DOI No: <http://dx.doi.org/10.29228/Joh.51600>

Authenticity process is conducted by

Makale Türü: Araştırma makalesi
Geliş Tarihi: 31-05-2021
Kabul Tarihi: 21-10-2021
On-line Yayın: 31-10-2021

Article Type: Research article
Submitted: 31-05-2021
Accepted: 21-10-2021
Published Online: 31-10-2021

Atıf Bilgisi / Reference Information

Özenir, Y. & Ersoy, H. (2021). Çeviri İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Kalite Yönetim Sistemlerinin Kriterlerine Göre İncelenmesi: Almanya'daki ve Türkiye'deki Çeviri İşletmeleri Örneği. *Journal of History School*, 54, 3607-3636.

ÇEVİRİ İŞLETMELERİNİN İNTERNET SİTELERİNİN KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİNİN KRİTERLERİNE GÖRE İNCELENMESİ: ALMANYA'DAKİ VE TÜRKİYE'DEKİ ÇEVİRİ İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ¹

Yasin ÖZENİR² & Hüseyin ERSOY³

Öz

Globalleşmeyle birlikte çeviri ürünü veya hizmeti talep edecek olan bir müşterinin, dünyanın birçok yerindeki çeviri işletmelerden ilgili ürünü veya hizmeti temin edebilmesi daha kolay bir hale gelmiştir. Durum böyle olunca müşteri, kendisine kalite ve fiyat anlamında en iyi seçeneği sunacak olan işletmeyi tercih etmeye yönelmiştir. Çeviri işletmeleri ise bu durum karşısında, kendi işletme yapısı içerisinde yer alan tüm paydaşları geliştirerek ve güncel tutarak, müşterinin bir ürün veya hizmette talep ettiği kalite ve fiyatı sunabileceği görülmüştür. Bu bağlamda çeviri işletmelerinin ürünlerinde veya hizmetlerinde talep edilen kalite anlayışına sahip olup olmamaları, buna ulaşmak için hangi noktaları dikkate aldıkları incelenmiştir. Ayrıca günümüz işletmeleri için önem teşkil eden ve müşterinin odak alındığı bir anlayış olan toplam kalite yönetimi çerçevesinde çeviri işletmelerinin kendi internet sitelerinde yer vermiş oldukları bilgiler değerlendirilmiş ve kalitenin sağlanması için önemli bir sisteme sahip olan kalite yönetim sistemleri kapsamında bu bilgiler incelenmiştir. Nitekim rekabet ortamının giderek arttığı

¹ Makale yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %60, 2. yazar: %40.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çeviribilim Anabilim Dalı, yasin.ozenir1@ogr.sakarya.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7583-5668

³ Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Almanca Mütercim ve Tercümanlık Anabilim Dalı, hersoy@sakarya.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7078-6705

günümüz şartları içerisinde, müşterilerin kendi işletmesini tercih etmesini sağlamak isteyen bir çeviri işletmesinin, müşterinin talep edeceği bir ürün veya hizmette arayacağı kaliteyi sağlamak için gerekli düzenlemeleri yapmasının bu çerçevede önem taşıdığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çeviri, Çeviri İşletmeleri, Kalite, Çeviri Ürünü

Investigation of the Websites of Translation Companies According to the Criteria of the Quality Management Systems: The Example of Translation Companies in Germany and Turkey

Abstract

With globalization, it has become easier for a customer who requests a translation product or service to obtain the relevant product or service from translation companies in many parts of the world. In this circumstance, the customer prefers the business that offers them the best option in terms of quality and price. In the face of this situation, translation companies might offer the quality and price requested by the customer for a product or service by developing and keeping all stakeholders in their business structure up-to-date. In this context, in this study, it was tried to examine whether translation companies have the quality understanding demanded for their products or services and which points they take into account in order to achieve this. In addition, the information provided by the translation companies on their websites was evaluated within the framework of the total quality management, which is a customer-focused understanding that is important for today's companies and this information was examined within the scope of the quality management systems, which have an important system for ensuring the quality. As a matter of fact, in today's conditions where the competitive environment has been increasing, it is important in this context that a translation company which wants to ensure its customers to prefer his/her own business and which has made the necessary arrangements to ensure the quality that the customer seeks in a product or service.

Keywords: Translation, Translation Companies, Quality, Translation Product

GİRİŞ

Bu çalışma kapsamında, çeviri işletmelerinin sundukları ürün veya hizmetlerde hangi noktaları göz önünde bulundurarak, kaliteyi sağlamaya çalıştıkları toplam kalite yönetimi bağlamında incelenecektir. Bu çerçevede, Almanya'da yer alan bir Çeviri Derneği ile Türkiye'de yer alan bir Çeviri Derneği seçilerek içerisinde üye olarak bulunan çeviri işletmeleri değerlendirilecektir. Çeviri işletmeleri seçilirken, çeviri derneklerinin baz alınması, kurumsal bir yapı taşımalarındandır. İki farklı ülkenin tercih edilmesi ise, farklı ülkelerdeki çeviri işletmelerinin kaliteyi sağlamak adına hangi kriterleri sağlamaya çalıştıklarını

görmemize ve karşılaştırmamıza fırsat oluşturacaktır. Değerlendirme ise çeviri işletmelerinin kendi internet sitelerinde yer vermiş oldukları bilgilerden hareketle, müşterinin talep edeceği bir ürün veya hizmette kaliteyi sağlamak adına neleri dikkate aldıkları, hangi kriterleri karşıladıkları ile ilgili olacaktır. Çalışmamız kapsamındaki incelemeler belirli parametreler ışığında olacaktır.

Önceki cümlelerimiz bağlamında, ilk olarak kalite tanımları ile birlikte toplam kalite yönetiminin nasıl tanımlandığı ve içerisinde hangi öğeleri barındırdığı gibi bilgilerin yanında, kalitenin sağlanması adına önemli sistemler olarak ifade edebileceğimiz kalite yönetim sistemleri içerisinde iki tanesine (ISO 9000 ve EFQM kalite yönetim sistemleri) yer verilecektir. Daha sonraki süreçte ise, Almanya’da yer alan bir Çeviri Derneği olan Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. ve Türkiye’de yer alan bir Çeviri Derneği olan Çeviri İşletmeleri Derneği içerisinde üye olan çeviri işletmeleri tespit edilecektir. Tespit edilen çeviri işletmelerinin internet sitelerinde yer alan bilgiler ışığında bir ürün veya hizmeti sunarken neleri dikkate aldıkları, hangi noktaları göz önünde bulundurdıkları incelenecektir. Bu çerçevede oluşturulacak olan parametreler ışığında çeviri işletmelerinin internet sitelerindeki ilgili bilgiler toplam kalite yönetimi odaklı olarak incelenecektir. Bu bağlamda her iki dernek içinde ayrı ayrı oluşturulacak olan gruplar ile hem ayrı ayrı hem de karşılaştırmalı olarak ilgili parametreler çerçevesinde çeviri işletmeleri değerlendirilecektir. Bunun sonucunda oluşan veriler ışığında bir değerlendirme yapılacak olup, önerilerde bulunulacaktır. Çeviri işletmeleri ile ilgili değerlendirmelere yer vermeden önce, çalışmamız kapsamında önemli yere sahip olan kimi noktalara değinilmesi, çalışmamızın daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Bir önceki cümlede belirtilen noktalardan biri gelişen ulaşım olanaklarıdır. Nitekim globalleşme ile birlikte ülkeler arası ulaşım olanaklarının daha da kolay hale gelmesi ile ürün talebinde bulunacak olan bir müşterinin sadece kendi bulunduğu ulusal veya bölgesel düzeyde değil, uluslararası düzeydeki diğer ülkelerde bulunan işletmelerden de talep ettiği iş ile ilgili talepte bulunabilme ihtimaline böylece kavuştuğu söylenebilmektedir.

Bir önceki paragraftan da anlaşılacağı üzere, sadece ulusal veya bölgesel şartlara göre kendini geliştirmesinin yeteceğini düşünen işletmelerin, müşteri beklentilerini karşılamak adına kendini bu bağlamda geliştirmesi gerekecektir. Bu bağlamda ürününü pazarlamak isteyen ve diğer işletmelere karşı rekabeti de kaybetmek istemeyen işletmelerin kendilerini geliştirmenin yanında, müşteri beklentilerini de daha yakın odağa alması gerekecektir. Buraya kadar belirtilen bilgilerin yanında, çeviri işletmeleri çalışmamızın odak noktasını

oluşturduğundan; Skopos kuramının müşteri beklentileriyle, bir diğer ifadeyle müşterilerin talep ettiği ürünün istediği amaca yönelik olarak işlev görmesi talebi ile örtüştüğü kimi noktaları görebiliriz. Vermeer ve Reiss'e göre çevirmenin, erek metnin amacını belirlemek ve bu amacı yerine getirebilmek için erek kültür ve erek dil hakkında yeterince bilgiye sahip olması gerektiği belirtilmektedir (Reiss ve Vermeer, 1984, s.102). Bu bağlamda, erek kitle için hazırlanacak olan ilgili ürünün, bir diğer ifadeyle ilgili metnin hitap edeceği kitle hakkında yeterince bilgiye sahip olması gerektiği ve bu bilgiye sahip olduğu takdirde ilgili ürünü hazırlaması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu durumu müşteri beklentileriyle ilişkilendirebiliriz. Nitekim müşteri beklentilerini bilmeyen veya dikkate almayan bir çeviri işletmesi, müşteri tarafından talep edilen bir ürün karşısında, istenilen düzeyde bir ürün ortaya koyamayabileceği gibi, müşterinin bu işletmeyi bir daha seçmemesine de neden olacağı bu bağlamda dile getirilebilmektedir. Çünkü Reiss ve Vermeer'e göre bir çevirinin başarısını belirleyen durumun, belirlenen amaca uygun olması olarak ifade edildiği görülmektedir (Gürçağlar, 2019, s.125). Sonuçta müşteri, en iyi ürüne, bir diğer ifadeyle en kaliteli ürüne sahip olarak, ilgili ürünün kendi kullanacağı amacı çerçevesinde en iyi düzeyde bu amaca hizmet edebilecek işlevsel bir nitelikte olmasını isteyecektir. Bu durum karşısında işletmelerin, diğer rakip çeviri işletmeleriyle hem rekabet içerisinde olmak hem de kurumlarının müşteri beklentilerini karşılayan kaliteli ürünler ürettikleri ve bunu ifade etmek adına da belirli kalite kriterlerini sağladıkları ile ilgili bilgilere internet sitelerinde yer verdikleri görülmektedir.

