

ISBN: 2636-7791

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ



Ex Oriente Lux...

JOURNAL OF STRATEGIC MANAGEMENT RESEARCH

Cilt / Volume : 2

Sayı / Issue : 2

Yıl / Year : 2019

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
JOURNAL OF STRATEGIC MANAGEMENT RESEARCH

Cilt / Volume: 2 Sayı / Issue: 2 Yıl / Year: 2019

Kurucu ve İmtiyaz Sahibi / Founder & Owner

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Editörler / Editors

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Dr. Öğr. Üyesi Musa Said DÖVEN

Sekreteryaya / Secretary

Dr. Öğr. Üyesi Ersin IRK

Yazışma Adresi / Mail Address

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Taşlıçiftlik Yerleşkesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
60150 TOKAT

Tel: +90 356 252 16 16 – 2363

Fax: +90 356 252 16 73

E-Posta / E-Mail: stratejidergisi@gmail.com

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
(SYAD)

JOURNAL OF STRATEGIC
MANAGEMENT RESEARCH
(JOSMR)

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi (SYAD) yılda iki kez yayımlanan hakemli, bilimsel ve uluslararası bir dergidir. SYAD Index Copernicus, DRJI, Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib dizinleri tarafından taranmaktadır. Stratejik yönetime ilişkin teorik ve görgül makalelere, yer verilen dergimizin temel amacı, bu alanlarda akademik bilginin üretimi ve paylaşımına katkı sağlamaktır. Dergimizde “Türkçe” ve “İngilizce” olmak üzere iki dilde makale yayımlanmaktadır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, belirtilen yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, daha önce yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler, yazarlara ait olup SYAD’ın görüşlerini yansıtmaz. SYAD ‘da yayımlanmış yazıların tüm yayın hakları saklı olup, dergimizin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

The Journal of Strategic Management Researches (JOSMR) is an academic, peer-reviewed, scientific and international journal which is being published biannually. JOSMR is cited by Index Copernicus, DRJI, Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib. JOSMR, with it’s articles essentially aims to contribute to academic development and sharing in the fields of Strategic Management. In JOSMR, Articles are being published both in Turkish and English Languages. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, should be prepared according to guideline of JOSMR. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, must be not published before or not sent to other journals. The views presented in the JOSMR represent opinions of the respective authors. The views presented do not necessarily reflect the opinion of the JOSMR. Copyrights for all articles published in JOSMR reserved. For quotation, JOSMR must be cited

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

İNDEKS BİLGİLERİ / INDEX INFORMATION

“Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi” aşağıda yer alan indekslerde taranmaktadır.

“Journal of Strategic Management Research” is cited in the indexes below.



STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bilim Kurulu
Members of the Science Board

Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN
Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet BARÇA
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Recai COŞKUN
Bakırçay Üniversitesi

Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet ERYIGİT
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Prof. Dr. Asep HERMAWAN
Trisakti Üniversitesi, Endonezya

Prof. Dr. Farzand Ali JAN
Iqra National University, Pakistan

Prof. Dr. Mahir NAKİP
Çankaya Üniversitesi

Prof. Dr. Ömer TORLAK
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Azmi YALÇIN
Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Ali DANIŞMAN
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUS
Yıldız Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Nurullah GENÇ
T.C. Merkez Bankası

Prof. Dr. Mesut İDRİZ
Sharjah Üniversitesi, BAE

Prof. Dr. Shah JEHAN
Iqra National Üniversitesi, Pakistan

Prof. Dr. Tülay İLHAN NAS
Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Deniz TAŞCI
Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Husna Leila YUSRAN
Trisakti Üniversitesi Endonezya

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler
Reviewers List of This Issue

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT
Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Adem BALTAÇI
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Doç. Dr. Uğur KEŞKİN
Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Umut KOÇ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Müslüme Akyüz
Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Onur DİRLİK
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Süheyla Eriği
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ersin İRK
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Volkan Işık
Hacettepe Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet MUMCU
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Feride OLCAY
Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa YILDIRIM
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuba YİĞİT
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

