

# **EKLER**

**EK 1: İç ve Dış Kapak Örneği**

**T.C.**

**DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**.....ANABİLİM DALI**

**.....PROGRAMI**

**DOKTORA TEZİ / YÜKSEK LİSANS TEZİ/TEZSİZ YÜKSEK**

**LİSANS DÖNEM PROJESİ**

(Seçeneklerden uygun olan biri yazılacaktır)

**TEZ BAŞLIğI**

**Öğrencinin Adı SOYADI**

**Danışman**

**Danışmanın akademik unvanı Adı SOYADI**

**İZMİR - Yıl**

**EK 2:** İngilizce Doktora Programları İçin Dış ve İç Kapak Örneği  
(Tüm bilgiler İngilizce olarak yazılacaktır.)

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY**  
**GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES**  
**DEPARTMENT OF.....**  
**..... PROGRAM**  
**DOCTORAL THESIS**  
**Doctor of Philosophy (PhD)**

**THESIS TITLE**

**Student's Name SURNAME**

**Supervisor**

**Supervisor's Name SURNAME With Academic Title**

**(Prof.Dr. or Assoc.Prof.Dr. or Assist.Prof.Dr. ....)**

**İZMİR- Year**

**EK 3: İngilizce Tezli/Tezsiz Yüksek Lisans Programları için Dış ve İç Kapak Örneği**  
(Tüm bilgiler İngilizce olarak yazılacaktır.)

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY**  
**GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES**  
**DEPARTMENT OF.....**  
**..... PROGRAM**  
**MASTER’S THESIS/NON-THESIS MASTER’S TERM PROJECT**

**THESIS TITLE**

**Student’s Name SURNAME**

**Supervisor**

**Supervisor’s Name SURNAME With Academic Title**

**(Prof. Dr. or Assoc. Prof. Dr. or Assist. Prof. Dr. ....)**

**İZMİR-Year**

**EK 4: Tezli Yüksek Lisans ve Doktora İçin Tez Onay Sayfası, Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi Onay Sayfası Örneği**

Bu form spiral cilt kullanarak tezinizi bastırduğumuzda tezin içinde konmayacaktır.

Savunmadan sonra başarılı bulunduğunuz takdirde öğrenci işlerinden alacağınız Tez/Proje Onay Sayfası bastıracağınız tezin içine eklenecektir.

**EK 5: Yemin Metni Örneği (Doktora Öğrencileri İçin)**

**YEMİN METNİ**

Doktora Tezi olarak sunduđum “.....  
.....” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.../.....

Adı SOYADI

İmza

**EK 6: İngilizce Yemin Metni Örneği (Doktora Öğrencileri İçin)**

**DECLARATION**

I hereby declare that this doctoral thesis titled as  
“.....” has  
been written by myself in accordance with the academic rules and ethical conduct. I  
also declare that all materials benefited in this thesis consist of the mentioned  
resources in the reference list. I verify all these with my honour.

Date

.../.../.....

Name SURNAME

Signature

**EK 7: Yemin Metni Örneği (Tezli Yüksek Lisans / Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencileri İçin)**

**YEMİN METNİ**

Yüksek Lisans Tezi / Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi olarak sunduđum  
“.....”  
adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.../.....

Adı SOYADI

İmza



**EK 8: İngilizce Yemin Metni Örneği (Tezli Yüksek Lisans / Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencileri İçin)**

**DECLARATION**

I hereby declare that this master's thesis/non-thesis master's term project titled as “.....” has been written by myself in accordance with the academic rules and ethical conduct. I also declare that all materials benefited in this thesis consist of the mentioned resources in the reference list. I verify all these with my honour.

Date

.../.../.....

Name SURNAME

Signature

**ÖZET**

**Doktora Tezi / Yüksek Lisans Tezi/ Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi**

(Seçeneklerden biri yazılacaktır.)

**Tez Başlığı**

**Öğrencinin Adı SOYADI**

**Dokuz Eylül Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**..... Anabilim Dalı**

**.....Programı**

Globalizasyon sürecinin yarattığı etkiler sonucunda firmalar artık pazarlama uygulamalarında stratejik düşünce ve yönetime ağırlık vermektedirler. Ayrıca teknolojik gelişmeler de pazar ortamında sürekli değişimi gündeme getirmektedir. Teknolojik gelişmelerin pazarlama uygulamalarındaki etkileri; yeni ürün sunumlarının artışı, düşük maliyetli üretim ve ürünler arasındaki farklılaşmaların giderek azalmasıdır. Bu nedenle, firmalar, ürünlerine özgü bir tüketici kitlesi ve bağlılık sağlamak için marka yaratmaya gitmektedirler. Bununla birlikte, globalleşme ile başlayan değişim sürecinin pazarlama uygulamalarındaki etkileri ise, uluslararası ve çok uluslu firmaların ortaya çıkışı ve bu firmaların yerel pazarlarda faaliyete başlaması şeklinde belirginleşmektedir.