Bir önceki cümlede bahsedilen ve çalışmamız kapsamında inceleyeceğimiz çeviri işletmelerinin kendi internet sitelerinde yer vermiş oldukları kalite vurgularına yer vermeden önce, açıklamamız gereken kimi kavramlar ve ilgili bilgiler bulunmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak kalite kavramı ile ilgili tanımlara yer vermemiz, kalite kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Hunt (1993), bir kalite uzmanı olan Juran'ın kaliteyi, kullanıma uygunluk olarak tanımladığını belirtirken, Crosby'nin ise kaliteyi istenen özelliklere uygunluk olarak tanımladığını belirtilmektedir (akt. Aktan, 2012, s.239). Janakiraman ve Gopal ise kaliteyi, müşteri ihtiyaçlarını karşılanması ile birlikte eksikliklerin giderilmesini sağlayan ürün özelliklerinden oluştuğunu dile getirmektedirler (Janakiraman ve Gopal, 2006, s.2). Deming (1998), kalite kavramını, tüketicinin işletmenin üretmiş olduğu ürün ya da hizmet hakkındaki yargısı olarak ifade ederken, Ertuğrul (2004) Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu'nun tanımını, belirli bir malın ya da hizmetin müşteri isteklerine uygunluk derecesi olarak belirtildiği görülmektedir (akt. Balkul ve Ersoy, 2018, s.202). 1950'li ve 1960'lı yıllarda yapılan çalışmalar, ortaya koyulan fikirler ve küreselleşme süreci ile birlikte, kalite konusunun tüm işletme faaliyetlerine yön

veren temel bir kavram haline geldiği belirtilmektedir (Eker, 2012, s.4). 1950’li yıllarında ortaya çıktığı belirtilen kalite kavramının, 1980’lerde hızla yükselen rekabet karşısında zorunlu bir hal aldığı ve kalitenin artık yalnızca kar için değil marka faaliyetlerini sürdürmek için dikkate alınmaya başladığı belirtilmektedir. 1990’lı yıllarda müşteri odaklı bir yaklaşım olan TKY (Toplam Kalite Yönetimi) ön plana çıktığı ve 2000’li yıllarda müşteri odaklı ve çevre odaklı bir yönetim yaklaşımının benimsendiği ifade edilmektedir (Özuslu, 2018, s.16).

Bir önceki cümlede belirtilen bilgiden hareketle, Toplam Kalite Yönetimi kavramını açıklamak gerekmektedir. Toplam Kalite Yönetimi kavramının açılımı ile ilgili bilgilere Ersoy’un (2019) çalışmasında yer verilmektedir. Toplam Kalite Yönetimi kavramı içerisinde yer alan “Toplam” kavramı, üretim sürecine katılan bütün aktörlerin bir ortaklık iletişimi ile bütün süreçler boyunca bütün hiyerarşik konum, işlev ve uzmanlıkların dahil edilmesi ile halkla ilişkiler çalışmaların ve grup çalışmaların, bir ağıın kullanılmasıyla üretim sürecinde dahil edilmeleri olarak ifade edilmektedir (Ersoy, 2019, s.39). Toplam Kalite Yönetimi içerisinde yer alan bir diğer kavram olan “Kalite” kavramı ise, müşterinin hatasız ve sürekli iyileştirilmiş ürün ve hizmet beklentilerinin sürekli olarak dikkate alınmasını olarak ifade edildiği görülmektedir (Ersoy, 2019, s.40). Toplam Kalite Yönetimi kavramı içerisinde yer alan “Yönetim” kavramı ise, bir kalite geliştirme ve kalite oluşturma işinin bir yönetim işi olduğunu ve yöneticilerin kalite hedefleri oluşturmaları ve bunları gerçekleştirmek için de stratejiler geliştirilmeleri gerektiği görülmektedir (Kühl ve Schmidt, 2004, s.116; akt. Ersoy, 2019, s.40).

Bir diğer çalışmada ise Toplam Kalite Yönetiminin bir işletmedeki verimliliği maksimum seviyeye çıkarmak, sıfır hataya yaklaşmak ve tam anlamıyla müşteri tatminini sağlamak adına benimsenmesi gereken ve şirket içi tam katılımın sağlanması ile olan bir yönetim anlayışı olduğu belirtilmektedir (Eker, 2012, s.6). Toplam Kalite Yönetimi anlayışının tam olarak işlemesi için, içerisinde birçok önemli öge barındırmaktadır. Bu bağlamda çalışmamız ile ilintili bazı öğelerine değinilmeye çalışılacaktır. Vizyon kavramı bu öğelerden biridir. Vizyon kavramı ile incelemiş olduğumuz bir kaynak da gördüğümüz üzere vizyon olmadan bir hedefe ulaşmanın mümkün olmadığı dile getirilmektedir. Vizyon, gerçekleştirilebilir hedef anlamına geldiği görülmektedir (Aktan, 2012, s.242). Misyon bir diğer önemli kavramdır. Misyon kavramı, örgüt üyelerine bir yöne vermek ve anlam kazandırmak için belirlenmiş ve örgütü, diğer örgütlerden ayırt edilmesini sağlayacak uzun dönemli görev ya da amaç olarak dile getirilmektedir (Doğan, 2007, s.123).

Önceki paragraflarda bahsedilen önemli kavramlardan bir diğeri de, değerler kavramıdır. Değerler, bir işletmede neyin istendiği ve istenmediğini

belirleyen, iş görenlerin çoğu tarafından benimsenen inanç, ahlak prensipleri, kişisel tercihlere kadar birçok konuda, iyi, doğru ve güzel olarak nitelendirilen yargılara varmamızı sağladıkları belirtilmektedir (Sarp, 2017, s.133). Müşteri odaklılık bir diğer önemli kavramdır. Toplam Kalite Yönetimi içerisinde kullanılan iç ve dış müşteri kavramları, müşteri odaklılık ilkesi kapsamında her iki müşterinin de memnun edilmesi gerektiği belirtilmektedir. İç müşteriden kasıt, çalışanlardır. Dış müşteriden kasıt ise ürün ya da hizmeti satın alan kişi olarak ifade edilmektedir (Çakar, 2018, s.402). Bir diğer önemli kavram ise çalışanların geliştirilmesi ve katılımıdır. TKY’de (Toplam Kalite Yönetimi) eğitimin üst yönetimden alt düzeye kadar, kurum içerisinde yer alan tüm çalışanları kapsamalıdır (Kocamış, 2016, s.3). Sürekli iyileştirme (Kaizen) bir diğer önemli kavramdır. Bu anlayışa göre mevcut durum her zaman yetersiz olarak görülmekte ve sürekli gelişme ilkesinin, ilk kuruluştaki ve şimdiki şartların incelenerek sürekli olarak iyileştirilmesi, sürekli bir geliştirme olgusunun olması gerektiği ifade edilmektedir (Çakar, 2018, s.403). Üst kademe yönetiminin liderliği ve katılımı bir diğer önemli kavramdır. Üst yönetim liderliği; iş görenleri ve organizasyonu geliştirmek, performansı arttırmak ve stratejiler belirlemek adına TKY (Toplam Kalite Yönetimi) anlayışı içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Koç ve Topaloğlu, 2010, s.134).

Belirtilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere, işletmelerin kendi işletmelerinin tercih edilmesini veya bir diğer ifadeyle, rakip işletmelerden daha fazla tercih edilmelerini sağlamak için birçok etmeni göz önünde bulundurmaları gerektiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede işletmelerin, ürünlerini üretirken, ürünlerde belirli bir kalite niteliğine ulaşabilmek adına, bir takım kalite standartları bağlamında üretimlerini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda uluslararası düzeyde birçok sektör için önemli olarak ifade edebileceğimiz bir akreditasyon kurumu olan ISO’nun, çalışmamız kapsamında yer alan çeviri işletmeleri için de önemli bir yere sahip olduğundan, Ersoy’un (2020) söz konusu çalışmasında da yer verdiği ISO’nun kalite yönetim sistemleri içerisinde yer alan, ISO 9000 kalite yönetim sisteminin ilgili kriterlerine yer verilmesi bu çerçevede önem ifade etmektedir. Çalışmamız kapsamında yer alacak olan EFQM kalite yönetim sisteminin kalite ilgili kriterlerine de yer verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda ISO 9000 kalite yönetim sisteminin temel ilkeleri ile EFQM kalite yönetim sisteminin temel ilkeleri ile ilgili bilgilere Tablo 1 ve Tablo 1’in devamı olan Tablo 1 Devam tablosu içerisinde yer verilecektir.

