

ADMINISTRATIVE PERSONNEL PREFERENCES OF TURKISH FURNITURE INDUSTRY COMPANIES

Erol BURDURLU

Hacettepe University, School of Vocational Technology, Department of Wood Products Industrial Engineering, 06532 Beytepe, Ankara, TURKEY, e-mail: burdurlu@hacettepe.edu.tr

ABSTRACT

This paper is based on the analysis of job advertisements by Turkish furniture companies that appeared in main daily newspapers in Turkey between April 1998 and May 2002. During this period, a total of 204 advertisements for different positions in the furniture companies were collected as the data of the present study. The data was classified and analysed according to position, gender, age, experience, military service, foreign language and knowledge of computers, as well as the departments, professional expectations (diplomas), and the preference of certain diploma-holders over others in certain departments. The findings have also been arranged in charts.

Key Words : Furniture Industry, Human Resources, Higher Education.

TÜRKİYE MOBİLYA ENDÜSTRİSİ İŞLETMELERİNİN YÖNETİCİ PERSONEL TERCİHLERİ

ÖZET

Bu araştırma Türkiye mobilya endüstrisi işletmelerinin Nisan 1998-Mayıs 2002 aralığında üç büyük gazeteye vermiş oldukları iş ilanlarının analiz edilerek ihtiyaç duyulan yüksek öğretimli elemanların özelliklerinin saptanmasına yöneliktir. Bu periyot boyunca, araştırmaya veri kaynağı olacak toplam 204 adet iş ilanı toplanmıştır. Bu ilanlar; elemana ihtiyaç duyulan bölümler, ünvanlar, görev pozisyonları, cinsiyet, yaş, tecrübe, askerlik görevini tamamlama, yabancı dil ve bilgisayar bilgisi gibi özelliklere göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar Çizelge ve grafik olarak sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mobilya Endüstrisi, İnsan Kaynakları, Yüksek Öğretim

1. GİRİŞ ve GENEL BİLGİLER

Bir firmanın ekonomiklik prensipleri çerçevesinde faaliyetlerini sürdürebilmesi için, verimli ve etkin bir şekilde girdileri çıktılara dönüştürmesi gerekir. Bunun için de, firmanın ürünlerinin birim maliyetleri ve bu ürünlerin karlılığa yaptığı katkı üzerinde durulmalıdır. Ayrıca, gelişmeye açık bir firma, verimlilik üzerinde etkili olan unsurlar üzerinde durmalı ve mevcut durumunu iyileştirmeye çalışmalıdır. Birbirleriyle örtüşen bu hedefler ancak uygun yönetici personel ile gerçekleştirilebilir. Yönetim kademesindeki personelin amacı, şirket amaçlarını gerçekleştirmektir. Ayrıca, sürekli değişen çevre şartlarına işletmenin uyumlandırılması ve gerektiğinde mevcut yapının değiştirilmesi çağdaş yönetim anlayışının bir gereğidir. Bu açıdan bakıldığında, bir şirketteki yönetici konumundaki personel, şirketin geleceği açısından büyük önem taşımaktadır.

Bir işletme için gerekli her seviyede elemanın temini, insan kaynakları (personel) bölümünün ana sorumluluğundadır. Yeni elemanların bulunması,

1. INTRODUCTION and GENERAL INFORMATION

To remain economically viable, a firm must convert inputs into outputs effectively and efficiently. It must be concerned with both the unit cost of its products and the contribution of its products to profit. In addition, the enlightened firm will look at various aspects of productivity and will always seek improvement. Each of these overlapping goals can be realised by proper administrative personnel. The basic aim of administrative personnel is to achieve the goals of the company. In addition, adapting to the ever-changing conditions and changing its own structure if necessary are requisites of the contemporary management approach. From this point of view, the personnel employed in a company is very important for the future.

Acquisition of the all level personnel is the primary responsibility of the human resources (Personnel) department. Recruiting, interviewing, testing, selecting,

görüülmesi, denenmesi, seçilmesi, ücretlendirilmesi, yerleştirilmesi, performanslarının ölçülmesi, tazminatlandırılması ve görevlerine son verilmesi bu bölümün alt fonksiyonlarıdır. İnsan kaynakları bölümü, herhangi bir zamanda işletmenin herhangi bir yerinde ihtiyaç duyulan uygun personelin teminine destek sağlar. Bu görev, işletmenin her bölümünün bu fonksiyonu kendisinin yerine getirmesine kıyasla, bu konuda eğitim almış insan kaynakları uzmanları tarafından daha verimli ve etkin bir şekilde yapılabilir.

İşletme başarısına doğrudan etkisi nedeniyle, insan kaynakları ve insan kaynakları yönetimi ile ilgili çok sayıda araştırma mevcuttur. Bu araştırmalardan bu çalışma ile ilgili olanları aşağıda verilmiştir:

Morales M. Ve Xavier F., endüstriyel bölgelerde insan sermayesi yaratılması üzerine odaklanmışlar ve son zamanlarda ortaya çıkan firma stratejisi açılımlarının bölgesel farklılıkları açıklayabileceğini belirtmişlerdir. Bu manada, bilgi esaslı kaynakların yaratılması ve dağıtımında insan kaynakları son derece önemlidir. Ayrıca, aynı araştırmacılar; kaynak sahipliği ve kontrol derecesi ile insan sermayesinin transfer edilip edilmemesi arasında da ayırım yapmışlardır. Bu düşünceden hareketle, endüstriyel bölgeleri adresleri belli transferleri mümkün olmayan kaynaklar olarak analiz etmişler ve lokal özellikli insan kaynakları yaratma ve yararlanmada firmaların aktif rol üstlenmeleri gerektiğini belirtmişlerdir (1).

Basu O.R. ve Miroshnik V., Japon otomobil işletmeleri olan Toyota ve Nissan'ın İngiltere'deki üretim tesislerinde insan kaynakları yönetim sistemini analiz etmişler ve bu işletmelerin Japonya'daki orijinal insan kaynakları yönetim sistemleri ile Japonya dışı yatırımları arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını bulmaya çalışmışlardır. Sonuç olarak, kültürel farklılıklara rağmen, bu işletmeler, kendi orijinal uygulamalarını Japonya dışı yatırımlarına da yerleştirmeye çalışmış, ancak bu yatırımlardaki organizasyonel farklılıklar nedeniyle, üretim yönetimi sistemi dahilinde başarılı olamadıklarını ortaya çıkarmışlardır (2).

Carpinetti L.C.R. vd., Brezilya'nın Sao Paulo Eyaleti'nin merkez bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli dört işletmede yaptıkları gelişime dönük bir araştırma makalesi sunmuşlardır. Araştırma, kalite ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarına ilişkin işletme karakteristiklerini bulmaya dönük olarak yapılmıştır. Araştırma sonucu, insan kaynakları yönetiminin toplam kalite programlarının başarısı ile birlikte yürütülebileceği belirtilmiş ve bu birliktelikten organizasyonel öğrenme, organizasyonel kültür yönetimi ve takım odaklı yönetim gibi rekabete dönük avantajlar yaratılabileceği belirtilmiştir (3).

Koç K.H. ve Aksu B., bildirimlerinde, Orman Endüstri Mühendisliği'nin geleceğini analiz etmişlerdir. %17.3, %15.4, %10.1, %9.4, and %9.1'lik yüzdelerle Mimar, Ağaççileri Endüstri Mühendisi, Orman Endüstri Mühendisi, Makine Mühendisi ve Endüstri Mühendisi'nin mobilya endüstrisi firmalarının en çok tercih edilen ünvanlar olduğunu belirtmişlerdir.

Esnek çalışma yöntemlerinin modern işgücü pazarının sürekli bir özelliği olduğunu, bu yöntemlerin işletmelere maliyet azalışı ile birlikte diğer birtakım avantajlar getirdiğini ve 2000 yılında İngiltere çalışan nüfusunun tahminen 1/4 'ünün esnek çalışma ile ilgili olacağını

hiring, placing, evaluating, compensating, and terminating are sub-functions of this activity. The human resources department provides a service to the rest of the company by arranging for the proper personnel when and where they are needed. Trained personnel specialists can perform this task more effectively and efficiently than could each department duplicating these functions.

There are a lot of research on human resources and management because of its effect on company success. A few of them, relevant with this study, are given below:

Morales M. and Xavier F., focus on the creation of human capital in the industrial districts. They argue that the recent firm strategy perspectives may explain regional (district) differences. In this context, human resources are critical in creation and dissemination of the knowledge-based resources. They further distinguish between the degree of control and ownership of resources and transferable and non-transferable human capital. Using this conceptual framework they analyse industrial district addressable non-transferable resources and suggests that firms should take on a more active role in creating and exploiting local addressable human resources (1).

Basu O.R. and Miroshnik V. analyse the human resources management system in Japanese automobile companies, Toyota and Nissan, in their overseas production plants in the UK and try to analyse differences, if any, between their original human resources management system in Japan and in their foreign operations. They found out that these companies, as far as their internal operations are concerned, have tried to implement their original practices in spite of cultural differences. However, in the case of production management systems they are not completely successful because of organisational differences in their foreign locations (2).

Carpinetti L.C.R. et al., present in their paper an exploratory research carried out in four manufacturing companies (large to medium size) located in the central region of Sao Paulo State, Brazil. The research was conducted aiming at characterising the companies in regard to quality and human resource management practices. The results show that human resource management may co-operate with the success of total quality programmes, emphasising the competitive advantages which can be created from this partnership, namely organisational learning, organisational culture management and team-based management (3).

