

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GIYIM ENDÜSTRİSİ VE MODA TASARIMI EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI
KUAFÖRLÜK VE GÜZELLİK BİLGİSİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

KOSOVA KUAFÖRLÜK HİZMET SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
VALİ GJİNALİ

Ankara
Temmuz – 2011

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİYİM ENDÜSTRİSİ VE MODA TASARIMI EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI
KUAFÖRLÜK VE GÜZELLİK BİLGİSİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

KOSOVA KUAFÖRLÜK HİZMET SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
VALİ GJİNALİ

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Pınar GÖKLÜBERK ÖZLÜ

Ankara
Temmuz – 2011

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Vali GJIVALI in Kosova Kuaförlük
Hizmet Sektörünün Mevcut Durumu

..... başlıklı tezi
05.08.2011 tarihinde, jürimiz tarafından Giyim End. ve Moda Tas. Eğitimi ABD
Kuaförlük ve Güzellik Bilg. Eğitimi Ana Bilim / Ana Sanat Dalında Yüksek
Lisans / ~~Doktora~~ / Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

(İmza) 
Başkan: Doç. Dr. Yücel Gelirli
Akademik Ünvanı, Adı Soyadı

(İmza) 
Üye: Doç. Dr. Pinar GöklüBERK ÖZÜ (Danışman)
Akademik Ünvanı, Adı Soyadı

(İmza) 
Üye: Doç. Dr. İbrahim Kısac
Akademik Ünvanı, Adı Soyadı

(İmza)
Üye:
Akademik Ünvanı, Adı Soyadı

(İmza)
Üye:
Akademik Ünvanı, Adı Soyadı

ÖNSÖZ

Son on yılda dünyadaki gelişmelere bakıldığında sektörler arasında, yapısal değişiklikler açısından çok hızlı bir değişimin olduğu görülmektedir. Bir ülkenin gelişmesi için ilk başta tarım sonra sanayi gelirken son olarak da hizmet sektörü gelmektedir. Bu değişimin hızı ve oranı ülkelerin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkmaktadır.

Günümüzün artan rekabet koşullarında işletmeler varlıklarını sürdürebilmek için müşterilerin sesine kulak vermek ve müşteri memnuniyetini ön planda tutmak zorundadır. Günümüzde müşteri memnuniyeti, daha iyi bir işletme performansı sağlamak ve müşteriye daha fazla değer vermek açısından en önemli kriterlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Bu zorlu yarış, hizmet sınıflandırmasında yer alan ve kişisel hizmetlere giren kuaför salonlarını da kapsamaktadır.

Bu araştırma Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu belirlemek için yapılmıştır. Bu alanla ilgili daha önce herhangi bir araştırmanın yapılmaması, bu konunun araştırılmasını daha ilgi çekici hale getirmiştir. Kosova'da kuaförlük alanında sektör ve uygulamalarla ilgili bilinmeyen yönleri ortaya çıkarmak ve bu sayede geleceğe ışık tutabilecek bir çalışmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu ortaya çıkarmak için hizmet sektörünün özellikleri, sınıflandırılması ve profesyonel hizmet kavramları ele alınmıştır.

Bu araştırmada Kosova’da bulunun kuaför salonlarının yapısal özellikleri, mekân özellikleri, salonların hijyeni, çalışma koşulları ve standartları incelenerek eksiklikler belirlenmeye çalışılmıştır. Kuaför salonlarının yapılandırılması, geliştirilmesi ve standartların oluşturulması gibi birçok konu ele alınmıştır. Kosova’nın řu anki durumundan bahsedilerek, ileride yapılabilecek olası düzenlemeler ve gelişmelere yer verilmiştir.

Bu araştırmanın gerçekleşmesinde her aşamada çalışmalarımı yönlendiren, değerli bilgisi ve desteği ile bana yol gösteren danışmanım Sayın Doç. Dr. Pınar GÖKLÜBERK ÖZLÜ’ye, tez konumun fikir sahibi olan Doç. Dr. Celalettin Rumi ÇELEBİ’ye, anketlerimin istatistik sonuçlarını alırken bana yardımcı olan Sayın Fatih ALTINTAŞ’a ve Arş. Gör. Ruřen AKMAN’a çok teşekkür ederim.

Araştırmanın başladığı günden bu yana gösterdiği sabır ve yardımları için aileme, emeği geçen tüm hocalarıma, arkadaşlarıma ve ankete katılan tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Ankara 2011

Vali GJİNALİ

ÖZET

**KOSOVA KUAFÖRLÜK HİZMET
SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU**

Vali GJİNALİ
Yüksek Lisans
Gazi Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Eğitimi
Anabilim Dalı
Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Pınar GÖKLÜBERK ÖZLÜ

Temmuz – 2011

Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu ortaya koymak ve sorunlarını tespit etmek amacıyla bu çalışmanın yapılmasına gerek duyulmuştur.

Bir kuaför salonunun ergonomik özelliklerinden başlanarak fiziki durumu, mekân, alet ve ekipmanların mevcut durumu ile salon sahiplerinin sosyal ve demografik özellikleri belirlenmiştir. Araştırma, Tarama Modeline dayalı, Betimsel Araştırma Yöntemleri ile yapılmıştır.

Uzman görüşleri ve literatür taraması ile elde edilen bilgiler doğrultusunda kuaförlük hizmet sektörünün mevcut durumunun belirlenmesi konusunda 70 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anketler Kosova’da Priştine, Prizren, İpek, Ferizay, Gilan, Mitrovitsa, Cakova, Deçan, Ştime ve Suhareka’da, 6 il ve en büyük 4 ilçesinde toplam 10 bölgedeki 110 kuaför salonuna uygulanmıştır.

Mevcut durum belirlemeye ilişkin anket yoluyla toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılmış, frekans (N) ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan Kosova'daki Kuaförlük Hizmet Sektörünün Durumu hakkında ulaşılan sonuçlar; İşletme sahipleri ve çalışan elemanların mesleği çalıştıkları işletmelerdeki ustalarından öğrendikleri, kuaförlük mesleğine yönelik ortaöğretim, lisans, yüksek lisans seviyesinde bir eğitimlerinin olmadığı ve kuaförlük mesleğine ilgili seminer, konferans gibi hizmetlere erişilmediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca kuaförlük hizmeti veren işletmelerin genel olarak küçük mekânlara sahip oldukları, işlem koltuğu, müşteri bekleme koltuğu gibi araç ve gereçlerinin yetersiz olduğu, yeni ürünlere erişimlerinin sınırlı olduğu, müşterilere ilişkin bilgi kartı düzenlenmediği ve belli bir ücret tarifelerinin olmadığı gibi sorunların olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

ABSTRACT

CURRENT STATUS OF KOSOVO HAIRDRESSING SERVICE SECTOR

Vali GJINALI

Postgraduate

Institute of Education Sciences

Department of Clothing Industry and Fashion Design

Education on Hairdressing and Beauty Sciences

Thesis Advisor: Assoc.Prof.Dr. Pınar GOKLUBERK OZLU

July – 2011

In order to introduce the current situation and find out the problems of the Kosovo Hairdressing Service Sector, this workout was needed to be done.

As the Current Status of Hairdressing Service Sector in Kosovo went through a research, physical condition of the salon, current status of the location, tools and equipment as well as the social and demographical characteristics of salon owners have been determined, starting from the ergonomic characteristics of the salon of a hairdresser's.

The aforementioned research was carried out by means of Descriptive Research Methods based on Screening Model. A 70 question survey was made by the researcher in an effort to identify the current status of hairdressing service sector in line with the information acquired through expert opinions and literature review. The research was applied in 110 hairdresser's in 10 regions of Kosovo in total, 6 provinces and the largest 4 districts; Prishtina, Prizreni, Peja, Ferizaj, Gjilani, Mitrovica, Gjakova, Deçani, Shtime and Suhareka.

Data collected via the survey on determining the status have been computerized on SPSS 18.0 program, frequencies (N) and percentage distributions have been calculated and their arithmetic means have also been calculated.

The following results have been obtained regarding the Status of the Sector; Business owners and employees learn about the profession at the enterprise they are working for, they do not have a secondary education, undergraduate or postgraduate degree education on hairdressing occupation and seminars, conferences etc on hairdressing occupation are not within reach. In addition, there are further outcomes of the research indicating problems as such; enterprises offering hairdressing service generally have small spaces and fall short of tools and equipment like treatment seats and waiting seats for customers, they have limited access to new products, no information cards are issued for the customers and they do not have a specific fee tariff.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
RESİMLER LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ	xvi
I. BÖLÜM GİRİŞ	1
1.1 Problem Durumu.....	3
1.2 Problem Cümlesi	4
1.3 Araştırmanın Amacı	4
1.4 Alt Problemler.....	5
1.5 Araştırmanın Önemi	6

1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	6
1.7 Tanımlar	7
II. BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	8
2.1 HİZMET SEKTÖRÜ	8
2.1.1 Hizmet Kavramı.....	8
2.1.2 Hizmetin Özellikleri	10
2.1.3 Hizmetin Sınıflandırılması.....	12
2.1.4 Hizmet Kalitesi.....	14
2.1.5 Hizmet Kalitesinin Boyutları	15
2.1.6 Profesyonel Hizmet Kavramı ve Özellikleri.....	16
2.1.7 Hizmet İşletmelerinde Yer Seçimi.....	18
2.1.8 Bireysel Hizmet Sunmada İzlenecek Yollar	18
2.2 KUAFÖRLÜK HİZMET SEKTÖRÜ	20
2.2.1 Kuaförlüğün Tanımı	20
2.2.2 Dünya’da ve Türkiye’de Kuaförlüğün Tarihçesi.....	21
2.2.3 Kuaförlük Uygulamalarının Toplumdaki Yeri	22
2.2.4 Kuaför Salonun Fiziksel Durumu	23
2.2.5 Kuaför Salonunun Aydınlatması	25
2.2.6 Kuaför Salonunun Havalandırılması ve Isıtılması.....	26
2.2.7 Kuaför Salonlarının Hijyeni	28
2.2.8 Kuaför Salonlarında Güvenlik Önlemleri.....	32

2.2.9	Kuaför Salonlarında Bulunması Gereken Makine, Malzeme ve Araç-Gereçler.....	33
2.3	KOSOVA’DA KUAFÖRLÜK HİZMET SEKTÖRÜ	34
2.3.1	Kosova’nın Tarihi	34
2.3.2	Kosova’nın Coğrafik Konumu.....	39
2.3.3	Kosova’nın Demografik Yapısı	40
2.3.4	Kosova’nın Sosyo – Ekonomik Durumu	41
2.3.5	Dünya ve Kosova’da Kuaförlük Sektörü	44
2.4	İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	46
III.	BÖLÜM YÖNTEM	50
3.1	Araştırmanın Modeli	50
3.2	Evren ve Örneklem	51
3.2.1	Evren	51
3.2.2	Örneklem	51
3.3	Verilerin Toplanması	51
3.4	Verilerin Analizi	53

IV. BÖLÜM

4.1 BULGULAR ve YORUM	54
4.1.1 Kuaför Salon Sahiplerinin Demografik Özelliklerine İlişkin	
Bulgular	54
4.1.2 Çalışanlara Ait Çalışma Koşullarına İlişkin Bulgular	58
4.1.3 Kuaförlük Hizmeti Veren İşletmelerin Fiziki Şartlarına İlişkin	
Bulgular	62
4.1.4 Kosova'daki Kuaför Salonlarının Hizmet Niteliklerine İlişkin	
Bulgular	73
4.1.5 Kosova'daki Kuaför Salonlarının Sağlık (Hijyen) Şartlarına	
İlişkin Bulgular	85
4.1.6 Kosova'daki Kuaför Salonlarını Denetleyen Kurumlara İlişkin	
Bulgular	87
4.1.7 Kuaför Salonlarında Verilen Hizmet Türlerine İlişkin Bulgular	89
4.1.8 Kuaför Salon Sahiplerinin Geleceğe Yönelik Beklentilerine	
İlişkin Bulgular	92

V. BÖLÜM SONUÇ ve ÖNERİLER

94

5.1.1 Sonuç	94
-------------------	----

5.1.2 Öneriler	96
----------------------	----

KAYNAKÇA.....

98

EKLER.....

104

EK:1 Anket Formu.....	104
EK:2 Türk Standartlar Enstitüsü TS 7891, İş Yerleri - Kuaför ve Berber Salonları - Genel Kurallar	111
EK:3 Meslek Liseleri Güzellik ve Saç Bakım Hizmetleri Alanı Öğretim Programı.....	125
EK:4 T.C Milli Eğitim Bakanlığı Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü Kalfalık ve Ustalık Meslek Dersleri Öğretim Programları	126
EK:5 Kuaförlük Meslek Yüksek Okulu Dersleri ile Bunların Teorik, Uygulama, Kredi ve Ders Saatleri	127
EK:6 Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Öğretmenliği Programı Dersleri ile Bunların Teorik, Uygulama, Kredi ve Ders Saatleri	129

TABLÖLAR VE RESİMLER LİSTESİ

TABLO 1. Mal ve Hizmet Arasındaki Farklar	10
TABLO 2. H.L. Browning ve Singelman Tarafından Geliştirilmiş Hizmetler Sınıflandırılması.....	13
TABLO 3. Hizmetlerin Zorunluluk Derecelerine Göre Sınıflandırılması.....	14
TABLO 4. Hizmet Kalitesi Boyutları.....	16
TABLO 5. Kuaför Salonlarında Bulunması Gereken Makine, Malzeme ve Araç-Gereçler.....	33
TABLO 6. Kosova'daki Nüfusun Yıllara Göre Verileri	41
TABLO 7. Kosova'da Genel Olarak Dış Ticaret	43
TABLO 8. Ülkelere göre Salon ve Salon Çalışanları Listesi	44
TABLO 9. Araştırmanın Örneklemine Giren Kuaför Salonlarının Dağılımı	51
TABLO 10. İşletme Sahibinin Eğitim Durumu	54
TABLO 11. İşletme Sahibinin Aldığı Mesleki Eğitim ve Özel Kurslar	55
TABLO 12. Kuaförlük Mesleğini Tercih Etme Sebebi	57
TABLO 13. İşletme Sahibinin Yıllık İzin Süresi	57
TABLO 14. İşletmelerde Çalışan Eleman Sayısı	58
TABLO 15. Çalışanlara Ödenen Ücretin Şekilleri	59
TABLO 16. Çalışan Elemanların Sosyal Güvenceleri	59
TABLO 17. Çalışan Elemanların Aldıkları Mesleki Eğitim	60
TABLO 18. İş Yerinde Yemek İhtiyacının Karşılanma Şekli	60
TABLO 19. Çalışanlara Ait Çalışma Koşullarına Göre Dağılımlar	61

TABLO 20. Salonlarının Net Kullanım Alanı	63
TABLO 21. Salonlarda Bulunan İşlem Koltuğu Sayısı	63
TABLO 22. Salonların Duvar Döşemeleri	64
TABLO 23. Kuaför Salonundaki Ünitelerin Duvar Renkleri	64
TABLO 24. Kuaför Salonlarının Zemini	65
TABLO 25. Salonlarının Isınma Şekilleri	66
TABLO 26. Salonlarının Sıcak Su İhtiyaçlarının Karşılanması	66
TABLO 27. Salonda Elektrik Kesintilerine Karşın Alınan Önlemler	67
TABLO 28. İşletmelerin Fiziki Şartlarına Göre Dağılımları	68
TABLO 29. Salonlarda Kullanılan Ve Satış Yapılan Ürünlerin Muhafaza Yerleri	72
TABLO 30. Kuaför İşletmelerine Yönelik Yapılan Sigorta Türleri	72
TABLO 31. Salonların Hizmet Niteliklerine Göre Dağılımları	73
TABLO 32. Kuaförlük Alanındaki Gelişmelerin Takip Edilme Şekilleri	77
TABLO 33. İşletme Tanıtımlarının Yapılma Şekilleri	78
TABLO 34. Salonlarda Aylık Olarak Reklam Ve Tanıtıma Ayrılan Tutar	79
TABLO 35. Salonların Şubeleri	79
TABLO 36. İşletmelerde Uygulanan Müşteri Bilgi Kartları	80
TABLO 37. Salonlarda Yapılan Ödeme Şekilleri	80
TABLO 38. İşletmelerin Ortalama Aylık Müşteri Sayıları	81
TABLO 39. Salonlarda Yaş Gruplarına Göre Müşteri Profili	82
TABLO 40. Salonlarda Satışı Yapılan Ürünlerin Seçilme Şekilleri	82

TABLO 41. Müşteriler Ürün Alırken Dikkat Etikleri Özellikler	83
TABLO 42. Birlikte Çalışılan Kozmetik Firmalardan Beklentiler	84
TABLO 43. Salonunuzda Ürün Satışının En Fazla Yapıldığı Yaş Grubu	84
TABLO 44. Kuaför Salonlarının Hijyen Şartlarına Göre Dağılımlar	86
TABLO 45. Kuaför Salonlarını Denetleyen Kurumlara Göre Dağılımları	87
TABLO 46. İşletmeleri Denetleyen Resmi Kurumlar	88
TABLO 47. Kuaförlük Haricinde Salonlarda Verilen Hizmet Türleri	89
TABLO 48. Kuaför Salonlarında Satış Yapılan Kozmetik Ürünler	90
TABLO 49. Kuaför Salonlarında Satış Yapılan Kozmetik Ürünlerin Temini	91
TABLO 50. İlerleyen Dönemlerde Kuaförlük Mesleğinin Gelişmesi İçin Anket Uygulamalarının Yapılması	92
TABLO 51. İlerleyen Dönemlerde Kuaförlük Mesleğinin Gelişmesi Ve Meslekle İlgili Problemlerin Çözülmesi İçin Yapılan Dilek Ve Öneriler	93
Resim 1. 1875-1878 ve 1881-1912 Yıllarında Kosova'nın Konumu	35
Resim 2. Sosyalist Sırbistan'ın İçindeki Kosova Sosyalist Özerk Bölgesi'nin Sosyalist Federal Yugoslavya Cumhuriyeti'ndeki Konumu 1974-1990	36
Resim 3. Kosova'nın Bu Günkü Coğrafik Konumu.....	39

KISALTMALAR LİSTESİ

KDM	: Kosova Denetim Misyonu
KFOR	: Nato Kosovo Force (Kosova Barış Gücü)
KKHS	: Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörü
KUA	: Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenliği
NATO	: The North Atlantic Treaty Organization (Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı)
OÜ	: Osnabrück Üniversitesi
SafeHair	: Avrupa Kuaförlük Sosyal Diyalog Projesi
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TSE	: Türk Standart Enstitüsü
UÇK	: Ushtria Çlirimtare e Kosovës (Kosova Kurtuluş Ordusu)
UNMIK	: United Nations Interim Administration Mission in Kosovo (Birleşmiş Milletler Kosova Geçici Yönetim Misyonu)
USBLS	: United States Bureau of Labor Statistics (Amerika İşgücü İstatistikleri Bürosu)
YFC	: Yugoslavya Federal Cumhuriyeti

BÖLÜM I

1 GİRİŞ

Dünyada teknolojik, sosyal ve ekonomik alanlarda çok hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Toplumların yaşam ve refah düzeyleri bu değişime ve değişimin evrensel unsurlarına uyum sağlamaları ölçüsünde belirlenmektedir. Yaşanan bu gelişmeler bir taraftan insanların bilgi seviyesini ve beklentilerini artırırken diğer taraftan işletmeler bu gelişmelere ayak uydurabilmek için sürekli değişimler yaşamaktadır (Canbolat, 2002; 1).

İnsanların refah ve eğitim düzeyinin yükselmesi, yeni ve değişik hizmetlere olan talebi de beraberinde getirmiştir. Buna bir de artan nüfus ve insanın zaman içinde değişen istekleri eklendiğinde, hizmetin farklı ve değişken bir boyut kazanmasının olağan hale geldiği görülmektedir (Karahana, 2006; 17).

Son on yılda dünyadaki gelişmelere bakıldığında sektörler arasında, yapısal değişiklikler açısından çok hızlı bir değişimin olduğu görülmektedir. Bu değişimin hızı ve oranı ülkelerin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin bir ülkenin gelişmesi, birincil sektör olarak adlandırılan tarım sektöründen ikincil sektör olan sanayi sektörüne oradan da üçüncül sektör denilen hizmet sektörüne geçişi öngörmektedir. Tarım, balıkçılık ve ormancılık gibi birincil sektör alanlarında çalışanların sayısının azalması ve buradan imalat ve inşaat alanlarını içeren sanayi sektörüne iş gücünün yönelmesi ve milli gelirden kişi başına düşen payın artmasıyla, hizmetlere olan talebe paralel olarak ulaştırma, haberleşme, ticaret ve hizmet alanlarını içeren hizmet sektörüne geçiş, bir ülkenin ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmışlığının bir göstergesi olmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde iş gücünün sektörler arasındaki dağılımı incelendiğinde çalışanların yarıdan çoğunun, hizmet sektöründe olduğu görülmektedir (Karahana, 2006; 41).

Hizmetler, gittikçe karmaşık hale gelen iş hayatı, hızla gelişen teknoloji ve insanların daha iyi yaşanır bir hayatı arzu etmeleri nedeniyle giderek büyüyen bir sektör niteliği kazanmaktadır.

Önceleri insanlar ihtiyaç duydukları hizmetleri kendileri üretirken, günümüzde bu iş, eğitilmiş, deneyimli ve profesyonel kişiler ve işletmeler tarafından yeni teknolojiler kullanılarak üretilmektedir (Özer, 1999, 33).

Profesyonel hizmet denildiğinde de uzman kişiler ve örgütler tarafından üretilen, sunulan ve hizmeti alan herkesin memnun kaldığı, hatta beklentilerinin üzerinde gerçekleşen mükemmel denilebilecek hizmetler akla gelmektedir (Karahana, 2006; 123).

Hizmetler, belli ayırmalar gözetilerek dört ana grup altında toplanabilir.

Dağıtıcı Hizmetler

Üretici Hizmetler (mal üretenlere hizmet veren alanlar)

Sosyal Hizmetler (kişilere topluca sunulan hizmetler)

Kişisel Hizmetler (kişilere özel hizmetler).

Bu çalışmanın konusu olan Kuaförlük Hizmet Sektörü, saç yapım ve bakım hizmeti ile kişisel hizmetlere giren bir sektördür. Bu sektör temel olarak saç biçimlendirme, kalıcı veya geçici saç şekillendirme, saç rengini değiştirme ve saç bakımı hizmetleri vermektedir.

Yaşı, cinsi, rengi, örf ve adetleri ne olursa olsun dünyada bütün insanlar binlerce yıldan beri süslenmek ve güzel olmak istemişlerdir. Bakım ve güzellik anlayışına göre değişik şekillerde saçların kesilmesi, taranması, renginin değiştirilmesi ve saç bakımı anlamına gelen işlemler bütünü sayesinde çevresindekilerin ilgisini çekerek kendilerini başkalarına beğendirmek duygusuyla yaşamışlardır (Erkan ve Güngör, 2001; 7).

Yurtdışında birçok ülkede belirli aralıklarla devlet destekli projelerle veya yerel yönetimler tarafından yapılan bayan saç uygulamaları hizmet sektörünün mevcut durumlarının belirlenmesi ve geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır (SafeHair, 2010).

1.1 Problem Durumu

Balkan coğrafyasının en eski halklarının yaşadığı Kosova, 10.861 km²'lik bir yüzölçümüne ve 1.733.872 nüfusa sahiptir. Balkanlarda önemli bir konuma sahip olan Kosova'nın başkenti 198.214 nüfusu ile Priştina'dır. Diğer önemli şehirleri arasında Prizren, Cakova, Ferizay, İpek, Gilan ve Mitrovitsa sayılabilir. (Rekos, 2011) Coğrafi konum olarak Kosova, Avrupa kıtasının güneyinde bulunan, Balkan yarımadasının kuzeybatısında yer alır ve Türkiye ile Batı Avrupa ülkeleri arasında köprü vazifesi görür. Komşuları Sırbistan, Karadağ, Makedonya ve Arnavutluk'tur (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

Günümüzde kuaförlük hizmet sektörü önemli bir yere sahip olmasına rağmen balkanların en küçük ve en yeni ülkelerinden biri olan Kosova' da kuaförlük hizmet sektörünün (KKHS) durumu ile ilgili bu güne kadar yapılmış hiçbir araştırmaya rastlanmamıştır.

Son otuz yıldır, hizmetler sektörünün tüm ekonomilerde öneminin giderek arttığı gözlenmektedir. Bu ekonomilerde imalat sektörünün büyüme hızındaki azalmaya karşın, hizmetler sektörünün payı önemli ölçüde artış göstermiştir. Günümüzde hizmetler, güzellik ve kuaför salonlarında verilen hizmet etkinliklerinden, sigorta işletmelerinin sunduğu hizmetlere kadar çok geniş alana yayılmış, çok çeşitli heterojen etkinlikleri kapsamaktadır (Karahan, 2006; 27).

Toplumda bakımlı insanın işlerinde kolaylık sağlanır. İster saçıyla, cildiyle, makyajıyla isterse de kıyafetiyle olsun, bakımlı kişiler her işte ve her konuda bakımsız kişilere nazaran hep daha iyi ve ilgiyle karşılanmışlardır. Bunun yanı sıra kişinin kendine güveni artar ve böylece iş verimi yükselip, olaylara daha pozitif yaklaşmasına neden olur. Pozitif insan da diğer insanları olumlu yönde etkiler ve bir zincir şeklinde ilerleyerek toplumu etkiler. Bu nedenle kuaförlük meslek dalının toplum yaşamında yeri büyüktür. Amacı ise insanlara hizmet edip insanları temiz ve bakımlı hale getirmek ayrıca estetik ve güzel görünmesini sağlamaktır (Okulweb, 2011).

Kuaförlük mesleğinin geliştirilmesiyle ve standartların oluşturulmasıyla ilgili Türkiye ve Avrupa'da birçok araştırma yapılmaktadır.

Türkiye'nin Ankara ilindeki kuaförlük hizmet sektörü üzerine önemli bir çalışma Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi (GÜMEF), Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Eğitimi Bölümünde yer alan Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı tarafından, Ankara ilindeki kuaförlerin mevcut durumu araştırılarak yapılmıştır.

Avrupa'da da kuaförlükle ilgili yapılan çeşitli çalışmalar vardır, bunların başında Kuaförlük Meslek Standartlarının belirlenmesi, Avrupa Kuaförlük Sertifika Programının uygulanması ve SafeHair (Saç Güvenliği) gibi uluslararası katılımlı AB projeleri gelmektedir. Bu çalışmalar Avrupa Kuaförlük ve Güzellik Konfederasyonu, Osnabrück Üniversitesi, CoiffureEu ve birçok kurum tarafından ortaklaşa yapılmaktadır (SafeHair, 2010). SafeHair projesi kapsamında yapılan çalışmalara Türkiye'yi temsilen Gazi Üniversitesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı, Kosova'yı temsilen ise başkanı olduğum Kosova Kozmetoloji Profesyonelleri Derneği (KACP) katılmıştır.

Türkiye'de ve dış ülkelerde sektörle ilgili çeşitli araştırmalar yapılmasına rağmen Kosova'da kuaförlerin durumunu ortaya koyabilecek herhangi bir resmi veya özel kurumun (kuaförlük odaları, kuaförlük federasyonu, kuaförlük meslek liseleri, üniversite, çıraklık eğitimi vb.) olmayışı nedeniyle bu konuda herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün durumunu ortaya koymak ve sorunları tespit etmek amacıyla bu çalışmanın yapılmasına gerek duyulmuştur.

1.2 Problem Cümlesi

Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumu Nedir? Sorusuna cevap aranırken alt problemler doğrultusunda araştırma yapılandırılmıştır.

1.3 Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Kosova kuaför salonlarının ergonomik özelliklerini, fiziki durumlarını, alet ve ekipmanların mevcut durumunu, salon sahiplerinin sosyal ve demografik özelliklerini, personel ve sağlık unsurlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Kosova bölgesi hep bir başka ülke tarafından yöneltildiği ve bütün yapılan araştırmalar da o ülke Kosova'dan ayrılırken onlarla birlikte gittiği için kuaförlük adına neredeyse hiçbir bilginin olmaması önemli bir sorundur.

Bu çalışmanın amacı Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün eğitimi, kuaförlük standartları ve salonların fiziki ortamlarının tespit edilmesine yöneliktir. Bu çalışma ile sektörün sorunları tespit edilerek çözüme katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma birçok kurum ve kuruluşu (Kosova Eğitim Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Kosova Devlet İstatistik Kurumu, Belediyeler, kozmetik firmaları, kuaför salon sahiplerine ve çalışanlarına) fayda sağlayacaktır.

Bu araştırmanın sonucunda; çeşitli düzeylerde eğitim kuruluşlarının, kuaförlük odalarının ve gelecekte bir kuaförler federasyonunun kurulmasına önayak olunmasının yanı sıra mevcut kuaförlerin profili ortaya çıkarılarak, kuaförlük alanında standartların oluşturulması ve bu standartlar oluşturulurken salonların sınıflara ayrılıp çalışma planlarının yapılması, böylece kuaför salonlarının özelliklerine ve salonların fiziki yapılarıyla ilgili bilgilere rahatça ulaşılması sağlanacaktır.

1.4. Alt Problemler

1. Kuaför salon sahiplerine ilişkin demografik özellikler nelerdir?
2. Çalışanlara ait çalışma koşulları nasıldır?
3. Kuaförlük hizmeti veren işletmelerin fiziki şartları nasıldır?
4. Kosova'daki kuaför salonlarının hizmet nitelikleri nelerdir?
5. Kosova'daki kuaför salonlarının Sağlık (Hijyen) şartları nelerdir?
6. Kosova'daki kuaför salonlarını denetleyen kurumlar hangileridir?
7. Kuaför salonlarında verilen hizmet türleri nelerdir?
8. Kuaför salon sahiplerinin geleceğe yönelik beklentileri nelerdir?

1.5 Araştırmanın Önemi

Kosova’da hızla gelişen Saç hizmetleri sektöründe ziyaretçilerin profili ve memnuniyet durumları ile ilgi bilgi eksikliği mevcuttur. Yurt dışında birçok ülkede belirli aralıklarla devlet destekli projelerle veya yerel yönetimler tarafından yapılan bayan saç uygulamaları hizmet sektörünün mevcut durumlarının belirlenmesi ve geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır (Safehair, 2010).

