

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI



MEGEP

(MESLEKÎ EĞİTİM VE ÖĞRETİM SİSTEMİNİN
GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ)

PAZARLAMA VE PERAKENDE

OFİS VE YER DONATIMI

Ankara 2007

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen modüller;

- Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığının 02.06.2006 tarih ve 269 sayılı Kararı ile onaylanan, Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında kademeli olarak yaygınlaştırılan 42 alan ve 192 dala ait çerçeve öğretim programlarında amaçlanan mesleki yeterlikleri kazandırmaya yönelik geliştirilmiş öğretim materyalleridir (Ders Notlarıdır).
- Modüller, bireylere mesleki yeterlik kazandırmak ve bireysel öğrenmeye rehberlik etmek amacıyla öğrenme materyali olarak hazırlanmış, denenmek ve geliştirilmek üzere Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında uygulanmaya başlanmıştır.
- Modüller teknolojik gelişmelere paralel olarak, amaçlanan yeterliği kazandırmak koşulu ile eğitim öğretim sırasında geliştirilebilir ve yapılması önerilen değişiklikler Bakanlıkta ilgili birime bildirilir.
- Örgün ve yaygın eğitim kurumları, işletmeler ve kendi kendine mesleki yeterlik kazanmak isteyen bireyler modüllere internet üzerinden ulaşılabilirler.
- Basılmış modüller, eğitim kurumlarında öğrencilere ücretsiz olarak dağıtılır.
- Modüller hiçbir şekilde ticari amaçla kullanılamaz ve ücret karşılığında satılamaz.

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	ii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. EMLAK OFİSİNİN KURULUŞ YERİ.....	3
1.1. Emlak Ofisinin Yerinin Önemi	3
1.2. En Uygun(Optimal) Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri.....	4
1.3. Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri Faktörleri	5
1.3.1. Ekonomik Faktörler	5
1.3.2. Sosyal Faktörler.....	5
1.3.3. Psikolojik, Fizyolojik ve Politik Faktörler	5
1.4. Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri Seçim Kriterleri.....	6
1.4.1. Genel Kuruluş Yeri Faktörleri.....	6
1.4.2. Özel Kuruluş Yeri Faktörleri.....	7
1.5. En İyi Ofis Nerede Açılmalıdır?	10
UYGULAMA FAALİYETİ	12
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	13
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	16
2. EMLAK OFİSİNİN DONATIMINI YAPMAK.....	16
2.1. Hizmet Ortamının Özellikleri ile İlgili Kurallar.....	17
2.2. Emlak Ofisinde Bulunması Gereken Araç ve Gereçler	17
2.2.1. Bilgisayar	18
2.2.2. Faks Makinesi	19
2.2.3. Fotokopi Makinesi.....	19
2.2.4.Telefon.....	19
2.2.5. Yazıcı.....	20
2.2.6. Pusula.....	20
2.3. Ofisin Fiziksel Ortamı	27
2.3.1. Ofisin Aydınlatması.....	27
2.3.2. Ofisi Isıtma ve Soğutma.....	29
2.3.3. Ofisin Havalandırması	29
2.3.4. Ses ve Gürültü	30
2.4. Ofisin Mobilyası.....	30
2.4.1. Mobilya Çeşitleri ve Ofis Mobilyası	30
2.4.2. Mobilya Alırken Nelere Dikkat Etmeliyiz?	31
2.5. Ofiste Estetik.....	33
2.5.1. Renk Seçimi	33
2.5.2. Müzik.....	40
2.5.3. Temizlik	40
2.6. Kâğıtsız Ofise Geçiş: Elektronik Doküman Yönetimi.....	40
2.7. Ofiste Çalışma Verimliliğini Etkileyen Faktörler	43
UYGULAMA FAALİYETİ	45
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	46
MODÜL DEĞERLENDİRME.....	49
CEVAP ANAHTARLARI	52
KAYNAKÇA	54

AÇIKLAMALAR

KOD	341TP0025
ALAN	Pazarlama ve Perakende
DAL/MESLEK	Emlak Komisyonculuğu
MODÜLÜN ADI	Ofis Yeri ve Donatımı
MODÜLÜN TANIMI	Ofis yerini belirleme ve ofis donatımı işlemleri ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığı öğrenme materyalidir.
SÜRE	40/32
ÖN KOŞUL	
YETERLİK	Ofis yerini belirleyerek ofisin donatımını yapmak
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Ofis yerini belirleyerek mecburi standard tebliğine uygun bir şekilde ofisin donatımı ile ilgili işlemleri gerçekleştirebileceksiniz. Amaçlar <ol style="list-style-type: none">1. Emlak ofisinin yerini seçmek2. Emlak ofisinin donatımını yapmak
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: Sınıf, emlak ofisi, franchising yöntemi ile çalışan emlak komisyoncularının ofisi Donanım: Form belgeler, bilgisayar, bilgisayar masası, sarf malzemeleri, yazıcı, projeksiyon, tepegöz
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Ø Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra, verilen ölçme araçları ile kazandığı bilgi ve becerileri ölçerek kendi kendinizi değerlendireceksiniz. Ø Öğretmeniniz modül sonunda size ölçme aracı uygulayarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenciler,

Ülkemizde emlak alanındaki kurallar ve meslekî standartlar yasalarla düzenlenmiştir. Ülkemizde emlak komisyonculuğu ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması, yeni kanunların yürürlüğe girmesiyle alandaki mesleklerin saygınlığı giderek artmıştır.

İleride popüler mesleklerden biri olacak olan emlak komisyonculuğunda elinizdeki modül ile daha başarılı olacaksınız. Alacağınız emlak komisyonculuğu sertifikası ile meslektaşlarınızın yanında farkınızı yansıtabileceksiniz.

İki yıllık meslek yüksek okuluna geçiş yapabilecek ya da dört yıllık fakülte için avantaj sağlayacaksınız. İleride düşünülen emlak müşavirliği için şimdiden adım atmış olacaksınız.

Elinizdeki modül ile emlak ofisinin yerinin belirlenmesi ve donatımı işlemleri ile ilgili terimler, tanımlar, kısaltmalar, belgeler ve formlar size sunulmaktadır.

Bu sayede okul uygulamalarında, beceri eğitimlerinizde ve sonraki meslek hayatınızda ihtiyaç duyacağınız kavramlar, belgeler ve işlemleri tanıyacaksınız.

Bu konudaki mesleki bilgileri kazandığınız takdirde emlak komisyonculuğunda ofis yerinin belirlenmesi ve ofisin donatımı ile ilgili işlemleri kolay ve hızlı bir şekilde yapabileceğiniz yeterlilikleri, bu modül sayesinde kazanabileceksiniz.



ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Emlak ofisinin yerini seçebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Ø Bir emlak komisyoncusuna giderek ofisinin neden bulunduğu yerde açıldığını öğreniniz.
- Ø Bir ofisin kurulmasında etkili olan faktörler nelerdir? Araştırınız.
- Ø Emlak ofisinin düzayak mı yoksa apartman katında olması mı daha iyidir? Araştırınız.

Araştırma sonuçlarınızı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

1. EMLAK OFİSİNİN KURULUŞ YERİ

İşletme kurmaya girişen bir emlak komisyoncusunun karşılaşacağı ilk problem muhakkak ki, işletme için “en uygun kuruluş yerinin seçimi” olacaktır.

Kuruluş yeri, işletmenin amaçlarına en verimli ve etkin bir şekilde ulaşmasına olanak sağlamak için faaliyetlerini yapmak üzere belirlediği yerdir.

Bir emlak ofisi için kararlaştırılan kuruluş yeri, diğer emlak komisyoncularının yerleri ile karşılaştırılarak seçilen en uygun yerdir. **En uygun yer, maliyet masraflarının en düşük, karın ise en yüksek olmasını sağlayacak yerdir.** Uygun bir kuruluş yerine sahip olan emlak komisyoncusu, aynı dalda çalışan diğer emlak komisyoncusuna göre rekabet üstünlüğü sağlar ve daha uzun ömürlü olur.

1.1. Emlak Ofisinin Yerinin Önemi

Ofis yeri denilince, işletmenin faaliyette bulunduğu yer anlaşılır. Bu nedenle, kuruluş yerinin seçimi önemli bir karar verme olayıdır. Bu kararın verilmesiyle, işletmenin "hayat alanı" belirlenmiş olmaktadır.

Bu önemi dolayısıyla; ofis yeri rastgele seçilmemeli, seçim yapılırken dar görüşlü ve duygusal olmamalı, türlü ekonomik ve teknik faktörün yanında, kurulacak işletmenin çalışma konusu ve büyüklüğü göz önüne alınmalı, seçime dayanak teşkil eden alternatif kuruluş yerlerinin özellikleri birbiriyle karşılaştırılmalıdır. Kuruluş yeri seçimi ile ilgili

karar, hizmet maliyetlerini ve kârlılığı doğrudan etkilemekte ve dolayısıyla işletmenin varlığını sürdürmesi ve başarılı olması üzerinde, etkin bir rol oynamaktadır.

Ofis yerinin önemi yalnız işletmenin kuruluşu anında değil, daha sonraki dönemlerde de söz konusudur. İşletmenin faaliyete geçmesinden sonra bile, çevresel koşullardaki değişimler nedeniyle, verimli, karlı, ekonomik olan bir kuruluş yerinin, bu özelliklerini yitirmesi mümkündür. Böyle bir durum, işletmenin yeni bir kuruluş yerleri aramasını gerektirebilir.

Netice itibarı ile ofis yerinin seçimi, her açıdan bir emlak ofisinin yaşaması için son derece önem taşımaktadır. Yanlış verilecek bir kararın telafisi, beraberinde pek çok sorunu da gündeme getirmekte ve iktisadi anlamda olumsuzluklarla kendini göstermektedir.

1.2. En Uygun(Optimal) Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri

Bütün işletmeler için önemli olan optimal veya en uygun kuruluş yeri, genel olarak, "işletme amaçlarının en iyi biçimde gerçekleştirilebileceği yer" olarak tanımlanabilir.

Seçilecek iyi bir kuruluş yeri, emlakların istenilen nitelikte, uygun fiyatla ve sürekli olarak tedarik edilebileceği; kaliteli ve ekonomik olarak pazarlanabileceği bir yer olmalıdır.

Optimal kuruluş yerinin seçiminde çeşitli güçlüklerle karşılaşılır. Sorunun çok yönlü ve çok faktörlü olması ve bu faktörlerin etkilerinin ölçülmesinin güçlüğü, seçim için belirli bölgeyi veya alanı sınırlandırma zorunluluğu güçlüğü bunların başlıcalarındandır.

"En iyi kuruluş yeri" kavramından amaçlanan nedir? Hangi yer, girişim hedefine en uygun olanıdır? İşletmenin en iyi kuruluş yeri bulunduğu, soru yanıtlanmış olur.

O halde geleneksel mikroekonomi ve işletmecilik literatüründe "toplam maliyet giderleri" ya da "ulaştırma giderleri"nin minimize edilmesi, kuruluş yeri seçiminde olumlu bir kriterdir.

Tüm buraya değin yapılan açıklamalardan en iyi kuruluş yerinin seçiminin yalın bir süreç olamadığı anlaşılmaktadır. En iyi kuruluş yeri seçiminde karşılaşılan güçlükleri şöyle özetlenmektedir:

- Ø Kuruluş yeri sorunu yalnız ekonomi disiplini içinde değil, aynı zamanda sosyal bilimlerde, ekonomik coğrafyada da incelendiğinden çok yönlü bir sorundur.
- Ø Kuruluş yerine etki eden öğelerin devimsel (dinamik) olma özelliği, uzun süreli bir işlem olan kuruluş yeri seçimini güçlendirmektedir.

Gerçekten de kuruluş yeri kararının işletme için taşıdığı önem süreli olduğundan, seçimi etkileyen öğelerin devimsel karakter taşımaları zorunluluğundan, belirli zaman kesiti için en iyi olan yerin, başka bir zaman kesitinde en iyiden uzaklaşmasının nedeni olabilmektedir. Bu da kuruluş yeri sorununun işletmecilik bilimi içinde taşıdığı önemi, açıkça ortaya koymaktadır.

1.3. Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri Faktörleri

Bir kavram karmaşasına meydan vermemek ve olayı bütünüyle açıklayabilmek için üzerinde dikkatle durulması gereken konu, kuruluş yerinin belirlenmesi için gerekli faktörlerin, başka bir deyişle göz önüne bulundurulması gerekli etkenlerin, emlak komisyonculuğunun özgü ihtiyaçlarının karşılanması gerekliliğidir.

Kuruluş yerinin seçimini etkileyen faktörler hem çok karmaşıktır, hem de birbirleriyle yakından ilgilidir. Belli bir yerde yapılan hizmet faaliyetine üstünlük sağlayan her şey kuruluş yeri faktörü olarak nitelendirilebilir.

Emlak ofisinin kuruluş yeri faktörleri genel olarak 3 ana bölümde ele alınmaktadır.

1.3.1. Ekonomik Faktörler

İşletmenin materyal kaynaklarına uzaklığı dikkatle değerlendirilmelidir. Hammadde(emlak), ulaştırma olanakları, pazara yakınlık, işgören sağlama kolaylıkları, altyapı ve hizmetlerin varlığı gibi faktörlerdir.

Ayrıca franchisee olarak sektöre girmek isteniyorsa, bunun da franchise free ve royalty ücretleri ve franchisorun isteklerine göre ofisin yerinin belirlenmesi emlak ofisini etkiler.

1.3.2. Sosyal Faktörler

Ev ararken dost ve akrabalarından mı, yoksa bir uzman yardımıyla mı emlak aranıp aranmadığı en önemli sosyal faktördür.

Kuruluş yerinde o bölgedeki insanların emlak komisyoncusuna nasıl baktıkları, böyle bir ihtiyaç olup olmadığı da diğer bir sosyal faktördür.

1.3.3. Psikolojik, Fizyolojik ve Politik Faktörler

Kuruluş yeri faktörlerinin bölümlenmesinin son aşamasını teşkil eden psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler, müteşebbisin kişisel durumunun ve devlet yönetiminde yer alanların politikalarına ilişkindir.