Koç K.H. and Aksu B., analyzed the future of the Forestry Industrial Engineering in their report. They state that Architecture, Wood Products Industrial Engineering, Forestry Industrial Engineering, Mechanical Engineering, and Industrial Engineering are the most preferable diplomas by furniture industry companies with the percentages 17.3%, 15.4%, 10.1%, 9.4%, and 9.1% (4).

Field R., states that flexible working methods are a permanent feature of the modern employment market; they offer companies cost savings and other benefits and it has been predicted that by the year 2000, one quarter of the British working population will be involved in flexible working. Many human resources departments are not prepared to meet these changes. It is argued that human resources must adapt to these changes and see them as an opportunity (5).

belirtmiştir. Ayrıca, çoğu insan kaynakları bölümünün bu değişiklikleri karşılamaya hazırlıklı olmadığı, insan kaynaklarının bu değişikliklere adapte olması ve bu değişikliklerin bir fırsat olarak görülmesi gerektiği tartışılmıştır (5).

Correa H.L., İngiltere ve Brezilya'daki otomotiv üretim sistemlerinde belirsizlik değişkenleri , çıktı değişkenliği ve esneklik arasındaki ilişikliği analiz etmiştir. Bulgular, tüm araştırmamanın ortak sonucudur ve yapısal üretim kaynaklarının (insan ve teknoloji) esnekliği ile ilgilidir. Stoklara ve stokların üretim sistemlerinin esnekliğindeki rolüne yeni bir bakış getirmektedir (6).

Türkiye'deki mobilya endüstrisi işletmeleri yönetici personel ihtiyaçlarını yüksek öğretim kurumlarından karşılamaktadır. Endüstri meslek liseleri ve çıraklık eğitim merkezleri mobilya alanında eğitim veren bu eğitim kurumlarının temeli olarak göz önüne alınabilir. Türkiye'nin hemen hemen tüm il ve büyük ilçelerinde mobilya dekorasyon bölümlerinin yer aldığı endüstri meslek liseleri vardır. Endüstri meslek liseleri 8 yıllık temel eğitim almış öğrenciler için her teknik alanda mesleki eğitim vermek için yapılandırılmışken, çıraklık eğitim merkezleri endüstride çalışmakta olan eğitimsiz çalışanların teknik ve teknolojik seviyelerini arttırmaya çalışmaktadır.

2 yıllık meslek yüksek okulları, 5 yıllık mesleki teknoloji yüksek okulu, 4 yıllık orman fakülteleri ve teknik eğitim fakülteleri mobilya endüstrisinde çalışacak personel için lise eğitiminden sonra mesleki eğitim veren yüksek öğretim kurumlarıdır. Direkt olarak mobilya endüstrisine yönelik eğitimi hedefleyen üniversite bölümleri yanı sıra, özel bir endüstriyel alan yerine, genel endüstriyel etkinliklerle ilgili eğitimi hedefleyen üniversite bölümleri de vardır.

Özel bir statüye sahip mesleki Teknoloji Yüksek Okulu, bir yılı İngilizce hazırlık eğitimi olmak üzere beş yıllık Ağaççileri Endüstri Mühendisliği eğitimi vermektedir. Orman Fakülteleri 4 yıllık Orman Mühendisliği ve Orman Endüstri Mühendisliği eğitimi vermektedir. Teknik Eğitim Fakülteleri ise , mobilya ve dekorasyon alanında meslek lisesi eğitimine yönelik 4 yıllık eğitim vermektedir. Meslek Yüksek Okulları da, mobilya ve dekorasyon yanında ağaççileri endüstrisinde çalışacak teknikerlere yönelik 2 yıllık eğitim vermektedir.

Mobilya üretim sürecinin interdisipliner bir işbirliği gerektirmesi nedeniyle, yukarıda bahsedilen branşların mimarlık, endüstri ürünleri tasarımı, işletme, iç mimari, makina ve endüstri mühendisliği gibi branşlarla işbirliği içerisinde olması gerekir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma; Türkiye mobilya endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların yönetici pozisyonunda ihtiyaç duydukları eleman ihtiyaçlarını karşılamak için üç büyük gazeteye verdikleri iş ilanlarının analizine ve bu analiz sonucu elde edilen bilgilerin yorumlanmasına dayanmaktadır. Bu amaçla, Türkiye'nin üç büyük gazetesi olan Hürriyet (7), Milliyet (8) ve Sabah (9)' in

Correa H.L., analyses the relationships between the variables of uncertainty, variability of outputs and flexibility in automotive manufacturing systems in the United Kingdom and Brazil. The findings are a co-product of the overall research and are related to the flexibility of the structural (human and technological) manufacturing resources. It derives a new way of looking at stocks and its role in the manufacturing systems (prime) flexibility (6).

Furniture industry companies in Turkey meet their administrative personnel needs from higher education institutions. Industrial Vocational High Schools and Apprenticeship Education Centres can be considered as the basis of such educational institutions teaching students in the field of furniture. There are Industrial Vocational High Schools and Apprenticeship Education Centres comprising departments for furniture and decoration in nearly every province and in the bigger districts of Turkey. Apprenticeship Education Centres try to elevate the low level of technical and technological understandings of uneducated workers being employed in the industry, whereas the Industrial Vocational High Schools have been established in order to offer professional education in every technical field for students having completed their 8-year basic education.

Higher education institutions offering education after high schools for people working in the furniture industry are professional schools with a period of education of 2 years, School of Vocational Technology with a period of education of 5 years, faculties of forestry and technological education with a period of education of 4 years. Next to the departments at universities aiming directly at education in the furniture industry we also see the establishment of university departments aiming not at a special industrial branch but at education concerning industrial activities in general.

The School of Vocational Technology having special status offers a 5-year education in Wood Products Industrial Engineering, covering a 1-year period of English language courses. Forestry Faculties offer a 4-year education in Forestry Engineering and Forestry Industrial Engineering. As for the faculties of Technological Education, they offer a 4-year course of teaching directed towards vocational high schools in the field of furniture and decoration. Those professional higher schools offering a 2-year course educate technical staff working in the side industries of wood products as well as furniture and decoration.

As during the production process of furniture an interdisciplinary co-operation is necessary, the above-mentioned branches have to co-operate with graduates from the faculties of architecture, industrial products design, management, interior design as well as mechanical and industrial engineering.

2. METHOD OF THE RESEARCH

The present research is based on the analysis of labour advertisements posted in three main daily newspapers by companies being active in the furniture industry in Turkey in order to recruit staff at the managerial level to meet the needs of the mentioned companies. The results of the mentioned analysis were then interpreted accordingly. For this purpose, the issues being printed in Ankara and in

İstanbul ve Ankara baskılarının “Eleman arayanlar” sütunları ve “İnsan Kaynakları” ekleri Nisan 1998’den itibaren gözden geçirilmiştir. Bahsedilen tarihten araştırmanın yazıldığı Mayıs 2002 tarihine kadarki mobilya endüstrisi ile ilgili tüm ilanlar toplanmıştır.

Toplanan ilanlar; aranan mesleki ünvanlar, aranan elemanların çalışacağı bölümler ve bölümlere göre tercih edilen mesleki ünvanların yanı sıra aranan elemanların cinsiyeti, yaşı, tecrübesi, askerliğini yapmış olma zorunluluğu, yabancı dil bilme ve bilgisayar kullanabilme açısından analiz edilmiştir. Elde edilen bilgiler Microsoft Excel programıyla Çizelge ve şekil olarak sunulmuştur.

3. BULGULAR

3.1. İlanların Bölümlere Göre Dağılımı

Araştırmada bahsedilen işletme bölümleri, mobilya endüstrisi işletmelerinin verdikleri ilanlara göre belirlenmiştir. Örneğin; tasarım, satış, show-room, proje gibi işletme birimleri yönetim organizasyonu açısından pazarlamanın alt unsurları olmasına rağmen, ilanlarda tasarım, satış, show-room veya proje olarak değinildiğinden bölümler bu şekliyle analize alınmıştır.

İlanlar yönetici aranan bölümler açısından analiz edildiği zaman toplam 204 ilanda bölümsel istek %15,7 Show-room, %14,2 Proje, %11,8 Tasarım, %11,3 Üretim, %10,8 Planlama, %10,8 Satış, %6,4 Pazarlama, %6,4 Bölüm belirsiz, %3,4 Personel / İnsan Kaynakları, %3,4 Fabrika, %2,9 Satın alma ve %2,9 Kalite olarak gerçekleşmiştir (Çizelge I ve Şekil 1). Show-room, satış, tasarım ve proje gibi bölümlerin Pazarlama'nın alt birimleri olduğu göz önüne alınırsa, ilanlarda, %59 oranında pazarlama ile ilgili bölümlere yönetici pozisyonunda eleman arandığı görülecektir.

Istanbul of the three most widely read newspapers in Turkey, Hürriyet (7), Milliyet (8) and Sabah (9), have been looked over since April, 1998 regarding their columns “Advertisements concerning recruitment of staff” and the supplement “Human resources”, respectively. All advertisements concerning the furniture industry have been filed from the mentioned date until the written version of the present research –May 2002- a total of 204 ads was collected.

The advertisements collected have been analysed according to such personal requirements as gender, age, experience, military service, foreign language and knowledge of computers, as well as the departments' requirements of the recruitment of staff, professional expectations (diplomas) and the preference of certain diploma-holders in certain departments. The findings have been arranged in tables and figures with the help of Microsoft Excel computer program.