Tablo 1

ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi İle EFQM Kalite Yönetim Sisteminin Temel İlkelerinin Ortaya Koyulması

ISO 9000 kalite yönetim sisteminin temel ilkeleri ⁴	EFQM kalite yönetim sisteminin temel ilkeleri ⁵
<p>Müşteri odaklılık: Müşteri gereksinimleri saptanmalı, karşılanmalı ve gelecekte daha fazlası sunulmalı.</p> <p>Yöneticilerin görevi: Yöneticiler, iş yerlerinin hedeflerini belirleme, iş yeri politikası, iş yeri kültürü gibi etmenleri oluşturmakla yükümlü olup, uzun vadeli olarak iş yerinin gelişmesini sağlayacak koşulları oluşturmaktadır.</p> <p>Personel odaklılık: Çalışanlar bir iş yerinin önemli kaynağı durumunda olduğundan, çalışanların becerilerini sergileyebileceği ve geliştirebileceği en iyi koşullar sağlanmalıdır. Bunun sağlanması ise en üst yönetimin görevidir, bir yönetim yükümlülüğüdür.</p> <p>Kararlara nesnel yaklaşım: Kararlar bilgi, sayı ve gerçeklerin nesnel analizi zemininde oluşturulmalı. Bu kategoriye ise müşteri odaklılık, ayrıntıların kayıt edilmesi, süreç parametrelerinin ve tedarikçilerin geçmişlerinin kaydedilmesi ilave edilebilmekte.</p> <p>Sistem odaklı yaklaşım: Bir iş yerinin süreçleri karşılıklı etkileşim içinde olduğundan, süreçler ve planlanmış önlemlerin sadece sistemsel kontrol, ölçme ve değerlendirme ile iyileştirilebilmekte.</p> <p>Süreç odaklılık: Süreç, etkinliklerden oluşan bir sistemi ifade etmektedir. Bir iş yerindeki iş süreçlerinin tanımlanması ve yapılandırılması süreç odaklı yönetimin konusu olarak ifade edilmektedir.</p>	<p>Sonuç odaklılık: Mükemmelliğin önemli ilgi gruplarının taleplerinin eşit bir şekilde yerine getirilmesine bağlı oldu ve bu kategori içerisinde de çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, genel olarak toplum ve iş yerinden maddi beklentileri olanlar yer almakta.</p> <p>Müşteri odaklılık: Ürün ya da hizmet kalitesinde nihai olarak müşterinin kanaati önemli olduğundan; müşteriye bağlılık, müşterinin cezbedilmesi ve pazar payı, mevcut ve potansiyel müşteri beklentilerinin belirgin bir şekilde sağlanması ile iyileştirilebilir.</p> <p>Yönetim ve hedef belirleme: Bir iş yeri yönetiminin tutumu, iş yerinin hedeflerinin belirlenmesinde ve iş yerinin ve çalışanlarının üstün başarı göstermelerini sağlayacak koşulların oluşturulmasında etkilidir.</p> <p>Süreç ve gerçeklerle yönetim: İş yerlerinin, birbirine bağlı olan bütün aktivitelerin anlaşıldığında ve sistemli bir şekilde yönetildiğinde, mevcut aktiviteler ile ilgili kararlar ve güvenilir bilgiler kapsamında planlı iyileşmeler yapıldığı takdirde etkili olabilmektedir. İlgi gruplarının da endişeleri dikkate alınması gerekmektedir.</p> <p>İşyeri çalışanlarının geliştirilmesi ve katılımının sağlanması: Çalışanlara, ortak değerlerin güven ve şahsi sorumluluklarını yansıtabilecekleri koşulların oluşturulması ile tam performanslarını en iyi şekilde yansıtabilirler.</p> <p>Sürekli öğrenme, inovasyon ve iyileştirme: Bir işyerinin başarısının, ancak yönetim, bilgi transferi, sürekli öğrenme, sürekli inovasyon ve iyileştirmeler uygulandığı takdirde yükseltilebilir.</p>

⁴ Kühl ve Schmidt, 2004, s.128; akt. Ersoy, 2020, s.4368-4369.

⁵ Kühl ve Schmidt, 2004, s.141; akt. Ersoy, 2020, s.4369-4370.

Tablo 1. Devam

<p>Tedarikçi ilişkilerinin yapılandırılması: Tedarikçilerle, katılım sağlayan aktörlerle ve iş yerleri ile iyi iletişimin kurulması, ortaklık ilişkileri kurma, karşılıklı değer oluşturma becerisini geliştirmeyi sağlamakta.</p> <p>Sürekli iyileştirme: Yönetim sistemin değerlendirilmesi, veri analizi, denetimler ve başka araçlar, ürün ya da hizmet kalitesinde sürekli iyileştirme sağlamakta.</p>	<p>Ortaklık oluşturma: Bir iş yeri, ilgili ortaklarıyla iki tarafa da kazandıracak olan güven, bilgi transferi ve entegrasyona dayalı ilişkiler kurulursa daha etkili çalışabilecek.</p> <p>Kamuya karşı sorumluluk: Bir iş yerinin ve ilgili çalışanlarının uzun vadeli çıkarlarını en iyi şekilde, toplumun beklentilerini ve kurallarını fazlasıyla sağlayan etik olarak sorunsuz bir tutum koruyabilir.</p>
---	---

YÖNTEM

Çalışmamızda hem Almanya'daki çeviri işletmeleri ile hem Türkiye'deki çeviri işletmelerinin internet sitelerindeki kalite vurguları ve kaliteyi sağlamak adına neler yaptıkları, aşağıda belirtilen Tablo 2 içerisinde yer alan parametrelere göre incelenecektir. Bu kapsamda, Almanya'da yer alan bir çeviri derneği ile Türkiye'de yer alan bir çeviri derneği seçilmiştir. Almanya için dernek olarak Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V.⁶ tercih edilmiştir. Türkiye için ise Çeviri İşletmeleri Derneği⁷ tercih edilmiştir. Almanya'da yer alan çeviri derneğinin üye sayısı toplam 35, Türkiye'de yer alan çeviri derneğinin üye sayısı toplam 45 olarak tespit edilmiştir. Almanya'daki çeviri derneği içerisinde yer alan çeviri işletmeleri ile Türkiye'deki çeviri derneği içerisinde yer alan çeviri işletmeleri farklı gruplar altında değerlendirilecektir.

Tablo 2

Değerlendirme Parametreleri

Tablolar İçerisinde Yer Alacak Olan Değerlendirme Parametreleri
İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi (A)
İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumların verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi (B)
İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi (C)
Müşteri odaklılık (D)
Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme (E)
Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması (F)
Sürekli öğrenme ve iyileştirme (G)

⁶ <https://www.qsd.de/> (Erişim tarihi: 26.04.2021)

⁷ <https://cid.org.tr/> (Erişim tarihi: 26.04.2021)

Çalışmamız kapsamında yer alacak olan bu parametreleri açıklamadan önce, çalışmamızın daha iyi anlaşılması için bir diğer konuya değinmemiz gerekmektedir. Tablo 2 içerisinde de görüldüğü üzere, her bir parametrenin yanında parantez içerisinde farklı bir harf yer almaktadır. Bunun nedeni ise, çalışmamız kapsamında oluşturacağımız Tablo 3 ve Tablo 5'in içerisinde yer alacak çeviri işletmelerinin sayılarının fazla olmasından bu tablolar uzun olacağından, bu tablolar içerisinde yer alacak olan parametreler harfler ile temsil edilecektir. Her bir parametre farklı bir harf ile temsil edilecektir. Böylece oluşturulacak olan Tablo 3 ve Tablo 5'in daha anlaşılır ve okunabilir olması sağlanacaktır. Ayrıca her bir parametreyi temsil eden harfler hangi parametreyi temsil ettikleri, oluşturulacak olan Tablo 3 ve Tablo 5 altında da dipnot olarak belirtilecektir. Bu bağlamda çalışmamız kapsamında yer alacak olan parametreleri açıklamak gerekirse eğer;

İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi: Değerlendirilecek olan ilgili çeviri işletmesinin, kendi internet sitesinde kalite kavramına yer verip vermediği incelenecektir. Böylece incelenecek olan çeviri işletmesinin kalite olgusunun farkında olup olmadığı ortaya konulmuş olacaktır.

İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumların verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi: Değerlendirilecek olan ilgili çeviri işletmesinin, kendi internet sitesinde sadece kalite akreditasyon kurumların verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilip belirtilmemesi incelenecektir. Bu parametre doğrultusunda incelenecek olan çeviri işletmesinde kalite olgusunun farkında olup olmadıkları ve işletme olarak bunu belgeleyip belgelemedikleri incelenecektir.

İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi: Değerlendirilecek ilgili çeviri işletmesinin, kendi internet sitesinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilip belirtilmemesi incelenecektir. Böylece bu parametre doğrultusunda incelenecek olan çeviri işletmesinin, sadece kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup olmadıkları değil, işletmelerinde kaliteyi sağlamak adına bu belgelerde veya sertifikalarda yer alan ilkelere göre hareket edip etmediklerine de internet sitelerinde yer verdikleri bilgiler bağlamında incelenecektir.