<i>İçindekiler</i>	<i>Sayfa No.</i>
<i>Table of Contents</i>	<i>Page Num.</i>
1. Perikles'in Yürüttüğü Faaliyetlerin Stratejik Yönetim Bağlamında Değerlendirilmesi Evaluation of Pericles' Activities in the Context of Strategic Management Uğur KESKİN, Orkun ŞEN	124-152
2. Gelinlik Sektörü Girişimcilerinin Başarı Kriterlerinin Belirlenmesi Determination Of Success Criteria For The Wedding Dress Sector Entrepreneurs Yusuf ESMER, Ahmet ÖZBEK	153-164
3. İbn-i Kemal'de Yönetim Düşüncesi Management Thought In Ibn Kemal Köksal BÜYÜK, Engin YAVUZ	165-183
4. Teorik Bir Sistemin Gereklilikleri Açısından Kaynaklara Dayalı Görüşün Bilimsel Statüsü Scientific Status Of Resource Based View In The Light Of Requirements Of A Theoretical System Mahmut HIZIROĞLU	184-226

***GELİNLİK SEKTÖRÜ GİRİŞİMCİLERİNİN BAŞARI
KRİTERLERİNİN BELİRLENMESİ****

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZBEK
Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, aozbek@marmara.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf ESMER**
Bayburt Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, yesmer@bayburt.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada gelinlik üreten girişimcilerin, gelinlik üretebilmek, gelinlik üreten işletmeyi kurmak ve/veya kurulmuş bir işletmeyi devam ettirebilmek için sahip olmaları gereken başarı kriterlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Çalışmanın örneklemini Bursa, İstanbul ve Samsun illerinde bulunan gelinlik üreten girişimciler oluşturmaktadır. Veri toplama esnasında anket tekniği kullanılmaktadır. Geliştirilen soru formu yardımıyla 25 gelinlik girişimcisinden veri toplanmaktadır. Soru formunda açık uçlu sorular da bulunmaktadır. Toplanan verilerin SPSS 21.0 programında frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmaları belirlenerek yorumlanmaktadır. Analiz sonucunda gelinlik işletmecisi olabilmek için; dikimde kullanılan makine ve aparatlar hakkında bilgi sahibi olma, müşterinin beden ölçüsünü alabilme ve dikim tekniklerini uygulayabilmenin en önemli özellikler olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca işletmecilik bilgisi olarak ise reklam-tanıtım, marka ve pazarlama hakkında bilgi sahibi olmanın en önemli özellikler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde üniversitelerin giyim üretimi ve moda tasarımı programı öğrencilerine girişimcilik, pazarlama ve marka ile ilgili derslerin okutulması, onların başarılı girişimci olabilmelerine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimci, Gelinlik Sektörü Girişimcileri, Başarı Kriterleri*

* Bu çalışma 5-9 Eylül 2018 tarihinde Prizren/Kosova'da düzenlenen "International Conference on Social Science Research (ICONSR 2018)" konferansında tam metin bildiri olarak sunulmuştur.

** Sorumlu Yazar

DETERMINATION OF SUCCESS CRITERIA FOR THE WEDDING DRESS SECTOR ENTREPRENEURS

ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine success criteria that the entrepreneurs who produce wedding dresses should have in order to be able to produce wedding dresses, establish wedding dress producing enterprises and / or maintain an established enterprise. Quantitative research method is used in this study. The sample of the study is the entrepreneurs who produce wedding dresses in Bursa, Istanbul and Samsun. Survey technique is used during data collection. Data is collected from 25 wedding dress entrepreneurs with the help of developed questionnaire. There are also open-ended questions in the questionnaire. The frequencies, percentages, mean and standard deviations of the collected data are interpreted in the SPSS 21.0 program. As a result of the analysis to be a wedding dress manager; having knowledge about the machines and apparatus used in planting, getting the body size of the customer and applying the sewing techniques are the most important characteristics. In addition, information about advertising-promotion, branding and marketing is the most important characteristic of business management. When the research results are evaluated, it will help the universities to be successful entrepreneurs of the students of clothing production and fashion design program to be taught entrepreneurship, marketing and brand related lessons.