3. FINDINGS

3.1. Distribution of Advertisements According to Departments

Administration departments being mentioned in the present research have been specified according to the advertisements posted by companies working in the furniture industry. Although administration units such as design, sales, show-room, and project have to be considered as minor elements in the marketing process seen under the aspect of administrative organisation, they were analysed in the same way when appearing under the headings of design, sales, show-room, and project in the respective advertisements.

Analysing the departments requesting the recruitment of managerial staff, the total of 204 advertisements can be divided into the following percentages: show-room 15.7%, projects 14.2%, design 11.8%, production 11.3%, planning 10.8%, sales 10.8%, marketing 6.4%, undetermined department 6.4%, staff/human resources 3.4%, company director/director general 3.4%, buying and quality control 2.9% (Table I and Figure 1). When administration units such as design, sales, show-room, and project are considered as minor elements in the marketing process, it becomes clear that in 59% of all advertisements marketing departments are looking for staff to be recruited in managerial positions.

Table 1. Distribution of advertisements according to departments
Çizelge 1. İlanların işletme bölümlerine göre dağılımı

Department/ Bölüm	Number of Ads/ İlanların Sayısı	Percentage of Ads/ İlanların Yüzdesi
Director of Company/Directorate General Fabrika Müdürlüğü / Genel Müdürlük	7	3.4
Production/ Üretim	23	11.3
Planning/Planlama	22	10.8
MARKETING (Total)/PAZARLAMA (Toplam)	120	58.9
Marketing/Pazarlama	13	6.4
Show-room/ Show-room	32	15.7
Sales/ Satış	22	10.8
Design/ Tasarım	24	11.8
Project/ Proje	29	14.2
Quality(Control, Safety, Management) Kalite (kontrol,güvence,yönetim)	6	2.9
Staff/Human Resources/ Personel / İnsan Kaynakları	7	3.4
Buying/ Satın Alma	6	2.9
Undetermined/ Belirsiz	13	6.4

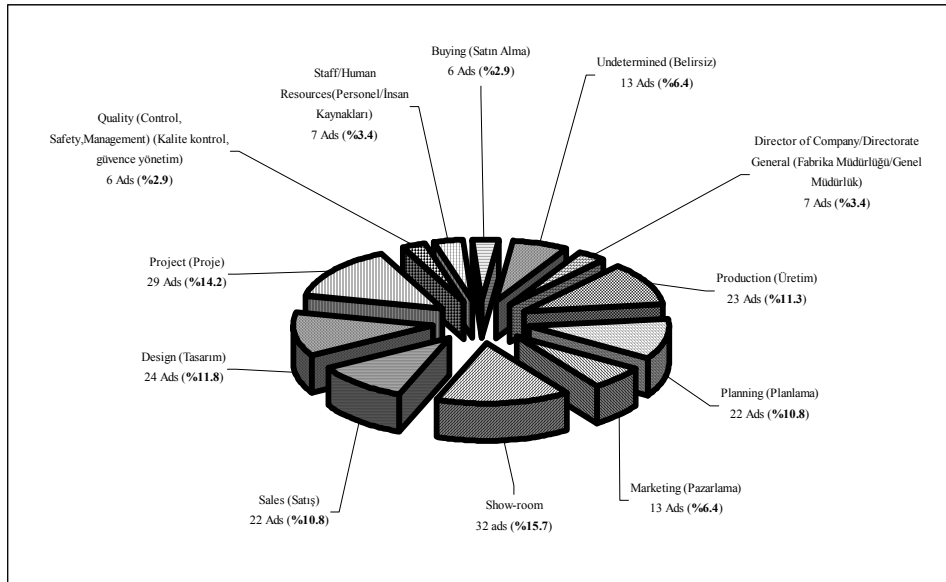


Figure 1. Distribution of advertisements according to departments
Şekil 1. İlanların işletme bölümlerine göre dağılımı

Pazarlama ile ilgili ortaya çıkan %59'luk oran, globalleşen pazarlama ilişkileri ve işletme çevresi nedeniyle, Türkiye Mobilya Endüstrisi firmalarının durumuna ayak uydurma çabası içerisine girdiklerini göstermektedir. Bu da, sağlıklı bir göstergedir. Ancak; işletmelerin sağlıklı büyüme ve gelişmesiyle ilgili en önemli göstergelerden biri sayılan "planlama" açısından durum pek tatmin edici görünmemektedir. Çağımızın en önemli rekabet aracı olan "kalite" açısından da, işletmelerin tam olarak bilinçlenmedikleri söylenebilir.

3.2. Mobilya İşletmeleri Hangi Ünvanları Tercih Ediyor ?

Daha önce de değinildiği gibi, direkt olarak mobilya endüstrisini hedef alarak eğitim veren üniversite bölümleri yanı sıra, özel bir endüstriyi hedef almadan genel

The ratio of 59% being related to marketing shows that due to global marketing relations and a similar company environment, the furniture industry companies in Turkey are trying to keep pace with the above-mentioned development. This may be seen as a healthy signal. However, seen under the aspect of "planning" which is one of the most important signs signalling a healthy growing and developing of any company, conditions are not at its best. Considering the aspect of "quality control" as well which is the most important means for competition in our era, it can be said that the companies are not quite conscious about this fact.

3.2. Which Kind of Diploma Do Furniture Companies Prefer ?

As has been mentioned before, next to the departments at universities aiming directly at education in the furniture industry. We also see the establishment of university

endüstriye yönelik eğitim veren üniversite bölümleri de mevcuttur. Burada, herhangi bir yoruma kaçmadan, gazete ilanında direkt olarak değinilen ünvan analize alınmıştır. Buna göre, ilanların %15,2 'sinde Ağaççşleri Endüstri Mühendisi, %7,8 'inde Endüstri Mühendisi, %4,4' ünde Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, %16,6' sında İç Mimar, %7,4'ünde İşletme / İktisatçı, %17,6'sında Mimar, %2,5'unda mühendis, %1,5'unda Orman Endüstri Mühendisi, %10,8'inde Üniversite Mezunu arandığı ortaya çıkmış, %16,2'sinde aranan kadro için herhangi ünvan belirtilmemiştir (Çizelge 2 ve Şekil 2).

departments aiming not at a special industrial branch but at education concerning industrial activities in general. In this context the kind of diplomas being mentioned in the advertisements posted in newspapers have been analysed without any further interpretation. According to this it became obvious that in 15.2 % of all ads a Wood Products Industrial Engineer, in 7.8% of all cases an Industrial Engineer, in 4.4% an industrial products designer, in 16.6% an interior designer, in 7.4 % a Management/Financial Operator, in 17.6% an Architect, in 2.5 % an engineer, in 1.5 % a Forestry Industrial Engineer and in 10.8 % of all cases a university graduate was required. In 16.2 % of all occupational posts the kind of diploma requested remained unmentioned (Table 2 and Figure 2)

Table 2. Distribution of advertisements according to diplomas
Çizelge 2. İlanların ünvanlara göre dağılımı

DIPLOMA/ ÜNVAN	Number of Ads/ İlan Sayısı	Percentage of Ads/ İlanların Yüzdesi
Wood Products Industrial Engineer (WPIE)/ Ağaççşleri Endüstri Mühendisi (WPIE)	31	15.2
Industrial Engineer (IE)/Endüstri Mühendisi (IE)	16	7.8
Industrial Products Designer (DIP)/ Endüstri Ürünleri Tasarımcısı (DIP)	9	4.4
Interior Designer (ID)/ İç Mimar (ID)	34	16.6
Business Manager /Economist (BME)/ İşletmeci / İktisatçı (BME)	15	7.4
Architect (A)/ Mimar (A)	36	17.6
Engineer (E)/ Mühendis (E)	5	2.5
Forestry Industrial Engineer (FIE)/ Orman Endüstri /Mühendisi (FIE)	3	1.5
University Graduate (UG)/ Üniversite Mezunu (UG)	22	10.8
Undetermined (UD)/ Belirsiz (UD)	33	16.2
TOTAL/ TOPLAM	204	100

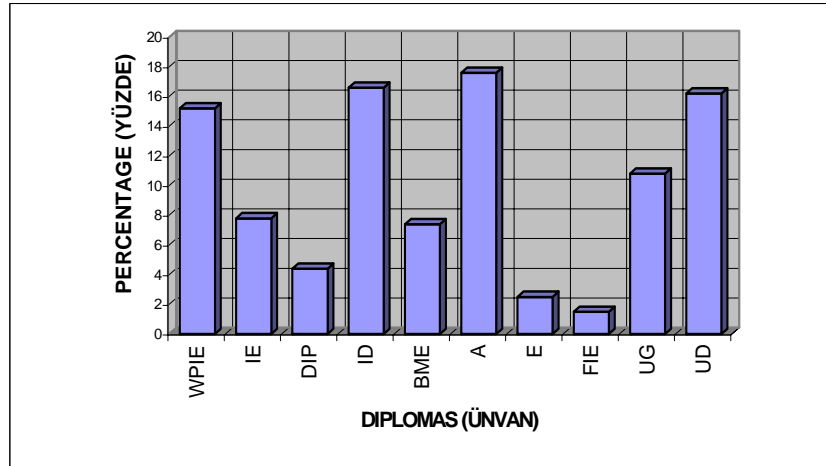


Figure 2. Distribution of advertisements according to diplomas
Şekil 2. İlanların ünvanlara göre dağılımı

Table 3. Distribution of diplomas requested for employment according to management departments:

WPIE: = Wood Products Industrial Engineer, IE= Industrial Engineer, DIP = Industrial Products Designer, ID= Interior Designer, BME = Business Manager/ Economist, A= Architect, E= Engineer, FIE= Forestry Industrial Engineer, UG= University Graduate, UD= Undetermined

Çizelge 3. İşletme bölümlerine göre tercih edilen ünvanların Dağılımı: WPIE = Ağaçişleri Endüstri Mühendisi, IE= Endüstri Mühendisi, DIP = Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, ID=İç Mimar, BME = İşletmeci/ Ekonomist, A= Mimar, E=Mühendis, FIE= Orman Endüstri Mühendisi, UG= Üniversite Mezunu, UD = Belirsiz

DEPARTMENTS/ BÖLÜMLER	Number of Ads./ İlan Sayısı		DIPLOMAS/ ÜNVANLAR									
			WPIE	IE	DIP	ID	BME	A	E	FIE	UG	UD
PRODUCTION/ ÜRETİM	23	Number	10	6				1		2		4
		%	43.5	26				4.4		8.7		17.4
PLANNING/ PLANLAMA	22	Number	5	5			2	1	1		3	5
		%	22.7	22.7			9.1	4.6	4.6		13.6	22.7
MARKETING/ PAZARLAMA	13	Number			1	3		2			2	5
		%			7.7	23		15.4			15.4	38.5
SHOW-ROOM/	32	Number		1	3	8	3	11	1		3	2
		%		3.1	9.4	25	9.4	34.4	3.1		9.4	6.2
SALES/ SATIŞ	22	Number				2	5	4		1	4	6
		%				9.1	22.7	18.2		4.5	18.2	27.3
DESIGN/ TASARIM	24	Number	1		5	6		7			2	3
		%	4.2		20.8	25		29.2			8.3	12.5
PROJECT/ PROJELENDİRME	29	Number	6			11		8			2	2
		%	20.7			37.9		27.6			6.9	6.9
QUALITY/ KALİTE KONTROL	6	Number	1	2					1			
		%	16.7	33.2					16.7			
STAFF/ PERSONEL	7	Number					2				4	1
		%					28.6				57.1	16.7
BUYING/ SATIN ALMA	6	Number					2		1		1	2
		%					33.3		16.7		16.7	33.3
DIRECTOR of COMPANY/ GENEL MÜDÜR	7	Number	3				1		1			2
		%	42.8				14.3		14.3			28.6
UNDETERMINED/ BELİRSİZ	13	Number	5	2		4		2				
		%	38.4	15.4		30.8		15.4				

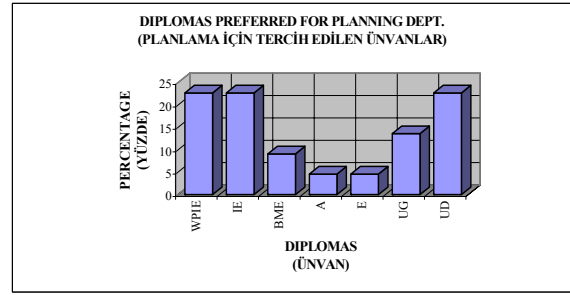
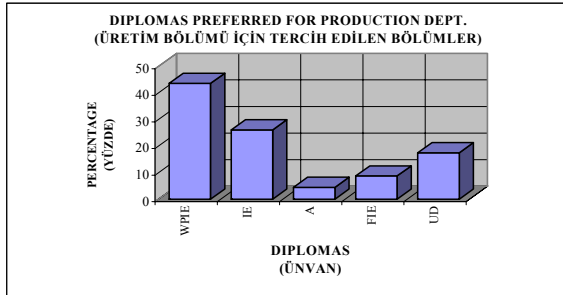


Figure 3. Diplomas preferred according to departments WPIE: = Wood Products Industrial Engineer, IE= Industrial Engineer, DIP = Industrial Products Designer, ID= Interior Designer, BME = Business Manager/ Economist, A= Architect, E= Engineer, FIE= Forestry Industrial Engineer, UG= University Graduate, UD = Undetermined

Şekil 3. Bölümlere göre tercih edilen ünvanlar WPIE = Ağaçişleri Endüstri Mühendisi, IE= Endüstri Mühendisi, DIP = Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, ID=İç Mimar, BME = İşletmeci/ Ekonomist, A= Mimar, E=Mühendis, FIE= Orman Endüstri Mühendisi, UG= Üniversite Mezunu, UD = Belirsiz

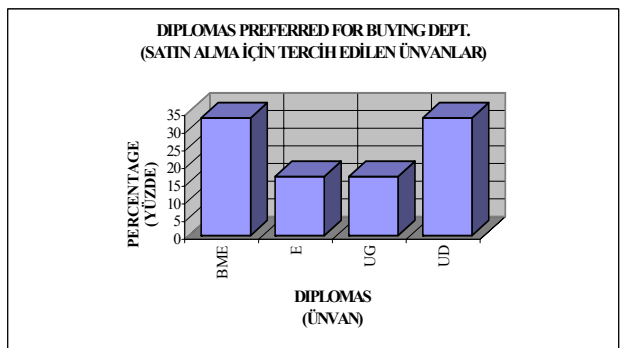
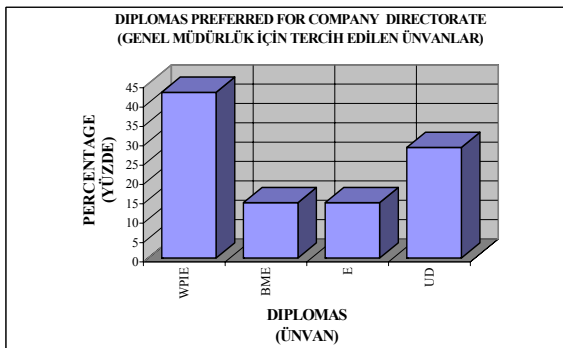
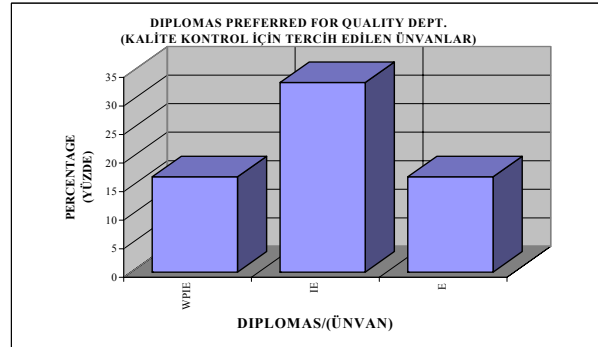
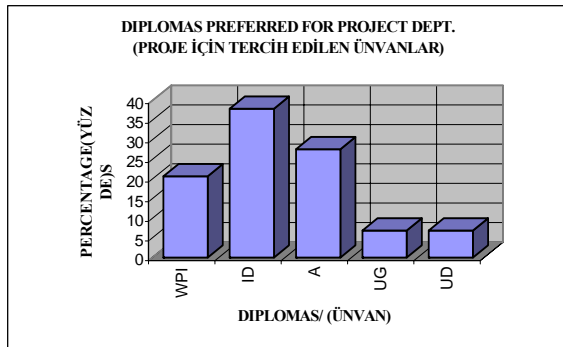
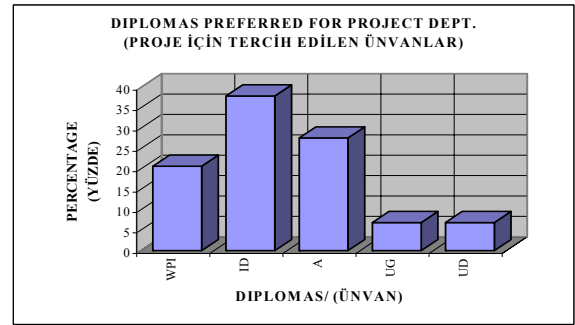
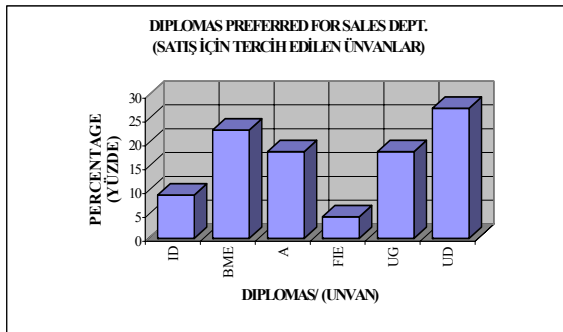
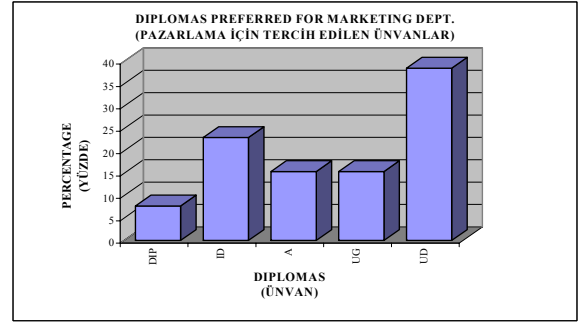
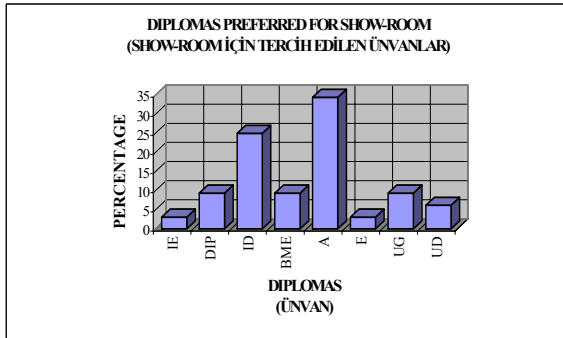