Emlak komisyoncusuna karşı farklı bölgelerde yaşayan insanların olumlu veya olumsuz yaklaşımlarda bulunması, ofis yerinin seçiminde etkilidir. Devlet de, iktisadi ve sosyal yararlar sağlayacağı düşüncesiyle, işletmelerin belirli yerlerde kurulmasını öngörebilir veya işletmecilik bakımından kurulmaması gereken yerlerde işletmeler kurulabilir.

Bu bölümde son olarak kuruluş yeri faktörlerinin çeşitliliği ne olursa olsun, büyük çoğunluğu maliyet giderlerinin kapsamında yer alır.

1.4. Emlak Ofisinin Kuruluş Yeri Seçim Kriterleri

Günün hızla gelişen çalışma ve araştırma olanakları ölçüsünde sürdürülen faaliyetler, koşulları değiştirmiş ve olaya farklı bir bakış açısı getirmiştir. Emlak ofisinin kuruluş yeri seçiminde etkin olan faktörleri, genel ve özel olmak kaydıyla iki aşamada incelenecektir.

1.4.1. Genel Kuruluş Yeri Faktörleri

Önceden sözü edilen düşünceler çerçevesinde, girişimcinin teşebbüsünü meydana getirmek çabasında, öncelikle dikkate aldığı üç temel başlıktan oluşan genel kuruluş yeri faktörleri şu biçimde sıralanmaktadır:

1.4.1.1. Hammadde(ev, arsa, arazi, bina)

Ev, arsa, arazi, bina gibi hammaddeye yakın olunması oranın rahatlıkla takibi için önemlidir. Böylece hizmetleri daha hızlı verebiliriz. Hem satış hem de kiralama konusunda hammaddeye yakınlık, bizi diğer emlak komisyoncularından farklı kılacaktır.

1.4.1.2. Pazar

Müşteriye uzak bir yerde kurulan bir emlak ofisi iş yapamaz; ancak müşterinin yoğun olabileceğini düşündüğü yerde olmalıdır. Mesela villa satım ve kiralama konusunda mutlaka bunları alabilecek yerlere yakın olunması gerekir. Bunun için bir plazada emlak ofisi açmak oradaki potansiyel müşterileri çekmemize yardımcı olur.

Esentepe iş muhitidir. İş çevrelerinin büyük çoğunluğu işlerini telefonla hallederler. Bu nedenle müşterinin ofise gelmesine gerek yoktur. Emlak bürosunu Esentepe civarında açılması müşteri portföyünüzü çoğaltır.

1.4.1.3. Diğer Faktörler

Buraya kadar bahsedilmeye çalışılan etkenlerin dışında, kurucuların üzerinde durdukları, ancak daha az önem taşıyan bazı noktaları da, açıklığa kavuşturmakta yarar vardır.

İlkin söz edilmesi gereken, bölgedeki vergi ve benzer teşvik önlemlerinden (yatırım indirimi, ihracatta vergi iadesi, ucuz krediler v.b.) yararlanma olanaklarıdır. Çünkü hiçbir iş sahibi tesisini(eğer bölgeden bölgeye farklılık gösteriyorsa) vergi diliminin yüksek olduğu yörede kurmak istemez. Yine oradaki kamu yöneticilerinin, bu tür işletmelere olan yaklaşımları, etkileri ve yardımları da dikkate alınır.

İkincisi ise emlak ofisi açabilmek için mutlaka emlak komisyonculu sertifikasının alınmış olması ve odaya kayıt yaptırılması gerekmektedir. Bunlar yapılmazsa emlak ofisi açılmaz.

1.4.2. Özel Kuruluş Yeri Faktörleri

Bu bölümde bazı iş sahipleri tarafından kuracakları işletmelerin çapı ne olursa olsun (orta ve küçükler için daha önemli) genelde uyum gösterilen faktörler, bütünü konusunda bilgi verilecektir.

Öncelikle müteşebbisler (emlak komisyoncusu) seçecekleri yer konusunda, o yerin bulunduğu toplumla ilgili olarak bazı özel etkenleri tanımak istemektedirler.

Bölgedeki işletmeler arasındaki komşuluk ilişkileri, bununla beraber olarak rekabet ortamı nasıl bir biçim arz ediyordur; Kiralık mekânlar bulunma kolaylıkları, bunların mali yönleri ve süreklilikleri nasıldır yada, bir alışveriş merkezi içinde yer seçimini avantaj ve dezavantajları neler olabilir?

Bu gibi konularda gerekli araştırmaların yapılması, çoğu zaman ilk adım olarak nitelenir. Yer seçiminde üç önemli unsurdan söz edilmektedir. Bunlar:

- Ø Bölgeyi ve şehri seçmek
- Ø Şehirde bir alan seçmek
- Ø Belirli bir mahal seçmek

Araştırmacılar, bölge ve şehir seçimi konusundaki görüşleri doğrultusunda, önce "Şehir pazarının veya ticaret bölgesinin boyutu nedir?" sorusuna yanıt aramaktadır. İşletmenin varlığı ve sürekliliğinin uzun müddet kalıcı olması yolundaki temel taşlardan olan bu kavramlardan sonra, bölge nüfusunun karakteri ve oramı düşünülür. Bu durum, zevk ve tercih bağlamının, kişinin özellikleri doğrultusunda büyük farklılıklar gösterebilmesi, bunun pazarlama aşamasındaki işletme için ehemmiyetinin dikkate alındığı bir nokta olarak değer taşır.

1.4.2.1. Bölge İnceleme

Bölgenin kapasitesi, potansiyel müşteri hesabıyla çıkarılır. Bölgede yaşayan ve alışverişe gelen müşteri sayısı bulunur. Nispeten kapalı ekonomili şehir ve semtlerde nüfus doğrudan bilgi veren bir büyüklüktür.

Nüfus dışında bölge potansiyelini etkileyen unsurlar şunlardır:

- Ø Turistik yörelerde yerli ve yabancı turistler
- Ø Oteller, lokantalar
- Ø İbadet yerleri
- Ø Ziyaret yeri ve müzeler
- Ø Lise ve üniversiteler
- Ø Hastaneler
- Ø Adliye, tapu, belediye, nikâh dairesi, postane vb. gibi devlet daireleri
- Ø Gaz, su, elektrik gibi işletmelerin ödeme noktaları
- Ø İstasyon, gar, havaalanı, liman, metro, minibüs durakları, vb.
- Ø Alışveriş merkezleri
- Ø Semt pazarları
- Ø Karayolu üzerinde benzin istasyonu, dinlenme tesisi vb.



Resim 1.1: Kalabalık alanlar satışları etkiler.

Toplam satış nüfus, çalışan nüfus, öğrenci gibi anlam verilen bir büyüklüğe oranlanır. Çarpandan hareketle aynı büyüklük (nüfus, öğrenci, vb.) için bölgenin yapabileceği azami satış çıkarılır.

Bölgenin gelişme potansiyeli de çok önemlidir. Yeni yapılan siteler, yerleşime açılacak araziler, toplu konutlar, kooperatifler, kurulacak üniversite, sanayi alanları vb. yakın gelecekteki tüketici potansiyelini önemli ölçüde değiştirir.

Bölgenin gelir düzeyi en önemli unsurlardan biridir. Bu tahmine esas olacak rakamsal büyüklük, örneğin bölgedeki banka mevduatları, KDV ödemeleri, ev kiralari, araç sayısı vb. olabilir.

Hedef kitle: İşin niteliklerine göre, işletmeye gelmesi beklenen kişiler kimlerdir; hangi gelir düzeyinde, ne gibi alışveriş alışkanlıklarına sahip, araç sahibi mi, ne mesafede oturanlar, ne mesafede yaşayanlar/çalışanlar, hangi saatlerde nereden geçenler, müşteri olabilir; bunlar kaç kişilik bir pazar oluşturmaktadır?

Coğrafi yerleşimi ve özellikleri: İklim, hava sıcaklıkları, insanların yaz-kış alışkanlıkları, yağış, dışarıda alışverişe uygunluk, gece dışarı çıkma, vb.

Demografik özellikleri: Nüfus, gelir düzeyi, gelir dağılımı, hane geliri, sosyoekonomik seviyelerin dağılımı, kiracılık-ev sahipliği, yaşları, eğitim durumu, çalışanlar, emekliler, çalışan kadın sayısı, kredi kartı kullanma, araç sahipliği, vb.

1.4.2.2. Ciro Tahmini

İş yapılacak ofis seçildikten sonra, o bölgede ne kadar ciro ve kâr edileceğine dair tahminlerde bulunulur. Tahmin yaparken tüketimden ve gelirden hareketle ayrı ayrı hesap yapılmalıdır. Yani potansiyel müşterilerin alışkanlıkları ölçülerek ofiste ne gibi hizmetlerin verileceğini tahmin edilebilir veya potansiyel müşterilerin gelir düzeyi tahmin edilerek,

bunun dükkâna nasıl olarak yansıtacağı tahmin edilebilir. Her durumda ofisin cirosu basit bir formülle bulunur.

(Potansiyel alıcılar + bilenler + gelenler)alanlar x aldıkları = ciro

Ofisin potansiyel müşterileri, mesafe itibarıyla gelebilecek olanlar, yani yakında oturanlar, çalışanlar veya yakına gelenlerdir. Ancak yakındaki herkes ofisi ve hizmeti tanımaz. Tanıyanların da hepsi gelmez. Gelseler bile hepsi alışveriş yapmazlar. Sonuç olarak ciro, gelenlerin aldıklarıyla çarpımıdır. Örnek olarak;

Bölgede 500 kişi varsa, bunların 100'ü dükkânı ve hizmeti bilirse, en çok ancak 100 kişiye satma şansınız var demektir.

Ofisi ve hizmeti bilen 100 kişinin içinden 40 kişi dükkâna gelirse, sizin ancak, o 40 kişiye satma şansını vardır.

Gelen 40 kişiden 10'u alırsa, ortalama ne sattığınıza bakarsınız.

Ortalama satışla 10 kişiyi çarpılırsa ciroyu bulursunuz.

Yer seçimi yapıldığında potansiyel alıcılar da seçilmiş demektir. Satışın artması için atılması gereken temel adımlar da basittir:

Ø Ofisi Bilenleri, ofise gelenleri, alanları ve aldıklarını artırmak

- Bilenleri artırmak için yapılacaklar;
 - Görünmek (işlek yer, iyi tabela)
 - Duyurmak (reklâm vermek, ilan vermek)
 - Anlattırmak (tavsiye ettirmek)
- Gelenleri artırmak için yapılacaklar;
 - Bilgilendirmek (ilan vermek, broşür dağıtmak)
 - Özendirmek (broşür, katalog,)
 - Ödüllendirmek (promosyon kampanyası)
 - Ulaşılır olmak (otopark, vasıtaya yakın yer)
 - Yakın olmak (potansiyel müşteriye yakın yerin seçimi)
- Alanları artırmak için yapılacaklar
 - Göstermek (hizmeti)
 - İhtiyaç gidermek (çeşit bulundurmak)
 - İkna etmek (ortamın inandırıcılığı, satış elemanın becerisi)
 - Kolaylaştırmak (indirim, taksit, kredi kartı, banka kartı)

Görüldüğü gibi, satışı artıracak 12 maddenin 4 tanesi yer seçimiyle doğrudan bağlantılıdır.

1.4.2.3. Yeri İnceleme

Müşteri kaynakları (metro çıkışından günde 25.000 kişi, yakında 1100 yataklı hastane, 3500 öğrencisi olan üniversite, öğrenci yurdu, 600 koltuklu sinema, alışveriş merkezine gelen haftada 45.000 kişi, otobüs durağı, vb.) incelenmelidir.

Alışveriş merkezleri (civarda ne nitelikte müşteri var, civardaki alışveriş yoğunluğu başka nerede toplanıyor, ileride yakınlarda açılacak alışveriş merkezi var mı, aynı alışveriş merkezinde hangi markalar olacak, kalıncı katta, nerede yer alınması öneriliyor, vb.) incelenmelidir.

Görünürlük açısından aşağıdakilere dikkat edilmelidir:

- Ø Yerin görünürlüğü yeterli mi?
- Ø Yoldan gelenler yaklaşırken ne süreyle, hangi açıyla görüyorlar?
- Ø Ofisin görünmesini engelleyecek ağaç, çalı, çit, park etmiş araç var mı?
- Ø Yerin görünürlüğü civardaki alternatif ve rakip dükkânlara göre nasıl?
- Ø Tabela asmak serbest mi, engel varsa nedir?

Trafik ve cadde bilgilerinde aşağıdakilere dikkat edilmelidir:

- Ø Trafik ışıkları, duran araçlar ofisi görüyor mu?
- Ø Tek ve çift yönlü sokaklar nereler?
- Ø Yaya geçidi veya köprüsü nerede?
- Ø Geçen araba sayısı?
- Ø Caddedeki azami sürat izni, yavaşlayan trafik mi hızlanan trafik mi, yokuş aşağı mı yokuş yukarı mı?
- Ø Trafiğin gidiş yönü ne, tek yönlü mü?
- Ø Trafiğin geldiği kaynak neresi, akşam vakti mi?

1.5. En İyi Ofis Nerede Açılmalıdır?

Yukarıdaki konular emlak ofisinin yerinin belirlenmesi için bilmeniz gerekenlerdir. Tüm konuları özüksedikten sonra asıl soruya cevap vermemiz gerekecektir. Bu soru “En iyi ofis nerede açılır?”dır.

Bu soruyu maddeler halinde cevaplayalım:

- Ø Ofis düzayak olmalıdır. (Cadde ile direk bağlantılı olmalıdır. Tercihen zemin kat daha iyidir.)
- Ø Yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu yerlerde olmalıdır. Çünkü ofis cadde üzerinde olsa bile, cadde تنها ise gelecek müşteri sayısı az olacaktır. Yoğun bir bölge reklâm açısından da faydalıdır.
- Ø İnsanların ulaşım güzergâhı üzerinde olmalıdır. Çünkü belirli yerler insanların yoğun olarak bulunduğu yerlerdir.
- Ø Merkezi yerlerde (ana arterlerde, ana yollar üzerinde) olmalıdır. Ana caddeler, bulvarlar, cadde özelliğinde sokaklar, alış-veriş merkezlerine yakın olmalıdır.