Keywords: *Entrepreneur, Wedding Dress Sector Entrepreneurs, Success Criteria*

Giriş

Gelinlik, düğün ve/veya nikâhta gelinin giydiği özel bir giysidir (Önder, 2017). Gelinlikler; atölyeler, moda evleri ve gelinlik üreticileri tarafından seri ve kişiye özel olmak üzere iki şekilde üretilmektedir. Seri üretilen gelinlikler, kişiye özel olarak üretilenlere göre daha düşük değere sahiptir (Kuleli, 2016). Fakat kadınlar henüz evlenecekleri kişi bile belli olmadan, kendilerini giyecekleri gelinliğin içinde düşledikleri için evliliğe adım atarken gelinliklerinin çok özel ve güzel olmasını istemektedirler (Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016). Satın alma güçlerinin düşük ya da yüksek olması da bu durumu pek fazla değiştirmemektedir. Bu nedenle gelinliklerinin kendilerine özel üretilmesini öncelikle talep etmektedirler. Gelinlik, kişinin vücut yapısına ve ölçülerine göre üretilirken ayrıca üretiminde yüksek kaliteli malzeme kullanılmakta, provalar nedeniyle üretim süreci uzamakta ve hazır giysilere göre daha pahalı katma değeri yüksek bir ürün ortaya çıkmaktadır (Güneş ve Çavdar, 2016; Şahin, 2009; Koca ve Koç, 2009; Yücel Damar, 2016; Kocabaş Atılgan, 2014).

Gelinlik, atölye, moda evleri ve gelinlikçiler tarafından üretilen katma değeri yüksek bir giysi olarak bilinmektedir. Son yıllarda müşterilerin istek ve beklentilerinin sürekli değişmesine paralel bir şekilde farklı tasarımlarda gelinlikler ortaya çıkmakta ve gelinlik sektöründe rekabet her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda gelinlik üreten girişimcilerin bu rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri (başarılı olabilmek) için sahip olmaları gereken bir takım başarı kriterleri bulunmaktadır. Bu kriterlerin belirlenmesi sektör için son derece önemli bir durum olarak görülmektedir.

Bu çalışmada gelinlik üreten girişimcilerin, gelinlik üretebilmek, gelinlik üreten işletmeyi kurmak ve/veya kurulmuş bir işletmeyi devam ettirebilmek için sahip olmaları gereken başarı kriterlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma, Türkiye gelinlik sektörüne yönelik literatürde çok az çalışmanın bulunması ve sektörde yer almak isteyen girişimcilere; işyeri kurmak, gelinlik üretmek ve işletmenin sürekliliğini sağlamak gibi konularda bilgi sağlaması açısından önemlidir.

1. Kavramsal Çerçeve

Girişimci, önemli bir üretim faktörü olup emek, doğa, sermaye, teknoloji ve bilgi gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek mal ve hizmet üreten kişidir. Girişimci bunu kar elde etmek amacıyla yapmaktadır. Ancak girişimcinin zarar etme riski de bulunmaktadır. Dolayısıyla bir girişimcinin başarılı olabilmesi riski sevmesi ve cesur davranmasına bağlıdır. Ancak günümüzde girişimcilerin riski sevmeleri ve cesur olmaları onların başarılı olmalarına yetmemektedir. Risk ve cesareten önce bir girişimcinin kuracağı işle ve girişimcilikle ilgili yeterli düzeyde bilgi ve donanıma sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda girişimcilerin işletme kuracakları ya da kurdukları işletmenin faaliyet gösterdiği sektör ile ilgili de birtakım özelliklere