Yapılan araştırmaların sonuçları tüm dünya ile paylaşılmaktadır. Kosova’da bu alanda yapılmış bir çalışma olmaması dolayısı ile gerek kuaförlük bilgisi eğitimi alanında öğrenim görmek isteyen öğrencilere, gerekse özellikle yeni bir kuaför salonu açmak isteyen yatırımcılara, açılacak kuaför salonunun hangi bölgede ve hangi özelliklerde bir salon olabileceğine ilişkin bilgi sağlayacağından önem taşımaktadır.

Ayrıca bu araştırmanın ilk araştırma olarak örnek teşkil edip Kosova kuaförlük hizmet sektörünün mevcut durumunu bilimsel verilerle dayanarak ortaya koyması ve konuyla ilgili öneriler geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu öneriler doğrultusunda Kosova’da Kuaförlük meslek liseleri, kuaför odaları ve kuaförler federasyonunun kurulmasına yardımcı olunacağı düşünülmektedir.

1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada Kosova’da kuaförlük hizmet sektörünün mevcut durumu genel olarak tespit edilmek istendiğinden aşağıda yer alan sınırlılıklara göre araştırma yapılandırılmıştır.

1. Araştırma anket yöntemi ile elde edilen verilerle sınırlandırılmıştır
2. Anket soruları salon sahiplerinin görüşlerine ve salonların mevcut durumunu tespit etmeye yönelik sorularla sınırlandırılmıştır. Salonda çalışan kişilerin görüşleri kapsam dışı bırakılmıştır.
3. Kosova’da bulunan 6 il ve bunlara bağlı 4 büyük ilçede bulunan kuaför salonları ile sınırlandırılmış, küçük ilçelerde bulunan salonlar kapsam dışı bırakılmıştır.
4. Araştırma kuaför salonlarıyla sınırlı tutulmuş, güzellik ve cilt bakımı hizmeti veren salonlar kapsam dışı tutulmuştur.

1.7 Tanımlar

Kuaför Salonu: Saç bakım ve yapım, tırnak bakımı ve makyaj uygulamaları yapılan küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler (Kahraman, 2007; 6).

Güzellik Salonu: Cilt bakımı, vücut bakımı, elektro – epilasyon, el – ayak bakımı ve makyaj uygulamaları yapılan küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler (Kahraman, 2007; 6).

İşletme: Tez de sözü geçen işletme, kuaför salonlarında saç bakım ve yapım hizmet üretim amacı olan, üretim birimlerine denir.

İşletme Sahibi: Kuaförlük hizmeti veren salonların mülk sahibine denir.

Mesleki Eğitim: Tezde geçen mesleki eğitim, kuaförlükle ilgili aldıkları eğitimi ifade etmektedir.

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölüm dört ana başlıktan oluşmaktadır. Hizmet Sektörü, Kuaförlük Hizmet Sektörü, Kosova’da Kuaförlük Hizmet Sektörü ve İlgili Araştırmalar.

Hizmet sektörüyle ilgili, hizmet kavramı, hizmetin özellikleri, sınıflandırılması, hizmet kalitesi, profesyonel hizmet kavramı ve özellikleri gibi konulara yer verilmiştir.

Kuaförlük hizmet sektörüyle ilgili, kuaför mesleğinin toplumdaki yeri, tarihi ve salonların fiziksel durumları ele alınmıştır. Kosova’da kuaförlük hizmet sektörü bölümün içinde ise, çok kısa bir şekilde Kosova tarihi verilirken sonra da Kosova’daki kuaförlük sektörüne geçilmiştir. İlgili araştırmalar kısmında ise, bu konuyla ilgili yapılan araştırmalarına yer verilmiştir.

2.1 Hizmet Sektörü

Bu bölümde hizmet sektörünün öneminden bahsedilerek, hangi sektörlerin hizmet sektörüne girdiği söz edilmektedir. Hizmetlerin özelliklerinden, hizmet ve mallar arasındaki farklardan bahsedilerek hizmetlerin sınıflandırılması yapılmaktadır. Hizmet kalitesi ve hizmet kalitesinin boyutları yanı sıra profesyonel hizmet kavramları ve bireysel hizmet sunarken izlenecek yollar yer almaktadır.

2.1.1 Hizmet Kavramı

Hizmet kavramı ilk defa Fransız filozoflar tarafından sistematik bir biçimde ele alınmış ve tarım faaliyetleri dışında kalan tüm faaliyetler olarak tanımlanmıştır. O dönemdeki üretim yapısı göz önüne alındığında, tarım doğal karşılanmalıdır. Fakat günümüzde pek yeterli ve anlamlı olmadığı açıktır. Adam Smith, bu yetersizliği bir ölçüde fark etmiş ve sonunda somut, elle tutulabilir ürün meydana getirmeyen tüm faaliyetlere hizmet adını vermiştir (Çatı ve Baydaş, 2008; 3).

Hizmetler, insanların günlük hayatlarında yer alan ve hiç bir zaman vazgeçemeyecekleri doyumlardır. Aslında insanoğlu var olduğundan bu yana hizmetler

de vardır. Hizmetler, insanlara maddi doyumdan çok manevi doyum sağlayan unsurlardır (Karahan, 2006; 27). Son otuz hatta kırk yıldır, hizmetler sektörünün tüm ekonomilerde öneminin giderek arttığı gözlenmektedir. Bu ekonomilerde imalat sektörünün büyüme hızındaki azalmaya karşın, hizmetler sektörünün payı önemli ölçüde artış göstermiştir (Uyguç, 1998; 7).

Günümüzde hemen hemen tüm örgütler var oluş amaçlarını "hizmet vermek, halka, tüketiciye hizmet etmek" ifade etmektedirler. İletişim yoluyla biz tüketicilere yansıyan bu mesajlar hem kamu kuruluşları, hem de özel sektörde yer alan işletmeler tarafından iletilmektedir. Geleneksel olarak hizmet işletmesi olarak tanımlanan bankalar, restoranlar, kuaförler, turizm işletmeleri dışında artık bir buzdolabının, otomobilin ya da bilgisayar satışının da hizmet ağırlıklı mesajlar içermesidir. Dolayısıyla günümüzde hemen hemen tüm kuruluşlar kendilerini birer hizmet örgütü olarak konumlandırmayı seçmektedir (Öztürk, 2007; 3).

Güzellik salonlarında verilen hizmet etkinliklerinden, sigorta işletmelerinin sunduğu hizmetlere kadar çok geniş alana yayılmış, çok çeşitli heterojen etkinlikleri kapsamaktadır. Hizmet, bir fikir, eğlence, bilgi, müşterinin görünüşünde bir değişme, sosyal bir yenilik, bulunabilirlik, yiyecek, güvenlik ya da benzeri şeyler olabilir. Bu bakımdan, hizmet olgusu oldukça karmaşık ve tanımlanması güç bir kavramdır (Uyguç, 1998; 7-8).

Hizmetlere iki açıdan bakmak mümkün olabilmektedir, bunlar; mala bağlı olan hizmetler ve mala bağlı olmayan hizmetlerdir.

Mala bağlı olan hizmetlerde tüketici tatmini büyük önem taşımaktadır. Örneğin, bir bilgisayar alınacağı zaman bilgisayarın kurulumu müşteri tarafından yapılamıyorsa, bilgisayar kurma hizmetini de beraberinde veren bir yerden satın almayı tercih edilir veya bir elbise aldıktan sonra kilo kaybedildiğinde, bu elbisenin alınmış olduğu işletme tarafından ücretsiz daraltılması mala bağlı olan hizmeti oluşturmaktadır (Eser, 2007; 3).

Mala bağlı olmayan hizmette ise çekirdek ürünü hizmetin kendisi oluşturmaktadır ve tüketicinin burada satın aldığı şey tecrübedir. Bir restoranda yemek yenildiğinde, bir uçakla seyahat edildiğinde ya da bir kuaförde saç bakımı yaptırıldığında alınan hizmet, mala bağlı olmayan hizmettir (Eser, 2007; 4).

TABLO 1. Mal ve Hizmet Arasındaki Farklar

MAL	HİZMET
Dokunulabilir	Dokunulamaz
Homojendir	Heterojendir
Üretimi ve dağıtımı, tüketiminden ayrılır	Üretimi ve tüketimi, eş anlamlıdır
Bir nesnedir	Bir faaliyet ya da süreçtir
Temel değeri fabrikada üretilir	Temel değeri, alıcı ve satıcı etkileşimi
Müşteri, normalde üretim sürecine katılmaz	Müşteri, üretim sürecine katılır
Stoklanabilir	Stoklanamaz
Sahipliği devredilebilir	Sahipliği devredilemez

(Ekinci, 2008; 43).

2.1.2 Hizmetin Özellikleri

Hizmetleri mallardan ayıran bazı özellikleri vardır. Bu özellikler hem hizmet pazarlaması, hem de hizmet yönetimi disiplinlerini gelişip zenginleşmesinde önemli rol oynamıştır.

Bir ürünün pazarlanması ile bir hizmetin pazarlanmasındaki temel prensipler aynı olmakla beraber hizmetleri ürünlerden farklılaştıran başlıca 5 özellik üzerine durmakta fayda görülmektedir (Eser, 2007; 4).

1. Hizmetler Dokunulmazdır. Hizmetler elle tutulamayan, gözle görülemeyen, hissedilmeyen soyut etkinliklerdir. Bunun için hizmetlere fiziksel olarak sahip olunamaz. Hizmetten sağlanan yarar deneyime dayalıdır. Müşteri hizmetin değerini ve niteliğini, ancak satın aldıktan sonra ya da hizmetin tüketilmesi veya satın alınması süresince değerlendirebilir. Bu temel özellik, aşağıdaki sorunlara yol açmaktadır (Uyguç 1998; 13).

- a) Hizmetleri depolama olanağı yoktur.
- b) Hizmetler "patent" aracılığı ile korunamaz.
- c) Hizmetler mallar gibi teşhir edilemez, tanıtılamaz.
- d) Hizmetlerin fiyatlandırılması oldukça zordur.

2. Hizmetler Dayanıksızdır. Dayanıksızlık; hizmetin muhafaza edilememesi, stoklanamaması, tekrar satılamaması veya iade edilememesi manasına gelmektedir. Üreticinin ve tüketicinin etkileşim içinde bulunması, dolayısıyla üretiminin aynı anda olması, hizmetlerin mallar gibi stoklanamamasına sebep olmaktadır. Örneğin bir uçak, havaalanından yarı kapasite ile ayrılırsa, geriye kalan kapasitenin bir sonraki gün satılması gibi bir durum söz konusu olamaz. Çünkü bu koltuklar boştur ve satılmalarına imkân kalmamıştır (Ekinci, 2008; 41).

3. Hizmetler Türdeş Değildir. Hizmetler insana bağlı ve teknolojiye çok az bağımlı olduklarından onları hem mallarda olduğu gibi, hem standart hale getirmek hem de standart bir biçimde sunmak mümkün değildir. İnsanlar farklı olduğundan aynı hizmeti farklı tüketicilere farklı biçim ve düzeyde sunmak gerekebilir. Ayrıca aynı hizmeti aynı kişiler farklı zaman ve mekânlarda aynı düzeyde sunamazlar. Bir tur işletmesi aynı tur paketini farklı zamanlarda hem aynı standartta sunamaz hem de aynı tur paketi farklı tüketicileri aynı ölçüde tatmin edemez (İslamoğlu, 2006; 20).

4. Hizmetler Ayrılmazdır. Birçok ürün ilk önce üretilip daha sonra satın alınıp tüketilir. Hâlbuki hizmetlerin çoğu ilk önce satılır daha sonra aynı zamanda üretilip tüketilir. Örneğin bir buzdolabı bir şehirde üretilip başka bir şehre taşınıp çeyiz amacıyla satın alıp birkaç yıl sonra kullanılabilir. Oysa bir restoranda hizmet satılana kadar sağlanmaz. Bir akşam yemeği hizmeti aynı anda üretilir ve tüketilir. Bu ise müşterinin de hizmet üretiminde bulunması, hatta üretim sürecinin bir parçası olma anlamına gelir. Diğer bir anlamı ise, hizmetin üretilme sürecinde müşteriler genellikle birbiriyle etkileşimde bulunacak ve birbirlerinin deneyimlerini etkileyeceklerdir. Eş zamanlı üretim ve tüketimin bir sonucu olarak hizmet üretenler kendilerini ürünün bir parçası ve müşterilerinin hizmet deneyiminin önemli bir girdisi olarak görürler (Öztürk, 2007; 21).

5. Hizmetlerde Sahiplik Yoktur. Hizmetlerde sahiplik olmayışı, hizmetlerin dokunulabilir ve depolanabilir özelliklerinin olmamasıyla ilişkilidir. Bir mal satın alındığında genellikle o malı alan kişi malın sahibi olur, fakat bir hizmet sunulduğunda satıcıdan alıcıya hiçbir şekilde sahiplik transfer edilemez. Hizmet alan kişi sadece hizmet sürecinden faydalanma hakkını elde eder. Örneğin bir otoparkı kullanmak ya da bir kuaföre işlem yaptırmak için girmek bu süreci kullanma hakkını elde etmektir (Eser, 2007; 16).

2.1.3 Hizmetin Sınıflandırılması

Hizmetlerin sınıflandırılması, işletme yöneticilerine, diğer sektörlerdeki gelişme ve değişimleri izleme ve değerlendirme fırsatları sunar. İşletmeler, bu fırsatları değerlendirerek rakiplerinden daha öne geçme şansını yakalayabilir. Sınıflandırma sayesinde yöneticiler, hangi hizmet işletmesiyle ortak noktalarda hareket ettiğini veya hangi işletmelerle ortak noktada hareket etmediğini belirleme imkânı bulur. Müşterinin hazır bulunmasını gerektiren hizmetlere, lokanta hizmetleri, müşterinin hazır bulunmasını gerektirmeyen hizmetlere ise otomobil tamir ve bakım hizmetleri örnek verilebilir. Birinci durumda, müşterinin hizmet ortamında bulunması zorunlu olduğundan, hizmet ortamının düzenlenmesi önem arz etmektedir.

Burada işletme, müşterinin ihtiyaçlarını dikkate alarak gerekli düzenlemelere gitmelidir. Bu hizmetler, kolayda hizmetler, beğenmeli hizmetler ve özellikli hizmetler olarak da gruplara ayrılabilir. Örneğin, kişisel bakım hizmetleri, kolayda hizmetlerden, sigorta ve araba tamiri gibi hizmetler beğenmeli hizmetlerden, sağlık, avukatlık ve finansal hizmetler gibi hizmetler de özellikli hizmetler arasında sayılabilirler (Karahan, 2006; 28-29).

Hizmetler, belli ayrımlar gözetilerek dört ana grup altında toplanabilir.

TABLO 2. H.L.Browning ve Singelman Tarafından Geliştirilmiş Hizmetler Sınıflandırılması

Dağıtıcı Hizmetleri	1- Ulaştırma ve depolama hizmetleri 2- Haberleşme hizmetleri 3- Toptan ticaret hizmetleri 4- Perakende ticaret hizmetleri (yeme içme yerleri hariç)
Üretici Hizmetleri (mal üretenlere hizmet veren alanlar)	1- Bankacılık, finansman hizmetleri 2- Sigorta hizmetleri 3- Gayrimenkul alım ve satımı hizmetleri 4- Mühendislik ve mimarlık hizmetleri 5- Muhasebe 6- Çeşitli ticari hizmetler 7- Hukuki hizmetler.
Sosyal Hizmetler (kişilere topluca sunulan hizmetler)	1. Sağlık Hizmetleri 2. Hastaneler 3. Eğitim 4. Din hizmetleri 5. Dernek ve vakıflar 6. Posta hizmetleri 7. Hükümet hizmetleri 8. Çeşitli meslek ve sosyal hizmetler.
Kişisel Hizmetler (kişilere özel hizmetler)	1. Ev hizmetleri 2. Konaklama hizmetleri 3. Yeme-içme hizmetleri 4. Tamir hizmetleri 5. Yıkama ve kuru temizleme 6. Berber ve güzellik salonları 7. Eğlence ve tatil hizmetleri 8. Çeşitli kişisel hizmetler.

Diğer taraftan hizmetleri, öncelikler veya önemlilik açısından ele almak ve değerlendirmek, izlenecek pazarlama stratejilerinin belirlenmesi bakımından da önemlidir. Karlılık açısından düşünüldüğünde, hizmet işletmeleri, verdikleri tüm hizmetlerin, müşterilerini tatmin edecek boyutta olmasına özen göstereceklerdir. Fakat, parayla değeriendirilemeyecek kadar önemli hizmetler vardır. Bu tür hizmetleri veren işletmeler, risk üstlenirler ve pazarlama stratejilerini belirlerken bu riskleri dikkate almak ve hizmet üretimini buna göre değerlendirmek durumundadırlar. Bu açıdan bakıldığında, hizmetleri, zorunluluk derecelerine göre de sınıflandırmak mümkündür.

TABLO 3. Hizmetlerin Zorunluluk Derecelerine Göre Sınıflandırılması

Birinci Derecede Zorunlu Hizmetler	1. Sağlık hizmetleri 2. Yeme-içme hizmetleri 3. Barınma hizmetleri
İkinci Derecede Zorunlu Hizmetler	1. Korunma (adalet-hukuk) hizmetleri 2. Eğitim hizmetleri
Üçüncü Derecede Zorunlu Hizmetler	1. Haberleşme hizmetleri 2. Ulaşım hizmetleri 3. Sigortacılık hizmetleri 4. Bankacılık hizmetleri 5. Turizm hizmetleri
Dördüncü Derecede Zorunlu Hizmetler	1. Kuaförlük hizmetleri 2. Giyim-kuşam hizmetleri 3. Bakım ve güzellik hizmetleri 4. Tamir - bakım hizmetleri 5. Mühendislik ve mimarlık hizmetleri 6. Servis ve garanti hizmetleri ve v.b.

(Karahan, 2006; 30-32).

2.1.4 Hizmet Kalitesi

Hizmet, eskiden anlaşıldığı gibi amatör kişiler tarafından yerine getirilen faaliyetleri içeren bir kavram olmaktan çıkmış; en iyi hizmeti sağlayan kişi ya da işletmeye itibar kazandıran, müşteri kazandıran, para kazandıran ve bunları sağlayabilmek için uzmanlık gerektiren bir faaliyet olarak anlaşılmaya ve yürütülmeye başlanmıştır. İyi hizmet sunmak ve hizmetin kalitesini yükseltmek için, çok büyük çabalar gösterilmekte ve çok değişik stratejiler izlenmektedir. İşletmeler, artık ürettikleri ve sattıkları ürünlerle değil, verdikleri hizmetin üstünlüğüyle ve kalitesiyle ayakta kalabileceklerini ve pazar paylarını ancak bu şekilde artıracabileceklerini görmeye başlamışlardır (Karahan, 2006; 14).

Hizmetin kendine has özellikleri dolayısıyla hizmet kalitesini tanımlamak zordur. Hizmetlere dokunulamaz, fiziksel bir nesne olmayıp bir aktivite, performans oldukları için, standartlar oluşturmak zordur. (Takan, 2000;13) Hizmet kalitesi, hizmeti kimin nerede nasıl verdiğine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Çatı ve Baydaş, 2008; 240).

Birçok hizmette kalite hizmetin ulaştırılması esnasında, genellikle de müşteri ve hizmet personelinin etkileşimi esnasında oluşur. Bu nedenle hizmet kalitesi büyük oranda personelin performansına bağlıdır (Öztürk, 2007; 150).

Hizmet kalitesi üzerine yapılan çalışmalarda, verilen hizmetin müşteri beklentisinin ne kadarını karşılayabileceğinin bir ölçüsü olarak tanımlanmaktadır. Müşterilerin hizmet sağlayıcısından beklentileri ile hizmet sağlayıcısının gerçek performansının karşılaştırılması sonucu hizmet kalitesi belirlenmektedir (Çatı ve Baydaş, 2008; 241).

Peter ve Waterman iyi yönetilen şirketler üzerine yaptıkları bir çalışma sonucunda, en karlı olan Amerikan işletmelerinin aynı zamanda ürün ve hizmet kalitesi üzerine en fazla duran işletmeler olduğunu açıklamışlardır. Hizmet kalitesi günümüzde hem araştırmacıların hem de uygulamacıların çok ilgisini çeken konular arasındadır. Hizmet işletmelerinin yanı sıra imalat kalitesine yönelik problemlerini çözmüş birçok imalat işletmesi de hizmet kalitelerini artırmayı rekabette önemli bir farklılaştırıcı unsur olarak görmektedir (Öztürk, 2007; 149).

2.1.5 Hizmet Kalitesinin Boyutları

Hizmet kalitesi üzerine yapılan ilk çalışmalarda, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirirken kullanabilecekleri hizmet ile ilgili birçok değişik özellikler / unsurlar önerilmiştir (Çatı, Baydaş, 2008; 246). Hizmet kalitesini hangi boyutlarla ölçülebileceğine ilişkin değişik görüşler vardır. Johnston 18 boyutta, Parasuraman 10 boyutta, Zeithaml ise 5 boyutta hizmet kalitesinin ölçülmesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Bunlarla ilgili boyutlar Tablo 4’te verilmiştir (İslamoğlu, 2006; 145).

TABLO 4. Hizmet Kalitesi Boyutları

Johnston	Parasuraman	Zeithaml
Erişebilirlik	Erişebilirlik	Güvenirlilik
Güvenirlilik	Güvenirlilik	Sorumluluk
Güvenlik	Güvenlik	Çalışanlara Güven
Heveslilik	Heveslilik	Fiziksel Koşullar
Dürüstlük	İnanırlılık	Empati
Empati	Empati	
Yeterlilik	Yeterlilik	
İletişim	İletişim	
Nezaket	Nezaket	
Konfor	Fiziksel Görünüm	
Estetik		
Yardımseverlik		
Bulunurluluk		
İlgi		
Bilgi		
Düzen		
Esneklik		
Dostça Yaklaşım		

2.1.6 Profesyonel Hizmet Kavramı ve Özellikleri

Profesyonel hizmet denildiğinde; uzman kişiler ve örgütler tarafından üretilen, sunulan ve hizmeti alan herkesin memnun kaldığı, hatta beklentilerinin üzerinde gerçekleşen mükemmel denilebilecek hizmetler akla gelmektedir. Böyle bir hizmetin üretilmesi için örgütsel bir yapılanmaya, bilgiye ve uzmanlığa ihtiyaç vardır ve standartların oluşturulduğu işletmelerde üretilen hizmetler, profesyonel hizmetlerdir.

Profesyonellik kavramı dinamik bir kavramdır ve her türlü sosyal, teknolojik ve ekonomik gelişmelere açıktır. Bu değişimlerden kolayca etkilenmek, sürekli gelişme kaydetmek ve daha güzeli ve daha iyiyi yakalama yönünde adımlar atmak ve farklı olmaya çalışmak profesyonelliktir. Profesyonel hizmetler organize, metotlu ve planlı bir çalışma sonucu ortaya çıkar. Profesyonel hizmetlerde bulunması gereken özellikler şunlardır: (Karahana, 2006; 123-124).

Profesyonel hizmetin özellikleri

- Entelektüel yaklaşım: Evrensel anlamda iyi bir bilgi ve eğitim düzeyinin yakalanmasıyla elde edilen bir olgudur.
- Uygulamalı çalışma: Değişik müşterilere verilen hizmetler sonucunda elde edilen uzmanlık ve standartlar.
- Birliktelik: Örgütün bir hizmeti üretirken, tüm birimleri arasında haberleşme ve iletişim içerisinde bulunması.
- Hizmet geleneği: Hizmet eskiden bir para kazanma uğraşı değil, bir yardım düşüncesi, bir tatmin olayı olarak ele alınırdı. Bu gün de bu yardımlaşma ve tatmin düşüncesi profesyonel hizmetler için geçerliliğini sürdürmekte olup, kişilerin ve örgütlerin para kazanma düşünceleri, tatmin edici bir hizmetin üretiminden sonra gelmektedir.
- Temsilci kuruluş: Meslek üyelerini ve mesleğin standartlarını koruma ve geliştirme yönünde yapılan çalışmaları destekleyen ve olumsuz etkilerden koruyan dernek ve kuruluşlar.
- Ahlak ilkesi: Profesyonel olarak yürütülen hizmetler için konulmuş olan kurallara uymak.
- Uzmanlık: Hizmet üretenlerin kendi alanlarında ehliyetli ve becerikli olmaları.
- İstek: Yapılan iş seyerek ve benimsenerek yapılmalı.
- Rekabet: Gelişmenin sürekliliği için rekabet bir olumlu faktördür.
- Teknoloji: Hizmet üretmede ve dağıtmada daha mükemmel bir sonuç elde etmek için teknolojinin önemi büyüktür. "Alet işler el öğünür" sözü teknolojinin hizmet üretimindeki katkısını ortaya koymaktadır (Karahana, 2006; 123-124).

2.1.7 Hizmet İşletmelerinde Yer Seçimi

Her hizmet için bir “yer” gereksinimi vardır. En profesyonel hizmet sayılan avukatlık, danışmanlık, muhasebecilik, vb. için dahi, hizmet veren kişinin bürosunun olması beklenir. Bazı hizmetler doğrudan hizmet verilen yere alınır; otelcilik, lokantacılık gibi. Hastaneler insanlara tüm tıbbi bakım hizmetlerini sunabilmek için belirli bir coğrafi alana kurulmalıdır. Okullar öğrencilerin öğrenim görmesi için onlara yakın yerlere kurulmalıdır. İtfaiye kuruluşları potansiyel yangınlara hızla ulaşabilecekleri yerlere kurulurken, kuaför salonları ise nüfusun yoğunlukta olduğu bölgelere ve kişilerin rahatça ulaşabilecekleri yerlere kurulmalıdır. Hizmet işletmeleri için yer seçimi önemli bir karardır. Çünkü hizmetlerin çoğu üretildikleri anda tüketilirler ve çoğu hizmetler müşterilerin varlığına da ihtiyaç gösterirler (İslamoğlu, 2006; 234).

2.1.8 Bireysel Hizmet Sunmada İzlenecek Yollar

Beğeni kazanan müşteri hizmeti, müşterinin beğeneceği bireysel davranışların sergilenmesi sonucunda ortaya çıkar. Bunlar, hizmet üreten ve pazarlayan pazarlamacı elemanın, ustalığına ve yeteneğine bağlı olarak geliştirdiği davranışlardır. Pek çok insana göre bu davranışlar, üzerinde önemsenecek şekilde durulmayacak olan ayrıntılar olarak kabul edilir oysa basit olarak görülen bu davranışlar bir araya getirildiğinde, verilen hizmeti unutulmaz kılacak kadar etkileyici olabilir.

Bu ayrıntılar aşağıdaki şekilde ele alınabilir.

1- Dürüst olmak: Müşteri karşısında hizmet üretirken her zaman dürüst olmak, ama her ne pahasına olursa olsun dürüst kalmak hiçbir zaman vazgeçilmeyecek tek şarttır.

2- Esnek olmak: Hizmet üretiminde işletmelerin belirli standartları ve belirli prensipleri vardır. Bunların olması da gerekir. Tüm kurallar hayatı daha rahat, daha verimli ve daha düzenli kılmak için konulurlar. Fakat bazı durumlar vardır ki, bu durumlarda prensiplerden ve kurallardan taviz vermemek, yaratıcılığa engel olur ve çalışanları alternatif düşünceden yoksun kılar. Yapılacak en güzel şey, o anda yeteneklerin esnek bir biçimde kullanılması ve soruna bir çözüm getirilmesidir.

3- Uyulması zorunlu olan kurallara uymak: Bazı kurallar vardır ki bunlara uyulmadığında işletme mal ya da can kaybına uğrar. Hastane hizmetleri verilirken kurallara uyulmadığında geri dönüşü olmayan aksaklıklara yol açılmış olur. Eğer, hasta odalarının ve ameliyathane gibi alanların steril maddeler içeren zefiran ve diğer kimyasal temizlik maddeleri kullanılarak temizlenmesi bir kural olarak konulduğu halde temizlik hizmetini yerine getirenler bu kurallara uymazlarsa, bu davranış hastaların enfeksiyondan dolayı kaybedilmesi sonucunu doğurur. Aynı şekilde kuaför salonlarında da kimyasal bir işlem yaptırmadan önce o kimyasala karşı alerji testinin yapılması gerekmektedir, aksi halde müşterinin cildinde bazı problemler meydana gelebilir.

4- Doğru olanı yapmak ile işi doğru yapmak arasında fark olsa bile her ikisi de hizmet üreten açısından bakıldığında çok önemlidir. Müşteri, kendisi için doğru olanın yapılmasını isterken, hizmet üreten, işi doğru yapmanın hem işletme için hem kendisi için hem de müşteri için doğru olacağını düşünür (Karahan, 2006; 160-164).

5- Müşteriyi dinlemek: Müşteriyi dinlemek onu yalnızca anlamak için gerekli değil, aynı zamanda ona karşı saygı ve ilginin bir ifadesidir. Bunların dışında müşteriyi can kulağı ile dinlemenin bizim için çok önemli yanı, onun ne istediğini ve neye ihtiyaç duyduğunu anlamak, yanlış anlamaları ortadan kaldırmak, verilen hizmeti geliştirici ipuçlarını yakalamak ve uzun vadeli müşteri ilişkilerini kurmaktır. Müşteriye iyi hizmet verilebilmesi için, ne istediğini, nasıl istediğini, ne zaman istediğini, ne kadar istediğini ve hatta niçin istediğini, ne kadar ödeme gücünün olduğunu, tahammülünü, beklentilerini, bilgisini, kültür yapısını, sosyal yapısını ve psikolojisini bilmek gerekir.

6- Doğru soru sormak: Pek çok müşteri, istek ve ihtiyaçlarını ve sorunlarını anlatmada büyük güçlük çekerler. Bunun nedeni, müşterilerin o andaki iş yoğunluğu olabileceği gibi başka nedenler de olabilir. Bu durumda yardımcı olmakla ilgili sorulan sorulara, ‘ne istediğimi tam olarak bende bilmiyorum’ şeklinde, samimi ifadelerle cevaplar alınabilir. Bu söz, pek çok müşterinin ortak ifadesidir ve bu ifadeyi çok az kişi bu şekilde açık olarak dile getirir.