Globalleşme ve uluslararası ticaret anlaşmaları sonucunda firmalar çok daha güçlü bir rekabet ortamı ile karşı karşıya kalmaktadır. O kadar ki, artık yerel pazarlarda dahi firmalar karşılarında güçlü global markalar ile karşı karşıya kalmaktadır ve bu yüzden yeniden yapılanmaya gitmektedirler. Uluslararası alanda rekabet eden firmalar için ise, etkin bir marka yönetimi ve firmaya uygun marka stratejileri gerekmektedir.

Pazar koşulları markaları başarılı olmaya, başarılı olmayan markaları ise piyasadan çekilmeye zorlarlar. Ulusal veya uluslararası pazar koşulları altında marka firmaların rekabetçi üstünlüğü sağlanmasında en önemli unsur

olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk hazır giyim sektöründe son yıllarda markalaşma çalışmalarına önem vermeye başlanmıştır. Türk hazır giyim sektörü artık fason üretimi bırakıp, dünya tüketici eğilimlerini takip etmeye, kendisine özgün tasarım ve koleksiyonlar hazırlayarak dünya pazarlarında adını duyurmaya başlamıştır. Bu proje kapsamında marka stratejileri incelenerek, Türk Hazır Giyim Sektöründeki markalaşma üzerine bir uygulama yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Stratejileri, Tekstil Sektöründe Markalaşma, Piyasa Yönetimi, Taahhüt.**

**EK 10: İngilizce Özet (Doktora Programı Örneği)**

**ABSTRACT**

**Doctoral Thesis**

**Doctor of Philosophy(PhD)**

**Thesis Title**

**Student's Name SURNAME**

**Dokuz Eylül University**

**Graduate School of Social Sciences**

**Department of .....**

**..... Program**

**As a result of the effects of the globalization process that is put forward, the companies from now on emphasize the importance of strategic approach and administration in their marketing applications. Technological developments also bring forth the idea of the continuous change in the marketing ambient. The results of the technological developments in the marketing applications are, an increase in the number of the offer of new products, low-cost production and reduction in the differences among the products. That is the reason why the companies try to establish a new brand in order to ensure a specific consumer segment and commitment. Nevertheless, the effects of this change process as a consequence of globalization, are the emergence of international and multinational companies and their crystallized initiation in the local markets.**

**As an outcome of the globalization and international commercial treaties, the firms are faced with a more demanding rivalry circumstances. In so much as that, even now in the local markets, the strong global brands are so face to face with each other that, they go further to reconstruct themselves. For the ones which compete on international grounds, it is essential to have an effective brand management and strategies that fit best with the company's.**

**The requirements of the market system enforce the brands to be thriving, or withdraw if they can't succeed. Brand mark confronts us with this most crucial fact that it is the basis of rivalry on the marketing ground. Much more emphasis has been put on the branding studies through the years in Turkish ready-wear sector. Turkish ready-wear sector has no longer any connection with contract manufacturing. It has begun to make its name known among the world markets with its differentiative collections and unique designs. In this research project brand strategies are analyzed and an application has been done on the branding in Turkish ready-wear sector.**

**Keywords: Brand, Brand Strategies, Branding Textile Sector, Market Management, Commitment.**

**ABSTRACT**

**Master's Thesis/Non-Master's Term Project**

**Thesis/Project Title**

**Student's Name SURNAME**

**Dokuz Eylül University**

**Graduate School of Social Sciences**

**Department of .....**

**..... Program**

**As a result of the effects of the globalization process that is put forward, the companies from now on emphasize the importance of strategic approach and administration in their marketing applications. Technological developments also bring forth the idea of the continuous change in the marketing ambient. The results of the technological developments in the marketing applications are, an increase in the number of the offer of new products, low-cost production and reduction in the differences among the products. That is the reason why the companies try to establish a new brand in order to ensure a specific consumer segment and commitment. Nevertheless, the effects of this change process as a consequence of globalization, are the emergence of international and multinational companies and their crystallized initiation in the local markets.**