SYAD

2019/2

sahip olmaları gerekmektedir. Girişimcilik her sektör için olduğu gibi gelinlik sektörü içinde büyük öneme sahiptir. Bu nedenle sektörde başarılı girişimcilere gereksinim duyulmaktadır. Gelinlik sektörü dünyada katma değeri yüksek olan sektörlerden biridir. Dünya gelinlik ticaretinde Çin, İspanya ve İtalya ilk üçü oluştururken Türkiye dördüncü sırada yer almaktadır. Türkiye gelinlik sektörü hakkında istatistiksel veriler bulunmamakla birlikte, yaklaşık 4 bin işletmeden oluştuğu ve bu işletmelerin ağırlıklı olarak Marmara ve Ege Bölgesinde yer aldığı tahmin edilmektedir. Sektörde 80 bin kişi çalışmakta olup, sektör el işçiliğine dayalı olmasından dolayı da kadın istihdam oranı oldukça yüksektir (Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016). Sektör, kilogram başına ortalama 150 dolar üzerinden Almanya, Avusturya, Hollanda, Romanya, İspanya, İtalya, ABD ve İngiltere gibi gelişmiş ülkeler başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına gelinlik ihraç etmektedir (Arslan ve Çileroğlu, 2018). Ayrıca genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Türkiye yıllık yaklaşık 700 bin evlilik sayısı ile ciddi bir pazardır. Türk tüketiciler de kişiye özel gelinlik tasarımları ve yerli gelinlikleri tercih etmektedir (Önder, 2017; Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016). Türkiye`de gelinlik sektörü genellikle küçük işletmelerden oluşmakta, düşük başlangıç sermayesi gerektirmekte ve sektörde katma değeri oldukça yüksek ürün üretilmektedir. Bu nedenle bu sektör girişimcilerin ilgisini çekmektedir. Aynı zamanda sektör Türkiye ekonomisine de önemli katkı sağlamaktadır.

2. Yöntem

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Araştırmanın evrenini Türkiye`de gelinlik üreten girişimciler oluşturmaktadır. Ancak Türkiye`de gelinlik üreten girişimcilerin bağlı olduğu bir kurum bulunmadığından, bu girişimcilerle ilgili verilere ulaşamaması

araştırmanın önemli bir kısıtı sayılmaktadır. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen Bursa, İstanbul ve Samsun`da faaliyet gösteren 25 gelinlik sektörü girişimcisi oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aşamasında anket tekniği kullanılmaktadır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümü, gelinlik girişimcilerinin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde, gelinlik girişimcilerinin mesleki olarak sahip olması gereken özellikleri ile ilgili görüşlerini belirlemeyi amaçlayan 11 ifadeden oluşan 5`li likert tipi ölçek yer almaktadır. Üçüncü ve son bölümde ise gelinlik girişimcilerinin işletme kurma ve/veya kurulmuş işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olması gereken işletmecilik özelliklerini ölçmeyi amaçlayan 6 ifadeden oluşan 5`li likert tipi ölçek yer almaktadır. Soru formunda açık uçlu sorular da bulunmaktadır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümlerinde kullanılan ölçeklerin SPSS 21.0 programında güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. İkinci ve üçüncü bölümde kullanılan ölçeklerin Cronbach Alpha (α) değerleri sırasıyla 0,742 ve 0,714 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin güvenilirlik değerleri 0, 70`den daha büyük olduğundan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna karar verilmiştir. Diğer yandan araştırmada toplanan verilerin SPSS 21.0 programında frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmaları belirlenmektedir.

3. Bulgular

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21.0 programında analiz edilmiş ve tablolar halinde sunularak yorumlanmıştır.

Araştırmaya katılan gelinlik üreten girişimcilerin giyim üretimi eğitimi alma durumları ve giyim üretimi eğitimi almış oldukları kurumların dağılımı Tablo 1`de sunulmaktadır.