Figure 3. Diplomas preferred according to departments WPIE = Wood Products Industrial Engineer, IE= Industrial Engineer, DIP = Industrial Products Designer, ID= Interior Designer, BME = Business Manager/ Economist, A= Architect, E= Engineer, FIE= Forestry Industrial Engineer, UG= University Graduate, UD = Undetermined
Şekil 3. Bölümlere göre tercih edilen ünvanlar WPIE = Ağaççşleri Endüstri Mühendisi, IE= Endüstri Mühendisi, DIP = Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, ID=İç Mimar, BME = İşletmeci/ Economist, A= Mimar, E=Mühendis, FIE= Orman Endüstri Mühendisi, UG= Üniversite Mezunu, UD = Belirsiz

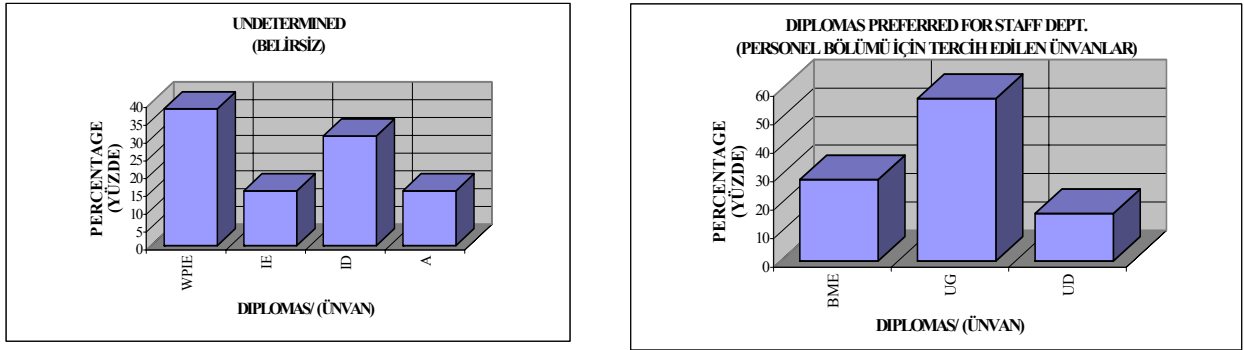


Figure 3. Diplomas preferred according to departments WPIE = Wood Products Industrial Engineer, IE= Industrial Engineer, DIP = Industrial Products Designer, ID= Interior Designer, BME = Business Manager/ Economist, A= Architect, E= Engineer, FIE= Forestry Industrial Engineer, UG= University Graduate, UD = Undetermined
Şekil 3. Bölümlere göre tercih edilen ünvanlar WPIE = Ağaççşleri Endüstri Mühendisi, IE= Endüstri Mühendisi, DIP = Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, ID=İç Mimar, BME = İşletmeci/ Ekonomist, A= Mimar, E=Mühendis, FIE= Orman Endüstri Mühendisi, UG= Üniversite Mezunu, UD = Belirsiz

3.3. Hangi Bölümlere Hangi Ünvanlar Tercih Ediliyor ?

Türkiye Mobilya Endüstrisi Firmaları, daha önce belirtilen işletme bölümleri için Ağaççşleri Endüstri Mühendisi (WPIE), Endüstri Mühendisi (IE), Endüstri Ürünleri Tasarımcısı (DIP), İç Mimar (ID), İşletmeci / İktisatçı (BME), Mimar (A), Mühendis (E), Orman Endüstri Mühendisi (FIE), Üniversite Mezunu (UG) ünvanlarını tercih etmektedir. Toplam 204 ilanda, işletme bölümlerine göre istihdam edilmek istenen ünvanların dağılımı Çizelge 3'de verilmiştir.

İşletme bölümlerine göre istihdam edilecek unvan yüzdeleri incelendiği zaman Üretim bölümlerinde ağırlıklı olarak Ağaççşleri Endüstri Mühendisleri tercih edilirken (%43,5) planlamada Ağaççşleri Endüstri Mühendisleri ile beraber Endüstri Mühendisleri de en çok tercih edilen ünvan durumundadır (22,7). Tüm bölümler için tercih belirtilmeyen yüzde de dikkat çekicidir. Fabrika Müdürlüğü/ Genel Müdürlük pozisyonları için de Ağaççşleri Endüstri Mühendisi tercihi ön plana çıkmaktadır.

Pazarlama ve pazarlama alt bölümlerine göre ilanlar analiz edildiğinde genelde Mimar ve İç Mimar istihdam etme isteği ön plana çıkmaktadır. Genel anlamda pazarlamada İç Mimar (%23), Show-room'da Mimar (%34,4), Satış'ta İşletmeci / İktisatçı (%22,7), Tasarım'da Mimar (%29,2), Proje'de İç Mimar (%37,9), Kalite'de Endüstri Mühendisi (%33,2), Fabrika Müdürlüğü'nde Ağaççşleri Endüstri Mühendisi (%42,8) ünvanları ön plana çıkmaktadır. Sonuçlar grafik olarak da Şekil 3'de verilmiştir.

Bölümlere yönetici pozisyonunda çalışan istihdam etmek isteyen işletmeler, önemli oranlarda herhangi bir ünvan belirtmeden sadece Üniversite Mezunu kısıtı ile veya hiçbir şey belirtmeden ilan vermişlerdir. Bu da Türkiye Mobilya Endüstrisi işletmelerinin bu alanlarda eğitim veren kurumlarından pek de haberdar olmadığı sonucunu getirmektedir. İlanlarda belirtilen aranan özellikler tam olarak bazı ünvanları tanımlarken, net olarak herhangi bir ünvan belirtilmemiştir.

3.4. Which Kind of Diplomas Do the Departments Prefer?

Industrial furniture companies in Turkey prefer for the employment in their management departments people. having graduated as Wood Products Industrial Engineers (WPIE), Industrial Engineers (IE), Industrial Products Designers (DIP), Interior Designers (ID), Business Managers / Economists (BME), Architects (A), Engineers (E), Forestry Industrial Engineers (FIE) and simple university graduates (UG). The distribution of diplomas requested for employment according to management departments out of a total of 204 ads is shown in Table 3.

When we examine the percentage of diplomas requested for employment according to the company departments it becomes obvious that production departments prefer in most cases a Wood Products Industrial Engineer (43.5 %) while planning departments prefer Industrial Engineers and Wood Products Industrial Engineers (22.7%). The ratio of undetermined cases for all departments is also calling for attention. For the position of company director/director general a Wood Products Industrial Engineer is generally preferred.

Analysing the ads according to marketing and marketing sub-departments shows that in most cases the employment of an Architect or an Interior Designer is preferred. Generally, in the field of marketing people having graduated as Interior Designers (23%), in the show-room department Architect graduates (34.4%), in the field of sales Business Manager/Financial Operators (22.7%), in the design department Architect graduates (29.2%), in the project department Interior Designers (37.9%), in the department of quality control Industrial Engineers (33.2%), and in positions as company directors Wood Products Industrial Engineers are preferred for employment. Graphics showing the respective results are given in Figure 3.

Companies wishing to employ people in managerial positions in their specific departments in most cases do not specify the type of diploma they are looking for, but limit their requests in the respective ads to the prerequisite of a university graduate; sometimes also no detailed

3.4. Mobilya Endüstrisi Firmalarının İstihdam Etmek İstedikleri Elemanlarda Aradıkları Diğer Özellikler

Mobilya endüstrisi firmalarının vermiş oldukları ilanlar cinsiyet, yaş, deneyim, askerlik, oto ehliyeti, yabancı dil ve bilgisayar bilme gibi elemanların özellikleri ve kazanımları açısından da analiz edilmiş ve sonuçlar aşağıda verilmiştir.

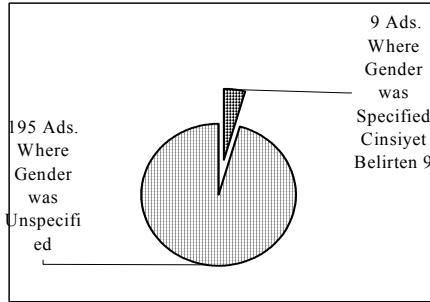


Figure 4. Gender of staff to be employed in furniture companies

Şekil 4. Mobilya firmalarının istihdam etmek istedikleri elemanlarda cinsiyet durumu.

3.5. Cinsiyet

Toplam 204 adet ilanın sadece 9'unda (%4,4) cinsiyete yönelik bir istek belirtilmiş ve bu 9 ilanın 4'ü (%44,5) elemanların erkek, 5'i (%55,5) bayan olması yönünde istek göstermiştir (Şekil 4).

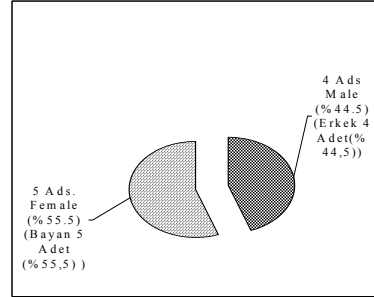
3.6. Yaş Sınırı

Toplam 204 adet ilanın 31'inde (%15,2) yaşa yönelik bir kısıtlama getirilmiş ve 31 ilanın 2'sinde (%6,4) 26 yaşından küçük, 2'sinde (%6,4) 30 yaşından küçük, 24'ünde (%77,5) 35 yaşından küçük, 1'inde (%3,3) 40 yaşından küçük ve 2'sinde (%6,4) 40 yaşından büyük eleman isteği belirtilmiştir (Şekil 5).

explanations are made. This leads us to the conclusion that companies working in the furniture industry in Turkey are not aware of the existence of educational institutions offering their services in these fields. While the specific information being enumerated in the ads help to define several of the requests in a correct way, no diploma whatsoever has been mentioned with its proper, original name.

