şartları ile sınırlı kalmayıp, dış dünya ile olumsuz etkileşimlere de neden olmaktadır. Bazı hallerde ise bu istikrarsızlıklar dış dünyadan kaynaklanmaktadır.

Günümüz işletmeleri, küresel dünyada bilgi toplumunun üretim üniteleri olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu nedenle tüketiciler, üreticiler, devlet ve dış âlem olarak gruplayabileceğimiz iktisadi karar birimlerinin davranışlarından giderek daha fazla etkilenmeleri kaçınılmazdır. Bu etkilerin, işletme faaliyetlerini sınırlandırıcı ya da tahrip edici değil de, genişletici boyutta olabilmesi önemlidir. İşletmelerin, faaliyet alanları ile ilgili bu birimlerin davranışlarını yakından takip etmeleri ve sürekli güncel bilgiler ile çalışmalarını gerekir. Böylece daha doğru öngörüler ile daha doğru planlamalar yapabilecek, daha doğru üretim kararları verebileceklerdir.

İşletmelerin devamlılığı açısından; işletmelerde kâr oluşumunun; arz, talep, maliyet geliri, kullanılan teknoloji vb. yönleri ile bir bütün halinde incelenmesinin, istikrara önem verilmesinin, iktisadi karar birimlerinin davranışlarının ve ekonomi politikalarının güncel olarak takip edilmesinin, spekülâtif yatırımlardan çok, reel yatırımlara önem verilmesinin gerekli olduğu kanaatindeyiz.

Kaynaklar

- [1] Berk, M. (2014). *Zoraki Bankacı. Bir Dönemin Perde Arkası* (4. Baskı), ABM Yayınevi, İstanbul. (s. 238).
- [2] Boyes, W., Melvin, M. (2013). Maliyetler ve Kâr Maksimizasyonu (Çev. C. Y. Kesbiç). (Ed. E. Telatar), *Ekonominin Temelleri-Fundamentals of Economics* (2. Baskı), Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara. (s. 97).
- [3] Ertaş, F. C. (2015). *Yönetim Muhasebesi* (2. Baskı), Beta Yayınevi, İstanbul. (s. 38-55).
- [4] Kılıçbay, A. (1999). *Türk Ekonomisi*, (5. Baskı), Bilim Teknik Yayınevi. İstanbul.(ss.438-441)
- [5] Orhan, O. Z., Erdoğan, S. (2003). *Para Politikası*, İstanbul. (s. 64-65).
- [6] Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler. Ansiklopedik Sözlük*. (Geliştirilmiş 3. Baskı), Güzem Can Yayınları, İstanbul. (s. 456).
- [7] Yeldan, E. (2012). *Üretim ve Maliyet Analizi*. (Ed. M. Özer, A. Tiryaki), *İktisada Giriş I*, (2. Baskı), T. C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2615, Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1583. Eskişehir. (s. 99-100).

Motivasyon ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişki ve bir uygulama

Ayşe Eda AYTEKİN¹
Gizem AKINCI²

Geliş tarihi / Received: 17.07.2019

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 20.07.2019

Kabul tarihi / Accepted: 05.08.2019

Öz

Bu araştırmada, perakende sektöründe çalışan iş görenlerin, işe yönelik motivasyon ve kurumsal bağlılık düzeylerini belirlemek ve bu değişkenler arası ilişkiyi tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırmada, iş motivasyonu ve kurumsal bağlılık arasındaki nedensellik ilişkileri değişkenlerin alt boyutları ile birlikte incelenmiştir. Araştırmada, demografik soruların, motivasyon ölçeği sorularının ve kurumsal bağlılık ölçeği sorularının yer aldığı anket formu kullanılmıştır.

Analizler sonucunda motivasyon uygulamaları ile çalışanların kurumsal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgularının, sektördeki bilgi birikimine katkı sağlayacağı ve insan kaynakları motivasyon uygulamalarına faydalı bilgiler sunacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *motivasyon, motivasyon uygulamaları, kurumsal bağlılık, çalışan bağlılığı, insan kaynakları yönetimi*

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi (Tezli) Yüksek Lisans Programı, İstiklal Mah. Doğa Sok. No:52/2 Ümraniye/İstanbul ayseda@gmail.com. GSM: +90 507 027 1971

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Ana Bilim Dalı, gizemsayanakinci@aydin.edu.tr

The relationship between motivation applications and corporate commitment of workers and an application

Abstract

In this research, it is aimed to determine the level of motivation and corporate commitment of the employees working in retail sector and to determine the relationship between these variables. In this study, causality relationships between job motivation and corporate commitment were studied with the sub-dimensions of variables. In the study, a questionnaire including demographic questions, motivation scale questions and organizational commitment scale questions were used.

As a result of the analysis, it was concluded that there is a significant relationship between motivation practices and employees' corporate commitment. It is predicted that the research findings will contribute to the knowledge in the sector and provide useful information for human resources motivation practices.

Keywords: *motivation, motivation applications, organizational commitment, employee motivation, human resources management*

Giriş

İşletmelerin yüksek rekabet ortamında önde olabilmeleri için kalifiye, güdülenmiş, beklenti oranı düşük ve kurumuna aidiyet duygusuyla çalışanların varlığı önemlidir (Yılmaz, 2013). Başka bir ifadeyle; işletmeler varlıklarını sürdürülebilir ve belirlenen hedeflere ulaşabilme adına personelin kuruma bağlılık seviyelerini geliştirmek durumundadırlar (Topaloğlu ve ark., 2008). Bu bağlamda kurumsal bağlılık, personelin kurum amaçlarını kabullenmesinde, işe devam isteği göstermesinde, işletme kararlarına katılmalarında, üretken bir pozisyonda çalışmalarında kritik kavram durumundadır (Durna ve Eren, 2005). Kurum çalışan ilişkisine bağlı olarak gelişen kurumsal bağlılık, personelin kuruma karşı beslediği duyguların gücünü ortaya koymaktadır. Bu sebeple çalışanların işlerinden ve kurumdan memnuniyetlerini sağlamak, kurumlar için mal ve hizmet üretimi kadar gerekli görülmektedir. Kurumsal bağlılığın işe geç gelme, devamsızlık ve ayrılma şeklindeki arzu edilmeyen durumları ortadan kaldırdığı, ürün veya hizmet üretimine pozitif katkı sağladığı belirtilmektedir (Çöl, 2004).

Bu araştırmada perakende sektörü çalışanlarının, motivasyonlarını ve kurumsal bağlılık seviyelerini ve bu değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek hedeflenmiştir. Araştırmanın ana kütesini İstanbul/Bostancı’da bulunan, perakende sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın genel müdürlük çalışanları oluşturmaktadır.

Motivasyon

Gerek iş gerek sosyal hayatımızda olsun bizim için en önemli kavramlardan biri olan motivasyon, Türk Dil Kurumu (Türk Dil Kurumu, 2019) tarafından “isteklendirme, güdüleme” şeklinde tanımlanırken, daha kapsamlı olarak “motivasyon kavramı; insan organizmasını davranışa iten, bu davranışların şiddet ve enerji düzeyini tayin eden, davranışlara belirli bir yön veren ve devamını sağlayan çeşitli iç ve dış sebepleri ve bunların işleyiş mekanizmalarını içermektedir” (Akbaba, 2006). Güdü kavramı ile eş anlamlı olan motivasyon, “hareket etme” anlamını içeren Latince “mot” kökünden türemiştir. Psikoloji bilimine göre motivasyon, “içten gelen itici güçlerle belli bir amaca doğru yönelen davranışlar” olarak tanımlanır (Keser, 2006). Motivasyon, bir görevi isteyerek veya hevesle yapma anında işe dair iç dünyada yaşanan veya hissedilen pozitif duygulardır (Trevor, 2000). Başka bir tanımda motivasyon, kendi istek ve arzuları doğrultusunda bireylerin bir amacı gerçekleştirmek için harekete geçmeleri olarak da ifade edilebilir (Koçel, 2015). Motivasyon, personelin iş konusunda isteğini artırma ve işletmede etkin çalıştığı durumda, bireysel beklentilerinin daha uygun biçimde karşılanacağına inandırma ve ikna etme prosesidir (Ölçer, 2005). En geniş anlamıyla motivasyon; davranışı harekete geçiren fizyolojik ya da psikolojik bir eksiklik, ihtiyaç veya herhangi bir hedefe yönelmiş bir dürtü ile başlayan bir süreçtir (Luthans, 2011). Motivasyon kavramının tanımlamalarında genelde üç temel konu üzerine odaklanılmaktadır (Terence, 1982);

- Motivasyon, bireysel bir olgudur. Her insanın farklı ihtiyaçları, farklı beklentileri, değerleri, tutumları, kendilerini güçlendiren hikâyeleri ve hedefleri bulunmaktadır.
- Motivasyon, bireylerin kontrolü altındaki kasıtlı davranışlarıdır. Motivasyon tarafından etkilenmiş görülen davranışların çoğu, aslında bireylerin yapmayı tercih ettikleri durumlardır.
- Motivasyon çok yönlüdür ve en önemli iki faktörü, davranışın güdülenmesi ve yönlendirilmesidir.

Motivasyonu arttırmaya yönelik uygulamalar sayesinde sağlanacak faydalar arasında kurumsal bağlılık/düşük personel devir hızı, yüksek performans, iş doyumunu/çalışan memnuniyeti, firma imajı/çekiciliği, verimlilik artışı, düşük işe alım maliyeti, çalışan potansiyelinin daha fazla kullanımı, fikir geliştirme, nitelikli adayları çekebilme yer almaktadır (Zaim ve Polat, 2013).

Motivasyon uygulamaları ile ilgili faktörler

21. yüzyılda personel, çalıştıkları işi içselleştirmek ve kendini gerçekleştirmek arzusundadırlar. Personelini güdüleyerek ve aidiyet duygularını artırarak rekabet ortamında ayakta kalabilen kurumlar, sürdürülebilir işletmecilik yapabileceklerdir (Düren, 2000). Çalışanlar ve gereksinimleri farklı olduğu için motivasyon araçları her zaman aynı etkiyi göstermeyebilir. Bu nedenle, bir personeli motive eden faktör, diğer bir çalışanda benzer faydayı sağlamayabilir. Güdüleme araçları; gereksinimler, sosyal ortam, eğitim durumu, toplumun değerleri ve çevresel unsurlarla ilişkilidir (Budak ve Budak, 2016; Yılmaz, 2013). Motivasyon uygulamalarının kalitesini artırmak için insanların farklı bireysel özelliklerini dikkate almak gerekir.

Motivasyon unsurları, ekonomik, psiko-sosyal ve kurumsal-yönetimsel olarak üç gruba ayrılmaktadır. Ekonomik faktörler; ücret, primli ücret, kara katılma, ekonomik ödüller olarak sıralanırken, psiko-sosyal faktörleri ise; takdir etme, çalışmada bağımsızlık, sosyal katılım, değer ve statü, gelişme ve başarı, çevreye uyum, öneri sistemi olarak sıralayabiliriz. Kurumsal ve yönetimsel faktörler ise; amaç birliği, yetki ve sorumluluk dengesi, rekabet, kararlara katılma, eğitim ve yükselme, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, kurum içi iletişim, iş genişletme, iş rotasyonu, iş zenginleştirme, esnek çalışma uygulamalarından oluşmaktadır (Kuşluvan 1999; Gibbons 1998; Sapançalı 1993; Eren 2010; Sabuncuoğlu ve Tüz 2003).

Kurumsal bağlılık

Türk Dil Kurumu'na göre bağlılık kelimesi, "bağlı olma durumu, mecburiyet ve birine karşı sevgi, saygı ile yakınlık gösterme, sadakat" şeklinde tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2019). Kurumsal bağlılık; "kurumun amaçlarının ve değerlerinin kurum çalışanları tarafından benimsenmesi, çalışanın kurumun önemli bir ferdi olmak için çaba harcaması, kurumu büyük ve güçlü bir aile ve kendisini de bu ailenin bir ferdi gibi görmesi"

şeklinde tanımlanabilir (Özdevecioğlu, 2003). Yüksek düzeyli kurumsal bağlılık, kurumun hedef ve değerlerini kabullenme, ekstra efor harcama ve kurumdan ayrılmama şeklinde tutum ve davranışları ortaya çıkarmaktadır (Baysal ve Paksoy, 1999). Meyer'e (2002) göre kurumsal bağlılık, kurumun hedeflerini ve değerlerini benimseme ve onlara ulaşması için gayret sergilemektir (Herscovitch ve Meyer, 2002).

Kurumsal bağlılık türleri

Meyer ve ark. (1993), kurumsal bağlılığı duygusal, devam ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyutlu model olarak geliştirerek, her bileşenin farklı tecrübelerle bağlı geliştiğini ve iş ortamında davranışların farklı nedenlere bağlı doğduğunu, üç bağımlılığın birlikte değerlendirildiği bir iş görenin kurumla olan ilişkisinin daha net görülebileceğini savunmuşlardır (Meyer ve ark., 1993). Duygusal bağlılığa sahip bir çalışan kurumda kalmak istediğini, süreklilik bağımlılığına sahip olan çalışan kurumda kalması gerektiğini ve normatif bağlılığa sahip iş gören ise, kurumda kalmak zorunda olduğunu düşünür. Bu durum sırasıyla, “arzu” (duygusal), “ihtiyaç” (süreklilik) ve “yükümlülük” (normatif) ekseninde değerlendirilir (Allen ve Meyer, 1990). Duygusal bağlılık, kurumla özdeşleşme, kurum ile bireysel beklentilerin zaman içerisinde uyuşması ve bütünleşmesidir. Kurumsal bağlılık, kuruma duyulan pasif bir sadakatten öte kurumsal amaçlara şuurdu katkı sağlamak için aktif bir ilişki kurma gönüllülüğünü kapsamaktadır (Yalçın ve İplik, 2005). Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, kendi istekleriyle kurumda kalmakta ve buna bağlı olarak da performansları üst seviyede gerçekleşmektedir (Çetinel, 2008). Devam bağlılığı, kurumdan ayrılmamanın getireceği sorunları değerlendirmekle bağlantılıdır. Çalışanın kuruma bağlılık duyarak kalmak istemelerinin temel sebebi, bunu ihtiyaç hissetmeleridir (Allen ve Meyer, 1990). Devam bağlılığı, personelin kurumda çalışırken sarf ettiği zaman, çaba ve emek sonucu elde ettiği para ve statü gibi kazanımlarını ayrılma durumunda kaybedeceği düşüncesiyle oluşan bağlılıktır (Yalçın ve İplik, 2005). Normatif bağlılık, kuruma adanmayı ve sadakati destekleyen bir kültüre bağlı sosyalleşme eğilimini içerir. Normatif bağlılık kurumsal misyon, hedef, politika ve faaliyetlerle tutarlılık gösteren ve çalışan tarafından içselleştirilen inançları da kapsar (Wiener, 1982). Normatif (kuralcı) bağlılık, personelin kurumda kalıcı olmayı sürdürme kararı ile ilgili düşüncelerini yansıtmaktadır. Personel yüksek bağlılık duygusuna bağlı olarak kalmaya gereksinim duymaktadır (Meyer ve Allen, 1991).

Yöntem

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmış ve veriler online sistemle toplanmıştır. Anket formu; demografik veriler (çalışanların işyerindeki pozisyonu, işletmede çalıştıkları süre, medeni durumu, eğitim durumu, yaşı, cinsiyeti), motivasyona yönelik sorular ve kurumsal bağlılığa yönelik sorular olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Motivasyon ölçeği olarak Mottaz'ın (1985) geliştirdiği 24 sorudan oluşan iki boyutlu motivasyon ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlamasını Süleyman Dünder ve ark. tarafından 2007 yılında yeniden oluşturulan "İçsel ve Dışsal Motivasyon Araçları Ölçeği" makalesiyle yapılmıştır (Dünder ve ark., 2007). Üçüncü bölümde Allen ve Meyer'in (1993) 18 sorudan oluşan kurumsal bağlılık ölçeği kullanılmıştır. İlk 6 soru duygusal bağlılık, 7- 12 arası devam bağlılığı ve 13-18 arası normatif bağlılıkla ilgili sorulardır. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Dağlı ve diğerleri (2018) tarafından yapılmıştır (Dağlı ve ark., 2018).

Araştırmanın evreni, amacı ve önemi

Araştırmanın evreni İstanbul/Bostancı bölgesinde faaliyet gösteren ebebek firmasının genel merkezinde çalışan 155 kişiden oluşmaktadır. Cevaplanan anketler arasından kullanılabilir durumda olan 94 anket cevapları üzerinden değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı, İstanbul/Bostancı bölgesinde faaliyet gösteren ebebek firmasının genel müdürlüğünde çalışanların motivasyonu ile kurumsal bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmada, motivasyonun farklı boyutları (içsel ve dışsal) ile çalışanların kuruma olan bağlılıklarındaki farklı boyutlar (duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık) demografik özellikler (pozisyon, kurumda çalışılan süre, medeni durumu, eğitim durumu, yaş, cinsiyet) dikkate alınarak incelenmiştir.

Araştırmanın hipotezleri

Aşağıda belirtilen hipotezler çerçevesinde gerekli veriler analiz edilmiştir.

Bu hipotezler;

H1: Motivasyon düzeyi ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H2: İçsel motivasyon ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H2a: İçsel motivasyon ile duygusal bağlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

H2b: İçsel motivasyon ile devam bağlılığı düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

H2c: İçsel motivasyon ile normatif bağlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

H3: Dışsal motivasyon ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H3a: Dışsal motivasyon ile duygusal bağlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

H3b: Dışsal motivasyon ile devam bağlılığı düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

H3c: Dışsal motivasyon ile normatif bağlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

Bulgular ve yorumlar

Demografik bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre elde edilen bulgular; çalışanların buldukları pozisyona bakıldığında %17'sini direktör/bölge müdürü/müdürler, %19,1'ini yöneticiler, %36,2'sini uzmanlar ve %27,7'sini uzman yardımcıları oluşturmaktadır. İşletmede çalıştıkları süreye bakıldığında ise; yine 1-3 yıl arası çalışanlar (%34) ile 4-5 yıl çalışanların (%25,5) sayısı çoğunluktadır. Çalışanların medeni durumlarına bakıldığında %56,4'ü bekâr, %43,6'sı ise evlidir. Çalışanların eğitim durumlarına bakıldığında %60,6'yla üniversite ve %19,1'le lisansüstü sayısı çoğunluktadır. Çalışanların yaşlarına bakıldığında ise %40,4'le 26-30 yaş arası, %24,5'le 31-35 yaş arası çoğunluktadır. Çalışanların cinsiyet durumuna bakıldığında ise erkek (%50) ve kadın (%50) katılımcı sayısının eşit olduğu görülür (Çizelge 1).

Çizelge 1: Demografik değişkenlerin dağılımı

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER SEÇENEKLER		N	%
Pozisyon	Bölge Müdürü, Direktör, Müdür	16	17,0
	Yönetici	18	19,1
	Uzman	34	36,2
	Uzm. Yrd.	26	27,7
İşletmede kaç yıldır çalışıyorsunuz?	1 Yıldan az	18	19,1
	1-3 Yıl	32	34,0
	4-5 Yıl	24	25,5
	5 Yıldan fazla	20	21,3
Medeni Durumunuz	Bekar	53	56,4
	Evli	41	43,6
Eğitim Durumunuz	Lise ve altı	10	10,6
	Ön lisans	9	9,6
	Üniversite	57	60,6
	Lisansüstü	18	19,1
Yaşınız	20-25	13	13,8
	26-30	38	40,4
	31-35	23	24,5
	36-40	12	12,8
	40 ve üzeri	8	8,5
Cinsiyetiniz	Erkek	47	50,0
	Kadın	47	50,0

Korelasyon analizleri

İncelenen puanlar arasındaki korelasyonlara bakıldığında kurumsal bağlılık ve motivasyon puanlarının gerek alt ölçek gerekse toplam puanları arasında anlamlı korelasyonların olduğu belirlenmiştir (Çizelge 2).

Motivasyon ile kurumsal bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.332$; $p=0,001<0.05$). H1 hipotezi kabul edilmiştir.

İçsel motivasyon ile kurumsal bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.291$; $p=0,004<0.05$). H2 hipotezi kabul edilmiştir.

İçsel motivasyon ile duygusal bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.274$; $p=0,007<0.05$). H2a hipotezi kabul edilmiştir.

İçsel motivasyon ile devam bağlılığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmamıştır ($r=0.173$; $p=0,095>0.05$). H2b hipotezi ret edilmiştir.

İçsel motivasyon ile normatif bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.227$; $p=0,028<0.05$). H2c hipotezi kabul edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile kurumsal bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.328$; $p=0,001<0.05$). H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile duygusal bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.226$; $p=0,029<0.05$). H3a hipotezi kabul edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile devam bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.283$; $p=0,006<0.05$). H3b hipotezi kabul edilmiştir.

Dışsal motivasyon ile normatif bağlılık ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0.275$; $p=0,007<0.05$). H3c hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge 2: İncelenen ölçek puanları arasındaki korelasyonlar

	Duygusal Bağlılık		Devam Bağlılığı		Normatif Bağlılık		Kurumsal Bağlılık		İçsel Motivasyon		Dışsal Motivasyon	
	R	p	r	p	R	p	r	p	r	p	r	p
Devam Bağlılığı	0,198	0,056										
Normatif Bağlılık	0,579	<0,001	0,472	<0,001								
Kurumsal Bağlılık	0,797	<0,001	0,655	<0,001	0,885	<0,001						
İçsel Motivasyon	0,274	0,007	0,173	0,095	0,227	0,028	0,291	0,004				
Dışsal Motivasyon	0,226	0,029	0,283	0,006	0,275	0,007	0,328	0,001	0,777	<0,001		
Motivasyon Puanı	0,260	0,012	0,253	0,014	0,271	0,008	0,332	0,001	0,917	<0,001	0,964	<0,001

Tanımlayıcı istatistikler

Toplam 94 kişiye ait veriler analiz edilmiştir. Kullanılan ölçeklerin ve alt ölçeklerin Cronbach alfa katsayıları şu şekilde bulunmuştur: İçsel motivasyon: 0,934, dışsal motivasyon: 0,884, motivasyon ölçeğinin bütün maddeleri: 0,938, duygusal bağlılık: 0,828, devam bağlılığı: 0,625, normatif bağlılık: 0,793, kurumsal bağlılık ölçeğinin bütün maddeleri: 0,852. Ölçeklerin iç güvenilirlikleri özellikle motivasyon ölçeği için oldukça yüksek olup, kurumsal bağlılık için de kabul edilebilir sınırlardadır (Kılıç, 2016).

Araştırmada kullanılan ölçeklere ait puanların tanımlayıcı istatistikleri Çizelge 3’de görülmektedir. Araştırmaya katılan kurum çalışanlarının kurumsal bağlılık düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde; kurumsal bağlılık düzeyi orta ($3,15 \pm 0,60$), duygusal bağlılık düzeyi yüksek ($3,56 \pm 0,85$), normatif bağlılık düzeyi orta ($2,91 \pm 0,81$), devam bağlılığı düzeyi orta ($2,98 \pm 0,64$) olduğu görülmektedir.

Motivasyon düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde ise; motivasyon düzeyi ortalaması çok yüksek ($4,38 \pm 0,51$), dışsal motivasyon düzeyi ortalaması çok yüksek ($4,30 \pm 0,52$), içsel motivasyon düzeyi ortalaması çok yüksek ($4,51 \pm 0,58$) düzeyde olduğu görülmektedir.

Çizelge 3: Kurumsal bağlılık ve motivasyona ait tanımlayıcı istatistikler

	Ort.	SS	Ortanca	En Az	En Çok
Duygusal bağlılık	3,56	0,85	3,50	1,00	5,00
Devam bağlılığı	2,98	0,64	3,00	1,67	5,00
Normatif bağlılık	2,91	0,81	3,00	1,00	4,83
Toplam kurumsal bağlılık puanı	3,15	0,60	3,22	1,78	4,33
İçsel motivasyon	4,51	0,58	4,61	1,00	5,00
Dışsal motivasyon	4,30	0,52	4,33	1,53	5,00
Toplam motivasyon puanı	4,38	0,51	4,44	1,33	5,00
İçsel motivasyon (kare dönüşüm)	4,51	0,58	4,61	1,00	5,00
Dışsal motivasyon (kare dönüşüm)	4,30	0,52	4,33	1,53	5,00
Toplam motivasyon puanı (kare dönüşüm)	4,38	0,51	4,44	1,33	5,00

Kurumsal bağlılık ölçeği ve alt maddeleri ortalamalarının pozisyon açısından dağılımı incelendiğinde bölge müdürü, direktör ve müdür pozisyonundaki katılımcıların hem duygusal bağlılık boyutu hem de toplam puan açısından diğer katılımcılardan fazla olduğu, diğer taraftan, uzmanların puan ortalamalarının bütün boyutlarda diğer gruplardan az olduğu görülmektedir.

Duygusal bağlılık puan ortalamaları arasındaki farkı oluşturan grupları incelemek için yapılan post hoc Tukey analizinde farkın “Bölge Müdürü, Direktör, Müdür” grubu ile uzmanlar arasından kaynaklandığı saptanmıştır (Çizelge 4).

Çizelge 4: Pozisyonlar açısından duygusal bağlılık puan ortalamaları için farkı oluşturan grupları incelemek için yapılan post hoc analiz.

(I) Pozisyon	(J) Pozisyon	Fark (I-J)	p.	%95 GA	
				Alt	Üst
Bölge Müdürü, Direktör, Müdür	Uzman	4,783	0,008	0,98	8,59
	Uzm. Yrd.	1,389	0,799	-2,60	5,38
	Yönetici	1,646	0,751	-2,67	5,96
Uzman	Uzm. Yrd.	-3,394	0,039	-6,67	-0,12
	Yönetici	-3,137	0,120	-6,80	0,52
Uzm. Yrd.	Yönetici	0,256	0,998	-3,60	4,11

GA: Güven aralığı.

Sonuç ve öneriler

Bir kurumun gücü ve verimliliği kurumsal bağlılığı yüksek çalışanlara sahip olmasıdır. Motivasyon uygulamalarının en önemli sonucu da çalışanların kurumsal bağlılığına etki etmesidir. Kurumsal bağlılık ve motivasyon birbirinden olumlu ya da olumsuz beslenen kavramlardır.

Araştırmaya katılan kurum çalışanlarının kurumsal bağlılık düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde; kurumsal bağlılık düzeyi orta ($3,15 \pm 0,60$), duygusal bağlılık düzeyi yüksek ($3,56 \pm 0,85$), normatif bağlılık düzeyi orta ($2,91 \pm 0,81$), devam bağlılığı düzeyi orta ($2,98 \pm 0,64$) olduğu görülmektedir. Bu durumda çalışanların motivasyonları kurumsal bağlılıklarına oranla daha yüksektir.

Kurumsal bağlılık ölçeği ve alt maddeleri ortalamalarının pozisyon açısından dağılımı incelendiğinde bölge müdürü, direktör ve müdür pozisyonundaki katılımcıların hem duygusal bağlılık boyutu hem de toplam puan açısından diğer katılımcılardan fazla olduğu, diğer taraftan, uzmanların puan ortalamalarının bütün boyutlarda diğer gruplardan az olduğu görülmektedir. Bu durum da çalışanların pozisyonu yükseldikçe bağlılığın arttığını göstermektedir.