SYAD

2019/2

Tablo 1. Gelinlik Girişimcilerinin Giyim Üretimi Eğitimi Alma Durumları

Giyim Üretimi Eğitimi Alınan	Girişimci Sayısı	Yüzde (%)
Eğitim Almadım	3	12,0
Halk Eğitim Merkezi	7	28,0
Lise	6	24,0
Meslek Yüksekokulu (Önlisans)	4	16,0
Fakülte (Lisans)	2	8,0
Diğer	3	12,0
Toplam	25	100,0

Araştırmaya katılan gelinlik girişimcilerinin istihdam ettikleri kişi sayısı

Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2. Gelinlik Girişimcilerinin İstihdam Ettikleri Kişi Sayısı

İstihdam Etme Durumu	İstihdam Edilen Kişi Sayısı
En Az İstihdam Eden	1 Kişi
En Fazla İstihdam Eden	15 Kişi
Ortalama İstihdam Edilen	4,5 Kişi

Tablo 2’ye göre gelinlik girişimcileri ortalama 5 kişi istihdam etmektedir. Bu veri işletmelerin KOBİ niteliğinde olup esnek bir yapıya sahip olduklarını göstermektedir.

Gelinlik girişimcilerinin moda tasarımı eğitimi alma durumları Tablo 3’de verilmektedir.

Tablo 3: Gelinlik Girişimcilerinin Moda Tasarımı Eğitimi Alma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
18 (72,0 %)	7 (28,0 %)	25 (100,0 %)

Tablo 3’e göre gelinlik girişimcilerinin genellikle moda tasarımı eğitimine sahip oldukları görülmektedir.

Gelinlik girişimcilerinin giyim üretimi eğitimi alma durumları Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4: Gelinlik Girişimcilerinin Giyim Üretimi Eğitimi Alma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
22 (88,0 %)	3 (12,0 %)	25 (100,0 %)

Tablo 4'e göre gelinlik girişimcilerinin yaklaşık %90'ı giyim üretimi eğitimi almıştır. Bu durum girişimcilerin giyim üretimi konusunda yeterli eğitime sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya dahil olan gelinlik girişimcilerinin sektör deneyimleri Tablo 5'de verilmektedir.

Tablo 5: Gelinlik Girişimcilerinin Sektör Deneyimleri

Deneyim	İşletme Sayısı		Deneyim süresi
1-5 yıl Sektör	5	En Az Sektör	1 yıl
6-10 yıl Sektör	5	En Fazla Sektör	35 yıl
11-15 yıl Sektör	5	Ortalama	14,08 yıl
16-20 yıl Sektör	4		
26-30 yıl Sektör	2		
31-35 yıl Sektör	3		

Bu soruya 1 kişi cevap vermemiş olup, 24 kişiden alınan sonuçlardan Tablo 5 oluşturulmuştur. Tablo 5'e göre gelinlik girişimcilerinin %79,17'si 6-35 yıl sektör deneyimine sahiptir. Araştırmaya katılan gelinlik girişimcilerinin sektör tecrübesi araştırma sorularımıza cevap verebilecek tecrübeye sahip olduklarını göstermektedir.

Gelinlik girişimcilerinin almış oldukları eğitimin işletme kurmak için yeterlilik durumu Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6. Gelinlik Girişimcilerinin Almış olduğu Eğitimin İşletme Kurma İçin Yeterlilik Durumları

Yeterlilik Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli	22	88
Kısmen Yeterli	2	8
Ne yeterli ne de yetersiz	1	4
Yetersiz	0	0
Çok yetersiz	0	0
Toplam	25	100

Tablo 6'ya göre gelinlik girişimcilerinin almış olduğu eğitim işletme kurmak için yaklaşık %90 oranında yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gelinlik girişimcilerinin kendi markalarına sahip olma durumları Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7. Gelinlik Girişimcilerinin Kendi Markalarına Sahip Olma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
20 (80,0%)	5 (20,0%)	25 (100,0%)

Tablo 7'ye göre gelinlik girişimcilerinin %80'i kendi markasına sahiptir. Bu durum işletmelerin başarısını ve sektörün geleceğinin parlak olduğunun göstergesi sayılabilir.