Önceki paragraflarda yer verilen ilk üç parametre çalışmamız kapsamında yer alan kalite yönetim sistemlerinin ortak ilkelerinden bağımsız olarak

oluşturulmuştur. Bu ilk üç parametreden sonra verilecek olan diğer dört parametre oluşturulurken, çalışmamız içerisinde değinilen **ISO 9000** ve **EFQM** kalite yönetim sisteminde yer alan ve ortak noktalarda buluşan ilkeler dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede, oluşturulacak olan tabloların daha düzenli ve anlaşılabilir olması adına, **her iki kalite yönetim sistemi için de ortak noktalara değindiği tespit edilen ilkeler**; her iki ilkeyi temsil edecek şekilde ortak bir başlık ile temsil edilecektir. Bir diğer ifadeyle oluşturulacak olan ortak başlıklar, her iki kalite yönetimi sistem içerisinde ortak noktalara değindiği tespit edilen ilkeleri ve onların dile getirdiği noktaları temsil edecektir. Bu parametreler rastgele olarak seçilmemiştir. Hem ISO 9000 kalite yönetim sistemi hem de EFQM kalite yönetim sisteminin ortak noktalara değindikleri ilkeler tercih edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede oluşturulan diğer dört parametre ve her iki kalite yönetim sistemi içerisinde yer alan ortak ilkeler aşağıda yer aldığı gibidir.

Müşteri odaklılık: Müşteri gereksinimleri saptanmalı, karşılanmalı ve gelecekte daha fazlası sunulmalı (ISO 9000). Ürün ya da hizmet kalitesinde nihai olarak müşterinin kanaati önemli olduğundan; müşteriye bağlılık, müşterinin cezbedilmesi ve pazar payı, mevcut ve potansiyel müşteri beklentilerinin belirgin bir şekilde sağlanması ile iyileştirilebilir (EFQM). Bu bağlamda oluşturulan ortak başlık olan “Müşteri odaklılık” için her iki ilke içerisinde belirtilen tüm noktalar dikkate alınacak olup, ilgili ilkeler içerisinde yer alan tüm noktaların veya bir noktanın belirtilmesi kapsamında değerlendirilmeler yapılacaktır. Eğer, çeviri işletmesinin kendi internet sitesinde bu yönde bir bilgi veya bilgiler varsa, ilgili kutucuk işaretlenecektir.

Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme: Yöneticiler, iş yerlerinin hedeflerini belirleme, iş yeri politikası, işyeri kültürü gibi etmenleri oluşturmakla yükümlü olup, uzun vadeli olarak iş yerinin gelişmesini sağlayacak koşulları oluşturmalıdır (ISO 9000). Bir iş yeri yönetiminin tutumu, iş yerinin hedeflerinin belirlenmesinde ve iş yerinin ve çalışanlarının üstün başarı göstermelerini sağlayacak koşulların oluşturulmasında etkilidir (EFQM). Bu bağlamda oluşturulan ortak başlık olan “Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme” için her iki ilke içerisinde belirtilen tüm noktalar dikkate alınacak olup, ilgili ilkeler içerisinde yer alan tüm noktaların veya bir noktanın belirtilmesi kapsamında değerlendirmeler yapılacaktır. Eğer, çeviri işletmesinin kendi internet sitesinde bu yönde bir bilgi veya bilgiler varsa ilgili kutucuk işaretlenecektir.

Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması: Çalışanlar bir iş yerinin önemli kaynağı durumunda olduğundan, çalışanların becerilerini sergileyebileceği ve geliştirebileceği en iyi koşullar sağlanmalıdır. Bunun sağlanması ise en üst yönetimin görevidir, bir yönetim yükümlülüğüdür (ISO

9000). Çalışanlara, ortak değerlerin güven ve şahsi sorumluluklarını yansıtabilecekleri koşulların oluşturulması ile tam performanslarını en iyi şekilde yansıtabilirler (EFQM). Bu bağlamda oluşturulan ortak başlık olan “Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması” için her iki ilke içerisinde belirtilen noktalar dikkate alınacak olup, ilgili ilkeler içerisinde yer alan tüm noktaların veya bir noktanın belirtilmesi kapsamında değerlendirmeler yapılacaktır. Eğer, çeviri işletmesinin kendi internet sitesinde bu yönde bir bilgi veya bilgiler varsa ilgili kutucuk işaretlenecektir.

Sürekli öğrenme ve iyileştirme: Yönetim sistemin değerlendirilmesi, veri analizi, denetimler ve başka araçlar, ürün ya da hizmet kalitesinde sürekli iyileştirme sağlamak (ISO 9000). Bir işyerinin başarısının, ancak yönetme, bilgi transferi, sürekli öğrenme, sürekli inovasyon ve iyileştirmeler uygulandığı takdirde yükseltilebilir (EFQM). Bu bağlamda oluşturulan ortak başlık olan “Sürekli öğrenme ve iyileştirme” için her iki ilke içerisinde belirtilen noktalar dikkate alınacak olup, ilgili ilkeler içerisinde yer alan tüm noktaların veya bir noktanın belirtilmesi kapsamında değerlendirmeler yapılacaktır. Eğer, çeviri işletmesinin kendi internet sitesinde bu yönde bir bilgi veya bilgiler varsa ilgili kutucuk işaretlenecektir.

Bir sonraki adımda ise, değindiğimiz ilk üç parametre ile iki kalite yönetim sisteminin ortak noktalara değindiği noktalar temel alınarak oluşturulan diğer parametreler çerçevesinde, Almanya’daki çeviri işletmeleri ile Türkiye’deki çeviri işletmelerinin, ilgili kriterlere göre değerlendirilmesi sonucunda oluşan veriler karşılıklı olarak değerlendirilmeye çalışılacaktır. Çalışmamız içerisinde yer alacak olan çeviri işletmelerinin, bir parametreyi veya parametreleri karşılaması durumunda ilgili kutu işaretlenecek (X) olup, herhangi bir parametreyi karşılamaması durumunda ise tablo içerisindeki ilgili işletmenin bölümünde bir şey belirtilmeyecektir. Ayrıca internet siteleri onarımında, tadilat olduğunu belirten ve bu gibi nedenlerden dolayı internet sitelerine erişilemeyen çeviri işletmelerinin tablo içerisinde yer alan bölümlerinde bir işaretleme yapılmayacak olup, sadece dipnot olarak neden erişilemediği (örneğin, internet sitesinin onarımında olduğunu belirtmesi) gibi açıklanması gereken durumlar karşısında ilgili bilgilere yer verilecektir. Çalışmamız kapsamında oluşturulacak olan tabloların daha anlaşılır ve okunabilir olabilmesi adına gerektiğinde bölünerek belirtilecektir. Bu durum çalışmamız içerisinde, ISO 9000 kalite yönetim sistemi ile EFQM kalite yönetim sisteminin temel ilkelerine yer verdiğimiz Tablo 1’de de görüldüğü üzere tablonun devam ettiğini belirtmek adına Tablo 1 Devam olarak ifade edilecektir. Tablo 1’de olduğu gibi, Almanya’daki çeviri derneği içerisinde yer alan çeviri işletmeleri için oluşturulacak olan Tablo 3’de ve Türkiye’deki çeviri derneği içerisinde yer alan

çeviri işletmeleri için oluşturulacak bir diğer tablo olan Tablo 5. için de bu şekilde olacaktır. Çalışmamız içerisinde oluşturulacak olan diğer tablolar, Tablo 1, Tablo 3 ve Tablo 5 kadar uzun olmayacağından onlar için böyle bir düzenleme yapılmayacaktır. Çalışma sonucunda elde edilecek veriler ile çeviri işletmelerinin, işletmelerinde toplam kalite yönetimi anlayışı kriterlerinin uygulanması ile işletmelerinde hangi olumlu sonuçların görülebileceği ile ilgili önerilerde bulunulmaya çalışılacaktır. Bu çalışma ile amacımız, çeviri işletmelerinin sundukları kalite anlayışlarını ve uygulamalarını daha da geliştirmeleri için bir motivasyon kaynağı oluşturmasını sağlamak ve rekabet şartlarının daha da zorlaştığı globalleşen dünyamızda, yerlerini daha güçlü bir şekilde almalarına katkı sağlamaktır.

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, Almanya'daki çeviri derneğine üye olan çeviri işletmeleri ile Türkiye'deki çeviri derneğine üye olan çeviri işletmelerinin internet sitelerinde yer alan bilgileri yöntem bölümünde ifade ettiğimiz parametreler çerçevesinde ilgili incelemeleri yapılacaktır. Elde edilen sonuçlar hem kendi içerisinde hem de karşılıklı olarak değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Tablo 3

Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. Grubunda Yer Alan Çeviri İşletmelerinin İnternet Sitelerinin İlgili Parametrelere Göre İncelenmesi

Çeviri İşletmesi	A ⁸	B ⁹	C ¹⁰	D ¹¹	E ¹²	F ¹³	G ¹⁴
1. ¹⁵	X		X				
2. ¹⁶	X		X	X		X	X
3. ¹⁷	X		X	X		X	X
4. ¹⁸	X		X	X			X
5. ¹⁹	X		X	X			
6. ²⁰							
7. ²¹	X			X			X
8. ²²	X		X	X			X
9. ²³	X		X	X		X	X
10. ²⁴	X	X					

⁸ İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi.

⁹ İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi.

¹⁰ İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi.

¹¹ Müşteri odaklılık.

¹² Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme.

¹³ Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması.

¹⁴ Sürekli öğrenme ve iyileştirme.