3.4. Other Knowledge And Skills Requested By The Turkish Furniture Industry

Ads posted by companies working in the furniture industry have been analysed also according to such personal characteristics and gains as gender, age group, experience, military service, possession of a driving license, knowledge of a foreign language and knowledge of computers of the staff to be employed. The results are given below.



3.5. Gender Issue

Out of a total of 204 ads gender has been specified in only 9 of them (4.4%). In 4 of the 9 ads (44.5%) male personnel was the subject, and in 5 of the 9 ads (55.5%) female personnel was searched for (Figure 4).

3.6. Age Limit

In 31 (15.2%) out of a total of 204 ads the age of the person to be employed was limited in the following way : in 2 (6.4%) of the 31 ads the person requested had to be under the age of 26 in another 2 (6.4%) the person had to be under the age of 30, in 24 of the ads (77.5%) the respective person had to be under the age of 35, in 1 ad (3.3%) the age limit was set to be less than 40, and in another 2 ads (6.4%) the age of the person to be employed was requested to be over 40 years (Figure 5).

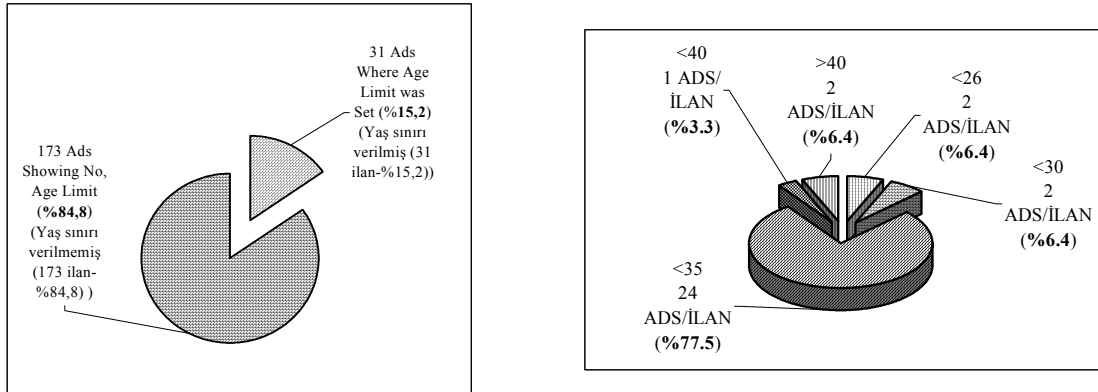
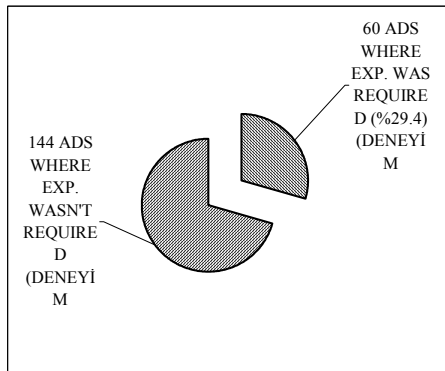


Figure 5. Age distribution of staff to be employed in furniture industry companies
Şekil 5. Mobilya endüstrisi firmalarının eleman isteklerinin yaşlara göre dağılımı

3.7. Deneyim

Toplam 204 adet ilanın 60'ında (%29,4) deneyime göre bir kısıtlama getirilmiş ve deneyim şartına yönelik 60 ilanın 5'inde (%8,4) en az 2 yıl, 42'sinde (%70) en az 3 yıl, 3'ünde (%5) en az 4 yıl, 6'sında (%10) en az 5 yıl, 1'inde (%1,6) en az 6 yıl, 3'ünde (%5) en az 10 yıl deneyim şartı isteği belirtilmiştir (Şekil 6).



3.7. Experience

In 60 out of a total of 204 ads (29.4%) experience was requested in such a way that in a total of 5 (8.4%) out of the 60 at least two years of experience was requested, in 42 (70%) at least three years, in 3 (5%) at least four years, in 6 (10%) at least five years, in 1 (1.6%) at least six years, and in 3 (5%) out of the 60 ads mentioned at least ten years of experience was requested as a precondition for employment (Figure 6).

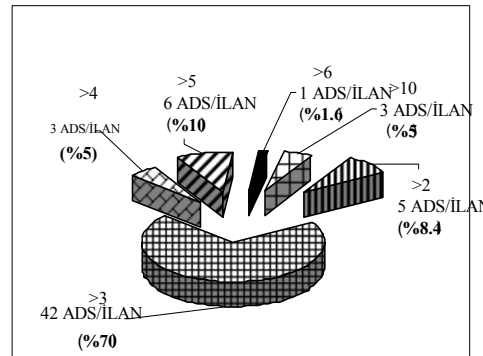


Figure 6. Distribution of employment ads by furniture industry companies requiring periods of experience
Şekil 6. Mobilya endüstrisi firmalarının eleman isteklerinin deneyim sürelerine göre dağılımı

3.8. Askerlik

Toplam 204 adet ilanın 80'inde (%39,2) erkek adayların askerliklerini yapmış olma şartı belirtilmiştir. İlanların %60,8'inde askerlik yapmış olma şartı aranmamaktadır (Şekil7).

3.8. Military Service

In 80 (39.2%) out of a total of 204 ads it was mentioned as a precondition for male candidates to have finished their military service. In the remaining 60.8% of all the ads military service was not mentioned in any way (Figure 7).

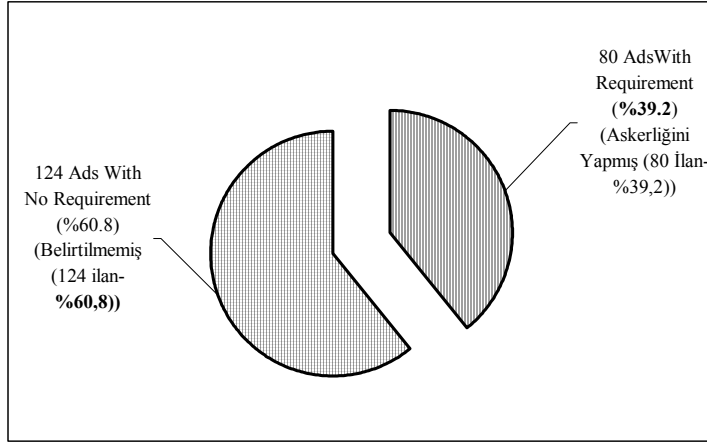


Figure 7. Distribution of employment ads according to status of military service
Şekil 7. Mobilya endüstrisi işletmelerinin eleman isteklerinin askerlik durumuna göre dağılımı.

3.9. Oto Ehliyeti Sahipliği

Toplam 204 adet ilanın 18'inde (%8,8) adayların oto ehliyetine sahip olması şartı getirilmiş, 186'sında (%91,2) ehliyete sahip olma şartı aranmamıştır (Şekil 8).

3.9. Driving License

In 18 (8.8%) out of a total of 204 ads the candidates were requested to have a driving license; in the remaining 186 ads (91.2%) candidates were not required to possess a license (Figure 8).

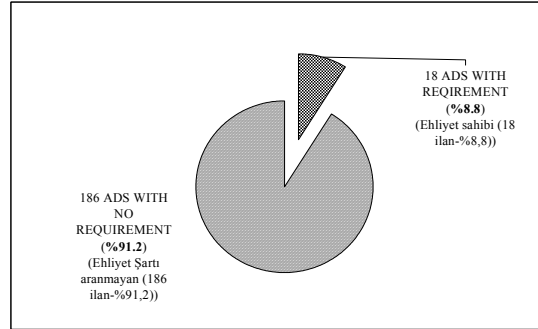


Figure 8. Distribution of employment ads according to possession of driving license
Şekil 8. Mobilya endüstrisi firmalarının eleman isteklerinin oto ehliyet sahipliğine göre dağılımı.

3.10. Yabancı Dil

Toplam 204 adet ilanın 79'unda (%38,7) "yabancı dil bilme" şartı aranmıştır. 79 ilanın 53'ünde (%67) adayların İngilizce, 4'ünde (%5) Almanca, 1'inde (1,3) İtalyanca, ve 21'inde (%26,7) dil türü belirtilmeden herhangi bir yabancı dil bilmesi zorunluluğu konmuştur (Şekil 9).

3.10. Knowledge of Foreign Languages

In 79 (38.7%) out of a total of 204 ads the knowledge of foreign languages was a precondition for employment. In 53 (67%) of these 79 ads the foreign language requested was English, in 4 (5%) it was German, in 1 ad (1.3%) Italian was requested, and in 21 ads (26.7%) only the general precondition of knowing a foreign language was laid down without specifying the language any further (Figure 9).