Gelinlik işletmesi kuracak girişimcilerin mesleki yönden sahip olması gereken özellikler ile ilgili ifadeler Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo 8. Gelinlik İşletmesi Kurmak İçin Mesleki Olarak Sahip Olunması Gereken Bilgi Birikiminin Değerlendirilmesi

İfade No	İfadeler
İfade 4	Dikim de kullanılan makine ve aparatları bilmek.
İfade 5	Dikim tekniklerini bilmek.
İfade 9	Giysi üretiminde kullanılan makine ve aparatların bakımı ile ilgili bilgiye sahip olmak.
İfade 10	Giysi üretiminde kullanılan makine ve aparatların onarımı ile ilgili bilgiye sahip olmak.
İfade 12	Giysinin teknik çizimini hazırlayabilmek.
İfade 13	Giysi için kullanılacak süsleme tekniklerini bilmek.
İfade 14	Giysi için kullanılacak süsleme materyallerini bilmek.
İfade 15	Giyim üretiminde meydana gelen yenilikleri (yeni makine, donanım vb.) takip etmek.
İfade 16	İnsan üzerinden ölçü alabilmek.
İfade 18	Modada meydana gelen yenilikleri takip etmek.
İfade 19	Moda da meydana gelen yenilikleri uygulayabilmek.

Tablo 9'da yer alan aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar ankette yer alan ifadelerin 25 katılımcıdan elde edilmiş cevaplarıyla oluşturulmaktadır. Hem standart sapmanın küçük olduğu hem de yargının kesin olduğu ifade çizelgede en başta yer almaktadır. Aritmetik ortalamalar büyüklük sırasına göre verilmektedir. Böylece ifadeler önem derecesine göre sıralanmaktadır.

Tablo 9. Gelinlik İşletmesi Kurmak İçin Mesleki Olarak Sahip Olunması Gereken Bilgi Birikiminin Durumu

İfade No	1= Çok Önemsiz		2= Önemsiz		3= Ne Önemli Ne de		4= Önemli		5= Çok Önemli		X _{or}	σ
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İfade 4	0	0	0	0	0	0	4	16	2	84	4,	,374
İfade 16	0	0	0	0	1	4	2	8	2	88	4,	,472
İfade 5	0	0	0	0	0	0	5	20	2	80	4,	,408
İfade 18	0	0	0	0	0	0	5	20	2	80	4,	,408
İfade 19	0	0	0	0	0	0	9	20,8	1	79,2	4,	,414
İfade 14	0	0	0	0	0	0	4	22,2	1	77,8	4,	,427
İfade 13	0	0	0	0	1	4	6	24	1	72	4,	,556
İfade 12	0	0	0	0	1	4	7	28	1	68	4,	,568
İfade 15	0	0	1	4	2	8	7	28	1	60	4,	,820
İfade 9	0	0	0	0	6	24	1	40	9	36	4,	,781
İfade 10	0	0	0	0	8	32	1	40	7	28	3,	,789

Tablo 9'a göre gelinlik üreten girişimcilerin mesleki yönden sahip olması gereken en önemli nitelikler sırasıyla; (1) Dikim de kullanılan makine ve aparatları bilmek, (2) İnsan üzerinden ölçü alabilmek, (3) Dikim tekniklerini bilmek ve (4) Modada meydana gelen yenilikleri takip etmektir. Bu sonuçlara göre gelinlik üreten girişimcilerin başarılı olabilmeleri için makine kullanımı, ölçü ve modayı takip etme gibi konularda bilgiye sahip olmaları gerekmektedir.

Tablo 10'da gelinlik üreten işletme kurmak ve/veya kurulmuş gelinlik üreten işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olunması gereken işletmecilik bilgisi ile ilgili ifadeler yer almaktadır.