7- Müşterinin kalbini kazanmak: Müşterinin kalbi, yapılan işten önce ona söylenen güzel sözlerle verilen sözlerin tutulmasıyla kazanılır. Türkülerimizde ve şarkılarımızda bile acı sözlerin insan kalbini nasıl kırdığı veya tatlı sözlerin onları nasıl mutlu ettiği sürekli olarak dile getirilmiştir. Müşterilerimizi, kullandığımız sözlerle mutlu kılabilir

ya da kırabiliriz. Önemli olan onları kazanmaktır ve onları kazanmak için güzel söz söyleyen bir hizmet elemanı, her zaman başka elemanlar karşısında bir üstünlük sağlar.

8- İletişim kurallarını bilmek: konuşacağımız kişilerle olan mesafemiz bir kol boyu ölçüsünde olmalıdır. Bundan daha yakın olmak ve burun buruna gelmek, hem hoş olmayan bir tavidir ve hem de müşterinin kontrol edilmesini güçleştirir. Bundan daha uzun mesafede durmak da aynı nedenlerle sakıncalıdır. Müşterilerle göz teması kurulmalıdır. Bu durum, onların dikkate aldığını ifade eden önemli bir davranıştır. Diğer taraftan, duruşlar, jest ve mimikler, yüz ifadeleri, fiziksel temaslar ve genel görünüşler, önemli iletişim unsurlarıdır. Bu nedenle, sözsüz iletişim unsurları olarak bilinen bu tutum ve davranışların nasıl kullanılacağı çok önemlidir (Karahan, 2006; 164-168).

2.2 Kuaförlük Hizmet Sektörü

Bu bölümde kuaförlüğün tanımı yapılarak, Dünya, Türkiye ve Kosova'daki kuaförlüğün yeri ve öneminden bahsedilmiştir. Kuaför salonlarında bulunması gereken araç ve gereçlerden bahsedilirken ayrıca kuaför salonlarının fiziki durumları da yer almaktadır. Bir kuaför salonunda bulunması gereken araç gereç ve kuaförlükle ilgili standartlar TSE'nin belirlediği kuralları doğrultusunda şekillenirken, kuaför salonlarının çalışma alanları, duvarları, yer döşemeleri, salonların aydınlatması, ısınması ve hijyen kuralları yer almaktadır.

2.2.1 Kuaförlüğün Tanımı

Kuaförlük günün modasına ve saçı yapılanın zevkine göre, vücut ve yüz ölçüleri ile sosyal yaşantısına da uygun olarak, saçın kesimini, biçimlenmesini, boyanmasını esas alan bir meslek dalıdır. Bu amaçla, saçların kesilerek, sarılarak, taranarak diğer usül ve araçlarla şekillendirilmesi, koyudan açığa, açıktan koyuya saçların değişik renklere değişik usül ve ilaçlarla boyanması, takma saçlarla ve aksesuarlarla değişik saç biçimleri yapılması, çeşitli saç kozmetik ürün, ilaç ve gereçlerle, düz saçları kıvrırmak, kıvrıcık ve dalgalı saçların düzeltilmesi işlevini amaç edinen, bilimsel yöntemlerle saçlara estetik biçim veren meslek dalıdır (Erkan ve Güngör, 2001; 3).

Türkçeye yerleşen KUAFÖR kelimesinin aslı Fransızca, "COIFFEUR"dur. "BERBER" demektir. 1965-70 yılına kadar Türkiye'de erkeklerin tıraş olduğu berbere "Erkek Berberi", kadınların saçların yaptırmak için gittikleri berbere de "Kadın Berberi" denilirdi. 1970'li yıllardan bu yana Türk toplum hayatındaki değişim ve gelişimin getirdiği yenilirlerle beraber (büyük şehirlerden başlayarak) pek çok meslek dalında Türkçe isimlerin değiştirilip, bunun yerine yabancı isimler kullanılmaya başlanmış, bayan berberinin adı da "kuaför" olarak değişmiştir (Erkan ve Güngör, 2001; 3).

2.2.2 Dünya’da ve Türkiye’de Kuaförlüğün Tarihçesi

Erkek ve kadın vücudunda, başı hem koruyan hem de süsleyen saç, insanlık âleminin meydana gelişinden bu yana yüzyıllar boyunca her devrin zevkine, güzellik ve güzelleşme anlayışına göre türlü türlü, biçim biçim kesilmiş, taranmış, toplanmış, örülmüş, dağıtılmış, kendi renginden başka renklere boyanmıştır. (Erkan ve Güngör, 2001; 4).

İnsanların en güzel ve tabi süsleyici mücevherleri saçlarıdır. Bu yüzden zaman ayırıp, büyük bir dikkat ve sevgiyle onları süslemek gerekir. Saç yaptırmak çok eskilere dayanan ve aynı zamanda geniş çapta üzerinde durulan güzelleşme tekniğidir (Üsküdarlı, 1979; 15).

M.Ö. 4000'lerde Mısırlılar ve Asyalılar arasında geçimini bu meslekten sağlayanlar vardı. O zamanlar "Barbier" denilen berberler, dükkân dükkân dolaşarak müşteri bulup tıraş ederlermiş. Genellikle bu tarihlerde saç ve sakal berberliği, hatta peruka ve takma bıyıklar yapılmıştır. Bu insanların sadece berberlikle değil başka küçük el sanatlarıyla da uğraştıkları görülürdü. O tarihteki berberler model olarak güzel esir kızlarını kullanırlardı. Bugünkü anlamıyla, kuaförlük takriben 1789'da Fransa'da başlamıştır (Erkan ve Güngör, 2001; 4).

1870 yılında Fransız kuaför MARSEL GRATEUA ondülasyon yapmaya başladığı zaman salonuna gelen müşterilerin saçları hep düz idi. Dalga öğrenmek için çok iptidai şekilde bir demir maşa yaptırarak dalga tekniğini annesinin saçında yapmaya başlamıştır. Marsel kullandığı "maşa"yı hiç kimseye göstermemiştir. Onun bu başarısı Paris'te diğer kuaförler arasında kıskançlığa yol açmış, gazetelerde aleyhinde birçok yazılar çıkartmıştır. Marsel'in bu ondülasyonu nasıl yaptığının sırrını öğrenmek için çok

çaba harcanmıştır, ayrıca başka milletlerden sanatkârlar gelip Marsel'in modasını ülkelerine götürmüşlerdir (Erkan ve Güngör, 2001; 4).

İstanbul'da mütareke yıllarında sadece 4 Kadın Berberi bulunuyormuş. Bolşevik ihtilali ile kaçıp İstanbul'a yerleşen kuaförlerden Beyaz Rus Marks ve Jorj diğer ikisinden biri Alman Sezar ve Fransız Blazi gelmiştir. Kadın berberliğini İstanbul'a getiren Beyaz Ruslar olmuştur ve kuaförlerin sayısı 10'u geçmemiştir (Bilgen, 1970; 1).

1923 yılında Cumhuriyetin kuruluşundan sonra, Türkiye'nin savaş sonrası sıkıntılarından bir an önce kurtulup, modern bir devlet, çağdaş bir toplum düzeyine gelmiştir. Çarşaf içinde, peçe altında ve kafes arkasındaki Türk kadını tarihe karışıp, yerine uygar ülkelerde olduğu gibi sosyal, siyasal ve ekonomik özgürlükleri ile gerçek anlamda Türk milletinin özüne yaraşır şekilde kadına değer verilmeye başlanmıştır. İşte o yıllarda Ankara, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde gece hayatı yavaş yavaş canlanıp renklenmeye başlamıştır (Erkan ve Güngör, 2001; 4).

İstanbul'da İsmail Hakkı Sun, Veli Acar, Aristokli Angiladis, Necati Pelit, Vasil Tekdaban, Rafet Targün ve Şükrü Şaşmaz'ın öncülük ettiği bir grup kadın berberi tarafından ilk kez 1950 yılında **"İstanbul Kadın Saç Tuvaleti Sanatkârları Cemiyeti"** kurulmuştur (Erkan ve Güngör, 2001; 7).

2.2.3 Kuaförlük Uygulamalarının Toplumdaki Yeri

Uygarlıklar tarihi boyunca insanlar görünümelerini değiştirmenin yollarını aramışlardır. Saç ve güzellik uygulamalarının tarihi binlerce yıl önce kurulmuş ilk uygarlıklara kadar uzanmaktadır. Dünyanın her köşesinde insanlar kendilerini toplumda ifade etmek ve sosyal statülerini belirtmek amacıyla imajlar oluşturmuşlardır.

Uygarlıklar ve kültürler değişiklik gösterirken imaj ve moda birbirine bağlı kalmış ve görünümeler sürekli değişmiştir. Bir saç veya makyaj trendi ünlü bir kişi tarafından kullanıldığında, gazete ve dergilerde yayımlandığında veya televizyonda yayınlandığında insanlar bunun yeni icat edilmiş olduğu düşünülür. Oysa bugün gördüğünüz saç ve güzellik imajları yeni doğmamıştır, yıllarca değişik zaman, yer, uygarlık ve kültürlerde evirilerek bu hale gelmişlerdir (Goldsbro ve White, 2009; 1-2).

Günümüzde her insanın toplum içinde yaşadığı çevrede kişilik kazanmasında, ilgi görme ve beğenilme arzusu ile ruhsal ve estetik yönden kendisini rahat, huzurlu ve

güvenli hissetmesinde en büyük etken, kadının en değerli ziyneti ve başının tacı olan saçlarının düzenli, güzel ve modern şekilde yapılmış olmasına bağlıdır. İşte bu sebeple; hanımların çok önem verdikleri saçlarının kesilip biçimlenmesi, boyanıp güzelleşmesi bakımından kuaförlük sanatının toplumdaki yerinin önemi artmıştır (Erkan ve Güngör, 2001; 7).

2.2.4 Kuaför Salonun Fiziksel Durumu

Kuaför salonu öncelikle çok rahatlatıcı ve hoş bir atmosfere sahip olmalıdır. Salon kurulup dekorasyon yapıldığı sırada konfor şartlarına uygun düzenlemeler yapılmalıdır. Gerekli sağlık ve güvenlik önlemleri alınmış olmalıdır. Salonda gerçekleşebilecek kazalara karşı yangın söndürücü ve ecza dolabının olması gerekir. Müşterilerin sıkılmaması için dergi standı, müzik sistemi, televizyon, kablosuz internet gibi eğlence sistemleri kurulmuş olmalıdır. Çalışanların kıyafetleri tek tip ve temiz olmalıdır. Bekleme salonunda saç modellerinin seçimi için bilgisayar, basılı katalog ve dergiler bulundurulmalıdır. Her gelen müşteriye yapılan işlemlerle ilgili müşteri kartı açılmalıdır. Bekleyen müşterinin fön sesinden rahatsız olmaması için kulaklıkla müzik sisteminden yararlanması sağlanmalıdır.

Salonunuzu dekore ederken, her metrekare yerden istifade ederek, aynı zamanda gün ışığı, su, elektrik ve gaz tesisatını işinize en uygun şekilde olmalıdır. Salonun havalandırılmasına çok önem verilmelidir. Yıkama yerlerin müşterilerin rahat edebileceği şekle göre hazırlanması, salon dekoru ve düzenlenmesinde çalışanların da rahat edebilecekleri şekilde düşünülmesi gerekmektedir (Erkan ve Güngör, 2001 ; 209-210).

Kuaför salonlarının fiziksel durumu ile Türk Standart Enstitüsünün iş yeri – kuaför ve berber salonları genel kurallarını içeren kurallar alt bölümünde yer almaktadır.

Salonda, verilen hizmetlerin gereği olan, ihtiyacı karşılayacak büyüklükte (kişi başı en az 4 m²) mekân ve mahaller bulunmalıdır. Salon; bekleme yeri, saç yıkama yeri, saç boyama yeri, saç kesme yeri, saç tarama yeri, boya hazırlama bölümü, personel dinlenme yeri, mutfak, depo vb. şeklinde düzenlenmelidir. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.3, Sayfa 3)

Salon, sosyal hareketin yoğun olduğu yerlerde olmalı, salonun cephe görünümü verilen hizmeti yansıtmalıdır (tanıtıcı özellikte, tabela, yazı vb.). (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.1, Sayfa 3)

Salonun açılış ve işletilişine dair her türlü izin, sınıfına göre ruhsat, belge vb. alınmış olmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.2, Sayfa 3)

Salonda devamlı sıcak ve soğuk su (TS 266'ya uygun) bulunmalı, su kesilmelerine karşı tesisata bağlı yeterli hacimde, 24 saat yetecek kapasitede yedek su deposu olmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.7, Sayfa 3)

Salonda TS 8357'ye uygun WC ve lavabo bulunmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.9, Sayfa 3)

Salonun uygun yerinde, yazar kasanın konulduğu ve müşteriden ücretin alındığı bir banko, vestiyer veya dekora uygun askılıklar bulunmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.10, Sayfa 3)

2.2.4.1 Kuaför Salonlarının Duvarları

Duvarlar temizlemesi ve muhafazası kolay olmalıdır. Açık renkli ve dekorasyon şemanızda baskın olan veya nötr bir renk olmalıdır. (Renkleriniz beyaz ve altınsa, beyaz baskın renklerden biridir. Renkler mavi ve yeşilse, beyaz nötr bir renktir). Resepsiyon odasıyla alakalı bölümde bahsedildiği gibi salonu geniş ya da daha küçük gösterebilecek renkler kullanılabilir.

En önemli şeylerden biri duvarlardaki boyanın yıkanabilirliğidir. Kaliteli, uzun zaman dayanacak, yıkanabilir boyalar kullanılmalı. Kuaför salonu duvarlarında kalan saç spreyi, sigara dumanı ve çeşitli kimyasalların miktarı sebebiyle, yüksek kalite bir boyaya harcanan para boşa değildir (Tezak, 2003; 52-53).

2.2.4.2 Kuaför Salonlarının Yerleri (Taban- Döşeme)

Salonun zemini, kolay temizlenebilen ve kaygan olmayan bir malzeme ile kaplanmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.4, Sayfa 3)

Yer döşemesini yenilemek masraflıdır, çünkü iş gücü ve malzeme masrafı ve değişim yapılırken oluşan iş kaybının masrafı vardır. Bu yüzden ilgi çekici olduğu kadar dayanıklı olan bir yer döşemesi seçilmelidir.

Diğer salon döşemeleri ve dizaynla birlikte, yer döşemesi için nötr renk ağırlıklı bir döşeme çok iyi gidecektir. Aksesuarlardaki renkle salonu daha modern gösterir ve masrafsız bir şekilde değiştirilebilir. Salondaki yoğun trafiği göze batmayacak şekilde kaldıracak ve lekelenmeler ve sularda kullanılan kimyasallara dayanıklı bir döşeme tipi seçilmelidir. (Tezak, 2003; 52-53).

2.2.5 Kuaför Salonunun Aydınlatması

Bulduğumuz ortamı aydınlatabilmemiz için ışık gerekir. Işık çeşitli kaynaklardan üretilen bir enerji şeklidir.

1. Doğal Aydınlatma; Gün ışığı kullanılır.
2. Yapay Aydınlatma (Elektrikle aydınlatma).

Salon glop veya flüoresan lambalarla aydınlatılmalı, gün ışığına yakın bir aydınlanma ortamı sağlanmalıdır. (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.6, Sayfa 3)

Salon aydınlatması seçilirken gösterişli ve ekonomik olması göz önünde bulundurulması gereken en önemli hususlardandır. Bir başka deyişle seçilen aydınlatmanın salona uyumu, rengi ve bunun yanında maliyetinin ucuz olması gerekmektedir (Healy,1993; 473).

İyi aydınlatma için uygun ışık ve onun yansıtıldığı yüzeylerin olması şarttır. Böylelikle görsel konfor sağlanmış olur. Görsel konfor sağlandığında gözün görme yeteneği artar (görüş keskinliği hızla artar), göz sağlığı korunur (rahat görünür), görme bozukluklarına neden olunmaz, görsel performans artacağından yapılan işin verimi artar, böylelikle ekonomik yarar sağlanır. Ayrıca psikolojik açıdan da kullanıcı içinde

bulunduğu çevrede mutlu hisseder. İyi görememe ya da görme yanılgılarının neden olduğu kazalar azalarak güvenlik duygusu sağlanır (Okulweb, 2011).

Burada iki türlü seçenek bulunmaktadır; spot aydınlatıcıları ve flüoresan aydınlatıcıları. Seçilecek aydınlatma hangi tür olursa olsun salonu yeterince aydınlatmalı, çalışana yardımcı olmalı ve yapılan işlerin yeterliliğini göstermelidir. Hangi aydınlatmayı seçilirse seçilsin unutulmamalıdır ki bu iki aydınlatmanın arasında renk farkı vardır. Spot aydınlatmalar genellikle flüoresan aydınlatmalardan daha kıvıl tonlarındadır. Spot aydınlatıcılar küçüktür ve daha az enerji harcarlar. Flüoresan aydınlatmalar ise doğal beyaz ışık yansıtırlar spot ışıklarda olan kıvıl tonlar flüoresan aydınlatıcılarda mevcut değildir. (Örneğin süper marketlerde et reyonlarında flüoresan aydınlatıcılar kullanılmaktadır, bunun nedeni ise flüoresan aydınlatıcıların yansıttığı doğal beyaz ışıklar etleri daha taze gösterir). Flüoresan aydınlatmalar spot aydınlatmalara göre daha kısa ömürlüdürler. Bunun nedeni ise flüoresan aydınlatıcılardaki ısı basıncının yüksek olmasıdır. Seçeceđiniz aydınlatıcı ister spot aydınlatıcı ister flüoresan aydınlatıcı olsun iki aydınlatıcı da ortamı hem iyi aydınlatmalı hem de ekonomik olmalıdır (Healy,1993; 473).

2.2.6 Kuaför Salonunun Havalandırılması ve Isıtması

A. Ortamın Havalandırması

İnsan ömrünün büyük çoğunluğu ofis, fabrika, alışveriş merkezleri, toplu taşıt araçları vs gibi kapalı hacimlerde geçtiğı görülür. Bu yerlerde konfor şartlarının sağlanması ve korunması için yapılacak işlem havalandırmadır.

Salon doğal ve mekanik olarak havalandırılmalı, mekanik havalandırma tesisatı TS 3419 ve TS 3420'ye uygun olmalıdır (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.8, Sayfa 3).

Özellikle tozsuz kokusuz ve yüksek oksijenli bir solunum havası sağlanmasının en pratik çözümü havalandırma yapılmasıdır. Havalandırma kullanılmış havanın yeni ve temiz hava ile değiştirilmesidir. Kirli havanın kontrolsüz olarak dışarıya veya temiz olarak içeriye basılması beraberinde ciddi sorunlar yaratabilir.

Havalandırılan hacimdeki basınç kontrol edilmeli dışarıya ve dışarıdan içeriye kontrolsüz hava akımları, kaçakları önlenmeli ısı kayıp ve kazançlarına izin verilmemelidir (Okulweb, 2011).

Kapalı ortamlarda hava kullanıldıkça doğal karışım oranını kaybeder. (Gaz oranları değişir) ve canlılar için taşıdığı konfor şartlarından uzaklaşır. Böyle durumlarda sıcaklığın artmasıyla terleme, düşmesiyle üşüme, nemin artması ile cilt solunumunun yavaşlaması, nemin azalması ile cilt kuruluğu, oksijen oranının azalması ile nefes alma zorluğu ve benzer sorunlar yaşanmaya başlar. İhtiyaç duyulan oksijen normal solunum hızıyla sağlanmadığı için solunum ve kan dolaşımı hızlanır. Kan basıncı yükselir. Baş ağrısı ve yoğunluk belirtileri başlar. Bu belirtiler solunan havanın içersindeki oksijen oranının % 21 altına düşmesi sonucudur. Çözüm ise havanın oksijen oranının %21 seviyesine yükseltilmesidir, buda havalandırma yapılmasıyla sağlanır. Kirli hava atmosfere atılır ve kirlenmemiş taze hava alınır. (Gerekli filtre sisteminden geçirilerek) İnsan sağlığının ve verimliliğinin en önemli koşullarından biriside budur (Okulweb, 2011).

B. Ortamın Isıtılması

Isınma ihtiyacı, çeşitli ısıtma sistemlerinin ortaya çıkmasına ve gelişmesine yol açmıştır. Önceleri, evlerin dışında ve içinde kurulan ocaklarla ısınılırken daha sonra madeni sobalar yaygınlaşmış ve halen bu sobalar büyük ölçüde kullanılmaktadır. Bunlardan başka zaman zaman, bir fırın vasıtasıyla ısıtılan havanın, ısıtılacak odaların duvarlarının etrafından geçirilerek ısınmanın sağlandığı sistemler de kullanılmıştır. Başlangıçta odun yakmak üzere dizayn edilen sobalar, daha sonra, kömür ve gaz yakacak şekilde geliştirilmiştir. Şimdi aynı sistemler farklı biçimlerde ve farklı yakıt kullanarak evlerde, bürolarda ve hemen hemen her kuaför salonunda kullanılmaktadır.

Salon uygun bir sistemle ısıtılmalı ve ısıtmada mahalli yetkililerce belirlenmiş yakıt kullanılmalıdır (TSE Şubat 2005, TS 7891, Madde: 2.1.5, Sayfa 3).

Salonlarda uygun bir sıcaklık sağlanmalıdır. Vücut doku solunumu ve kas aktivitesiyle ısı üretir. Fakat ısı soluk verme, radyasyon, kondüksüyon ve ter bezlerinde nemin buharlaşması yoluyla kaybedilir. Sabit bir vücut sıcaklığı sağlanır.

Fakat soğuk havalarda bazı yapay ısıtma tipleri gerekecektir ve bu ısıtma salon havalandırılmasına yardım edecektir. Büyük bir salonda radyatörlerle merkezi ısıtma oldukça uygun bir sıcaklık oluşturacaktır. Zemin ısıtması iyidir, fakat işletmesi pahalıdır ve salonda çalışanların ayaklarını yorduğu kanıtlanabilir.

Daha küçük salonlarda merkezi ısıtma yoksa taşınabilir olanlar da dâhil olmak üzere diğer ısıtıcı tipleri kullanılabilir. Konvektör ısıtıcılar sıcak hava yükselip pencere kenarındaki daha serin hava ile karışarak daha makul bir sıcaklık sağlayacağı için pencere altlarına konmalıdır. Gaz sobaları temiz ve dumansızdır. Bazıları havalandırmaya çok fazla yardım etmez. Fakat bazı gazlı radyan – konvektör ısıtıcılar özel bir havalandırma kontrolüne sahiptir. Günümüzde küçük salonlar bazen bütan gazı ile çalışan ve tekerlekleri yoluyla taşınabilen gazlı ısıtıcılar kullanmaktadır. Kızıl ötesi ısıtıcılar bir duvar üzerine yüksek şekilde monte edilip belirli bir sahaya sıcaklık sağlar. Fan ısıtıcılar sıcak havayı dolaştırır ve sıcaklık düzenlenebilir. Bu çeşitli yöntemlerin maliyeti yakıt tüketiminin pahalı olması yönünden göz önüne alınacak bir faktördür (Kilgour ve McGarry, 1995; 361-362).

2.2.7 Kuaför Salonların Hijyeni

Basit bir tanımla sağlığın korunması olarak bilinen hijyen, yüksek bir düzeyde devamlılıkla, sağlık ve temizlikle ilgili tüm bilgilerin, halk sağlığı anlamına gelen hijyenle sağlanarak, bu konularda ilgili olan her türlü teknik gelişmeler, yöntemler ve sanitasyon kurallarını kapsamaktadır (Şenol, 2002; 63).

Kişi kendi ve müşteri sağlığını korumak için öncelikle hijyen kurallarına uyması gerekmektedir. Vücut temizliğinin yanı sıra kullanılan her nesnenin temizliğine ve bulunulan ortamın da temiz ve hijyen koşullarına uygun olmasına özen gösterilmelidir.

A. Kişisel Hijyen

Kişisel hijyeni sağlayabilmek için, her gün mutlaka duş alınmalıdır. Ölü derinin ve terin deride kalmasına izin verilirse gözeneklerin kapanmasına derinin fonksiyonlarını yerine getirmemesine neden olur, ayrıca koku meydana gelir. Keseleme işlemi ile ölü deriyi deri yüzeyinden uzaklaştırmış oluruz, bununla beraber kan dolaşımı hızlanacak ve deri beslenmiş olacaktır. Saçlı derinin temizliğinde ise saç her gün fırçalanmalı ve

taranmalıdır. Fırçalama toz ve kepeğin çıkarılmasına ve kan dolaşımının hızlanmasına yardımcı olur. Saçtaki birikmiş sebum kir ve bakterileri yok etmek için düzenli yıkamak gerekmektedir ve saçın yapısına uygun olarak şampuan kullanılmalıdır.

Kişisel hijyeni sağlamak için el ayak temizliğine de özen göstermeliyiz. Kuaför devamlı ellerini kullanır ve bunları mikropların hücumundan ve kimyasal zedelenmelerden korumak gerekir. Eldiven kullanılmalı, tırnaklar kısa ve temiz tutulmalı, eller sık sık sabunlanmalıdır. Bakteriler tırnakların altındaki kir içersinde ürer ve bunlar eller yoluyla taşınarak enfeksiyona neden olabilir. Ayaklar ise her akşam sabunlu suyla yıkanmalı ve parmak araları iyice kurulanmalıdır. Kir ve nemli ortamlarda mantar oluşup üreyebilir, ayakların hava alması sağlanmalıdır. Dişler her yemekten sonra fırçalanarak çürümesi önlenirken ağız kokusuna da engel olunur. Kişisel hijyeni sağlamak için ve vücut ısını korumak için giysilerin temizliğine özen gösterilmelidir (Okulweb, 2011).

Kuaförün müşteriler kadar kendisinin de sağlığını olumsuz etkileyecek etkenlerden korunması ve çalışanlarına bu bilinci aşılması gereklidir.

İnsan cildi vücudu dış etmenlerden koruyan bir bariyer vazifesi görmektedir. Sabun ve su ile devamlı temas sonucu bu bariyerin ana etmenlerinden olan cilt yağı tabakası ortadan kalkar. Sağlıklı durumda kuaförlük ürünlerinin vücuda etkilerini en aza indirmeye çalışan cilt, zayıfladığında birçok yabancı maddenin cilt altına geçmesini engelleyemez hale gelir. Böylece kendisini yenileyemeyen cildin ve vücudun zarar görmesiyle sonuçlanan bir döngü başlamış olur.

Kuaförlük hizmet sektöründe vücuda zararlı olabilecek pek çok zararlı kimyasal içerik maddesi cilt ile temas eder. Cildin koruma özelliği zayıfladığında nasıl ters etki yaparak zararlı kimyasalların vücuda alımını kolaylaştırabileceğine örnek olarak, saç boyama uygulamalarını gösterebiliriz. Kuaför bir hafta süre ile müşterilerin boyalı saçlarını eldiven takmadan yıkadığında bu yıkamanın sonucu olarak vücuda giren boya maddeleri idrar testlerinde kolaylıkla ortaya çıkmaktadır. Bunun nedeni ciltten vücuda giren maddelerin kan yolu ile vücuda yayılarak sonuç olarak böbrek ve karaciğerde toplanmasıdır (Sosted, 2010; 6).

B. Salon Hijyeni

Kuaför salonu temiz ve rahat olması durumunda müşterileri ve çalışanları olumlu yönde etkileyecektir. Salonun nemliliği ve hava sıcaklığının yanı sıra gerekli emniyet tedbirleri de alınmalıdır. Her kuaförün kullanabileceği en az iki ekipman (araç-gereç) seti bulundurmalı, bir ekipmanı kullanırken diğer ekipman bir sonraki müşteri için kullanılmaya hazır bir şekilde muhafaza edilmelidir. Her müşteri için temiz havlu ve eldivenler kullanılmalıdır ve Havlular her kullanımdan sonra yıkanmalı ve kurutulmalıdır. Müşterinin saçı kesildikten sonra yere düşen saçlar süpürülüp özel çöp kutusuna konmalıdır. Bütün çalışmalar sonrasında tüm yüzeyler sıcak ve deterjanlı suyla temizlenmelidir. Müşterilerde bir enfeksiyon varsa herhangi bir işlem yapılmamalı. Eğer herhangi bir işlem yapılacaksa mutlaka doktor kontrolünde olmalıdır. Bütün işlemler yapılırken dikkatli olunmalı işlemler sırasında müşterilerde meydana gelebilecek en küçük kanama, kesik vb. durumlarda AIDS ya da hepatit B gibi çok önemli hastalıkların bulaşmasına, yayılmasına sebep olunabilir (Henderson-Brown ve Avadis ve Porteous, 2004; 38).

Sanitasyon: Kontaminasyon kaynağı olan mikroorganizmaların yok edilmesi işlemidir. Sanitasyon işlemi; kimyasal maddeler, ısıtma, buhar işlemi ve gama ışınlarıyla yapılır. Bütün bunlara rağmen, kozmetik ürünlerde mikrobiyolojik riskler her zaman mümkündür. Özellikle şampuan, saç kremi, krem veya losyonlarda bu risk çok yüksek, diş macunu, tıraş kremi ve köpüğü, saç köpükleri ve jölelerde daha az, deodorantlar ve tıraş sonrası ürünlerde de düşüktür (Şenol, 2002; 7-8).

Sterilizasyon: Herhangi bir maddenin ya da cismin üzerinde bulunan, tüm patojen ve nonpatojen mikroorganizmaların temizlenmesi işlemidir. Sadece cansız nesnelere uygulanabilir. Sterilizasyon metotlarında tesirlilik ve çabukluk tercihte önemlidir. Bunlar arasında, yüksek basınçlı buhar sistemi en tesirli, emin ve kısa zaman gerektiren bir metottur. Malzemenin özelliği ve enfeksiyon ajanının tipi göz önüne alınarak metot ve dezenfektanların kullanılmaları tercih edilmelidir (Healy,1993;72).

Sterilizatör Aleti; Bu sterilizatör kabini her kuaför salonda kullanılmalıdır. Ancak tüm aletler, bu dolaba konulmadan önce iyice temizlenmelidir. İşlem sırasında, dolabın üst kısmında cıva buharı lambasından yayılan ultraviyole ışınlarının tüm yüzeylere

erişebilmesi için aletler sık sık çevrilmelidir. Aletlerin her yüzeyine 20-30 dakika süreyle ışınlar verilmelidir (Karatay, 2002; 34).