İşletmede motivasyon ve kurumsal bağlılık seviyelerinin yüksek olması bu işletmenin çalışanlarına uyguladığı motivasyon uygulamalarının yerinde ve uygun olduğunu göstermektedir. İşletme, çalışanlarla birlikte oluşturduğu çözüm odaklı liderlik ilkeleri (daima büyük resmi görür ve gelecek odaklıdır, yalınlıktan ödün vermeden yeni fikir ve önerilerin önünü açar, soğukkanlı ve sabırlıdır, daima hem öğrenci hem de öğretmendir, yerine geçecek kişiyi yetiştirir, daima iyiye odaklanır, tutkulu ve samimidir, biz bilinci ile hareket eder, etkin bir dinleyicidir, karşılaşılan her durumda önce kendi sorumluluğunu arar) ve etik ilkeler (sürekli öğrenen yalın, basit ve güçlü bir organizasyon olmak, ekip ruhuyla çalışarak hızlı ve kaliteli hizmet üretmek, nazik, zarif, samimi ve dürüst olmak) ile çalışanlarının yönetime dahil olmalarını ve kurumu sahiplenmelerini sağlamakta ve böylelikle motivasyonlarının sürekliliğini gerçekleştirmektedir. Ayrıca işletme sosyal sorumluluk projeleri ile çalışanların toplumsal farkındalıklarını arttırmakta, yönetici yetiştirme, yüksek lisans, yabancı dil eğitimleriyle kendilerini geliştirmelerini, şeffaf yönetim anlayışıyla açık ve doğru iletişim kurmalarını, kurum içi ve kurum dışı etkinliklerle çalışanlar arasındaki bağların güçlenmesini sağlamaktadır. Bu uygulamalar, işletmenin çalışanlarına verdiği önem ve değerini bir göstergesidir.

Çalışanlar kendilerini kuruma ait hissediyorlar ve motivasyon araçlarına yönelik olumlu görüşlere sahipler. Bu durumda, işletme yönetiminin çalışanlarının motivasyonlarını sağlama ve kurumsal bağlılıklarını artırma politikalarına sahip olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın gerek perakende gerekse farklı sektörlerdeki uygulamalara örnek teşkil etmesi çalışmanın sonuçları açısından oldukça önemlidir.

Kaynakça

- [1] Akbaba, S. (2006). Eğitimde Motivasyon. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 343-361.
- [2] Allen, N. J., Meyer, J. P. (1990). Organizational Socialization Tactics: A Longitudinal Analysis of Links to Newcomers' Commitment and Role Orientation. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 847-858.

- [3] Baysal, A. C., Paksoy, M. (1999). Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelenmesinde Meyer-Allen Modeli. *İ.Ü.İşletme Fakültesi Dergisi*, 28(1), 7-15.
- [4] Budak, G., Budak, G. (2016). *İşletme Yönetimi* (8. b.). İzmir: Nobel Akademik Yayıncılık.
- [5] Çetinel, E. (2008). *Örgütsel Güven ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki*, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [6] Çöl, G. (2004). Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Benzer Kavramlarla İlişkisi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(2), 4-11.
- [7] Dağlı, A., Elçiçek, Z., Han, B. (2018). Örgütsel Bağlılık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1765-1777.
- [8] Durna, U., Eren, V. (2005). Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.
- [9] Dündar, S., Özutku, H., Taşpınar, F. (2007). İçsel ve Dışsal Motivasyon Araçlarının İşgörenlerin Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 105-119.
- [10] Düren, Z. (2000). *2000'li Yıllarda Yönetim*. İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- [11] Eren, E. (2010). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (12. b.). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- [12] Gibbons, R. (1998). Incentives in Organizations. *Journal of Economic Perspective*, 115-132.
- [13] Herscovitch, L., Meyer, J. P. (2002). Commitment to Organizational Change: Extension of a Three-Component Model. *Journal of Applied Psychology*, 87, 474-487.
- [14] Keser, A. (2006). *Çalışma Yaşamında Motivasyon*. İstanbul: Alfa Aktüel Yayınları.
- [15] Kılıç, S. (2016). Cronbachs Alpha Reliability Coefficient. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 8-47.

- [16] Koçel, T. (2015). *İşletme Yöneticiliği, Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar* (15. b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- [17] Kuşluvan, Z. (1999). Örgütlerde Motivasyonun Önemi ve Kullanılan Motivasyon Araçları. *Human Resources: İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi*, 3(3), 55-64.
- [18] Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior* (Twelfth Edition b.). New York: McGraw-Hill.
- [19] Meyer, J. P., Allen, N. J. (1991). A Three-component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- [20] Meyer, J. P., Allen, N. J., Smith, C. A. (1993). Commitment to Organization's and Occupations: Extension and Test of a Three Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551.
- [21] Mottaz, C. J. (1986). An Analysis of The Relationship Between Education and Organizational Commitment in a Variety of Occupational Groups. *Journal of Vocational Behavior*, 28(3), 214-228.
- [22] Ölçer, F. (2005). Departmanlı Mağazalarda Motivasyon Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (25), 1-26.
- [23] Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, 114.
- [24] Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M. (2003). *Örgütsel Psikoloji* (4. b.). Bursa: Furkan Ofset.
- [25] Sapançalı, F. (1993). Çalışanların Güdülenmesinde Kullanılan Özendirici Araçlar. *Verimlilik Dergisi*, 88.
- [26] Terence, M. R. (1982). Motivation: New Directions for. *The Academy of Management Review*, 7(1), 80-88.
- [27] Topaloğlu, M., Koç, H., Yavuz, E. (2008). Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığının Bazı Temel Faktörler Açısından Analizi. *Kamu-İş Dergisi*, 9(4), 201-218.

- [28] Trevor, B. (2000). *Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede İnsanları Motive Etme*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- [29] Wiener, Y. (1982). Commitment in Organizations: A Normative View. *The Academy of Management Review*, 7(3), 418-428.
- [30] Yalçın, A., İplik, F. N. (2005). A Grubu Seyahat Acentalarında Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 395-412.
- [31] Yılmaz, A. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 236-250.
- [32] Zaim, H., Polat, M. (2013). İnsan Kaynakları Fonksiyonlarının Mukayeseli Önem Derecelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama. *Journal of Social Policy Conferences*, 35-59.

İnternet kaynakları

- [1] www.tdk.gov.tr. (2019). <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 18.05.2019).

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek risklerin değerlendirilmesi: Bir ağız ve diş sağlığı merkezinde inceleme

Emre ULUPINAR^{1*}
Necla DALBAY²

Geliş tarihi / Received: 01.07.2019

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 17.07.2019

Kabul tarihi / Accepted: 02.09.2019

Öz

İşletmelerde iş sağlığı ve güvenliği kavramı, 6331 sayılı İş sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nun ve alt yönetmeliklerinin yürürlüğe girmesiyle önem kazanmıştır. Kanuni zorunluluklar ve cezai yaptırımlar ile herkesin hakkı olan sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamının sağlanması için önleyici politikalarla birlikte iş kazası ve meslek hastalıklarının yaşanmaması için kontrol mekanizmaları oluşturulmaya başlanmıştır.

İş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesinde, iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin büyük etkisi bulunmaktadır. İş yerlerinde çalışanların ve ziyaretçilerin etkilenmesine sebep olabilecek risklerin ortadan kaldırılması için önleyici politikaların uygulanması gerekmektedir. Risk değerlendirmesi, acil durum eylem planı, eğitimler, periyodik sağlık kontrolleri ve denetimler gibi uygulamalar ile çalışılan ortam güvenli hale getirilmeli ve sürekli gelişim sağlanmalıdır.

Sağlık tesisleri, farklı riskleri barındıran iş kollarından biridir. Sağlık çalışanları hastalara hizmet verirken diğer taraftan kendi sağlığına etki edebilecek unsurlar ile karşılaşmaktadır. Ağız ve diş sağlığı merkezleri, İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği'nde tehlikeli sınıfta olarak belirtilmektedir.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İş Sağlığı ve Güvenliği Ana Bilim Dalı, İstanbul, ulupinaremre@gmail.com, 0532 053 83 34

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İş Sağlığı ve Güvenliği Bölümü, necladalbay@aydin.edu.tr

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek risklerin değerlendirilmesi: bir ağız ve diş sağlığı merkezinde inceleme

Bu çalışmada ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve psikolojik riskler incelenerek tehlike bazlı olarak değerlendirilmiş olup ağız ve diş sağlığı merkezlerinde olası risklerin belirlenmesi için rehber niteliğinde olması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *iş güvenliği, iş sağlığı, iş sağlığı ve güvenliği, ağız ve diş sağlığı merkezi, risk değerlendirmesi*

The evaluation of risks to encounter in oral and dental health centers: examination in an oral and dental health center

Abstract

The term of Occupational Health and Safety in enterprises has become even more important as of the entry into force of sub regulations and the Law No. 6331 on Occupational Health And Safety.

Preventive policies have been started to be established in order to provide a healthy and safe working environment that everyone has the right with Statutory obligations and criminal sanctions, and control mechanisms have been started to be formed in order to prevent occupational accidents and occupational diseases.

Occupational health and safety measures have a great impact on the prevention of occupational accidents and occupational diseases. Preventive policies have to be implemented to eliminate the risks that may cause employees and visitors to be affected. Factors such as risk assessment, emergency action plan, trainings, audits should be secured and continuous improvement should be ensured.

Health facilities are one of the lines of work that have different risks. While healthcare workers serve patients, they also encounter factors that may affect their health. The oral and dental health center location, which is considered as the subject, is stated as dangerous class in the Principles Of Workplace Hazard Classes Related To Occupational Health And Safety.

Physical, chemical, biological and psychological risks that may be encountered in oral and dental health centers were examined and evaluated as danger based.

Keywords: *occupational safety, occupational health, occupational health and safety, the oral and dental health center, risk assessment*

Giriş

İşletmelerin rekabetin çok yoğun olarak yaşandığı günümüzde ellerinde bulundurdukları kaynaklardan olabildiğince yüksek düzeylerde fayda elde etmeleri gerekmektedir. Bunu başarabilmeleri rekabet ortamında avantaj sahibi olmalarının en önemli faktörlerinden biridir. İşletmelerin ellerinde bulundurdukları en önemli kaynaklardan biri de muhakkak ki insandır. Bu sebeple insandan en yüksek verimin alınabileceği çalışma ortamları hazırlanmalıdır. Bu da ancak iş sağlığı ve güvenliği anlayışının gereklerinin yerine getirilmesi ile mümkün olabilecektir.

İş sağlığı ve güvenliği konusu, günümüz çalışma hayatı ve çalışma hukukunun önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. İş sağlığı ve iş güvenliği önlemlerinin uygulanması ile çalışanlar, işverenler ve sosyal güvenlik sistemleri için önemli sonuçlar ortaya çıkacaktır. İş hukukunun temel ilkelerinden biri olan çalışanın korunması ilkesi, yalnızca çalışanların işverenden bir alacağının ortaya çıkmasıyla sınırlı değildir. Önleyici politikalarla çalışanların fiziki, kimyasal, biyolojik ve psikolojik muhtemel zararlardan korunması önemlidir.

İş sağlığı ve iş güvenliği önlemlerinin temel amacı, iş kazaları ve meslek hastalıklarının meydana gelmeden önce önlenmesidir. Sosyal Güvenlik Kurumu'nun istatistiklerine bakıldığında Türkiye'de her yıl ortalama 250.000 iş kazası meydana gelmekte, bu kazalarda 1.000'den fazla işçi hayatını kaybetmekte, 5.000'den fazla da işçi de sakat kalmaktadır. İş kazası ve meslek hastalıklarının temel nedenleri iş yeri çalışma koşulları ve çalışanların güvensiz davranışlarıdır.

İşletmelerde kararları alan, kuralları uygulamak ve uygulamakla mükellef olan işverenler veya işveren vekilleri olduğuna göre, sağlıklı ve güvenli iş koşullarının oluşturulmasında temel görev de işverene veya işveren vekillerine aittir.

6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu

6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu; günümüzün koşullarında ve gelecekte yapılacak proaktif çalışmaların önünü açacak nitelikte yol gösterici olarak işveren ve çalışanların görev, yetki, hak ve yükümlülüklerini belirtmektedir.

Kanun, önleyici yaklaşım temelleri ile birlikte iş kazası ve meslek hastalıklarının kaynağında yok edilmesini, bu durumların meydana gelmeden önlemlerin alınmasını amaç edinmektedir (Korkmaz ve Avsallı, 2012).

Önleyici politikalar ile çalışanların karşı karşıya kalabileceği tehlikelerin ortadan kaldırılması veya minimize edilmesi, iş kazası ve meslek hastalıklarının olması sonucu oluşabilecek muhtemel zararlardan korunmak için çok önemlidir.

2016 yılında 286.068 çalışan iş kazası geçirmiş, 597 çalışan ise meslek hastalığına yakalanmış olup 1405 çalışan iş kazası sonucunda hayatını kaybetmiştir.

İş kazası ve meslek hastalığı geçiren sigortalıların geçici iş günü kayıplarının toplamına bakıldığında ise 3.453.702 günün iş kazası sonucu, 151 günün de meslek hastalığı sonucu çalışılmadığı görülmektedir (SGK, 2016).

Sağlıklı kişi tanımı

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlık kavramını sadece kaza ve hastalıkların olmadığı bir durum olarak değil, bedensel, ruhsal ve sosyal yönden tam iyilik hali olarak tanımlamaktadır.

Sağlıklı kişi tanımlaması yapılabilmesi için bedensel iyilik halinin yanı sıra çalışma güvenliğinin, yaşam standartlarının, gelir dağılımının ve sosyal yaşantının da tam iyilik haline getirilmesi önemle gereklidir. Bu bütünlük sağlanmadığı sürece toplumların ve toplumu oluşturan kişilerin tam iyilik halinde olması imkânsızdır (Fişek, 2018).

Sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamında çalışmak her insanın temel hakkıdır. Amacı çalışma ortamlarında var olan ya da olabilecek uygunsuzlukların düzeltilmesi olan iş sağlığı ve güvenliği, çalışanların beden ve ruh sağlığını korumayı hedeflemektedir (Öztürk ve Babacan, 2012).

Sağlık sektöründe iş sağlığı ve güvenliği

Sağlık hizmetleri; kişilerin sağlıklarının korunması, hastalıkların tedavi edilmesi, tanı, tedavi ve bakım süreçleri için verilen hizmetler olarak belirtilebilir (Odabaşı, 2001). Sağlık kurumlarında görev alan çalışanların,

sağlık hizmetlerinden faydalanacak olan hastaların ve ziyaretçilerin işletme içerisinde sağlığının ve güvenliğinin sağlanmış olmasının önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Biyolojik, kimyasal, fiziksel, radyasyon, ergonomi, atık, elektrik, mekanik, acil durum vb. risklerin yoğun olarak görüldüğü sağlık sektörü hemen hemen farklı sektörlerde karşılaşılan çoğu riski bünyesinde barındırabilmektedir.

Tehlikeli veya çok tehlikeli sınıflarda bulunan sağlık sektörü firmalarında işin doğası gereği hasta olan bireylere hizmet veren çalışanların üzerindeki risk diğer sektör çalışanlarına göre çok yüksektir.

Hasta bireylere temas sonucunda oluşabilecek tehlikelerin başında kesici-delici alet yaralanmaları, kan ve vücut sıvılarına bulaşma, hava yoluyla geçen mikroorganizmalar gelmektedir. Hasta, sedye ve cihazları kaldırma, düşme, çarpma, takılma, kayma, incinme vb. sebeplere bağlı kas-iskelet sistemi hastalıkları sık görülebilecek durumlardır. Alerjik reaksiyonlar, yanıklar, zehirlenme ve her türlü yangın, patlama, elektrik çarpması vb. gibi olaylar yine sektörel olarak karşılaşılabilecek tehlikelerdir. Şiddet, mobbing, tehdit ve korkutulmalar da sıkça sağlık çalışanlarının başına gelebilmektedir (Uçak vd., 2011:8).

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinin 6331 Sayılı İSG Kanunu'ndaki yeri
Ağız ve diş sağlığı merkezleri 20.06.2012 tarihinde yayınlanan 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nun 2. maddesi kapsamı içerisinde yer almaktadır. SGK Nace Kodu 86.23 ile başlamakta olup tehlikeli sınıfta değerlendirilmektedir.

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek tehlikeler ve risklerin değerlendirilmesi

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek tehlikeler ve bu tehlikelerin kaynakları üzerine 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu yükümlülüklerine göre yapılan araştırmada ana başlıklar olarak; acil durum, acil çıkış, arşiv, asansör, atıklar, basınçlı hava tankları, basınçlı tüpler, biyolojik etkenler, cam yüzeyler, eğitim ve bilgilendirme, ekranlı araçlarla çalışma, elektrik, elle taşıma, ergonomi ve monoton çalışma, depolar, güvenlik, ısıma-radyasyon, iklimlendirme-havalandırma, haşereler ve

kemirgenler, ilkyardım malzemeleri, isg iç iletişim, istif ve sabitleme, jeneratör, kaygan zemin, kazalar ve hastalıklar, kesici delici aletler, kimyasal maddeler, kişisel koruyucu donanım, kombi/kazan dairesi, konferans salonu, kurum içi geçici çalışma, kurum içi kiracı firmalar, laboratuvarlar, ortam ölçümü, psikososyal etkenler, reklam panosu (firma isim panoları), seyyar merdiven, sığınak, sistem odası, sterilizasyon, su deposu, tavan yüksekliği düşük mahaller, su sebili, tavana sabitlenen malzemeler, wc hijyeni, yangın acil durumu, yangın söndürme sistemi, yıldırımdan korunma, yüksekte çalışma ve zemin konuları öncelikle karşımıza çıkmıştır.

Acil durum

Acil durum tüm topluluğun ya da belirli bir kesimin yaşamının normal akışını bozan veya durmasına sebep olan olaylardır. Olayların oluşturabileceği kriz halinin önceden planlanması ile hızlı bir şekilde hayatın devamlılığı sağlanmalıdır.

Herhangi bir acil durum; firma çalışanlarının, bina dahilindeki kiracı firma çalışanlarının ve ziyaretçilerin etkilenmesine sebep olabilecektir.

Acil durum olarak belirtilebilecek olaylar:

- Yangın
- Deprem
- Sel-su baskını
- Kar yağışı
- Gıda zehirlenmesi
- Radyasyon
- Terör
- Fırtına
- Heyelan
- Kimyasal kazaları
- Parlayıcı ve patlayıcı madde kazaları
- Enerji kesilmesi
- Sabotaj
- İş kazası
- Salgın hastalık
- Trafik kazası
- İletişim sistemlerinin çökmesi
- Bilgisayar sistemlerinin çökmesi

Oluşabilecek olayların etkisini azaltmak için yapılması gereken planlamada en önemli hususlardan biri de acil durum yönetiminin oluşumu ve olaya karşı yapılacak hareketlerin belirlenmesidir. Planlama en kritik aşamalardan biridir.

Görevlendirilecek personelin eğitimleri, olaylar hakkında pratik uygulama olarak eğitimin devamı niteliğindeki tatbikatlara katılım, olay anında kullanılacak ekipmanların denenmesi ve faaliyetlerin koordine edilmesi gereklidir. Koordinasyon acil durum yönetimi tarafından sağlanmalıdır.

Acil durum yönetiminin temel amaçları:

- Çalışanları, ziyaretçileri, toplumu ve çevreyi korumak,
- İş yerinin yasal yükümlülüklerini yerine getirmesini ve ilgili kurumlar ile koordinasyonu oluşturmak,
- Bir acil durum sonucunda oluşabilecek etkilerin kontrolünü sağlamaktır.

Bu sebeple işletme içerisindeki fiziki riskler minimize edilerek olaylar ayrıştırılmalı ve her bir olayda karşılaşılabilecek olumsuzluklar kontrol altına alınmalıdır. Acil durumların yaşamın her anında oluşabileceği unutulmamalıdır (Özmen vd., 2015:37-52).

Acil çıkış: Binalarda oluşabilecek herhangi bir acil durumda hızlı ve güvenli bir şekilde tahliyenin sağlanması gereklidir. Tahliyenin sağlanabileceği alanlara ulaşım ve bu yol hattından yer seviyesindeki dış mahale-toplanma noktalarına erişim her zaman kontrol altında olmalıdır.

Oda ve diğer bağımsız mekânlardan çıkışlar; koridor ve benzeri geçitler, kat çıkışları, zemin kata ulaşan merdivenler, zemin katta merdiven ağızlarından aynı katta yapı son çıkışına götüren yollar ve son çıkış kaçış yollarını oluşturmaktadır. Kullanıcı yüküne göre belirlenecek kaçış yollarının herhangi başka bir riske sebep vermeyecek şekilde kontrol altında tutulması önemlidir. İş yeri içerisinde bulunan herhangi birinin acil durumda binadan hızlıca çıkabilmesi ve toplanma noktalarına ulaşabilmesi gereklidir.

Arşiv: İçerisinde uzun yıllar saklanması gereken kıymetli evrakların bulunduğu arşivlerde en büyük risk yangındır. Bu sebeple kıymetli evrakların olası bir yangın durumunda yangına dayanımının sağlanacağı

dolaplarda bulundurulması ve arşiv alanının yangına karşı önlemler alınarak kontrol altında tutulması gereklidir.

Asansör: Günümüz binalarında katlar arası hareketlilikte merdiven kullanımından çok asansör kullanımı tercih edilmektedir. Bakım ve kontroller ile oluşabilecek riskler minimize edilerek asansörlerin normal şartlarda kullanımının devamlılığı sağlanmalıdır.

Atıklar: İşletmede oluşan atıkların sebep olabileceği sağlık sorunları öncelikle göz önüne alınarak atıkların hızlı ve doğru bir şekilde binadan uzaklaştırılması gereklidir. Katı, sıvı veya gaz yapıda işletmede oluşan atıkların çalışanlara, ziyaretçilere ve ekosistemdeki doğal dengeye zarar vermeden bertaraf süreci planlanmalıdır.

Sağlık kurumları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin sonrasında ortaya çıkan, tehlikeli atıklar sınıfındaki tıbbi atıklar doğru bir şekilde imha edilmediklerinde çevreye ve insan sağlığına büyük zarar verebilirler. Bu nedenle de tıbbi atıkların ayrı biriktirilerek bertaraf edilmesi gereklidir.

Basınçlı hava tankları: Basınçlı hava tankları işletme içerisinde kullanılan iş ekipmanları için gerekli olan havanın istenilen basınçta sisteme iletilmesini sağlar. Basınçlı hava tanklarının üzerinde emniyet valfi, manometre, kontrol deliği, boşaltma (drenaj) deliği ve çalışma yapısını belirten bilgiler bulunur. Basınçlı hava tanklarının çalışma yapısının kontrolü ilgili standartlara göre yapılarak kullanımı kontrol altında tutulmalıdır.

Basınçlı tüpler: Basınçlı tüpler, içeriğindeki madde ile birlikte sızdırmaz yapıda geniş bir alanda kullanılan iş ekipmanlarından biridir. Dolu ağırlığı ortalama 70 kg olan, 1-1.5 m boyutlarında 150 atm basınç ihtiva edebilen yapıdadır. Basıncın birden ortama verilmesi büyük zararlara sebep olabilir. Bu sebeple basınçlı tüpler buldukları mahallerde potansiyel bir tehlike oluşturmakta olup fiziksel (devrilme, boşalma, patlama vb.) ve kimyasal tehditler (boğulma, zehirlenme, doku tahribatı vb.) meydana gelebilir.

Basınçlı gaz tüplerinin temininde üretici firmasından temin edilen malzeme güvenlik bilgi formu içeriğine göre kullanımı sağlanmalıdır. Kullanım

alanlarında yetkili kişiler tarafından süreç her zaman planlı yürütülmeli ve önemle kontrol mekanizması oluşturulmalıdır.

Biyolojik etkenler: Enfeksiyon, alerji veya zehirlenmelere sebep olabilen mikroorganizmalar, parazitler, virüsler, bakteriler, mantarlar ve hücre kültürleri biyolojik olarak risk oluşturan durumlardır.

Sağlık sektöründe çalışanlarda biyolojik etkenler sebebiyle oluşabilecek sağlık sorunları riski daha yüksektir. Biyolojik etkenlere karşı koruyucu önlemler alınarak çalışmaların yürütülmesi önemle gerekmektedir.

Sağlık çalışanlarında en sık görülen sağlık sorunları tüberküloz, menengokoksik menenjit, gastrointestinal sistem enfeksiyonları, lejyoner hastalığı, difteri, boğmaca, hepatit-b, kızamık, kızamıkçık, kabakulak, suçiçeği veya varisella zoster, herpes enfeksiyonları, sitomegalovirüs enfeksiyonları, edinsel bağışıklık yetersizliği sendromu ve histoplazmosis olarak belirtilmektedir (Görgüner, 2002).

Sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamının yürütümünde kurallar uygulanmalı, ihmal durumu olmaması için sürekli kontrol sağlanmalıdır. Hastaların muayene sürecinde radyasyon, anestezi gazları, sitostatik ilaçlar v.b. kullanımında çalışmanı etkileyecek unsurlara dikkat edilmelidir.

Cam yüzeyler: Günümüz yapılarında çalışılan yerin ferahlığını arttırmak için uygulanan cam yüzeylerin kullanım alanı her geçen gün artmaktadır. Cam yüzeyler ile gün ışığından optimum fayda sağlanmasının yanı sıra rahat çalışma ortamları oluşmaktadır. Ancak cam yüzeylerin şeffaf görünümünden kaynaklı oluşan kazalar önemsenecek boyuttadır.

Eğitim ve bilgilendirme: İş sağlığı ve güvenliği kavramının geliştirilmesinde ilk basamağı çalışanların alması gereken eğitimler oluşturmaktadır. İşe başlangıç anından itibaren çalışma alanı, iş planlaması, görev ve sorumluluklar hakkında çalışanlara eğitimler verilmelidir.

Eğitimler ile çalışanlarda güvenlik kültürü algısının oluşturulması, motivasyonunun yükselmesi gibi faydaların yanı sıra iş kazası ve meslek

hastalıklarının azaltılması hususunda da gelişmeler gözlemlenebilecektir (<http://osmanelikotuoglu.com/is-sagligi-ve-guvenliginde-egitimin-onemi.html>).

Ekranlı araçlarla çalışma: Ekranlı araçlardan olan masaüstü bilgisayarlar hayatımıza girdiğinden beri ofis bazlı çalışmalarda kas ve iskelet sistemi rahatsızlıklarının arttığı görülmektedir.

Ekranla bakış açısında oluşabilecek ergonomik uygunsuzlukların olmaması için başın hareket etmeden iş ve işlemlerin yapılması gereklidir. Bu sebeple ekranın üst seviyesi göz hizasında olmalı, ekranla kişi arasında ortalama bir kol boyunda mesafe bulunmalıdır.

Işık kaynaklarının bulunduğu noktaların çalışmayı etkilemeyecek, yansıma oluşturmayacak hale getirilmesi gereklidir. Ekranlı, araçlı çalışmalarda uygun çalışma hali sağlanmadığında gözlerde yanma, yorgunluk, bulanık görme, baş, boyun, sırt ağrıları gözlemlenebilir (Güler, 2004:1).

Elektrik: Elektrik gözle görülemeyen yaşamın her aşamasında bulunan potansiyel bir risk kaynağıdır. Elektriğin insan vücuduna teması ile vücut üzerinden topraklandığında geri döndürülemez hayati tehlikelere sebep verebilmektedir.