Tablo 10. Gelinlik İşletmesi Kurmak ve/veya Kurulmuş Gelinlik İşletmesini Başarılı Bir Şekilde İşletebilmek İçin Sahip Olunması Gereken İşletmecilik Bilgisinin Durumu

İfade No	İfadeler
İfade 1	İşyeri kurma konusundaki işleyişi bilme (hangi kurumlara başvurup hangi izin ve belgelerin alınacağı vb.)
İfade 2	Devlet teşvikleri (KOSGEB vb. teşvikler) konusun da bilgi sahibi olmak.
İfade 5	İş hukuku konusunda bilgi sahibi olmak.
İfade 6	Ürünün reklam ve tanıtımı konusunda bilgi sahibi olmak
İfade 7	Ürünlerin pazarlanması konusunda bilgi sahibi olmak.
İfade 8	Ürünlerin markalaştırılması konusunda bilgi sahibi olmak.

SYAD**2019/2**

Tablo 11’de yer alan aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar ankette yer alan ifadelerin 25 katılımcıdan elde edilmiş cevaplarıyla oluşturulmaktadır. Hem standart sapmanın küçük olduğu hem de yargının kesin olduğu ifade çizelgede en başta yer almaktadır. Aritmetik ortalamalar büyüklük sırasına göre verilmiştir. Böylece ifadeler önem derecesine göre sıralanmaktadır.

Tablo 11. Gelinlik İşletmesi Kurmak ve/veya Kurulmuş Gelinlik Üreten İşletmesini Başarılı Bir Şekilde İşletebilmek İçin Sahip Olunması Gereken İşletmecilik Bilgisinin Durumu

	1= Çok Önemsiz		2= Önemsiz		3= Ne Önemli Ne de Önemsiz		4= Önemli		5= Çok Önemli		X _{ort}	σ
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İfade 6	0	0	0	0	1	4	3	12	21	84	4,8	,500
İfade 8	0	0	0	0	1	4	5	20	19	76	4,7	,541
İfade 7	0	0	0	0	2	8	4	16	19	76	4,6	,627
İfade 5	0	0	0	0	1	4	8	32	16	64	4,6	,577
İfade 1	0	0	0	0	2	8	10	40	13	52	4,4	,650
İfade 2	0	0	1	4	8	32	7	28	9	36	3,9	,934

Tablo 11’e göre gelinlik üreten girişimcilerin işletmecilik bilgisi yönünden sahip olması gereken özellikler sırasıyla; (1) Ürünün reklam ve tanıtımı konusunda bilgi sahibi olmak, (2) Ürünlerin markalaştırılması konusunda bilgi sahibi olmak ve (3) Ürünlerin pazarlanması konusunda bilgi sahibi olmaktır. Bu sonuçlara göre gelinlik üreten girişimcilerin başarılı olabilmeleri için reklam-tanıtım, marka ve pazarlama konularında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de gelinlik sektörü son yıllardaki yoğun talep nedeniyle sürekli büyümekte ve buna bağlı olarak sektörde rekabet her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle sektöre girmek ve sektörde kalıcı olmak girişimciler için son derece zor olmaktadır. Bu bağlamda sektördeki girişimcilerin başarılı olmaları birtakım kriterlere bağlıdır. Bu araştırmada gelinlik üreten girişimcilerin başarı kriterleri araştırılmış ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan gelinlik üreten

girişimciler genellikle moda tasarımı ve giyim üretimi eğitimine sahip olup, eğitimlerini genellikle halk eğitim merkezleri ve meslek liselerinde almışlardır. Araştırmada girişimcilerin %88'inin almış oldukları eğitimin işletme kurmak için yeterli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca gelinlik üreten girişimciler sektörde ortalama 14,08 yıllık tecrübeye sahip olup ortalama 4,5 kişi istihdam etmekte ve bunların %80'i kendi markasına sahip olmaktadır.