C. Salon Hijyeninde Dikkat Edilmesi Gereken Kurallar

- 1.Yerleri daima temiz tutulup her saç kesiminden sonra yer silinmelidir. Salonda halı var ise günlük olarak elektrik süpürgesi ile temizliği yapılmalıdır.
- 2.Çöp ve atıkları kapalı poşetlerde biriktirerek atılmalıdır bu şekilde gereksiz kokuların ortama yayılmasını önlenmiş olur.
- 3.Toz, saç kılları ve diğer atıklar kontrol altında tutulmalıdır.
- 4.Havalandırma ve ısıtma aletleri günlük olarak temizlenmelidir.
- 5.Çalışılan tüm alanlar iyi aydınlatılmış olmalıdır.
- 6.Tuvalet ve kapı kolları temiz tutulmalıdır.
- 7.Tuvalet kâğıdı, sıvı sabun, kâğıt havlu gibi tüketim malzemeleri bitmeden tedarik edilmelidir.
- 8.Salonda yemek pişirilmemeli ve uyunmamalıdır.
- 9.İşlem yapılan bölümlerde yemek yemek ve sigara kullanımına izin verilmez.
- 10.Ürün saklanan kutuların hepsi üzerinde içerikleriyle ilgili bilgi verilmelidir.
- 11.Çalışırken asla araç ve gereçler ağza konulmamalıdır (toka, pens, tarak v.b)
- 12.Araç gereci her kullanımdan sonra dezenfekte edilmelidir.
- 13.Dezenfekte edilen araç gereci temiz kaplarda ve kutularda saklayınız. (Dolap ve çekmeceleri temiz tutunuz.)
- 14.İşlem yaparken yüze, ağza ve gözlere dokunmaktan kaçınılmalıdır.
- 15.Her işlemten sonra işlem yapılan ünite temizlenmelidir.
16. Her zaman eldiven, kesim önlüğü, penuar, boya önlüğü ve bunun gibi koruyucu ürünleri ve tek kullanımlık havluları müşterilerinize uygulama yaparken kullanmayı ihmal etmeyiniz (Milady'S, 2008; 80-81).

2.2.8 Kuaför Salonunda Güvenlik Önlemleri

A. Yangın Sebepleri

Salonlarda meydana gelen yangınların çoğu ya elektrik kaçağı ya gaz kaçağı ya da sigaradan kaynaklanır. Bakımı iyi yapılmamış elektrikli cihazlar örneğin fön makineler ve ısıtıcılar zamanında kontrolleri yapılmaz ise aşırı ısınma ve hatta tutuşmaya sebep olabilir. Gazlı aletlerin bakımları yapılmadığı zaman potansiyel olarak risk taşırlar. Sigara içme yakılan sigaraların düşürülmesi veya unutulması sonucu yangına sebebiyet verebilirler. Salonda yangına karşı güvenlik önlemleri daima alınmalıdır (Green ve Palladino, 2007; 11).

B. Yangın Söndürme

Bu itfaiyecinin işidir ve herhangi bir olay halinde hemen çağırılmalıdır. Herhangi bir zamanda yangınlar a) Yakıtın kesilmesi, b) Ateşin soğutulması, c) Yangın söndürücü cihazlar yoluyla yangının bastırılması ile söndürülebilir (Kilgour ve McGarry, 1995; 83-85).

C. Kuaför Salonlarında Sigorta

Sigorta kontratı malı kaybettiğinde ya da ona zarar geldiğinde yasal bir şekilde onun primi ödemesi için sigorta şirketiyle anlaşma şeklinde gerçekleşir. Sigortanın iki türü vardır: tazminat sigortası ve sorumluluk sigortası.

Tazminat sigortası insana ya da malına zarar olduğunda prim ödemesini sağlıyor. Sorumluluk sigortası ise farklı nedenlerden dolayı insana ya da malına zarar gelmeden korunmayı sağlamaktadır (Tezak, 2003; 22). Sigorta türlerini ise şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Yangın Sigortası:
2. Sorumluluk Sigortası:
3. Yolsuzluk Sigortası:
4. Ekipman Ve Tedarik Sigortası:
5. Hırsızlığa Karşı Sigorta:
6. Tazminat Sigortası:
7. Sağlık Sigortası: (Tezak, 2003; 24).

2.2.9 Kuaför Salonlarında Bulunması Gereken Makine, Malzeme ve Araç-Gereçler

TABLO 5. Kuaför Salonlarında Bulunması Gereken Makine, Malzeme ve Araç-Gereçler

A. Elektrikli Makinalar	B. Kimyevi Maddeler	C. Salon Dekorü
1. Mizanpli makinası (ayaklı veya asma) 2. Fön makinası 3. Elektrikli saç kesme makinası 4. Klomozon cihazı 5. Kırmızı ışıklı perma kurutucusu 6. Saç maşası 7. Sterilizatör	1. Saç boyaları 2. Toz dekolore ilaçları 3. Krem dekolore 4. Permanant ilaçları 5. Permanant fiksatörleri 6. Peroksit tablet 7. Oksijenli su 8. Oksidan 9. Perhidrol 10. Alkol 11. Defrize ilacı 12. Şampuan 13. Saç spreyi 14. Saç kremi 15. Saç bakım ürünleri 16. Biryantin 17. Jöle 18. Vazelin 19. Kolonya 20. Zafran	1. Çalışma tezgâhı ve aynalar 2. Çalışma koltukları 3. Müşteri bekleme koltuk ve üniteleri 4. Vestiyer 5. Yazar kasa ve seti 6. Havlu dolapları 7. Havlu asma ve kurutma yeri ve üniteleri 8. İlaç ve malzeme dolapları 9. Isınma ve havalandırma tesisatı 10. Saç yıkama seti ve sıcak su tesisatı 11. Ecza dolabı 12. Yangın söndürme cihazı
D. Malzeme Araç ve Gereçler		
1. Saç kesme makası 2. File makas 3. Jiletli kesici 4. Ense fırçası ve pudra 5. Su kabı 6. Mizanpli havlusu	14. Mizanpli bigudisi (Çeşitli boy ve çapta) 15. Pamuk ve kabı 16. Permanent bonesi 17. Çalar saat	25. Mizanpli pensi 26. Saç tokası, firkete 27. Saç filesi – kulaklık 28. Takım ve malzeme seti 29. Boya ve permanent için sehpa

7. Boya havlusu	18. Mezur (Sıvıölçer)	30. İki değişik model
8. Permanent havlu ve örtüsü	19. Sivri uçlu tarak	mizanpli fırçası
9. Permanent bigudisi (Çeşitli çapta)	20. Metal uçlu sivri tarak	31. Uzun ve dolaşık saçları açmak için, metal iğneli ve plastik fırça
10. Tarak (Çeşitli şekil ve boyda)	21. Sivri uçlu krepe tarağı	32. İnce ve orta çaplı iki değişik fön fırçası
11. Mizanpli fırçası	22. Düz, geniş ve normal dişli tarak	33. Orta ve kalın çaplı iki değişik fön fırçası.
12. Fön fırçası (Çeşitli boy ve çapta)	23. Saç kabartma, şekil verme tarama	
13. Saç kesme, tarama ve boyama penuarı	24. Saç boyama fırçası ve kaybı	

(Erkan ve Güngör, 2001; 217-220).

2.3 Kosova'da Kuaförlük Hizmet Sektörü

Bu bölümde Balkan coğrafyasında bulunan Kosova'nın tarihinden bahsedilmektedir. O bölgelerde yaşayan İliyalı'lardan başlanarak Kosova'ya yerleşen Romalılar, Sırlar, Osmanlı İmparatorluğu, Yugoslavya ve Kosova'nın bağımsızlık sürecini de kapsayarak, günümüzdeki yönetim şeklini, Kosova'nın coğrafik konumu, demografik yapısını ve sosyo – ekonomik durumundan bahsedilerek, Kosova'daki kuaförlük hizmet sektörüne yer verilmiştir.

2.3.1 Kosova'nın Tarihi

Balkanların en eski sakinleri İliirler'dir. Arnavutlar İlerler'in neslinden geldiklerini söylenmekle beraber, bazı tarihçiler bu tezi kabul etmemektedirler. (Mercan, 1999: 10).

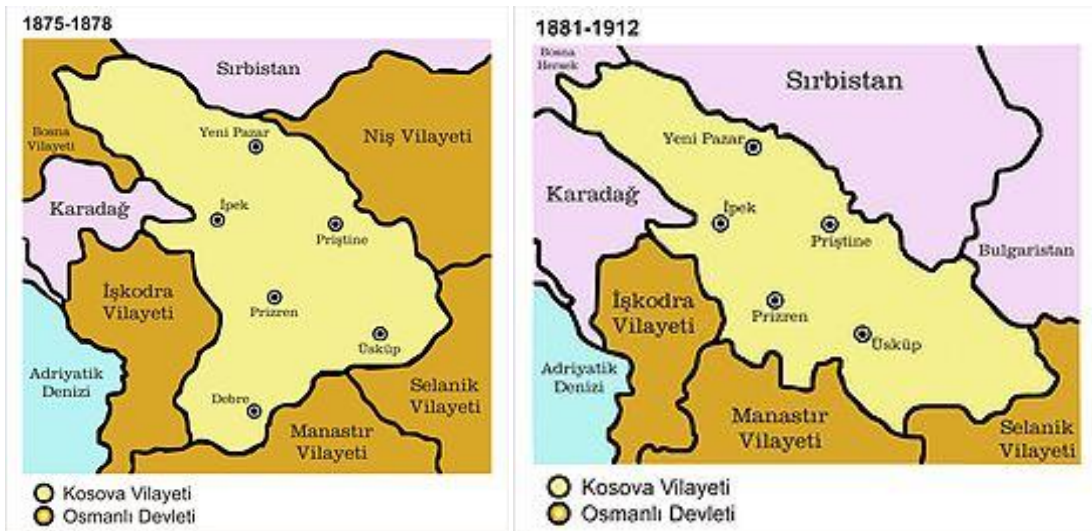
Kosova kelimesi, eski Bulgar ve Çek dillerinde “karatavuk” anlamına gelen kos'tan türemiştir. Kosova, birçok kavmin saldırısına uğramış bir yerleşme bölgesiydi. Roma imparatorluğu ikiye ayrılınca (395), Kosova, Doğu Roma İmparatorluğu sınırları içinde kalır. Bu tarihlerde kuzeyden gelen ve Batı Avrupa'ya doğru ilerleyen Alanlar,

Hunlar ve Vizigotlar, Kosova'dan geçtiler. VI. yy.da Tuna'nın kuzeyinden Avarlar Kosova'ya sızarlar. VII. yy. başında Kosova bölgesine İslavlar yerleşmektedir. Bizans'ın baskısı X. yy.ın ilk yarısında Bulgar saldırısı yüzünden bölge, Sırp, Bulgarlar ve Bizanslılar arasında el değişirir. Bölge daha sonraları, bağımsızlıklarını ilan eden Sırp "ban"larının hâkimiyetine geçmiştir.

Birinci Kosova Savaşı sırasında Osmanlılar Balkanlara yerleşmiştir. Bağımsızlığını kaybeden Sırp krallığı da XIX. yy.a kadar Osmanlı devletine Bağlı kalmıştır. İkinci Kosova Savaşı (17-19 Ekim 1448) sonucunda Osmanlılar Balkanlara iyice yerleşmişlerdir (Toktay, 2005: 3).

Osmanlı hâkimiyeti bölgeye yerleşince kavganın, kargaşanın, hüznün yerini barış ve huzura bırakmıştır. Osmanlılar, Hak'ın emirleri doğrultusunda, "Halka hizmet, Hakka hizmet" anlayışı ile bölgeyi asırlarca huzur içinde yaşatmıştır. (Sipahioğlu, 2002: 23).

Osmanlılar İkinci Kosova Savaşından sonra, savaşa katılmayan Sırlara Kosova'nın kuzeyini vermişlerdir (1455). Fatih Sultan Mehmed zamanında, Kosova'nın tamamı Türk hâkimiyetine girmiştir. Kosova'nın, Fatih Sultan Mehmed devri, sonralarında (1475) düzenlenen tahrir defterine göre, Rumeli beylerbeyliğine bağlı Vuçitrın ve Üsküp vilayetleri içinde kaldığı anlaşılmaktadır. II. Beyazid ilk yıllarından kalma (1487) tahrir defterine göre Kosova bölgesinin önemli bir kısmı Vuçitrın sancağının sınırları içinde kalır. XVII. yy. başında Kosova yönetim bakımından, iki eyaletin sınırları içinde kalmıştır (Toktay, 2005: 4-5).



Resim 1. 1875-1878 ve 1881-1912 Yıllarında Kosova'nın Konumu

Tanzimat ve Islahat fermanlarının ilanından sonra merkezi Sofya olmak üzere Niş ve Priştine'yi içine alan bir Kosova vilayeti kurulmuştur. Balkan savaşı patlak verince Sırp'lar hiçbir direnmeyle karşılaşmadan sınırı geçmişlerdir. General Jankowich, kumandasındaki orduları 21 Ekim'de Lab'ı ve 23 Ekim 1912'de hemen bütün Kosova sahrasını işgal etmişlerdir. Londra Antlaşması ile (30 Mayıs 1913) Kosova vilayeti Sırbistan'a bırakılmıştır (Toktay, 2005: 4-5).

İngiltere ve Fransa 1918'de Adriyatik'in kıyısı olan Slav kökenli Hırvatları Avusturya'dan ayırıp Sırbistan'a bağlayıp ilk önce "Sırp-Hırvat-Sloven Krallığı"nı kurmuşlardır. 1928'de bu üç etnik unsurlu krallığa "Yugoslavya" yani "Güney Slavya" adını vermişlerdir. Bu böyle 1918-1928-1940 yıllarına kadar ayakta tutturabildiyse de, 1941 yılında Almanya tarafından dağıtılmıştır. Yugoslavya 1945'te İkinci Dünya Savaşı sonunda, yine Fransa-İngiltere, artı Rusya (SSCB) desteğiyle kurulmuştur.



Resim 2. Sosyalist Sırbistan'ın İçindeki Kosova Sosyalist Özerk Bölgesi'nin Sosyalist Federal Yugoslavya Cumhuriyeti'ndeki Konumu 1974-1990

II. Dünya Savaşı sırasında İtalya'nın Almanya'ya teslim olması üzerine Josip Broz Tito tarafından kurulan meclisçe 1945 yılında Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti ilan edildi ve monarşi yıkıldı. 1946 yılında ise, büyük ölçüde Sovyet anayasası model alınarak oluşturulan bir anayasa kabul edildi. Bu olaydan sonra Kosova;Yugoslavya'ya bağlı bir özerk eyalet statüsüne geçti. 1963'te de bu eyalet, özerk bölge hâlini aldı. Böylelikle Yugoslavya ilk ciddi iç sorununu 1945'te Kosova'da yaşadı. Kosovalılar savaş sonrasında yeni kurulan Yugoslavya'da da kendilerine haksızlık yapıldığı, diğer halklara tanınan hakların kendilerine tanınmadığı düşüncesiyle Tito'nun Yugoslavyası'nı hoş karşılamadılar. (Tiliç, 1999; 82-83)

Tito'nun ölümünden sonra Sırlar gittikçe hortlanıp, Birinci Yugoslavya (1928-1940) dönemindeki gibi egemen unsur olmak istiyorlardı. Yeni Cumhurbaşkanı Slobodan Milošević olmuştur. Onun için esnek bir Yugoslavya'dansa, Hırvatistan'sız ve Slovenya'sız daha küçük, ama monolit (yekpare) bir Yugoslavya, aslında Büyük Sırbistan'ı tercih etmekteydi. Bu formül çerçevesinde Milošević Bosna-Hersek'i, Makedonya'yı, Karadağ'ı ve Kosova'yı elde tutmak istiyordu. Bu hayal peşinde koşarken 1992-95 Yugoslavya'nın dağılımını getirdi. Hırvatistan ile Slovenya'dan başka, Bosna-Hersek ve Makedonya da ayrıldı. Bundan sonra sıra Kosova'ya geldi ve Kosova'da ayrılmak isteyince Miloševićin planları bozuldu ve soykırım uygulanmıştır. ABD ve NATO dünya kamuoyu önünde soykırıma izin verilmediği için, müdahale etmek zorunda kaldıysa da, Kosova'nın Yugoslavya'dan ayrılmasını kabul etmemiştir (Tufan, 2000: 5).

Kosova sorunu, Sırbistan'ın Kosova'nın özerklik statüsüne tek taraflı olarak son verdiği 1989 yılında tırmanmıştır. Arnavutça eğitim yapan Priştine Üniversitesi kapatılmış ve diğer okullarda da Arnavutça eğitime son verilmiştir. 1990'da Yugoslavya Federal Cumhuriyeti (YFC)'nin kapattığı Kosova Parlamentosu'nun Arnavut parlamenterleri toplanarak bağımsız Kosova Cumhuriyeti'ni ilan etmişler ve devlet başkanlığına İbrahim Rugova'yı getirmişlerdir. Bundan sonra Kosova Arnavutları İbrahim Rugova önderliğinde Sırbistan hükümetine karşı sivil itaatsizlik politikası izlemişler ve devlet benzeri bir yapı kurmuşlardır. 1997'de ise Kosova'da Arnavutların bağımsızlığını şiddet kullanmak da dâhil sağlamak amacıyla Kosova Kurtuluş Ordusu (UÇK) kurulmuştur (Tangör, 2008: 118).

1998 başlarında bölgede çatışmalar baş gösterince ABD hemen Kosova'ya özel temsilci olarak Robert Gelbard'ı, ardından 14 Mayıs 1998'de Richard Halboork'u göndermiştir (Uzgel, 2000: 410). 23 Eylül 1998'de BM Güvenlik Konseyi 1199 sayılı Kararı benimsemiştir. Söz konusu kararda Güvenlik Konseyi Sırp güvenlik güçlerinin ve Yugoslav ordusunun aşırı güç kullanımından dolayı taşıdıkları endişeyi dile getirerek taraflar arasındaki çatışmalara son verilmesi çağrısında bulunmuştur. Aynı zamanda, Kosovalılara (büyük kısmı Kosova Arnavutlarına ve bazı yerlerde Kosovalı Türklere) karşı, Sırp güçleri tarafından etnik temizliğe başlandı. Yüz binlerce mülteci Arnavutluk, Makedonya, Karadağ ve Türkiye'ye kaçmaya başladı. Uluslararası Lahey Adalet Divanı

araştırmalarında en az 2.000 cesede ulaştığını açıkladı. Kosova'da çatışmalar başladığında Batılı ülkeler bunun yayılmasını önlemek üzere harekete geçmişlerdir. Kosova'da kanlı olaylar baş gösterince 13 Ekim 1998'de Kosova'da durumun daha da kötüye gitmesinden dolayı NATO Konseyi hava saldırısı için harekât emri vermiştir (Tangör, 2008: 119).

NATO Genel Sekreteri Solana, ABD Elçileri Holbrooke ve Hill, NATO Askeri Komite Başkanı General Naumann, Avrupa Müteffik Kuvvetler Komutanı General Clark ve Başkan Miloşeviç Belgrat'ta bir uzlaşmaya varmışlar ve hava saldırısı iptal edilmiştir. Ayrıca Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'nın kararlara uygulanmasını sağlamak üzere bir Kosova Denetim Misyonu (Kosovo Verification Mission) kurması ve NATO'nun da havadan gözetleme misyonu oluşturması hususunda da anlaşmaya varılmıştır. (Tangör, 2008: 120).

20 Mart 1999'da AGİT Kosova Denetim Misyonu, görevlerini artık olarak yerine getiremeyecekleri derecede Sırp güçleri tarafından engellemelerle karşılaştıkları gerekçesiyle bölgeden geri çekilmiştir. Bu olaylar sonucunda, ABD elçisi Halbrooke, Belgrad'a giderek devlet başkanı Miloşeviç'i Kosovalı Arnavutlara yapılan saldırılara bir son vermeye ikna etmek üzere son bir girişimde bulunmuş, yoksa NATO'nun hava saldırısıyla karşı karşıya kalacakları konusunda uyarıda bulunmuştur (Nato, 2003).

Miloşeviç, ise Holbrooke'un önerilerini reddetmiştir. Bu sonuç doğrultusunda, 23 Mart 1999'da NATO, Müteffik Kuvvetler Operasyonu adını verdiği hava saldırısının başlatılması emrini vermiştir. 24 Mart 1999'da NATO, tarihinde ilk kez BM kararı olmadan kendi inisiyatifiyle bir ülkeyi bombalamaya başlamıştır (Uzgel, 2002; 164). 11 haftalık NATO bombardımanından sonra, Slobodan Miloşeviç birliklerini ve polislerini geri çekmeye zorlandı. 750.000 Kosovalı mülteci evlerine geri döndü. Bu bölgedeki Sırp nüfusun yarısına tekabül eden 100.000 Sırp, evlerini terk etti. Birleşmiş Milletler, Kosova'nın bağımsızlık ya da Sırp egemenliğinden birine dönene kadar bölgeyi kontrol altına aldı. Böylece NATO, tarihinde ilk defa bir ülkeye kendi topraklarında gerçekleştirdiği eylemler nedeniyle güç kullanmıştır (Alpkaya, 1999; 15).

10 Haziran 1999'da Milošević yönetiminin NATO'nun oluşturduğu kuralları kabul etmesiyle NATO kuvvetleri KFOR adı altında Kosova'ya yerleşmiştir. Bölgenin sivil yönetimi ise BM Genel Sekreterinin atadığı UNMIK adını alan bir misyon tarafından üstlenmiştir. Böylece Kosova hukuken YFC'nin bir parçası olarak da Belgrad yönetiminden fiilen kopmuştur (Uzgel, 2002: 165).

Birleşmiş Milletler Temsilcisi Finlandiya Eski Cumhurbaşkanı Martti Ahtisaari, 2007 yılının Şubat ayında Belgrad ve Priştina'ya, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi tarafından denetlenecek bir bağımsızlık öneren yasa taslağını göndermiştir. Taslak genel olarak; yerel hükümetin sorumluluklarının dağıtılması, toplulukların ve üyelerinin haklarının düzenlenmesi, adalet sisteminin düzenlenmesi, anayasal hazırlıklar, Kosova'nın güvenlik sektörü, uluslararası askeri bir gücün bölgede konuşlandırılması, dinsel ve kültürel mirasların korunması ve yasama organının düzenlenmesi gibi maddelerden oluşmaktadır (Security Council Report, 2007).

3 Nisan 2007'de, Ahtisaari, tasarının son şeklini Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'ne sunmuştur. Priştine, tasarıyı kabul ettiği halde Belgrad reddetmiştir. Bu süreç sonunda Kosova Brüksel ve Washington'dan gelen yeşil ışık ile 17 Şubat 2008 tarihinde tek taraflı olarak bağımsızlığını ilan etmiştir. (Unmik, 2009)

2.3.2 Kosova'nın Coğrafi Konumu



Resim 3. Kosova'nın Bu Güncü Coğrafi Konumu

Balkan coğrafyasının en eski halklarının yaşadığı Kosova, 10.861 km²'lik bir yüzölçümüne ve 1.733.872 nüfusa sahiptir. Balkanlarda önemli bir konuma sahip olan Kosova'nın başkenti 198.214 nüfusu ile Priştina'dır. Diğer önemli şehirleri arasında Prizren, Cakova, Ferizay, İpek, Gilan ve Mitrovitsa sayılabilir. (Rekos, 2011)

Coğrafi konum olarak Kosova, Avrupa kıtasının güneyinde bulunan, Balkan yarımadasının kuzeybatısında yer alır ve Türkiye ile Batı Avrupa ülkeleri arasında köprü vazifesi görür. Komşuları Sırbistan-Karadağ Devleti (Sancak), Makedonya ve Arnavutluk'tur. Kosova'nın %36,5'ini havza araziler kaplamaktadır. Bu havzaları Lab, Kriva, Reka, İbar ve üst Morava'nın nehir vadileri kuşatmaktadır. Dağlık araziler ise yüzeyin %37'sini oluşturur. Arnavutluk'un kuzeyinden itibaren Kosova'nın güney sınırını çepeçevre kuşatan Sharr dağları (2640 m), batı kesiminde yine Arnavutluk'tan gelip, Karadağ içlerine kadar ilerleyen Bjeshket ve Nemuna dağları (2656 m), kuzeyde Sırbistan'dan uzanan Kapaonik dağları (2000 m) bulunur. Kosova'nın iç kesimlerinde deniz seviyesinden yükseklik ortalama 500–600 m civarındır. Kosova'nın en büyük nehirleri İbar, Beyaz Drina, Lepenci, Sitnitza ve Binça Morava'dır. Bunlardan Beyaz Drina Adriyatik denizine, İbar ve Binça Morava Karadeniz'e, Lepenci de Ege denizine dökülmektedir. Gazivoda, Batllava ve Badovc yapay gölleri; Obiliç, Priştina ve Mitrovitza'daki içme suyu ve sulama ihtiyaçlarını karşılamının yanında termoelektrik enerji elde etmek için kurulmuştur (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

2.3.3 Kosova'nın Demografik Yapısı

Kosova kilometrekareye düşen 192 kişiyle Balkanların en yoğunluklu nüfusuna sahip bölgesidir. Bölge nüfusu ancak tahmini olarak verilebilmektedir. Zira son kayıtlar bundan 24 sene öncesine, 1981 yılına aittir. Buna göre Kosova nüfusu 1.584.440'tır ve eski Yugoslavya'daki Arnavutların %71'i Kosova'da, %22'si Makedonya'da, %4'ü Sırbistan'da (Preşevo), %2'si Karadağ'da, %1'i de diğer yerlerde yaşamaktadır. 1991 sayımları ise yoğun işten atmalar, basın-yayın organlarına uygulanan karartmalar ve genel olarak sürmekte olan baskılar nedeniyle Arnavutlarca boykot edilmiştir. Bugün Kosova nüfusunun yaklaşık 2,3 milyon olduğu ve bu nüfusun %90'dan fazlasının Arnavutlardan oluştuğu tahmin edilmektedir. Kalan kısmın %4'lük bir kısmı Sırp ve Karadağlılardan, %6'sı ise Boşnak, Çingene, Türk, Mısırlı ve Goralı gruplardan oluşmaktadır. Arnavut nüfus sadece Kosova'da bulunmamaktadır.

Osmanlı'nın toplamda yüzölçümü 70.000 km²'ye varan Kosova, İşkodra, Manastır ve Yanya vilayetleri bugün Arnavutluk, Makedonya, Sırbistan-Karadağ Devleti ve Yunanistan sınırları içerisinde kalmıştır ve buralarda toplam 7 milyona varan Arnavut nüfus bulunmaktadır. Kosova'nın değerli stratejik konumu ve coğrafyanın Balkanlar'da savaş ve karışıklıkların önemli merkezlerinden olması demografik yapıyı sürekli değiştirmiştir (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

TABLO 6. Kosova'daki Nüfusun Yıllara Göre Verileri

YIL	NÜFUS	YOĞUNLUK
1921	439.010	40.2
1931	552.064	50
1948	773.034	67.2
1953	815.908	74.8
1961	963.988	88.4
1971	1.243.693	114
1981	1.584.440	145.3
1993	2.100.000	192.8

Kosova'daki nüfusun ciddi bir kısmını gençler oluşturmaktadır. İstatistiklere göre 19 yaş altı gençlerin oranı %52'dir ve bunların %44.3'ü 0-14 yaş grubudur. Böylesine genç bir nüfus Kosova'daki doğurganlık oranının da yüksekliğinin işaretidir. Kaynaklara göre 90'lı yıllarda Arnavutlar arasındaki doğurganlık oranı %6.60 iken Sırbistan'ın %3.42'dir. Kosova İstatistik Enstitüsü'ne göre Kosova'nın yıllık nüfus artışı 50 bin kişi civarındadır ve bu son 10 yıl içerisinde hesaplanacak olursa neredeyse Karadağ nüfusuna eş bir sayı anlamına gelmektedir (Esk, 2010).

2.3.4 Kosova'nın Sosyo -Ekonomik Durumu

“Yugoslavya'nın en fakir evi” diye adlandırılan Kosova'nın iktisadi durumu iyi değildir. Nüfusun kalabalığı, tarımın geri kalmışlığı ve %50'lere varan işsizlik oranı, bölgenin temel ekonomik özelliklerini oluşturmaktadır. Kosova, tarih boyu hep bir devletin egemenliği altında kaldığından ekonomik açıdan da bu ülkelerin uygulamalarına bağımlı olmuştur. Zengin maden yataklarına sahip olan Kosova'da

halkın geçim kaynağı daha çok tarım ve hayvancılıktır. Bu anlamda son dönemde küçük değişiklikler yaşansa da kırsal nüfus kentli nüfustan fazla olmuştur. Tarım ve hayvancılık yanında diğer önemli geçim kaynakları ormancılık ve madenciliktir. Avrupa’da yeraltı zenginlikleri ile meşhur olan Kosova, Tito Yugoslavya’sı döneminde, sahip olduğu linyit yatakları ile Yugoslavya rezervlerinin %58’ini teşkil etmekteydi. Kosova’nın Yugoslavya ekonomisine katkısı “Trepça Radi Beogradi Segradi” (Trepça çalışır, Belgrad gelişir) şeklinde ifade edilirdi. Bölgede kurşun, çinko, nikel, magnezit, boksit, krom, bakır, demir, kömür, gümüş ve altın gibi zengin maden yatakları mevcuttur (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

En meşhur maden ocakları Trepça, Tregu, Vjeter, Novobrdı ve Ayvalı’dır. Bu yeraltı zenginliği, Roma döneminden II. Dünya Savaşı Almanya’sına kadar Kosova’yı ele geçirme noktasında güçlü bir etken olmuştur.