İnsan hayatını tehlikeye sokacak akımın sınır değeri 30-50 mA'dır. Bu değerden yüksek akım değerleri ölüme doğru götürecektir.

Elektrik akımı sebebiyle kalp üzerinde oluşacak titreşim bozuklukları ile öncelikli olarak baygınlık görülür. En fazla dört dakika içerisinde akım kesilerek ilkyardım müdahaleleri uygulanırsa kişi hayata dönebilir (Bayram, 2000).

Elektriğin canlı ile temasının olmaması sağlanmalıdır. Topraklama prosedürleri ile bu temas ortadan kaldırılarak hem insan hem de işletme güvenliği sağlanmalıdır.

Elle taşıma: Çalışma yaşamında teknolojik altyapının artmasına rağmen insan fiziki gücü ile devamlılığı sağlanan işlerden biri de elle taşıma işleridir. Kas ve iskelet sistemi rahatsızlıklarının oluşmaması için elle taşıma işlerinin ergonomik doğru yaklaşımlar ile yapılması gereklidir (<https://www.csgb.gov.tr/media/4587/rehber06.pdf>).

Ergonomi ve monoton çalışma: Ergonomi; insan ve yaşam unsurları arasındaki etkileşimleri inceleyen disiplinler arası bir bilim dalıdır. Uyum ile birlikte işin insana, insanın da işe uygun hale gelmesi hedeflenir (Çetik ve Oğulata, 2003).

Çalışma alanları ergonomik olarak tasarlamak başarılı bir iş yaşamının birinci adımudur. İnsanın yapısal ve fiziksel özellikleri dikkate alınarak sağlık açısından risklerin ortadan kaldırılması ile iş verimliliği de artacaktır (İncir, 1999).

Depolar: Tertip ve düzenin ön planda tutulması gereken bu alanlarda sürekli kontrol sağlanmalıdır. Depoların içerisinde bulunan malzemelerin birbiri ile etkileşimi önlenmelidir. Depolarda bulunan yanıcı özellikli malzemeler için ayrıca önlemler alınmalıdır.

Güvenlik: Çalışma alanlarında oluşabilecek sabotaj durumunda kolluk kuvvetlerinin desteğinden önce işletme içerisinde kontrol ve güvenliğin sağlanmış olması önemlidir. İşletme girişlerinde çalışanların ve ziyaretçilerin güvenlik kontrolünden geçmesi bu durumların oluşumunu engelleyebilecektir.

Işıma-radyasyon: Işıma-radyasyon kaynaklı cihazlar, hastaların tanı-tedavi sürecinde etkin rol oynamaktadır. Çalışanların mesleki maruziyeti, etkileşimi incelenmelidir. Kullanılan cihazlardan yayılan radyasyonun kişilerde meydana getireceği etkilere karşı korunma sağlanmalıdır (Zeyrek, 2013).

İklimlendirme-havalandırma: İklimlendirme; çalışma ortamındaki sıcaklık, nem ve hava hareketini insan sağlığına uygun olarak tutmak için yapılan hava şartlandırmasına denir. Isı, nem, hava akım hızı, havada bulunan kirleticiler ve termal radyasyon unsurları ortam hava

kalitesini belirlemektedir. Ortam hava kalitesinin en üst düzeyde tutulması sağlanmalıdır.

Haşere ve kemirgenler: Özellikle binaların alt katlarında bulunan kazan dairesi, temizlik odası, artık su drenaj pompa alanları gibi haşere ve kemirgenlerin yaşam alanı haline getirebileceği lokasyonlar bulunabilmektedir. İnsan hareketliliğinin yoğun olduğu sağlık tesisinde çalışma ortamında da ilaçlamaya özen gösterilmesi gereklidir.

İlkyardım malzemeleri: Oluşabilecek herhangi bir kaza durumunda hızlı ve basit bir ilkyardım müdahalesi ile yaralının hayatını kurtarmak, sakat kalmasını önlemek ya da oluşabilecek sakatlığın etkisini azaltmak mümkündür (Saltık, 2001).

İlkyardımın temel amaçları; hayatın devamlılığını sağlama, sağlık durumunun kötüye gitmesini önleme ve hızlı iyileşme için zemin hazırlamaktır (Güler ve Bilir, 1994).

İlkyardım kaza yerinden tıbbi tedavi sürecine kadar olan zamanı kapsar. Etkisi en yüksek olan ilkyardım ilk beş dakikada yapılan ilkyardım olup, ilk yarım saat içerisinde yapılan ilkyardım uygulaması çok önemlidir (Yürügen ve Durna, 1992).

İSG iç iletişim: İş sağlığı ve güvenliğinin uygulanmasında işverene, iş sağlığı ve güvenliği profesyonellerine ve çalışanlara ait yükümlülükler bulunmaktadır. Doğru iletişim yolları ile çalışanların iş sağlığı ve güvenliği yönetiminde etkisinin artırılması gereklidir.

İstif ve sabitleme: Binalarda herhangi bir sarsıntı halinde oluşabilecek bina içi malzemelerin hareketliliği kontrol altında tutulmalıdır. Yapısal olmayan bu tehlikeler nedeniyle binaların kaçış yolları kapanabilir, ezilmeler oluşabilir veya yangın çıkabilir (Boğaziçi Üniversitesi YOTA El Kitabı, 2005).

Jeneratör: Sağlık tesislerinde çalışır halinin sürekli kontrol altında tutulmasının çok önemli olduğu iş ekipmanlarından biri de jeneratörlerdir. Ameliyat, müşahede veya tetkik süreçlerindeki hastaya müdahale için olası elektrik kesintisinde gerekli enerjinin sağlanması gereklidir.

Kazalar ve hastalıklar: Çalışma ortamı içerisinde çalışanların sağlık bütünlüğünü bozabilecek tehditler bulunabilmektedir. Bu tehditler sebebiyle oluşabilecek herhangi bir kaza durumunda çalışanın sağlık bilgilerinin bilinmesi yanlış müdahaleyi ve olası zaman kaybını önleyebilecektir. Çalışanın sağlığının işe başlangıçtan itibaren bilinmesi ve takip edilmesi gereklidir. Çalışanların işe başlangıçlarında ilk yapılması gerekenlerden biri işin insana, insanın da işe uygunluğunun sağlık yönünden belgesi niteliğinde olan işe giriş sağlık raporu için muayene edilmesidir. İş yeri hekimi çalışma ortamındaki riskleri ve muayene edeceği kişinin işi ile ilgili tehditleri bilerek çalışma onayını belirtmelidir (http://www.ttb.org.tr/kutuphane/ise_giris_rpr.pdf).

Kesici delici aletler: 1845 yılında kullanımına başlanan şırıngadan beri, sağlık sektöründe çalışanların en önemli mesleki risklerinden biri kesici delici alet yaralanmalarıdır. Sağlık çalışanları ameliyathanede, enjektör kullanımında ve temizlik aşamalarında bu riskle karşı karşıya kalmaktadır. Kesici delici cisimler sebebiyle oluşan yaralanmalarda kan yoluyla bulaşıcı hastalıklara maruz kalma ihtimaline karşı kontrol sağlanmalıdır (Merih vd., 2009).

Kimyasal maddeler: Kimyasal maddelerin doğaya ve insana vereceği zararların bilinerek özelliklerine göre kullanılması gereklidir. Kullanımda olan kimyasalların zararları ve oluşabilecek herhangi bir durumda alınması gereken önlemler hakkında kullanıcılar bilgilendirilmelidir (Anık, 2004).

Kişisel koruyucu donanım: Çalışma alanında yürütülen işten kaynaklanan sağlığı ve güvenliği etkileyen risklere karşı kullanılan, kullanımı sebebiyle risk oluşturmayacak şekilde tasarlanan araç gereçlere kişisel koruyucu donanım denilmektedir.

Doğru kişisel koruyucuyu temin etmek ve çalışanın kullanımına sunmak işverenin yükümlülüğündedir. Kazaları önlemede öncelik toplu korunma yöntemlerinin uygulanmasıdır. Doğru kişisel koruyucu donanımların kullanımı ile oluşabilecek kazalar minimize edilebilmektedir (Demirbilek ve Çakır, 2008).

Kombi/kazan dairesi: İşletmelerde ısıtma sistemleri genelde bodrum katlarda konumlandırılmaktadır. Yangın, patlama, doğalgaz sızıntısı vb. potansiyel tehlikelerin oluşabileceği bu mahallerde denetim kontrol mekanizmasının önemle sağlanması gerekmektedir.

Konferans salonu: Fiziki özellikleri, elektrik ve mekanik altyapıları ile bir bütün halinde değerlendirilmesi gereken konferans salonlarında herhangi bir acil durumda insanların hızlı ortamdan uzaklaştırılabilmesi gerekmektedir.

Kurum içi geçici çalışma: Binada bakım, kontrol, ölçüm, malzeme konumlandırma vb. dış destekli yapılacak işler için gelen firmaların çalışanlarının kontrolü sağlanmalıdır.

Kurum içi kiracı firmalar: İşletmede bulunan kiracı firmaların (ör: kafeterya) iş sağlığı ve güvenliği üzerine yapılan çalışmalara entegre olması gereklidir. Firmaların kullanımında olan mahallerdeki mevcut riskler ve firma çalışmaları ile oluşabilecek durumlar işveren kontrolünde olmalı ve takip edilmelidir.

Laboratuvarlar: Diş laboratuvarlarında çalışanlarda görülen, akciğerlerin toza maruz kalmasından kaynaklanan meslek hastalığına diş teknisyeni pnömokonyozu denilmektedir. Laboratuvarlarda oluşan tozun içerisinde krom, kobalt, molibden, silikon türevleri, manganez, silika, alçı, mum, reçine, metil metakrilat, seramik, nikel, berilyum vb. bulunabilmektedir (Eyüboğlu, 2008:204-210).

Ortam ölçümü: Ortam ölçümleri ile fiziksel, kimyasal ve biyolojik etkenler incelenerek çalışma ortamında çalışanın sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecek unsurların ortadan kaldırılması gereklidir.

Psikososyal etkenler: İş yerinde yönetim biçimi ve çalışanın konumuna göre değişen psikolojik, sosyal ve fiziksel zararlar ortaya çıkabilmektedir.

Çalışma ortamında oluşan stresin önlenmesi ve önleyici politikalar ile sürekliliğin sağlanması gereklidir. Stres ile birlikte psikososyal etkenler içerisinde şiddet, zorbalık, yıldırma (mobbing) ve taciz gibi unsurlar görülmektedir. Çalışma koşulları çalışanın aleyhine olmadan planlanmalı, çalışmanın gelişim ve değer katma amacı ile gerçekleşmesi sağlanmalıdır.

Çalışanların yönetim kararlarına katılımının sağlanması, adaletli iş politikalarının oluşturulması, adaletli maaş planlamasının yapılması, üst alt

kademe iletişimlerinin geliştirilmesi, mesai süreçlerinin belirginleştirilmesi ve çalışanın iş yükünü ağırlaştırılan sebeplerin ortadan kaldırılması ile psikososyal riskler azaltılabilecektir (Gül, 2009).

Reklam panosu (firma isim panoları): İşletmelerin dış reklam panolarında çevre etkenleri ile birlikte zamanla yıpranmalar meydana gelmektedir. Yıpranmaların herhangi bir olumsuz duruma sebep olmaması için kontrolü gereklidir.

Seyyar merdiven: Ulaşılamayan yüksek noktalara hızlı ve kolay bir şekilde erişim için, hemen hemen her iş yerinde seyyar merdiven bulunmaktadır. Ancak kontrolsüz ve uygun olmayan şekilde kullanımı sonucu düşmeye bağlı iş kazaları meydana gelebilmektedir.

Sığınak: Nükleer, biyolojik veya kimyasal dış tehditler meydana geldiğinde gerekli olan toplu korunma mahalline sığınak denir. Sığınakların bu dış tehditler sebebiyle oluşabilecek acil durumlarda toplanma ve yaşam noktası olarak kullanılması planlanmaktadır.

Sistem odası: Bilgi işlem sistem odaları içerisinde yer alan bilgisayar sistemlerinin sıcaklığa ve yangına karşı korunmaları gereklidir. Sıcaklık bilgisayar sistemi üzerindeki kartları ve sabit diskleri bozabilecektir. Sistem odalarında oluşabilecek yangında sistemin zarar görmeden söndürülmesi için gaz içerikli insan sağlığına zarar vermeyen söndürme sistemleri kullanılmalıdır.

Sterilizasyon: Sterilizasyon, sağlık tesislerinde kullanılan aletlerin üzerinde bulunan tüm mikroorganizmaların ortadan kaldırılmasını sağlayan işlemdir.

Ağız ve diş sağlığı çalışanları ve hastalar, kan ve salgılardan yayılma ihtimali olan mikroorganizmaların tehdidi altındadır. Her hastanın enfekte hasta olarak görülerek muayene edilmesi ile bu tür oluşabilecek biyolojik risklerle karşılaşma ihtimali azaltacaktır (Özer vd., 2005).

Su deposu: Dezenfekte edilmeyen su depolarında insan sağlığını tehdit edebilecek mikroorganizmalar bulunmaktadır. Su deposu temizleme

Ağız ve diş sağlığı merkezlerinde karşılaşılabilecek risklerin değerlendirilmesi: bir ağız ve diş sağlığı merkezinde inceleme

hizmeti mutlaka yaptırılması gereken, sağlıklı bir tüketim ve yaşam için zorunlu bir hizmettir.

Susebili: Günümüzde işletmelerde hızlı su ihtiyacını karşılamada kullanılan su sebillerinin üzerinde, damacana su yuva içerisinde mikroorganizmaların çoğalmasını önlemek için dezenfeksiyonu yapılmalıdır.

Tavan yüksekliği düşük mahaller: Genelde bodrum kat veya çatı kat geçiş alanlarında bulunan alçak tavanlı yerlerin çarpma ihtimaline karşı belirginleştirilmesi gereklidir.

Tavana sabitlenen malzemeler: İşletme içerisinde tavana sabitlenmiş projektör, perde, yansıtıcı, armatür, televizyon askılığı vb. malzemelerin sabitlendiği noktalar zamanla mukavemetini kaybedebilir.

WC hijyen: Topluma aktarılması gereken en önemli eğitimler sanitasyon ve hijyen eğitimleridir. Dünya Sağlık Örgütü; gelişmekte olan ülkelerde görülen bulaşıcı hastalıkların %80'inin hijyen eksikliğinden kaynaklandığını belirtmektedir.

Hijyenin ilk adımı olan el hijyeninin sağlanmaması durumunda halk sağlığını da tehdit edebilecek hastalıklar oluşabilmektedir. En ucuz ve etkili korunma yöntemi olan el hijyenine önem verildiğinde çoğu sağlık sorununun yayılmaması sağlanabilecektir (Cevizci ve Önal, 2009).

Yangın acil durumu: Sağlık tesislerinde kantin, kazan dairesi, elektrik panoları, jeneratör, medikal gaz odaları, klima santralleri, depolar, laboratuvarlar, ameliyathaneler vb. mahaller yangının oluşma ihtimalinin yüksek olduğu yanıcı malzemeler barındıran alanlardır.

Yaşanabilecek en tehlikeli olaylardan olan yangın acil durumunda, can ve mal kaybı yaşanmaması için binalarda tasarım ve kullanım aşamalarında yangına karşı önlemler alınarak devamlılığın sağlanması gerekmektedir.

Yangın söndürme sistemi: Yangının başlangıç aşamasında söndürülmesi ve kontrol altına alınması önemlidir. Yangın söndürme sistemleri ile hızlı müdahale yapılarak yangın kontrol altına alınabilir. Her an oluşabilecek

yangın acil durumuna karşı yangın söndürme sistemi kontrol altında ve çalışır vaziyette bulundurulmalıdır.

Yıldırımdan korunma: Yıldırım tehlikesinden insanları, binaları, tesisleri ve donanımları korumak için yıldırımdan korunma tesisatı kullanılmalı, kontrolü sağlanmalıdır.

Yüksekte çalışma: Yükseklik kişiden kişiye değişkenlik göstermekte olup, ikinci bel omurunu geçen yerler olarak değerlendirilebilir.

Trafik kazalarından sonra, en sık karşılaşılan durum yüksekte düşme kazalarıdır. Yüksekte çalışanlar düşme riskine karşı korunmalıdır. Toplu korunma yöntemleri ve teknolojik gelişmeler ile üretilen düşme engelleyici malzemelerin kullanılmaması sebebiyle birçok insan hayatını kaybetmekte, sakat kalmaktadır (Ongel, 2008).

Zemin: Çalışma alanlarında sıklıkla karşılaşılabilen risklerden biri de zemin kaynaklı risklerdir. Kaygan zeminler veya kot farkı olan zeminler sebebiyle takılma, düşme sonucu kazalar meydana gelebilmektedir.

Temizlik işlemlerinden sonra ıslak bırakılan zemin ya da zemine sıvı dökülmesi durumlarında kazalar yaşanabilmektedir.

Kaygan zeminlerin oluşmasında en büyük etkenlerden biri de mimariyi belirginleştiren sürtünme katsayısı çok düşük zemin kaplamalarıdır. Günümüzde parlak ve kaydırmazlık özelliğine sahip zemin malzemeleri mevcuttur. İşletmelerin zeminleri mümkün olduğu kadarı kaymayan yapıda olmalıdır (<https://www.isgnedir.com/kaygan-zeminlerde-alinacak-onlemler/>).

Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada; bir ağız ve diş sağlığı merkezinde fiziksel, kimyasal, biyolojik ve psikososyal risk etmenlerini oluşturan tehlike kaynaklarında meydana gelebilecek tehlikelerin sebep verebileceği olumsuz durumlar değerlendirilmiştir. Gözlemlenen tehlikeler arasında işletme içerisinde bulunan çalışanları, ziyaretçileri ve hastaları etkileyebilecek en önemli tehditleri acil durumların ve mekanik-elektrik iş ekipmanlarının

yönetiminin oluşturduğu görülmüştür. Herhangi bir acil durumda işletme içerisinde bulunan engelli, hasta, gebe kişiler de dahil olmak üzere insanların hızlı bir şekilde binadan uzaklaştırılması önemlidir. Mimari yapı belirtilen hızlı tahliye sürecini sağlayacak şekilde olmalıdır. Acil durumlarda binadan gerçekleştirilecek tahliye ve tahliye sonrası devam edecek unsurlar belirginleştirilmeli, özellikle ameliyathanede olan hastalar bina dışına çıkarıldığında yapılacak iş ve işlemler belirginleştirilmelidir. İşletmelerin fiziki altyapısının patlama, yangın ve elektrik kaçağı meydana getirmeyecek şekilde kontrol altında tutulması gereklidir. Mekanik ve elektrik iş ekipmanlarından olan kazan, asansör, basınçlı kaplar, tüpler vb. tehlike oluşturabilecek alanların devamlı kontrol ile yönetimi sağlanmalıdır.

Bunların dışında görülen tehlikelerin içerisinde önemle dikkat edilmesi gereken diğer unsur, sağlık çalışanlarının hastalar ile olan etkileşimi sebebiyle meydana gelebilecek sağlık sorunlarıdır.

Tehlikelerin kaynağında önlenmesi iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarının temel unsurlarındandır. Tehlikeler kanuni yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve etkili işletme yönetiminin sağlanması ile genellikle önlenebilecektir.

İşletmelerde iş sağlığı ve güvenliğinin devamlılığının sağlanması ve risklerin kontrol altında tutulması için öncelikle güvenlik kültürü bilincinin yönetim ve çalışanlar tarafından benimsenmesi gerekmektedir. Karşılaşılabilecek risklerin fazlası ile bulunduğu sağlık tesislerinden biri olan ağız ve diş sağlığı merkezlerinde de iş güvenliğinin etkin bir şekilde sağlanması için ilk hedef bu olmalıdır.

Kaynaklar

- [1] Anık, F. (2004). *Kimyasal Riskler, İş Sağlığı ve Güvenliği Sertifika Eğitim Programları İşyeri Hekimliği Ders Notları (çoğaltılmış teksir)*, Çalışma.
- [2] Bayram, M. (2000). *Elektrik Tesislerinde Topraklama*. Birsen Yayınevi.
- [3] Boğaziçi Üniversitesi (2005). *Yapısal Olmayan Tehlikelerin Azaltılması (YOTA) El Kitabı*. Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırmaları Enstitüsü.

- [4] Cevizci, S., Önal, A. E. (2009). Halk Sağlığı Açısından Hijyen ve İyi Üretim Uygulamaları. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*: 73.
- [5] Çetık, M. O., Oğulata, S. N. (2003). Hastane Hizmet Birimleri Arasında İş Akışının Ergonomik Açıdan Düzenlenmesi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, 41, 28-29.
- [6] Demirbilek, T., Özlem Ç. (2008). Kişisel Koruyucu Donanım Kullanımını Etkileyen Bireysel ve Örgütsel Değişkenler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- [7] Eyüboğlu, C. K. (2008). Diş Teknisyeni Pnömonyozu Olgusu. *Tüberküloz ve Toraks Dergisi*. 56.2:204-210.
- [8] Fıratlı, İ. (2004). *İş Sağlığı ve Güvenliği Esasları Eğitim Notları*, İstanbul: Eğitim Danışmanlık, s.4.
- [9] Fişek, N. (2018). *Prof. Dr. Nusret Fişek'in Kitaplaşmamış Yazıları-I Sağlık Yönetimi*. http://www.ttb.org.tr/n_fisek/kitap_1/ (Erişim 13.10.2018).
- [10] Görgüner, M. (2002). Sağlık Çalışanlarında Solunum Yolu İle Bulaşan İnfeksiyonlar ve Korunma, *Sterilizasyon Dezenfeksiyon ve Hastane İnfeksiyonları* içinde. Günaydın, M., Esen Ş., Saniç A., Leblebicioğlu H. (Editörler), SIMAD Yayınları, Samsun, (s. 283).
- [11] Gül, H. (2009). İş Sağlığında Önemli Bir Psikososyal Risk: Mobbing-Psikolojik Yıldırma. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8.6.
- [12] Güler, Ç., Bilir, N. (1994). Temel İlk Yardım (C Düzeyi), *Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi*, No:16, Ankara.
- [13] Güler, Ç. (2004). Ergonomi Tanımı. *Sağlık Boyutuyla Ergonomi*, Ed. Çağatay Güler, Palme Yayıncılık, Ankara (s. 1).
- [14] İncir, G. (1999). *Sağlık Çalışanlarının Çalışma Koşullarına Ergonomik Yaklaşım*, Sağlık Çalışanlarının Sağlığı 1. Ulusal Kongresi, Ankara (s. 90).
- [15] Korkmaz, A., Avsallı, H. (2012). Çalışma Hayatında Yeni Bir Dönem: 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Yasası, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- [16] Merih, Y. D., Kocabey, M. Y., Çırpı, F., Bolca, Z., Celayir, A. C. (2009). Bir Devlet Hastanesinde 3 Yıl İçerisinde Görülen Kesici-Delici Alet Yaralanmalarının Epidemiyolojisi ve Korunmaya Yönelik Önlemler. *Zeynep Kamil Tıp Bülteni*, (1): 11-15 (s. 40).

- [17] Odabaşı, Y. (2001). *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları (s. 25).
- [18] Ongel, K. (2008). Yapılmış Yayınlar Göre Yüksekten Düşme Olgularının İncelenmesi, *Tıp Araştırmaları Dergisi*.
- [19] Özer, M., Köprülü, H., Dinçyürek Ç. (2005). Diş Hekimliği Kliniklerinde Uygulanan Sterilizasyon Yöntemleri, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi*, 6.2.
- [20] Özmen, B., Gerdan, S., Ergünay O. (2015). Okullar İçin Afet ve Acil Durum Yönetimi Planları. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 3.1: 37-52.
- [21] Saltık, A. (2001). *Çağdaş Sağlık Anlayışı, İşyeri Hekimliği Ders Notları*, 6. Baskı, Ankara: Türk Tabipleri Birliği Yayını.
- [22] Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) (2016) “*İş Kazası ve Meslek Hastalıkları İstatistikleri*.” İstatistik Yıllığı Tablo 3.3,3.4,3.7,3.18.
- [23] Uçak, A., Kiper, S., Karabekir, H. S. (2011). Sağlık Çalışanlarının Karşılaştıkları İş Kazaları ve Eğitimin İş Kazalarını Azaltma Durumuna Etkisi, *Bozok Tıp Dergisi* (s. 8).
- [24] Yürügen, B., Durna, Z. (1992). Ed. Kiliç, L. *Afetlerde Hemşirelik Bakımı ve İlk Yardım*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No:569, Eskişehir.

İnternet kaynakları:

- [1] URL-1 <<http://osmanelikotuoglu.com/is-sagligi-ve-guvenliginde-egitimin-onemi.html>>
- Erişim: 09.10.2018
- [2] URL-2 <<https://www.csgb.gov.tr/media/4587/rehber06.pdf>> Erişim: 05.11.2018
- [3] URL-3 <http://www.ttb.org.tr/kutuphane/ise_giris_rpr.pdf> Erişim: 04.12.2018
- [4] URL-4 <<https://www.isgnedir.com/kaygan-zeminlerde-alinacak-onlemler/>> Erişim: 13.11.2018

Mücevherin tasarımı, üretimi ve pazarlanması

İlteriş ÇATALBAŞ¹
Nafiz DURU²

Geliş tarihi / Received: 04.08.2019

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 20.08.2019

Kabul tarihi / Accepted: 23.08.2019

Öz

Bu araştırmamızda, Türk Kuyumculuk sektörünün yapısı, mücevherin tasarımı, üretimi ve pazarlaması ele alınmıştır. Kuyumculuk sektöründe kullanılmaya başlanılan bilgisayar destekli tasarım programının, sektöre etkileri incelenmiştir. Sektörün büyükleri ile yüz yüze anket uygulanmış ve sorunları tartışılmıştır. Pazarlamada yapılan değişiklikler de inceleme kapsamına alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: müşteri ilişkileri, mücevher, bilgisayar destekli tasarım

Design, production and marketing of jewelery

Abstract

In this research, structure of the Turkish jewelery industry, design, production and marketing of jewelery are discussed. The effects of computer aided design programs, which have been used in the jewelry sector, to the sector were examined. Face-to-face surveys were conducted with the industry leaders and their problems were discussed. Shifts in marketing are also included in the review.

Keywords: customer relations, jewelery, computer aided design

¹ Öğr. Gör. İstanbul Aydın Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı, ilteriscatalbas@aydin.edu.tr

² Prof. Dr. İstanbul Aydın Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği, Bölüm Başkanı, nafizduru@aydin.edu.tr

Giriş

Kuyumculuk sektörü, geçmişten günümüze zorlu üretim teknikleri ile faaliyet gösteren emeğin yoğun olduğu bir üretim biçimine sahip bir zanaat alanı olarak gerek giyim kuşam ve süslenmede gerekse ekonomik bir yatırım aracı olarak insanlık tarihi boyunca varlığını sürdürme gelmiştir. Günümüze bakıldığında teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak üretilen makine ve yazılım programları tüm sektörlerde olduğu gibi kuyumculuk sektörünü de etkisi altına almıştır.