- Ø Siteler ve kooperatiflere yakın olmalıdır. (Site ve kooperatiflerden kolayca portföy sağlanabileceği gibi, müşteriye anında gösterme olanağına da sahip olunur.)
- Ø Konut, işyeri yapmaya elverişli yerlere yakın olmalıdır.
- Ø Trafik akışının çok olduğu ışıklı kavşaklara yakın olmalıdır.
- Ø Çok özellikli yerlerde olabilir. Mesela yayla turizmine elverişli sahalarda açılabilir. Turizm yönünden istikbal vaat eden bir mevkide ofis açılabilir.
- Ø Açılacak ofis caddeden kesinlikle görülebilmelidir. Müşterinin, göz zevkine hitap etmelidir.



Resim 1.2: Düzayaklı bir emlak ofisi

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
Ø Emlak ofisinin kuruluş yeri faktörlerini tespit ediniz.	<ul style="list-style-type: none">Ø Ekonomik faktörleri araştırınız.Ø Sosyal faktörleri araştırınız.Ø Psikolojik, fiziksel ve politik faktörleri araştırınız.Ø Bir emlak komisyoncusuna giderek, kuruluş yeri faktörlerinin neler olduğunu öğreniniz.
Ø Emlak ofisinin kuruluş yeri seçimindeki ölçütleri tespit ediniz.	<ul style="list-style-type: none">Ø Genel ölçütleri araştırınız.Ø Özel ölçütleri araştırınız.
Ø Emlak ofisini açınız.	<ul style="list-style-type: none">Ø Bir emlak komisyoncusuna giderek ofis yerini nasıl belirlediğini öğreniniz.Ø Franchising yöntemiyle açılan bir emlak ofisinden yer konusunda bilgi alınız

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:

	Doğru	Yanlış
1. Kuruluş yerinin ofis için önemi yoktur.		
2. Ofis için en uygun yer masrafların çok, kârın da çok olduğu yerdir.		
3. Çevresel faktörler ofisin yerinde etkili olur.		
4. Trafiğin yoğun olduğu yerde ofis açılmalıdır.		
5. Ofisin zemin katta olması 1. katta olmasından iyidir.		

Aşağıdaki boşlukları tamamlayınız.

6. Hammadde(emlak), pazara yakınlık, ulaştırma olanakları faktördür.
7. Bölgedeki insanların emlak komisyoncularına bakışları faktördür.
8. Pazara yakın olmak emlakçoğaltır.

Aşağıdaki soruların cevaplarını yuvarlak içine alınız.

9. Aşağıdakilerden hangisi emlak ofisinin kuruluş yeri faktörlerindendir?
A) Ekonomik faktörler
B) Sosyal faktörler
C) Politik faktörler
D) Hepsi
10. Yer seçiminde aşağıdakilerden hangisi önemli bir unsur değildir?
A) Alışveriş merkezini seçmek
B) Bölgeyi ve şehri seçmek
C) Belirli bir mahal seçmek
D) Şehirde bir alan seçmek
11. Ofise gelenleri artırmak için aşağıdakilerden hangisi yapılır?
A) İlan verilir.
B) Promosyon yapılır.
C) Tabela asılır.
D) Broşür dağıtılır.

12. Hizmet alanları artırmak için aşağıdaki faaliyetlerden hangisi yapılır?
- A) İkna etmek
 - B) İndirim yapmak
 - C) Taksitlendirmek
 - D) Hiçbiri
13. Aşağıdakilerden hangisi iyi bir ofisin özelliklerinden değildir?
- A) İnsanların ulaşım güzergâhında olmalıdır.
 - B) Anayollar üzerinde olmamalıdır.
 - C) Sitelere yakın olmalıdır.
 - D) Göz zevkine hitap etmemesi

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz

B.UYGULAMALI TEST

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız beceriyi aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

1. Emlak ofisinin aşağıdaki ölçütleri değerlendirerek açılmasını sağlayınız.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
Ø Ofisin kuruluş yeri faktörlerinden ekonomik faktörleri tespit edebilir misiniz?		
Ø Ofisin kuruluş yeri faktörlerinden sosyal faktörleri tespit edebilir misiniz?		
Ø Ofisin kuruluş yeri faktörlerinden psikolojik, fizyolojik ve politik faktörleri tespit edebilir misiniz?		
Ø Ofisin kuruluş yeri seçimde hammadde, Pazar, diğer faktörlere göre yerinizi belirleyebilir misiniz?		
Ø Özel kuruluş yeri faktörlerini tespit edebilir misiniz?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı “Evet” ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Emlak ofisinin donatımını yapabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Ø Mecburi standartlar tebliğini internette araştırınız.
- Ø Emlak ofisinde hizmet ortamının özelliklerini araştırınız.
- Ø Bir emlak komisyoncusunun bürosuna giderek büronun özelliklerini not alarak sınıfta diğer arkadaşlarınızla karşılaştırınız.

Araştırma sonuçlarınızı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

2. EMLAK OFİSİNİN DONATIMINI YAPMAK

Bir dükkân düşünün... Merkezi bir semtte, işlek bir caddenin üzerinde. Geniş ve kullanışlı. İçinde çok iddialı hizmetler satılıyor. Çok iyi hizmet veriliyor. Ancak bir türlü iş yapmıyor. Daha sonra başka girişimciler aynı dükkânda başka hizmetlerle şansını deniyor; fakat onlar da başarılı olamıyor. Dükkân işleyen bir caddenin üzerinde olmasına rağmen ne gelen var ne giden... Bunun nedeni şöyle açıklanıyor: Her mekânın kendi şansını var.

Bu şans mekânların konumuna göre değişiyor. Çevresindeki yolların akış yönü, köprüler, camiler, mezarlar gibi birçok etken şans üzerinde etki oluyor. İşte bu noktada ofisin özellikleri, dekorasyonu, mobilyaları devreye giriyor. Mekânın tüm özellikleri belirlendikten sonra, yeniden tasarlanır. Masadan, aynaya kadar birçok eşyanın yeri değiştirilir. Bu değişiklik ise mekânın şansını ve bereketini artırır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığının çıkarmış olduğu 08 Temmuz 2003 tarihli Resmi Gazete ve 25162 sayılı mecburi standart tebliği'nde, emlak ofisinin hizmet ortamı, kullanılacak araç ve gereçleri belirlenmiştir.

Tüm emlak komisyoncuları bu tebliğine uymak zorundadır; ama yukarıdaki örnekte olduğu gibi daha iyisini de yaparak, diğer emlak ofislerinden ayrılarak farkınızı ortaya koyabilirsiniz.

Bu faaliyet alanında ofisin ortamını, ofisin aydınlatılmasını, kullanılacak araç ve gereçleri ayrıntılı olarak anlatacağız.

2.1. Hizmet Ortamının Özellikleri ile İlgili Kurallar

Mecburi standartlar tebliğinde hizmet ortamının özellikleri ile ilgili kurallar şunlardır:

- Ø Emlak komisyonculuğu bürosu, Kat Mülkiyeti Kanunu'nun belirlediği şekilde bağımsız olmalı, iş yerinde; en az idari büro ve müşteri kabul yeri ile müşterek veya münferit kullanma özelliğinde WC-lavabo bulunmalıdır.
- Ø İş yeri tabii olarak havalandırılmalı, mekanik havalandırma tesisatı bulunmalı, güvenlik koruması, su tesisatı, temiz su olmalı, ilk yardım çantası, çöp kutusu bulunmalı ve yangınla ilgili olarak tedbirler alınmalıdır.
- Ø İş yeri uygun bir sistemle ısıtılmalı ve ısıtmada yetkili makamlarca belirlenen yakıt kullanılmalıdır.
- Ø Emlak komisyonculuğu hizmetlerine yönelik işlerin yapılmasında kullanılan teknik cihaz ve donanımına uygun büro mobilyası bulunmalı ve müşterilerin kabulüne uygun oturma grupları düzenlenmelidir.

2.2. Emlak Ofisinde Bulunması Gereken Araç ve Gereçler

Emlak ofisinde Mecburi Standartlar Tebliği'ne göre bulunması zorunlu araç ve gereçler şunlardır:

- Ø Bilgisayar
- Ø Yazıcı
- Ø Modem
- Ø Telefon
- Ø Faks makinesi
- Ø Şeritli metre
- Ø Pusula
- Ø Fotoğraf makinesi
- Ø El feneri
- Ø Televizyon (tercihen)
- Ø Video (tercihen)
- Ø Kamera(tercihen)

Bunların dışında bir emlak ofisinde:

- Ø Bölgenin haritası,
- Ø Kırtasiye malzemeleri,
- Ø Broşürler,
- Ø İlan kâğıtları olmalıdır.



Resim 2.1: Haritasız bir emlak ofisi düşünülemez.

2.2.1. Bilgisayar

Teknoloji çağında bilgisayar, işlerin yürütülmesinden takibine, haberleşmeden yazışmaya, yazışmadan dosyalamaya kadar pek çok alanda kullanılmaktadır.

Bilgisayarlar, bürolarda yazışma, dosyalama ve arşivleme işini de bilgisayar ortamında internet üzerinde anında gerçekleştirmektedir.



Çocuklarınla daha fazla vakit geçir diyordun.
Ben de onların resimlerinden ikon yaptım.

Resim 2.2: Bilgisayarı verimli kullanılırsa işe yarar.

Ayrıca e-ticaretle emlak portföyünüzü internet ortamında yayınlayarak satışlarınızı artırabilirsiniz.

2.2.2. Faks Makinesi

Her türlü yazı, şema, fotoğraf, harita, basılı kâğıtları istenilen uzaklığa kopyalamak suretiyle ileten, bir iletişim aracıdır. Faks bunu telefon, telsiz ve tel sistemi ile yapmaktadır.

Faks olmazsa olmaz büro makinesidir. Gönderilmek istenilen yazının veya herhangi bir belgenin çok sayıda noktalardan oluşmuş biçimdeki metnini elektrikli olarak benzerine dönüştürerek sinyaller halinde bir taşıyıcı dalgaya bindirir. Karşısında bulunan aynı araçta, yani alıcı istasyonda aynısı kopya olarak çıkar. Bu kot ışını tüpleri aracılığıyla, basınca duyarlı kâğıt, skeroграфи gibi yöntemlerle elde edilme biçimidir.



Resim 2.3: faks makinesi

Faks, katlanmış, kırılmış kâğıtları keserek, parçalı halde verir.

Onun için kâğıtların katlanmış veya yıpranmış olmamasına dikkat etmek gerekmektedir.

2.2.3. Fotokopi Makinesi

Ofislerdeki yazılı iletişim araçlarının çoğaltılmasında kullanılan önemli bir araçtır. Fotokopi makinelerinin en önemli özelliği kopyalama hızı, kopyaların renkli olup olmaması, büyültme ve küçültme özelliğidir.



Resim 2.4: Fotokopi makinesi

2.2.4. Telefon

Telefon, çok önemli ve yaygın kullanılan bir iletişim aracıdır. Ofislerde işlerin yürüyebilmesi için vazgeçilmez ofis malzemelerinden biridir. İletişim aracı olarak ister işletmenin içinde, isterse işletme dışındaki iletişimimizi sağlayan ve işlerin hızlı bir şekilde yapılmasında kullanılmaktadır.

2.2.5. Yazıcı

Bilgisayarda üretilen bilgilerin dökümler halinde alınmasını sağlayan araçtır. Döküm iki şekilde alınır: Yazı olarak(Bu yazıcının hızını artırır.), grafik olarak(Bu yazıcının hızını keser)

Yazıcı çeşitleri:

Ø Mürekkep püskürtmeli yazıcılar

Karakterleri mürekkep püskürterek yazarlar. Renkli ve grafik basımında diğer yazıcılara göre daha iyidir. Baskı kalitesi nokta vuruşlarına göre daha iyidir. Hızı saniyede bastığı karakter sayısıdır.

Ø Nokta vuruşlu yazıcılar

Yazıcı kafada bulunan ve PIN denilen iğneler yardımı ile yazım yapılır. Hızları saniyede bastığı karakter sayısı ile belirtilir.

Ø Lazer printer

Sayfa yazıcı. Çok hızlı ve netlik açısından yüksek yazıcılardır. Hız birimi dakikada bastığı sayfa sayısıdır.

2.2.6. Pusula

Yerküre çevresinde bir magnetik alanın varlığı, bu alanın oluşum nedeni ve başlangıcı uzun yıllar araştırmacıların uğraş alanı olmuştur. Yer magnetik alanının varlığı pusula adı verilen bir aygıt ile kolayca ortaya konulabilir.

Düşey bir iğnenin ucuna oturmuş ve yatay düzlemde iğne çevresinde kolayca dönebilen mıknatıslanmış ibreden oluşan pusula, aynı zamanda tüm mıknatıs cisimlerinin kuzey (N) ve güney (S) kutuplarının yerlerini bulmak için kullanılmaktadır.

2.2.6.1. Pusulayı Tanıyalım

Şekilde görülen pusula, Silva Starter modeli olup, döner bilezik 5 derece aralıklarla işaretlenmiştir.

Bu pusulanın üzerinde bulunan özellikleri şunlardır:



- Ø Pusula ibresi kuzey ucu
- Ø Pusula yuvası içindeki kuzey- güney çizgileri
- Ø Pusula yuvası aç kadranı (döner bilezik)
- Ø İstikamet açısı okuma çizgisi
- Ø Hareket yönü oku
- Ø Cetvel (cm)
- Ø Cetvel (inç)
- Ø Şeffaf yüzey (taban)

Ø **Pusula İbresi(Oku) Kuzey Ucu**

Bu ibre kendi etrafında 360 derece dönebilen hareketli bir yapıya sahiptir. İbrenin kırmızı yada fosfor rengine boyanmış olan ucu, kuzeyi gösterir. Aynı ibrenin diğer ucu genellikle beyaz renge boyalıdır ve güney yönünü gösterir. Bu ibre, soğukta donmayan içi özel bir sıvı ile dolu bir kapsül içine yerleştirilmiştir. Pusula ibresinin içinde yer aldığı kapsüle, "pusula yuvası" adı verilir.

Ø **Pusula Yuvası İçindeki Kuzey - Güney Çizgileri**

Bu çizgilerin hareketi, döner bileziğin hareketine bağlıdır. Kullanılan pusulanın markasına göre, bu çizgilerden iki tanesinin ucu ok şeklinde birleştirilmiş yada fosforlu renkle çizilerek işaretlenmiş olabilir. Kullanım sırasında pusula ibresi kuzey ucu ile bu çizgiler, döner bilezik çevrilerek birbirine paralel konuma getirilirler.