¹⁵ Arbeitsgemeinschaft technischer Übersetzer, <https://www.atue-uebersetzungen.de/de/> (Erişim tarihi: 10.05.2021)

¹⁶ Bender & Partner Management GmbH, <https://www.bender-partner.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

¹⁷ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesi incelendiğinde, Bender & Partner Management GmbH ‘nın Paris’teki uzantısı ve aynı internet sitesinin sadece farklı diller de kullanılmakta olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple, Bender & Partner Management GmbH’nın değerlendirme sonuçları burada yeniden belirtilmiştir. Bender & Partner Service De Langues, <http://www.bender-partner.com/fr/home.html> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

¹⁸ Capella & McGrath GmbH, <http://www.capella-mcgrath.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

¹⁹ Comtext Fremdsprachenservice, <https://www.sprachenservice.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁰ İlgili işletmenin internet sitesinin bakım da olduğu belirtildiğinden, internet sitesindeki bilgilere ulaşılammıştır.

CP-Übersetzungen GbR, <https://www.cp-translations.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²¹ Dockhorn Übersetzungen und Schulungen, <https://www.docktrans.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²² EnglishBusiness AG, <https://www.englishbusiness.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²³ Enssner Zeitgeist GmbH, <https://www.enssner.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁴ express translations Übersetzungsbüro GmbH, <https://www.express-translations.de/home-cat225.html> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

Tablo 3. Devam

11. ²⁵	X	X	X			
12. ²⁶	X	X	X			X
13. ²⁷	X	X	X			X
14. ²⁸	X	X	X			X
15. ²⁹	X	X	X			
16. ³⁰	X	X	X			
17. ³¹	X	X	X			
18. ³²	X	X	X	X	X	X
19. ³³	X	X	X		X	X
20. ³⁴	X	X	X			
21. ³⁵	X		X		X	
22. ³⁶	X	X	X		X	X
23. ³⁷	X		X			
24. ³⁸	X	X	X			X
25. ³⁹	X	X	X			X
26. ⁴⁰	X	X	X			
27. ⁴¹	X	X	X		X	X
28. ⁴²	X	X	X			
29. ⁴³	X	X	X			

²⁵ GaiaText« The Translation Company GmbH, <https://gaiatext.com/en/translation-agency/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁶ flexword Germany GmbH, <https://www.flexword.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁷ gds Sprachenwelt GmbH, <https://www.gds.eu/de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁸ Horner Translations GmbH, <http://www.translation-horner.com/en/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

²⁹ Ifa-Traducto GmbH, <https://www.ifa-traducto.de/en/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁰ Intermundos GmbH, <https://intermundos.de/en/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³¹ Klein Wolf Peters GmbH, <https://kleinwolfpeters.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³² Kocarek GmbH, <https://kocarek-gmbh.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³³ kothes GmbH, <https://www.kothes.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁴ Leinhäuser Language Services GmbH, <https://leinhaeuser.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁵ LinguaPoint GmbH, <https://www.linguapoint.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁶ López-Ebri Fachübersetzungen GmbH, <https://www.lopez-ebri.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁷ Logotrad, <https://www.logotrad.de/logotrad/index.html> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁸ medax – Medizinischer Sprachendienst GmbH, <https://www.medax.de/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

³⁹ mpü medpharm medtech biotech translations GmbH, <https://www.mpue.com/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

⁴⁰ Peschel Communications GmbH, <https://peschel-communications.de/en/> (Erişim tarihi: 12.05.2021)

⁴¹ ProLinguo GmbH, <https://www.prolinguo.com/> (Erişim tarihi: 14.05.2021)

⁴² transmit-Deutschland GmbH & Co. KG, <https://www.transmit-deutschland.de/> (Erişim tarihi: 14.05.2021)

⁴³ Wieners+Wieners GmbH, <https://wienersundwieners.de/> (Erişim tarihi: 14.05.2021)

Tablo 3. Devam

30. ⁴⁴	X	X	X	X	X	X
31. ⁴⁵	X	X	X	X	X	X
32. ⁴⁶			X			X
33. ⁴⁷	X	X	X			X
34. ⁴⁸						
35. ⁴⁹						

Bu grup (Tablo 3 ve Tablo 3'ün devamı olan Tablo 3 Devam tabloları) içerisinde bulunan çeviri işletmelerin toplam sayısı 35. Bu bağlamda, ilgili parametrelere göre değerlendirme sonucunda aşağıda belirtilen Tablo 4 içerisinde yer alan sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 4

Almanya'daki Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. Grubu İçerisinde Yer Alan Çeviri İşletmelerinin Değerlendirme Sonuçları

Değerlendirme Parametreleri	Sonuç (f)	Yüzde (%)
İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi (A)	31/35	88,6
İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi (B)	1/35	2,9
İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi (C)	27/35	77,1
Müşteri odaklılık (D)	30/35	85,7
Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme (E)	3/35	8,6
Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması (F)	10/35	28,6
Sürekli öğrenme ve iyileştirme (G)	19/35	54,3

A parametresini 31'i çeviri işletmesi (%88,6) sağlarken, B parametresini toplam 1 çeviri işletmesi (2,9) sağlamaktadır. C parametresini 27 çeviri işletmesi (%77,1) sağlarken, D parametresini 30 çeviri işletmesinin (%85,7) sağladığı görülmektedir. E parametresini 3 çeviri işletmesi (%8,6) gerçekleştirirken, F parametresini gerçekleştiren 10 çeviri işletmesi (%28,6) tespit edilmiştir. G parametresini ise 19 çeviri işletmesi (%54,3) sağlamaktadır. Tablo 5 ve Tablo

⁴⁴ Wohanka, Obermaier & Kollegen GmbH, <https://www.wohanka.com/de/> (Erişim tarihi: 14.05.2021)

⁴⁵ Wortwelt Übersetzungsagentur e.K. , <https://wort-welt.com/> (Erişim tarihi: 15.05.2021)

⁴⁶ Financial Reporting Service, <https://www.frs-markets.com/> (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁴⁷ LS media Group GmbH, <https://www.lsmedia.de/> (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁴⁸ M & M UG, internet sitesi belirtilmemiştir. (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁴⁹ TD-Junchen, internet sitesi belirtilmemiştir. (Erişim tarihi: 05.08.2021)

5'in devamı olan Tablo 5 Devam tablolarında Çeviri İşletmeleri Derneği içerisinde yer alan çeviri işletmelerinin incelenecektir.

Tablo 5

Çeviri İşletmeleri Derneği Grubunda Yer Alan Çeviri İşletmelerinin İnternet Sitelerinin İlgili Parametrelere Göre İncelenmesi

Çeviri İşletmesi	A ⁵⁰	B ⁵¹	C ⁵²	D ⁵³	E ⁵⁴	F ⁵⁵	G ⁵⁶
1. ⁵⁷							
2. ⁵⁸	X		X	X	X	X	X
3. ⁵⁹	X			X			X
4. ⁶⁰	X			X			
5. ⁶¹	X		X	X	X	X	X
6. ⁶²	X			X	X	X	X
7. ⁶³	X		X				X
8. ⁶⁴	X	X		X			X
9. ⁶⁵	X		X	X	X	X	X
10. ⁶⁶	X		X	X			X
11. ⁶⁷	X		X	X	X	X	X
12. ⁶⁸	X		X	X	X	X	X

⁵⁰ İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi.

⁵¹ İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi.

⁵² İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi.

⁵³ Müşteri odaklılık.

⁵⁴ Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme.

⁵⁵ Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması.

⁵⁶ Sürekli öğrenme ve iyileştirme.

⁵⁷ A-1 Tercüme Merkezi, <http://www.altercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁵⁸ Adam Bilişim ve Dil Hizmetleri, <http://www.adamtercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁵⁹ Alp Tercüme, <https://www.alptercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁰ Ante Yapım Tercüme, Reklam, Tur. Dan. Ltd., <http://anteyapim.com.tr/tr/anasayfa/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶¹ Atlas Dil Hizmetleri ve Bilişim Ltd. , <http://www.atlasceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶² Baraka Tercüme Dış. Tic. Ltd., <https://baraka.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶³ Deltamed Ajans ve Dil Hizmetleri Ltd., <https://www.deltamedajans.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁴ Dilkent Tercüme Hizmetleri Ltd., <https://www.dilkenttercume.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁵ Dijital Tercüme, İnt. Yaz. Hizm. Ltd., <https://www.dijitaltercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁶ Dilmen Tercüme Hizmetleri, <https://www.dilmentercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁷ Dilita Dil Hizmetleri Ltd., <http://www.dilita.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁶⁸ Diltra Uluslararası Çeviri ve Belge Yön. A.Ş., <http://www.diltra.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

Tablo 5. Devam

13. ⁶⁹							
14. ⁷⁰	X			X			X
15. ⁷¹							
16. ⁷²	X			X		X	
17. ⁷³	X			X	X		
18. ⁷⁴	X		X	X	X	X	X
19. ⁷⁵	X			X	X		X
20. ⁷⁶							
21. ⁷⁷	X		X	X	X	X	X
22. ⁷⁸							
23. ⁷⁹	X			X	X	X	
24. ⁸⁰	X		X	X		X	X
25. ⁸¹							
26. ⁸²	X			X			X
27. ⁸³	X	X		X	X	X	X
28. ⁸⁴	X		X	X	X		X
29. ⁸⁵	X			X	X		X
30. ⁸⁶	X			X			X