Küreselleşen dünya üzerinde tüm ülke ekonomileri için önemli bir gelir ve ekonomik göstere olan kuyumculuk alanı da günümüzün rekabet ortamında her sektörde olduğu gibi müşterilerini tatmin etme ve müşteri sadakati yaratabilmek için birtakım tutundurma çalışmaları yapmak durumundadır. Bu makale, müşteri ilişkileri alanında sektörel bir durum tespiti olmasının yanı sıra, ortaya çıkabilecek eksikliklerin de tamamlanabilmesi için, kuyumculuk sektörüne sunulabilecek bir rapor niteliğinde değerlendirilebilecek bilimsel bir çalışma olması açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın evren ve örnekleme

Araştırmamızın evreni, mücevher kategorisinde 7 fabrika, 1000'den fazla küçük ve orta ölçekli işletmeye ev sahipliği yapan Kuyumcukent'te (takı ve mücevher üretim ve satış merkezi) bilgisayar destekli tasarım programı kullanan ve 20 kişiden fazla çalışanı olan firmaları kapsamaktadır. Araştırmada 50 firmanın bilgisayar destekli tasarım programı kullandığı tespit edilmiş ve ön görüşmeler sonucunda bu araştırmaya destek vermeyi kabul eden 5 firma ise araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

Araştırma, yurt içi ve yurt dışı pazarlama faaliyetlerinde daha seri üretim yapabilme olanağı olan bilgisayar destekli tasarım ve modelleme makinelerine sahip olan firmalarla sınırlandırılmıştır. Burada, tasarım ve üretimin yoğunluğu dikkate alınmıştır.

Müşteri ilişkileri yönetimi

Müşteri kavramı

Müşteriyi ürettiğimiz mal veya hizmetleri satın alan veya satın alma ihtimali olan kişilerdir.(Odabaşı ve Barış, 2002).

Tüketici, kullanıcı ve müşteri kavramları: Tüketici, var olan ihtiyacını karşılayabilmek adına alım gücü ve alma isteği olan kuruluşlar ve kişilerdir. Son tüketici, aldığı ürün ve hizmetten en iyi şekilde faydalanan kişilerdir. Üretim ve pazarlama faaliyeti içerisinde olan tüketiciler ise, üretimlerine destek sağlamak ve aracılık yaparak satma hedefiyle iktisadi hareketliliğini devam ettirmek için alma eğilimini gerçekleştirenlerden oluşur (Odabaşı ve Barış, 2002).

Kullanıcı, çoğunlukla bir sanayi malını veya hizmetini üretimine katmak veya kullanma hedefi içinde olan işletmeler veya kişilerdir. Müşteri, üreticilerin geliştirmiş oldukları ürünleri kendi ihtiyacı ya da pazarlama düşüncesiyle alan işletmeler ya da bireylerdir. Mevcut müşteri, işletmenin sürekli satış yaptığı ve işletmenin malını veya hizmetini her zaman satın alan birey/kurumlardır. İşletmenin satış için görüştüğü, fakat halen işletmenin müşterisi olmamış müşteri adayı, muhtemel müşteri; belirli bir işletmenin belirli mallarını satın alabileceği amaçlanan kişi veya kurumlar ise hedef müşteri olarak adlandırılır (Odabaşı ve Barış, 2002).

Müşteri şikâyetlerinin önemi: İşletmenin ayakta kalması ve gelişmesi için satışlarını koruması ve arttırması gerekmektedir. Bunun için işletmenin hali hazırda olan müşterilerini kaybetmemesi ve yeni müşteriler kazanması gereklidir (Gel, 2002).

Müşteri ilişkileri alanında çalışanların çoğu, müşterilerinin şikâyetlerinden çok şey öğrendiklerini söylerler. Fakat gerçeği söylemek gerekirse, müşterilerinin hiç şikâyet etmemesini tercih ederler. Oysa müşteri şikâyetleri, çoğunlukla şikâyetlerin önlenmesi fırsatlarını da sağlar. Müşteriden gelen şikâyetler sistemli bir şekilde ele alınmalıdır. Bu, kurumların hatalarını hızlı bir şekilde telafi etmesini sağlayacaktır. Gereken düzeltmeler yapıldığı takdirde, daha sonra gelmesi olası müşteri şikâyetleri de önlenbilir.

Memnun müşteri, işletmenin piyasaya sunduğu yeni bir mal veya hizmeti satın almaya hazır müşteridir. Memnun olmayan müşteriler ise, başka müşterilerin üzerinde etki oluşturarak tüm tanıtım faaliyetlerinin boşa gitmesine neden olabilir.

Memnun müşteriler kurum için mutlu bir çalışma ortamı sağlar. Olumlu bir örgüt iklimi yaratır. Çalışanlar yaptıkları işten mutlu olur. Sadece

müşteriler değil, çalışanlar da o işletmede kalmak ve orada çalışmak isterler (Gürsakal, 2005).

Bir işletmenin varlığını sürdürmesi ve gelişebilmesi için satış düzeyini koruması ve satışlarını yükseltmesi gerekir. Günümüz işletmesinin amaçlarını gerçekleştirmesi, işletmenin müşterilerini sürekli olarak memnun etmesi ile mümkün olabilir. Bütün müşterilerin memnun edilmesi işletme için yaşamsal değer taşır. Müşterilerin tam olarak memnun edilmesinin, işletmenin geleceği açısından yaşamsal önem taşımasının çok çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenle müşteriden gelen şikâyetlerin, işletmenin bir eksikliğini düzeltme fırsatı olarak algılanması gerekir (Gürsakal, 2005).

Mücevher tasarımı, üretimi ve pazarlanması

Geçmiş ve günümüz kuyumculuk sektöründe diğer tasarım odaklı sektörlerde olduğu gibi üretim ve pazarlamanın ilk adımı olarak tasarım yer almaktadır. Tasarım kâğıt üzerinde görsel beğeni odaklı başlar, üretime uygunluğu sağlanır, müşteri veya müşterilere göre maliyetin hesaplaması ile üretilir.

Hedef kitle istekleri doğrultusunda belirlenen temalar üzerinden tasarımlar gerçekleştirilir. Gerçekleştirilen tasarımlar, oluşturulan formlara, kullanılacak olan yarı değerli ve değerli taşlara göre, elde ana kalıp oluşturma yöntemi veya bilgisayar destekli programlar aracılığı ile 3D olarak çizimi gerçekleştirilerek, oto inşa makinelerinde ana kalıbın üretimi gerçekleştirilir. Kusursuz oluşturulan ana model, kayıp mum döküm tekniği ile çoğaltılır. Çoğaltılan modellerin yüzey temizliği, parlatılması ve yarı değerli ve değerli taşların yerleştirilmesiyle üretim sonlandırılır.

Oluşturulan yeni modellerin yurt içi ve yurt dışı pazara sunulması geçmişten günümüze devam eden ve yüz yüze görüşme tekniğine bağlı olarak çantacılık sistemi ile gerçekleştirilir. Üretim yapan firmaların kendi bünyesinde oluşturduğu çantacılık sistemi, toptan ve perakende satış yapan firmalara yöneliktir. Son müşteriye perakende firmalar aracılığıyla pazarlamanın yapıldığı sektörde, online satış güvenilirliğinin sağlanmasıyla önem kazanmaya başlamıştır.

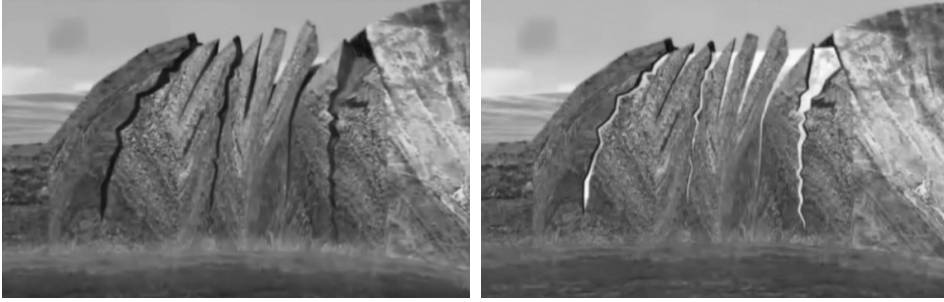
Değerli metallere olan altının doğadan çıkarılması ve hammadde olarak hazırlanması: Altın, insanlık tarihinin başlangıcından itibaren ilgi çeken ve her dönemde kullanılan sıra dışı bir madendir. Altın için uzaydan gelen element diyebiliriz. Uzayda ölen bir yıldızda meydana gelen dev bir patlama ile altın partikülleri 12 milyon km hız ile dünyaya ulaşmış ve bu partiküller dünyada bulunan kayaların arasında sıkışmıştır. Altın madenin yer yüzeyinde ve yeraltında bulunması, milyonlarca yıldır süren yüzey hareketliliğinin sonucudur.

Altın kaynakları dünyanın belli bölgelerinde yoğunlaşmış durumdadır, ancak özellikle Güney Afrika, Çin, Güney Amerika, Peru ve Amerika'nın batısında yer almaktadır. 1848-1849 yıllarında California'da dere yataklarında keşfedilen altın, insanların o bölgeye akınıyla doğada bir yağmalama süreci başlamıştır. Dere yataklarında siyah kumların arasında bulunan altın, özgül ağırlığının fazla olması nedeniyle eleme yöntemi kullanılarak çıkartılmıştır. Eski dere yataklarının bulunmasıyla arama alanı genişlemiş ve altın araması yüzeyden derinlere inmeye başlamıştır. Basınçlı su kullanılarak toprak, kayalardan ayrıştırılıp eleme yöntemiyle saf altın elde edilmiştir. Antik dere yatakları ile taşınan altınların antik göllerin tabanında yataklar oluşturduğu keşfedildiğinde, Güney Afrika'da yer yüzeyinden yaklaşık 3 km derinlikte altın arama faaliyetleri başlamıştır.

1849 kuşağı, dere yataklarında siyah kumlar içerisinde 18 milyon kg altın bulmuştur. Bulunan rezervin azalması ise nehirlerin sürüklediği altının bir kaynağı olduğu düşüncesini doğurmuştur. Dağların araştırılmasıyla altın madenin kuvars yatakları içerisinde olduğu belirlenmiştir.

Magma içerisinde ortalama 1400 derecede eriyik halde bulunan kuvarsın, yeryüzünün katlanarak kırılması hareketi ile soğuması sonucu, kuvars içerisinde hapsolan altın partikülleri, damarlar halinde ana kayalar arasında sıkışmış şekilde bulunmuştur.

1950 yılında California bölgesinde bulunan kuvars damarları arasında bulunan altın madenin, kıyıya paralel olması, yeryüzü hareketleriyle okyanus tabanının karaya doğru itilmesi ve yeni oluşumlar arasındaki boşluklara yeraltında bulunan kuvars ve altın eriyiğinin akması ve soğuması sonucu olduğu düşünülmektedir.



Şekil 1: Kıyıya paralel yeryüzü hareketleri ve boşluklarda yer alan kuvars damarları Kaynak: (Anon, 2019)

Buna bağlı olarak altının doğada yoğun olarak bulunduğu yerler, okyanus tabanlarının karaya doğru itildiği paralel oluşumlardır. Yeryüzünde keşfedilen ipuçları, altın madeninin yeraltında izlerini taşımaktadır. Yanardağ patlamalarının olduğu bölgeler yeryüzü araştırmaları için önemli yerlerdir.

Altının dünyanın hangi bölgelerinde yoğun olduğunun araştırılması ve bulunması, dünyanın sürekli hareket halinde olan ve değişim geçiren sürecinin bilinmesiyle doğru orantılıdır. Değerli metallerin, yer kabuğunun oluşumunun her aşamasında yer aldığı ve teknolojinin gelişmesiyle gün yüzeyine çıkarılacağı aşikârdır. Dünyada bulunan altın kadar altının var olduğu varsayımı bu gelişmelerle daha da kanıtlanacaktır (Anon, 2019).

Kuyumculukta altının önemi: Adını Latince Aurum kelimesinden alan, asitlere karşı dayanıklılığı olan, hava ve su ile tepkimeye girmeyen, paslanmayan ve kararmayan altın, saf halinde iken yumuşak, diğer metallerle alaşım oluşturduğunda sertliği ve rengi değiştirilebilen, tel ve plaka haline getirilebilen bir metaldir.

Geçmişten günümüze para ve mücevher yapımında kullanılan, az bulunması ve teknik özelliklerinden dolayı değerli olan altın, ülke ekonomileri ve finans piyasaları için önemli bir madendir. Zenginlik ve güç göstergesi olan altının üreticisi ve kaynaklarına sahip olmak, ülkeler açısından stratejik ve ekonomik bir güç unsurudur (Ünal vd., 2016).

Altının önemli bir kısmı evlilik merasimi, bayramlar ve özel günler gibi sosyal ve kültürel faaliyetlerde kullanılırken, siyasi ve ekonomik

değişiklikler nedeniyle ekonomik olarak değer kaybı yaşamamak için, yatırım aracı olarak da kullanılmaktadır.

Ülkeler ekonomisine, ithalat-ihracat ve iç piyasada yarattığı hareketlilikle, altın madeninin mücevher olarak kullanılmasının katkısı ve payı büyüktür.

Geçmişten günümüze mücevherin gelişim süreci

Mücevherin gelişim süreci, ilkel yaşamla başlar. Güzel görünme ve duygusal olarak korunma içgüdüsüne destek olduğu düşüncesiyle insanlar ağaç köklerinden, renkli taş parçaları ve hayvanların kemiklerinden takılar yapmışlardır. Doğada güçlü olan hayvanları öldürerek onların parçalarını kullanmak, görsel güç oluşturma ve simgeselliği ortaya çıkarmıştır. Günümüzde simgesel değerlere gösterilen ilgi daha azdır ve önemli olan görsel güzellik olmuştur. İkel toplumlarda kadınlar güzel görünebilmek için, güzel gördüğü her nesneden takı yaparak kullanmışlardır.

Toplumlar arası iletişim ile kültürler birbirinden etkilenmiş ve oluşturulan takılar diğer sonraki nesillere aktarılmıştır. Her gelişim evresinde oluşturulan takıların üretim teknikleri de gelişmiş, metale şekil verme günlük kullanım, güzellik ve güçlü görünme sembollerinden ziyade, zanaat ve sanata dönüşmeye başlamıştır. Metale elde verilen geleneksel motif ve şekillerin oluşturduğu formlar kuşaklar arasında aktarılırken, teknolojinin gelişmesi zamanla ustadan çırağa aktarımı kısıtlamıştır.

Teknoloji ile birlikte kâğıt üzerine aktarılan tasarımların üretilebilirliği artmış, ergonomi ve takılabilirlik kavramları oluşmuştur. Tasarım alanında eğitimin gerekliliği üzerinde yoğunlaşıldığı ve geleneksel modellerin çağdaş çizgilerle harmanlandığı mücevherler üretilmiştir.

Elde mücevher yapmanın yerini bilgisayar destekli tasarım programları almış ve uygulama süreci hızlanmıştır. Tasarımlar bilgisayarda çizilmiş, sonrasında modelleme makinelerinde üretilmiş ve hedef kitlelere hızlı bir şekilde sunulmuştur. Kitle üretimine geçilmesi mücevher tasarımında benzer modellerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve tasarım farklılığı oluşturma, farklı olanı sunma düşüncesi gelişmiştir (Yılmaz, 2015).

Mücevher tasarımı

Bir amaca hizmet etmesi, fikir ürünü olması, alışlagelenden farklı olması gerekliliği ile yaratıcılık barındırması mücevher tasarımında gerekliliktir.

Mücevher; form ve malzemenin oluşturduğu fonksiyonel kullanım eşyası, giyimi süsleyerek tarzı ön plana çıkararak, tamamlayıcı ve bütünleyici unsur olarak da tanımlanabilen değerli taş, altın ve diğer değerli metallerden yapılan süs eşyalarının genel adıdır. Mücevher ürünler, bedenle, malzeme, form ve işlev açısından bütünleşmesi gereken ve rahatlık sağlayan tasarım objelerdir. Moda faktörü mücevheri etkiler. Ayrıca teknolojik, kültürel, dini, estetik ve ekonomik gelişimler de tasarımları etkilemektedir.

Tasarım; bir mücevherin ya da bir eserin düşünülen ilk haliyle başlayıp, kişisel istekleri karşılama odaklı devam eden ve ürünü meydana getirmeden önce sonucundan emin oluncaya kadar geçen yaratıcı bir süreçtir. Tasarım; kişisel isteklerin kâğıt üzerinde karakalemle başlayan süreci renk, doku, şekil, biçim ve malzemeyi gerekli olan estetikle buluşturarak, zihinde gerçekleşeni karşı tarafa aktarmaktır (Yılmaz, 2017).

Tasarım aşamaları: Mücevher tasarımında, kişisel isteklere bağlı kalarak zihinde gerçekleşen tasarımın kâğıt üzerine aktarılmasından, mücevher olarak üretilmesine değin bazı çerçeveler içinde kalmak gereklidir. Gerek kişisel istek gerekse belirlenen konu üzerinde öncelikli olarak kullanılacak mücevherin işlevselliği önemlidir. Vücut ergonomisine uygunluğu, hareket kısıtlaması yaratmaması, rahatsızlık verecek sivri ve sert hatlar içermemesi, üretim aşamasında hangi teknoloji ve malzeme kullanılacağı, dayanıklılık, renk ve doku model tasarlanırken değerlendirilmesi gereken kavramlardır.

Model tasarlanacak kişi ya da kişilerin ekonomik durumları tasarım sürecinin ilk aşamasında kullanılacak malzemeye yön veren önemli etkenlerden birisidir. Kişisel istek üzerine gerçekleştirilecek tasarımda, kişinin istediği modelin oluşturulmasında bu çerçeveler içinde kalarak, mücevherin kişi üzerinde olumlu etkisinin gerekliliği tasarımın ilk aşamasında düşünülmesi gereken önemli bir noktadır (Yılmaz, 2017).

Üretim sürecinin ilk evresi olan tasarım aşamasından üretim aşamasına kadar, tasarımcı, eleştirel bir yaklaşım içinde, estetik ve kullanılabilirlik kaygısıyla, belirlenen temadan üretilecek modelin son haline kadar sürecin sağlıklı ilerleyebilmesi için, her adımı iyi analiz etmesi gerekmektedir.

Konu belirleme: Bu ilk aşamada öncelikli olarak hedef kitle belirlenmelidir. Üretici firmanın yurt içi ve yurt dışı faaliyetleri doğrultusunda, belirlenen

hedef kitlenin sosyokültürel ve ekonomik yapısı, moda eğilimleri ve tüketici istekleri dikkate alınarak konu belirlenmelidir. Mücevher sektöründe üretim yapan firmaların ekonomik kaygısı, diğer üretici firmaların belirlediği, çok satış yapan tema üzerinde değişiklik yaparak, sektör içerisinde süreklilik sağlama çabası, yeni fikirler oluşturma zorunluluğu içerisinde olan tasarımcının çözmesi gereken zor bir sorundur. Var olan ürünü değiştirerek oluşturulan tasarımlar sektör içerisinde kısa sürede yok olacaktır. Bu nedenle yenilik kavramı konu belirlemede hedef olmalıdır.

Araştırma: Belirlenen konu ve yapılacak tasarım doğrultusunda üretilecek mücevherin yenilikçi olması, doğru kitleye ulaşması, ihtiyaçlara cevap vermesi ve nitelikli bir ürün ortaya çıkarmak için öncelikli olarak tasarımcının zihninde oluşturduğu tasarımı görsel ve yazılı kaynaklarla desteklemesi gereklidir.

Şekil 2’de görülen ürün, İstanbul Aydın Üniversitesi Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programında, ders içeriğinde belirlenen ‘Türk Destanları’ temasında, Genç Osman Destanı isimli modeldir. Genç Osman Destanı üzerine yapılan araştırmanın sonucunda yazılı kaynaklarda ‘Genç Osman’ın padişah önünde kullanmış olduğu demir tarak ve kanayan bıyığı’ ana teması üzerine tasarım oluşturulmuş ve model 3D program desteğiyle üretilmiştir.



Şekil 2: 3D programda üretilen bir yüzük

Oluşturulan ön çalışmada sadece, görsel ve estetik kaygıyla yapılan araştırmanın yanında piyasa araştırması da yapılması gereklidir.

Tasarımcı, sektörde faaliyet gösteren firmaların satış politikalarını ve pazarlama stratejilerini, rekabet ortamını, sektörün kullanmış olduğu teknolojiyi ve üretim tekniklerini, kullanılacak metal ve değerli taşların fiyatlarını, tasarım aşamasında iken son ürünün taban ve tavan satış fiyatları araştırılmalıdır. Ayrıca kullanılacak metal ve değerli taşların, tasarım aşamasında bilinmesi gereklidir. Şekil 2’de görülen üründe tasarım oluşturulurken temaya uygunluk, görsel ve estetik kaygı gözetilerek oluşturulmuştur. Bu modelde, satış odaklı düşünülmediğinden yüzüğün ağırlığı, boyutu ve taşın değeri tasarım aşamasında dikkate alınmamıştır.

Form oluşturma: Araştırma sonrasında elde edilen veriler doğrultusunda desen çalışması olarak nitelendirdiğimiz, zihinde gerçekleşenin kâğıt üzerine aktarıldığı, tasarımın yenilikçi ve farklı olması gerekliliğinin öne çıkarak kâğıda döküldüğü evredir. Dış hatlarıyla oluşturulan çizimlerde, modelin boyutu ve teknik çözümlenmeleri bu aşamada gerçekleşir. Tasarımda detaya geçmeden önce yapılan teknik çözümlenmeler, üretim aşamasında oluşabilecek sorunları minimize edecektir.

Oluşturulan formların mücevhere uyarlanması: Belirlenen tema üzerinde, üretime uygunluk ve estetik çerçevesinde oluşturulan çizgilerin, kişiye özel istekler veya hedef kitle araştırmasına uygun olarak mücevhere uyarlanmasında, seçilen malzeme ve tasarımın uyumluluğu önemlidir. Öne çıkarılmak istenilen detayların belirlenmesi, istenilen ve kullanılacak olanın metalin ve taşların renk kompozisyonu, kullanılacak değerli veya yarı değerli taşların özellikleri ve boyutları bu aşamada belirlenir.

Kişiyeye özel tasarımın uygulanmasında kişinin istekleri doğrultusunda üretim yapmak zorunluluktur. Hedef kitle için uyarlanan tasarımda ise, üretimi yapılacak modelin üretim maliyetleri düşünülmelidir. Maliyet hesaplamasını örneklendirecek olursak; üretilecek olan modelde elmas, yakut, zümrüt gibi değerli taşlar kullanılıyorsa, ölçü birimi karattır ve altın fiyatının günlük kur üzerinden hesaplanması gibi, fiyatlandırılması vardır. Bu tarz mücevherlerde maliyet, satış fiyatı ve kar marjı yüksektir.

Yarı değerli taşların ise, fiyatlandırılması ve satışı gram üzerinden gerçekleşir. Taşların çapı küçüldükçe gram fiyatı artar. 1 mm çapında yarı

değerli taşın gram fiyatı farz edelim 4 dolar ise, 1.5 mm çapında taşın gram fiyatı 3 dolardır. Tasarımcı, model üzerinde belirlediği alanda kullanacağı taşların üretici firmaya maliyetini düşünmek zorundadır.

Oluşturulacak olan modelde beğeni sağlanabilmesi için, tasarımcının estetik kaygısı ve üretici firma ortak bir noktada buluşmak zorundadır.

Eskiz çizimler: Yaratıcı ve yenilikçi fikir arayışı olarak nitelendirebileceğimiz bu aşamayı, müşteri beğenisini artırmanın ve üretici firmanın sektör içerisinde sürekliliğinin, tema belirlemenin sonrasında ilk adımı olarak değerlendirebiliriz. Özgürce kâğıda aktarılan birden çok eskiz ve çeşitlilik, üretici firmanın birden çok seçenekle kişiye ve hedef kitleye ulaşması demektir.

Üretilecek tasarımın seçimi: Üretici firma bünyesinde faaliyet gösteren tasarımcılar her ne kadar yeni ve farklı model tasarlama sorumluluğunda olsalar da, belli bir zamandan sonra çalıştığı firmanın tarzı, çizgileri ve daha önce gerçekleştirilen modellerden esinlenmeleri, fark etmeden yeni tema üzerinde uygularlar. Bu sebeple üretici firma, farklı fikirlerin oluşabilmesi için, çalışan tasarımcılardan fazla sayıda eskiz çalışmaları talep ederken, sektör içerisinde serbest tasarım faaliyeti gerçekleştiren tasarımcılardan da destek alırlar. Bu, aynı tema üzerinde farklı bakış açılarının ve fikirlerin oluşmasını sağlayacaktır.

Belirlenen konu üzerinde eskiz çizimler, üretici firma üst yönetimi, tasarım ve üretim birimi yönetimi ve pazarlama birimi yöneticilerinin bir araya gelerek, eskiz çizimler üzerinde, temaya uygunluk, müşteri talebi, üretime uygunluk, malzeme seçiminin doğruluğu ve ürün satışını arttıracak etkenlerin eskiz çizimler üzerinde analizini yaparak, üretilecek model seçimi gerçekleşir. Seçilen tasarımlar üzerinde varsa yapılan değişikliklerle, üretim için el çizimi aşamasına geçilir.

El çizimi aşaması: Üretimden önceki bu son aşamada, üretilecek olan tasarım, birebir ölçüsünde, kullanılacak malzemenin cinsi, rengi, değerli-yarı değerli taşların rengi, cinsi ve ölçülerin net olarak belirtildiği, tonlama ve renklendirme ile modeldeki yükseklik ve alçaklıkların yansıtıldığı aşamadır. Üretimi gerçekleştirecek kişinin tasarım üzerinde soru işaretlerinin oluşmaması ve üretim aşamasında zaman kaybını

engellemek için, net ve istenileni tam olarak yansıtan çizimlerin yapılması gerekmektedir.

Üretim aşaması

Kuyumculuk tarihinin başlangıcından itibaren, kuyumcuların model üretirken karşılaştıkları sorun ve zorlukları atlatabilmek için geliştirdikleri teknikler ve yöntemler, günümüze kadar gelişerek gelmiştir. Üretimi gerçekleştirecek kişinin yeteneği, pratik zekâsı, gelişen teknikler ve makineleşmenin katkısıyla iyi bir donanıma sahip kuyumcu atölyesinin, anlatılmak isteneni net olarak aktaran tasarımların, mücevher olarak üretiminde karşısına çıkabilecek tek sorun zaman kavramıdır.



Şekil 3: 3D programda üretilen bir yüzük

Şekil 3'te görülen modelin, sıralı işlemleri sonrasında elde üretim süresi ortalama on gün sürerken, teknolojinin gelişmesi ve kuyumculuk sektöründe kullanılmaya başlanan 3D programlar sayesinde bu modelin üretimi maksimum iki gün sürmektedir.

Üretim tekniklerinin gelişen teknolojiye uyarlanması sayesinde üretimin hız kazanması, kullanıcıya farklı modellerin hızlı ulaşmasını ve piyasa hareketliliğini sağlamaktadır.

El çiziminin üretim şekli: Oluşturulan tasarımın görselinde kullanılan yüzey hareketleri, desen, kullanılacak metalin sertlik derecesine bağlı olarak işleme kolaylığı, kullanılacak taşların fiziksel özellikleri ve sayısı, üretim zamanı ve tasarıma benzerlik uyarlamasında estetik kaybın olmaması için üretim şekli belirlenir.