Ø **Pusula Yuvası Aç Kadranı (Döner Bilezik)**

Pusula yuvasının dışı, üzerinde aç değerlerinin yazılı olduğu bir kadrana sahiptir. Kısaca "döner bilezik" olarak da adlandırılan bu kadrana, kullanıcı tarafından elle çevrilerek kullanılır. Aç kadranı üzerinde 0'dan 360 dereceye kadar aç değerleri yer almaktadır. Kullanılan pusulanın kalitesine göre, aç kadrannın bölümü 1, 2 yada 5'er derecelik aralıklarla olabilir. Bu bölümü ne kadar küçükse, pusulanın hassasiyeti o kadar artar. Dolayısıyla 1'er derecelik bölümüne sahip olan pusula en ideal olanıdır. Bu tür bir pusulada istikamet açıları hesaplanırken hata payı en aza iner.

Döner bilezik üzerinde aç değerlerinin yanı sıra harflerle belirtilen yönler ve ara yönler de yer almaktadır.

- N - Kuzey NE - Kuzeydoğu
- E - Doğu SE - Güneydoğu
- S - Güney SW - Güneybatı
- W - Batı NW - Kuzeybatı

Ø **İstikamet Açısı Okuma Çizgisi**

Hedef açısı okuma çizgisi, kerteriz açısı okuma çizgisi ya da gösterge olarak da adlandırılan bu çizgi, pusula şeffaf gövdesi üzerine genellikle fosfor rengi ya da kırmızı boya ile çizilmiş sabit bir çizgidir. Bu çizgi, döner bilezik üzerindeki değerleri okuyacağımız

noktayı işaret eder. Özetle pusula ile bir açı ölçtüğümüzde bu açının değeri, bu çizginin karşısına gelen döner bilezik üzerindeki rakamdır.

Ø Hareket Yönü Oku

Bu ok, pusula şeffaf gövdesi üzerinde sabit olarak işaretlenmiş kırmızı renkli bir ok işareti şeklindedir. Bu ok, örnekteki pusulada istikamet açısını belirlerken, pusulayı hedefe doğru yönlendirebilmemiz için kullanılır. Bu okun ucu gidilecek hedefi gösterecek şekilde tutulduktan sonra, gerekli açı ölçme işlemleri yapılır. Açı belirlendikten sonra bu okun ucu, hareket edeceğimiz yönü gösterir.

Ø Cetvel (Santimetre)

Pusulanın iki kenarında cetveller yer alır. Bunlardan biri cm. bölümüne sahiptir. Bu cetveller, harita üzerinde çalışırken gerekli açı ve uzaklık ölçümleri yapmaya yarar. Örneğin harita üzerinde iki nokta arasındaki uzaklığı hesaplayabilmek için, bu iki noktanın arasını bir çizgi ile birleştirir ve bu çizgi cetvelle ölçülür. Daha sonra yapılan ölçüm haritanın ölçeği ile kıyaslanarak gerçekteki uzunluğun ne kadar olduğu bulunur.

Ø Cetvel (İnces)

Cetvellerden diğeri, farklı ölçü sistemlerine sahip ülke ve haritalarda çalışabilmek için inches olarak bölümüne sahiptir.

Ø Şeffaf Yüzey (Taban)

Pusula tabanı şeffaf bir maddeden yapılmıştır. Bu özellik, harita üzerinde çalışırken harita değerlerinin rahat bir şekilde okunabilmesi için düşünülmüştür.

2.2.6.2. Pusula Kullanırken Dikkat Edilmesi Gerekenler

- Ø Pusula kullanılırken yere paralel olacak şekilde yatay olarak tutulmalıdır. Elde tutularak kullanılıyorsa, sarsmamaya özen gösterilmelidir.
- Ø Pusula kullanılmadığında da mıknatis ve manyetik alanlardan uzak tutulmalıdır.
- Ø Pusula, pusula ibresinin sapmasına neden olabilecek metal eşyalardan, elektrik akımı taşıyan gerilim hatlarından, telefon ve telgraf hatlarından, dikenli tellerden, metal ağırlıklı kayalardan, maden yataklarından, uzakta kullanılmalıdır.
- Ø Kullanılmadığı zamanlarda mutlaka kapağı kapalı tutulmalı, sudan ve aşırı nemden korunmalıdır. Bunun için bir kılıf içinde çantada taşımak uygundur.
- Ø Pusulalar şiddetli darbelerden de etkilenebilir. Kapsül veya diğer bölümleri kırılabilir, iğne yuvasından çıkabilir. Sert darbelerden korumanız gerekir.

2.2.6.3. Pusula ve Haritanın Birlikte Kullanımı

Yeryüzünün belli bir parçasının coğrafi özelliklerini, belli ölçekler kullanarak matematiksel olarak küçültüp, üzerine özel işaretler ekleyerek, düz bir yüzey üzerine çizilmesi ile elde edilen grafiksel gösterime **harita** adı verilmektedir.

Yapılış amaçlarına göre:

- Ø Deniz haritaları,
- Ø Hidrografi haritaları,
- Ø Hava haritaları,
- Ø Jeolojik haritalar gibi birçok çeşidi bulunmaktadır.

Doğa insanları tarafından kullanılan haritalar, yeryüzü özelliklerini gösteren, bir takım eş yükselti eğrileri ve işaretler yardımı ile, içinde bulunulan arazi parçasının doğal yapısını tanımamıza yardımcı olacak şekilde hazırlanmış tomografik haritalardır.

Ø Ölçek Nedir?

Harita yapılırken ilk iş, haritası yapılacak bölgenin gerçeğe göre ne oranda küçültüleceğine karar vermektir. Bu iş için belirlenen orana ölçek denir. Özetle, harita üzerindeki uzaklık ile doğadaki gerçek uzaklık arasındaki oran, haritanın ölçeğidir.

Her haritanın mutlaka bir ölçeği bulunur. Bu ölçek haritanın altında yazılıdır. Harita ölçeği genellikle kesirli ya da oranlı bir rakam olarak belirtilmektedir. 1 / 100.000 ya da 1 : 100.000 gibi. Kesirli ya da oranlı ölçeklerin yanı sıra, grafik ölçek olarak adlandırılan, bir doğru parçası üzerinde bölümlere ayrılmış şekilde gösterilen ölçekler de bulunmaktadır.

Kesirli ya da oranlı ölçeklerde, kesrin paydası büyüdükçe, haritanın gösterdiği ayrıntı azalır. Farklı bir söyleyişle kesrinin paydası küçük olan haritalar, daha fazla ayrıntıya sahiptirler.

Örneğin, 1 / 100.000 ölçekli bir haritanın anlamı, harita üzerindeki 1 santimetrenin gerçekte 100.000 santimetre (1000 m.) olduğudur. 1 / 50.000 ölçekli bir haritada ise, 1 cm = 50.000 cm (500 m.) dir. Özetle daha ayrıntılı bir harita isteniyorsa, paydasında yazan rakamı daha küçük bir harita tercih etmeniz gerekecektir.

Tercih edilen haritalar, 1 / 50.000 veya 1 / 25.000 ölçekli haritalardır. Özel olarak hazırlanan orienteering haritaları ise, 1 / 15.000 veya 1 / 10.000 ölçekli olmakta ve daha çok ayrıntıyı barındırmaktadır. Örneğin arazi üzerindeki bir dikenli tel bile, bu haritalarda belirtilmektedir.

Paydasında yazan rakam küçük olan bir harita, "küçük ölçekli" bir harita değildir. Tersine büyük ölçekli bir haritadır. Paydasında yazan rakamın küçük olmasına bakarak haritayı küçük ölçekli olarak adlandırmak yanlış bir tanımlamadır. Çünkü paydada yazan rakam, küçüldükçe aslında haritanın ölçeği büyümektedir.

Ø Harita Üzerinde Kullanılan İşaretler

Kullanıcıların haritayı daha kolay anlayabilmesi için harita üzerinde bir takım semboller ve işaretler kullanılmaktadır. Bunların tümüne **konvansiyonel** işaretler adı verilmektedir. Bu semboller uluslararası bir harita dilinin oluşturulabilmesi amacı ile standartlaştırılmaya çalışılmaktadır.

Bütün haritaların altında ya da yanında bu sembollerin açıklamaları bulunmaktadır. Bu bakımdan bunları ezberlemeye gerek yoktur, ancak bazı çok kullanılan işaretleri tanımak harita okuma sırasında sürat ve kolaylık getirecektir.

Ø Harita Yorumlama

Tomografik bir haritaya baktığımızda, sadece haritaya bakarak bölgeyi kafanızda canlandırabiliyorsanız, ya da başka bir deyişle haritaya bakarak arazinin yapısını kafanızda üç boyutlu olarak oluşturabiliyorsanız, haritayı yorumlama yeteneğiniz var demektir. Harita yorumlama yeteneği, zaman içinde geliştirilebilecek bir özellik olup, doğada yön bulma konusunda pratik bir beceri ve doğru tahmin olanağı yaratmasının yanı sıra doğada daha iyi ve doğru rota seçimi yapmamızı da sağlayacaktır.

Haritayı yorumlayabilmek için, harita üzerinde bulunan eş yükselti çizgilerini kullanırız. Bunlar harita üzerinde eşit yükseklikteki noktaları birleştiren kontur çizgileridir. Genellikle kahverengi ile çizilirler ve beş çizgide bir daha koyu olurlar. Belirli aralıklarla, bu çizgilerin yükseklikleri üzerlerine yazılır. Bir dağa baktığımızı düşünelim, eş yükselti çizgilerinin şekli dağın şeklini bize gösterirken, çizgilerin yoğunluğu ise eğim hakkında bilgi verir.

Tomografik bir haritayı incelediğimizde, hafif eğim, dik eğim, çukur, uçurum, tepe, vadi, sırt, boyun, zirve, çöküntü alan, dere yatağı gibi sık karşılaştığımız arazi yapılarını hemen tanıyabilmek, harita yorumlamanın püf noktalarıdır.

Ø Haritayı Yönüne Koymak

Bir tomografik haritayı yorumlayabilmek için, ilk önce harita üzerindeki ayrıntılar ile arazi üzerindeki ayrıntıların birbirine uydurulması gerekmektedir. Bu yapılmazsa haritayı okumakta güçlük çekilir.

Özetle harita yorumlamanın ilk adımı, haritayı yönüne koyma ile başlar. Haritayı yönüne koymak, harita yatay konumda iken haritanın kuzeyi ile gerçek kuzeyi çakıştırmak demektir. Böylece haritadaki şekiller, arazi ile birebir eşleşmiş olur.

Haritayı yönüne koymak için en uygun yol pusula kullanmaktır. Ancak pusulanız yoksa arazideki bir takım özellikler kullanılarak da harita yönüne koyulabilir.

Ø Pusula Kullanarak Haritayı Yönüne Koymak

- Haritanızı düz bir zemin üzerine yatay olarak yerleştiriniz.
- Pusulanızı haritanın üzerine bırakınız ve bir elinizle kıpırdamaması için hafifçe tutunuz.
- Pusula ibresi kuzey ucu ile haritanızın kuzey - güney çizgileri (boylam çizgileri) birbirine teğet olana kadar, pusulanızı kıpırdatmaksızın haritanızı yavaşça çeviriniz.
- İstenilen konum elde edildiği anda, haritanız yönüne koyulmuş demektir.

Ø Haritada Uzaklık Hesaplamak

Bunun için bir cetvele ihtiyaç vardır. Çoğu pusulanın kenarında bu iş için kullanabileceğiniz bir cetvel bulunmaktadır. Arasındaki uzaklığı hesaplamak istediğimiz iki nokta arası cetvelle ölçülür. Bulunan rakam harita ölçeği ile kıyaslanarak uzaklık hesaplanır.

Örneğin, harita üzerinde arasındaki uzaklığı hesaplayacağınız iki nokta belirleyiniz. Bunlara A ve B noktaları diyelim. A ve B noktaları arasına cetvelinizi yerleştirerek düz bir çizgi çiziniz Daha sonra bu çizginin uzunluğunu ölçünüz. AB arasının 7 cm. olduğunu varsayalım. Haritanızın ölçeği 1 / 50.000 ise, 1 cm. = 500 m.dir. AB arası 7 cm. olduğuna göre, $AB = (7 \times 500) = 3.500$ m. bulunur.

Haritanızın ölçeği, 1 / 25.000 olsaydı aynı uzaklık $7 \times 250 = 1750$ m. olacaktı. Burada dikkat edilmesi gereken şey hesaplanan uzaklığın, kuş uçuşu olarak hesaplandığıdır. Eğer haritada çizdiğimiz çizgi üzerinde düz olarak ilerlememize bir engel yoksa sorun yoktur, ölçülen uzaklık yürünecek uzaklıkla aynıdır.

Aksi durumlarda (Doğada genellikle aksi durum geçerlidir.) bu yöntemle hesaplanan uzaklık sadece bir fikir verebilir. Arazi koşullarında kuş uçuşu gidilmediği durumlarda, uzaklığın doğru olarak hesaplanabilmesi için bir takım farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler kısaca şöyledir:

• İp Serme Yöntemi

Haritada iki köy arasındaki kıvrılarak giden bir yolun uzunluğunu hesaplamak istendiğinde, harita üzerinde iki köyü birleştiren yolun üzerine, yol ile birebir örtüşecek şekilde ince bir ip serilir. Sonra bu ip açılıp ölçülür ve bulunan değer harita ölçeği ile kıyaslanarak gerçek uzunluk hesaplanır.

• Pençe ile Hesaplama

"Pençe" tabir edilen ve bu iş için üretilmiş özel bir alet bulunmaktadır. Aletin özelliği, geniş ve dar aralıklardan oluşmasıdır. Kıvrılarak giden yol pençe ile ölçülür ve kaç tane geniş aralık, kaç tane dar aralık geldiği hesaplanır. Geniş ve dar aralıkların kaç santime karşılık geldikleri bellidir. Buna göre uzaklık değeri bulunur ve harita ölçeği ile kıyaslanarak gerçek uzunluk hesaplanır.

Pusula Nasıl Kullanılır ?