1958’de tüm Kosova’da 49 sanayi işletmesinde toplam 16 bin kişi çalışmaktayken aynı dönemde Slovenya’daki işletme sayısı 465’ti. 1946’da Slovenya ile Kosova arasındaki gelir farkı üç misliken bu fark, 1964’te beş misline çıkmıştır. 80’li yılların başında Yugoslavya’da 1000 kişiden 254’ü kamu teşekküllerinde çalışmaktayken, bu sayı Kosova’da sadece 107 idi. 1983’te Yugoslavya’daki işsizlik oranı %14 iken Kosova’da bu oran %43,4’tür. Sırp yönetimi, Kosova’daki ekonomik çöküş için “Kosova, Yugoslavya’nın gelişmiş bölgeleriyle entegrasyonu sağlayamadığı için geri kaldı,” şeklinde bir bahane öne sürmektedir. Fakat bu bahanenin geçerliliğinin olmadığı yine Sırp iktisadi uygulamalarıyla ortadadır. Özellikle 1989 sonrasında polis gücüyle işlerinden atılan Arnavutlar yoksulluk ve mahrumiyetle baş başa bırakılmış, Arnavut işçiler sağlık ve sosyal güvenlik sistemi, emeklilik, sakatlık maaşı, konut gibi haklardan mahrum edilmiştir. Dahası ellerindeki gayrimenkulleri satmaları bile yasaklanmıştır.

1990 yılında özerkliğin kaldırılmasını protesto etmek isteyen çok sayıda Arnavut işten çıkarılmıştır. 187.298 kişinin çalıştığı firmalardan %78 oranında işçi indirimine gidilerek 147 bin Arnavut işten çıkarılmıştır. 1995’teki kişi başına düşen GSMH’sı 400 dolar olan Kosova, bu oranla Avrupa’da en alt seviyede bulunmaktadır. Bu nedenle, 1991–96 yılları arasında 500 bin genç, çalışmak için Batı ülkelerine gitmek zorunda kalmıştır. Kosova ekonomisi, 1999’da NATO harekâtı ile sonuçlanan savaştan büyük zarar görmüştür. Savaş sırasında bir milyondan fazla Kosovalı, Kosova’nın daha

güvenli bölgelerine, komşu ülkelere ve Batı Avrupa'ya gitmek zorunda kaldı. Bunların çoğu Almanya ve İsviçre'ye gittiler. (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

Avrupa ülkelerinden Kosova'ya geri dönen göçmenler, Kosova'nın siyasi, ekonomik ve sosyal gelişiminde kilit role sahiptirler. Kosova'da yaşayan Arnavutların %80'i, diasporadan gelen aylık 250–500 dolar arasında yardımlarla ayakta kalmışlardır. Kosova'nın yeniden yapılanması büyük ölçüde bu yardımlar sayesinde gerçekleşmiştir.

Nüfusun çoğunu gençlerin oluşturduğu Kosova, işsizlik nedeniyle neredeyse sosyal patlama noktasına gelmiştir. İşsizlik bazı bölgelerde %70'lere çıkmaktadır. 2004 yılı rakamlarına göre Kosova'nın GSMH'sı 1.100 dolardır. Yine 2003 rakamlarına göre ise bölge ihracatı 36,3 milyon Euro iken ithalatı 968,5 milyon Euro'dur ki böyle bir açık ekonomik durumun ne derece kritik olduğunu ortaya koymaktadır (İnsan Hak ve Hürriyetleri, 2010).

TABLO 7. Kosova'da Genel Olarak Dış Ticaret

Kosova'nın Dış Ticareti (Milyon Euro)				
Yıllar	İhracat	İthalat	Ticaret Hacmi	Ticaret Dengesi
2000	18.8	635.2	654	-616.4
2001	10.6	874.4	885	-863.8
2002	27.3	988.7	1.016	-961.4
2003	36.2	968.5	994.7	932.3

Kaynak: Kosovo, Document of the World Bank, Economic Memorandum, 17 May 2004

Başlıca Ticaret Yaptığı Ülkeler	Makedonya (%19.2), Sırbistan (%16.5), Arnavutluk (%5.2), Hırvatistan (%5.0),	Türkiye (%4.8), Karadağ(%2.8), Bosna&Hersek (%2.4), Bulgaristan (%0.5)
Başlıca İthalat Yaptığı Ülkeler	Makedonya (%14.6),	Sırbistan (%14.7),
Ülkeler	Arnavutluk (%0.8), Hırvatistan (%3.3), Türkiye (%9.5),	Karadağ(%1.1), Bosna&Hersek (%2.4), Bulgaristan (%4.3)

(İstanbul Ticaret Odası, Dış Ticaret Araştırma Servisi, Kosova, Dünya Bankası Belge, Ekonomik Muhtırası, 17 Mayıs 2004).

2.3.5 Dünya ve Kosova’da Kuaförlük Sektörü

Dünyanın her yerinde saç ve güzellik hizmetleri sektörü çok yaygın olarak görülmekle birlikte global bir sektör raporu hazırlamak çok zor olabilmektedir. Bunun nedeni ise saç ve güzellik hizmetleri içeren işyerleri sayılmaya başlanıldığında bu işyerlerinin aynı zamanda başka sektörlerle de hizmet vermesi ve karışıklığa yol açmasıdır.

Örneğin ABD’de USBLS tarafından yapılan bir araştırmada ülkede, kendi işlerinin sahibi insanlar hariç, 345,000 kuaför ve kozmetolog (hem saç hem güzellik uygulamaları yapabilen kişi) çalıştığı belirlenmiştir. Aynı zamanda 11,500 berber, 47.500 manikürcü ve 15,800’de saç yıkayıcı olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle daha tutarlı bir sektör tablosu çizmek için salon sayılarının ve burada çalışanların sayılarının belirlenmesi daha iyi sonuç verebilir.

TABLO 8. Ülkelere göre Salon ve Salon Çalışanları Listesi

Ülke	Salon Sayısı	Çalışan Sayısı
Kanada	26,300	50,000
Meksika	40,000	120,000
Arjantin	30,000	100,000
Brezilya	60,000	1,000,000
Avustralya	21,400	65,000
Çin	1,200,000	6,000,000
Tayvan	21,000	46,000
Japonya	202,000	465,000
G.Kore	86,000	200,000
Malezya	8,000	35,000
Birleşik Arap Emirlikleri	1,000	10,600
Türkiye	54,700	107,000
Almanya	65,400	253,000
Fransa	58,500	144,000
İspanya	48,000	70,000
İngiltere	35,704	200,000

(Goldsbro ve White, 2009; 44-45).

Sektör profili olarak saç ve güzellik hizmetleri alanını genel olarak mikro işletmeler oluşturmaktadır. Bunların hepsi 50 kişiden az çalışanı olan orta veya küçük işletmelerdir. Fakat bu küçüklükleri hemen her önemli caddede birkaç tane işyeri bulunmasını sağlamaktadır. Genellikle gelişimleri franchising şeklinde veya zincir

şeklinde ulusal ve uluslar arası işletmeler açma şeklinde olmaktadır. Saç ve güzellik hizmetleri sektöründe çoğu kişi kendi işinin patronudur (Goldsbro ve White, 2009; 46).

Kosova’da kuaförlük hizmeti ile ilgili daha önce hiçbir araştırma yapılmadığından, bu konuyla ilgili çok fazla bir şey söyleyebilmek mümkün değildir. Kosova’da kuaför salonlarının sayıları bile bilinmemektedir. Bunun nedeni Kosova’daki kuaför veya güzellik salonlarıyla ilgilenen herhangi bir kurumun olmamasıdır. Bu araştırma sırasında Kosova’daki kuaförlerin durumunu ve salonların sayısı öğrenmek için Kuaför Odası aranmıştır, fakat öyle bir kuruma rastlanmamıştır.

Kuaför Odasının yanı sıra kuaförlük sektörü ile ilgili bilgi ve salon sayılarını öğrenebilmek için Kosova’da bulunan Bakanlık Yönetim İdaresi, Finans ve Ekonomi Bakanlığı, İç ve Dışişleri Bakanlığı, Vergi İdaresi, İstatistik Kurumu ve Priştina belediyesine sorulmasına rağmen bu konularla ilgili hiçbir yanıt alınamamıştır.

Bu araştırma sırasında ve Kosova’da anketi uygularken kuaförlük sektörüyle ilgilenen bir kurum olmadığı için, salon sahiplerine Kosova’daki kuaförlük sektörü ve sektörün işleyişi ile ilgili sorular sorulmuştur. Alınan cevaplardan Kosova’da Meslek Lisesi kuaförlük eğitimi önceki yıllarda verilmiştir fakat günümüzde bu eğitimi veren bir kurumun olmayışı anlaşılmıştır. Kuaför salonlarında çalışan kuaförlerin neredeyse tamamının kuaförlük mesleğiyle ilgili bir eğitim kurumundan diploma almamışlardır. Bazı kuaför salon sahiplerinin verdiği açıklamalara göre bir kişi kuaför salonu açabilmek için en az üç yıl bir kuaförün yanında çalışmak zorundadır ve üç yıldan sonra işletme sahibi bir belge vermektedir. Alınan bu belgeler o il veya ilçede bulunan Belediyeye götürülerek onaylanmaktadır ve bu sayede iş yeri açma izni verilmektedir.

Diğer salon sahiplerinin verdikleri açıklamalara göre salon açabilmek için sadece para faktörünün olması yeterli bir unsurdur ve meslekle ilgili diploma aranmadığını belirtmişlerdir. Salon açıldıktan sonra belli aralıklarla müfettişler tarafından denetleniyorlar, fakat bu denetleme kurulu kuaförlerin diplomalarını veya iş yeri şartlarıyla ilgili olmayıp sadece vergileri verip vermediklerine bakılmaktadır. Eğer vergileri aksatmadan veriyorsa salonların çalışması devam etmektedir ve başka şart aranmamaktadır.

2.4 İlgili Araştırmalar

Yapılan kaynak taramalarında araştırma konusu ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili kaynaklara rastlanmıştır. Araştırma problemini açıklamaya ve yorumlamaya yardımcı olacağı düşünülen araştırmalar, konu ile ilgili çalışmalar incelenmiş ve aşağıda özetlenmiştir.

ÇELENK, B. (2007) **Ordu İli Mesleki Eğitim Merkezindeki Kuaförlük Bölümü Öğrencilerinin Temel Nitelikleri ve İşyerinde Karşılaştıkları Sorunlar** isimli yüksek lisans tezinde Ordu İli Mesleki Eğitim Merkezindeki Kuaförlük Bölümü öğrencilerinin demografik özellikleri ve temel nitelikleri incelenmiştir. Öğrencilerin incelenen başlıklar altında işyeri ortamı ve çalışma şartları, işyeri çalışanları, işverenin görev ve sorumlulukları, sağlık sorunlarına ilişkin olarak minimum %10 ve maksimum %80 arasında sorunları olduğu tespit edilmiştir. Sorunların her biri tek tek incelenerek çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

SOSTED, H. (2010) Danimarka Kuaförler ve Güzellik Uzmanları Sendikası (SPEJLET) Dergisinin Özel Sayısında yayınlanan **Health, Diseases and Prevention** adlı çalışmada, Kuaförlük hizmet sektöründe çalışanların sağlık durumlarının kontrol edilmesi ve gerekli güvenlik önlemlerinin alınması ile vücuda zararlı olabilecek pek çok kimyasal içerik maddesinin zararlı etkilerinin önlemesi konusunda önerilerde bulunmuştur.

SAFEHAIR. (2010) **Avrupa Profesyonel Kuaförlük Sağlık ve Güvenlik Geliştirme Projesi** kapsamında yapılan çalışmada Avrupa Birliği üyesi ve aday ülkelerdeki kuaförlük hizmet sektörleri incelenmiş, Sağlık ve Güvenlik konularındaki mevcut durum belirlenerek bulunan problemlerin çözümüne yönelik yeni fikirler geliştirilmiştir.

ERSUNGUR, Ş. Mustafa (1993) **Hizmetler Sektörü -Erzurum İlinin Yeri, Önemi ve Gelişme İmkânları-** isimli yüksek lisans tezinde Hizmetler sektörünün önemi, gelişimi ve yapısını inceleyerek, İstihdamın yapısı, yatırımlar ve teşvik

uygulamaları bakımından Erzurum ilindeki durum hakkında sorunları ve çözüm önerilerini ortaya koymuştur. Yapılan çalışmada hizmet sektörünün il ekonomisindeki payını belirlemek, sektörün yapısını incelemek ve ilin kalkınmasındaki rolünü belirleyerek sektördeki mevcut potansiyeli harekete geçirmek için neler yapılabileceğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

ÖNEN, AHMET M. (2006) **Kosova'nın Nihai Statüsü: Tarihi Süreç Ve Günümüzdeki Gelişmelerin İncelenmesi** konulu yüksek lisans tezinde Kosova'nın önemi ve etnik yapısı incelenerek Sırp Krallığı, Osmanlı Hükümrânlığı Dönemi, 1. Dünya Savaşı ve Sırbistan'ın Kurulması, İki Savaş Arası Dönem ve 2. Dünya Savaşı'nda Kosova, Tito ve Yugoslav Cumhuriyetinin Kurulması, Yugoslavya'nın sonu ve modern bağımsız Kosova'nın kurulmasına yönelik hazırlıklar, tarihsel süreçte meydana gelen değişiklikler ve Kosova'nın nihai statüsü hakkında yorumlarda bulunulmuştur.

KALA, E. (2006) **Kosova'da Kamu Yatırımları Üzerine Bir İnceleme** adlı yüksek lisans tezinde proje, yatırım kavramı ve türleri, kamu yatırım projelerinin planlanması ve analiz teknikleri; teknik analiz, finanssal analiz, ticari ekonomik ve sosyal analiz, maliyet-etkinlik analiz, katma değer yöntemi ve diğer ulusal analiz ölçütleri, kurumsal analiz, çevresel analiz ana başlıklar olmak üzere yer almaktadır. Kamu yatırımlarının değerlendirilmesinde dünya bankası ve Türkiye örneği ile Kosova modeli incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda; Kosova modelinde Kosova'da kamu harcamaları ve yatırımlar, Kosova'nın genel ülke yapısı, Kosova ekonomisinin genel durumuna ilişkin öneriler geliştirilmiştir.

CANBOLAT, C. (2002) **Hizmet Sektöründe Kalite Ve Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama** konulu yüksek lisans çalışmasında, hizmet kavramı, hizmet özellikleri ve sınıflandırılması bilgileri verilmiştir. Eğitim Sisteminde Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama yapılarak Servqual modeli ile Ankara Keçiören lisesinde uygulanmıştır. Bu araştırmada hizmette sunulan müşteri beklentilerinin algıladığı hizmet kalitesini ölçerek, hizmet kalitesi boyutlarının önemi saptanmıştır.

ÇİNPOLAT, F. (2006) Tokat İli Gıda Sanayi İşletmelerinin Mevcut Durumu, Faaliyetleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma isimli yüksek lisans tezi çalışmasında Tokat ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren gıda sanayi işletmelerinin mevcut durumu, faaliyetleri ve sorunları araştırılmıştır. Hammadde ihtiyacının yeterli seviyede karşılanması için girişimlerde bulunulması, sektör ürünlerinin ihracatının arttırılmasında Dış Pazar araştırmalarına önem verilmesi, yüksek katma değer yaratan bu sektörde sınırlı sayıda olan işletmelerin geliştirilmesi ve arttırılmasının gerekliliği ortaya konulmuştur.

DENİZ, A. (2006) Kuaförlük Eğitim Programlarındaki Kalfalık Formasyonunun Sektör Beklentilerine Uygunluğu konulu yüksek lisans çalışmasında Kuaförlük Eğitim Programlarında Kalfalık seviyesi için öngörülen mesleki becerilerin, iş piyasası tarafından kalfadan beklenen mesleki becerileri; düzeyleri, önemlilikleri, gereklilikleri ve işyerinde yapılma sıklıkları açısından karşılayıp karşılamadığı araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre adı geçen mesleki beceri ölçütlerinin iş piyasasının beklentilerine tamamen uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırma sonucunda Kuaförlük Kalfalık düzeyi mesleki beceri ölçütlerinin gereklilik, önem, iş yerinde yapılma sıklığı ve seviyeleri yorumlanmış ve 3308 sayılı Çıraklık ve mesleki Eğitim kanunu çerçevesinde Kuaförlük eğitimi veren kurumların programlarında yer alan mesleki beceri yeterliklerinin, iş piyasasının beklentilerini karşılayacak biçimde düzenlenmesi konusunda önerilerde bulunulmuştur.

İstanbul Ticaret Odası (24 Haziran 2005) Dış Ticaret Araştırma Servisi, Kosova Ülke Raporu çalışmasında Kosova'nın genel ve idari yapısını, coğrafik konumunu ve ekonomik yapısını ele alarak, Kosova'nın Dış Ticareti hakkında 2001 – 2003 yılları arasında İhracat, İthalat, Ticaret Hacmi ve Ticaret Dengesi rakamları verilmiştir.

SOLMAZ, M. Hayri (2006) **Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyeti Ve Hacettepe Üniversitesi Erişkin Hastanesinde Bir Uygulama** konulu yüksek lisans çalışmasında, hizmet kavramı ve sağlık hizmetleri üzerinde durulmuştur. Bu konular içinde hizmetin tanımı, özellikleri, sınıflandırılması, hizmet kalitesi, sağlık hizmetlerinin tanımı, amacı ve özellikleri konular üzerinde durulmuştur. Sağlık hizmetlerinde kalite ve müşteri (Hasta) memnuniyeti üzerinde durulurken, hasta memnuniyetinin ölçülmesi, hasta memnuniyeti ölçümünde kullanılan yöntemleri içermektedir.

KARAKOYUN, E. (2008) **Türkiye’de Ve Dünyada Müzik Endüstrisinin Mevcut Durumu** konulu yüksek lisans çalışmasında, bilgi ve iletişim teknolojilerinin müzik endüstrisine etkileri incelenmiştir. Müzik endüstrisinde hızla meydana gelen gelişmeler sonucunda, tüketicilerin dijital müzik dosyalarına yasal ve yasal olmayan yollardan erişim eğiliminde artış görülmüştür. Bunun sonucunda, geleneksel yollarla dinleyicilere ulaştırılan fiziksel müzik albümlerine olan talepteki azalış eğilimi ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, dünyada ve Türkiye’de müzik sektörünün mevcut durumu incelendikten sonra, fikri mülkiyet hakları ve korsalık eylemi hakkında bilgiler sunulmuştur. Yapılan analizler neticesinde dijital müzik satışlarının artma eğilimli olduğu, buna karşın fiziksel müzik satışlarının azalma eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır.

BÖLÜM III

3. Yöntem

Bu bölümde, Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu ortaya koymak ve sorunları tespit etmek amacıyla, araştırmanın yürütülmesinde izlenen yöntem, araştırmanın evren ve örnekleme, kullanılan veri toplama araçları, elde edilen verilerin analizi ve yorumlanmasında kullanılan istatistiksel yöntem ve teknikler yer almaktadır.

3.1 Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, Kosova kuaför salonlarının bünyesinde bulunan salonun ergonomik özellikleri, fiziki durumu, alet ve ekipmanların mevcut durumu, salon sahiplerinin sosyal ve demografik özellikleri, personel ve sağlık unsurlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu belirlemeye yönelik olduğu için araştırma tarama modelinde betimsel bir çalışmadır.

Tarama modeline dayalı betimsel araştırmalar, mevcut olan durumun belirlenmesi üzerine yapılmaktadır. “Betimsel (survey) araştırmalar belli bir zaman kesiti içinde çok sayıda denek veya objeden elde edilen verilerin analizi ile araştırma problemine veya problemlerine cevap arandığında uygulanacak araştırma yöntemleridir” (Arseven, 1994: 92). şeklinde tanımlanmaktadır. Betimsel (survey) araştırmalar, kullanılan tekniklere göre; “anket survey, mülakat survey, gözlem survey gibi” adlandırılmaktadır” (Kaptan, 1998: 61).

Bu bilgilerden yola çıkarak, araştırmada betimsel (survey) araştırma modeli kullanılarak, anket survey yoluyla elde edilen veriler değerlendirilerek Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumu belirlenmeye çalışılmıştır ve Kosova’da çalışan kuaför salon sahiplerinin görüşleri alınmıştır.

3.2 Evren Ve Örneklem

3.2.1 Evren

Araştırmanın evrenini Kosova kuaför salonları ve salon sahipleri oluşturmaktadır.

3.2.2 Örneklem

Araştırmanın örnekleme rastgele örnekleme yöntemi ile Kosova'nın 6 ilinden ve 4 en büyük ilçesinden toplamda 10 bölgenin salon sahiplerine uygulanıp örneklem gurubu seçilmiştir.

TABLO 9. Araştırmanın Örneklemine Giren Kuaför Salonlarının Dağılımı

İl	Kuaför Salon Sayısı	Salon Sahibi Sayısı
Priştine	10	10
Prizren	18	18
İpek	12	12
Ferizay	17	17
Gilan	10	10
Mitrovitsa	12	12
Cakova	10	10
İlçeler	Kuaför Salon Sayısı	Salon Sahibi Sayısı
Deçan	10	10
Ştime	5	5
Suhareka	6	6
Toplam	110	110

3.3 Verilerin Toplanması

Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu belirlemek için Tarama Modeline Dayalı Betimsel Araştırma Yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından anket formu hazırlanmıştır. Anket formu aşağıdaki işlem basamakları takip edilerek hazırlanmıştır.

Anket formunda yer alan kuaför salonların donanımlarıyla ilişkin sorulara kuramsal bir temel oluşturmak amacıyla ulaşılabilen yerli ve yabancı kaynak taraması yapılmıştır.

Uzman görüşleri (Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Eğitimi bölümünde yer alan Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı Öğretim Görevlileri ve Kosova’da bu mesleği uzun süre icra eden kuaför profesyonelleri) 20 uzman görüşü alınmıştır ve literatür taraması ile elde edilen bilgiler doğrultusunda kuaförlük hizmet sektörünün mevcut durumunun belirlenmesi konusunda 70 sorudan oluşan anket formu hazırlanmıştır. Bu sorular:

Kuaför salon sahiplerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik, işletme sahibinin eğitim, mesleki eğitim durumları, işletme sahibinin almış olduğu özel kurslar, izin süreleri ve işletme sahibinin mesleki tercih etme sebeplerinden oluşmaktadır.

Çalışanlara ait çalışma koşulları ile ilişkin, salonlarda çalışan eleman sayıları, çalışanlara ödenen ücret türleri, sosyal güvenceleri, mesleki eğitim durumları, seminerlere katılıp katılmadıkları, özel dolap, özel dinlenme yerleri ve çalışma esnasında önlük veya özel tişört giyip giymediklerinden oluşmaktadır.

Kuaförlük hizmeti veren işletmelerin fiziki şartlarına ilişkin, salonlarının net kullanım alanları, salonlarda bulunan işlem koltuğu sayıları, duvar ve yer döşemeleri, salonlardaki ısınmanın nasıl sağlandığı, sıcak su ihtiyaçlarının nasıl karşılandığı, elektrik kesintilerine karşın alınan önlemler, salonlarında tuvalet, lavabo, vestiyer, ilk yardım dolabı, mekanik havalandırma, yazar kasa, salonlarında boya hazırlamak için özel yerleri olup olmadığıyla ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Kosova’daki kuaför salonlarının hizmet niteliklerine ilişkin, salonlarda müşterilerin özel bekleme yerleri, beklerken müzik dinleme veya televizyon izleme imkânları, salonlarda içecek ikramı, fiyat listesi, istek ve şikâyet kutuları, bilgisayar, bilgisayar destekli salon yönetim programları, promosyon günleri, randevu sistemleri olup olmadığına ilişkin soruların haricinde, bu alanda gelişen yeniliklerin takip edilme şekilleri, işletmelerin tanıtım ve tanıtım yapmak için ödedikleri miktarları, salonlarda yapılan ödeme şekilleri, işletmelerin aylık müşteri kapasiteleri, salonlara gelen müşterilerin yaş profilleri ve salonlarda satılan kozmetiklerin neler olduğuyla ilişkin sorulardan oluşmaktadır.

Kosova'daki kuaför salonlarının sağlık (hijyen) şartlarına İlişkin, salonlarda kullanılan malzemelerin sterilizasyonun yapılma şekilleri ve salonlarda kirli sepeti ile temiz havlu dolaplarının bulunup bulunmadığıyla ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Kosova'daki kuaför salonlarını denetleyen kurumlara ilişkin sorulan sorularda, salonlarında resmi bir kurum tarafından belirlenen ücret tarifelerinin olup olmadığı ve bir özel ücret isteyip istemedikleri, maliye bakanlığı, meslek odaları, belediyeler ve sağlık bakanlığı tarafından denetlenip denetlenmedikleri sorulardan oluşmaktadır.

Kuaför salonlarında verilen hizmet türlerine ilişkin, kuaförlük dışında başka hangi hizmet türlerini verdiklerini, kuaför salonlarında hangi ürünlerin satışını yaptıklarını ve bu ürünleri nerelerden temin ettikleri sorulardan oluşmaktadır.

Kuaför salon sahiplerinin geleceğe yönelik beklentilerine ilişkin, bu mesleğin gelişmesi için bu tür araştırmaların devam etmesini isteyip istemedikleri ayrıca mesleğin gelişmesi ve problemlerin çözülmesi için önerilerin bulunduğu kısımdan oluşmaktadır.

Hazırlanan anket formu araştırmacı tarafından 20 Ocak 2011 den 20 Şubat 2011 tarihleri arasında bir ay süresince Kosova'da bulunan 6 il ve 4 en büyük ilçesinden toplamda 10 bölgeden 110 kuaför salon sahibine uygulanmıştır.

3.4 Verilerin Analizi

Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunun belirlenmesine yönelik örneklem gruplarının anket formundaki konulara ilişkin görüşleri ile elde edilen verilerin istatistiksel analizi aşağıdaki sıra izlenerek yapılmıştır:

Ankete cevap veren gruplardan, Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunu belirlemeye ilişkin anket yoluyla toplanan veriler SPSS 18.0 programında bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Araştırmanın tüm alt problemleri doğrultusunda verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması için verilen frekans (f) ve yüzde dağılımları hesaplanmış, aritmetik ortalamaları alınmıştır. Anketlerden elde edilen veriler Tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır.

BÖLÜM IV

4.1 Bulgular ve Yorum

Bu bölümde Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumu araştırmasında ele alınan problemin çözümü için toplanan verilerin istatistiksel çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgularla, bu bulgulara dayalı olarak yapılan yorumlar yer almaktadır.

4.1.1 Kuaför Salon Sahiplerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Kuaför salon sahiplerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik, işletme sahibinin eğitim, mesleki eğitim durumları, işletme sahibinin almış olduğu özel kurslar, izin süreleri ve işletme sahibinin mesleki tercih etme sebeplerinden oluşmaktadır.

Tablo 10. İşletme Sahibinin Eğitim Durumu

İşletme Sahibinin Eğitim Durumu	S	%
İlköğretim	26	23.6
Ortaöğretim	75	68.2
Ön Lisans	3	2.7
Lisans	6	5.5
Yüksek Lisans	--	--
Toplam	110	100.0

Tablo 10’da ankete cevap veren katılımcıların %23.6’ının ilköğretim, %68.2’sinin ortaöğretim, %2.7’sinin ön lisans, %5.5’inin lisans eğitimi almış oldukları sonucu görülmektedir.

Bu verilerden de anlaşıldığı gibi Kosova’da çalışan kuaförlerin eğitim seviyeleri çok yüksek olmamakla birlikte, aldıkları eğitim ise bu soruyla ilgili ‘ankette yer alan açıklama kısmına yazdıkları’, meslekleriyle ilgili olmadığı, düz lise, teknik lisesi veya fen lisesi okuduğu, yüksek öğretimlerini ise yine farklı bölümlerde yaptıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 11. İşletme Sahibinin Aldığı Mesleki Eğitim ve Özel Kurslar

No	İfadeler / Sorular	Aldı		Almadı		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	İşletme Sahibi Mesleki Eğitim Aldı mı ?	108	98.2	2	1.8	110	100.0
2	İşletme Sahibi Özel Mesleki Eğitim Kursu aldı mı?	36	32.7	74	67.3	110	100.0
3	Salon Sahibinin Usta Öğretici Belgesi Var mı?	28	25.5	82	74.5	110	100.0

1. “İşletme Sahibi Mesleki Eğitim Aldı mı? ” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %98.2’sinin mesleki eğitim aldıkları, buna karşın %1.8’inin mesleki eğitim almadıkları sonucu görülmektedir.

Bu veriler sonucunda Kosova’da çalışan kuaförlerin büyük çoğunluğu mesleki eğitim aldıkları görülmektedir. Fakat ‘ankette yer alan açıklama kısmına yazdıkları’, aldıkları eğitim, Meslek Liselerinde Kuaförlük eğitimi değil, düz lise, teknik lisesi veya fen liselerinde okudukları saptanmıştır, bunun da sebebi Kosova’da Kuaförlük üzerine meslek liselerinin olmayışından kaynaklanmaktadır. Bu alınan mesleki eğitimler ise salonlarda belli bir süre çalıştıktan ve kurs gördükten sonra Belediye’ye başvurup çalışabilir veya iş yeri açabilir belgesi alınarak bu eksiklik tamamlanmaktadır. Elde edilen bu sonuç, anketi dolduran katılımcılara araştırmacı tarafından sorulan sorulardan ortaya çıkmıştır.

2. “İşletme Sahibi Özel Mesleki Eğitim Kursu aldı mı? ” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %32.7’sinin mesleklerine yönelik özel kurs aldıkları buna karşın %67.3’ünün mesleklerine yönelik özel kurs almamış oldukları sonucu görülmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu hiçbir şekilde özel kurs, seminer veya meslekle ilgili etkinliklere katılmadıkları, katılanların ise değişik firmaların yaptıkları seminerlere katıldıkları sonucuna varılmıştır. Bu soruyla ilgili “ankette yer alan açıklama kısmına yazdıkları” özel kurslar; Subrina, Lisap, Keuuna, Schwarzkopf, L’oreal ve benzeri firmaların verdikleri, kendi firmalarının tanıtımı, ürünlerinin reklamı ve ürünlerinin kullanışı ile ilgili oluşan kısa süreli eğitimler olduğu ortaya çıkmıştır.