Tasarıma uygunluk ve estetik ruhu aktarabilmek adına, elde veya 3D programlarda olmak üzere 2 çeşit üretim şekli vardır. Elde üretim, tasarımın ortaya çıkarılmasında zor bir aşamadır. Üretimi gerçekleştirecek kişinin yeteneğine bağlı olarak, kullanılacak metali hissederek parmaklarla üç boyutu aktarmanın üretimi zor da olsa, fare kullanarak bilgisayar ekranı karşısında üretim yapmaktan daha iyi sonuçlar verir.

Elde ana kalıp oluşturma: Tasarım aşaması dahil, üretimin tüm aşamasında yer alan ve üretimi gerçekleştiren sadekâr (mücevheri ve ana kalıbını elde oluşturan kişi), seri üretimin ana kalıbını elde üretir. Modelin iskeleti, yüzey şekli, kullanılacak taş ve diğer malzemelere göre üretim tekniği belirlenir. Metal eritilir, tel veya plaka gerekliliğine göre kalıplara dökülür, istenilen inceliğe getirilip tasarımın ana formu metal olarak elde edilir. Tasarıma uygun olarak metale şekil verilemiyor ise, yumuşak, ekleme ve çıkarma yapılabilen mumlar kullanılarak formlar oluşturulup, kayıp mum döküm tekniği ile ana form metal olarak elde edilir.

Sadekâr'ın oluşturduğu ana kalıp kusursuz olmalıdır. Yüzey üzerindeki çok küçük bir hata, sonrasında seri üretimle çoğaltılan kopya modellerde de olacak ve fazla iş gücü gerektirecektir. Sadekâr'ın büyük bir titizlikle oluşturduğu ana kalıp, sonrasında döküm tekniği ile çoğaltılır, üretici firma atölyesi birimlerince sıralı işleme tabi tutulur. En son kalite kontrol biriminin denetiminden sonra tüketiciyle buluşur.

Sadekâr, üretici firmanın sürekliliğinde ve tüketici beğenisine katkıda büyük bir öneme sahiptir. Teknolojinin gelişimi ile 3D programların sektör içerisinde genç yaştaki kullanıcılar tarafından hızlı bir şekilde öğrenilmesi ve yaygın olarak kullanılmaya başlanması, yıllardır elde ana kalıp üretimi yapan sadekârlarda görev değişikliğine neden olmuş, üretici firma için olumlu ancak belli bir yaşın üstünde ve 3D program kullanamayan sadekârlar için olumsuz etki yaratmıştır. 3D programlarla çizilen ve oto inşa makinelerinde üretilen kalıpların yüzey temizliğini yapar hale gelmişlerdir.

Bilgisayar destekli programlarla ana kalıp oluşturma: Kuyumculuk sektöründe 3D programlar yoğun olarak son on beş yıldır kullanılmaktadır. Sektörün gelişen teknolojiyle birlikte, yeni trendlere hızla cevap vermesi, yurt içi ve yurt dışı pazarında ekonomik hareketliliğinde, sektörün kullanmış olduğu teknoloji en büyük etkidir.

Bu genel ekonomik hareketlilikte üretim yapan firmalar için, tasarım aşamasından üretimin son aşamasına kadar, ana kalıp oluşturmada tekrarı gerektirecek hataların önceden görülmesi, düşük maliyet ve zaman tasarrufu, üretkenliğin artması, pazar rekabeti, müşterinin görüşlerinin alınması ve değişikliklerin hızlı gerçekleştirilmesinde 3D programların kullanılmasının etkisi çok büyüktür. Aynı şekilde, tasarım aşamasında belirlenemeyen, fakat bilgisayarda modelleme sonucunda kullanılacak metalin özgül ağırlığı ile yapılan kütle hesaplamasıyla mücevherin son ağırlığının bilinmesinde 3D programlar, firmalara büyük ölçüde kolaylık sağlar.

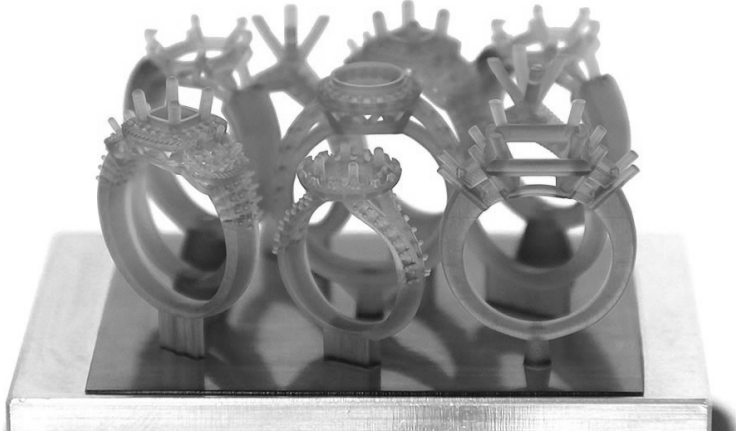
Tasarımın el çizimi, üretilecek mücevherin birebir ölçüsünde yapılır. 3D programlarla ana kalıp oluşturulurken el çizimi, tarayıcı ile taranarak JPEG formatında fotoğraf olarak programa aktarılır. Fotoğraf üzerinden program komutlarından çizgi komutları kullanılarak tasarım istenilen ölçülerde 3D boyutlandırılmak üzere tekrar çizilir.

3D programda oluşturulan model, oto inşa makinelerinde foto polimer malzeme kullanılarak ana kalıp üretilir.

Oto inşa makinelerinde ana kalıp üretme: Geleneksel yöntemlerle mücevher üretiminin yerini teknolojiye bıraktığı günümüzde, üretilmesi zor modeller, üretilebilir hale gelmiştir. Üretim aşamasında kuyumculuk sektöründe kullanılan oto inşa (katmanlar halinde hızlı model ve prototipleme tekniği) makinelerinin temelini eklemeli imalat yöntemleri oluşturmaktadır.

Eklemeli imalat; bilgisayar destekli 3 boyutlu model verisini kullanarak çeşitli objeler üretmek amacıyla kullanılan ham maddeyi katmanlar halinde inşa etme işlemidir. Birçok sektörde kullanıldığı gibi kuyumculuk sektöründe de yaygınlaşan bu imalat yöntemi, aynı veri tabanı ile çalışan ancak kullanım alanına göre farklı tekniklerle üretim yapan teknolojilerdir.

Bunlardan yaygın olarak kullanılanları; stereolitografi (SLA), elektron ışınli ergitme (EBM), ergiterek yığma ile modelleme (FDM), seçmeli lazer sinterleme (SLS), seçmeli lazer ergitme (SLM), çok jetli modelleme (MJM)'dir (Kiraz, Sezer ve Şahin, 2018).



Şekil 4: SLA yöntemiyle hazırlanmış kalıp

Kaynak: <https://envisiontec.com/3d-printing-industries/professional/jewelry/>

Kuyumculuk sektöründe ağırlıklı olarak kullanılan eklemeli imalat yöntemi stereolitografi'dir. Şekil 4'te görülen ana kalıplar foto polimer reçineden elde edilmiştir.

Alt tablası cam havuz ve sabit olan, üst tablası dikey hareketli makinede, cam havuz içerisinde koyulan foto polimer reçine içerisine üst tabla girer. Modeller, cam havuzun altından gelen lazer ışınları ile üst tabla üzerinde istenilen noktalara kür edilerek sertleşmesi sonucu elde edilir. Her bir katman için makine üst tablası, 0.5 mm yukarı hareket eder ve lazer ışınları o katmanı da sertleştirerek modeli oluşturur. Aşağıdaki çizelgede geleneksel yöntem ile eklemeli imalat teknolojileri yöntemlerinin karşılaştırılması görülmektedir.

Çizelge 1: Kuyumculukta geleneksel yöntemlerin ve eklemeli imalat yöntemlerinin karşılaştırılması

Kaynak: (Kiraz ve ark. 2018)

Geleneksel Yöntemler ile Takı Üretimi	Eklemeli İmalat Teknolojileri ile Takı Üretimi
El işçiliğinden dolayı tasarım ile ürün gerçekleştirme arasındaki hata oranı yüksektir.	Tasarım ile üretim arasında yüksek doğruluk oranı.
Üretim süresi işçiliğe bağlı olarak değişmekte ve uzamaktadır.	Zamandan tasarruf sağlar.
Tek ve özel tasarımların maliyetleri yüksektir.	Tek ve özel tasarımların düşük maliyetle üretilmesini sağlar.
Üretim kısıtlarından dolayı kullanıcı söz hakkına sahip değildir. Dolayısıyla kişileştirilmiş tasarım yapılması zordur.	Kullanıcıya da tasarım ve üretim aşamasına katarak müşteri memnuniyetini artırır.
Tasarımcı üretimi düşünerek tasarımını yapmak zorundadır. Bu yüzden sınırlı tasarımlar gerçekleşir.	Karmaşık geometrilerde üretime olanak sağladığı için tasarımcıyı özgür kılar.

Üretilen ana kalıbın çoğaltılması: Oluşturulan tasarımların elde veya oto inşa makinelerinde oluşturulan ana kalıbı, belli bir derecede eriyen foto polimer malzeme veya mum halindedir. Ana kalıbın alçı ile kaplanıp, kurutulması ve kademeli olarak pişirilmesi esnasında mum modelin eriyip, alçının içinden ayrılması sonucunda oluşan boşluğa erimiş metalin dökülmesi ile model çoğaltılır.

Çoğaltılan ana kalıbın atölyede müşteriye hazır hale getirilmesi: Dökümden gelen modellerin yüzeyleri mat ve modelde taş kullanılmış ise yerleştirilmek üzere yerleri boştur. Modellerin yüzeyleri atölye çalışanları tarafından çeşitli eğeler kullanılarak yüzeyi tesviye ve tesviye izlerini ortadan kaldırmak için zımpara yapılır. Bu işlemden sonra taşları yerleştirilen mücevherler cilalama işlemine tabi tutulur.

Cilalama işlemi mücevher üretiminde son aşamadır. Zımpara izlerini ortadan kaldırmak için çeşitli macunlar ve fırçalar kullanılarak metalin

yüzeyine parlaklık kazandırılır. Kullanılan yarı değerli ve değerli taşların ışıltısı ve metalin parlaklığı, müşterinin ürüne karşı talebinde en önemli etkindir.

Mücevherin pazarlanması

Pazarlama, bireysel ve kitlesel hedefleri yakalamayı başarmak için mal ve hizmetlerle birlikte fikirlerinde geliştirilmesi, ücretlendirilmesi, tutundurulması ve dağıtım yapılanmasına yönelik planlama ve bu planları gerçekleştirme sürecidir. Özel formülle geliştirilen ve üretilen, arzın 5-10 katı kadar talep edilen bir ürün için pazarlama faaliyetlerine, tıpkı kuyumculuk sektöründe yatırım amaçlı değerli metallere talep gibi ihtiyaç yoktur. Fakat pazarda yakın ikameleri olan bir ürüne rakip olarak pazara girildiğinde, yoğun reklamlar eşliğinde hamle yapılmalı, daha sonrada çeşitli promosyonlar, indirimler eşliğinde pastadan pay almaya çalışılmalıdır (Ying, 2012).

Kuyumculuk sektöründe pazarlama faaliyetleri, genel ihtiyaç ürünlerinin pazarlanmasına göre lüks tüketim olması nedeni ile farklılık gösterir. Kişisel kazançta, temel ihtiyaçların giderilmesinden sonra mücevhere ayrılan gelir ve sektörde üretim yapan firmaların pazardan pay alma çabası düşünüldüğünde, pazarlama faaliyetlerinden önce düşük fiyata kaliteli ürün geliştirmek önemlidir. Sektörde pazarlama faaliyetleri, değerli metallerin günlük fiyat kurlarına göre de şekillenmektedir.

Pazarlama alanında oluşturulan stratejiler ve tüketici davranışları dikkate alındığında kuyumculuk sektöründe, mücevher pazarlamasını açıklayabilmek için öncelikle pazarlama stratejilerine göz atmak gerekmektedir.

Kuyumculuk sektöründe toptancılık ve perakendecilik: Kuyumculuk sektörü üretici firmanın üretim yoğunluğuna bağlı olarak aracıları ortadan kaldırıp, kendi dağıtım kanallarını oluşturabilir. Küçük üretim atölyeleri ise ya büyük firmaların fason üretimini gerçekleştirir ya da ürettiği modelleri perakendecilere bireysel olarak sunar. Üretici firma, merkezi konumda olan bölgelerde toptan satış birimi oluşturarak bağımsız perakendecilere bu şekilde ulaşır.

Mücevher pahalı ve değerlendirmesi uzmanlık gerektiren bir üründür. Bunun için kişiler güvenilir buldukları yerlerden satın almayı tercih ederler.

Markası olan üretici firmalar, perakende satışta, bu güveni sağlamada daha avantajlıdır. Ülkemizde de kuyumculuk sektöründe markalaşma çalışmaları son yıllarda yoğunluk kazanmıştır. Üretici ve toptancı olarak çalışan birçok üretici firma, kendi markası ile mağazalar açmış, buna ek olarak kuyumculuk sektöründe elektronik perakendeci sayısı artmıştır (Adalı, 2010).

Kuyumculuk perakendeciliğinde sezon etkisi yoğun biçimde hissedilmektedir. Özel günler, sektörün satışlarını olumlu etkileyen dönemlerdir. Anneler günü, sevgililer günü, yılbaşı ve evlilik dönemleri olan yaz ayları, kuyum sektöründe satışların yükseldiği başlıca dönemlerdir. Günümüzde giderek “pazar payı” rekabetinin yerini alan “cüzdan payı” rekabeti mücevherat perakendeciliğinde de yoğun olarak hissedilmektedir. Satışların harcanabilir gelir ile doğrudan bağlantılı olduğu ve ihtiyaçtan çok kişilerin, kendini daha iyi hissetmek için satın alma yaptığı bu sektörde, firmalar yalnızca aynı sektördeki rakipleri ile değil, müşterilerine aynı hissi yaşatabilecek diğer lüks tüketim ürünleri sağlayan tüm rakiplerle rekabet etmek durumdadırlar (Adalı, 2010).

Ülkemizde ve yurt dışında gerçekleşen mücevher fuarları, üretici firmaların, yurt içi ve yurt dışında toptan ve perakende satışlarını arttırabileceği, birebir iletişim kurabildikleri önemli etkinliklerdir. Özellikle, yurt içi mücevher piyasasında birebir iletişim yöntemlerinden birisi de çantacılık sistemidir.

Kuyumculuk sektöründe çantacılık sistemi: Üretim alt yapısı gelişmiş ve makineleşme süreci ile seri üretim gerçekleştiren üretici firma, sürekli yeni modeller üreterek perakendecilere sunmalıdır. Perakendeciye ulaşmak için firma, model tanıtımı için katalog oluşturur. Bu katalog oluşturma işlemini kendisi yapar ve ürünü piyasaya sunmadan önce, katalog için fotoğraf çekimi için dahi kesinlikle atölye dışına model çıkartmaz. Bu katalogları, atölye için ürün tanıtımı yapanlar veya pazarlama birimi çalışanları kullanır.

Toptan ve perakende vitrin faaliyetlerinin yanı sıra diğer bir pazarlama yöntemi ise çantacılar. Atölyeler kendine özgü ve yeni modellerini,

şehir içi ve Türkiye genelinde çantacılar aracılığıyla pazarlarlar. Tanıtımını yapacağı ürünleri yanlarında çanta ile taşıdıklarından dolayı bu şekilde isimlendirilmişlerdir.

Çantacıların kullanılma amacı, müşteriyle birebir ilişki içinde olmasıdır. Firma hem müşterileri hakkında bilgi alır hem de güvenlik açısından müşteri tanınmış olur. Çantacılar şehir içinde günlük, şehirlerarası bir haftalık turlara çıkarlar. Şehir dışına çıkan ekip, gittikleri şehirlerde bütün vitrinlere ulaşmaya çalışır. Her bir çantacıda ortalama 30 kilo altın bulunmaktadır. Bu da güvenliği ön plana çıkartmaktadır. Güvenlik tedbiri olarak gittikleri yerlerde daha önce tanınmış ve kasası olan otellerde konaklarlar. Firmalar, kendi bünyesindeki güvenilir çalışanlarına pazarlama eğitimi vererek onları çantacı olarak yetiştirir.

Sonuç ve öneriler

Bu makalede, geçmişten günümüze gelen ve devam edecek olan takı ve mücevher sektöründe, değerli metallerin elde edilmesi, üretilme aşamaları, sektör içi faaliyetler ve pazarlaması ile birlikte müşteri ilişkileri kriterlerinin etkisi incelenmiştir.

Geçmişteki mücevher üretimi zorluklarına karşın, günümüzde teknolojinin gelişimi ve kuyumculuk sektörünün finansal güçlülüğü sayesinde, sektörde üretim hızlandırmıştır. Tasarımda farklılığın gerekliliği benimsenmiş ve bu doğrultuda firmalar tasarım alanında eğitimin gerekliliği üzerine ARGE birimlerini geliştirmişlerdir.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte kullanılan 3D programlar ve oto inşa makinelerinin kullanımının artması ve eğitiminin yaygınlaşması, kuyumculuk sektörünün kaliteli ve temiz işçilikle yurt dışı pazarında da etkin olmasını sağlamıştır.

Değerli metallerin ve taşların kullanılması nedeniyle güvenilirliğin esas olduğu kuyumculuk sektöründe, çalışanların yükümlülükleri güvenilirliğine göre belirlenmiş, yönetimde ise önemli olan birimlere aile içinden kişiler görevlendirilmiştir. Ancak, günümüz koşullarına bakıldığında, kapalı kapılar arkasında kuyumculuk sektörü içerisinde faaliyet gösteren firmaların eğitime önem vermesi ve istihdam edeceği alanda eğitilmiş personelle çalışması gerekliliği önem kazanmıştır.

Bu araştırma kapsamında, Kuyumcukent'te faaliyet içerisinde olan 7 fabrika ve 1000'in üzerinde küçük ve orta ölçekli firmalardan, bilgisayar destekli tasarım programı kullanan, oto inşa makinelerine sahip ve 20 kişinin üzerinde işçi çalıştıran firmalar ile görüşme sağlanmaya çalışılmış, 5 firma ile birebir görüşme sağlanabilmiştir.

Bu görüşmeler sonucunda, yöneltilen sorularda üretim ve pazarlama faaliyetlerinde farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Bu farklılığın ana nedeninin firmaların işlem hacminin büyüklüğü ve küçüklüğü olduğu belirlenmiş ve sonraki farklılıkların ise hedef kitleye bağlı olarak üretilen modeller ve pazarlama faaliyetlerindeki farklılıklar olarak görülmüştür.

Hedef kitleye bağlı olarak gerçekleşen farklılığın firmanın işlem hacmine ve ekonomik duruma bağlı olarak, işlem hacmi büyük olan F1 firması yurt içi piyasada 20-30 gramlık modellerin satışını gerçekleştirirken, yurt dışı pazarlama birimi 50-120 gramlık modellerin satışını gerçekleştirmektedir. Bu gramajlarda satış yapan F1 firmasına karşılık olarak işlem hacmi küçük olan F3 firması yurt içi 5-7 gramlık model satarken, yurt dışına 10-30 gramlık modellerin satışını gerçekleştirmektedir.

İşlem hacmi büyük ve finansal olarak güçlü olan firmaların, yıllardır süre gelen geleneksel müşteri kitlesini ve işletim sistemini daha rahat bir şekilde üst seviyelere taşıdığı görülmüştür. Finansal olarak güçlü olmaları, yurt içi ve yurt dışında tanıtım ve reklam giderlerini karşılama ve pazarlama ağlarını daha geniş alanlara yaymalarında bu gücün etkisi büyüktür. Bu pazarlama ağlarının dağılımı franchising sistemi, medya, billboard ve reklamlarla müşteri kitlesinden kullanıcıların güvenini kazanan firmaların, online satış sistemini kullanabildikleri, diğer küçük ve orta ölçekli işletmelerin ise birebir görüşme ile faaliyetlerini sürdürdükleri görülmüştür.

Kuyumculuk sektöründe çantacılık olarak adlandırılan birebir görüşme tekniğini, birçok firmanın kullandığı ve küçük ve orta ölçekli firmaların hedef kitlesinin çantacılık sistemi ile toptancı ve perakendeci firmalar olduğu görülmektedir.

Genel olarak bütün firmaların ulusal veya uluslararası firmalara katılımcı veya ziyaretçi olarak katıldığı ve müşteri yelpazesini genişletmeye çalıştığı

görülmektedir. Bu doğrultuda, fuarlarla üretici, toptancı ve perakendecinin ortak bir noktada buluşması sağlanmaktadır.

Araştırmadan çıkan diğer bir sonuç ise, firmaların müşteri kitlesinin genellikle toptancı ve perakendeci olması ve kullanıcılar ile alışverişin online sistem üzerinden yürütülmesi sebebiyle üreticiyle kullanıcıyı bir araya getirememektedir. Kullanıcıyla oluşan iletişim eksikliğinin geçmişte var olan kişiye özel tasarım ve üretim ilişkisini ortadan kaldırmakta olduğu, birçok firmanın kişiye özel tasarım yapmadığı görülmüştür. Küçük firmaların ve bireysel olarak faaliyet gösteren kuyumcu ve sadekârların sektör içerisinde iş yoğunluklarının az olması nedeniyle kişiye özel üretim yaptıkları, ayrıca üretici firmaların nadiren de olsa toptancı ve perakendeciye sadece o firma için model ürettiği de görülmektedir.

Sonuç olarak, kuyumculuk sektörü tasarım ve üretimde teknolojiyi etkin bir biçimde kullanırken pazarlama sisteminde birebir görüşmeyi tercih etmekte, tasarım ve bilgisayar destekli tasarım alanında eğitime ve eğitilmiş kişilere yer vermektedir. Firmalar, kendi içinde oluşturdukları çantacılık sisteminde, güvendikleri kişileri çalıştırmakta, bu çalışanların ise, çıraklıktan itibaren firmada çalışan kişilerden seçildiği ve geleneksel olarak yetiştirildiği görülmektedir.

Sonuç olarak önerimiz, tasarım alanında yer verilen eğitilmiş çalışanların firma bünyesinde yer alan tüm birimlerde istihdam edilmesi sağlanmalıdır. Bunu gerçekleştirirken çıraklıktan yetişen çalışanlara eğitim desteği sağlanması, pazarlama biriminde çalışanlara CRM ve pazarlama eğitimi verilmesi veya alanında eğitilmiş kişilerle çalışarak uzmanlaşması sağlanmalıdır.

Sektör içerisinde belli bir yaşın üzerindeki sadekârların teknolojinin gelişimiyle birlikte ikinci plana düştüğü görülmekte, daha önce ana modeli elde üreten sadekârların günümüzün modelleme makinelerinden çıkan ürünlerin temizliği ve seri üretime hazırladığı görülmektedir. Sektör içerisinde değer kaybı yaşayan sadekârların, el işçiliği ve kişiye özel tasarım alanında bir araya gelerek şirketleşmesi ya da mücevher firmaları bünyesinde kişiye özel tasarım alanında sadekârlardan yararlanılması hem sektörün kaybolan el işçiliği ile kişiye özel tasarım ve üretim alanını dolduracağı hem de sadekâr, firma ve müşteri açısından faydalı olacaktır.

Son olarak günümüz şartlarında tasarım ve üretim alanında belirli bir seviyeye gelen ve yükselen Türk kuyumculuk sektörünün kaliteli ve temiz işçiliğiyle birlikte uluslararası sektör tanıtımına önem vermesi ve uluslararası eğitim paylaşımından yararlanması uygun olacaktır.

Kaynaklar

- [1] Adalı, F. (2010). *Doğrudan Dağıtımla Mağaza Zinciri Oluşturma ve Kuyumculuk Sektöründe Örnek Bir Vaka Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- [2] Gel, O. (2002). *CRM Yolculuğu*, İstanbul: Sistem Yayıncılık. (s. 45).
- [3] Gürsakal, N. (2005) *Müşteri Odaklı Yönetim*, İstanbul: Nobel Yayınları. (s. 47-54).
- [4] Kiraz, C., Sezer, H. K., Şahin, İ. (2018). Kuyumculuk Sektöründe 3B Baskı Tasarım Tekniklerinin Özgürlüğünden Faydalandığında Sektöre Getirileri, *Uluslararası 3B Yazıcı Teknolojileri ve Dijital Endüstri Dergisi*, 2:2. (s. 46-58).
- [5] Odabaşı, Y., Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*, İstanbul: Mediacat Kitapları. (s. 20-22).
- [6] Ünal, Tuncel, Yoleri, Aslan. (2016). *Türkiye ve Dünya'da Altın*, Ankara: Maden Tetkik ve Arama Müdürlüğü.
- [7] Yılmaz, M. (2017). *Mücevher Tasarımı ve Yaratıcılık*. Ankara: Gece Kitaplığı. (s. 51-77).
- [8] Yılmaz, T. (2015). *Türk Takı Sektöründe Uygulanan Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Mükemmel Halkla İlişkiler Kuramı Bağlamında İncelenmesi*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- [9] Ying, M. (2012). *Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.

İnternet kaynakları

- [1] Anon (2015). Altın Nasıl Oluşturdu Türkçe Belgesel. (2015). www.youtube.com, https://www.youtube.com/watch?v=G_rmuOs54f8 erişim tarihi (20.07.2019).

Erkek egemen işlerde çalışan kadınlarda cam tavan sendromu ve iş motivasyonu*

Müge ÇAKAR ÖZENÇ¹
Murat Adil SALEPÇİOĞLU²

Geliş tarihi / Received: 01.06.2019

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 10.07.2019

Kabul tarihi / Accepted: 31.07.2019

Öz

Her toplumda kadın ve erkeği birbirinden ayıran ve sosyal görevler yükleyen, sosyo-kültürel değerler mevcuttur. Bu da iş yaşamında toplumsal cinsiyet odaklı bir ayrışmanın yaşanmasına ve zihinlerde mesleklerle birleşen cinsiyet rollerinin oluşmasına neden olmuştur. Kadınlar zaman içerisinde ekonomik ve sosyal değişimler nedeniyle çalışma hayatına daha çok girmek zorun kalsa da 21. yüzyılın başlarında iş yerindeki kadın sayısındaki artışa rağmen, bazı iş kollarında hâlâ erkeklerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Kadınlar, 20. yüzyılda geleneksel erkek egemen mesleklerde üstün kazanımlar sağlamış ancak günümüzde toplumsal cinsiyet farklılıklarının meslekler üzerindeki etkisi hâlâ devam etmektedir.

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklar ve yaşadıkları sorunlar, yerli yabancı birçok tez, makale, raporlar gibi bilimsel çalışmalarda ele alınmış ve incelenmiştir. Ancak literatüre bakıldığında özellikle “pilot” ve “polis” gibi erkek mesleği sayılan alanlarda çalışan kadınların bu özellikteki işlerde çalışmalarından dolayı çalışma hayatlarında karşılaştıkları problemler, onları bu işleri yapmaya iten etkenler ve bu işlerde çalışmalarından dolayı sosyal yaşantılarında meydana gelen değişmelere ilişkin yeteri sayıda bilimsel

* T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisansı, “Erkek Egemen İşlerde Çalışan Kadınların Çalışma Hayatlarında Karşılaştıkları Güçlükler Açısından Cam Tavan Sendromu ve İş Motivasyonları Havacılık ve Güvenlik İş Kollarında Bir Araştırma” başlıklı tezine ilişkin makedir.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi (Tezli) Yüksek Lisans Programı, Beyaz Lale Sok. Novus Blokları E-2 Blok D:81 Ataköy 5. Kısım Bakırköy/ İstanbul, mugecakarozenc@gmail.com.