1. Pusulanın kenarı ile bulunduğunuz ve gitmek istediğiniz iki noktayı birleştiriniz



2. Pusulanın ibresini haritanın kuzeyi ile çakiştiriniz



3. Pusula ibresinin derecesini deęiřtirmeden gidilecek yön okuna gidiniz.



Resim 2.5: pusula kullanımının uygulamalı örneği

Ø Pusuladan Haritaya İstikamet Açısı Almak

Bir önceki aşamada yaptığımız işlemin tam tersidir. Böyle bir işlemi, doğada gözle gördüğümüz ancak haritada tam olarak belirleyemediğimiz bir noktayı saptayabilmek için kullanırız. Dağcıların ,bir zirveye çıktıktan sonra etrafta görülen diğer zirvelerin hangileri olduğunu tespit etmekte zorlanmaları ,sık karşılaştıkları bir durumdur..

Eğer devamlı gidilen bir bölgede iseniz ,etraftaki diğer zirveleri zaten ezberde bilirsiniz. Ancak ilk kez gidilen bir dağda bunu belirleyebilmek o kadar kolay olmayabilir. Eğer haritayı yönüne koyarak gözle belirleme yapamıyorsanız, harita ve pusula kullanarak bu durumu basit şekilde çözebilirsiniz.

- Pusulanız ile ilgili zirveye nişan alınız.
- Pusula yuvası kuzey - güney çizgileri ile pusula ibresi kuzey ucu birbirine paralel olana kadar döner bilezięi çeviriniz.

- Bu konuma gelince istikamet açısı okuma çizgisinin karşısına gelen döner bilezik değerini okuyunuz. Bu rakam bulunduğunuz noktadan, belirlediğiniz noktaya olan istikamet açınızdır.
- Şimdi bu açıyı haritanıza aktarmanız gerekmektedir. Bu işlem gönye yardımı ile yapılabilir. Gönyenizi bulunduğunuz noktaya yerleştiriniz ve tespit ettiğiniz istikamet açısını işaretleyerek, bulunduğunuz nokta ile işaretiniz arasında bir çizgi çekiniz. Bu çizgi bilmek istediğiniz zirvenin üzerinden geçecektir. Ancak gönye olmaksızın da pusulanızla, pusulayı gönye gibi kullanarak işi halledebilirsiniz.

Bunun için pusulanızı haritanız üzerine öyle bir şekilde koymalısınız ki, istikamet açısı değeriniz hiç bozulmadan ve pusula yön oku belirlemek istediğiniz zirveyi gösterirken, pusulanızın uzun kenarındaki cetvel, haritada bulunduğunuz noktaya teğet olsun.

- Bu pozisyonda, haritada bulunduğunuz noktaya teğet olan pusula cetvelinden çizeceğiniz düz bir çizgi, belirlemek istediğiniz zirveden geçecektir. Böylelikle belirlediğiniz zirvenin hangisi olduğunu haritanıza bakarak tespit etmiş olursunuz.

2.3. Ofisin Fiziksel Ortamı

Ofisin fiziksel ortamı ve düzenlemeleri sırasıyla şöyle anlatılacaktır:

- Ø Aydınlatma
- Ø Isıtma ve soğutma
- Ø Havalandırma
- Ø Ses ve gürültü

2.3.1. Ofisin Aydınlatması

Ofis aydınlatması ya da işyeri ışıklandırma düzeni, hem sağlık hem de çalışma verimliliği açılarından üzerinde durulması gereken konulardır. İşyerinin her şeyden önce personelin huzurlu çalışmasına olanak verecek bir atmosfere sahip olması, hepimizin kabul ettiği bir gerçektir.

Aydınlatma tekniği, bu açıdan sadece göz sağlığı için değil ruhsal denge ve huzur için de düşünülmeli gereken bir kavramdır.



Resim 2.6: İyi aydınlatılmış bir ofis

2.3.1.1. Ofis Genel Aydınlatma Sistemleri

Genelde aydınlatma ve ışıklandırma sistemlerinde dekoratif unsurlar dikkate alınır. Oysa sağlıklı bir ofis aydınlatması, dekoratif kaygılardan önce, modern ofis kurulumu sistemlerine uygun işlevsel yapıda olmalıdır.

Ofislerde ışığın homojen (belirli alanlara yoğunlaşmayan, eşit alan yayılımı olan) dağılımının sağlanması çok önemlidir. Örneğin aydınlatma uzmanlarının bu konudaki teknik önerilerinden biri, genel aydınlatma ortamının, çalışma yüzeyinin (örneğin bilgisayar monitörünün) parlaklığı ile bakılan nesnenin parlaklığının en az üçte biri oranında olmasına özen gösterilmesidir.

Ayrıca işyeri ortamlarında genel ışıklandırma veren sistemlerin kullanılması da bir başka önerilen noktadır.

Genel aydınlatmanın yetmediği ya da farklı lokal ışıklandırma sistemleri ihtiyacı olan alanlarda ise, halojen lambalar ve spot ışıklandırma gibi noktasal ve direkt ışık veren çözümlerin uygulanması ideal olarak kabul edilmektedir. Yalnız bunda da aşırıya gidilmemesi, sadece özel vurgulama ve çalışma yapılan lokal alanlarda kullanılması önerilmektedir. Genel aydınlatma açısından ise çoklukla flüoresan, özellikle de kompakt flüoresanlı armatürlerin tercih edilmesi tavsiye edilmektedir.

Temel olarak en sağlıklı aydınlatma gün ışığından elde edilmektedir elbette. Gerçek ışık kaynağımız olan güneşten ofis ortamlarında mümkün olduğunca istifade etmek gerekir. Ofis kurulumu aşamasında güneşli ortamların değerlendirilmesi bu anlamda çok önemlidir.

Ofis içi yerleşim ve çalışma odalarının güneş alma konumlarına göre düzenlenmesi önemli bir şarttır. Bunu maksimum ölçüde sağlayacak, cam sistemleri ve panjur donanımlarının seçimi de önemlidir.

Personelin yoğun olarak bulunduğu lokal bölgelerdeki ofis içi düzenlemenin (örneğin masa düzeni), tüm ofis yerleşiminde en çok güneş alan cephelerde kurulması bu anlamda sağlıklı bir önlem olacaktır. En azından güneş ışığı sadece doğal bir aydınlatma sağlamakla kalmayacak, huzurlu ve sıcak bir ofis atmosferini daimi kılacaktır.

2.3.1.2. Çalışma Masası Aydınlatması

Emlak komisyoncusunun, müşteri ile görüşmesi ve emlak portföyünü bilgisayara aktarması ofiste gerçekleştirdiği için çalışma masasının aydınlatması önemli bir konudur.

Özellikle masa başı çalışmada genelde kabul edilen yaklaşım, gün ışığının soldan alınmasıdır. Şayet gün ışığı yoksa ya da bir başka ışık kaynağına ihtiyaç duyuracak ölçüde yetersizse yine soldan aydınlatma yapılması uygun olmaktadır.

Küçük bir denemeyle de anlaşılabilir. Herhangi bir masada kitap okur ya da bilgisayarda bir çalışma yaparken, oturma konumunuzu değiştirerek bunu görebilirsiniz.

Işık kaynağını sola aldığımızda daha rahat bir görüş ve netlik ortaya çıkar. Işık kaynağı sağda olduğunda ise gözde bir zorlanma, görüş netliğinde bir parça düşüş olabilmektedir. Benzer şekilde kaynağın önde ve arkada olması halinde de göz zorlanması, parlama ve netlik kaybı ortaya çıkmaktadır.



Resim 2.7: Uygun yerleştirilmiş çalışma masası

Bununla birlikte ofis ve masa aydınlatması için farklı çözümlere başvuruluyorsa (örneğin tavan aydınlatması gibi) parlıltı oranı düşük, ışıklı tavan çözümleri uygulanabilir.

Ön kısmı camlı ve reflektörlü armatörler yanında, ışık kaynağının parlama veya kamaşma yaratmaması için görme hizasında daha içe çekilmiş ve kamaşmayı ortadan kaldıran özel ışık kırıcılı armatürler kullanılması da öneriler arasındadır

Tabii bir de bilgisayar unsuru var. Emlak ofisinde bilgisayar kurulumu olduğuna göre, sağlıklı olmayan bir aydınlatma sistemi yüzünden, gözlerin odaklandığı monitör ekranlarından yansıyan ışık ve yansımalar, sadece parlama ve kamaşma değil, göz sağlığını olumsuz etkileyen durumlar yaratmaktadır. Bunu önlemenin yolu da doğru aydınlatma armatürleri kullanmak, bu armatürlerin ofis içine uygun yerleşimini sağlamaktan geçiyor. Buna eklenecek bir önlem de, parlama ve kamaşmayı en aza indiren düz ekran flat monitör sistemlerini özellikle göz sağlığını koruyan sıvı ekranlı LCD monitör sistemlerini tercih etmektir.(ya da ışığı emen filtreli monitörler)

2.3.2. Ofisi Isıtma ve Soğutma

Çalışma yerinin ısı derecesi verimli çalışmayı olumlu ya da olumsuz olarak önemli oranda etkiler. Fazla sıcak, kişilere durgunluk ve tembellik getirir, hareketi azaltır.

Soğukta çalışma tempoyu düşürür, refleksleri azaltır. İşe olan dikkati azaltır.

Kışın emlak ofisinde 20- 22 derece yazın ise 18–20 derece dolaylarında olması yeterlidir.

2.3.3. Ofisin Havalandırması

Gerek çalışanların sağlığı, gerek verimin düşmemesi ve gerekse müşterilerin temiz bir ortamda çalışmalarını için, emlak ofisinin havasını soğutma ve ısıtma araçları ile belli bir düzeyde tutmak gerekir.

Ayrıca ofisin güzel kokması için oda parfümleri (fazla yoğun olmayanlardan) kullanılmalıdır.

2.3.4. Ses ve Gürültü

Gürültülü bir ortamda müşteri ile konuşmak, çalışanların verimli olması zordur. Bunun için emlak ofisinde masa ve sandalye ayaklarına kauçuk geçirilmeli, telefon zilleri kısılmalı, yerlere halifleks, marley vb, ses geçirmeyecek maddeler döşenmelidir.

Pencereler ses geçirmeyen özellikte olmalıdır.

Emlak ofisinde kullanılan faks, fotokopi makinesi ve yazıcının ayrı bir odada olması gürültüyü azaltacaktır.

2.4. Ofisin Mobilyası

Mobilyaların insan hayatındaki önemi çok büyüktür. Emlak ofisine gelen müşteriye, kullanışlı ve iyi döşenmiş mobilya ile, rahat, huzurlu bir görüşme ortamı oluşturularak iyi bir hizmet verilebilir.

Kötü bir mobilya, sebep olduğu sırt, adale, bel ve ayak ağrıları gibi zararları yanında psikolojik olarak da kişiyi rahatsız ve huzursuz eder. Müşterinin bürodan hemen ayrılmasına neden olur.

Bunun yanı sıra vaktinden önce bozulur, eskir ve kısa bir zaman sonra da onarılması ve yenilenmesi zorunlu hale gelir. Bu yüzden mobilyaların seçiminin iyi yapılması gerekir.

İşletme bütçesi ön planda tutularak mobilyanın kullanılma amacı, dekorasyondaki yeri ve önemi dikkate alınıp, ihtiyaç durumu ortaya çıkarılmalıdır. Bu durumda yalnız yeni alınacaklar değil, varsa eski eşyaları da dikkate almak ve düşünmek gerekir. Mobilyaların seçiminde ihtiyaçlar, ekonomik durum ve zevk oldukça önemlidir. Ayrıca kullanışlılık, sağlamlık ve uzun ömürlülük gibi hususlar da göz önünde tutulmalıdır.

Bir emlak komisyoncusunun ofisindeki mobilyalar iyi, şık, kullanışlı, rahat ve uzun ömürlü olmalıdır. Mobilyalar, ofise gelen müşteriye kendi evinde hissettirmelidir.

2.4.1. Mobilya Çeşitleri ve Ofis Mobilyası

Mobilya çeşitleri şunlardır:

- Ø Ahşap mobilyalar
- Ø Metal mobilyalar
- Ø Çelik mobilyalar
- Ø Laminat mobilyalar
- Ø PVC plastik mobilyalar

Mimari ve dekorasyon uygulamaları açısından ise mobilya sektörü ofis mobilya gruplarının üretimi ve satışını yapmaktadır:

- Ø Metal,
- Ø Çelik,
- Ø Ahşap,
- Ø Laminat ofis mobilyalarıdır.



Resim 2.8: Laminat masa

2.4.2. Mobilya Alırken Nelere Dikkat Etmeliyiz?

Mobilya alırken kullanılan malzemeye göre dikkat edilecek hususlar değişir. Bir emlak komisyoncusu mobilya alırken aşağıdaki hususlara dikkat etmelidir:

2.4.2.1. Ahşap Mobilyalarınızı Satın Alırken Dikkat Edilecek Hususlar

- Ø Dolap kapakları iyi kapanmalı.
- Ø Çekmeceler kolay sürülebilmeli.
- Ø Çekmece içleri temiz olmalı (kıymık, budak vb. içermemeli.)
- Ø Uzun olan raflarda orta destek bulunmalı.
- Ø Sürgülü kapılar ve dolaplar gıcırdamamalı ve kolayca sürülebilmeli.
- Ø Uzun kapılar sağlam menteşelerle iyice desteklenmeli.
- Ø Mobilyanın konstrüksiyonu(iskeleti) sağlam ve güvenli olmalı.
- Ø Mobilyaların iç yüzey köşeleri pürüzlü olmamalı.
- Ø Mobilyanın iç aydınlatması kolayca yapılabilmesi.
- Ø Masa ayakları yere tam basmalı ve birbirleriyle tam uyumlu olmalı.