⁶⁹ İlgili Çeviri İşletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Dinamik Tercüme, <http://www.dinamiktercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁰ Diye Kültürlerarası İletişim Hizmetleri Ltd., <https://www.diye.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷¹ İlgili Çeviri İşletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Dragoman Dil Teknolojileri ve Dan. Ltd., <https://www.dragomanltd.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷² EDF Konferans Çevirmenliği Ltd., <http://edfceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷³ Empati Çeviri Hizmetleri, <https://www.empaticeviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁴ Eş Dil Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş., <https://www.estr.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁵ Focus Tercüme, <https://focustercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁶ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Güncel Tercüme Hizmetleri Ltd., <http://www.gunceldiltercume.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁷ Helico Dil Hizmetleri, <https://www.helico.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁸ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Interlingua Eğitim ve Dil Hizmetleri Ltd., <https://www.interlingua.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁷⁹ İkra Kurumsal Etkinlik ve Çevirmenlik Ltd., <https://www.ikraglobal.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁰ Locasis Bilişim Hiz.San.Tic.Ltd., <http://locasis.com/tr/ana-sayfa/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸¹ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Londiniyum Dil Hizmetleri, <http://www.londiniyum.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸² Nest Dil Hizmetleri Tic. Ltd., <http://www.nestceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸³ Net Tercüme Hizmetleri Ltd., <https://www.nettercume.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁴ NGN İstanbul Çeviri Rek.Org.Eğitim ve Dan., <http://www.ngn-istanbul.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁵ Nova Tercüme, <https://nova.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁶ Novitas Çeviri Hizmetleri Tic. Ltd., <http://www.novitasceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

Tablo 5. Devam

31. ⁸⁷	X	X	X		X
32. ⁸⁸	X	X	X	X	X
33. ⁸⁹	X	X	X		X
34. ⁹⁰					
35. ⁹¹					
36. ⁹²	X	X	X	X	X
37. ⁹³	X	X	X	X	X
38. ⁹⁴	X	X	X		X
39. ⁹⁵	X				
40. ⁹⁶	X		X	X	X
41. ⁹⁷	X		X	X	X
42. ⁹⁸	X	X	X		
43. ⁹⁹	X		X		
44. ¹⁰⁰	X	X	X		
45. ¹⁰¹					

Bu grup (Tablo 5 ve Tablo 5'in devamı olan Tablo 5 Devam tabloları) içerisinde bulunan çeviri işletmelerinin toplam sayısı 45. Bu çerçevede ilgili parametreler göre değerlendirdiğimizde, aşağıda Tablo 6 içerisinde yer alan sonuçlara ulaşılmıştır.

⁸⁷ NR Çeviri Hizmetleri Org. ve Dan. Ltd., <https://nrtranslation.com/en> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁸ Nuna Yerelleştirme Ltd. Şti., <https://www.nuna.com.tr/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁸⁹ Orient Çeviri Hizm. Ltd., <https://orienttr.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁹⁰ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesine erişilememektedir. Parlonist Çeviri Atölyesi, <https://parlonist.com/index.html> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁹¹ Pilot Çeviri, <http://www.pilotceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁹² Referans Çeviri Hizmetleri Ltd., <https://www.referansceviri.com/> (Erişim tarihi: 16.05.2021)

⁹³ Saban Çeviri Ltd, <http://www.sabanceviri.com.tr/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁴ Saylon Danışmanlık Ltd., <https://www.saylon.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁵ Sdl Çeviri Hizmetleri, <https://www.rws.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁶ Strater Çeviri Merkezi, <http://www.strater.com.tr/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁷ Şimşek Tercümanlık Dan. İç ve Dış Tic Ltd., <http://www.simsektercume.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁸ Tercümentral, <https://www.tercumentral.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

⁹⁹ Tuana Dil Hizmetleri Ltd., <http://www.tuanadil.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

¹⁰⁰ Universal Dil Hizmetleri ve Yay .A.Ş., <https://www.universaldil.com/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

¹⁰¹ İlgili çeviri işletmesinin internet sitesindeki bilgilere erişilememektedir. Word Wide Tercüme, <https://www.wordwide.com.tr/>, (Erişim tarihi: 05.08.2021)

Tablo 6

Türkiye’deki Çeviri İşletmeleri Derneği Grubu İçerisinde Yer Alan Çeviri İşletmelerinin Değerlendirme Sonuçları

Değerlendirme Parametreleri	Sonuç (f)	Yüzde (%)
İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi (A)	36/45	80
İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi (B)	2/45	4,4
İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi (C)	19/45	42,2
Müşteri odaklılık (D)	34/45	75,6
Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme (E)	16/45	35,6
Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması (F)	17/45	37,8
Sürekli öğrenme ve iyileştirme (G)	28/45	62,2

A parametresini 36 çeviri işletmesi (%80) sağlarken, B parametresini 2 çeviri işletmesi (%4,4) sağlamaktadır. C parametresini ise 19 çeviri işletmesi (%42,2) yerine getirirken, D parametresini 34 çeviri işletmesi (%75,6) yerine getirmektedir. E parametresini 16 çeviri işletmesi (%35,6) gerçekleştirirken, F parametresini ise 17 çeviri işletmesi (%37,8) gerçekleştirmektedir. G parametresini ise 28 çeviri işletmesinin (%62,2) sağladığı görülmektedir.

Çalışmamızın başında her iki grubun sonuçlarının karşılaştırılacağı belirtilmişti. Bu çerçevede, Almanya’daki çeviri derneği Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. içerisinde yer alan çeviri işletmeleri ile Türkiye’deki çeviri derneği olan Çeviri İşletmeleri Derneği içerisinde yer alan çeviri işletmelerinin ilgili parametreler çerçevesinde ki değerlendirme sonuçları, Tablo 7’de belirtilecektir.

Tablo 7

Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. İçerisinde Yer Alan Çeviri İşletmeleri (Tablo 3) ile Çeviri İşletmeleri Derneği İçerisinde Yer Alan Çeviri İşletmeleri (Tablo 5) Sonuçlarının Karşılaştırılması

Çeviri Derneği	Değerlendirme Parametreleri	Sonuç (f)	Yüzde (%)
QSD ¹⁰²	İnternet sitelerinde kalite kavramına yer verilmesi	31/35	88,6
ÇİD ¹⁰³	(A)	36/45	80
QSD	İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon	1/35	2,9
ÇİD	kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirtilmesi (B)	2/45	4,4
QSD	İnternet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının	27/35	77,1
ÇİD	verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi (C)	19/45	42,2
QSD	Müşteri odaklılık (D)	30/35	85,7
ÇİD		34/45	75,6
QSD	Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme (E)	3/35	8,6
ÇİD		16/45	35,6
QSD	Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması	10/35	28,6
ÇİD	(F)	17/45	37,8
QSD	Sürekli öğrenme ve iyileştirme (G)	19/35	54,3
ÇİD		28/45	62,2

Tablolar içerisinde yer alan verilerden de görüldüğü üzere;

A parametresini QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden 31'sinin (%88,6) sağladığı görülmektedir. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 36'sının (%80) bunu sağlamaktadır. B parametresini ise QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden sadece 1 (%2,9) çeviri işletmesinin bu yönde olduğu görülmektedir. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 2'sinin (%4,4) bu yönde olduğu tespit edilmiştir. C parametresi ile ilgili olarak QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden 27'si (%77,1) bu doğrultudadır. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 19'unun (%42,2) bu parametreyi sağladığı görülmektedir. D parametresini QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden 30'unun (%86,7) bunu yerine getirdiği tespit edilmiştir. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 34'ünün (%75,6) bunu sağladığı görülmektedir. E parametresini QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden 3'ü (%8,6) bunu gerçekleştirmektedir. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 16'sı (%35,6) bunu sağlamaktadır. F parametresini QSD içerisinde yer alan toplam 35 çeviri işletmesinden 10'u (%28,6) sağlamaktadır. ÇİD içerisinde yer alan çeviri

¹⁰² Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V.

¹⁰³ Çeviri İşletmeleri Derneği

işletmelerinden ise 17'sinin (%37,8) bu yönde olduğu görülmektedir. G parametresini QSD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden 19'u (%54,3) sağlamaktadır. ÇİD içerisinde yer alan çeviri işletmelerinden ise 28'inin (%62,2) bunu yerine getirdiği görülmektedir. Bu parametrelerin dışında, internet sitesine erişilemeyen ve bu bağlamda bilgilerine ulaşılamayan çeviri işletmeleri ile ilgili ayrıca bir değerlendirmeye Sonuç ve Öneriler bölümü içerisinde yer verilecektir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu başlık altında çalışmamız kapsamında yer alan çeviri işletmelerinin ilgili parametrelere göre değerlendirilmesiyle oluşan sonuçlar değerlendirilecek ve bu bağlamda kimi öneriler yapılacaktır. İncelemiş olduğumuz her iki gruptaki çeviri işletmelerinin büyük bir çoğunluğunun ürünlerinde veya hizmetlerinde aranacak, bir diğer ifadeyle talep edilecek olan kalitenin önemli olduğunun farkında oldukları görülmektedir. Müşteri talep edeceği herhangi bir ürün veya hizmet için kalite olgusunun farkında olan bir işletmeyi tercih edecektir. İnternet sitelerinde sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olduklarının belirten işletmelerin az sayıda olması, olumlu olarak gördüğümüz bir durumdur. Çünkü çalışmamız kapsamında yer alan çeviri işletmelerinin internet sitelerinde yer vermiş oldukları bilgilerden hareket edildiğinden sadece bu kalite belgelerine sahip olunması kaliteli ürünü üretme konusunda gerekli farkındalığın olup olmaması doğrudan teyit edilememektedir.