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Ana Bilim Dalı, muratsalepcioglu@aydin.edu.tr.

çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmada, erkek egemen işlerde çalışan kadınların önündeki kariyer engellerini ortaya koymak, soyut bir kavram olarak bilinen cam tavan sendromuna açıklık getirmek ve “havacılık” ile “güvenlik” iş kollarında çalışan kadınların kariyer engellerinin ve cam tavan algılarının iş motivasyonları ile ilişkisi belirlemek istenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *erkek egemen işler, cam tavan sendromu, motivasyon*

Glass ceiling syndrome and job motivation in women working in male dominated jobs

Abstract

In every society there are socio-cultural values that differentiate between men and women and impose social duties. This has led to a gender-based segregation in business life and the formation of gender roles that combine with professions in minds. Although women have had to enter into working life more and more due to economic and social changes over time, despite the increase in the number of women in the workplace at the beginning of the 21st century, it is seen that men are still dominant in some business lines. Women have achieved superior gains in traditional male-dominated occupations in the 20th century, but the impact of gender differences on occupations still continues.

The difficulties faced by women in working life and their problems have been handled and examined in many scientific studies such as domestic and foreign theses, articles and reports. However, when the literature is examined, especially in the fields of “pilot “ and “police”, there are not enough scientific studies related to the problems faced by women working in such jobs because of working in such jobs, factors pushing them to do these jobs and changes in their social life due to their work in these jobs. In this context, the aim of the study is to reveal the career barriers to women working in male dominated jobs, to clarify the Glass Ceiling Syndrome known as an abstract concept and to determine the relationship between career barriers and glass ceiling perceptions of women working in aviation”and“ security ”business lines and their job motivations to reveal the results of the research.

Keywords: *male dominated jobs, glass ceiling syndrome, motivation*

Giriş

Günümüzde yaşam koşullarının zor olması nedeniyle kimi kadınlar hiç istemese de iş gücüne katılmak mecburiyetinde kalmaktadır. Ailesinin maddi sıkıntı çekmesinden ötürü çalışmak mecburiyetinde olan genç kızlar ya da eşinin geliri, gereksinimleri gidermeye yetmeyen evli kadınlar ve bir de eşinden boşanmış çalışmak mecburiyetinde kalan kadınlar, günümüz şartlarında ailesinin geçimine destek olmak maksadıyla erkekle birlikte çalışma hayatında yer almaktadır. Dolayısıyla kadınlar ev hayatının monotonluğundan kaçmak ve toplumsal bir çevreye sahip olma isteğinden çok, aslında ekonomik sebeplerden ötürü iş hayatına katılmaktadır. Fakat öte yandan da kadınlar, çalışırken birtakım engeller ve problemlerle karşı karşıya kalmaktadır. Aynı zamanda toplumsal cinsiyet odaklı ayrışmadan ötürü kadına yönetsel olmayan konular uygun görülürken, bu alanlarda daha fazla istihdam imkânı bulabilmektedir.

Tarihsel sürece bakıldığında her toplumun cinsiyete dayalı ayrımcılığı değişik boyutlarda yaşadığı görülmekte ve bu değişkenliklerin toplumların sahip oldukları dini, tarihi ve kültürel değerler ile endüstrileşme düzeylerine paralel bir şekilde farklılık gösterdiği dikkat çekmektedir. Her toplumda kadın ve erkeği birbirinden ayıran ve sosyal görevler yükleyen, kişilere yön veren, onları biçimlendiren ve kontrol eden sosyo-kültürel değerler mevcuttur. Söz konusu bu değerler, kadın ve erkeğin nasıl hareket etmesi gerektiğini ve hangi mesuliyetleri yüklenmek zorunda olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışmada, erkek egemen işlerde çalışan kadınların önündeki kariyer engellerinin ortaya konulması ve soyut bir kavram olarak bilinen cam tavan sendromuna açıklık getirilerek “pilot” ve “polis” mesleğinde çalışan kadınların kariyer engellerinin ve cam tavan algılarının iş motivasyonları ile ilişkisinin belirlenmesi ve erkek egemen işlerde çalışan kadınların çalışma hayatlarında karşılaştıkları güçlükler açısından cam tavan sendromu ve iş motivasyonu üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Teorik çerçeve

Erkek egemen işlerin tanımı

İş hayatında da toplumsal cinsiyet odaklı bir ayrışma yaşanmaktadır. Kadına toplumsal cinsiyetinden dolayı yüklenen bakım hizmetleri, ev

işleri gibi mesuliyetler, öğretmenlik, hemşirelik, hizmet kesimindeki yönetsel olmayan konular uygun görülmemekte, bu meslekler kadın mesleği şeklinde değerlendirilmekte ve kadınlar bu alanlarda daha fazla istihdam imkânı bulabilmektedirler (KSGM, 2008).

Buradan hareketle “erkek egemen işleri”, insanoğlunun var olduğu günden itibaren süregelen erkek ve kadın arasındaki biyolojik ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığı ve bu ayrımcılığın ortaya koyduğu cinsiyet rolleri çerçevesinde erkeklere yönelik zihinlerde oluşan meslekler şeklinde tanımlamak mümkündür. Anlaşılacağı üzere mesleki alanda “erkek işi” ve “kadın işi” olmak üzere bir ayırım yapılmaktadır. Bu ayırmadan ötürü, bireyler daha ziyade kendi cinsiyetlerine uygun olduğu düşünülen meslekleri seçmektedir.

Kadınların çalışma hayatında karşılaştığı cam tavan sendromu

Bu kavramda “cam” metaforu, görünmez engelleri anlatmak amacıyla kullanılmıştır. Günümüzde, pek çok ülkede ve kurumda cinsiyet eşitliğini temel alan hükümler mevcut iken, uygulamada görünmez engeller kadınların iş hayatında başarılı olmasını önlemektedir (Akbaş ve Korkmaz, 2017).

Kadınların kariyerini önleyen görünmez engeller, kuruluşlara rekabet üstünlüğü sağlayacak ve kuruluşun kâr etmesine katkıda bulunacak farklı kabiliyetlere sahip bireylerin üst yönetim basamaklarında vazife alamamalarına yolaçmaktadır. Özetle kadınların üst basamaklara çıkılmalarını yavaşlatan veya imkânsız hale getiren birtakım engeller bulunmaktadır. Bu engellerin aşılması epey güç olmakla birlikte günümüzde çok az kadın bu engelleri kırarak en üst seviyelere çıkabilmektedir (Kulualp, 2015).

Günümüzde çok konuşulan ve tartışılan cam tavan kavramıyla alakalı bilimsel çalışmalar halen sürmektedir. Görünmez şeklinde tanımlanan engellerin belirlenmesi ve çözümler üretilerek bu engellerin yok edilmesi çalışmaların müşterek amacını teşkil etmektedir. Nitekim kısıtlandırılan veya kendine limit koyan bir iş görenin iş yerindeki verimi düşmektedir. Söz konusu çalışmalara bakıldığında cam tavan sendromuna yol açan birçok etkenin olduğu görülmüştür (Jackson, 2001; Mattis, 2004; Çizel ve Çizel, 2014; Karcıoğlu ve Leblebici, 2014).

Cam tavan sendromunun kişi üzerindeki yıkıcı etkileri, çalıştığı organizasyonu olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Organizasyonun maruz kaldığı olumsuz etkilerin başında maliyetlerinin artması gelmektedir. Bunun yanında cam tavan sendromu organizasyonların rekabet avantajı sağlayabilmek amacıyla gerekli olan değişik kabiliyetteki bireylerin üst düzey yönetimde yer alamamasına, organizasyonun verimliliğine katkı sağlayabilecek yeteneklerin kullanılmamasına ve çalışanın işten ayrılmasına neden olmaktadır (Aytaç, 1997; Sezen, 2008; Günden, 2011).

Küreselleşmenin kadın iş gücüne etkisi

1970’li senelerde başlayan ve 1980’li yıllara ulaşıldığında büyük bir hız kazanan küreselleşme ile beraber yaşanan değişim süreci bütün dünyada kadınların istihdamını ve iş gücüne dâhil olma oranlarını yükseltmiştir. Ücretli kadın emeğine olan talep artarak emek piyasalarında kalıcı duruma dönüşmüştür (Alp ve Yenihan, 2015).

Globalleşmenin emek piyasası üzerindeki en önemli etkisi, Fordist üretim sisteminin yetersiz kalarak üretimde esnek bir yapıya geçilmesi olmuştur. Sözü edilen üretim şekli, yalnızca üretim şeklinde değil aynı zamanda iş yapma saatlerinde, üretim yerlerinde ve ücretlerde de esnekliği zorunlu kılmıştır (Filiz, 2011). Globalleşme sürecinde, üretim şeklindeki değişimden dolayı ortaya çıkan emek piyasasındaki bu dönüşüm iş gücüne dâhil olma oranında, kadın iş gücü arzında ve ücret seviyesinde de ciddi değişikliklere yol açmıştır. Özellikle iş saatlerindeki esneklik, eş ve annelik görevlerini yapısında barındıran kadınların iş gücüne dâhil olma oranlarını arttırmıştır. Ayrıca yapılan araştırmalarda ilerlemiş ülkelerde kadın istihdamındaki artışa, esnek üretim biçiminin ciddi bir yararı olduğu ortaya çıkmıştır (Önder, 2013).

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği gelişmeler ile birlikte gerek şehirleşen gerek sosyal alt yapısı gelişen, yüksek eğitim olanakları elde eden kadının niteliklerinin artmasıyla beraber, bilhassa hizmet kesiminde çalıştığı görülmektedir (Metin ve Özaydın, 2016). Fakat gerçekleşen araştırmalara göre kadınların iş gücüne dâhil olmaları, hane içindeki ev işlerini ve bakım işlerini azaltmamaktadır (Önder, 2013).

Küreselleşme sayesinde kadın hakları konusunda da pek çok gelişme yaşanmıştır. Birleşmiş Milletler vasıtasıyla 20 Aralık 1952 tarihinde kabul edilen “Kadınların Siyasal Haklarına İlişkin Sözleşme” ile başlayan ve 1995 senesinde yürürlüğe giren “Pekin Deklarasyonu” ve “Eylem Platformu” sözleşmeleri ile süren pek çok çalışma kadın haklarının gelişmesindeki hukuksal ve siyasi alt yapıyı meydana getirmektedir (Taşkın, 2004).

Sonuç olarak, teknolojik ilerlemelerin etkisiyle birlikte yeni iş sahalarının, iş organizasyonlarının ve üretim biçimlerinin gündeme gelmesi, standart olmayan işlerin oluşması ve bunların hızla çoğalması ile iş gücünün esnekleşmesi kadınlar için yeni iş fırsatlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Eser, 1997; Kocacık ve Gökkaya, 2005).

Havacılık iş kolunda çalışan kadın pilotlar

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü’nden elde edilen bilgilere göre son 10 senede dünya genelinde %5.6 büyüyen milletlerarası hava taşımacılığı sektörü Türkiye’de %14 oranında büyümüştür. Hava taşımacılığı sektörü, hava taşıma firmaları, havaalanları, havaalanı işletmecileri, uçak üreticileri, yer hizmetleri işletmeleri gibi birçok değişik firma ve kurumu bünyesinde barındırmaktadır. Her sene hızla büyüyen ve gelişen sektörde kalifiyeli iş gören gereksinimi de buna paralel olarak artmaktadır. Sektörün global özellikte olması ve teknolojik ilerlemelerin liderliğini yapan bir sektör olması sebebiyle işinde uzman ve iyi yetişmiş iş gücüne olan gereksinim de artmaktadır. ICAO’nun tahminlerine göre önümüzdeki 20 sene içinde dünyada 600 bin pilot ve 400 bin uçak teknisyenine gereksinim duyulacaktır. Sektör dünya çapında bugün itibariyle 58.1 milyon kişiye iş imkânı sunmaktadır. Türkiye’de ise 2016 yılı sonu itibariyle sektörde çalışan toplam kişi sayısı 191.709’dur. Sektörde faal bir şekilde faaliyet gösteren 8.037 pilot yer almaktadır. Kadın pilotların sayısı 150 civarında olup kabin memuru sayısı da 15.500’dür. Bununla birlikte, sektörde 410 dispeçer (uçuşların planlanmasından, kontrol altında olmasından ve tüm havacılık kuralları gözetilerek güvenli bir uçuşun sağlanmasından sorumlu kişi), 110 yükleme uzmanı ve 6 binin üzerinde bakım teknisyeni çalışmaktadır. İstanbul 3.Havalimanı ile birlikte sektörün büyüme eğiliminin devam etmesi öngörülmektedir. 2023 senesinde ise uçak sayısının 750’ye ulaşması, pilot gereksiniminin ise 9.500’e çıkması tahmin edilmektedir (Türsen, 2017).

Güvenlik iş kolunda çalışan kadınlar

Türkiye’de 1980’li yılların başında iç güvenlik alanında kadın personelin çalıştırılmasına önem verilmeye başlanmış ve böylece sayıları hızla artmaya başlamıştır. Türkiye’de kadın polislerin masa başından “çevik kuvvet” “özel harekât” “terörle mücadele” ve “bomba imha” gibi uzmanlık isteyen işlerde yaygın bir şekilde istihdam edilmeye başlanması 1990’lı senelerde başlamıştır. 2000’li senelerde ise sosyal cinsiyet eşitliğine dayalı toplumsal ve iktisadi ıslahatlar yapılmış, kadın polis istihdamının artması amacıyla gerçekleştirilen çalışmalar desteklenmiştir (Özyıldız, 2017).

Türkiye’de kadın polis istihdamı için geniş bir çalışmanın henüz yapılmamış olması nedeniyle rütbelere ve senelere göre net bir kadın polis sayısına erişmek mümkün olmamaktadır. Ancak 2015 senesinde toplam kadın polis istihdamının 13.859 kişi ile %5,5 oranında olduğu saptanmıştır. Bu durum, Emniyet Genel Müdürlüğü çatısı altında çalışan kadın polis oranının Türkiye’deki genel kadın istihdam ortalamasının epey bir altında olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan Türkiye’de istihdam oranları az olan kadın polislerin terfi mevzu bahis olduğunda bu oranların daha da düşük olduğu göze çarpmaktadır. 2010 senesinin Temmuz ayı itibariyle Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde vazife yapan bütün kadın polislerin rütbelere bakıldığında 91 kadın emniyet müdürünün yer aldığı görülmekte ve bu sayının bütün kadın polisler içinde %1 ve bütün kurum çalışanları içinde %0,05 oranını teşkil ettiği görülmektedir (Özyıldız, 2017).

Türk silahlı Kuvvetleri’nin ilk defa verdiği bilgiler, ordudaki kadın subay oranının çok az olduğunu göstermektedir. Buna göre, toplam 39 bin 449 subayın vazife yürüttüğü Türk Silahlı Kuvvetlerinde, 1.343 kadın subay istihdam edilmektedir. Kadın subayların toplam subay sayısına oranı ise 0.034 olarak gerçekleşmiştir. Milli Savunma Bakanlığı’ndan alınan bilgilere göre, toplam çalışan sayısı 723 bin 741 olan Türk Silahlı Kuvvetleri’nde, Kara’da 55, Deniz’de 22, Hava’da 9, Jandarma Genel Komutanlığı’nda ise 4 albay rütbesinde kadın subay yer almaktadır. Yarbay rütbesinde 128, binbaşı rütbesinde 358, yüzbaşı rütbesinde 339, üsteğmen rütbesinde 259, teğmen rütbesinde ise 169 kadın hizmet yapmaktadır. Kara Kuvvetleri Komutanlığı’nda 695, Deniz Kuvvetleri’nde 257, Hava Kuvvetleri’nde 317, Jandarma Genel Komutanlığı’nda ise 74 kadın subay olarak vazifelerini yerine getirmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri’nde kadın

amiral ve general yer almamaktadır. Astsubay olarak görev yapan kadın sayısı ise 370'dir. Kadınların toplam astsubay sayısına oranı ise 0,004 olarak gerçekleşmiştir. Başçavuş rütbesinde kadın astsubay ne Kara'da, ne Deniz'de ne de Hava Kuvvetleri'nde yer almamaktadır. Yalnızca Jandarma Genel Komutanlığı'nda 2 kadın astsubay, başçavuş rütbesi ile vazifesini icra etmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde kadın astsubayların, toplam 6'sı kıdemli üstçavuş, 111'i üstçavuş, 121'i kıdemli çavuş, 130'u ise çavuş olarak görev yapmaktadır. Deniz ve Hava Kuvvetleri'nde hiç kadın astsubay bulunmamaktadır (T24, 2013). Bunlarla birlikte 1999 yılından itibaren kadınların da yer almaya başladığı Sahil Güvenlik Komutanlığı'nda günümüzde 21 kadın subay ve astsubay olarak vazife yapmaktadır (T24, 2018).

Yöntem

Amaç ve yöntem

Araştırmanın amacı, erkek egemen işlerde çalışan kadınların önündeki kariyer engellerini ortaya koymak, soyut bir kavram olarak bilinen cam tavan sendromuna açıklık getirmek ve “pilot” ile “polis” mesleğinde çalışan kadınların kariyer engellerinin ve cam tavan algılarının iş motivasyonları ile ilişkisini belirlemek için yapılan araştırma sonuçlarını ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak (I) demografik bilgiler, (II) cam tavan sendromu ölçeği ve (III) iş motivasyonu ölçeği kapsamında oluşturulan anket veri toplama tekniği kullanılmıştır.

Veri toplama aracı

Ankette kullanılan cam tavan sendromu ölçeği için, Tuna Aybike Bilkay (2017)'dan yararlanılmıştır. Cam tavan sendromu ölçeğinde 35 ifade üzerinden uygulama yapılmıştır. Yargı ifadeleri 5'li likert ölçeği ile cevaplandırılmıştır. Kullanılan anketin 35 yargı ifadesi üzerinden yapılan güvenilirlik testi sonucu Cronbach's Alpha değerinin 0,792 bulunması, ankette kullanılan cam tavan sendromu ölçeğinin yüksek güvenilir kategorisinde olduğunu göstermektedir. Buna göre ölçekteki önermelere verilen cevapların tutarlı olduğu ve bu verilerin kullanılabilir olduğu belirlenmiştir.

Ankette kullanılan iş motivasyonu ölçeği için, Hayrettin Ertan (2008)'dan yararlanılmıştır. İş motivasyonu ölçeğinde 24 yargı ifadesi yer almaktadır.

Yargı ifadeleri 5’li likert ölçeği ile cevaplandırılmıştır. Kullanılan anketin güvenilirlik testi sonucu Cronbach’s Alpha değerinin 0,842 bulunması, ankette kullanılan iş motivasyonu ölçeğinin yüksek güvenilir kategorisinde olduğunu göstermektedir. Buna göre ölçekteki önermelere verilen cevapların tutarlı olduğu ve bu verilerin kullanılabilir olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın evreni “havacılık ve güvenlik iş kollarında” çalışan personellerden oluşmaktadır. Veriler, Nisan 2019-Haziran 2019 tarihleri arasında İstanbul ilinde 484 kişinin katılımı ile havacılık ve güvenlik iş kollarında faaliyet gösteren şirket çalışanlardan sağlanmıştır. Anket formları havacılık ve güvenlik iş kollarında etkinlik gösteren kuruluşların insan kaynakları bölümlerine veya şirket çalışanlarına e-anket yoluyla gönderilmiştir.

Veri analiz yöntemi

Çalışmada sağlanan veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) bilgisayar paket programı kullanılarak bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada demografik özelliklere göre genel cam tavan algısı, çoklu rol üstlenme, kadınların kişisel tercih algıları, örgüt kültürü ve örgüt politikaları, resmi olmayan iletişim ağlarına katılmama, mentor eksikliği, mesleki ayrımcılık, kalıplaşmış ön yargılar, genel motivasyon, içsel motivasyon ve dışsal motivasyon ortalama puanları arasında farklılık olup olmadığını bağımsız grup t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmaktadır. Çalışmada ayrıca genel cam tavan algısı ve alt boyutları olan çoklu rol üstlenme, kadınların kişisel tercih algıları, örgüt kültürü ve örgüt politikaları, resmi olmayan iletişim ağlarına katılmama, mentor eksikliği, mesleki ayrımcılık, kalıplaşmış ön yargılar ile genel motivasyon ve alt boyutları olan içsel ve dışsal motivasyon arasındaki ilişkiyi tespit etmek için Pearson Korelasyon Analizi kullanılmaktadır.

Bulgular

Demografik özelliklere ilişkin bulgular

Havacılık ve güvenlik iş kollarında çalışan katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, çocuk sayısı, mesleki kıdem, kurumdaki görev ve aylık gelir bilgilerine yönelik dağılımları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Demografik özelliklerin tanımlayıcı istatistikleri

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Yaş	18-25 yaş	77	15,9
	26-35 yaş	294	60,7
	36-45 yaş	105	21,7
	46-55 yaş	8	1,7
	Toplam	484	100,0
Eğitim Derecesi	Lise, meslek lisesi ve altı	54	11,2
	Ön lisans	62	12,8
	Lisans	269	55,6
	Yüksek Lisans	94	19,4
	Doktora	5	1,0
	Toplam	484	100,0
Cinsiyet	Kadın	304	62,8
	Erkek	180	37,2
	Toplam	484	100,0
Medeni Durum	Bekâr	150	31,0
	Evli	326	67,4
	Dul ve Boşanmış	8	1,7
	Toplam	484	100,0
Çocuk Sayısı	Çocuk Yok	207	42,8
	1 çocuk	120	24,8
	2 çocuk ve üzeri	157	32,4
	Toplam	484	100,0
Mesleki Kıdem	1 yıldan az	20	4,1
	1-5 yıl	126	26,0
	6-10 yıl	226	46,7
	10 yıl ve üzeri	112	23,1
	Toplam	484	100,0
Kurumdaki Görev	Pilot	278	57,4
	Polis	206	42,6
	Toplam	484	100,0

	2500-5000 TL	176	36,4
	10001-15000 TL	18	3,7
Aylık Gelir	15001-20000 TL	266	55,0
	20001 TL ve üstü	24	5,0
	Toplam	484	100,0

Bağımsız grup t-testi ve tek yönlü varyans analizi

Cinsiyete göre ölçek ve alt boyutlarının farklılık sonuçlarına baktığımızda genel cam tavan algısı ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı, alt boyutları olan çoklu rol üstlenme, kadınların kişisel tercih algıları, örgüt kültürü ve örgüt politikaları, resmi olmayan iletişim ağlarına katılamama, mentor eksikliği, mesleki ayrımcılık, kalıplaşmış ön yargılar ile genel motivasyon ve alt boyutları olan içsel algıları ortalama puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Buna göre kadınların çoklu rol üstlenme algılarının ve örgüt kültürü ve örgüt politikalarına yönelik algılarının erkeklere nazaran daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların genel, içsel ve dışsal motivasyonlarının erkeklere göre daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Kadınların aile ve çocuk yetiştirme sorumlulukları iş hayatında olumsuz etkiler yaratabilmekte ve bu durum onların yönetici konumuna yükselmelerine engel teşkil edebilmektedir. Hem anne ve eş, hem de çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskısı, kadın yöneticinin aile ve kariyeri arasında çatışma yaşamasına sebep olabilmektedir. Çalışmada kadınların aile ve çocuk yetiştirme sorumluluklarının iş hayatında olumsuz etki yaratmadığı, aile ve çocuk yetiştirmenin onların yönetici konumuna yükselmelerinde engel teşkil etmediği, anne ve eş ile çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskı yapmadığı ve aile ile kariyeri arasında çatışma yaşamalarına sebep olmadığı görülmektedir. Kadın çalışanların çoklu rol üstlenme algısını belirleyen ifadelerle verdikleri cevapların ortalama puanları incelendiğinde araştırmaya katılan 304 kadın çalışanın aile kurmak, çocuk büyütme ve eş olmak rolleri çoklu rol üstlenmelerine engel teşkil etmediğini göstermektedir.

Erkeklerin ise çoklu rol üstlenmeleri algısının daha düşük olduğu ve erkeklerin aile, eş ve çocuklarına karşı sorumluluklarının iş hayatının gerisinde kaldığı görülmektedir.

Medeni duruma göre ölçek ve alt boyutlarının farklılık sonuçlarına baktığımızda bekârların evlilere göre genel motivasyonlarının ve dışsal motivasyonlarının daha yüksek olduğu, evlilerin ise içsel motivasyonlarının yüksek olduğu saptanmıştır.

Pearson korelasyon analizi

Genel cam tavan algısı ve alt boyutları olan çoklu rol üstlenme, kadınların kişisel tercih algıları, örgüt kültürü ve örgüt politikaları, resmi olmayan iletişim ağlarına katılmama, mentor eksikliği, mesleki ayrımcılık, kalıplaşmış ön yargılar ile genel motivasyon ve alt boyutları olan içsel ve dışsal motivasyon arasındaki ilişkiyi tespit etmek için Pearson korelasyon analizi yapılmaktadır (Tablo 2 ve Tablo 3).

Tablo 2: Kadınlara göre Pearson korelasyon analizi sonuçları

		Genel Motivasyon	İçsel Motivasyon	Dışsal Motivasyon
Genel Cam Tavan Algısı	r	0,766*	0,973*	-0,512*
	p	0,000	0,000	0,000
Çoklu Rol Üstlenme	r	0,681*	0,932*	-0,597*
	p	0,000	0,000	0,000
Kadınların Kişisel Tercih Algıları	r	0,670*	0,922*	-0,597*
	p	0,000	0,000	0,000
Örgüt Kültürü ve Örgüt Politikaları	r	0,796*	0,982*	-0,470*
	p	0,000	0,000	0,000
Resmi Olmayan İletişim Ağlarına Katılmama	r	0,721*	0,937*	-0,527*
	p	0,000	0,000	0,000
Mentor Eksikliği	r	0,829*	0,991*	-0,424*
	p	0,000	0,000	0,000
Mesleki Ayrımcılık	r	0,802*	0,983*	-0,459*
	p	0,000	0,000	0,000
Kalıplaşmış Ön yargılar	r	0,804*	0,986*	-0,461*
	p	0,000	0,000	0,000

* $p \leq 0,01$

Tablo 3: Erkeklerle göre Pearson korelasyon analizi sonuçları

		Genel Motivasyon	İçsel Motivasyon	Dışsal Motivasyon
Genel Cam Tavan Algısı	r	0,977*	0,985*	0,968*
	p	0,000	0,000	0,000
Çoklu Rol Üstlenme	r	0,901*	0,900*	0,898*
	p	0,000	0,000	0,000
Kadınların Kişisel Tercih Algıları	r	0,807*	0,840*	0,783*
	p	0,000	0,000	0,000
Örgüt Kültürü ve Örgüt Politikaları	r	0,015	0,021	0,011
	p	0,843	0,784	0,882
Resmi Olmayan İletişim Ağlarına Katılmama	r	0,837*	0,844*	0,829*
	p	0,000	0,000	0,000
Mentor Eksikliği	r	0,989*	0,994*	0,982*
	p	0,000	0,000	0,000
Mesleki Ayrımcılık	r	0,823*	0,828*	0,816*
	p	0,000	0,000	0,000
Kalıplaşmış Ön yargılar	r	0,990*	0,991*	0,986*
	p	0,000	0,000	0,000

Kadınların genel cam tavan algıları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde, yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,766$, $p=0,000$). Kadınların genel cam tavan algıları ile içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,973$, $p=0,000$). Kadınların genel cam tavan algıları ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,512$, $p=0,000$). Erkek egemen bir iş yaşamında kadınların karşılaştığı güçlükler arttıkça kadınların genel ve içsel motivasyonları artmaktadır, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır. Buna karşın erkeklerin genel, içsel ve dışsal motivasyonları artmaktadır.