Resim 2.9: Ahşap örneği

2.4.2.2. Kumaş Kaplı Mobilyalarda Dikkat Edilecek Hususlar

- Ø Oturumu rahat, arkalığı çıkıntısız ve düzgün olmalı.
- Ø İskeleti kuvvetli olmalı; gıcırdamamalı, sallanmamalı.
- Ø İskelet ve köşeler kumaş ile iyi bir şekilde kaplanmış olmalı.
- Ø Köşeler iyi birleştirilmiş ve yapıştırılmış olmalı.
- Ø Dikişler ve biyeler düzgün olmalı.
- Ø Desenler ortalanmış olmalı ve çizgiler dikişler uyumlu olmalı.
- Ø Minderler esnek olmalı, koltukla tam uyumlu olmalı.
- Ø Kanepe ve koltuk üzerindeki düğmeler güvenli bir biçimde dikilmiş olmalı.
- Ø Sürekli kullanılacak olan ürünler sağlam ve sık dokunmuş olmalı.
- Ø Temizlemek üzere çıkarılabilecek parçalar, yırtılmayacak bir üründen yapılmış olmalı.
- Ø Her pozisyon için oturma dengesi iyi sağlanmış olmalı.



Resim 2.10: Kumaş kaplı bir kanep

2.5. Ofiste Estetik

Emlak ofisini huzurlu, rahat ve mutlu olarak çalışabilir bir atmosfere sahip olması gerekir. Bu ilkedden hareketler renkler, müzik ve temizlik önemlidir.



Resim 2.11: Çelik masa

2.5.1. Renk Seçimi

İçinde yaşanan bir mekânın kişiselleştirilmesinde renk seçimi en az mobilya veya mimari kadar önemlidir. Uzmanlar renklerin ruh hali üzerindeki etkisine dikkat çekerek "Seçim yaparken iyi düşünün." diyor.

Birçok insan yaşadığı mekânın tasarımına büyük önem verir. İster yaşanan yapının mimarisi, ister içerisinde kullanılan mobilyalar veya başka ayrıntılar... Yaşadığımız mekân önemlidir ve her yönüyle bizi etkiler. Tabii bu arada yaşadığımız mekânın görenleri etkilemesini hatta beğeni uyandırmasını da isteriz. Bu nedenle emlak ofisi sıradan bir ofis gibi olmasını değil, kendi kişiliklerinden çizgiler, ortak noktalar taşımasını isterler. Uygun renk seçimi ise fark yaratma konusunda mobilya ve iç mimari kadar önem taşır.

Ofiste renk kullanımı: Hangi pazarda olursa olsun birçok bilgi önce gözlerinize doğru yönlendirilir. Burada görsel ve sözlü iletişim şekillerini kullanırsınız. Bununla birlikte renklerle iletişim, iletişim türlerinden sessiz iletişim olarak kabul edilmektedir.

Müşterilerinizle iletişim kurabilmek için pazarlamanın sessiz dili olan renkleri rahatlıkla kullanabilirsiniz.



Resim 2.12: Renk salatası

Bu gün birçok satın alma kararı ne düşündüğümüz ve ne işittiğimizle ilgili değil, ne gördüğümüzle ilgilidir. Müşterilerinizin zihnine renkle girer ve orda kalabilirsiniz. D.Ü. Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Demet Çetin ile araştırma görevlileri Berivan Özbudak ve Bilal Gümüş tarafından hazırlanan “iç mekân aydınlatmasında renk ve aydınlatma sistemi ilişkisi” konulu çalışmada renklerin içerdiği düşük veya yüksek titreşimli enerjinin insan psikolojisi üzerindeki etkilerine işaret edilmiştir.

Renk seçimi, ofis tasarımı ve mekânların kişiselleştirilmesi konusunda insanı en çok zorlayan kararlar başında gelir. Zira renklerin yalnızca dekoratif özellikleri yoktur. Araştırmalara göre renklerin aynı zamanda insanın ruh halini etkileme özellikleri de bulunuyor. Bazı renkler canlı görünümünden dolayı insanı heyecanlandırırken, bazı renkler dar alanlarda bile insana ferahlık hissi veriyor. Örneğin içerisi açık sarı, yeşil, mavi ve beyaz renkle boyanmış mekânlar ilk bakışta insanda genişlik ve ferahlık duygusu uyandırıyor. Koyu sarı, turuncu, kırmızı ve kahverengi renkleri ise bu tonların kullanıldığı mekânların insanlara çok daha samimi görünmesine neden oluyor. Araştırmalar özellikle sarı ve turuncu renklerin diğer renk tonlarına göre insanlara çok daha sıcak geldiği, bu renklerle bezenmiş mekânlarda yaşayanların, kendilerini çok daha huzurlu hissettiklerini gösteriyor.

Özellikle toprak renklerinin, açık tonların insanı sakinleştirdiği, huzur verdiği dikkat çekilirken, siyah rengin soğuk ve itici bir etkiye sahip olduğu belirtiliyor. Bir mekân için kullanılacak en dikkat çekici rengin ise, hâlâ kırmızı olduğu düşünülüyor.

Uzmanlara göre kırmızı rengin koyu ve parlak doğası insan beynini sürekli uyarıyor. Bu da mekâna ayrı bir hava katıyor. Ancak çok parlak, örneğin fosforlu renklerin ise birçok insanın ruh halini olumsuz etkilediği ifade ediliyor. Kısacası her rengin istisnasız olarak yansıttığı bir ifade, insanlarda uyandırdığı bir duygu bulunuyor. Bu nedenle doğru seçim için acele etmemek gerekiyor.

Çok hareketli ve insan trafiğinin çok yoğun oldu iş yerlerinde kırmızı ile tonları kullanılmalıdır. Yöneticilerin, bilim insanlarının, yazar ve düşünürlerin çalıştığı iş mekânlarında sarı renk ön plana çıkarılmalıdır. Ofislerde yapılan işe uygun olarak dikkat edilmesi gereken hususlar vardır.

2.5.1.1. Renklerin Karakteristik Özellikleri

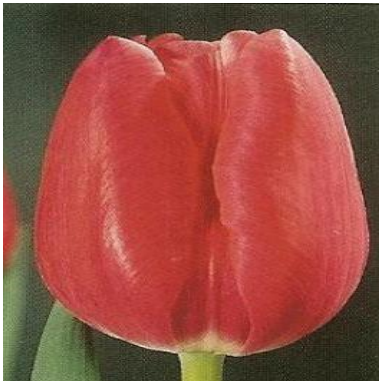
Ø Mavi

Ruhsal dünyanın ve derin tutkuların ifadesidir.

Sakinliği, güven ve sadakati temsil eder. Yeteneğin, güzelliğin ve sorumluluğun rengidir. Mavi barışı, sevgiyi ve şifayı sunar. Umut, inanç ve özgürlük duyguları aşılır. Olumsuzluğu, sürekli arayış içinde olmak şeklinde görünür. Güvensizlik, hayalperestlik, aşırı duygusallık olumsuz etkileridir. Tekdüzeliğe ve tembelliğe de sürükleyebilir. Tamamlayıcısı turuncudur.



Mekânda Kullanımı: Sakinleşme, stres atma, dinlenme amaçlı olan her yerde kullanılabilir. Hareketin ve çalışmanın çok olduğu yerlerde kullanılmamalıdır. Koyu tonları olumsuz etkiler, tembellik ve melankoli yaratır.



Ø Kırmızı

Fiziksel gücün, hareketin, canlılığın rengidir. Başlangıçları teşvik eder.

Çalışmaya şevk verir, tembelliğin karşıtıdır. İhtirasın ve cinsel aşkın temsilcisidir. Olumsuzluğu kabalık, duyarsızlık olarak ortaya çıkar. Kızgınlığa ve saldırganlığa yol açar. Tamamlayıcısı turkuazdır.

Mekânda Kullanımı: Hareketin yoğun olduğu yerler için uygundur. Koyu tonları yoğun ve sıkıcı bir atmosfer yaratacağı için tercih edilmemelidir. Duvarlarda ve elektrikli aletlerin çalıştığı ortamlar da kullanılmamalıdır.

Sağlık Alanında Kullanımı: Kan hücrelerinin oluşumunu destekler, kan dolaşımını artırır. Anemide, felçlilerin tedavisinde, soğuk algınlığı, nezle ve gripte kullanılmalıdır. Melankoliyi, üzüntüyü yok etmede yardımcıdır.

Yüksek tansiyonu ve ateşli hastalığı olanların kullanması önerilmez. En sevdiğiniz renk kırmızı ise, ateşli ve aktif birisiniz. Yönetme duygunuz ağır basıyor, tipik bir lider ve öncüsünüz. Mücadeleyi seviyorsunuz. Başarmak ve amaca ulaşmak yaşam felsefeniz. Planlarınızdan çok gücünüze ve azminize güveniyorsunuz, ama bu yoğun duygularınızla mantığınızı birleştirmedığınız durumda yaşamınızda dengeyi sağlamanız zor olabilir.

Ø Turuncu

Kırmızı gibi dışa dönük ve heyecan vericidir, ancak ondan daha yapıcıdır. Sağlık, canlılık, yaratıcılık, güven, cesaret ve iletişim turuncunun özellikleridir. Mutluluk vericidir. Olumsuzluğu ezici olma ve üstün gelme isteği şeklinde ortaya çıkar. Bazen de gösteriş meraklısı bir karakter şeklinde kendini gösterir. Tamamlayıcısı mavidir.



Mekânda Kullanımı: koridorlarda sıcaklık yaratır. Neşe ve mutluluk vermesi istenen ortamlarda ve geniş alanlarda kullanılmalıdır. Büro, çalışma odası ve yatak odası için uygun değildir.

Sağlık Alanında Kullanımı: Dolaşım, sinir ve solunum sistemlerini harekete geçirir. Zihinsel faaliyetleri uyarır, metabolizmayı hızlandırır.

Sağlıklı diş, tırnak ve saç için gereklidir. Açık tonları romatizmada kullanılır. Karaciğere yarar. Stres altındaki insanlara uygun değildir.

En sevdiğiniz renk turuncu ise, çabuk heyecanlanan yapınız var. Neşeli, coşkulu ve sosyalsiniz. Konuşmak ve tartışmak hoşunuza gidiyor. Hızlı hareket ediyor olmanız yorgunluk duymanıza neden olabilir. Turuncu rengin insanları haklı olduklarını kanıtlamaya isteklidirler. Bu tutumdan vazgeçip iç huzuru geliştirmeniz gerekir.

Ø Sarı

Parlak, neşeli ve sevecendir. Umut aşılar. Alçakgönüllülüğü, bilgiyi ve bilgeliği simgeler. İlham vericidir. Olumsuzluğu iki yüzlülük, aldatmaya eğilim şeklinde ortaya çıkabilir. Zihinsel karışıklığa da yol açabilir. Tamamlayıcısı mordur.

Mekânlarda Kullanımı: Çalışma odalarında kullanılabilir.

Sağlık Alanında Kullanımı: Sindirim sistemi üzerinde etkilidir. Hazımsızlığı önler, iştahı açar. Sinir ve kas sistemini güçlendirir. Doku ve kemik iltihaplarında kullanılır. Vücuttaki zehirli maddelerin atımını kolaylaştırır, kanı temizler. Sinir ve akıl hastalıklarında önerilmez.

En sevdiğiniz renk sarı ise, yaşama akıl ve mantık gözlüğüyle bakıyorsunuz. Neden-sonuç ilişkilerini hesaplamayı seviyorsunuz. Olayları kontrolünüz altında tutmayı istiyor, işler umduğunuz gibi gitmeyince de kırıcı olabiliyorsunuz. Konuşmanız oldukça etkileyici. Odak noktası olmaktan hoşlanıyorsunuz. Sorumluluk ve otorite gerektiren işlerde başarılısınız.



Ø Yeşil

Paylaşımın, işbirliğinin, uyumun ve cömertliğin rengidir. Yatıştırır, güven ve huzur verir. Özgürlük doğal enerjisidir. Yeşil, yaşamın, yenilenmenin ve evrimin rengidir. Olumsuzluğu umursamazlık, kıskançlık, şüphe ve bencillik olarak ortaya çıkar. Güvensizlik ve tembellik de istenmeyen etkilerdir. Tamamlayıcısı macentadır.



Mekânda Kullanımı: Avlu, giriş gibi alanlarda kullanıldığında huzur verir. Tembelliğe yatkın kişiler buldukları alanda kullanmamalıdır.

Sağlık Alanında Kullanımı: Kas, deri, doku oluşumuyla ilgilidir. Hücre onarımını sağlar ve yapısını güçlendirir. Sinir sistemini ve kalbi korur. Zehirli maddelerin vücuttan atımını kolaylaştırır. Yatıştırıcı ve dinlendiricidir. Kapalı yerlerde kalmaktan korkan insanların bu korkularını yenmelerinde yardımcı olur.

Yanlış kullanıldığında yorgunluk ve tembellik hissi uyandırır.

En sevdiğiniz renk yeşil ise, hiçbir konuda aşırıya kaçmayan, oldukça dengeli bir kişiliğiniz var. Verimli ve düzenlisiniz. Doğaya hayransınız ve her fırsatta doğal alanlara yöneliyorsunuz. Çevrenizde uyumlu, yumuşak ve içten bir atmosfer yaratıyorsunuz. Değişikliklere uyum sağlamanız bazen zor oluyor. Yaşam bakışınızı yeniden düzenlemeniz gerekebilir.

Ø Turkuaz

Üst düzeydeki bir değişimin ve dönüşümün simgesidir. Açık fikirli, yardımsever ve gururludur. Dikkati ayakta tutar. Kendini ifadeye yardımcıdır. Olumsuzluğu yaşamdan korkma ve çekingenlik olarak ortaya çıkar. Duygusal ve zihinsel soyutlanma isteği de bir başka olumsuz etkisidir. Tamamlayıcısı kırmızıdır.

Mekânda Kullanımı: Canlılık ve ferahlık yayar, mekânları daha geniş gösterir. Açık tonları duvar için uygundur.



Sağlık Alanında Kullanımı: Son derece dinlendiricidir. Cildi güzelleştirir. Stresi ve gerginliği azaltır, zehirli maddelerin atımını hızlandırır. Bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koymanızı sağlar. Zihni açar. Tembelliğe eğilimli olanlara pek önerilmez.

En sevdiğiniz renk turkuaz ise, hayat dolusunuz. Dünyaya farklı bakıyor, değişik fikirlerle yaklaşıyorsunuz. Kolayca paniğe kapılmıyorsunuz. Olayları doğal akışlarına bırakmaktan yanasınız. Kolayca karar alıyor ve büyük bir netlikle kavriyorsunuz. Yetenekli ve anlayışlısınız. Kendinizi kolayca ifade edebiliyorsunuz. Bu rengin insanları ruhsal dünyayı daha çok önemsediklerinden, gerçekçi bir biçimde davranmaları bazen zor olur.