**As an outcome of the globalization and international commercial treaties, the firms are faced with a more demanding rivalry circumstances. In so much as that, even now in the local markets, the strong global brands are so face to face with each other that, they go further to reconstruct themselves. For the ones which compete on international grounds, it is essential to have an effective brand management and strategies that fit best with the company's.**

**The requirements of the market system enforce the brands to be thriving, or withdraw if they can't succeed. Brand mark confronts us with this most crucial fact that it is the basis of rivalry on the marketing ground. Much more emphasis has been put on the branding studies through the years in Turkish ready-wear sector. Turkish ready-wear sector has no longer any connection with contract manufacturing. It has begun to make its name known among the world markets with its differentiative collections and unique designs. In this research project brand strategies are analyzed and an application has been done on the branding in Turkish ready-wear sector.**

**Keywords: Brand, Brand Strategies, Branding Textile Sector, Market Management, Commitment.**

**EK 12: İindekiler Listesi**

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KALİTE GÜVENCE SİSTEMİ İÇİNDE  
KALİTE MALİYETLERİNİN ANALİZİ**

**İİNDEKİLER**

TEZ/PROJE ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	viii
TABLOLAR LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
EKLER LİSTESİ	xi
GİRİŐ	1

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**GENEL OLARAK KONAKLAMA İŐLETMELERİ**

1.1. KONAKLAMA İŐLETMELERİNİN TANIMI	11
1.2. KONAKLAMA İŐLETMELERİNİN ÖZELLİKLERİ	12
1.3. KONAKLAMA İŐLETMELERİNİN SINIFLANDIRILMASI	13
1.3.1. Ölçek Bakımından Sınıflandırma	13
1.3.2. GeliŐme AŐamasına Göre Sınıflandırma	14
1.3.3. ÇalıŐma Sürelerine Göre Sınıflandırma	15
.	
.	
.	



**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**  
**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KALİTE MALİYETLERİNİN**  
**ANALİZİNE İLİŞKİN BİR MODEL ÖNERİSİ**

4.1.	MODEL ÖNERİSİNİN TABANLARI	136
4.2.	KALİTE MALİYETLERİNİN ANALİZİNE İLİŞKİN BİR MODEL ÖNERİSİ	137
4.3.	KALİTE MALİYETLERİNİN BÜTÇELENMESİ	138
	SONUÇ	195
	KAYNAKÇA	198
	EKLER	

## **EK 13: Kısaltmalar**

### **KISALTMALAR**

<b>AB</b>	Avrupa Birliđi
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>bkz.</b>	Bakınız
<b>DBM</b>	Dışsal Başarısızlık Maliyeti
<b>s.</b>	Sayfa No
<b>ss.</b>	Sayfadan Sayfaya
<b>SBE</b>	Sosyal Bilimler Enstitüsü
<b>TKY</b>	Toplam Kalite Yönetimi

**EK 14:** Tablolar Listesi

**TABLolar LİSTESİ**

<b>Tablo 1:</b> X İşletmesinin Aylara Göre Kalite Maliyetleri Raporu	s. 65
<b>Tablo 2:</b> X İşletmesinin Belirli Aylara Ait İşsel Başarısızlık Maliyetleri	s. 102
.	
.	
.	
.	
<b>Tablo 16:</b> Y İşletmesinin Aylara Göre Satılan Malın Maliyetleri	s. 172

**EK 15: Şekiller Listesi**

**ŞEKİLLER LİSTESİ**

<b>Şekil 1:</b> Orta Ölçekli Bir Konaklama İşletmesinin Organizasyonu Şeması	s. 8
<b>Şekil 2:</b> Klasik Yaklaşımına Göre Kalite Maliyetler	s. 61
<b>Şekil 3:</b> Çağdaş Yaklaşımına Göre Kalite Maliyetleri	s. 62
<b>Şekil 4:</b> Kalite Maliyetleri Raporu	s. 72
<b>Şekil 5:</b> Aylara Göre Kalite Maliyetleri Raporu	s. 77

**EK 16:** Ekler Listesi

## **EKLER LİSTESİ**

**EK 1:** Araştırmada Kullanılan Anket Formu

ek s.1

**EK 2:** TÜSİAD 2009 Tüketici Raporu

ek s.3

**[TEZ KİTAPCIĞININ DIŞ VE İÇ KAPAK ÖLCÜLERİ İÇİN LİNKE TIKLAYINIZ.](#)**