Kadınların çoklu rol üstlenme algıları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,681$, $p=0,000$). Kadınların çoklu rol üstlenme algıları ile içsel

motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,932$, $p=0,000$). Kadınların çoklu rol üstlenme algıları ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,597$, $p=0,000$). Erkek egemen bir iş yaşamında kadınlar çoklu rol üstlendikçe kadınların genel ve içsel motivasyonları düşmezken, dışsal motivasyonları düşmektedir. Buna karşın erkeklerin çoklu rol üstlenmeleri onların genel, içsel ve dışsal motivasyonlarını arttırmaktadır.

Kadınların kişisel tercihlerindeki cam tavan algıları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,670$, $p=0,000$). Kadınların kişisel tercihlerindeki cam tavan algıları ile içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,922$, $p=0,000$). Kadınların kişisel tercihlerindeki cam tavan algıları ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,597$, $p=0,000$). Erkek egemen bir iş yaşamında kadınların kişisel tercihlerindeki cam tavan algıları arttıkça kadınların genel ve içsel motivasyonları artmaktadır, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır. Buna karşın erkeklerin kişisel tercihlerindeki cam tavan algıları arttıkça erkeklerin genel, içsel ve dışsal motivasyonları artmaktadır.

Kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algısı ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,796$, $p=0,000$). Kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algısı ile içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,982$, $p=0,000$). Kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algısı ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,470$, $p=0,000$). Erkek egemen bir iş yaşamında kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algıları faaliyetleri arttıkça genel ve içsel motivasyonları artmaktadır, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır. Buna karşın erkeklerin örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algısı ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Kadınların resmi olmayan iletişim ağlarına katılamamaları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,721$, $p=0,000$). Kadınların resmi olmayan iletişim ağlarına katılamamaları ile içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,937$, $p=0,000$). Kadınların resmi olmayan iletişim ağlarına katılamamaları ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,527$, $p=0,000$). Kadınların resmi olmayan iletişim ağlarına katılamamaları genel ve içsel motivasyonları arttırmaktadır, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır. Buna karşın erkeklerin resmi olmayan iletişim ağlarına katılamamaları onların genel, içsel ve dışsal motivasyonlarını arttırmaktadır.

Kadınlara rehberlik edecek ve örnek olacak bir mentorun bulunmayışı ile kadınların genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,829$, $p=0,000$). Kadınlara rehberlik edecek ve örnek olacak bir mentorun bulunmayışı ile kadınların içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,991$, $p=0,000$). Kadınlara rehberlik edecek ve örnek olacak bir mentorun bulunmayışı ile kadınların dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,424$, $p=0,000$). Kadınlara rehberlik edecek ve örnek olacak bir mentorun bulunmayışı kadınların genel ve içsel iş motivasyonunu arttırdığı, dışsal motivasyonunu düşürdüğünü göstermektedir. Buna karşın erkeklere rehberlik edecek ve örnek olacak bir mentorun bulunmayışı erkeklerin genel, içsel ve dışsal iş motivasyonunu arttırdığı görülmektedir.

Kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık ile kadınların genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,802$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık ile kadınların içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,983$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık ile kadınların dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,459$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık kadınların genel ve içsel motivasyonunu arttırmaktadır, dışsal motivasyonunu azaltmaktadır. Buna karşın erkeklere yönelik mesleki ayrımcılık erkeklerin genel, içsel ve dışsal motivasyonunu arttırmaktadır.

Kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar ile kadınların genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,804$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar ile kadınların içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,986$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar ile dışsal motivasyonları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde orta bir ilişki vardır ($r=-0,461$, $p=0,000$). Kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar arttıkça kadınların iş yaşamındaki genel ve içsel motivasyonları artmaktadır, dışsal motivasyonları azalmaktadır. Buna karşın erkeklere yönelik kalıplaşmış ön yargılar arttıkça erkeklerin iş yaşamındaki genel, içsel ve dışsal motivasyonları artmaktadır.

Sonuç ve öneriler

Bu çalışma, erkek egemen işlerde çalışan kadınların cam tavan sendromu ve iş motivasyonuna ilişkin olarak literatürde yer alan bilgilerin, gerçek yaşamda hangi oranda desteklendiğini ortaya koymak ve erkek egemen işlerde çalışan kadınların cam tavan sendromu algıları hakkındaki görüşleri ve bunların iş motivasyonları ile olan ilişkisinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında, ankete katılan çalışanların cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında çalışanların %62,8'inin kadın, %37,2'sinin ise erkek olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında bulunan çalışanların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, çalışanların daha çok (%60,7) 26-35 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 46-55 yaş aralığında ise sadece 8 çalışan bulunmaktadır. Araştırma kapsamında bulunan çalışanların medeni durumlarına bakıldığında, çalışanların %67,4'ünün, evli olduğu, eğitim durumlarına bakıldığında ise, çalışanların daha çok (%55,6) lisans eğitim derecesine sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında bulunan çalışanların %42,8'inin hiç çocuğu olmadığı, %46,7'sinin mesleki kıdeminin 6-10 yıl aralığında olduğu, %57,4'ünün pilot olduğu ve %55'inin 15.001-20.000 TL aralığında aylık gelire sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada havacılık ve güvenlik iş kollarında çalışan kadın pilot ve polislerin aile ve çocuk yetiştirme sorumluluklarının iş hayatında olumsuz

etki yaratmadığı, aile ve çocuk yetiştirme onların idareci pozisyonuna yükselmelerinde mâni oluşturmadığı, anne ve eş ile çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskı yapmadığı ve aile ile kariyeri arasında çatışma yaşamalarına sebep olmadığı görülmektedir.

Çalışmada kadınların genel cam tavan algıları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu, içsel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu ve dışsal motivasyonları arasında da istatistiksel açıdan olumsuz yönde orta bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre; erkek egemen bir iş yaşamında kadınların karşılaştığı güçlükler arttıkça kadınların genel ve içsel motivasyonları artmakta, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır.

Çalışmada kadınların çoklu rol üstlenme algıları ile genel motivasyonları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde orta, içsel motivasyonları arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı, dışsal motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumsuz yönde orta bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre; erkek egemen bir iş yaşamında kadınlar çoklu rol üstlendikçe kadınların genel ve içsel motivasyonları ve dışsal motivasyonlarını düşmektedir.

Çalışmada kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algısı ile genel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek seviyede, içsel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek seviyede ve dışsal motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumsuz yönde orta bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre erkek egemen bir iş yaşamında kadınların örgüt kültürü ve örgüt politikalarındaki cam tavan algıları faaliyetleri arttıkça genel ve içsel motivasyonları artmakta, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır.

Çalışmada kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık ile kadınların genel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek düzeyde, içsel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek düzeyde ve dışsal motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumsuz yönde orta bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre kadınlara yönelik mesleki ayrımcılık kadınların genel ve içsel motivasyonunu arttırmakta, dışsal motivasyonunu ise azaltmaktadır.

Çalışmada kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar ile kadınların genel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek düzeyde, içsel motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumlu yönde yüksek düzeyde ve dışsal motivasyonları arasında istatistiksel bakımdan olumsuz yönde orta bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre kadınlara yönelik kalıplaşmış ön yargılar arttıkça kadınların iş yaşamındaki genel ve içsel motivasyonları artmakta, dışsal motivasyonları ise azalmaktadır.

Sonuç olarak, kadınların ailelerini çekip çevirme ve çocuklarını büyütme yükümlülükleri çalışma hayatlarını olumsuz bir şekilde etkileyerek onların idareci pozisyonuna yükselmelerine mâni oluşturabilmektedir. Gerek anne ve eş, gerek çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskısı, kadın idarecilerin aile ve kariyeri arasında kalmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmada, erkek egemen işler arasında bulunan pilot ve polis mesleklerinde çalışan kadınların aile ve çocuk yetiştirme sorumluluklarının iş hayatında olumsuz etki yaratmadığı, aile ve çocuk yetiştirme onların idareci pozisyonuna yükselmelerinde bir mâni oluşturmadığı, anne ve eş ile çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskı yapmadığı ve aile ile kariyeri arasında çatışma yaşamalarına neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma hipotezleri incelendiğinde cinsiyete göre genel cam tavan algıları ortalama puanları, yaşa göre cam tavan algıları ortalama puanları, eğitim durumuna göre cam tavan algıları ortalama puanları, yaşa göre iş motivasyonu ortalama puanları ve mesleki kıdeme göre iş motivasyonları ortalama puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmış olup bu hipotezler kısmen desteklenmektedir. Burada kadınların cam tavan algısının erkeklerden farklı olmamasının nedeninin; havacılık ve güvenlik sektöründe çalışan kadın polis ve pilotların üst yönetsel pozisyonlara yükselmelerini engelleyen cinsiyetle bağdaştırılan kalıplaşmış ön yargıların olmadığını düşündürmektedir. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerine baktığımızda %67,4'ünün evli olmasına rağmen %42,8'nin hiç, %24,8'inin ise bir çocuk sahibi olmasının çıkan sonuçları etkilediğini düşündürmektedir.

Çıkan sonuçlara baktığımızda tam tersini öngördüğümüz araştırma bulgularına göre; erkek egemen işler arasında bulunan pilot ve polis

mesleklerinde çalışan kadınların aile ve çocuk yetiştirme sorumluluklarının iş hayatında olumsuz etki yaratmadığı, aile ve çocuk yetiştirme onların idareci pozisyonuna yükselmelerinde bir mâni oluşturmadığı, anne ve eş ile çalışan kadın rollerinin eş zamanlı baskı yapmadığı ve aile ile kariyeri arasında çatışma yaşamalarına neden olmadığı ve erkeklerin kadınların çalışma hayatlarındaki kariyer engellerine ve yükselmelerine kadınlardan daha ılımlı bir bakış açısı ile yaklaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, cam tavan sendromunun dışında aslında kadınların kendilerinden kaynaklanan “öğrenilmiş çaresizlik” yaşıyor olabileceklerini ortaya koymaktadır.

Havacılık ve güvenlik sektöründeki üst kademe yöneticilerin kadın çalışanlara yönelik mesleki eğitim ve kariyer geliştirme gibi destekleyici politikalar izlemesi, kadınların çalışma hayatında karşılamış oldukları kariyer engellerini aşmada oldukça önemlidir. Bu durum hem kadın çalışanların kendilerine olan özgüvenlerini geliştirmelerinde hem de motivasyonlarının artmasında etkili olacaktır. Ayrıca kendisinden daha tecrübeli bir mentorden alınan desteklerin artırılması da yine kadın çalışanların kariyerleri açısından önem arz etmektedir. Son olarak erkek egemen işlerde cam tavan algısının ve iş motivasyonuna etkisinin sektörel anlamda daha detaylı bir biçimde araştırılması ve bu araştırmaların bölgesel bazda yürütülmesi sonuçların güvenilirliği bakımından fayda sağlayacaktır.

Kaynaklar

- [1] Akbaş, G., Korkmaz, L. (2017). Kadın Yöneticiler: Görünmez Engellerin Gölgesinde Yükselme Çabası. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2).
- [2] Alp, E., Yenihan, B. (2015). Değişen Sendikal Anlayış ve Sendika-Kadın İlişisine Eleştirel Bir Yaklaşım. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11).
- [3] Aytaç, S. (1997). *Çalışma Yaşamında Kariyer Yönetimi Planlaması Geliştirilmesi Sorunları*, Epsilon Yayıncılık: İstanbul.

- [4] Bilkay, T. A. (2017). *Çalışan Kadınların Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu Algılamalarının İş Motivasyonlarına Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [5] Çizel, B. ve Çizel, R. B. (2014). Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2).
- [6] Eser, Ş. (1997). *Part-Time Çalışmanın Türkiye’de Kadın İstihdamına Etkisi*, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları: Ankara.
- [7] Ertan, H. (2008). *Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu, İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya’da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- [8] Filiz, Y. (2011). *Esnek Çalışma Biçimlerinin Kadın İstihdamına Etkileri: Avrupa Birliği İstihdam Politikaları*. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.
- [9] Günden, Y. (2011). *Konaklama İşletmelerinde Çalışan Kadın Yöneticilerin Karşılaştıkları Cam Tavan Engelleri ve Muğla Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- [10] Jackson, J. C. (2001). *Women Middle Managers’ Perception of the Glass Ceiling*. *Women In Management Review*, 16(1).
- [11] Karcıoğlu, F., Leblebici, Y. (2014). Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri: Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4).
- [12] Kocacık, F., Gökkaya, V. D. (2004). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 1.
- [13] T. C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, (KSGM), (2008), *Kadının Statüsü ve Sağlığıyla İlgili Gerçekler*. Afşaroğlu Matbaası, Ankara.

- [14] Kuluoğlu H. G. (2015). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Cam Tavan Sendromu Engellerini Aşmak*. Kamu-İş, 14(1).
- [15] Mattis, M. C. (2004). *Women Entrepreneurs: Out From Under the Glass Ceiling*. Women in Management Review, 19(3).
- [16] Metin, B., Özyayın, M. M. (2016). *Çalışma ve Refah*, Gazi Kitabevi: Ankara.
- [17] Önder, N. (2013). Türkiye’de Kadın İşgücünün Görünümü. ÇSGB *Çalışma Dünyası Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1.
- [18] Özyıldız, S. (2017). Türkiye’de Kadın Polis İstihdamının Analizi. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5(1).
- [19] Sezen, B. (2008). *Örgütlerde Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Cam Tavan Engeli: Orta ve Büyük Ölçekli Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- [20] Taşkın, L. (2004). Uluslararası Sözleşmeler Işığında Kadının Durumu. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 8(2).

İnternet kaynakları

- [1] T24 (2013), 39 bin subayın görev yaptığı TSK’da sadece bin 343 kadın subay var, <https://t24.com.tr/haber/39-bin-subayin-gorev-yaptigi-tskda-sadece-bin-343-kadin-subay-var,221347>, (Erişim Tarihi: 23.05.2019).
- [2] T24 (2018), Sahil Güvenlik Komutanlığı subayları: Görevimizin en zor yanı cansız bedenleri denizden almak, <https://t24.com.tr/haber/sahil-guvenlik-komutanligi-subaylari-gorevimizin-en-zor-yani-cansiz-bedenleri-denizden-almak,683147>, (Erişim Tarihi: 23.05.2019).
- [3] Türsen, D. (2017), Bu sektör çok havalı, <http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/bu-sektor-cok-havali-40590472>, (Erişim Tarihi: 23.05.2019).

Yazar Kılavuzu

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, “makale sunum formu” ile birlikte e-posta yoluyla aşağıdaki adreslere gönderilebilir.

Çevirisi yapılmış, makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için özgün metinlerin ve makale sahibinden (asıl yazar veya hak sahibi yayınevi) izin yazılarının da gönderilmesi zorunludur.

Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç, bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır.

Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Yayın İlkeleri

1. Dergide yayımlanan makaleler yazı işlerinin izni olmaksızın başka hiçbir yerde yayımlanamaz veya bildiri olarak sunulamaz. Kısmen veya tamamen yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden hiçbir yerde kullanılamaz. Dergiye gönderilen makalelerin içerikleri özgün, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Makaledeki yazarlar isim sırası konusunda fikir birliğine sahip olmalıdır.
2. ABMYO Dergisi’ne gönderilen yazılar, referans sistemi, dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (APA) stilinde hazırlanmalıdır. APA’nın 6. baskısı, yazarların dikkate alacağı versiyonu olmalıdır. Bununla birlikte kaynakça düzenlenirken Türkçe’ye uyarlanmış ve APA’nın istisnası olan hususlar da bulunmaktadır. Türkçede gün ve ay içeren tarihler önce gün, sonra ay şeklinde (örneğin 12 Şubat) yazılmalıdır.

3. ABMYO Dergisi'nde yayımlanan makaleler yayın tarihinden itibaren derginin bir sonraki sayısına kadar tartışmaya açık olacaktır. Makaleler için yapılan eleştiriler dergide yayınlanacaktır.
4. Makaleler en fazla 12 sayfa olmalıdır. Makaleler en az Word 6.0/95 formatında diskette veya CD'de teslim edilmeli ya da ABMYO Dergisi elektronik posta adresine gönderilmelidir. Orijinal olarak hazırlanmış makaleler % 20 oranında küçültülerek basılacaktır, bu nedenle şekil ve tablolar bu durum göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır. ABMYO Dergisi siyah beyaz basıldığından gönderilen makaledeki resim, fotoğraf, şekil ya da grafikler renkli olmamalıdır.
5. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazıların, daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması veya bir başka yayın organında değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekmektedir.
6. Herhangi bir sempozyum, kongre, konferans vb. bilimsel etkinliklerde sunulmuş veya sunulacak olan bildiri metinleri, yayımlanmamış olması koşulu ile hakem değerlendirmesine gönderilir.
7. Dergi Yayın Kurulu, makaleleri, üç hakem gönderir. Makaleler, en az iki hakemin olumlu görüşüyle yayımlanır.
8. Yayımlanması için düzeltilmesine karar verilen yazıların, yazarları tarafından en geç (posta süresi de dahil olmak üzere) 30 gün içerisinde, yeniden Yayın Kuruluna gönderilmesi gerekir. Belirlenen sürede gönderilen makaleler bir sonraki dönemde yayımlanmak üzere sıraya konulur. Metin, değişiklikleri isteyen hakemler tarafından yeniden incelenebilir.
9. Hakem onayı alan makaleler, raporların tamamlanma tarihlerine göre sıraya konularak yayımlanır.
10. Dergiye gönderilecek yazılar, iki kopya alınarak hazırlanmalıdır. Bunlardan bir kopya posta yolu ile gönderilmeli; bir kopya ise; elektronik posta aracılığıyla iletilmelidir. Elektronik posta olarak gönderilen nüshada, yazar/yazarların adı soyadı, makalelerin tam adı,

bağlı buldukları kurum ve ünvanları, iş-cep telefonları ve elektronik posta adreslerini içeren bir kapak sayfası bulunmalıdır. Kapak sayfası, posta yolu ile gönderilecek kopyaya da eklenmelidir.

11. Yazarlar, yayımlarını İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisine göndermekle, telif haklarını İstanbul Aydın Üniversitesine devretmiş sayılırlar.
12. Dergide yazısı yayımlanan yazarlara, iki adet dergi ücretsiz olarak gönderilir. Ayrıca telif hakkı ödenmez.
13. Ulusal ve uluslararası düzeyde akademik bilgi paylaşımının sağlanması amacıyla İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi'nde yayımlanmak üzere Hakem Kurulundan geçen yazılar Üniversitenin internet sitesine bağlı olarak da yayımlanabilir.
14. Dergiye gönderilen yazılar, yayımlanmasa dahi iade edilmez.

Yazım Kuralları

I. Makale Türleri

Dergiye gönderilen makaleler aşağıdaki özellikleri taşıyan çalışmalar olmalıdır:

- Özgün araştırmalarla ilgili çalışmalar,
- Uygulama örneklerini bilimsel bir yaklaşımla anlatan çalışmalar,
- Belirli bir konuda, önemli gelişmeleri değerlendirip eksiklikleri ortaya koyan derleme çalışmaları,
- Tez çalışmasından elde edilen sonuçların bilimsel tutarlılığı olan bir bölümünden ya da tümünden yararlanılarak hazırlanmış, doktora öğrencisinin ve tez danışmanının ortak yazar olarak yer aldığı bilimsel makaleler.

II. Sayfa Düzeni

Sayfa boyutu A4 kâğıt boyutunda olmalı, sayfa yapısında sağdan ve soldan 2 cm; üstten 2.5 cm; alttan da 3 cm boşluk bırakılmış olmalıdır. Metin, sağ ve sola dayalı (justify), özet ve abstract tek aralık olarak, ana metin

1,5 aralıkla yazılmalı, paragraflar arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır. Başlık, şekil adı, tablo adı gibi formatı belirtilmiş yazılar dışında kalan metin Times New Roman yazı karakterinde 12 punto ile yazılmalıdır.

III. Makale Başlığı

Makale başlığı metnin içeriğini yansıtmalı, 70 harfi geçmemeli ve gereksiz uzatmalardan kaçınılmalı; Times New Roman yazı karakterinde 20 punto ile yazılmalı ve sadece başlığın ilk harfi büyük olmalıdır. Başlık sayfanın üst sınırından 6 cm boşluk bırakıldıktan sonra yazılmalıdır.

IV. Yazar Adı

Yazar adı sayfanın üst sınırından 10 cm aşağıda olmalıdır. Yazar adının ilk harfi ve soyadı büyük harf olmak üzere Times New Roman, 12 punto, sağa yaslanmış şekilde ve **koyu** olarak yazılmalıdır. Yazar adı birden çok olması durumunda, isimlerin her birine üslü sayı şeklinde bir numara verilerek kurumları dipnotta belirtilecektir. Yazışmalara yapılacağı yazarın isminin yanına asteriks (*) işareti koyulacak ve kurumu, telefon numarası, elektronik posta adresi, yayının 1. Sayfasının altında dip not (footer) olarak alttan 2 cm yukarıda, bir çizgi çekilerek, 10 punto, Times New Roman ve italik formatıyla yazılmalıdır.

V. Kısaltmalar, ilgili bilim alanının standart kısaltmaları olmalı ve metin içinde ilk geçtiği yerde tanımlanmalıdır.

VI. Türkçe Öz

Öz; yazıya konu olan çalışmanın amaçlarını, kullanılan yöntemleri, ulaşılan sonuçları, değerlendirmeleri içermeli ve 200-250 kelime arasında olmalıdır. Bu haliyle özet, yapılan çalışma hakkında fikir verebilmelidir. Öz, Times New Roman yazı karakteri ile 12 punto, italik olarak sayfanın üst sınırından 13cm boşluk bırakıldıktan sonra yazılmalı ve satırlar arasında tek aralık bırakılmalıdır. Öz kelimesi **koyu** olmalıdır. Öz kelimesi ile metin arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır.

VII. Anahtar Kelimeler

Öz ve Abstract kısımlarından sonra, makalenin konu sınıflandırmasının yapılabilmesi için en az 3, en çok 6 adet anahtar kelime verilmelidir. Anahtar kelimeler önemlerine göre sıralanmış, Times New Roman yazı karakteri ile Türkçe anahtar kelimeler 12 punto, İngilizce keywords 11 punto ve italik yazılmalıdır. Sadece “anahtar kelimeler” ve “keywords” kelimeleri **koyu** ve *italik* olarak yazılmalıdır. Türkçe öz ile anahtar kelimeler arasında ve abstract ile keywords arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır. Özel isimler hariç anahtar kelimeler küçük harfle yazılacaktır.

VIII. Makalenin İngilizce Başlığı

Makalenin İngilizce başlığı sadece ilk harfi büyük olmak üzere Times New Roman yazı karakterinde 16 punto ile **koyu** olarak ve sola yanaşık yazılmalıdır.

IX. İngilizce Özet (Abstract)

İngilizce özet, yazıya konu olan çalışmanın amaçlarını, yazıda kullanılan yöntemleri, ulaşılan sonuçları ve değerlendirmeleri içeren, Türkçe özetle olduğu gibi bilgi vermek üzere, 200-250 kelime arasında olacak şekilde hazırlanmalıdır. Abstract, Times New Roman yazı karakteri ile 11 punto, italik ve satırlar arasında tek aralık olacak şekilde yazılmalı, sadece “abstract” kelimesi 12 punto ve **koyu** olmalıdır.

X. Başlıklar

- Ana Başlık

Giriş bölümü yazıyı doğrudan ilgilendiren, uzun tarihçeler içermeyen bir bölüm olmalıdır. Tüm ana başlıklar sola dayalı olarak Times New Roman formatında 14 punto, **koyu** ve başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Hiçbir başlığın önüne numara veya herhangi bir işaret konulmamalıdır. Ana başlıklardan önce boşluk bırakılmamalı, ana başlıktan sonra boşluk bırakılmadan makale metni başlamalı, metin yazı karakteri Times New Roman ve 12 punto olmalıdır.

-Ara Başlık

Ana başlıktan sonra herhangi bir metin yazılmadan ara başlık yazılması gerektiğinde arada boşluk bırakılmayacaktır. Ara başlıklar sola dayalı olarak Times New Roman formatında, 12 punto, **koyu** yazılmalı ve başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olmalıdır. Ara başlıktan sonra boşluk bırakılmadan makale metni başlamalıdır. Herhangi bir metin yazıldıktan sonra konulacak ara başlıklardan önce bir boşluk bırakılmalıdır.

-Alt Başlık

Alt başlıklar paragrafın başında ve metinden bir çizgi (-) işareti ile ayrılarak yazılmalı ve hemen yanından metin devam etmelidir. Alt başlık Times New Roman yazı tipinde italik, 12 punto ve sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır.

XI. Şekiller

Metin içinde yer alan şekiller metin sınırlarını aşmayacak şekilde ortalanarak konulmalıdır. Şekiller mutlaka net ve okunaklı olmalıdır. Baskı sırasında yayın %20 oranında küçültüleceği için şekil büyüklükleri bu durum göz önünde bulundurularak belirlenmelidir. Şekiller ya bir çizim programı ile çizilmiş olmalı ya da taranmış ise en az 300dpi çözünürlükte taranmış olmalıdır. Şekil olarak gösterilen grafik, resim ve metin kutularında yer alan yazı ve sayıların büyüklüğü makale içinde Times New Roman karakteri ile yazılmış 9 punto boyutundaki bir yazının büyüklüğünden az olmamalıdır. Şekil numaraları ve adları şeklin altında ortalanarak, tek aralıklı ve Times New Roman 12 punto ile *italik* yazılmalı ve sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük olmalıdır. Şekilden önce, şekil adından önce ve sonra da birer satır boşluk bırakılmalıdır. Şekiller metin içine yerleştirilirken mutlaka şekilden önce atıfta bulunulmalıdır.

XII. Resim ve Fotoğraflar

Resim ve fotoğraflar taranmış ise en az 300 dpi çözünürlükte taranmış olmalı, metin içinde mutlaka atıfta bulunulmalı, şekillerle beraber numaralandırılmalıdır.

XIII. Tablolar ve Denklemler

Metin içerisinde yer alan tablolar metin sınırlarını aşmayacak şekilde ortalanarak konulmalıdır. Tablo numaraları ve adları, tablonun üstünde tek aralık ve Times New Roman 12 punto ile sadece ilk kelimenin ilk harf büyük olacak şekilde ortalanarak ve italik yazılmalıdır. Tablo adı yazılırken üstte ve altta birer satır, tablodan sonra ise bir satır boşluk bırakılmalıdır. Tablolara tablodan önce mutlaka metin içerisinde atıfta bulunulmalıdır.

Tablo satır ve sütunlarındaki rakam ve yazılar Times New Roman 12 punto yazılmalıdır. Ancak zorunlu kalman durumlarda yazı boyutu yazı sınırlarını geçmeyecek şekilde en az 9 puntoya kadar düşürülebilir. Tablodaki parametre ve isimlerin yer aldığı ilk satırın hem altı hem de üstü 1.5 punto kalınlıkta birer çizgi ile kapatılmalıdır. Daha sonraki satırlarda herhangi bir yatay ve düşey çizgi kullanılmadan son satırın altına bir çizgi daha ilave edilerek tablo sınırlandırılmalıdır.