Ø Mor

Asaleti, itibarı ve kendine güveni temsil eder. Özerklik ve bütünleşme yükselen özellikleridir. Ruhsal enerji ve sezgilerin rengidir. Yaratıcılık, hoşgörü ve düşünce gücü mor renk ile ilişkilidir. Olumsuz özellikleri unutkanlık ve sabırsızlık şeklinde ortaya çıkar.



Yanlış kullanımı sonucunda kavgaya eğilimli, saygısız bir karakter yapısı görülür. Küstahça bir gurur ortaya çıkabilir. Karakter bütünlüğünün kaybına ve kişiliğin çözülmesine yol açabilir de. Tamamlayıcı rengi sarıdır.

Mekânda Kullanımı: Morun açık tonları olan lavanta, leylak ve orkide ofislerde kullanılır. Çünkü bu renk kendine güven duygularını harekete geçirir. Parlak, göz alıcı renklerle birleştiğinde olumsuz etki yaratabilir.

Sağlık Alanında Kullanımı: Kan temizleyici özelliği vardır. Akciğer, kalp, karaciğer ve böbreklerin sağlığında rol oynar. İskelet yapısı üzerinde oldukça etkilidir. Çeşitli kanser türlerinin tedavisinde kullanılabilir.

En sevdiğiniz renk mor ise, kişiliğinizin temelinde ruhsallık yer alıyor. Gizemli olaylar ilgi alanınıza giriyor. Yine de dünyevi yaşama olan ilginiz mavi renk insanına göre daha fazladır. Bu özelliğinizi ruhsallığınızla çok iyi dengelemektesiniz. İnsanlara sağlıkları için yardımcı olmak sizin için çok değerli.

Ağırbaşlı ve asil ruhlusunuz. Sanat ve duyarlılık gerektiren meslekler size göre. Karakter özelliğinizi tam olarak yerine getiremediğinizi düşünmek belki de tek zayıf yönünüz.

Ø Macenta

Tüm renklerin en zarifi kabul edilir. İdealizmi temsil eder ve saygı, minnettarlık ve sadakat kavramlarıyla bağlantılıdır. Enerjisi anlayış ve olgunluğu getirir. İnsanlar arasında ayırım gözetmeyen bir yöneticilik anlayışı verir. Yumuşak, sıcak ve koruyucudur. Sevginin, şefkatin ifadesidir.



macenta

Olumsuz yönleri üstünlük kurma isteği, egemen olma arzusu şeklinde belirebilir. Anlamsız gurura yol açabilir. Yanlış kullanımı sonucunda kendine güvensizlik duyguları ortaya çıkabilir.

Mekânda Kullanımı: Bina girişlerinde kullanılması uygundur. Güven verir. Sakinleştirir. Saldırganlığı yok eder. Duvar boyası olarak, tamamlayıcısı yeşille birlikte kullanılabilir. Büroların bu renge boyanması uygun değildir.

Sağlık Alanında Kullanımı: Beyne giden kan miktarını artırır ve sinir sistemini dengede tutar. Baş ağrısını, yüksek tansiyonu, sinir bozukluklarını kontrol altına alır.

Normalin üstünde çalışıyor ve yoruluyorsanız, macenta ya da pembe renkli giysiler giymelisiniz. Enerji dinlendirici, koruyucu ve yumuşaktır.

En sevdiğiniz renk macenta ise, kibarlık, anlayışlı ve iyi davranmak temel özellikleriniz olur. Şefkatli ve sıcaksınız. İnsanlara anlayış ve sevgiyle yaklaşıyor, onlara potansiyel güçlerini kullanmaları için rehberlik ediyorsunuz. Ortak çalışmayı seven, dost canlısı bir insansınız. Sevgi gücünüzle çevrenizi etkiliyorsunuz.

Ø Beyaz, Siyah ve Diğerleri

Beyaz tüm ışık tayfını bünyesinde toplamıştır. Enerji sistemini dengeler, temizler. Yaratıcılık duygularını açığa çıkarır ve geliştirir. Birlikte kullanıldığı diğer renklerin güçlerini artırır.

Siyah, gri ve kahverengi gökkuşağında ve renk çarkında bulunmazlar. Son derece yoğun ve ağır enerjileri vardır. Doğru zamanda kullanıldıklarında etkileri olumludur. Siyahın aşırılıkları dengeleyici özelliği vardır; ancak tek renk olarak kullanılmaması iyi olur. Kahverengi sosyal dengeyi ve toplum içinde rahatlığı sağlar. Zihin üzerinde etkilidir.

2.5.2. Müzik

Emlak ofisinde dinlendirici bir müzik çalınması hem personelin moralini yükseltir hem de müşteri üzerinde olumlu etki yapar. Müzik seçerken popüler müzikler tercih edilmelidir.

2.5.3. Temizlik

Emlak ofisinde yerler, duvarlar, halıfleksler, kapılar, camlar, masalar, dolaplar, tuvalet mutlaka temiz olmalıdır. Tozdan arındırılmalı ve düzenli olmalıdır.

Temizlik süreleri belli olmalıdır. Bir belge ile her temizlik yapıldığında gösterilmelidir.



2.6. Kâğıtsız Ofise Geçiş: Elektronik Doküman Yönetimi

Ofis içi iş akışının en önemli unsurlarından biri, oluşturulan ya da elde edilen belge ve dokümanlardır. Bir bakıma faaliyetlerinizin somut göstergesi, iş akışı hacminizin, hızının ve çeşitliliğinin birer delilidir bunlar.

Bilgisayar ve İnternet teknolojilerinin ofislere girmesiyle de belge ve doküman hacminde büyük bir artış yaşanmıştır. Bunun yanında bilgisayar teknolojisi çözümü de beraberinde getirmiş, basılı belge dönüşümünü sağlayarak, "kağıtsız ofis" ortamı oluşturma yolunda önemli bir adım attırıştır.

Doküman yönetimi, özellikle elektronik doküman yönetimi kavramı bu gelişme sonucu önem kazanmaktadır. İş akışlarının bilgisayar teknolojilerinin de devreye girmesiyle belli bir otomasyona geçmiş bu sayede, doküman yönetimi uygulamak bir zorunluluk haline gelmeye başlamıştır. Öyle ya, ofis içi otomasyonun neferleri olan bilgisayarlar, bağlı çevre birimleri faks, yazıcı vs. gibi belge üretici ve iletici modüller, İnternet ve yerel ağların da olanaklarıyla bilgi ve belge kaynağı olmuşlardır. Bu bilgi bombardımanının iyi yönetilmediği durumda, iş akışında yaratacağı verimsizlik ve karmaşa ortadadır.

Doküman yönetimi, ofis ya da firma hafızasını düzenleyen bir sistemdir. Bu konuda oluşacak bir problem, firma açısından "hafıza kaybından" farksızdır. Firma içi tüm belge ve bilgiler o firmanın hafızasıdır çünkü. Tıpkı insan beyni gibi yaşadığımız anıları bir düzene koyup, gerektiğinde onu hatırmıza getiren bir sistemdir. İnsan beyni en gelişmiş elektronik işlemci, insan hafızası da en gelişmiş elektronik veritabanı olduğuna göre, ofis içi doküman

yönetiminde verimlilik sağlamanın yolu, insan beyninden örnek alarak bunu elektronik ortama taşıyabilmekten geçiyor.

Dokümanların ayrımını yaptığımızda da insan beyninin bazı işlevlerini görebiliriz. Örneğin yakın zaman için yaşadığımız önemsiz ve rutin olaylar kısa süreli hafızamızda kalır, sonra silinir. Buna rağmen uzak geçmişte yaşadığımız kimi önemli anılarda hafızamızdaki canlılığını korur. Dokümanlar da iş akışımız içinde benzer bir ayrıma sahiptir. Elektronik doküman yönetiminde bu ayrım "yapılandırılmış ve yapılandırılmamış" veriler olarak tanımlanır.



Yapılandırılmış veriler, kurumsal stratejileri, planları, bilançoları, finansal belgeleri, pazarlama, müşteri ilişkileri, tedarik yönetimleri gibi işlevlerin plan ve raporları vs. kapsayan, kurumsal faaliyetlerin can damarını oluşturan dokümanlardır. Bunlar elektronik veritabanında saklanır, kontrol edilir, iletilir, kullanılır ya da güncellenir. Kurumsal hafızanın derin kısmını bu dokümanlar içerir.

Yapılandırılmamış veriler ise, e-mail mesajları, faks çıktıları, yazılı notlar, çalışma notları, postalar, faturalar, ofis içi belgeler vs gibi daha önemsiz, rutin, devamlılığı olan, buna karşın zaman kaybetmeden değerlendirilmesi gerekebilecek dokümanlardır. İnsan hafızası örneğini verirken, günlük yaşanan rutin olayların kısa sürede hafızada kalıp sonra silindiğinden bahsetmiştik. Bu tür belgeler de rutin çalışmalar içinde, iş akışının devamlılığını sağlayan, rutin ve sürekliliği olan, kısa sürede silinen ya da atılan bilgilerdir.

İşte doküman yönetiminin de amacı, firmanın hafızasını oluşturan bu verileri, sağlıklı şekilde ayrımını yapmak ve gerekli olanları elektronik veritabanına, doküman yönetimi yazılımları aracılığıyla aktarımını yapmaktır. Bu şekilde bilgi ve veri birikimi önlenmiş olur, belge ve bilgiye boğulmuş bir ofis ortamından, kağıtsız ve verimli çalışan bir ofis ortamına geçiş sağlanır.

Ofis içi çalışmaların önemli bir bölümünün, yapılandırılmamış verileri düzene sokmak, bu veriler içinde gerekli olanı aramakla, iletmekle (Araştırmalar, firma içindeki dokümanın %75'ini bu tür yapılandırılmamış belgelerin oluşturduğunu gösteriyor.) yani belgeleri yönetmeye çalışmakla geçtiğini göz önüne alırsak, doküman yönetiminin önemi daha belirgin olarak ortaya çıkıyor.

Elektronik **doküman yönetiminin amaçları** başlıklarla şöyle özetlenebilir:

- Ø Gerekli bilginin defalarca kullanımını sağlarken, gereksiz bilginin birikmesine fırsat vermeden elenmesini sağlayan bir otomasyon kurmak, insan beyninin işlevini bu şekilde ofis ortamına aktararak, sağlıklı bir firma hafızası yaratmak
- Ø Bilgi ya da verilerin, elektronik ortamda ofis içi herhangi bir noktadan kolayca erişilebilir, kaydedilebilir, denetlenebilir ve güncellenebilir olmasını sağlamak
- Ø Dışsal etkilere (yangın, deprem, sel, terör vs.) karşı korumasız olan basılı belge ve dokümanların arşivlenmesi, yedeklenmesi ve tehlike anında kolayca başka bilgisayarlara aktarımını yapabilmesi konusunda merkezi bir elektronik altyapı olanağına kavuşmak
- Ø İş akışını engellemeyen, bizzat akışa katkıda bulunan bir belge giriş-çıkışı sistemi yaratmak
- Ø Müşteriler, firma dışı kurumlar vs. ile ilişkilerde hız kazanmak, zamanında yanıt verebilmek
- Ø Firma çalışanlarının huzurlu, verimli ve ortaklaşa çalışmalarının zeminini hazırlamak, çalışanların kendilerini asıl mesailerine odaklanmalarına yardımcı olmak
- Ø Zaman, emek ve maliyet kaybını en aza indirmek

“Etkin doküman yönetimi uygulamanın kısa vadede getirileri nelerdir?” sorusuna cevap olarak şunlar gösterilebilir:

- Ø Firmanın kurumsal içeriğinin kalitesinin artması
- Ø Basılı dokümana oranla, elektronik belge ve dokümanları hazırlama maliyetlerinin düşük olması
- Ø Belge erişimi ve kontrolünün kolaylaşması
- Ø Belge birikiminin önlenip, belge ve dokümanların kolay şekilde yönetilir hale gelmesi, tekrar tekrar kullanımı olan belgelerle, tek kullanımlı belgelerin kolaylıkla ayrıştırılması

Ofis içi iş akışı gün geçtikçe teknolojiyle bütünleşmektedir. Bu bütünleşme yeni yönetim anlayışları, yeni ihtiyaçlar, yeni kurumsal çözümler üretiyor. Teknolojik olanakları doğru kullanabilme yolunda istekli ve kararlı firmalar da bu sayede daha verimli ve işlevli ofis çalışma koşullarının oluşmasını sağlıyor.

2.7. Ofiste Çalışma Verimliliğini Etkileyen Faktörler

Ergonomik ofis kurulumunun, teknolojik gelişim sayesinde değişen iş yaşamı koşulları nedeniyle artık bir zorunluluk haline geldiğinden bahsetmiştik. Teknoloji ve iletişim sistemlerinin gelişmesi büyük kolaylıklar getirirken, insan bedeni ve hareket alanına uyum sağlatılmamış bir teknolojinin orta-uzun vadede insan sağlığını tehdit etmesi kaçınılmazdır. Bunu önlemenin yolu hem ev hem de iş ya da ofis ortamında ergonomi biliminden yararlanmak olacaktır.

İş başarısı ve çalışma tatmininin arkasında da bu vardır. Eğer bedeniniz ve hareket alanınızla "çatışan ve kavga eden" bir ofis altyapısına sahipseniz hem motivasyonunuz iş başarınız engellenecek hem de işinize karşı memnuniyetsiz bir duruş hatta nefret hissedeceksiniz. Bu noktada temel amacı "insana uyumlu mekânsal donanım" yaratma felsefesi ile ergonomi, size yardımcı olacaktır.

İş memnuniyetinin ya da tatminin artması, doğrudan çalışma performansına ve verimliliğe yansıtacaktır. Bununla birlikte, ofis içi insani ilişkilerin ve çalışanların huzurlu iletişiminin oldukça olumlu etkilendiği görülecektir. Ofis altyapısının (hem teknoloji hem de mekânsal düzenleme açısından) stres oluşturan ya da stres kaynağı yaratan öğelerden ayrıştırılması veya en azından minimuma indirilmesi önemlidir. Elbette bunları ergonomi biliminin ışığında gerçekleştirilmesi gereken uygulamalardır. Verimli bir ofis çalışma düzeninin temelinde de bu yatar. Ofis ortamında sağlıklı iletişim, sağlıklı çalışma, iş tatmini, verimlilik, huzurlu ortam gibi tüm öğeler bu temel üzerinden şekillenecektir.