3. “Salon sahibinin usta öğretici belgesi var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %25.5’inin Evet ve %74.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili ankette yer alan açıklama kısmında katılımcıların belirttikleri üzere, bir kısmının usta öğretici belgelerinin belediye tarafından aldıklarını ve kurs verme yetkilerinin olduğunu beyan etmişlerdir. Fakat diğer büyük kısmının ise usta öğretici belgelerinin olmamasına rağmen yanlarında stajyer öğrenci aldıklarını ve belli bir süre çalıştıktan sonra dosyalarını imzaladıklarını bu sayede de stajyer öğrencilerin Belediye’ye başvurarak çalışma ve iş yeri açma izinlerinin alınabileceğini beyan edilmiştir. Ankete yer alan Salon sahiplerinin mesleki eğitim alıp almadıkları ile ilgili sorulara bakılırsa, Kosova’da çalışan kuaförlerin hiçbirinin bu meslekle ilgili üniversite okumadıkları ve dolayısıyla pedagojik formasyon almamalarına rağmen diploma verme haklarının olması, belediyeler veya ilgili kurumlar tarafından kontrol edilmesi ve bir kural getirilerek bu konu hakkında düzenlemeler yapmaları gerektiği düşünülmektedir.

Tablo12. Kuaförlük Mesleğini Tercih Etme Sebebi

Kuaförlük Mesleğini Tercih Etme Sebebi	S	%
Ailemin Yönlendirmesiyle	9	8.2
Maddi Sebepler	7	6.4
Mesleğe Karşı İlgim	90	81.8
Çevrenin Etkisi	4	3.6
Toplam	110	100.0

“Bu mesleği tercih etme sebebiniz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %8.2’sinin Ailemin Yönlendirmesiyle, %6.4’ünün Maddi Sebepler, %81.8’inin Mesleğe Karşı İlgim ve %3.6’sının Çevrenin Etkisi cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kuaför Salonlarının çalışan kişilerin büyük bir kesiminin mesleğe ilgisinin olması nedeniyle bu mesleği tercih etmiş oldukları söylenebilir.

Tablo 13. İşletme Sahibinin Yıllık İzin Süresi

Yıllık İzin Süresi	S	%
Yok	50	45.5
1 Hafta	5	4.5
2 Hafta	52	47.3
3 Hafta ve Üzeri	3	2.7
Toplam	110	100.0

“Yıllık izin süreniz ne kadardır?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %45.5’inin Yok, %4.5’inin 1 Hafta, %47.3’ünün 2 Hafta ve %2.7’sinin 3 Hafta ve Üzeri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Ankete katılan katılımcıların izin süresi kullanmıyorum diyen neredeyse yarısı, genel olarak yaz aylarında izin kullanabileceklerini fakat yaz aylarında da kuaför salonlarına gelen müşteri yoğunluğundan dolayı kullanılmadığı sözlü olarak beyan edilmiştir.

4.1.2 Çalışanlara Ait Çalışma Koşullarına İlişkin Bulgular

Çalışanlara ait çalışma koşulları ile ilişkin, salonlarda çalışan eleman sayıları, çalışanlara ödenen ücret türleri, sosyal güvenceleri, mesleki eğitim durumları, seminerlere katılıp katılmadıkları, özel dolap, özel dinlenme yerleri ve çalışma esnasında önlük veya özel tişört giyip giymediklerinden oluşmaktadır.

Tablo 14. İşletmelerde Çalışan Eleman Sayısı

Çalışan Eleman Sayısı	S	%
Yok	52	47.2
1-2	50	45.5
3-5	8	7.3
6-10	--	--
10 Üzeri	--	--
Toplam	110	100.0

Tablo 14’te ankete cevap veren katılımcıların sahip oldukları işletmelerin %47.2’sinde eleman çalıştırılmamakta, %45.5’inde 1-2 eleman çalışmakta ve %7.3’ünde 3-5 eleman çalıştırılmakta olduğu sonucu görülmektedir.

Bu verilerin sonuçlarına bakıldığında anketlerin uygulandığı salonların neredeyse yarısında eleman çalıştırmadıkları görülmektedir. Aslında her işletmede çalışan bulunmaktadır ancak bu çalışanlar stajyer veya kursiyer olarak geldikleri ve maaş almadıkları için, çalışan statüsüne girmemektedir. Diğer yarısında ise 1-2 eleman çalıştırdıkları görülmektedir, bunun da sebebi işletmelerin büyük bir kısmının küçük olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 15. Çalışanlara Ödenen Ücretin Şekilleri

Aylık Ücret Ödemeleri	S	%
Ücret Ödenmiyor	52	47.3
Maaş	57	51.8
Prim	--	--
Maaş + Prim	1	0.9
Bahşiş	--	--
Toplam	110	100.0

Tablo 15'te ankete cevap veren katılımcıların sahip oldukları işletmelerin %47.2'sinde ücret ödenmediği (stajer ve kursiyerden dolayı eleman çalıştırılmayan işletmeler), %51.8'inde ücretin maaş olarak ödendiği ve %0.9'unda maaş + prim şeklinde ücretin ödendiği sonucu görülmektedir.

Tablo 16. Çalışan Elemanların Sosyal Güvenceleri

Çalışanların Sosyal Güvenceleri	S	%
Sosyal Güvencesi Var	28	25.5
Sosyal Güvencesi Yok	82	74.5
Toplam	110	100.0

Tablo 16'da ankete cevap veren katılımcılardan sahip oldukları işletmelerin %25.5'inde çalışan elemanların sosyal güvencesinin olduğu, buna karşın %74.5'inde çalışanların sosyal güvencesinin olmadığı sonucu görülmektedir.

Verilerin sonuçlarına bakıldığında çalışanların büyük çoğunluğun sosyal güvencelerinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal güvenceleri olmayanların içinde salon çalışanlarının büyük çoğunluğu stajer veya kursiyer oluşturmakta, fakat bir kısmının da maaşlı çalışmalarına rağmen sosyal güvencelerinin yapılmadığı söylenebilir.

Tablo 17. Çalışan Elemanların Aldıkları Mesleki Eğitim

Elemanların Mesleki Eğitimi	S	%
Meslek Lisesi Eğitimi	1	0.9
Özel Öğretim Kurumlarından	1	0.9
Ustanın Yanından	107	97.3
Firma Seminerleri	1	0.9
Toplam	110	100,0

“Elemanlarınız mesleki eğitimlerini hangi kurum ve kuruluşlardan aldılar?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %0.9’unun Meslek Lisesi Eğitimi, %0.9’unun Özel Öğretim Kurumu, %97.3’ünün Ustanın Yanında ve %0.9’unun Firma Seminerleri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarında çalışanların büyük bir kısmının mesleklerini ustalarından öğrendikleri, mesleki eğitimlerini ustaların yanında almalarının sebebi ise kuaförlük alanında devlet bünyesinde meslek liselerinin olmayışı ve özel eğitim kurumlarının olmayışından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 18. İş Yerinde Yemek İhtiyacının Karşılama Şekli

İş Yerinde Yemek İhtiyacı	S	%
Yemek İmkânı Sağlanmıyor	90	81.8
Yemek Ücreti Veriliyor	8	7.3
İş Yerinde Yemek Çıkıyor	12	10.9
Toplam	110	100.0

“İş yerinizde yemek ihtiyacı nasıl karşılanıyor?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %81.8’inin Yemek İmkânı Sağlanmıyor, %7.3’ünün Yemek Ücreti

Veriliyor ve %10.9'unun İş Yerinde Yemek Çıkıyor cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Salonlarının büyük bir kısmında çalışanların yemek ihtiyaçlarının karşılanmadığının sebebi, Kosova'daki şehirlerin küçük olmasından ve çalışanlarının yemek yiyecekleri zaman evlerine gönderdikleri salon sahipleri tarafından sözlü olarak beyan edilmiştir.

Tablo 19. Çalışanlara Ait Çalışma Koşullarına Göre Dağılımlar

No	İfadeler	Evet		Hayır		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	“Personeliniz, Meslekle İlgili Eğitim Ve Seminerlere Katılıyor mu?”	4	3.6	106	96.4	110	100.0
2	Salonunuzda Çalışan Personele Ait Dolap Bulunuyor mu?	14	12.7	96	87.3	110	100.0
3	Salonunuzda Personel Özel Dinlenme Yeri Var mı?	17	15.5	93	84.5	110	100.0
4	Salonunuzda Çalışanlarınızın Tek Tip Önlükleri veya Tişörtleri Var mı?	7	6.4	103	93.6	110	100.0

1. “Personeliniz, meslekle ilgili eğitim ve seminerlere katılıyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %3.6'sının Evet ve %96.4'ünün Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili ankette yer alan açıklama kısmında katılımcıların belirttikleri üzere, salon sahiplerinin büyük çoğunluğu meslekle ilgili eğitim seminerlere katıldıkları fakat çalışanlarını gönderilmedikleri belirtilmiştir. Çalışanlara eğitimi kendileri tarafından verdiğini, ancak kendileri salon sahibi olduktan sonra isterlerse bu eğitim ve seminerlere katılabileceklerini beyan etmiştir.

2. “Salonunuzda çalışan personele ait dolap bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %12.7'sinin Evet ve %87.3'ünün Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.8 maddesine göre personel sayısı kadar soyunma dolabı bulunmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova’da bulunan kuaför salonlarının çoğunun bu kurala uymadıkları söylenebilir.

3. “Salonunuzda personel özel dinlenme yeri var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %15.5’inin Evet ve %84.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.3 maddesine göre personel dinlenme yeri bulunmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova’da bulunan kuaför salonların büyük çoğunluğunda dinlenmekte olan personel ve işlem yaptırmak için bekleyen müşterilerin aynı yerlerde oturdukları ve bu kurala uymadıkları söylenebilir.

4. “Salonunuzda çalışanlarınızın tek tip önlükleri veya tişörtleri var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %6.4’ünün Evet ve %93.6’sının Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında çalışanların tek tip önlük ya da tişört kullanmadıkları söylenebilir. “Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891-2.5.3” göre ise çalışan personelin tek tip iş önlüğü giymesi gerekli olduğu belirtilmektedir.

4.1.3 Kuaförlük Hizmeti Veren İşletmelerin Fiziki Şartlarına İlişkin Bulgular

Kuaförlük hizmeti veren işletmelerin fiziki şartlarına ilişkin, solanlarının net kullanım alanları, salonlarda bulunan işlem koltuğu sayıları, duvar ve yer döşemeleri, salonlardaki ısınmanın nasıl sağlandığı, sıcak su ihtiyaçlarının nasıl karşılandığı, elektrik kesintilerine karşın alınan önlemler, salonlarında tuvalet, lavabo, vestiyer, ilk yardım dolabı, mekanik havalandırma, yazar kasa, salonlarında boya hazırlamak için özel yerleri olup olmadığıyla ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Tablo 20. Salonlarının Net Kullanım Alanı

Salonlarının Net Kullanım Alanı	S	%
25 Metrekare ve Altı	64	58.2
26-50 Metrekare Arası	33	30.0
51-100 Metrekare Arası	13	11.8
101 Metrekare ve üzeri	--	--
Toplam	110	100.0

“Salonunuzun net kullanım alanının yüzölçümü nedir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %58.2’sinin 25 metrekare ve altı, %30’unun 26-50 metrekare arası, %11.8’inin 51-100 metrekare arası cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının genellikle küçük oldukları söylenebilir. Yine büyük salon olarak kabul edilebilecek (100 Metrekare üzeri) salonun olmadığı söylenebilir. Salonların küçük olmasının sebepleri hiçbir kurumun kuaförlük alanında standart oluşturmadığı veya salonları standart bir metrekare kuralını uygulamamasından dolayı olduğu düşünülmektedir.

Tablo 21. Salonlarda Bulunan İşlem Koltuğu Sayısı

İşlem Koltuğu Sayısı	S	%
1-3	91	82.7
4-6	14	12.8
7-9	2	1.8
10 ve Üzeri	3	2.7
Toplam	110	100.0

“Salonda bulunan toplam işlem koltuğu/sayısı nedir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %83.7’sinin 1-3 Arası, %12.8’inin 4-6 Arası, %1.8’inin 7-9 Arası ve %2.7’sinin 10 ve Üzeri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının 1-3 arası işlem koltuğuna sahip oldukları söylenebilir. Bunun nedeni Kosova’da bulunan kuaför salonlarının büyük çoğunluğu 25 metrekare veya 25 metrekareden küçük olmasından dolayı, daha fazla işlem koltuğu sığmayacağı söylenebilir.

Tablo 22. Salonların Duvar Döşemeleri

Salonların Duvar Döşemeleri	S	%
Boya	--	--
Lambri	1	0.9
Seramik/Fayans/Mermer	--	--
Alçı duvar	109	99.1
Toplam	110	100.0

“Salonda uygulama yapılan birimlerin duvar döşemesi nedir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %0.9’unun Lambri ve %99.1’inin Alçı Duvar cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının neredeyse tamamının Alçı Duvar kullandıkları söylenebilir.

Tablo 23. Kuaför Salonundaki Ünitelerin Duvar Renkleri

Salondaki Ünitelerde Duvar Renkleri Nelerdir?	S	%
Tek Renk	78	70.9
Farklı Renk	32	29.1
Toplam	110	100.0

“Salondaki ünitelerde duvar renkleri nelerdir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %70.9’unun Tek Renk ve %29.1’inin Farklı Renk cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Anketlerde yer alan açıklama kısmında yazılan sonuçlarından tek renk olan salonların duvar renklerinin büyük çoğunluğu beyaz ve gri olduğunu çok az bir sayısında çarpıcı renklerde (Kırmızı, pembe) duvarlarını boyadıklarını söylenebilir.

Tablo 24. Kuaför Salonlarının Zemini

Salonlarının Zemini	S	%
Fayans/Mozaik	6	5.5
Kalebodur	87	79.1
Laminant/Parke	8	7.3
Marley	9	8.1
Toplam	110	100.0

“Salonun zemini hangi özelliktedir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %5.5’inin Fayans/Mozaik, %79.1’inin Kalebodur, %7.3’ünün Laminant/Parke ve %8.1’inin Marley cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının kalebodur zemine sahip oldukları söylenebilir. Zemine kalebodur malzemesini kullanma sebebi ise, daha kolay temizlenebilme ve ekonomik malzeme olduğu söylenebilir Bu durumun Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.3 ‘de belirtilen zemin şartlarına uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 25. Salonlarının Isınma Şekilleri

Salonların Isınması	S	%
Odun Sobası	42	38.3
Klima	3	2.7
Kalorifer	12	10.9
Elektrikli Isıtıcı	26	23.6
Doğalgaz	27	24.5
Toplam	110	100.0

“Salonun ısınması nasıl sağlanıyor?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %38.3’ünün Odun Sobası, %2.7’sinin Klima, %10.9’unun Kalorifer, %23.6’sının Elektrikli Isıtıcı ve %24.5’inin Doğalgaz cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kuaför Salonlarının daha çok Odun Sobası ile ısıtıldıkları, salonun ısıtılması için daha sonra Doğalgaz ve Elektrikli Isıtıcın kullanılmakta olduğu söylenebilir. Katılımcılara göre odun sobaları kullanma sebepleri daha ekonomik olmasından kaynaklı ve gazla çalışan merkezi sistemlerin olmayışından, ancak gazla çalışabilen katalitik sobaların bulunduğu söylenebilir.

Tablo 26. Salonlarının Sıcak Su İhtiyaçlarının Karşılanması

Sıcak Su İhtiyacı	S	%
Elektrikli Şofben	7	6.4
Tüplü Şofben	--	--
Doğalgaz	4	3.6
Elektrikli Termosifon	99	90.0
Toplam	110	100.0

“Salonun sıcak su ihtiyacı nasıl karşılanmaktadır?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %6.4’ünün Elektrikli Şofben, %3.6’sının Doğalgaz ve %90.0’nin Termosifon cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının sıcak su ihtiyacının elektrikli termosifonla karşılandığı söylenebilir. Çünkü Kosova’da sıcak su ihtiyacı elektrikli termosifon dışında başka hiçbir şeyle karşılanamamaktadır, bunun nedeni elektrikli şofben ve doğal gaz sistemlerin olmamasından kaynaklanmaktadır. Katılımcıların bu iki soruyu ankette işaretlerken sözlü olarak ta verdikleri cevaplar %6.4’ünün Elektrik ve %3.6’sının Doğalgaz kullanıldığını belirtilmiştir, fakat suyu tencerelerde veya benzeri su ısıtılacak yerlerde elektrik ve doğalgaz kullanarak ısıttıkları söylenebilir.

Tablo 27. Salonda Elektrik Kesintilerine Karşın Alınan Önlemler

Elektrik Kesintilerine Karşın Alınan Önlemler	S	%
Önlem Alınmıyor	21	19.1
Lamba ve Mum	--	--
Akü	--	--
Jeneratör	89	80.9
Toplam	110	100.0

“Salonda elektrik kesintilerine karşın hangi önlemler alınıyor?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %19.1’inin Önlem alınmıyor ve %80.9’unun Jeneratör cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Salonlarında elektrik kesintilerine karşın hiçbir önlem almayanların aynı zamanda salonların çalışma şartları çok iyi olmamakla beraber hepsi çok küçük salonlardan ibarettir. Çoğunlukta olan diğer kısım ise jeneratör kullanmaktadırlar bunun sebebi Kosova’da elektrik kesintilerin çok fazla olmasıdır, özellikle savaş zamanı ve sonrasında devlet yapısında çok fazla düzenlemeler yapılamamıştır, alt yapı çalışmalarının da yetersizliğinden kaynaklanan elektrik kesintileri günümüzde bile hala büyük bir sorun teşkil etmektedir.

Tablo 28. İşletmelerin Fiziki Şartlarına Göre Dağılımları

No	İfadeler	Evet		Hayır		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	Salonunuzda Su Kesintisine Karşı Önlem Alınıyor mu?	5	4.5	105	95.5	110	100.0
2	Salonunuzda Flüoresan Işık Kullanılıyor mu?	94	85.5	16	14.5	110	100.0
3	Salonunuzda Tuvalet Var mı?	100	90.9	10	9.1	110	100.0
4	Salonunuzda Lavabo Var mı?	99	90.0	11	10.0	110	100.0
5	Salonunuzda Vestiyer Var mı?	81	73.6	29	26.4	110	100.0
6	Salonunuzda İlk Yardım Dolabı Var mı?	23	20.9	87	79.1	110	100.0
7	Salonunuzda Yangına Karşın Herhangi Bir Güvenlik Önlemi Bulunuyor mu?	19	17.3	91	82.7	110	100.0
8	Salonunuzda Mekanik Havalandırma Bulunuyor mu?	28	25.5	82	74.5	110	100.0
9	Salonunuzda Mutfak Bulunuyor mu?	10	9.1	100	90.9	110	100.0
10	Salonunuzda Boya Hazırlamak İçin Özel Bir Bölüm Bulunuyor mu?	56	50.9	54	49.1	110	100.0
11	Salonunuzda Yazar Kasa Var mı?	10	9.1	100	90.9	110	100.0
12	Salonunuzda Malzeme Stok Yeri (Depo) Var mı?	22	20.0	88	80.0	110	100.0
13	Yakın Çevrenizde (200m) Sizinle Aynı İş Yapan Başka İşletmeler Var mı?	106	96.4	4	3.6	110	100.0

1. “Salonunuzda su kesintisine karşı önlem alınıyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %4.5’inin Evet ve %95.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.7 maddesine göre su kesilmelerine karşı tesisata bağlı yeterli hacimde, 24 saat yetecek kapasitede yedek su deposu olmalıdır. Su kesintilerine karşı önlem alan küçük bir kısım, su şişeleriyle ve büyük bidonlarla önlem aldıklarını anketin açıklama kısmında belirtmişlerdir, diğer kısmının da su depolama sistemlerinin olmadığını, bunların bazıları da asla suların kesilmediğini belirtmiştir. Bu durumdan da anlaşıldığı gibi Kosova’daki kuaförler su kesintilerine karşı önlem alma kuralına uymadıkları söylenebilir.

2. “Salonunuzda flüoresan ışık kullanılıyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %85.5’inin Evet ve %14.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.6 maddesine göre flüoresan lambalarla aydınlatılmalı, gün ışığına yakın bir aydınlatma ortamı sağlanmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova’da bulunan kuaför salonlarının çoğunun bu kurala uydukları söylenebilir.

3. “Salonunuzda tuvalet var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %90.9’unun Evet ve %9.1’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında tuvaletin bulunduğu ve sağlık kurallarına uyulduğu söylenebilir. Salonlarında tuvaletin bulunmadığını belirten diğer kısım “ankette yer alan açıklama kısmına yazdıkları üzere” salonlarının küçük olduğu ve salonlarının arka tarafında veya üst tarafında evlerinin olduğu için tuvalet ihtiyaçlarını evlerinde karşıladıklarını belirtmişlerdir. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi bazı kuaför salonların hijyen kurallarına uymadıkları söylenebilir.

4. “Salonunuzda lavabo var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %90.0’inin Evet ve %10.0’unin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında lavaboların bulunduğu ve sağlık kurallarına uyulduğu söylenebilir. Salonlarında lavaboların bulunmadığını ifade edenler ise “ankette yer alan açıklama kısmına yazdıkları üzere” salonlarının küçük olduğu ve salonlarının arka tarafında veya üst tarafında evlerinin olduğu için lavaboyu kullanmak istediklerinde evlerinde bu ihtiyacı karşıladıklarını belirtilmiştir. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi bazı kuaför salonların hijyen kurallarına uymadıkları söylenebilir.

5. “Salonunuzda vestiyer var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %73.6’sının Evet ve %26.4’ünün Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.10 maddesine göre vestiyer veya dekora uygun askılıklar bulunmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova’da bulunan kuaför salonlarının çoğunun bu kurala uydukları söylenebilir.

6. “Salonunuzda ilk yardım dolabı var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %20.9’unun Evet ve %79.1’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında ilk yardım dolabının bulunmadığı söylenebilir. Bu aslında önemli bir sorun teşkil etmektedir, çünkü salonlarda saç keserken kesici maddeler kullanılmakta ve herhangi bir kaza sonucunda müşterinin bir bölgesi kesilip kanamasına karşın ‘Sağlık Bakanlığı tarafından getirilen kararlar’, hemen ilk yardımın yapılması gerekmektedir. İkinci bir sorun ise Sağlık Bakanlığı kuaför salonlarının denetimini olması gerektiği gibi yapmadığı söylenebilir.

7. “Salonunuzda yangına karşın herhangi bir güvenlik önlemi bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %17.3’ünün Evet ve %82.7’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Salonlarında ve her işletmede yangın söndürücüler bulunma zorunluluğu olduğu halde salonların büyük bir kısmında yangına karşı herhangi bir önlem alınmadığı ve kurallara uyulmadığı söylenebilir. (TSE) TS 7891 - 2.1.8 maddesine göre yangınla ilgili olarak gereken tedbirler alınmalıdır.

8. “Salonunuzda mekanik havalandırma bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %25.5’inin Evet ve %74.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.8 maddesine göre. Kuaför salonlarında kimyasal içeren maddelerle çalışıldığından mutlaka havalandırması olması gereklidir, eğer havalandırma olmazsa ciddi solunum problemleriyle karşı karşıya kalınması muhtemeldir. Fakat Kosova’daki kuaför salonlarının büyük bir kısmının hayır cevaplarını vermesi, kurallara uymadıkları düşünülmektedir.

9. “Salonunuzda mutfak bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %9.1’inin Evet ve %90.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.3 maddesine göre kuaför salonlarında mutfak bulunmalıdır. Ankete katılan katılımcıların bu soruyla ilgili yazdıkları açıklama kısmında kuaför salonların genelinin 25 metrekareden küçük olmasından dolayı mutfakları bulunmadıkları, bu nedenle de büyük çoğunluğu yemek ihtiyaçlarını dışarıdan karşıladıklarını belirtmişlerdir.

10. “Salonunuzda boya hazırlamak için özel bir bölüm bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %50.9’unun Evet ve %49.1’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

İyi ve kaliteli hizmet veren bir kuaför salonunda boyanın hazırlanacağı yerin ayrı olması gerekmektedir “Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891-2.1.3”, Kuaför salonunda boyanın hazırlanacağı yerini olmadığı, hayır denilen anket sonuçları açıklama kısımlarında müşterilerine hangi rengi ve hangi boyadan hazırladıklarını müşterilerinin görmeleri gerekmektedir açıklamalarında bulunmuşlardır.

11. “Salonunuzda yazar kasa var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %9.1’inin Evet ve %90.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Devlet tarafından zorunlu tutulmasına rağmen, Kosova’daki kuaför salonlarının büyük bir kısmı yazar kasa uygulamasını işletmelerine katmadıklarını söylenebiler.

12. “Salonunuzda malzeme stok yeri (depo) var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %20.0’nin Evet ve %80.0’nin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.3 maddesine göre malzeme stok yeri (Depo) bulunmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova da bulunan salonların büyük bir kısmının çok fazla stok yapmadıkları anlaşılmaktadır ve malzemeleri herkesin görebileceği açık yerlerde tutulduğu söylenebilir.

13. “Yakın çevrenizde (200m) sizinle aynı işi yapan başka işletmeler var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %96.4’ünün Evet ve %3.6’sının Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Anketin bu soruyla ilgili açıklama kısmına belirttikleri üzere, Kosova’daki şehirlerin küçük olduğu, her mahallede veya her bölgede peş peşe kuaför salonları bulunmaktadır. Bu durumdan memnun olmadıkları ve her kesin istediği zaman çok kolay bir biçimde belediye tarafından izin alınıp kuaför salonu açtıkları belirtilmiştir.

Tablo 29. Salonlarda Kullanılan Ve Satış Yapılan Ürünlerin Muhafaza Yerleri

Kullanılan Veya Satış Yapılan Ürünlerin Muhafaza Yerleri	S	%
Stant	2	13.4
Raf	13	86.6
Dolap	--	--
Depo	--	--
Toplam	15	100.0

“Kullandığınız ve satış yaptığınız ürünleri nerede muhafaza ediyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların (Kozmetik Ürün Satışı Yapan 15 İşletme) %13.4’ünün Stant ve %86.6’sının Raf cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarında satılan ürünlerin raflarda muhafaza edildiği söylenebilir.

Tablo 30. Kuaför İşletmelerine Yönelik Yapılan Sigorta Türleri

İşletmenizin Herhangi Bir Sigortası Var mı?	S	%
Yok	106	96.4
Deprem	2	1.8
Yangın	--	--
Hırsızlık	1	0.9
Kaza	1	0.9
Toplam	110	100.0

“İşletmenizin herhangi bir sigortası var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %96.4’ünün sigortasının olmadığı, %1.8’inin Deprem Sigortasının olduğu, %0.9’unun

Hırsızlık Sigortasının ve %0.9'unun Kaza Sigortasının olduğu cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova'daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında sigorta yaptırılmadığı söylenebilir. Katılımcıların belirttikleri üzere işletmelerini sigortalayabilecekleri sigorta şirketlerinin olmamasından kaynaklanmaktadır.

4.1.4 Kosova'daki Kuaför Salonlarının Hizmet Niteliklerine İlişkin Bulgular

Kosova'daki kuaför salonlarının hizmet niteliklerine ilişkin, salonlarda müşterilerin özel bekleme yerleri, beklerken müzik dinleme veya televizyon izleme imkânları, salonlarda içecek ikramı, fiyat listesi, istek ve şikâyet kutuları, bilgisayar, bilgisayar destekli salon yönetim programları, promosyon günleri, randevu sistemleri olup olmadığına ilişkin soruların haricinde, bu alanda gelişen yeniliklerin takip edilme şekilleri, işletmelerin tanıtım ve tanıtım yapmak için ödedikleri miktarları, salonlarda yapılan ödeme şekilleri, işletmelerin aylık müşteri kapasiteleri, salonlara gelen müşterilerin yaş profilleri ve salonlarda satılan kozmetiklerin neler olduğuyla ilişkin sorulardan oluşmaktadır.

Tablo 31. Salonların Hizmet Niteliklerine Göre Dağılımları

No	İfadeler / Sorular	Evet		Hayır		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	Salonunuzda Müşterilerinize Özel Bekleme Ünitesi Var mı?	108	98.2	2	1.8	110	100.0
2	Salonunuzda Müşterileriniz Beklerken Müzik Dinleme veya Televizyon İzleme İmkânı Var mı?	76	69.1	34	30.9	110	100.0
3	Salonunuzda İçecek İkramı Yapılıyor mu?	98	89.1	12	10.9	110	100.0
4	Salonunuzda Verilen Hizmetlerle İlgili Fiyat Listesi Var mı?	34	30.9	76	69.1	110	100.0
5	Salonunuzda İstek Ve Şikâyet Kutusu Var mı?	--	--	110	100	110	100.0
6	Salonunuzda Bilgisayar Bulunuyor mu?	19	17.3	91	82.7	110	100.0
7	Salonunuzda Bilgisayar Destekli Salon Yönetimi Programı Kullanıyor musunuz?	5	4.5	105	95.5	110	100.0

8	Salonunuzda Bilgisayar Destekli Saç veya Makyaj Tasarımı Yapıyor musunuz?	--	--	110	100	110	100.0
9	İşletmeniz teknolojik yenilikleri kullanıyor mu?	2	1.8	108	98.2	110	100.0
10	Salonunuzda Promosyon Günleriniz Var mı?	1	0.9	109	99.1	110	100.0
11	Salonunuzda Ücret Bakımından Devamlı Müşterilerinize Ayrıcalık Tanıyor musunuz?	104	94.5	6	5.5	110	100.0
12	Salonunuzda Randevu Sistemi Var mı?	17	15.5	93	84.5	110	100.0
13	Camda ya da Dış Bölümde Pano Üzerinde İşletmenin İsmi Yazılı mı?	107	97.3	3	2.7	110	100.0
14	İşletmenin Logosu Var mı?	2	1.8	108	98.2	110	100.0

1. “Salonunuzda müşterilerinize özel bekleme ünitesi var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %98.2’sinin Evet ve %1.8’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.1.3 maddesine göre müşteri bekleme ünitesi bulunmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova’da bulunan kuaför salonların büyük çoğunluğunda müşteri bekleme ünitelerinin oldu ve standartlara uyulduğu söylenebilir.

2. “Salonunuzda müşterileriniz beklerken müzik dinleme veya televizyon izleme imkânı var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %69.1’inin Evet ve %30.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında müşterilerin beklerken müzik dinleme veya televizyon izleme imkânlarının bulunduğu söylenebilir.

3. “Salonunuzda içecek ikramı yapılıyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %89.1’inin Evet ve %10.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında içecek ikramının yapılmakta olduğu söylenebilir. Katılımcıların anketin açıklama kısmına yazdıkları üzere en fazla ikram edilen içeceklerden çay ve kahve olduğu belirtilmiştir.