Metin içerisine yazılacak denklemler, Microsoft Word yazım programındaki Equation Editör ile sola dayalı olarak yazılmalı ve eşitliklere sağa dayalı olarak parantez içerisinde numara verilmelidir.

XIV. Semboller

Makale çok sayıda sembol içeriyor ya da makaledeki sembollerin açıklanması gerekiyorsa uluslararası standarda uygun olarak, semboller, kaynaklardan önce, Times New Roman 11 punto ile italik yazılmalıdır. Makalede ondalık gösteriminde nokta kullanılmalı, binlikleri ayırırken virgül veya nokta kullanılmamalı gerekiyorsa tek boşluk kullanılmalıdır.

XV. Kaynaklar

Dergideki referans sistemi, American Psychologists Association (APA) versiyon 6' dır. APA sistemine göre yazılmış bir eserin sonunda muhakkak ki bir kaynakça bölümü olmalıdır. Sayfanın başına Kaynaklar (başlık 14 punto, küçük harfle, sadece ilk harf büyük olmalı) diye yazılmalıdır. Metin içinde gönderme yapılmış/anılmış her eser kaynakçada belirtilmelidir.

Makale metninin sonunda bulunan kaynaklar bölümü yazar soyadına göre A'dan Z'ye doğru, alfabetik bir şekilde sıralanmalı ve Kaynaklar içeriği Times New Roman 11 punto ile yazılmalı, sadece dergi, kitap ya da sempozyum adları italik olmalıdır.

Kaynaklarda, varsa cilt numarası koyu renkte, sayı numarası normal karakter ile yazılmalıdır. Kaynaklar kısmında yer alan ulusal-uluslararası makalelerin yer aldığı dergi adları kısaltılmış halleriyle değil, açık olarak yazılmalıdır.

» **Örnek:** Dergi adı Wat. Res. şeklinde değil, Water Resources şeklinde yazılmalıdır.

Yazı içinde atıfta bulunulan kaynaklar; ya ...Smith (1980)... şeklinde cümlelerin içinde, ya ...(Smitb, 1980; Adams, 1981) ya da (Smith vd., 1980) şeklinde cümlelerin sonunda yazar soyadı ve yayın yılı belirtilerek verilmelidir. İki yazarlı kaynaklarda iki yazarın da soyadı yazılmalı (Snell ve Ettore, 1971), ikiden fazla yazarlı kaynaklar parantez içinde gösterilecek ise vd. kısaltması kullanılmalı (Li vd., 1998), parantez dışında Li ve diğerleri (1998) kullanılmalıdır.

-Metin içinde kitap, dergi ve film, TV programı adları italik yazılır. Örneğin, Siyaset Meydanı Programı'nda (...).

-Ayrıca yeni veya teknik bir terim metin içinde ilk geçtiği anda italik yazılabilir, sonrasında italik yazılmaz. Örneğin, 1990'lardan sonra alımlama çalışmaları Türkiye'de de artış göstermiştir.

-İngilizcede yaygın olan ifadeler ve kısaltmaları italik yazılmaz. Metinde bir ifadeyi daha çok vurgulamak amacıyla italik yazılmaz.

-Organizasyon kısaltmaları: İlk alıntıda adı açıkça yazılmalıdır; eğer okuyucu kısaltmayı yakından biliyorsa sonrakilerde kısaltma kullanılmalıdır.

» **Örnek:** İlk Alıntı: National Institute of Mental Health (NIMH),
Sonrakiler: (NIMH, 2015)

40 ya da daha fazla alıntı sözcük varsa, içeriden, tek veya sık satır aralığı vererek, ana metinden daha küçük bir puntoyla (10 veya 11 punto), italik olmadan, tırnaksız yazılır. Sonunda paragraf içinde sayfa numarası yazılır.

Dönüşüm Krishnamurti'ye göre (1998),

(...) zamanın bir sonucu değildir. Dönüşüm sessiz, sakin, pasif bir zihnin sonucudur. Zihin bir sonuca odaklandığında, artık pasif değildir. İnsan dönmek istedikçe, değişmek istedikçe, olanı değiştirmek istedikçe, bir sonuca odaklanacaktır, bir sonucu arayacaktır. Zihin basit bir şekilde olanı anlamağa niyet etmek zorundadır. O zaman sakinleşebilir. Bu sakinlik içinde, insan olanı anlayabilir. Dolayısıyla bir dönüşüm olabilir (s.83).

E-maile, telefonla, yüz yüze ya da başka biçimlerde yapılan kişisel görüşmelere dayalı bilgiler, metin içinde gösterilir, ancak kaynakçaya yazılmazlar. Örneğin:

Profesör Mark Post, “et üretimindeki temel sorunun verimsizlik olduğunu ve et üretimini bir tarım sürecinden fabrika sürecine dönüştürmek gerektiğini “ söyledi. (Mark Post kişisel görüşme, 24 Aralık 2011).

- Kanunların metin içinde ilk defa gösterimi:

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'na dayanılarak halkın mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere belediyeler kurulmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982:Madde 127).

Belli koşulları sağlayan ve nüfus yoğunluğu fazla olan belediyelerde hizmetin daha etkin ve verimli şekilde verilebilmesi amacıyla Yapı Kontrol Müdürlükleri kurulmuştur (Belediye Kanunu [BK], 2005:Madde 48).

- Kanun metinde ikinci defa geçtiğinde:

Belediyeler 5393 sayılı yasanın kendilerine vermiş oldukları yetki çerçevesinde yapacakları işlerle ilgili olarak yönetmelikler çıkarırlar ([BK], 2005:Madde 48).

Kaynak gösterimleri aşağıdaki örnekler gibi yapılmalıdır.

Ulusal - Uluslararası Makaleler

» Ishidate, M., Sofuni, T., Yoshikawa, K., Hayashi, M., Nohmi, T., Sawada, M., Matsuoka, A., (1984). Primary mutagenicity screening of food additives currently used in Japan. *Food and Chemical Toxicology*, 22(8), 623-636.

» Pandey, A. K., Kumar, P., Singh, P., Tripathi, N. N., Bajpai, V. K., (2017). Essential oils: Sources of antimicrobials and food preservatives. *Microbiology*, 7: 2161. doi: 10.3389/fmicb.

» Gezgin, S., (2009). Medyanın sorumluluğu (Türk Alman ilişkileri Örneğinde). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1: 44-54.

Ulusal - Uluslararası Bildiriler

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). *Magnetic fields*, Proceedings, 5tJI Conference, Electronics, 117-143, Sydney, A.

Ulusal - Uluslararası Kitap

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). *Magnetic fields*, 295, Mc. Graw Press, London.

Kitap İçinde Bölüm

» Sensoy, T., (1998). *Magnetic fields*, in Reinhardt, M, eds, Physics, Mc. Graw HM Press, 2-5, Oxford, UK.

Çeviri Kitap

» Ong, W.J (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür*. Sema Postacıoğlu (Çev.). 136, Metis Yayınevi. İstanbul

Editörlü Kitap

» Çebi, M.(Ed).(2003). *Medya Etki Araştırmaları* 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

Editörlü Kitapta Bölüm

» Keeplinger. H,M(2003). *Etki Kavramının Sınırları*. Murat Çebi (Ed.), Medya Etki Araştırmaları 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

Dergiden Makale

» Gezgin, S. (2009). Medyanın Sorumluluğu (Türk Alman ilişkileri Örneğinde). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 44-54

Basılmamış Tezler, Bildiriler

» Arvas, İ.S (2010). *Cumhuriyet Döneminde Basında Etik Bağlamda Ortaya Konulan Uygulamalar ve Bir Meslek Örgütü: Basın Konseyi*. (Yayınlanmamış doktora tezi.) İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kanun ve Yönetmelikler

» *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası* (1982), Kanun No:2709, Resmi Gazete: 09.11.1982/17863.

» *Yapı Denetimi Hakkında Kanun* (2001), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 13.07.2001/24461.

» *Yapı Denetimi Uygulama Yönetmeliği* (2008), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 05.02.2008/26778.

İnternette Makale

» Koloğlu, O. (1999). *Medya, Devlet ve Sermaye*.
<http://dorduncukuvvetmedya.com>

Basılmış Bilimsel Rapor

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., eds. (1998). *Magnetic fields*, J., Technical Report, ICTP TRIL Programme, 12, Trieste.

Mesleki Teknik Rapor

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., eds. (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, Teknik Rapor 5, CEV Vakfı, İstanbul.

Doktora, Y. Lisans Tezi

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, Doktora tezi, AÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Standartlar

» TS920, (1990). *Binalarda rüzgar yükü kuralları, Türk Standartları*, Ankara. ix) Güncel Yazı,

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Manyetik Alan Teorisi, Bilim ve Teknik, 63, 7, 3-5

Web Adresleri

Kaynakların A'dan Z'ye sıralanması bittikten sonra 1 punto kalınlıkta bir çizgi çekilerek, çizginin altından itibaren, internet kaynakları, siteden yararlanılan tarihle beraber yazılmalıdır.

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, <http://www.server.com/final/paper1.html>, (21.12.2005)

Broşür (Tarihsiz ve yazarsız):

» *Inside these doors: A guidebook of Elfreth's Alley homes* [Brochure]. (t.y.).Philadelphia: Elfreth's Alley Association.

Film

» Yönetmenin Soyadı, Yönetmenin Adının Baş Harfleri. (Yönetmen). (Yıl). *Filmin adı italik şekilde*. Prodüksiyon şehri: Prodüksiyon şirketi ismi.

» Huston, J. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (1941). *Malta Şahini* [Film]. U.S.: Warner.

» Metin içindeyse: (*Malta Şahini*, 1941) şeklinde gösterilir.

Fotoğraf

» Adams, Ansel. (1927). *Monolith, the face of Half Dome, Yosemite National Park* [Fotoğraf]. Art Institute, Chicago.

Metin içindeyse: (Adams, 1927) şeklinde gösterilir.

Görüşme

» Arroyo, Gloria Macapagal. (2003). A time for Prayer. Michael Schuman ile söyleşi. *Time*. 28 Temmuz 2003. Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.times.com/time/nation/article/0,8599,471205,00.html>

Rapor ve teknik makaleler

» Gencil Bek, M. (1998). Mediscape Turkey 2000 (Report No. 2). Ankara: BAYAUM.

Televizyon programı

» Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein (Yapımcı), *Simpsonlar* içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox.

Metin içindeyse: (Simpsonlar, 2002) şeklinde gösterilir.

İletişim Bilgileri:

Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi Yayın Koordinatörlüğü

İstanbul Aydın Üniversitesi

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: 0535 354 64 73

Web Sayfası: <http://abmyod.aydin.edu.tr/>

E-posta: candanvarlik@aydin.edu.tr

Author's Guide

Author's may send their articles which are prepared in accordance with the below stated publishing and editorial principles, together with the "article presentation form" via e-mail to the provided addresses.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

The articles which are sent to their authors for further improvement and/or proofreading following the preliminary reviews and referee evaluations, must be edited accordingly and delivered back to the journal in one month at the latest.

On the other hand, the articles which are found to be conflicting with this guideline, will be returned to their authors for further proofreading and will not be issued.

Publishing Principles

1. The articles to be published in the journal cannot be published or presented elsewhere without the permission of the Editorial Board. The articles that are published, partially or as a whole, cannot be used elsewhere without citation. The journal only accepts original manuscripts which are not published, being reviewed for publication or accepted to be published previously. The authors of the related articles must build a consensus upon the name order.
2. The articles delivered to the journal are expected to be arranged according to American Psychological Association (APA) style regarding the references, footnotes and bibliography. The authors must consult the 6th edition of APA.
3. The articles that are published in the journal will be open for discussion from the date of publication till the next issue of the journal. The criticisms made for the articles will be published in the journal as well. The articles must not exceed 12 pages and they must

be handed as a disc or delivered via e-mail to the given addresses. The originally prepared manuscripts will be scaled down by 20 % while printing, thus the sizes of the figures and tables must be arranged accordingly. Also, the journal is printed black and white, therefore the photographs, images, figures or graphics within the text must not be colored.

4. The journal only accepts manuscripts which are not published, being reviewed for publication or accepted to be published previously.
5. The papers that are presented or to be presented in a scientific gathering such as symposium, congress or conference can be accepted for referee evaluation provided that they are not published.
6. The Editorial Board of the Journal delivers the article to three different referees. The articles are published at least with two positive referee reviews.
7. The manuscripts that are expected to be revised must be completed and resent to the Editorial Board within 30 days (including the posting time). Manuscripts that are sent within the specified period will be queued to be published in the next issue. Manuscript revision may also be evaluated by the referees who demanded the changes.
8. The approved articles are published one after another regarding the completion dates of their referee reports.
9. The manuscripts to be sent to the journal must be prepared as two copies. One of the two copies must be posted as a hard copy and the other must be delivered via e-mail. Both of the delivered copies (digital and hardcopy) must include a cover page which contains the names and the surnames of the author(s), the full title of their articles, their titles and the workplaces, work and mobile phones as well as e-mails.
10. The copyrights of the manuscripts which are accepted to be published following the evaluation process, are considered as transferred to Istanbul Aydin University.

11. Following the publication of the article, two copies of the related issue of the journal is delivered to the author. No royalty is payed to the authors.
12. The manuscripts which pass Referee Board and to be published with the purpose of sharing knowledge on a national and international basis, may be published depending on the website of the university.
13. The manuscripts sent to the journal are not be returned even if not to be published.

Editorial Principles

I. Types of Articles

The articles to be published in the journal are expected to be as follows;

- » Works related to original studies,
- » Works which explain application examples in a scientific way,
- » Works of collection presenting the deficiencies and evaluating the developments on a specific subject,
- » Scientific articles that are prepared using the results obtained from a thesis, where there is a scientific consistency partially or as a whole and in which the doctorate student and the advisor have worked together as collective authors.

II. Page Layout

A4 page size with 2 cm margins on left and right; 2.5 cm on up and 3 cm on the bottom of the page. The text must be justified and written with 1,5 space whereas the Turkish and English abstracts must be written with single space leaving an empty line between the paragraphs. The text, excluding the title, name of the figure or table for which the format is specified, must be written using Times New Roman font type in 12-point size in general.

III. Article Titles

The title of the article must reflect its content, must not exceed 70 characters. Authors must avoid redundancy; the title must be typed using Times New Roman font type in 20-point size with only the initial letter of the title capitalized. The title must be 6 cm below the upper page limit.

» The English Title of the Article

12-point size, **bold**, Times New Roman font type with only the initial letter of the first word capitalized.

IV. Author's name(s) and Address(es)

10 cm below the upper page limit, only the initials of the name and surname capitalized, Times New Roman in 12-point size, aligned to right and **bold**. In case there are more than one author name to be mentioned, each author's institution must be indicated as a footnote. The author responsible for correspondence must be indicated with an asterisk (*) and his/ her contact information such as institution, phone number and e-mail address must be given on the first page of the article as a footnote with 2 cm above the bottom page limit using 10-point size Times New Roman font type.

V. Scientifically standardized abbreviations should be preferred and explained where it is first mentioned.

VI. Abstract

The abstract must contain the purpose(s), methods, results and evaluations regarding the subject of the work and consist between 200-250 words. In this respect, the abstract must be able to give an idea about the work to the reader. Starting from 13 cm below the upper page limit, the abstract must be typed with single space using 12-point size Times New Roman font type in italics. The title of the abstract (Abstract) must be typed in bold leaving an empty line before the text.

VII. Keywords

Following the abstract part, at least 3 and at most 6 keywords must be given in order for the article subject to be classified. The keywords must be prioritized with 12-point size Times New Roman font type for Turkish and

11-point size and italics for English with only the “**Keywords**” typed in **bold**. There must be a blank space between the abstract and the keywords. Keywords must be typed in lower-case letters unless indicating a proper name.

VIII. Titles

» *English Title of the Article*

Only the initial letter capitalized; Times New Roman, 16-point size, bold and aligned to the left.

» *Main Title*

The introduction section must be directly related to the text itself without long background information. All main titles must be aligned to the left using 14-point size, bold, Times New Roman font type with only the initial letter of the title capitalized. Titles must not start with numbers or any kind of signs. Main titles must not have space before or after them and the main title must immediately be followed by the text (12-point size, Times New Roman) without an empty line.

» *Section Titles*

No empty space is required when main titles are to be followed by the section titles without a text. The section titles must be aligned to the left and written in 12-point size, Times New Roman font type in bold with only the initial letter of the first word capitalized. Section titles must be followed by the text without an empty line in between. However, any section title following a text must have an empty line before.

» *Sub-titles*

Sub-titles must be typed at the beginning of the text and separated from the text using a hyphen (-) after which must follow the text without a space. Sub-titles must be written in 12-point size italics using Times New Roman font type with only the initial letter of the first word capitalized.

IX. Figures

The figures included in the text must be centered on the page aligned with the text. The figures must be clear and understandable. The manuscripts will be scaled down by 20 % while printing thus the sizes of the figures

must be arranged accordingly. The drawings must either be prepared in a digital drawing software or if scanned the file must at least have 300dpi definition. The texts found in graphics, images and text boxes must not be smaller than a text written with 9-point size in Times New Roman font-type. The numbers and the names of the figures must be centered on the page, typed under the figure itself, following a single space with 12-point size italics in Times New Roman font-type with only the initial letter of the first word capitalized. There must be a single space before the figure, its title and after its title. The figures must be referred to within the text prior to the figure.

X. Images and Photographs

The images, photographs or special drawings included within the text must be scanned in 300 ppi (300 pixels per inch) with a 10 cm short edge in JPEG format, cited within the text and numbered together with figures.

XI. Tables and Equations

The tables included in the text must be centered on the page aligned with the text. The numbers and the names of the table must be typed above the table leaving a single space before and after as well as below the table using italics, 12-point size, Times New Roman font type; the title and the number must be centered with only the initial letter of the first word capitalized. Tables must certainly be referred to within the text beforehand. The contents of the tables lines and columns must be typed with Times New Roman font-type and in 12-point size. In case necessary the font size can be decreased down to 9-point size not exceeding text limits. The first line of the table, where the parameters and the names are found, must be closed by a 1.5-point size thick line from above and under. The table must be limited by adding an additional line under the last line of the table without using horizontal or vertical lines.

The equations to be written within the text must be typed using Microsoft Word Equation Editor and aligned to left with equals numbered within parentheses and aligned to the right.

XII. Symbols

In case the article contains a lot of symbols or they are required to be explained, symbols should be written in 11-point size italics with Times New Roman font type before the bibliography in accordance with international standards. Decimal demonstrations must be done with full stop“.” with no comma separating thousands. If required use space.

III. Bibliography

The reference system for the journal is American Psychologist Association (APA) 6th Edition. A work prepared in APA system must have a references section at the end. The page must begin with a title named “References” written in 14-point size Times New Roman with only the initial letter capitalized. Any work referred or quoted within the text must be cited in the references section.

The references content must be placed at the end of the text, aligned in an alphabetical order with Times New Roman, 11-point size with only the names of journals, books or symposiums written in *Italics* as shown in the following examples.

In case there is, the volume numbers must be typed in **bold** and issue numbers in regular characters. The names of the journals where national or international articles are taken must not be abbreviated and must be given in full.

» **Example:** Name of the journal should be written as Water Resources, not as Wat. Res.

Citation must be as follows within the text in a sentence...Smith (1980)... or ...(Smith, 1980; Adams, 1981) as well as (Smith et al., 1980) at the end of a sentence indicating the surname and publishing year of the work. For citing the works with two authors, the surnames of both authors must be mentioned as follows (Snell and Etre, 1971). In case there are more than two authors to be indicated in the citation then “et al.” abbreviation must be used, in parentheses (Li et al. 1998) or within a sentence ... Li et al. (1998)...

- The names of books, magazines or journals, films or TV programs must be written in italics.

- A new or technical term may be written in italics when it is mentioned for the first time in the text and with regular characters later on.

- The common expressions and abbreviations in English must be written in regular characters. Italics must not be used for emphasizing an expression more.

-Organization abbreviations: the first reference must include the full name clearly; the abbreviations can be used later on in case the reader is familiar with the concept.

Example: First reference: National Institute of Mental Health (NIMH),

Later on: (NIMH, 2015)

Place direct quotations that are 40 words, or longer, in a free-standing block of typewritten lines, and omit quotation marks. Use a smaller point size than the text itself (10 or 11) and add page number in parenthesis at the end of the quote.

Example:

According to Krishnamurti (1998),

(...) zamanın bir sonucu değildir. Dönüşüm sessiz, sakin, pasif bir zihnin sonucudur. Zihin bir sonuca odaklandığında, artık pasif değildir. İnsan dönüşmek istedikçe, değişmek istedikçe, olanı değiştirmek istedikçe, bir sonuca odaklanacaktır, bir sonucu arayacaktır. Zihin basit bir şekilde olanı anlamağa niyet etmek zorundadır. O zaman sakinleşebilir. Bu sakinlik içinde, insan olanı anlayabilir. Dolayısıyla bir dönüşüm olabilir (s.83).

Information based on personal conversations that are realized through e-mail, telephone, face to face communication and in other ways are cited within the text but not in references section.

Initial use of laws within a text:

For laws (statutes), the preferred form includes the name of the law and the year – e.g. (Child Abuse Prevention and Treatment Act of 1974). APA style requires anything cited briefly in the text (e.g. in

parentheses) should also have a complete listing in the References list. Belli koşulları sağlayan ve nüfus yoğunluğu fazla olan belediyelerde hizmetin daha etkin ve verimli şekilde verilebilmesi amacıyla Yapı Kontrol Müdürlükleri kurulmuştur (Belediye Kanunu [BK], 2005:Madde 48).

Repeated use of laws in a text:

Belediyeler 5393 sayılı yasanın kendilerine vermiş oldukları yetki çerçevesinde yapacakları işlerle ilgili olarak yönetmelikler çıkarırlar ([BK], 2005:Madde 48).

Bibliography should be prepared as follows:

National – International Articles

- » Ishidate, M., Sofuni, T., Yoshikawa, K., Hayashi, M., Nohmi, T., Sawada, M., Matsuoka, A., (1984). Primary mutagenicity screening of food additives currently used in Japan. *Food and Chemical Toxicology*, 22(8), 623-636.
- » Pandey, A. K., Kumar, P., Singh, P., Tripathi, N. N., Bajpai, V. K., (2017). Essential oils: Sources of antimicrobials and food preservatives. *Microbiology*, 7: 2161. doi: 10.3389/fmicb.
- » Gezgin, S., (2009). Medyanın sorumluluğu (Türk Alman ilişkileri Örneğinde). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1: 44-54.

» National – International Papers

- » Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., (1998). *Magnetic fields*, Proceedings, 5th Conference, Electronics, 117-143, Sydney, A.

National – International Books

- » Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., (1998). *Magnetic fields*, 295, Mc. Graw Press, London.

Sections from Books

- » Sensoy, T., (1998). *Magnetic fields*, in Reinhardt, M, eds, Physics, Mc. Graw HM Press, 2-5, Oxford, UK.

Translated Books

» Ong, W.J (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür. Sema Postacıoğlu* (Çev.). 136, Metis Yayınevi. İstanbul

Edited Books

» Çebi, M.(Ed).(2003). *Medya Etki Araştırmaları* 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

Sections from Edited Books

» Keeplinger. H,M(2003). *Etki Kavramının Sınırları*. Murat Çebi (Ed.), Medya Etki Araştırmaları 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

Journal Articles

» Gezgin, S. (2009). Medyanın Sorumluluğu (Türk Alman ilişkileri Örneğinde). İstanbul Aydın Üniversitesi / Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 44-54

Unpublished Theses, Papers

Arvas, İ.S (2010). *Cumhuriyet Döneminde Basında Etik Bağlamda Ortaya Konulan Uygulamalar ve Bir Meslek Örgütü: Basın Konseyi*. (Unpublished Doctorate thesis) İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Law and Regulations

» *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası* (1982), Kanun No:2709, Resmi Gazete: 09.11.1982/17863.

» *Yapı Denetimi Hakkında Kanun* (2001), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 13.07.2001/24461.

» *Yapı Denetimi Uygulama Yönetmeliği* (2008), Kanun No:4708, Resmi Gazete: 05.02.2008/26778.

Online Articles

» Koloğlu, O. (1999). *Medya, Devlet ve Sermaye*. <http://dorduncukuvvetmedya.com>

Printed Scientific Reports

» Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., eds. (1998). Magnetic fields, J., Technical Report, ICTP TRIL Programme, 12, Trieste.

Vocational, Technical Reports

» Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., eds. (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, Teknik Rapor 5, CEV Vakfı, İstanbul.

Theses

» Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, Doktora tezi, AÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Standards

» TS920, (1990). *Binalarda rüzgar yükü kuralları*, Türk Standartları, Ankara. ix) Güncel Yazı

» Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., (1998). *Manyetik Alan Teorisi*, Bilim ve Teknik, 63, 7, 3-5

Online Sources

Following the alphabetical order of the sources, online sources must be indicated below a 1-point size line together with the date the source was used.

» Yılmaz, A., Brown, O. and Nelson, H., (1998). Manyetik Alan Teorisi, <http://www.server.com/final/paper1.html>, (21.12.2005)

Booklets (no date, no author):

» *Inside these doors: A guidebook of Elfreth's Alley homes* [Brochure]. (t.y.). Philadelphia: Elfreth's Alley Association.

Film

» Director's Surname, Director's Initials. (Director). (Year). *Name of the film in italics*. Production city: Production company name.

» Huston, J. (Director/Scriptwriter). (1941). *Malta Şahini* [Film]. U.S.: Warner.

Within the text: ...(Malta Şahini, 1941)...

Photograph

- » Adams, Ansel. (1927). *Monolith, the face of Half Dome, Yosemite National Park* [Fotoğraf]. Art Institute, Chicago.
- » Within the text: ...(Adams, 1927)...

Dialogue

- » Arroyo, Gloria Macapagal. (2003). A time for Prayer. Michael Schuman ile söyleşi. *Time*. 28 Temmuz 2003. Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.times.com/time/nation/article/0,8599,471205,00.html>

Report and technical articles

- » Gencil Bek, M. (1998). *Mediscap Turkey 2000* (Report No. 2). Ankara: BAYAUM.

TV Show

- » Long, T. (Author), and Moore, S. D. (Director). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3 Grade [TV Series]. B. Oakley and J. Weinstein (Producer), *Simpsons*. Episode: 1403 F55079. Fox.

Within the text: ...(Simpsons, 2002)...

Contact Information:

Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi Editorial Board

Istanbul Aydin University
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/Istanbul

Tel: 0535 354 64 73

Web: <http://abmyod.aydin.edu.tr/>

E-mail: candanvarlik@aydin.edu.tr



KÜTÜPHANE VE BİLGİ MERKEZİMİZ 7/24 HİZMET VERİYOR



56.000
Basılı Kaynak



1.000.000
E-Kaynak



Engelsiz
Kütüphane



Mobil
Uygulamalar

24/7

- Kütüphane 7/24/365 gün hep açık
- 75.000 aylık kullanıcı
- Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi için çizim salonları
- Kafeterya



instagram: kutuphaneiau



twitter.com/iaukutuphane



facebook.com/iaukutuphane