Bir sonraki parametremiz olan internet sitelerinde kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerine veya sertifikalarına sahip olup, ürün veya hizmetlerini bu ilkeleri dikkate alarak gerçekleştirildiğinin belirtilmesi ile ilgili olarak çeviri işletmelerinin sadece bir kısmının bunu sağladığı tespit edilmiştir. Kalite belgelerine veya sertifikalarına sadece sahip olmak değil, bu ilkelerin dikkate alınması ve bunların ilgili çeviri işletmesinin internet sitesinde belirtmiş olmasının işletmeye rakipleri karşısında bir avantaj sağlayacaktır. Toplam kalite yönetimi anlayışı içerisinde müşteri odaklı olmak önemli bir yere sahiptir. Bu çerçevede, işletmelerin büyük bir çoğunluğunun bu parametreyi sağladığı görülmektedir. Yöneticilerin görevi ve hedef belirleme bir diğer önemli parametredir. Bu parametre ile ilgili sonuçları incelediğimizde işletmelerin büyük bir çoğunluğunun bunu sağlamadığı görülmektedir. Bir işletmede, eksiksiz ve mükemmel denilebilecek bir döngü yakalanmak isteniyorsa, yöneticilere düşen görevler açık ve net bir şekilde belirtilmelidir.

Personelin geliştirilmesi ve katılımının sağlanması ile ilgili parametreye baktığımız da ise çeviri işletmelerinin büyük bir çoğunluğunun bunu sağlamadığı tespit edilmiştir. Müşteri (dış müşteri) tarafından talep edilecek bir ürün veya hizmet de istenilen kalite niteliğine ulaşmak için çalışanlara (iç müşteriye) gerekli ekipmanların ve eğitimlerin sağlanması, uygun çalışma şartlarının oluşturulması önem taşımaktadır. Bir diğer parametremiz olan sürekli öğrenme ve iyileştirme ile ilgili değerlendirmeler sonucunda, çeviri işletmelerinin bir kısmının bunu sağladığı görülmektedir. Çeviri işletmesi globalleşen dünyada sürekli olarak kendisini yenilemesi ve geliştirmesi gerekmektedir. Daha önce, internet sitelerine erişilemeyen çeviri işletmeleri için de değerlendirme yapılacağı belirtilmişti. Bu çerçevede kimi noktalara değinmekte fayda var. Ürün veya hizmet talebinde bulunacak olan müşterilerin, tercih edebileceği birçok çeviri işletmesi bulunmaktadır. Müşteri herhangi bir çeviri işletmesinden talep edebileceği bir ürün veya hizmet için çeviri işletmelerinin internet sitelerini inceleyecek ve buna göre kararını verecektir. Ancak, çeviri işletmesinin ilgili internet sitesine erişilemediği takdirde, müşteri bu çeviri işletmesinin hangi ürün veya hizmetleri sunduğunu öğrenemeyecektir. Bu çerçevede, bu tür aksaklıkların en kısa zamanda giderilerek, sunulan ürün veya hizmetlerin müşterilerle paylaşılması, çeviri işletmesine olumlu geri dönüşler sağlayacaktır.

Önceki paragraflarda değinilen sonuçlar çerçevesinde, bazı öneriler yapılacaktır. Müşteriler talep ettikleri ürün veya hizmetlerin kaliteli olmasını beklemektedir. Bu yüzden çeviri işletmeleri internet sitelerinde, bir ürün veya hizmette talep edilen kalitenin farkında olduklarını belirten kalite kavramlarına yer vererek bu talebin farkında olduklarını belirtmeleri gerekmektedir. Çeviri işletmeleri sadece kalite akreditasyon kurumlarının verdiği kalite belgelerini veya sertifikalarını sahip olduklarını belirtmek yerine, sahip oldukları kalite belgeleri veya sertifikalarındaki ilkelere göre hareket ettiklerini belirtmeleri olumlu yönde olacaktır. Toplam kalite yönetimi anlayışı içerisinde müşteri odaklılık önemli bir noktadır. Bundan dolayı da, çeviri işletmelerinin sundukları ürün veya hizmetlerin de müşteri odaklı bir yaklaşım çerçevesinde düzenlemeleri önem teşkil etmektedir.

Bir diğer taraftan çeviri işletmesinde yönetimin görevleri ve yönetim tarafından belirlenecek olan hedefler işletmenin işleyişi açısından çok önemli olduğundan bunlar açık ve net bir şekilde belirtilmelidir. Bir çeviri işletmesi için çalışanlar çok önemli bir noktada olmalıdır. Bu sebepten, çalışanlara (iç müşteriye) kendilerini daha da geliştirmelerini sağlayacak olan eğitimlere katılmasına imkan sağlanması, çalışmalarını için en uygun ekipmanların ve çalışma koşullarının temin edilmesi gibi noktalar, kaliteli bir ürün veya hizmet üretebilmek için gerekli olduğu kadar, bu bilgilere işletmenin internet sitesinde

de yer verilmesi müşterinin (dış müşterinin) gözünde işletmeyle ilgili olumlu bir izlenim bırakacaktır. Bir diğer taraftan çeviri işletmesinin kendisini geliştirmesi ve dönemin şartlarından geri kalmaması için sürekli olarak öğrenmesi ve bu bağlamda işletme içerisinde iyileştirmeler yapması gerekmektedir.

Çalışmamız kapsamında, kalite akreditasyon kurumlarının ilgili kalite yönetim sistemlerinden yararlanarak oluşturduğumuz parametrelerde de görüldüğü üzere, çeviri işletmeleri tarafından sağlanamayan birçok noktanın olduğu tespit edilmiştir. İşletme tarafından sağlanamayan parametrenin veya parametrelerin ulaşılabilmesi adına kalite yönetim sistemleri bu noktada önem teşkil etmektedir. Çünkü kalite yönetim sistemleri ile bir sistematiklik, bir düzen oluşturulmakta ve bu bağlamda ilgili çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Kalite yönetim sistemlerine sahip ve bunların ilkeleri doğrultusunda hareket eden çeviri işletmeleri daha kaliteli ürün veya hizmetler sunabilmekte ve böylece müşteri memnuniyetini de sağlayabilmektedirler. Bu çalışmamız ile birlikte çeviri işletmelerine, günümüz şartları içerisinde rekabet edebilmelerine katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA / REFERENCES

- Aktan, C. C. (2012). Organizasyonlarda toplam kalite yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 249-256.
- Balkul, H. İ. & Ersoy, H. (2018). Çeviri eğitiminde kalite. *Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 201-215. <https://doi.org/10.31464/jlere.420363>
- Çakar, M. (2018). Toplam kalite yönetimi ve deming örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, (13), 389-408.
- Doğan, S. (2007). *Vizyona Dayalı Liderlik*. Kare Yayınları.
- Eker, A. (2012). *Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının İş Motivasyonuna Etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ersoy, H. (2019). *Toplam Kalite Yönetimi ve Empati Açısından Çeviri Etkinliği*. Gece Akademi.
- Ersoy, H. (2020). Çeviri işletmelerinin web sitelerindeki kalite vurgularının serbest çevirmen görüşleriyle karşılaştırılarak toplam kalite yönetimi odaklı olarak incelenmesi. *Journal of History School*, (49), 4364-4395. <http://dx.doi.org/10.29228/Joh.47536>

- Gürçağlar, Ş. T. (2019). *Çevirinin ABC'si*. Say Yayınları.
- Janakiraman, B. & Gopal R. K. (2006). *Total Quality Management Text and Cases*. Prentice Hall of India Private Limited.
- Kocamış, T. U. (2016) Toplam kalite yönetimi (tky) ve iç denetimin tky'deki rolü. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 0(1), 1-21.
- Koç, H. & Topaloğlu, M. (2010). *Yönetim Bilimi*. Seçkin Yayıncılık.
- Özusu, E. (2018). *Toplam Kalite Yönetiminde Liderlik Davranışları İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Reiss, K. & Vermeer, H. J. (1984). *Grundlegung Einer Allgemeinen Translationswissenschaft*. Niemeyer.
- Sarp, N. (2017). *Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları*. Siyasal Kitabevi.

İnternet adresleri

- A-1 Tercüme Merkezi. <http://www.a1tercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Adam Bilişim ve Dil Hizmetleri. <http://www.adamtercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Alp Tercüme. <https://www.alptercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Ante Yapım Tercüme, Reklam, Tur. Dan. Ltd. <http://anteyapim.com.tr/tr/anasayfa/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Arbeitsgemeinschaft technischer Übersetzer. <https://www.atue-uebersetzungen.de/de/>, Erişim tarihi: 10.05.2021
- Atlas Dil Hizmetleri ve Bilişim Ltd. Şti. <http://www.atlasceviri.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Baraka Tercüme Dış. Tic. Ltd. <https://baraka.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Bender & Partner Management GmbH. <https://www.bender-partner.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Bender & Partner Service De Langues. <http://www.bender-partner.com/fr/home.html>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Capella & McGrath GmbH. <http://www.capella-mcgrath.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Çeviri İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Kalite Yönetim Sistemlerinin Kriterlerine...