Araştırma sonucunda, girişimcilerin temel olarak gelinlik üretim sektöründe yer alabilmeleri için moda tasarımı ve giyim üretimi eğitimi almalarının önemli olduğu sonucuna ulaşılrken ayrıca sektörde yer alabilmek için mesleki ve işletmecilik yönünden de bir takım niteliklere sahip olmaları gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Mesleki yönden sahip olmaları gereken en önemli özelliklerin sırasıyla; dikimde kullanılan makine ve aparatlar hakkında bilgi sahibi olmak, müşterinin beden ölçülerini alabilmek ve dikim tekniklerini uygulayabilmek ve giyim üretiminde meydana gelen yenilikleri (yeni makine, donanım vb.) takip etmek olduğu görülmektedir. İşletme kurmak ve/veya kurulmuş işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olmaları gereken işletmecilik bilgisi anlamında en önemli özelliklerin ise reklamı-tanıtım marka ve pazarlama hakkında bilgi sahibi olmak olduğu görülmektedir. Buna göre araştırma sonuçları girişimcilerin risk ve cesaretle birlikte kuracakları iş ve girişimcilikle ilgili yeterli düzeyde bilgi sahip olmaları gerektiği savını desteklemektedir. Dolayısıyla girişimci adaylarının girişimcilik konusunda eğitim almaları gerekmektedir. Bu bağlamda üniversitelerde giyim üretimi ve moda tasarımı programı öğrencilerine girişimcilik, pazarlama ve marka ile ilgili derslerin okutulması, onların girişimci

SYAD***2019/2***

olabilmelerine yardımcı olacağı düşünüldüğünden müfredat kapsamında bu derslere daha çok yer verilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Arslan, B., & Çileroğlu, B. (2018). Kişiyeye Özel Gelinlik Üretiminde Tasarımcı Faaliyetleri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(23), 274-283.
- Güneş, P. E., & Çavdar, E. (2016). Kişiyeye Özel Lüks Giysiler Üreten Bir Konfeksiyon Mağazasında Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Tedarikçi Seçimi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,(30), 217-245.
- Koca, E., & Koç, F. (2009). Giysi Tasarımında Yaratıcılık. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4(1), 33-44.
- Kocabaş Atılğan, D. (2014). Giysi Tasarımında Esinlenmenin ve Araştırmannın Yaratıcılığa Etkisi. *The Journal of Academic Social Science Studies*,(27), 471-487.
- Kuleli, S. (2016). *Gelinlik Üretiminde Modüler Ürün Geliştirme*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Moda ve Hazır Giyim Federasyonu. (2016). Gelinliğin “Al”dan “Beyaz”a Tarihsel Yolculuğu. *MHGF Adres Dergisi*, 18(2), 45-46. <http://www.mhgf.org.tr/mhgfadmin/uploads/file/dergi/2016/ADRES-SAYI-18-web.pdf> (Erişim Tarihi: 13.08.2018).
- Moda ve Hazır Giyim Federasyonu. (2016). Hazır Giyimde Katma Değeri Yüksek Üretim ve İhracat: Gelinlik Sektörü. *MHGF Adres Dergisi*, 18(2), 38-40. <http://www.mhgf.org.tr/mhgfadmin/uploads/file/dergi/2016/ADRES-SAYI-18-web.pdf> (Erişim Tarihi: 13.08.2018).
- Önder, S. (2017). *Türkiye’de Gelinlik Tasarımı ve Aksesuarlarının Kültürlerarası Gösterdiği Farklılıklar Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Şahin, A. (2009). *Giysi Alışverişinde Tüketicilerin Haute Couture ve Hazır Giyim Tercihleri İstanbul-Konya İllerinde Örnek Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yücel Damar, D. (2016). *Kişiyeye Özel Giysi Tasarımı ve Üretiminde Keçe Sanatının Yeni Yaklaşımlarla Uygulanması*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.