4. “Salonunuzda verilen hizmetlerle ilgili fiyat listesi var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %30.9’unun Evet ve %69.1’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.2.2 maddesine göre salonda verilen hizmetlerle ilgili fiyat listesi bulunmalı, liste müşteri kabul bölümünde görülebilir bir yere asılmalı ve fiyat değişiklikleri bu listeye yansıtılmalıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi Kosova da bulunan salonların büyük bir kısmının fiyat listelerinin bulunmadığı ve bu kurala uyulmadığı söylenebilir. Soruyla ilgili açıklama bölümünde de belirttikleri üzere fiyatların sabit olmadığı ve müşteriye göre fiyatların farklı olabileceği belirtilmiştir.

5. “Salonunuzda istek ve şikayet kutusu var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların tamamının %100.0’nın Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.2.4 maddesine salonda müşteri istek ve beklentilerini karşılayan bir hizmet yapısı oluşturabilecek (müşteri odaklılık) ve verilen hizmetlerdeki memnuniyeti ortaya koyabilecek (müşteri memnuniyeti) bir sistem bulunmalı (şikayet ve öneri kutuları vb.) ve bu sisteme ait faaliyetler izlenebilmelidir.

6. “Salonunuzda bilgisayar bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %17.3’ünün Evet ve %82.7’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında bilgisayar bulunmadığı söylenebilir. Günümüzde her şey internet üzerinde olduğu için alanla ilgili yenilikleri ve günümüz saç trendlerini takip etmeleri ancak internet hizmeti ve bilgisayar kullanarak takip edilmektedir. Bunun dışında bilgisayarda salon program yazılımlarıyla salona gelen müşterilerin, müşteri kayıtlarının tutulması da önemli bir konudur.

7. “Salonunuzda bilgisayar destekli salon yönetimi programı kullanıyor musunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %4.5’inin Evet ve %95.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Katılımcıların büyük bir kısmının bilgisayar destekli program kullanmadıkları ayrıca bu programın ne olduğunu ve ne işe yaradığını dahi bilmediklerini anketin bu soruyla ilgili açıklama kısmında belirtilmiştir. Kuaför salonlarının büyük bir kısmında da bilgisayarların bulunmadığını göz önünde bulundurursak, müşteri kartlarının tutulmasını çok önemsenmediği sonucu çıkartılabilir.

8. “Salonunuzda bilgisayar destekli saç veya makyaj tasarımı yapıyor musunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların tamamının %100.0’nın Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Katılımcıların tamamı bilgisayar destekli saç veya makyaj tasarımı yapmamaktadırlar, ayrıca böyle bir programın dahi var olduğunu bilmedikleri anketin bu soruyla ilgili açıklama kısmında belirtilmiştir.

9. “İşletmeniz teknolojik yenilikleri kullanıyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %1.8’inin Evet ve %98.2’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının neredeyse tamamı teknolojik yeniliklerin kullanılmadığı, çoğunda kuaförlükte kullanılan eski ve klasik teknolojik aletler kullanmakta olduğu söylenebilir. Türkiye ve Avrupa ülkelerine nazaran Kosova’nın ekonomik açıdan daha az gelişmiş olması ayrıca yakın dönemde savaş yaşamış olması kuaförlük sektörünün gelişmesini engellemiştir ve kuaförlük sektörüne yatırım yapılmamıştır.

10. “Salonunuzda promosyon günleriniz var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %0.9’unun Evet ve %99.1’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

11. “Salonunuzda ücret bakımından devamlı müşterilerinize ayrıcalık tanıyor musunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %94.5’inin Evet ve %5.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili anketin açıklama kısmında katılımcıların belirttikleri üzere fiyatların sabit olmadığı ve Kosova’da yaşayan halkın ekonomik durumlarının iyi olmamasından dolayı yalnız devamlı müşterilerine değil herkese fiyat açısından ayrıcalık tanınmaktadır.

12. “Salonunuzda randevu sistemi var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %15.5’inin Evet ve %84.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili anketin açıklama kısmında katılımcıların belirttikleri üzere salonlarında kış aylarında iş yoğunluğu fazla olmamasından randevu sistemlerinin olmadığı sadece yaz aylarında aşırı yoğunluktan ve düğünlerin sayısının fazla olmasından dolayı bazen birkaç ay öncesinden bile randevu verdikleri belirtilmiştir. Diğer kısım için ise her zaman ve her dönemde randevu sistemi uygulandığı söylenebilir.

13. “Camda ya da dış bölümde pano üzerinde işletmenin ismi yazılı mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %97.3’ünün Evet ve %2.7’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Bu sonuçtan da anlaşılabacağı gibi işletmelerine isim yazdırıp reklamlarına hassasiyet gösterdikleri söylenebilir.

14. “İşletmenin logosu var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %1.8’inin Evet ve %98.2’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının kendine özgü bir logosunun bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 32. Kuaförlük Alanındaki Gelişmelerin Takip Edilme Şekilleri

Gelişmelerin Takip Edilmesi	S	%
Takip Etmiyorum	1	0.9
Televizyon	19	17.3
Gazete ve Dergi	14	12.7
İnternet	68	61.8
İnternet ve Televizyon	5	4.5
Televizyon - Gazete ve Dergi	3	2.8
Toplam	110	100.0

“Alanınızda gelişen yenilikleri nasıl takip ediyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %0.9’unun Takip Etmeyorum, %17.3’ünün Televizyondan Takip Ediyorum, %12.7’sinin Gazete ve Dergilerden Takip Ediyorum, %61.8’inin İnternette Takip Ediyorum ve %4.5’inin İnternet ve Televizyondan Takip Ediyorum, %2.8’inin Televizyon - Gazete ve Dergilerden Takip Ediyorum cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının alan ile ilgili gelişmeleri internet üzerinden takip etmekte oldukları ikinci sırada ise Televizyondan takip etmekte oldukları söylenebilir.

Tablo 33. İşletme Tanıtımlarının Yapılma Şekilleri

İşletmenin Tanıtımı	S	%
Yapılmıyor	104	94.6
Web Sayfası	2	1.8
Afiş ve İlan	2	1.8
Gazete ve Dergi	--	--
Reklamla	2	1.8
Toplam	110	100,0

“İşletmenizin tanıtımı nasıl yapılıyor?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %94.6’sının Tanıtımı Yapılmıyor, %1.8’inin Web Sayfası ile, %1.8’unun Afiş ve İlan ile, %1.8’inin Reklam ile cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Ankete katılan katılımcıların neredeyse tamamı salonlarının tanıtımlarını yapmamaalarının sebebi Kosova’daki şehirlerin çok küçük olmasından ve her kez birbirini tanıdığından dolayı, tanıtımlara ihtiyaç duymadıklarını sözlü olarak beyan edilmiştir.

Tablo 34. Salonlarda Aylık Olarak Reklam Ve Tanıtıma Ayrılan Tutar

Reklam Ve Tanıtıma Ayrılan Tutar	S	%
Hiç	108	98.2
20 – 50	--	--
51 – 100	1	0.9
101 – 150	--	--
151 ve Üzeri	1	0.9
Toplam	110	100.0

“Aylık olarak reklam ve tanıtıma ayırdığınız EURO tutarı ne kadardır?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %98.2’sinin Hiç, %0.9’unun 51-100 Euro Arası ve %0.9’unun 151 Euro ve üzeri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Salonlarının büyük bir kısmının işletmelerini tanıtmak için reklam masrafı yapmadıkları söylenebilir.

Tablo 35. Salonların Şubeleri

Salonların Şubeleri	S	%
Yok	107	97.3
1 Şube	3	2.7
2 Şube	--	--
3 ve Üzeri	--	--
Toplam	110	100.0

“İşletmenizin ayrıca bir şubesi var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %97.3’ünün Yok ve %2.7’sinin 1 Şube cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Salonlarının büyük bir kısmının şubesinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 36. İşletmelerde Uygulanan Müşteri Bilgi Kartları

Müşteri Bilgi Kartları	S	%
Yok	107	97.3
Kesim Kartları	--	--
Boya Kartları	3	2.7
Röfle Kartları	--	--
Perma Kartları	--	--
Toplam	110	100,0

“İşletmenizde müşteri bilgi kartı var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %97.3’ünün Yok ve %2.7’sinin Boya Kartları cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Anket sonuçlarından da anlaşıldığı gibi salon sahipleri veya salonda çalışanlar müşterileriyle ilgili Müşteri Bilgi Kartı tutmadıkları ve yapılan işlemleri kayıt altına almadıkları söylenebilir.

Tablo 37. Salonlarda Yapılan Ödeme Şekilleri

Yapılan Ödeme Şekilleri	S	%
Kredi Kartı	--	--
Nakit	110	100.0
Taksit	--	--
Veresiye	--	--
Toplam	110	100.0

“Salonunuzda ödemeler nasıl yapılıyor?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların tamamının %100.0’ının Nakit cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Bu sorudan da görüldüğü üzere Kredi kartı veya Taksit seçeneğinin işaretlenmemesi, Kredi kartı sistemlerinin ve Taksitle alış veriş olanaklarının henüz olmadığı araştırma ve gözlemler sonucunda bu kanıya varıldığı söylenebilir.

Tablo 38. İşletmelerin Ortalama Aylık Müşteri Sayıları

Ortalama Aylık Müşteri Sayısı	S	%
1-50 Arası	38	34.5
51-100 Arası	61	55.5
101-150 Arası	7	6.4
151-200 Arası	4	3.6
201-300 Arası	--	--
301 ve Üzeri	--	--
Toplam	110	100.0

Tablo 38’da ankete cevap veren katılımcılardan sahip oldukları işletmelerin %34.5’inin aylık ortalama müşteri sayısının 1-50 arası, %55.5’inin müşteri aylık ortalama sayısının 51-100 arası, %6.4’ünün müşteri aylık ortalama sayısının 101-150 arası, %3.6’sının müşteri aylık ortalama sayısının 151-200 olduğu ve müşteri aylık ortalama sayısı 200’ün üzerinde olan işletmenin bulunmadığı sonucu görülmektedir.

Ankete katılan katılımcılar tarafından belirtildiği üzere bu sayı değişkinlik göstermektedir, kış aylarında salonlara gelen müşteri sayıları oldukça azalmaktadır, fakat yaz aylarında bütün salonlarda müşteri sayısı iki veya üç katına çıkmaktadır, bunun da sebebi yurt dışında yaşayan gurbetçilerin Kosova’ya tatil için dönmeleri ve bütün düğünlerin yaz aylarında olmaları müşteri sayılarını olumlu yönde etkilendiği söylenebilir.

Tablo 39. Salonlarda Yaş Gruplarına Göre Müşteri Profili

Salonlarda Yaş Gruplarına Göre Müşteri Profili	S	%
15-17 Yaş Arası	--	--
18-24 Yaş Arası	23	20.9
25-34 Yaş Arası	69	62.7
35-49 Yaş Arası	18	16.4
50 Yaş ve Üzeri	--	--
Toplam	110	100.0

“Salonunuzda saç bakım ve yapım konusunda en fazla hangi yaş gruplarına hizmet veriyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %20.9’unun 18-24 Yaş Arası, %62.7’sinin 25-34 Yaş Arası ve %16.4’ünün 35-49 Yaş Arası cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’da kuaför salonlarına genç nüfusun ağırlıklı olarak gittiği söylenebilir.

Tablo 40. Salonlarda Satışı Yapılan Ürünlerin Seçilme Şekilleri

Satışı Yapılan Ürünlerin Seçilme Şekilleri	S	%
Talebe Göre	11	73.3
Ürünün Kalitesine Göre	3	20.0
Ürünün Popülerliğine Göre	1	6.7
Ürünün Fiyatına Göre	--	--
Kar Payına Göre	--	--
Toplam	15	100.0

“Satışını yaptığınız ürünleri öncelikle nasıl seçiyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların (Kozmetik Ürün Satışı Yapan 15 İşletme) %73.3’ünün Talebe Göre, %20.0’ının Ürünün Kalitesine Göre ve %6.7’sinin Ürünün Popülerliğine Göre cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova'daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının müşteri taleplerine göre satılan ürünü belirledikleri, ayrıca anket uygulaması toplam 110 işletmede yapılmıştır buna karşın 110 işletmenin sadece 15'inde ürün satıldığı söylenebilir.

Tablo 41. Müşteriler Ürün Alırken Dikkat Etikleri Özellikler

Müşteriler Ürün Alırken Dikkat Etikleri Özellikler	S	%
Ambalajına	--	--
Fiyatının Ucuz Olmasına	6	40.0
Arkadaş Tavsiyelerine	1	6.7
Uzmanların Tavsiyelerine	8	53.3
Reklam – Medya	--	--
Toplam	15	100.0

“Müşterileriniz ürün alırken en çok nelere dikkat ediyorlar?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların (Kozmetik Ürün Satışı Yapan 15 İşletme) %40.0'nın Fiyatının Ucuz Olmasına, %6.7'sinin Arkadaş Tavsiyelerine ve %53.3'ünün Uzman Tavsiyelerine cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova'daki Kuaför Salonlarının müşterilerinin satılan ürünleri alırken uzman tavsiyelerini dikkate aldıkları söylenebilir.

Tablo 42. Birlikte Çalışılan Kozmetik Firmalardan Beklentiler

Birlikte Çalışılan Kozmetik Firmalardan Beklentiler	S	%
Daha Ekonomik Olmaları	45	40.9
Ürün Eğitimi Vermeleri	42	38.2
Promosyonları Olmalı	1	0.9
Ambalajları Çekici Olmalı	--	--
Ürünleri Hakkında Geniş Bilgi Veren Kataloglar Olmalı	2	1.8
Yeni Çıkan Ürün ve Tanıtımlarından Haberdar Etmeleri	1	0.9
Daha Ekonomik Olmaları ve Ürün Eğitimleri Vermeleri	19	17.3
Toplam	110	100.0

“Birlikte çalıştığınız kozmetik firmalarından en büyük beklentiniz nedir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %40.9’unun Daha Ekonomik Olmaları, %38.2’sinin Ürün Eğitimi Vermeleri, %0.9’unun Promosyonları Olmalı, %1.8’inin Ürünleri Hakkında Geniş Bilgi Veren Katalogları Olmalı, %0.9’unun Yeni Çıkan Ürün ve Tanıtımlarından Haberdar Etmeleri ve % 17.3’ünün iki şıkkı işaret ederek Daha Ekonomik Olmaları ve Ürün Eğitimleri Vermeleri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonlarının birlikte çalıştıkları kozmetik firmalardan beklentilerinin daha çok almış oldukları ürünlerin ekonomik olması ve ürünler hakkında eğitim vermeleri şeklinde olduğu söylenebilir.

Tablo 43. Salonunuzda Ürün Satışının En Fazla Yapıldığı Yaş Grubu

Ürün Satışının En Fazla Yapıldığı Yaş Grubu	S	%
15-17 Yaş Arası	--	--
18-24 Yaş Arası	1	6.7
25-34 Yaş Arası	13	86.6
35-49 Yaş Arası	1	6.7
50 Yaş ve Üzeri	--	--
Toplam	15	100.0

“Salonunuzda ürün satışını en fazla hangi yaş grubuna yapıyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların (Kozmetik Ürün Satışı Yapan 15 İşletme) %5.7’sinin 18-24 Yaş Arası, %86.6’sının 25-34 Yaş Arası ve %6.7’sinin 35-49 Yaş Arası cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarında satılan kozmetik ürünleri alanların büyük kısmının 25-34 yaş arasındaki kişiler oldukları söylenebilir.

4.1.5 Kosova’daki Kuaför Salonlarının Sağlık (Hijyen) Şartlarına İlişkin Bulgular

Kosova’daki kuaför salonlarının sağlık (hijyen) şartlarına İlişkin, salonlarda kullanılan malzemelerin sterilizasyonun yapılma şekilleri, salonlarda kirli sepeti ile temiz havlu dolaplarının bulunup bulunmadığı, mesleklerinden kaynaklanan herhangi bir sağlık problemleri ve kimyasal içerikli maddelerle çalışırken eldiven giyme alışkanlıklarının olup olmadığıyla ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Tablo 44. Kuaför Salonlarının Hijyen Şartlarına Göre Dağılımları

No	İfadeler / Sorular	Evet		Hayır		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	Salonunuzda Kullanılan Malzemelerin Sterilizasyonu İçin Uygun Sterilizatör Aleti Bulunuyor mu?	2	1.8	108	98.2	110	100.0
2	Salonunuzda Kirli Havlu Sepeti ve Temiz Havlu Dolabı Bulunuyor mu?	105	95.5	5	4.5	110	100.0
3	Mesleğinizden Kaynaklanan Sağlık Probleminiz Var mı?	2	1.8	108	98.2	110	100.0
4	Kimyasal İçerikli Madde Kullanırken Güvenlik İçin Eldiven Kullanıyor musunuz?	109	99.1	1	0.9	110	100.0

1. “Salonunuzda kullanılan malzemelerin sterilizasyonu için uygun sterilizatör aleti bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %1.8’inin Evet ve %98.2’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.4.2 maddesinde yer alan ve Kosova Sağlık Bakanlığının salonlar için koyduğu kuralların içinde malzemelerin sterilizasyonu için uygun sterilizatör aleti veya makinesi yer almasına rağmen, Kosova’daki salonların neredeyse hiçbirinde bir sterilizatör aletinin bulunmaması sağlık açısından çok önemli bir konudur ve sağlık kurallarına uyulmadığı söylenebilir. Bu soruyla ilgili anketin açıklama kısmında katılımcıların verdikleri cevaplarda, alet ve araç gereçlerini bir sterilizatör aleti kullanarak steril etmediklerini ve Sağlık Bakanlığının da bu duruma çok fazla müdahale etmediği belirtilmiştir.

2. “Salonunuzda kirli havlu sepeti ve temiz havlu dolabı bulunuyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %95.5’inin Evet ve %4.5’inin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) TS 7891 - 2.4.4 maddesine göre salonda havlular her kullanımdan sonra yıkanmalı, kirli havlular çamaşır sepetlerine ve temiz havlular kapalı dolaplara konulmalıdır. Bu verilerin sonucunda da Kosova’da bulunan kuaför salonların bu hijyen kuralına uydukları söylenebilir.

3. “Mesleğinizden kaynaklanan sağlık probleminiz var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %1.8’inin Evet ve %98.2’sinin Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili sonuçlara bakıldığında, genel olarak Kosova’da çalışan kuaförlerin meslekleriyle ilgili sağlık problemlerinin olmadığı, fakat 2 kişi anketin açıklama kısmında belirttikleri üzere çok fazla ayakta durdukları için sırt ağrıları olduğunu belirtilmiştir.

4. “Kimyasal içerikli madde kullanırken güvenlik için eldiven kullanıyor musunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %99.1’inin Evet ve %0.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Bu sorudan da anlaşılabileceği gibi eldiven kullanmaya karşı hassasiyet gösterdiklerini ve sağlık kurallarına uydukları görülmektedir.

4.1.6 Kosova’daki Kuaför Salonlarını Denetleyen Kurumlara İlişkin Bulgular

Kosova’daki kuaför salonlarını denetleyen kurumlara ilişkin sorulan sorularda, salonlarında resmi bir kurum tarafından belirlenen ücret tarifelerinin olup olmadığı ve bir özel ücret isteyip istemedikleri, maliye bakanlığı, meslek odaları, belediyeler ve sağlık bakanlığı tarafından denetlenip denetlenmedikleri sorulardan oluşmaktadır.

Tablo 45. Kuaför Salonlarını Denetleyen Kurumlara Göre Dağılımlar

No	İfadeler / Sorular	Evet		Hayır		Toplam	
		S	%	S	%	S	%
1	Salonunuzda Uygulanmak Üzere Resmi Bir Kurumun Belirlediği Özel Ücret Tarifeniz Var mı?	--	--	110	100	110	100.0
2	Salonunuzda Uygulanmak Üzere Resmi Bir Kurumun Belirlediği Özel Ücret Tarife Kullanılmasını İster misiniz?	110	100	--	--	110	100.0
3	İşletmeniz Maliye Bakanlığı Tarafından Denetleniyor mu?	98	89.1	12	10.9	110	100.0

1. “Salonunuzda uygulanmak üzere resmi bir kurumun belirlediği özel ücret tarifeniz var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların tamamının %100.0’nın Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

2. “Salonunuzda uygulanmak üzere resmi bir kurumun belirlediği özel ücret tarife kullanılmasını ister misiniz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların tamamının %100.0’nın Evet cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu soruyla ilgili ankette yer alan açıklama kısmında katılımcıların belirttikleri üzere, ücret konusunda büyük sıkıntıları olduğu ve bir an önce resmi bir kurumun böyle bir karar çıkartıp her yerde fiyatların aynı ve tek tip olmasını istemektedirler. Böylelikle fiyatlar belli olur ve hiçbir şekilde indirim yapılmaması ve fiyatların düşürülemeyeceği bir sistemle çalışılması, fiyatlara bakılmadan sadece kuaförün yeteneğine ve salonlarda verilen hizmetlere bakılarak kalitenin yükselmesi anlamına da gelebileceğini söylemektedirler.

3. “İşletmeniz Maliye Bakanlığı tarafından denetleniyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %89.1’inin Evet ve %10.9’unun Hayır cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının Maliye Bakanlığı tarafından denetlenmiş oldukları söylenebilir.

Tablo 46. İşletmeleri Denetleyen Resmi Kurumlar

İşletmeleri Denetleyen Resmi Kurumlar	S	%
Denetlenmiyor	34	30.9
Meslek Odaları	--	--
Belediye	23	20.9
Sağlık Bakanlığı	53	48.2
Toplam	110	100.0

“İşletmeniz resmi bir kurum tarafından denetleniyor mu?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %30.9’unun Denetlenmiyor, %20.9’unun Belediye Tarafından Denetleniyor ve %48.2’sinin Sağlık Bakanlığı Tarafından Denetleniyor cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Bu sonuçlardan da anlaşılacağı gibi Kosova'daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmının denetlendiğini, denetlemelerin daha çok Sağlık Bakanlığı tarafından yapıldığı, bunun yanında Belediyeler tarafından da denetleme yapıldığı söylenebilir. İşletmelerin denetlenmesi olması gereken bir durumdur, fakat Kosova'da bulunan salonların neredeyse 1/3 denetlenmemesi önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bundan dolayı önceki tablolarda sağlık kurallarına uyulmadığı, her kez her istediği zaman kuaför salonu açabileceği diplomaların kontrol edilmeden verildiği vs. durumları devlet yapısındaki kurumların denetleme eksikliğinden kaynaklandığı söylenebilir.

4.1.7 Kuaför Salonlarında Verilen Hizmet Türlerine İlişkin Bulgular

Kuaför salonlarında verilen hizmet türlerine ilişkin, kuaförlük dışında başka hangi hizmet türlerini verdiklerini, kuaför salonlarında hangi ürünlerin satışını yaptıklarını ve bu ürünleri nerelerden temin ettikleri sorulardan oluşmaktadır.

Tablo 47. Kuaförlük Haricinde Salonlarda Verilen Hizmet Türleri

Kuaförlük Dışında Verilen Hizmet Türleri	S	%
Başka hizmet vermiyorum	10	9.1
Makyaj	75	68.2
Epilasyon – Depilasyon	16	14.5
Manikür – Pedikür	8	7.3
Cilt Bakımı	1	0.9
Toplam	110	100.0

“Salonunuzda kuaförlük haricinde başka hangi hizmetleri veriyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %9.1’inin Başka Hizmet Vermiyorum, %68.2’sinin Makyaj, %14.5’inin Epilasyon-Depilasyon, %7.3’ünün Manikür-Pedikür ve %0.9’unun Cilt Bakımı cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova'daki Kuaför Salonlarında kuaförlük hizmeti yanında en çok makyaj hizmeti verilmektedir, ayrıca makyajla birlikte epilasyon - depilasyon ve manikür – pedikür hizmetlerinin de verildiği söylenebilir.

Tablo 48. Kuaför Salonlarında Satış Yapılan Kozmetik Ürünler

Satış Yapılan Kozmetik Ürünler	S	%
Ürün Satışı Yapmıyorum	95	86.4
Saç Bakım Ürünleri	11	10.0
Makyaj Ürünleri	1	0.9
Cilt Bakım Ürünleri	3	2.7
El - Ayak Bakım Ürünleri	--	--
Vücut Bakım Ürünleri	--	--
Toplam	110	100.0

“Salonunuzda hangi kozmetik ürünlerin satışını yapıyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %86.4’ünün Ürün Satışı Yapmıyorum, %10.0’ının Saç Bakım Ürünleri, %0.9’unun Makyaj Ürünleri ve %2.7’sinin Cilt Bakım Ürünleri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova'daki Kuaför Salonlarının büyük bir kısmında kozmetik ürün satışı yapmadıkları, İkinci sırada ise, kuaför salonların küçük bir kısmının saç bakım ürünleri sattıkları ve anketin açıklama kısmında Lisap, Subrina, L’oreal, Keunne gibi ürünlerin ağırlıklı olarak satıldığını ifade edilmiştir.

Tablo 49. Kuaför Salonlarında Satış Yapılan Kozmetik Ürünlerin Temini

Kozmetik Ürünlerinin Temini	S	%
Kozmetik Marketler	14	12.7
Market	26	23.6
Toptancılar	70	63.7
İnternet Üzerinden Satış	--	--
Toplam	110	100.0

“Salonunuzda kullandığınız kozmetik ürünleri nerden temin ediyorsunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %12.7’sinin Kozmetik Marketler, %23.6’sının Market, %62.8’inin Toptancılar ve %0.9’unun Diğerleri cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir. Kosova’daki Kuaför Salonlarında kullanılan ürünleri daha çok toptancılardan temin ettikleri, ikinci sırada ise katılımcıların kullandıkları kozmetik ürünlerini marketlerden temin ettikleri söylenebilir.

4.1.8 Kuaför Salon Sahiplerinin Geleceğe Yönelik Beklentilerine İlişkin Bulgular

Kuaför salon sahiplerinin geleceğe yönelik beklentilerine ilişkin, bu mesleğin gelişmesi için bu tür araştırmaların devam etmesini isteyip istemedikleri ayrıca mesleğin gelişmesi ve problemlerin çözülmesi için önerilerin bulunduğu kısımdan oluşmaktadır.

Tablo 50. İlerleyen Dönemlerde Kuaförlük Mesleğinin Gelişmesi İçin Anket Uygulamalarının Yapılması

Anket Uygulamalarının Yapılması	S	%
İstemiyorum	2	1.8
İstiyorum	80	72.8
Kesinlikle istiyorum	27	24.5
Kararsızım	1	0.9
Toplam	110	100.0

“İlerleyen dönemlerde mesleğimizin gelişmesi ve mesleğimizle ilgili problemlerin çözülmesi için bu tür anketlerin devam etmesini istiyor musunuz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %1.8’inin İstemiyorum, %72.8’inin İstiyorum, %25.5’inin Kesinlikle İstiyorum ve %0.9’unun Kararsızım cevaplarını vermiş oldukları görülmektedir.

Kosova’daki Kuaför Salonları işleticilerinin büyük bir kesimi mesleklerinin gelişimi ve meslekleri ile ilgili problemlerin çözümü için bu tür anketlerin yapılmasını istedikleri ve yapılan anketlerden sonra sonuçlarının onlarla da paylaşılmalarını istediklerini sözlü olarak beyan edilmiştir.

Tablo 51. İlerleyen Dönemlerde Kuaförlük Mesleğinin Gelişmesi Ve Meslekle İlgili Problemlerin Çözülmesi İçin Yapılan Dilek Ve Öneriler

No	İlerleyen Dönemlerde Kuaförlük Mesleğinin Gelişmesi İçin Yapılan Dilek ve Öneriler	Öneri Sayısı
1	Devlet bünyesinde kuaförlük meslek liselerinin açılması	50
2	Kuaförlük federasyonu kurulması	44
3	Verilen sertifika veya diplomaların tekrar gözden geçirilip doğruluğunun araştırılması	36
4	Kuaförlük özel okulları veya kuaförlük akademileri açılması	30
5	Yüksek okul veya üniversite de kuaförlük bölümünün açılması	28
6	Kuaförlük standartların oluşturulması ve salonların kategorilere ayrılması 1-2-3	28
7	Kuaför salonlarındaki işlemlerde fiyatların her yerde aynı ve tek tip olması için bir kurumun kurulması, ya da var olanın bir kurumun böyle bir yasa çıkarması	26
8	Kuaförlük mesleğinin gelişmesi için resmi bir kurumun veya kuaförlük derneklerinin seminerler yapması	25
9	Kozmetik firmaların daha çok seminerler düzenlesin	25
10	Geçerli olmayan ve hak edilerek alınan diplomaların iptal edilmesi ve salonların kapatılması gerekmektedir	23
11	Kuaförlükle ilgili Arnavutça kitapların ve literatürlerin yazılması	20
12	3-6 ay gibi çok kısa bir sürede diploma verilmemesi	18
13	Kuaför salonlarında kurs gören kursiyerlere özel bir komisyon kurulması, ve yasal bir şekilde sertifikalanmaları veya diploma almaları sağlanmalıdır	17
14	Kuaförlük odası oluşturulsun	15
15	Kuaförlük sorunlarının çözümüyle ilgilenen bir kurumun kurulması	10
16	İstek ve şikayetlerin yapılabileceği bir kurumun olması	10
17	Haftanın bir gününün resmi bir kurum tarafından tatil ilan edilmesi.	10
18	Kuaför salonlarının imkan ve standartlarını doldurmadan, salon açılmasını izin verilmemesi	8
19	Bir kurum yada dernek vasıtasıyla, yurt dışında da yapılan seminer, fuar, yarışmalar ve kongrelere bizleri de davet etsinler	4
20	Saç modellerini ve yenilikleri takip edebileceğimiz dergi eksiklikleri karşılanması	3
21	Kuaför salonlarının çokluğundan küçük ve kalitesiz olan salonların kapatılması veya o küçük salonların birleşmesi ve daha iyi ve kaliteli vermeleri için büyük salonlara dönüştürülmesi gerekmektedir	2
22	Kuaför salonlarında profesyonellerin ve amatörlerin (Çırakların) ayrıldığı kanunlar oluşsun	1
23	Televizyonda kuaförlükle ve yeni saç modellerini takip edebilecekleri programlar olsun	1

V. BÖLÜM

5.1 Sonuç ve Öneriler

5.1.1 Sonuç

“Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunun Belirlenmesine” yönelik olarak anket hazırlanmış ve Kosova’nın 6 ili ve bunlara bağlı 4 büyük ilçesinde bulunan kuaförlük hizmeti veren 110 işletme üzerinde bu anket uygulanmıştır.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan Kosova’daki Kuaförlük Hizmet Durumu hakkında bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

İşletme sahipleri ve çalışan elemanların, mesleği çalıştıkları işletmelerdeki ustalarından öğrendikleri, kuaförlük mesleğine yönelik ortaöğretim, lisans, yüksek lisans seviyesinde bir eğitimlerinin olmadığı, kuaförlük mesleğine ilişkin seminer, konferans gibi hizmetlere erişemedikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Kuaförlük hizmeti veren işletmelerin, genel olarak 25 metrekare veya daha küçük mekânlara sahip oldukları, salonlarında tek renk duvar boyaları tercih ettikleri, yer döşemesi olarak Marley malzemesini kullandıkları, büyük çoğunluğu ısınma ihtiyaçlarını odun sobasıyla karşıladıkları, işlem koltuklarının 1-3 arası sayıda olduğu, elektrik kesintilerine karşın büyük çoğunluğunun önlem aldığını ve jeneratör kullandıkları sonuçlarına varılmıştır.