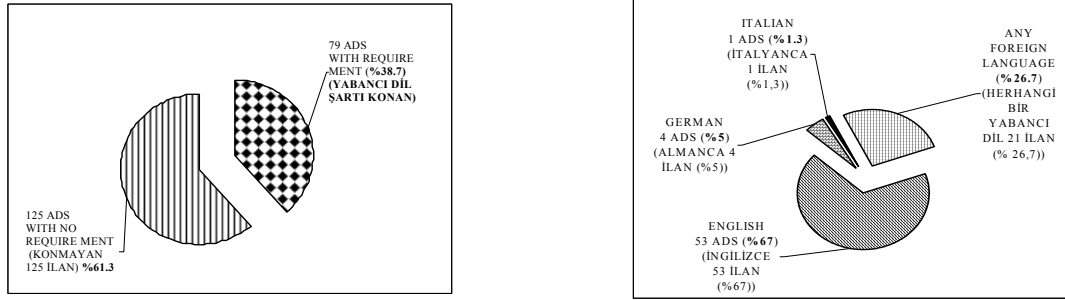


Figure 9. Distribution of employment ads according to knowledge of foreign languages
Şekil 9. Mobilya endüstrisi firmalarının eleman isteklerinin yabancı dil bilme şartına göre dağılımı.

3.11. Bilgisayar Kullanımı

Toplam 204 adet ilanın 104'ünde (%50,9) "bilgisayar kullanma" şartı getirilmiş, 104 ilanının 64'ünde (%61,5) genel anlamda bilgisayar kullanımı (Office), 32'sinde (%30,8) çizim paket programı AUTOCAD ve 8'inde (%7,7) planlama paket programı kullanma şartı aranmıştır (Şekil 10). Ortaya çıkan %51'lik oran, mobilya endüstrisi işletmelerinin yoğun olarak bilgisayar ve bilgisayar teknolojilerini İşletme faaliyetlerinde kullanmaya başladıklarını göstermektedir.

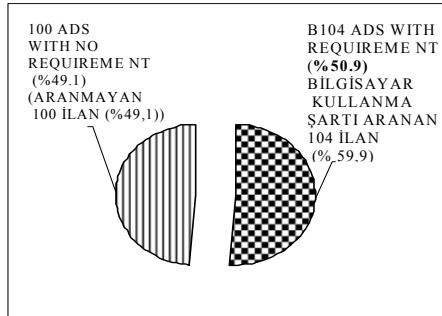
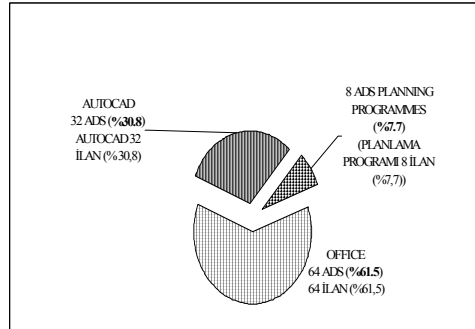


Figure 10. Graphical distribution of employment ads according to use of computers
Şekil 10. Mobilya endüstrisi firmalarının eleman isteklerinin bilgisayar kullanabilme şartına göre dağılımı.

3.11. Use of Computers

In 104 (50.9%) out of a total of 204 ads the use of computers was requested as a precondition. In 64 (61.5%) out of these 104 ads working with the Office Program was required, in 32 (30.8%) knowledge of the graphic program package AUTOCAD was searched for, and in 8 of the ads (7.7%) the use of program packages for planning strategies was required. It appeared that in a ratio of 51% companies of the furniture industry started to use computers and computer technology for their management processes (Figure 10).



3.12. Diğer Özellikler

Mobilya endüstrisi işletmeleri, kadrolarına almak istedikleri yönetici pozisyonundaki elemanlarda, bölümsel bazda, aşağıda verilen teknik, sosyal, kültürel, yapısal ve idari özellikler aramaktadırlar :

3.13. Üretim

Üretimle ilgili tüm çalışmalarını üstlenecek, koordinasyon ve idari becerisi yüksek, sosyal yönü kuvvetli, organizasyon açısından kuvvetli, genç, dinamik, konuyu bilen, disiplinli, takım çalışmasını benimsemiş.

3.14. Planlama

Kordinasyon ve organizasyona önem veren, dinamik,

3.12. Other Characteristics

Companies of the furniture industry are searching on a departmental basis in their personnel to be employed in management positions for the following technical, social, cultural, structural and administrative characteristics :

3.13. Production

The respective person should be able to follow the complete production process, should be successful in respect to co-ordination and administrative activities, should be active in his/her social environment, be able to organise the production process, should have a young and dynamic personality, should be in possession of all necessary knowledge concerning the subject, and should work in a disciplined style, favouring team-work.

3.14. Planning

Importance here should be laid on co-ordination and

disiplinli, çalışkan, teknik becerisi yüksek, stok kontrol sistemlerini bilen.

3.15. Pazarlama

Malzemeyi tanıyan, üretimi bilen, insan ilişkilerinde başarılı, çalışkan, sosyal, atak, kendine güvenen, giyinişine özen gösteren, diksiyonu düzgün, aktif, motivasyonu yüksek.

3.16. Satış

Görünümüne özen gösterip iyi giyinen, diksiyonu düzgün, kendine güvenen, ikili ilişkileri iyi, aktif, takım çalışmasını benimsemiş, ikna yeteneği yüksek.

3.17. Kalite (Kontrol, güvence, yönetim)

Üretimi bilen, toplam kalite anlayışını benimsemiş, kalite kavramlarını özümsemiş, takım çalışmasını benimsemiş, planlı, aktif, idari becerisi yüksek.

3.18. Tasarım

Kendisiyle barışık ve kendine güvenen, özgün, aktif, insan ilişkileri iyi, takım çalışmasını benimsemiş, diğer birimlerle uyumlu çalışabilecek, yapı malzemelerini ve bu malzemelerin üretimini bilen.

3.19. Show-room

Görünümüne özen gösterip iyi giyinen, diksiyonu düzgün, takım çalışmasını benimsemiş, insan ilişkileri iyi, dinamik, sunumu iyi, ikna yeteneği yüksek, konu hakkında bilgili.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Mobilya Endüstrisi firmaları %58,9 gibi ağırlıklı bir yüzde ile işletmelerinin pazarlama bölümünde çalışacak yönetici pozisyonunda eleman aramaktadırlar. Pazarlama alt birimleri arasındaki dağılım ise, Show-room %15,7 , Proje %14,2 , Tasarım %11,8 , Satış %10,8 , genel pazarlama %6,4 şeklindedir. İstihdam açısından pazarlama bölümünü %11,3'lük bir oran ile üretim, %10,8'lik bir oranla planlama bölümleri takip etmektedir. Pazar ve pazarlama kavramlarının küreselleştiği gözönüne alındığında, Türkiye Mobilya Endüstrisi firmalarının ciddi bir şekilde bu yeni duruma ayak uydurmaya çalıştıkları görülmektedir.

organisation, coupled with dynamism and disciplined working behaviour. Technical understanding should be on a high level as well as working ability with systems on stock-keeping.

3.15. Marketing

Knowledge of materials and the whole production process is required. Candidates should be successful in his/her human relationships, hard-working, with social ability and entrepreneurial spirit. Candidates should rely on his/herself, pay attention to dressing habits, be able to talk in the right style and manner, be active and highly motivated.

3.16. Sales

Here the habit of dressing well is important. Candidates should rely on his/herself, be able to talk in the right style and manner, should be strong in mutual relations, be active and prefer team-work and be able to convince his/her counterparts.

3.17. Quality (Control, Safety, Management)

Candidates should know the production process, should be aware of quality standards and the meaning of quality. Team-work should be favoured; active, planned working-style and success in management activities should be highly developed.

3.18. Design

Candidates should be of a quiet nature, relying on themselves ; they should also be active in the development of their human relationships and prefer team-work: They have to co-operate with other units and have to know materials for design and their respective production processes.

3.19. Show-Room

Habits for dressing well should be developed. Expressions should be well-mannered and styled, team-work should be preferred. Candidates have to master human relations, should have dynamic qualities for presentation and be able to convince their counterparts. They need to have detailed knowledge of the subject.

4. CONCLUSION

About 58.9% of all companies working in the furniture industry are looking especially for their marketing departments for personnel to be employed in managerial positions. Concerning the random sample between the units of marketing, it is 15.7% for show-room, 14.2% for projects, 11.8% for design, 10.8% for sales, and 6.4% for general marketing. The first place within the marketing department is held by the field of production with a total of 11.3%, followed by the planning department with a total of 10.8%. When we consider the process of globalisation of the terms market and marketing, it becomes obvious that the companies working in the furniture sector in Turkey are seriously trying to keep pace with this new condition.

Türkiye Mobilya Endüstrisi firmalarının işletmelerinde çalıştırmak istedikleri unvan tercihleri ise Mimar (%17,6), İç Mimar (16,6) , Ağaççileri Endüstri Mühendisi (%15,2), Endüstri Mühendisi (%7,8) ve diğerleri şeklindedir. Mobilya endüstrisi işletmelerinin ağaççileri Endüstri Mühendisi ve Endüstri Mühendisi tercihlerine yönelik bu bulgular, Koç ve Aksu (1998)'in bulguları ile uyumlu olmakla beraber Mimar tercihi (%16,9) bir artış ve Orman Endüstri Mühendisi tercihi (%8,6) bir azalış vardır. Üniversite mezunu ve herhangi bir unvan belirtmeden yapılan isteklerin oranı ise toplam %27 ile dikkat çekicidir Bu durum, işletmelerin mesleki ve teknik eğitim konusunda tam anlamıyla yeterli bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir.