Çeviri İşletmeleri Derneği. <https://cid.org.tr/>, Erişim tarihi: 26.04.2021

Comtext Fremdsprachenservice. <https://www.sprachenservice.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

CP-Übersetzungen GbR. <https://www.cp-translations.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Deltamed Ajans ve Dil Hizmetleri Ltd. <https://www.deltamedajans.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dijital Tercüme, İnt. Yaz. Hizm. Ltd. <https://www.dijitaltercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dilkent Tercüme Hizmetleri Ltd. <https://www.dilkenttercume.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dilmen Tercüme Hizmetleri. <https://www.dilmentercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dilta Dil Hizmetleri Ltd. <http://www.dilta.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Diltra Uluslararası Çeviri ve Belge Yön. A.Ş. <http://www.diltra.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dinamik Tercüme. <http://www.dinamiktercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Diye Kültürlerarası İletişim Hizmetleri Ltd. <https://www.diye.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Dockhorn Übersetzungen und Schulungen. <https://www.docktrans.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Dragoman Dil Teknolojileri ve Dan. Ltd. <https://www.dragomanltd.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Edf Konferans Çevirmenliği Ltd. <http://edfceviri.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

Empati Çeviri Hizmetleri. <https://www.empaticeviri.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

EnglishBusiness AG. <https://www.englishbusiness.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Enssner Zeitgeist GmbH. <https://www.enssner.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Es Dil Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş. <https://www.estr.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021

- Express translations Übersetzungsbüro GmbH. <https://www.express-translations.de/home-cat225.html>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Financial Reporting Service. <https://www.frs-markets.com/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Flexword Germany GmbH. <https://www.flexword.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Focus Tercüme. <https://focustercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- GaiaText The Translation Company GmbH. <https://gaiatext.com/en/translation-agency/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Gds Sprachenwelt GmbH. <https://www.gds.eu/de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Güncel Tercüme Hizmetleri Ltd. <http://www.gunceldiltercume.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Helico Dil Hizmetleri. <https://www.helico.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Horner Translations GmbH. <http://www.translation-horner.com/en/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Ifa-Traducto GmbH. <https://www.ifa-traducto.de/en/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- İkra Kurumsal Etkinlik ve Çevirmenlik Ltd. <https://www.ikraglobal.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Interlingua Eğitim ve Dil Hizmetleri Ltd. <https://www.interlingua.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Intermundos GmbH. <https://intermundos.de/en/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Klein Wolf Peters GmbH. <https://kleinwolfpeters.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Kocarek GmbH. <https://kocarek-gmbh.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Kothes GmbH. <https://www.kothes.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Leinhäuser Language Services GmbH. <https://leinhaeuser.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Locasis Bilişim Hiz. San. Tic. Ltd. <http://locasis.com/tr/ana-sayfa/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- LinguaPoint GmbH. <https://www.linguapoint.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Logotrad. <https://www.logotrad.de/logotrad/index.html>, Erişim tarihi: 12.05.2021

Çeviri İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Kalite Yönetim Sistemlerinin Kriterlerine...

- Londinium Dil Hizmetleri. <http://www.londinium.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- López-Ebri Fachübersetzungen GmbH. <https://www.lopez-ebri.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- LS media Group GmbH. <https://www.lsmedia.de/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Medax – Medizinischer Sprachendienst GmbH. <https://www.medax.de/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Mpü medpharm medtech biotech translations GmbH. <https://www.mpue.com/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Nest Dil Hizmetleri Tic. Ltd. <http://www.nestcevir.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Net Tercüme Hizmetleri Ltd. <https://www.nettercume.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- NGN İstanbul Çeviri Rek. Org. Eğitim ve Dan. <http://www.ngn-istanbul.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Nova Tercüme. <https://nova.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Novitas Çeviri Hizmetleri Tic. Ltd. <http://www.novitascevir.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- NR Çeviri Hizmetleri Org. ve Dan. Ltd. <https://nrtranslation.com/en/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Nuna Yerelleştirme Ltd. Şti. <https://www.nuna.com.tr/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Orient Çeviri Hizm. Ltd. <https://orienttr.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Parlonist Çeviri Atölyesi. <https://parlonist.com/index.html>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Peschel Communications GmbH. <https://peschel-communications.de/en/>, Erişim tarihi: 12.05.2021
- Pilot Çeviri. <http://www.pilotcevir.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- ProLinguo GmbH. <https://www.prolinguo.com/>, Erişim tarihi: 14.05.2021
- Qualitätssprachendienste Deutschlands (QSD) e.V. <https://www.qsd.de/>, Erişim tarihi: 26.04.2021

- Referans Çeviri Hizmetleri Ltd. <https://www.referansceviri.com/>, Erişim tarihi: 16.05.2021
- Saban Çeviri Ltd. <http://www.sabanceviri.com.tr/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Saylon Danışmanlık Ltd. <https://www.saylon.com/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Strater Çeviri Merkezi. <http://www.strater.com.tr/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Tercümentral. <https://www.tercumentral.com/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Transmit-Deutschland GmbH & Co. KG. <https://www.transmit-deutschland.de/>, Erişim tarihi: 14.05.2021
- Tuana Dil Hizmetleri Ltd. <http://www.tuanadil.com/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Universal Dil Hizmetleri ve Yay. A.Ş. <https://www.universaldil.com/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Wieners+Wieners GmbH. <https://wienersundwieners.de/>, Erişim tarihi: 14.05.2021
- Wohanka, Obermaier & Kollegen GmbH. <https://www.wohanka.com/de/>, Erişim tarihi: 14.05.2021
- Word Wide Tercüme. <https://www.wordwide.com.tr/>, Erişim tarihi: 05.08.2021
- Wortwelt Übersetzungsagentur e.K. <https://wort-welt.com/>, Erişim tarihi: 15.05.2021

EXTENDED ABSTRACT

It can be said that with globalization, it becomes easier to reach many things in the world. In this context, a customer who requests a product or service from a translation company can request the relevant product or service from a translation company not only within the frame of its national or regional boundaries but at an international level, in this context, we can say that the customer, who has many choice options, will prefer the product that will serve its purpose best, in other words, the translation company that provides the best quality, product and price. In fact, since no customer wants the product or service they request to be in a bad or dysfunctional situation, they prefer the translation company that provides them with the highest quality service. Thus, it is understood that translation companies should follow a customer-oriented approach. We can say that a product or service that does not satisfy the customer can expose the translation business to many negative situations such as customer loss. Therefore, translation companies need

to constantly improve and renew themselves in order to stay competitive with other translation companies and to provide quality products or services that customers are to be satisfied with.

Purpose: The purpose of our study is to try to examine the perspective of translation companies on the concept of quality and what conditions they try to meet in order to ensure the quality of their products or services. Within the frame of the parameters to be created within the scope of the study, the information on the websites of translation companies will be examined. With this study, our aim is to contribute to the further development of the quality understanding and practices offered by translation companies.

Method: The quality emphasis of the translation companies on the web sites and what information they use to ensure quality will be examined. Translation companies from both Germany and Turkey will be scrutinized, and this will enable the opportunity to compare the data obtained, as well as the opportunity to examine what translation companies in different countries do to ensure quality. In this context, translation associations have been preferred in both countries. Translation associations are preferred because they have an institutional structure. For this reason, QualitätssprachendiensteDeutschlands (QSD) e.V. was preferred as an association for Germany, while Translation Companies Association was preferred for Turkey. Translation companies within both associations will be examined within the scope of certain parameters to be established within the frame of the study, focusing on total quality management, and relevant evaluations will be made as a result of the data obtained.

Findings: In our study, translation companies within the Association of QualitätssprachendiensteDeutschlands (QSD) e.V. and translation companies within the Association of Translation Companies were examined within the scope of the parameters created within the frame of the study in order to ensure the quality of their products or services. In this context, within the frame of the parameters established within the scope of the study, it has been determined that the translation companies within both associations are almost equally aware at some points, while at some points they have different levels of awareness.

Conclusion and Discussion: The information provided on the websites of the translation companies in our study, when analyzed within the frame of the parameters created within the scope of our study, it was observed that the members of translation companies in two different associations had almost the same level of awareness in some parameters, while it was found that they were at different levels in some parameters. In this context, stating that they are aware of the concept of quality by including the concept of quality on their websites and

that they consider the relevant criteria of quality management systems, in some companies, there is no information that they provide the necessary working environment and training to their employees. Indeed, one of the most important stakeholders in the success of a translation business is its employees. We can say that by providing the necessary criteria to the employees, efficiency can be obtained from the employees and this will cause positive reflections in the business. Regarding customer orientation, another parameter within the scope of our study, almost all of the businesses we examine state that they have a customer-oriented approach. As a matter of fact, with the globalization, it has become easier for the customer to obtain a product or service request from businesses in many parts of the world. In this context, customer-orientation, which has an important place in total quality management, is an important criterion to ensure the continuity of its businesses and to serve the purpose of the customer, in other words, to bring the demand for a quality product. The management of the translation company should clearly state the goals that the business is desired to achieve. Specifying the goals of the business and the duties of the management will ensure that the cycle within the business runs more smoothly. A translation business needs to constantly renew and improve itself. It has been determined that there are businesses that have stated that they have achieved this and that there are also those that do not. In addition to these, it has been determined that there are businesses that do not have quality management systems, which is an important system to ensure quality, as well as businesses whose websites are not accessed due to stating that their websites are under maintenance or for other reasons or that do not specify anything within the frame of the relevant parameters within the scope of our work. As a matter of fact, we can express in this context that a translation business that wants to compete with other businesses and ensure the continuity of its business can provide this by ensuring the perfect functioning of all its stakeholders and fulfilling the necessary regulations for this.