"İş tatminini, verimliliği ve sağlıklı iletişimi etkileyen faktörleri somut olarak görmek istiyoruz." dersek, buna yanıt bilim adamlarından geliyor. Ergonomi bilimi uzmanları şu faktörleri sıralıyor:

- Ø Havalandırma ve ısıtma kalitesi
- Ø Ofis içindeki çalışma birimlerinde ve ofis genelinde aydınlatma
- Ø Gürültü ve ses yaratan kaynakların varlığı
- Ø Çalışan sağlığı ve güvenliği anlayışı (ve bu konudaki somut uygulamalar)
- Ø Çalışma alanında kişinin kimi veya kaç insanı görebildiği, iş arkadaşlarıyla iletişim mesafesi
- Ø Çalışanın kişisel çalışma alanındaki taban alan genişliği (Kısaca mekansal iş alanı)
- Ø Diğer çalışanlarla iletişimin kolaylığı ve kalitesi
- Ø Çalışanların yer değişim sıklığı
- Ø Ofis ortamının kullanım ve görüntüsel olarak konforu
- Ø Çalışılan alanın çevresinin kapatılma yâ da sınırlandırılma derecesi (ofis bölümlerini ayıran perdelerin, duvarların, panellerin, paravanların vs. sayısı ve bu bölümlerin yüksekliği)

- Ø Ofisin yerleşim düzeni
- Ø Çalışanların konuşma mahremiyeti
- Ø Ofis bakım ve temizlik kalitesi

Bu faktörlere yenileri ve detaylarda gizlenen başka başka somut faktörler de eklenebilir. Ofis verimliliği için fiziki mekan ve çevrenin önemi bu faktörlerden de anlaşılabilir.

Teknolojik altyapının da dahil edilmesiyle ergonomi çalışmalarının gerekliliği açıkça görülmektedir. İş verimliliğini ve tatminini artırıcı yöntemleri ve yapılacak iyileştirmeleri bu kapsamda değerlendirmenin, firma olarak iş başarınıza büyük katkıda bulunacağını söyleyebiliriz.

Yeter ki bunun için uygulanabilir bir eylem planınız ve ofis ihtiyaçlarınızın ne olduğu konusunda ayrıntılı bir listeniz olsun. Tüm bu plan ve ihtiyaçlara göre belirlenen ergonomik ve iş yapma verimliliğini artıran bir ofis altyapısıyla çözüme ulaşmanız kolaylaşacaktır.

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
Ø Hizmet ortamının özelliklerini yerine getiriniz.	Ø Mecburi standartlar tebliğine göre bir hizmet ortamını oluşturmak için gerekli bilgileri ediniz. Emlak komisyoncusuna giderek hizmet ortamının nasıl oluşturulduğunu öğreniniz.
Ø Emlak ofisinde bulunması gereken araç gereçleri temin ediniz.	Ø Mecburi standartlar tebliğine göre ofiste bulunması gerekli araçları temin ediniz.
Ø Ofisin fiziksel ortamını düzenleyiniz.	Ø Ofisin aydınlatılması, ısıtması ve soğutulması, havalandırılması ve gürültünün en aza indirilmesi için bir emlak komisyoncusundan yardım alınız. Ø İnternette aydınlatma, ısıtma-soğutma, havalandırma, ses- gürültü konularında bilgi toplayarak ilgili alanlara gidiniz.
Ø Ofisin mobilyasını temin ediniz.	Ø Mobilya alırken nelere dikkat edeceğinizi öğreniniz. Ø Mobilya firmalarına giderek bilgi alınız.
Ø Ofis estetiğini oluşturunuz.	Ø Ofisin renk seçimini boya firmalarından nasıl yapılacağını öğreniniz. Ø Ofiste çalınabilecek müzikleri temin ediniz. Ø Ofisin temizliğini yapınız veya yaptırınız. Gerekli araç gereçleri temin ediniz.
Ø Ofiste verimliliği artırınız.	Ø İşgörenden bilgi alınız. Ø Müşterilerinizden bilgi alınız. Ø Bir emlak komisyoncusuna giderek konu hakkında bilgi alınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:

	Doğru	Yanlış
1. Bütün emlak komisyoncularının bürolarında tuvalet olmak zorunda değildir.		
2. Emlak ofisinde video olması zorunlu değildir.		
3. Pusula manyetik alanlardan uzak tutulmalıdır.		
4. Pusula sudan etkilenmez.		
5. Her haritanın bir ölçeği bulunur.		
6. Daha ayrıntılı bir harita isteniyorsa, paydasındaki rakam küçük olmamalıdır.		
7. Paydasında yazan rakam küçük ise küçük ölçekli harita denir.		
8. Emlak ofisinde müzik çalışması ortama huzur verir.		

Aşağıdaki boşlukları tamamlayınız.

9. Tüm emlak komisyoncuları 25162 sayılı uymak zorundadır.
10. Harita üzerindeki uzaklık ile doğadaki gerçek uzaklık arasındaki oran, haritanın..... dir.
11. Emlak ofisinde ışığın..... dağıtılması önemlidir.

Aşağıdaki soruların cevaplarını yuvarlak içine alınız.

12. Aşağıdakilerden hangisi bir emlak ofisinde bulunması zorunlu değildir?
- A) Şeritli metre
B) Faks makinesi
C) Televizyon
D) Bilgisayar

13. Her türlü yazı, şema, basılı kağıtları karşı tarafa kopyalama suretiyle yollayan iletişim aracı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Bilgisayar
- B) Faks makinesi
- C) Teleks
- D) Fotokopi makinesi

14. Aşağıdakilerden hangisi en büyük haritadır?

- A) 1/50.000
- B) 1/55.000
- C) 1/57.000
- D) 1/59.000

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer faaliyete geçiniz.

B. UYGULAMALI TEST

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız beceriyi aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

1. Emlak ofisin donatımı için nelere dikkat edilmesi gerektiğini aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Emlak ofisi mecburi standartlar tebliğine uygun mu?		
2. Emlak ofisinin fiziksel ortamını hazırlaya bilir misiniz?		
3. Emlak ofisinin mobilyalarını seçebilir misiniz?		
4. Renk seçiminde nelere dikkat edeceğinizi biliyor musunuz?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda hayır şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

YETERLİK ÖLÇME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:	Doğru	Yanlış
1. Kuruluş yeri hizmet maliyetini etkilemez.		
2. Kuruluş yeri karı doğrudan etkiler.		
3. Emlak komisyoncusundan yardım istenmesi o bölgede ofis açılması için önemli bir unsur değildir.		
4. Herkes emlak ofisi açamaz.		
5. Bölge incelemesinde en önemli unsur nüfus değildir.		
6. Emlak ofisine gelenleri artırmak için promosyon kampanyası yapılır.		
7. Emlak komisyoncuların uyması gereken bir yasa yoktur.		
8. Emlak ofisinde ilk yardım çantası bulunmak zorundadır.		
9. Pusulalar darbelerden etkilenmez.		
10. 1/25.000 ölçekli harita ile her istenilen nokta kolaylıkla bulunur.		

11. Kuruluş yerine etki eden öğelerin özellikleri aşağıdakilerden hangisidir?
A) Statiktir.
B) Dinamiktir.
C) Durağandır.
D) Sosyaldır.
12. Aşağıdakilerden hangisi ofisin yerini etkileyen ekonomik faktörlerden değildir?
A) Pazara yakınlık
B) Kolay işgören sağlama
C) Emlak arzı
D) Emlak komisyonculuğunu bakış
13. Emlak ofisi açabilmek için kişinin, aşağıdakilerden hangisine öncelikle ihtiyacı vardır?
A) Paraya
B) Emlak komisyonculuğu sertifikasına
C) Ortağa
D) Emlak ofisine

14. Aşağıdakilerden hangisi bölge potansiyelini etkileyen unsurlardan değildir?
- A) Ciro
 - B) Okullar
 - C) Nüfus
 - D) İbadet yerleri
15. Satışın artırılması için aşağıdaki unsurlardan hangisi yapılmaz?
- A) İlan vermek
 - B) İndirim yapmak
 - C) İyi personel seçmek
 - D) Hiçbiri
16. Aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
- A) Ofis düzayak olmalıdır.
 - B) Siteler ve kooperatiflere yakın olmalıdır.
 - C) Taşıt trafiğinin yoğun olduğu yerlerde olmalıdır.
 - D) İnsanların ulaşım güzergâhında olmalıdır.
17. Emlak ofisinde aşağıdakilerden hangisi olmak zorunda değildir?
- A) Müşterek idari büro ve müşteri kabul yeri
 - B) Wc-lavabo
 - C) Evrak odası
 - D) Münferit idari oda ve müşteri kabul yeri
18. Aşağıdakilerden hangisi bir emlak ofisinde bulunması zorunlu değildir?
- A) Kamera
 - B) Pusula
 - C) Telefon
 - D) Fotoğraf makinesi
19. Aşağıdakilerden hangisi en küçük haritadır?
- A) 1/150.000
 - B) 1/159.000
 - C) 1/157.000
 - D) 1/155.000
20. Aşağıdakilerden hangisi ofis çalışma verimliliğini etkileyen faktörlerden değildir?
- A) Gürültü ve ses
 - B) Aydınlatma
 - C) Havalandırma
 - D) Hiçbiri

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarlarıyla karşılaştırmız. Yanlış cevaplarımız için faaliyetin ilgili konularını tekrar ediniz.

B. UYGULAMALI TEST

Modül ile kazandığınız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Emlak ofisi yerini seçerken dikkat edeceğinizi biliyor musunuz?		
2. Ekonomik faktörler emlak ofis yerini belirlerken ne kadar etkili olduğunu biliyor musunuz?		
3. Emlak ofisinde donatımın azami ölçülerini yerine getirebilir misiniz?		
4. Emlak ofisinde mobilya seçiminin neden önemli olduğunu biliyor musunuz?		
5. Ofisin verimliliğini etkileyen unsurları biliyor musunuz?		

DEĞERLENDİRME

Yaptığınız değerlendirme sonucunda eksikleriniz varsa, öğrenme faaliyetlerini tekrarlayınız.

Modülü tamamladınız, tebrik ederiz. Öğretmeniniz size çeşitli ölçme araçları uygulayacaktır. Öğretmeninizle iletişime geçiniz.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ 1 CEVAP ANAHTARI

1	Y
2	Y
3	D
4	Y
5	D
6	EKONOMİK
7	SOSYAL
8	PORTFÖYÜNÜ
9	D
10	A
11	C
12	D
13	B

ÖĞRENME FAALİYETİ 2 CEVAP ANAHTARI

1	Y
2	D
3	D
4	Y
5	D
6	Y
7	Y
8	D
9	MECBURİ STANDART TEBLİĞİNE
10	ÖLÇEĞİ
11	HOMOJEN
12	C
13	B
14	A

MODÜL DEĞERLENDİRME CEVAP ANAHTARI

1	Y
2	D
3	Y
4	D
5	Y
6	D
7	Y
8	D
9	Y
10	D
11	D
12	D
13	B
14	A
15	D
16	C
17	C
18	A
19	B
20	D

KAYNAKÇA

- Ø Akşit Feray, **Ofislerde Feng Shui Rüzgarı Esiyor**, www.kigem.com
- Ø Nuhoğlu Rana, **Zıt Renkler ve Anlamları?**, www.evdose.com, 29.11.2006
- Ø Nuhoğlu Rana, **Renk Uzmanı**, www.evdose.com, 19.12.2006
- Ø Özler Fatih, **Yayımlanmamış Ders Notları**, 2006.
- Ø Yeğın Fevzi, **Finansman**, Süleyman Demirel Üni. Isparta MYO, Isparta 2003.
- Ø Şuhenda Sibel, **Pusula Tezi**, www.odevsitesi.com
- Ø Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Mecburi Standartlar Tebliği, 02/07/2003 tarihli resmi gazete, 25162 sayı.
- Ø **MEGEP Konu ile ilgili Alan ve Dal Modülleri**, Ankara, 2006.
- Ø <http://iek.erciyes.edu.tr>
- Ø www.franchiseandmore.com
- Ø www.odevsitesi.com
- Ø www.karabulutemlak.com
- Ø www.alomaliye.com
- Ø <http://estateam.com>
- Ø www.referansgazetesi.com
- Ø www.mobilyalari.net/
- Ø www.kobitek.com
- Ø www.dekor-dekorasyon.org
- Ø www.renkcenter.com
- Ø www.bellaboya.com.tr
- Ø www.geneljeo.hacettepe.edu.tr
- Ø <http://bilgimotoru.com>
- Ø www.1de1.com
- Ø www.odevsitesi.com

Resimler:

- Ø <http://cbmelektronik.com>
- Ø www.advesreklam.com
- Ø www.afsmobilya.com
- Ø www.morcelik.com
- Ø www.akcaemlak.com
- Ø www.kou.edu.tr
- Ø www.blogcu.com
- Ø www.borusangucsistemleri.com
- Ø www.centuruy21.com
- Ø www.edirnedden.com
- Ø www.elisanicolas.com
- Ø www.granmas-farm.com
- Ø www.gulmece.com
- Ø www.ikizleraydinlatma.com
- Ø www.karasurehberi.com

- Ø www.arkitera.com
- Ø www.kobisektor.com
- Ø www.kurtemplak.com
- Ø www.kysthotell.no
- Ø www.morcilek.net
- Ø www.mericguvenlik.com
- Ø www.npistanbul.com
- Ø www.ozgeoptik.net
- Ø www.polenmobilya.com
- Ø www.sabah.com
- Ø www.sken.be
- Ø www.sken.be
- Ø www.static.flic.kr
- Ø www.teselaymosaico.com.ar
- Ø www.turkadcam.net
- Ø www.discoverturkey.com
- Ø www.atasaz.com
- Ø www.donegalcottageholidays.com
- Ø www.ekarabuk.com
- Ø www.etcltd.com.tr
- Ø www.flickr.comphotostagsmorclusters.com
- Ø www.haberaktuel.com
- Ø www.mps.com.tr
- Ø www.tabancaci.com