İşletmelerin yapısal bölümlerine göre hangi ünvanları tercih ettikleri analiz edildiğinde Üretim'de Ağaççileri Endüstri Mühendisleri (%43,6) , Planlama'da Ağaççileri Endüstri Mühendisleri ve Endüstri Mühendisleri (%22,7) , Showroom'da Mimarlar (%34,4) ve İç Mimarlar (%25) , Satış'ta İşletme / İktisatçılar (%22,7) ve Mimarlar (%18,2), Tasarım'da Mimarlar ve Endüstri Ürünleri Tasarımcıları (%20,8), Proje'de İç Mimarlar (%37,9), Mimarlar (%27,6) ve Ağaççileri Endüstri Mühendisleri (%20,7), Kalite yönetiminde Endüstri Mühendisleri (%33,2) ve Ağaççileri Endüstri Mühendisleri-Mühendisler (%16,7), Fabrika Müdürlüğü/ Genel Müdürlük'te Ağaççileri Endüstri Mühendisleri tercihleri ön plana çıkmaktadır.

Firmalar, yönetici pozisyonunda çalışacak elemanlarda ciddiye alınacak derecede (%95,6) cinsiyet ayrımı yapmamaktadırlar. Ayrıca, %77,5'luk bir oranla çalıştıracakları elemanların 35 yaşından küçük olmasını istemektedir.

Deneyimli eleman arama oranı % 29,4 şeklinde gerçekleşmiş ve en az deneyim zamanı %70'lik bir oranla 3 yıl üzerine yoğunlaşmıştır.

Askerlik hizmetini yapmış olma oranı % 39,2, Oto ehliyeti sahipliği % 8,8 olarak çıkmıştır.

Yabancı dil bilen eleman arama oranı %38,7 olarak çıkmış, bu orana denk düşen sayının %26'sında dil türü belirtilmemiş, geri kalan sayının %67 oranıyla İngilizce en çok tercih edilen yabancı dil konumundadır. Bunu Almanca ve İtalyanca izlemektedir.

İlanların %50,9'unda "bilgisayar kullanma" şartı getirilmiş, sırayla Office, AutoCAD ve planlama paket programları kullanabilme yeterliği istenmiştir.

Ortaya çıkan bu genel sonuçlar incelendiği zaman üretim faaliyetleri ile ilgili olarak Ağaççileri Endüstri Mühendisliği'nin , Pazarlama ve Pazarlama alt faaliyetleri ile ilgili olarak da Mimarlık ve İç Mimarlık uzmanlık alanlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durumda, bir dereceye kadar Ağaççileri Endüstri Mühendisliği hedefine ulaşmış gibi gözükse de bu endüstriye yönelik eğitim veren diğer uzmanlık alanları ile birlikte bu endüstriye yön verme hedefini tam olarak gerçekleştirilememiş gözükmektedirler. İç Mimarlık ve Mimarlık uzmanlık alanlarının pazarlama ile ilgili faaliyetlerde ön plana çıkmalarındaki ana neden programlarını tasarım/proje ağırlıklı derslerle yoğunlaştırmalarından ve buradan mezun olanların daha sosyal, atak ve ikili ilişkilerde başarılı olması olabilir. Çünkü, pazarlama ile ilgili ilanlarda, adayların mobilya endüstrisinde kullanılan malzemeleri tanımaları ve üretimi

Concerning the diplomas requested from the furniture staff, the enumeration is as follows: architect (17.6%), architect of the interior (16.6%), wood products industrial engineer (15.2%), industrial engineer (7.8%), and others. The fact that the ratio of requirements not specifying any degree and just being content with university graduates 27%, calls for attention. This leads us to the conclusion that companies working in the furniture industry in Turkey are not aware of the existence of educational institutions offering their services in these fields. Although Wood Products Industrial Engineering and Industrial Engineering diplomas preferences of the furniture industry companies are harmonious with the findings of Koç and Aksu(1998) there is an increase of 16.9% for Architect preferences and a decrease of 8.6% for Forestry Industrial Engineering preferences according to the results of this study.

According to the requests of every single department, the most preferred diplomas were wood products industrial engineers in the production department (43.6%), wood products industrial engineers and industrial engineers in the planning department (22.7%), architects (34.4%) and interior designers (25%) in the show-room department, management/financial operators (22.7%) and architects (18.2%) in the sales department, architects and industrial products designers in the design department (20.8%), interior designers in the project department (37.9%) as well as architects (27.6%) and wood products industrial engineers (20.7%), industrial engineers (33.2%), wood products industrial engineers and engineers (16.7%) in the quality control department, and wood products industrial engineers at the directorial/directorate general level.

The companies do not differentiate in a serious manner (95.6%) between the sexes when looking for personnel to be employed in management positions. In a ratio of 77.5% the candidates for work should be younger than 35 years of age.

In 29.4% of all cases people with experience were required; here in a ratio of 70% the period of experience should be at least 3 years.

In 39.2% of all cases military service had to be done before starting work, and the percentage where the possession of a driving license was required had been fixed at 8.8%.

In 38.7% of all cases the knowledge of a foreign language was required. In 26% of all ads no further details were given, but in 67% of all cases English was the language requested from the future employee, followed by German and Italian.

50.9% of all cases requested the use of computers. The candidates had to be competent in Office, AUTOCAD and in planning program packages.

Upon examination of these general results we can see that concerning the production process the expert area of wood products industrial engineering has taken the first place, followed by architecture and interior designing for marketing and all sub-activities connected with marketing. In this case we may say that wood products industrial engineering has reached its aims to a certain degree, but we cannot say that educational measures directed towards this industry in co-operation with other expert fields were able to realise the afore-mentioned goals in an all-embracing manner. The main reason for the expert fields of architecture and interior designing to be on the forefront

bilmeleri istenmekte ve mimar/iç mimar şartı konmaktadır. Ancak; bu şartlara yönelik eğitim Teknik Eğitim Fakülteleri Ağaçşileri/ Mobilya dekorasyon bölümleri, Ağaçşileri Endüstri Mühendisliği ve Orman Endüstri Mühendisliği alanlarında verilmektedir. Bu çelişkinin giderilebilmesi için anılan bölümlerin Tasarım/proje ve Pazarlama gibi uzmanlık alanları oluşturup, öğrencilerin sosyalliğini ve ikili ilişkilerini geliştirici faaliyetlere önem vermeleri, pazarlama ve alt faaliyetlerine ilgi duyan öğrencileri bu alana kanalize etmeleri gerekmektedir.

Bir başka önemli nokta da, pazar şartlarının küreselleşmesi ve üretimde ve her türlü iletişimde bilgisayar teknolojilerinin ön plana geçmesi nedeniyle, mobilya endüstrisine yönetici eleman yetiştirmeye yönelik eğitim veren bölümlerin, öğrencilerin en az bir yabancı dili (İngilizce) yeterli seviyede bilmelerini, bilgisayar teknolojilerine adapte olmalarını ve bilgisayar kullanabilmelerini sağlamaları gerekmektedir.

when it comes to marketing activities is that the programs were intensified with courses concentrating on design and project; another reason may be the fact that graduates in mentioned fields are more successful in their social and mutual relationships. In ads related to marketing it was considered a prerequisite that the candidates should know the materials being used in the furniture industry and should also have knowledge of the production process. However, an education being directed totally towards this field is offered only in the departments of the technical faculties related to wood products and furniture decoration as well as in the fields of wood products industrial engineering and forestry industrial engineering. In order to soften the effects such an unsuitable condition may have on educational measures in general, the departments mentioned have also started to give courses in the expert fields of design/project and marketing, paying importance to the fact that the students should develop their social abilities and mutual relationships. But it is necessary to direct those students showing an interest for marketing and all related activities towards the before-mentioned area.

Another important feature is that upon globalisation of market conditions and production as well as the urgent need to use computer technologies in all kinds of communication, the departments aiming at forming personnel in administrative positions for the furniture industry have to guarantee that the students being educated in these fields know at least one foreign language (possibly English) in a sufficient manner, can make use of computers and be able to adapt themselves to new computer technologies.

REFERENCES/ KAYNAKLAR

1. Morales, M., and Xavier, F., "Human Capital in the Industrial Districts", *Human Systems Management*, 20 (4): 319-331 (2001).
2. Basu, D.R. and Miroshnik, V., "Strategic Human Resource Management of Japanese Multinationals: A case Study of Japanese multinational Companies in the UK", *The Journal of Management Development*, 18 (9): 714-722 (1999).
3. Carpinetti, L.C.R., Santos, F.C.A. and Goncalves, M.A., "Human Resources and Total Quality Management: Case Studies In Brazilian Companies", *The Total Quality Management Magazine*, 10 (2): 109-122 (1998).
4. Koç, K. H., and Aksu, B., "Place of the Forestry Industrial Engineering in the development process of the Turkish Forest Products Industry and Expectations of this Industry from Vocational Education Institutions", *Symposium on Forestry in the 75th Anniversary Year of Turkish Republic*, Istanbul: 146-155 (1998).
5. Field, R., "The Flexible Workforce: Redefining the Role of HR", *Management Development Review*, 9 (1): 5-16 (1996).
6. Correa, H.L., "The Flexibility of technological and Human Resources in Automotive Manufacturing", *Integrated Manufacturing Systems*, 5 (1): 53-67 (1994).
7. Hürriyet, *Turkish Daily Newspaper*, Daily Circulations in the Period between April 1998 and May (2002).
8. Milliyet, *Turkish Daily Newspaper*, Daily Circulations in the Period between April 1998 and May (2002).
9. Sabah, *Turkish Daily Newspaper*, Daily Circulations in the period Between April 1998 and May (2002).