Ayrıca kuaför salonlarında müşteri bekleme koltuğu, çalışanlar için dinlenme koltuğu gibi araç ve gereçlerinin yetersiz olduğu görülmüştür. Salonların neredeyse tamamında su kesintilerine karşı su depolarının olmadığı, kuaför salonlarında işlemlerin çoğunda kimyasal içerikli maddeler kullanılmasına rağmen salonlarında havalandırma sistemlerin olmayışı, işletmelerine sigorta yaptırmadıkları, büyük çoğunluğun ilkyardım dolapları olmadığı ve yangına karşı yeterince önlemin alınmadığı, salonların çoğunda yazar kasa bulunmadığı görülmüştür. Ayrıca salonların çok az bir kısmında bilgisayar bulunduğu, reklamlara önem vermedikleri, yeni ürünlere erişimlerinin sınırlı olduğu,

randevu sisteminin yetersiz kaldığı, müşterilere ilişkin bilgi kartı düzenlenmediği ve belli bir ücret tarifelerinin olmaması gibi sorunların olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Kosova’da bulunan kuaför salonlarını birbirlerine yakın oldukları ve 200 metrekairelik bir alanda çok sayıda salonun bulunduğu, salonların neredeyse tamamının başka herhangi bir şubesinin olmadığı, çalışan personelin ve işverenlerin büyük bir kısmının bu mesleği ilgi duydukları için seçtikleri, kuaför salonlarında ödemelerin nakit olarak yapıldığı, müşteri profilinin genel olarak 25-34 yaş aralığında olduğu ve salonlarında saç bakım ve yapımın dışında büyük bir kısmında makyaj ünitelerinin bulunduğu sonuçlarına varılmıştır.

Yukarıdaki sonuçlardan daha önemli olarak kabul edebileceğimiz sorunlar ise; kuaförlük hizmetlerine yönelik eğitim veren kurumların olmayışı, meslek odasının oluşamamış olması, işletme, işletici ve çalışan elemanlara ilişkin bir standardın olmaması, işletmelerin denetimlerinde bir düzen olmaması sonuçlarıdır.

Her şeyin standardının belirlenmesine büyük önem verilen ve bu hususta çaba harcanan Avrupa’nın ortasında yer alan Kosova’da, Kuaförlük Hizmetlerine ilişkin hiçbir standart henüz bulunmamaktadır. Bu olumsuz durumun oluşmasında ülkede kısa süre önce biten savaşın etkili olduğu muhakkaktır. Savaşın acısının halen canlı olduğu ülkede, düzenin zamanla yerine oturacağı düşünülmektedir. Bu düzenin oluşması şüphesiz eğitim sahibi Kosova vatandaşlarının üzerine düşen görevleri kısa sürede ve eksiksiz yapması ile hızlanacaktır.

5.1.2 Öneriler

Kosova'daki Kuaförlük Hizmet Sektörünün gelişmesi için yasal düzenlemelerin yapılması zorunludur. Yasa ve yönetmelik ile getirilecek düzenlemeler ile işletmelerin sınıflarının belirlenmesi ve mevcut işletmelerin bu sınıflara göre ruhsatlandırılmaları ile olumsuzlukların birçoğunun halledilmesi mümkündür. İşletme sınıflandırması yapılırken her sınıf için işletmenin özellikleri (zemin, duvar, havalandırma, bulunması gerekli araç ve gereçler vs) belirleneceği için her işletme kendi sınıfı içinde olmazsa olmaz kabul edilecek standartlara kavuşacaktır.

Mesleki eğitim veren okulların açılması ve yaygınlaşması da işletici ve çalışan elemanların vasıflı olmasına olumlu katkı yapacaktır. Kosova'da şu anda Kuaförlük Meslek Liseleri, Çıraklık ve Yaygın Eğitim, Kuaförlük Yüksek Okul ve Üniversite bazında Kuaförlük Mesleki Eğitimlerin olmaması nedeni ile bu eğitim programları özellikle Türkiye'den ve Avrupa Birliği ülkelerinden örnek alınarak oluşturulabilir.

Ankete katılan katılımcıların belirttiği gibi ve yapılan araştırmalar sonucunda şu anda Kosova'da kuaförlükle ilgili en büyük problem, Kuaförlük alanında eğitim verilmemesidir ve bir an önce bir düzenleme yapılarak önem sırasına göre;

1. Meslek Liselerinde Kuaförlük (Saç ve Güzellik Hizmetleri) eğitimi oluşturulmalıdır.
2. En az ilköğretim mezunu olup örgün eğitime devam etmeyenlerden, bir işyerinde çalışarak meslek öğrenmek isteyenlere, Çıraklık ve Yaygın Eğitim (Mesleki Eğitim) hizmetleri verilmelidir. Çıraklık Eğitiminde kuaförlük sektöründe çalışabilecek Çırak, Kalfa ve Ustalar yetiştirilmelidir.
3. Önlisans düzeyinde Yüksek Okullar kurulmalıdır; kuaförlük sektörünün isteklerini ön planda tutan ve etkili iletişim kuran, saç bakım ve yapım işlemlerini tekniğine uygun olarak yapabilecek nitelikli ara insan gücünü yetiştirmeyi amaçlayan iki yıllık bir yüksek öğretim programı olmalıdır.
4. Üniversitede dört yıllık Kuaförlük Öğretmenliği programı oluşturulmalıdır. Bunun gerekçesi ise; Meslek Liselerine, Çıraklık ve Yaygın Eğitim (Mesleki Eğitim) merkezlerine ve Yüksek Okullara nitelikli kuaförlük öğretmenleri yetiştirmektir.

Eğer bu kurumlar oluşturulmazsa Kosova’da kuaförlük mesleğinin gelişmesi söz konusu olamaz. Komşu Avrupa ülkelerinin gerisinde bir sektör, rekabet edemeyeceği için gittikçe zayıflayacaktır. Bunun kısa vadede önlenmesi için Türkiye’de uygulanan bazı öğretim programlarının Kosova’da kullanılabilecek şekilde uyarlanması üzerine öneriler verilebilir.

Bu öneriler aşağıda bulunan Eklerde mevcuttur.

EK: 3 Meslek Liseleri Güzellik ve Saç Bakım Hizmetleri Alanı

EK: 4 Kalfalık Meslek Dersleri Öğretim Programları ve Ustalık Dersleri Öğretim Programları

EK: 5 Kuaförlük Meslek Yüksek Okulu Dersleri Öğretim Programı

EK: 6 Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Öğretmenliği Programı

Bir diğer önemli konu da Meslek Odasının ve Kuaförlük Federasyonun oluşturulmasıdır ve böylelikle sorunların çözümüne önemli katkılar sağlanacaktır. Özellikle yeni açılacak işletmelerin Meslek Odası tarafından uygunluğunun araştırılması çok faydalı olacaktır. Ücret tarifeleri Meslek Odası tarafından belirlenerek, fiyat farklılıklarının ve haksız rekabetin de önüne geçilebilecektir. Yine Meslek Odası, mesleğe ilişkin yenilikleri takip edecek ve üye işletmelere bunu duyuracaktır.

İşletmelerin bulunduğu mekânların yetersizliği nedeniyle Belediyelerce de bir takım önlemlerin alınması gereklidir. Belediyeler, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarını verirken diplomaların yasal olup olmayışına, işletmelere ve çalışanlarına ait hususların tam olduğunu denetleyerek önemli bir hizmeti ifa etmiş olacaklardır. İşyeri özellikleri ve diplomaları uygun olmayan kişilere çalışma ruhsatı verilmemelidir. Yine binaların ruhsatlarının verilmesinde, özellikle binada işyeri olarak yapılan bağımsız bölümlerin belli standartlara bağlanmasını sağlamalıdır.

“Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunun Belirlenmesine” yönelik yapılan bu tez çalışması ve uygulanan anketler sonucu elde edilen sonuçlar ilk adım niteliğinde olup, Kosova için oldukça faydalı olacağı düşünülmektedir.

BÖLÜM VI

KAYNAKÇA

ARIKAN, R. (2005) **Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama**, BRC Basım, Ankara.

ARSEVEN, A. D. (1994) **Alan Araştırma Yöntemleri**, Gül yayınevi, Ankara.

BİLGİN M. (1970) **Kuaförlük Tekniği**, Bayar Matbaası, Ankara.

CANBOLAT, C. (2002) **Hizmet Sektöründe Kalite Ve Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama**. (Yüksek Lisans Tezi) Ankara

ÇATI, K. ve BAYDAŞ, A. (2008) **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi Kalkan** Matbaası, Ankara.

ÇELENK, B. (2007) **Ordu İli Mesleki Eğitim Merkezindeki Kuaförlük Bölümü Öğrencilerinin Temel Nitelikleri ve İşyerinde Karşılaştıkları Sorunlar** (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

ÇİNPOLAT, F. (2006) **Tokat İli Gıda Sanayi İşletmelerinin Mevcut Durumu, Faaliyetleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma** (Yüksek Lisans Tezi), Tokat.

DENİZ, A. (2006) **Kuaförlük Eğitim Programlarındaki Kalfalık Formasyonunun Sektör Beklentilerine Uygunluğu** (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

EKİNCİ, M. B. (2008) **Uluslararası Hizmet Ticaretinde Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye** İstanbul Ticaret Odası, Vimek Ajans, İstanbul.

ERKAN A. ve GÜNGÖR İ. (2001) **‘Modern Kuaförlük Sanatında Eğitim’** Frapan Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara

ERKAN, A. (1995) **Berberlik Sanatında Eğitim** Frapan Yayıncılık, Ankara.

ERSUNGUR, Ş. Mustafa (1993) **Hizmetler Sektörü -Erzurum İlinin Yeri, Önemi ve Gelişme İmkânları-** (Yüksek Lisans Tezi), Erzurum.

ESER, Z. (2007) **Hizmetlerde Pazarlama İletişimi** Siyasal Kitabevi, Ankara.

GOLDSBRO, J. and WHITE, E. (2009) **Diploma in Hair & Beauty Studies.** Habia, İngiltere.

GREEN, M. and PALLADINO, L. (2007) **PROFESSIONAL HAIRDRESSING NVQ 3**, 5.Baskı, Thomson Yayınevi, İngiltere.

HEALY M. (1993) **Regents /Prentice Hall Textbook Of Cosmetology**, 3. Basım, Regents /Prentice Hall, Amerika Birleşik Devletleri.

HENDERSON-BROWN S. and AVADİS C. and PORTEOUS Y. (2004) **Advanced Hairdressing**, nelson thornes 3. Basım, Büyük Britanya.

İSLAMOĞLU, H. A. (2006) **Hizmet Pazarlaması** , Yazın Matbaacılık, İstanbul.

İstanbul Ticaret Odası, (17 Mayıs 2004) **Dış Ticaret Araştırma Servisi, Kosova, Dünya Bankası Belge, Ekonomik Muhtırası**, İstanbul.

İstanbul Ticaret Odası (24 Haziran 2005) **Dış Ticaret Araştırma Servisi, Kosova Ülke Raporu** İstanbul.

KAHRAMAN, T. (2007) **Makyöz – Makyör Olarak Çalışanların Mesleki Yeterliliklerinin Belirlenmesi.** (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

KALA, E. (2006) **Kosova’da Kamu Yatırımları Üzerine Bir İnceleme** (Yüksek Lisans Tezi), İzmir.

KAPTAN, S. (1998). **Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikler**, tek web Ofset Tesisleri. Ankara.

KARAHAN, K. (2006) **Hizmet Pazarlaması**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş İstanbul.

KARAKOYUN, E. (2008) **Türkiye’de Ve Dünyada Müzik Endüstrisinin Mevcut Durumu** (Yüksek Lisans Tezi), Isparta.

KARASAR, N. (2003) **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

KARATAY Y. (2002) **Teknik Berberlik** , Baskı Kuşak Ofset, İstanbul.

KILGOUR, O. and MCGARRY, M. (1995) **Tüm Kuaförlük Bilimi**, Milli Eğitim Bakanlığı Kitap evi ANKARA

MERCAN, H. (Ocak 1999) **Bir Benliğin Öyküsü ‘Sofra Dergisi’** Sayı 1,Yıl 1, sayfa 10

MILADY’S, (2008) **‘Milady’s Standard Cosmetology’**, Thomson Delmar Learning, Amerika Birleşik Devletleri.

ÖNEN, AHMET M. (2006) **KOSOVA’nın Nihai Statüsü: Tarihi Süreç Ve Günümüzdeki Gelişmelerin İncelenmesi** (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

ÖZTÜRK, S. A. (2007) **Hizmet Pazarlaması’** 7. Baskı, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Eskişehir.

SİPAHİOĞLU, E. (Aralık 1999) **Silinmeyen İzler “Sofra” Dergisi** Sayı 4, Yıl 1, sayfa 32-33

SİPAHİOĞLU, B. (2002) **Osmanlı’nın Balkan Kültürüne Etkisi, “Derya”**, Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi sayı 3, sayfa 23, Mamuşa.

SOLMAZ, M. Hayri (2006) **Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyeti Ve Hacettepe Üniversitesi Erişkin Hastanesinde Bir Uygulama** (Yüksek Lisans Tezi) Ankara.

SOSTED, H. (2010) **Health, Diseases and Prevention**, SPEJLET, Özel Sayı, Danimarka.

ŞENOL, A. (2002) **Kozmetiğe Giriş** Cem Ofset Basım, Kocaeli

ŞENOL, A. (2002) **Toksikoloji ve Hijyen** Cem Ofset Basım, Kocaeli

TAKAN, M. (2000) **‘Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi’** Türkiye Bankalar Birliği, İstanbul.

TANGÖR, B. (2008) **Avrupa Güvenlik Yönetişimi Bosna, Kosova Ve Makedonya Krizleri** Seçkim Yayınları, Ankara.

TEZAK, E. (2003) **Salon Management for Cosmetology Students**, Milady's Basımevi, 4. Baskı, Amerika Birleşik Devletleri.

TILIÇ, D. (1999) **Milliyetçiliğin Pençesindeki Kartal Kosova**, Ümit Yayıncılık, Ankara

TOKTAY, B. (2005) **Kosova Tarihi**, 'Bay Dergisi' Yıl 12, Sayı 123, Prizren.

TUFAN, M. (2000) **Yugoslavya'daki Gelişmeler Ve Azınlıkların Durumu**, "Bay" Dergisi Sayı 68, 15 Aralık, Prizren.

Türk Standartları Enstitüsü (Şubat 2005) **İş Yerleri - Kuaför ve Berber Salonları – Genel kurallar TS 7891**, Ankara

UYGUÇ. N (1998) **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi** Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları İzmir.

UZGEL, İ. (2002) **Bağılantısızlıktan Yalnızlığa Yugoslavya'da Milliyetçilik ve Dış Politika** Mustafa Türkeş ve İlhan Uzel (der.), Türkiye'nin Komşuları, İmge, Ankara.

ÜSKÜDARLI A. (1979) **Kuaförlük Kadını Güzelleştiren Sanatlar**, Ertur Matbaası İstanbul.

YAZICIOĞLU, Y. ve ERDOĞAN, S. (2004). **Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Detay Yayıncılık, Ankara.

İnternet Kaynakları:

ALPKAYA, (1999) “**NATO Müdahalesi Üzerine**” Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Tartışma Metinleri 15, Ankara
<http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/alpkaya/kosova.htm>

Esk, (2010) **Kosova Devlet İstatistik Kurumu** <http://esk.rks-gov.net/>

İnsan Hak ve Hürriyetleri, (2010) İnsani Yardım Vakfı **Bağımsızlık Yolunda Kosova Coğrafi konum** <http://kosova.ihh.org.tr/genel/cografikonum/cografikonum.html>

İnsan Hak ve Hürriyetleri, (2010) İnsani Yardım Vakfı **Bağımsızlık Yolunda Kosova Sosyo – Ekonomik Durum**
<http://kosova.ihh.org.tr/genel/sosyoekonomik/sosyoekonomik.html>

İnsan Hak ve Hürriyetleri, (2010) İnsani Yardım Vakfı **Bağımsızlık Yolunda Kosova Demografik Yapı** <http://kosova.ihh.org.tr/genel/demografik/demografik.html>

Kosova’nın Bu Günkü Coğrafik Konumu, Hatita

<http://tarihvemedeniyet.org/2009/08/oruc-bey-tarihinden-kosova-ugrasi-2/>

NATO & Kosovo, (2003). **Historical Overview**,
<http://www.nato.int/kosovo/history.htm> (10/06/03).

Okulweb (2011) T.C Milli Eğitim Bakanlığı Güzellik Ve Saç Bakım Hizmetleri Alanı Hijyen ve Aydınlatma <http://okulweb.meb.gov.tr/34/12/266283/data/hijyen.htm>

Rekos, (2011) **Regjistrimi i popullsisë, ekonomive familjare dhe banesave në Kosovë Rezultatet paraprake** -- (<http://esk.rks.gov.net/rekos2011/repository/docs/REKOS%20LEAFLET%20ALB%20FINAL.pdf>) Haziran 2011

Safehair, (2010) **Avrupa Profesyonel Kuaförlük Sağlık ve Güvenlik Geliştirme Projeleri**. <http://www.safehair.eu/>

Security Council Report, (2007) **Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri’nin Kosova Özel temsilcisi Marti Ahtisari’nin Kosova’nın Statüsü hakkındaki raporu:**

http://www.securitycouncilreport.org/site/c.gIKWLeMTIsG/b.2620595/k.8BAE/April_2007BRKosovo.htm

Sosyalist Sırbistan'ın İçindeki Kosova Sosyalist Özerk Bölgesi'nin Sosyalist Federal Yugoslavya Cumhuriyeti'ndeki Konumu 1974-1990, Harita

<http://www.guncelmeydan.com/pano/amerikan-bayragiyla-bagimsizlik-olur-mu-t25882.html>

Unmik, (2009) **Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin 1244 sayılı kararı** dahil, tüm UNMIK düzenlemeleri için: http://www.unmikonline.org/docu_QL.htm

EKLER**EK: 1**

Değerli Katılımcı

Bu araştırma ‘Kosova Kuaförlük Hizmet Sektörünün Mevcut Durumunun’ belirlenmesine yönelik olarak; Kuaför profesyonellerin ve kuaför salonlarının mekân olarak profilini belirlemek amacı ile hazırlanmıştır. Bu durumun belirlenmesi için siz kuaför profesyonellerin katkısına ihtiyaç duyulmuştur.

Anket, Kişisel Bilgileriniz, Uygulamaya İlişkin Bilgilerinizi ve Çalışma Alanının Fiziki koşullarını belirlemeye yönelik olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır.

Vereceğiniz cevaplar araştırmada sadece veri olarak kullanacak, hiçbir kişi ya da kuruma verilmeyecektir. Ankete cevap verirken soruların karşısına sizin için uygun olan ve uygulama tekniklerini içeren cevabı yazınız.

Anket sorularının cevaplandırılmasında duyarlı davranacağınıza inanıyor, gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız zamana teşekkür ediyorum.

Araştırmacı**Vali GJİNALİ Yüksek Lisans (Master) Öğrencisi****G.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü****I. İşletme Sahibinin Demografik Özellikleri**

1. İşletme Sahibinin Adı Soyadı : _____

2. İşletme Sahibinin Doğum Tarihi Ve Yeri : _____

3. İşletme Sahibinin e-mail Adresi : _____

4. İşletme Sahibinin Öğrenim Durumu : _____

A () İlköğretim B () Lise C () Ön Lisans D () Lisans E () Lisansüstü Eğitim

5. İşletme Sahibinin Aldığı Mesleki Eğitim Durumu:

6. İşletme Sahibinin Varsa Almış Olduğu Özel Kurslar:

II. İşletmenin Özellikleri.

1. İşletme Salonunun Adı : _____

2. İşletme Salonunun Açık Adresi : _____

3. İşletme Telefon Numarası : _____

4. İşletme Salonunun e-mail ve Web Adresi : _____

5. Kendinden Hariç İşletmede Çalışan Eleman Sayısı :

A () Yok B () 1-2 C () 3-5 D () 6-10 E () 10 - üzeri ...

6. Çalışanlara Aylık Ücret Ödemeleri Nasıl Yapılıyor?

A () Ücret verilmiyor B () Maaş C () Prim D () Maaş + Prim E () Bahşiş

7. Salonunuzdaki Çalışanların Sosyal Güvenceleri Var Mı ?

A () Evet B () Hayır

8. İşletmenize Gelen Ortalama Aylık Müşteri Sayısı Nedir?

A () < - 50 B () 51-100 C () 101-150 D () 151-200 E () 201-300 F () 300 - >

III. Kuaför Salonlarının Fiziki Durumları

1. Salonunuzun net kullanım alanının yüzölçümü nedir?

A () 25metrekare ve altı B () 26-50 metrekare
C () 51-100 metrekare D () 101metrekareden büyük

2. Salonda uygulama yapılan birimlerin duvar döşemesi nedir?

A () Boya B () Lambri C () Seramik/Fayans/Mermer D () Alçı duvar

3. Salondaki ünitelerde duvar renkleri nelerdir?

A () Tek renk: _____ B () Farklı renkler: _____

4. Salonun zemini hangi özelliktedir?

A () Fayans/mozaik B () Kalebodur C () Laminant/parke D () Halı Kaplama

5. Salonun ısınması nasıl sağlanıyor?

A () Odun sobası B () Klima C () Kalorifer
D () Elektrikli Isıtıcı E () Doğalgaz F () Diğer _____

6. Salonun sıcak su ihtiyacı nasıl karşılanmaktadır?

A () Elektrikli şofben B () Tüplü şofben C () Doğalgaz D () Elektrikli Termosifon

7. Salonda bulunan toplam işlem koltuğu/sayısı nedir?

A () 1-3

B () 4-6

C () 7-9

D () 10 ve Üzeri

8. Salonda elektrik kesintilerine karşı hangi önlemler alınıyor?

A () Önlem alınmıyor

B () Lamba ve Mum

C () Akü

D () Jeneratör

9. İşletmenizin herhangi bir sigortası var mı?

A () Yok

B () Deprem

C () Yangın

D () Hırsızlık

E () Kaza

F () Diğerleri _____

Soru	Evet	Hayır	Açıklama	Gözlem
10. Salonunuzda su kesintisine karşı önlem alınıyor mu?				
11. Salonunuzda flüoresan ışık kullanılıyor mu?				
12. Salonunuzda tuvalet var mı?				
13. Salonunuzda lavabo var mı?				
14. Salonunuzda vestiyer var mı?				
15. Salonunuzda ilkyardım dolabı var mı?				
16. Salonunuzda yangına karşı herhangi bir güvenlik önlemi bulunuyor mu?				
17. Salonunuzda mekanik havalandırma bulunuyor mu?				
18. Salonunuzda çalışan personele ait dolap bulunuyor mu?				
19. Salonunuzda personel özel dinlenme yeri var mı?				
20. Salonunuzda müşterilerinize özel bekleme ünitesi var mı?				
21. Salonunuzda müşterileriniz beklerken müzik dinleme veya televizyon izleme imkanı var mı?				
22. Salonunuzda mutfak bulunuyor mu?				
23. Salonunuzda içecek ikramı yapılıyor mu?				
24. Salonunuzda malzeme stok yeri (Depo) var mı?				
25. Salonunuzda boya hazırlamak için özel bir bölüm bulunuyor mu?				
26. Salonunuzda çalışanlarınızın tek tip önlükleri veya tişörtleri var mı?				
27. Salonunuzda yazar kasa var mı?				
28. Salonunuzda verilen hizmetlerle ilgili fiyat listesi var mı?				

29. Salonunuzda istek ve şikayet kutusu var mı?				
30. Salonunuzda bilgisayar bulunuyor mu?				
31. Salonunuzda bilgisayar destekli salon yönetimi programı kullanıyor musunuz?				
32. Salonunuzda bilgisayar destekli saç veya makyaj tasarımı yapıyor musunuz?				
33. Salonunuzda kullanılan malzemelerin sterilizasyonu için uygun sterilizatör aleti bulunuyor mu?				
34. Salonunuzda kirli havlu sepeti ve temiz havlu dolabı bulunuyor mu ?				
35. İşletmeniz teknolojik yenilikleri kullanıyor mu?				
36. Salonunuzda promosyon günleriniz var mı?				
37. Salonunuzda ücret bakımından devamlı müşterilerinize ayrıcalık tanıyor musunuz?				
38. Salonunuzda randevu sistemi var mı?				
39. Mesleğinizden kaynaklanan sağlık probleminiz var mı?				
40. Kimyasal içerikli madde kullanırken güvenlik için eldiven kullanıyor musunuz?				
41. Yakın çevrenizde (200m) sizinle aynı iş yapan başka işletmeler var mı?				
42. Camda yada dış bölümde pano üzerinde işletmenin ismi yazılı mı?				
43. İşletmenin logosu var mı?				
44. Salonunuzda uygulanmak üzere resmi bir kurumun belirlediği özel ücret tarifeniz var mı?				
45. Salonunuzda uygulanmak üzere resmi bir kurumun belirlediği özel ücret tarife kullanılmasını ister misiniz?				
46. Salon sahibinin usta öğretici belgesi var mı (Varsa nerden almış)?				
47. Personeliniz, meslekle ilgili eğitim ve seminerlere katılıyor mu?				
48. İşletmeniz Maliye Bakanlığı tarafından denetleniyor mu?				

49. İşletmeniz resmi bir kurum tarafından denetleniyor mu ?

A () Denetlenmiyor

B () Meslek odaları

C () Belediye

D () Sağlık Bakanlığı

E () Diğerleri _____

50. Alanınızda gelişen yenilikleri nasıl takip ediyorsunuz?

- A () Takip etmiyorum B () Televizyon C () Gazete ve dergi
D () İnternet E () Diğerleri _____

51. İşletmenizin tanıtımı nasıl yapılıyor?

- A () Yapılmıyor B () Web sayfası C () Afiş ve ilan
D () Gazete ve dergi E () Reklamla F () Diğer _____

52. Aylık olarak reklam ve tanıtıma ayırdığınız EURO tutar ne kadardır?

- A () Hiç B () 20 – 50 C () 51 – 100 D () 101 – 150 E () 151 ve üzeri.

53. İşletmenizin ayrıca bir şubesi var mı ?

- A () Yok B () 1 şube C () 2 şube D () 3 ve üzeri

54. İşletmenizde müşteri bilgi kartı var mı?

- A () Yok B () Kesim kartları C () Boya kartları
D () Röfle kartları D () Perma kartları E () Diğerleri _____

55. İş yerinizde yemek ihtiyacı nasıl karşılanıyor ?

- A () Yemek imkanı sağlamıyor B () Yemek ücreti veriyor
C () İş yerinde yemek çıkıyor D () Diğerleri _____

56. Bu mesleği tercih etme sebebiniz?

- A () Ailemin yönlendirmesiyle B () Maddi sebepler
C () Mesleğe karşı ilgim D () Çevrenin etkisi

57. Yıllık izin süreniz ne kadardır?

- A () Yok B () 1 hafta C () 2 hafta D () 3 hafta ve üzeri

58. Salonunuzda ödemeler nasıl yapılıyor?

- A () Kredi kartı B () Nakit C () Taksit D () Veresiye

59. Salonunuzda saç bakım ve yapım konusunda en fazla hangi yaş gruplarına hizmet veriyorsunuz?

- A () 15-17 B () 18-24 C () 25-34 D () 35-49 E () 50 ve üzeri

60. Elemanlarınız mesleki eğitimlerini hangi kurum ve kuruluşlardan aldılar?

- A () Meslek lisesi eğitimi _____
 B () Özel öğretim kurumlarından _____
 C () Ustanın yanından _____
 D () Firma Seminerleri _____
 E () Diğerleri _____

61. Salonunuzda kuaförlük haricinde başka hangi hizmetleri veriyorsunuz?

- A () Başka hizmet vermiyorum B () Makyaj C () Epilasyon – Depilasyon
 D () Manikür – Pedikür E () Cilt Bakımı F () Diğer _____

62. Salonunuzda hangi kozmetik ürünlerin satışını yapıyorsunuz ?

- A () Ürün satışı yapmıyorum
 B () Saç bakım ürünleri _____
 C () Makyaj ürünleri _____
 D () Cilt bakım ürünleri _____
 E () El - Ayak bakım ürünleri _____
 F () Vücut bakım ürünleri _____
 G () Diğerleri _____

62. soruda ürün satışı yapmıyorum seçeneğini işaretlediyseniz (63, 64, 65, 66. Sorulara cevaplamayınız)

63. Satışını yaptığınız ürünleri öncelikle nasıl seçiyorsunuz?

- A () Talebe göre B () Ürünün kalitesine göre
 C () Ürünün popülerliğine göre D () Ürünün fiyatına göre
 E () Kar payına göre F () Diğerleri _____

EK: 2



TÜRK STANDARDI
TURKISH STANDARD

TS 7891**Şubat 2005****ICS 03.080.30**

İŞ YERLERİ - KUAFÖR VE BERBER SALONLARI -
GENEL KURALLAR

Work places - Hairdressers and barbers - General rules

TÜRK STANDARDLARI ENSTİTÜSÜ

Necatibey Caddesi No.112 Bakanlıklar/ANKARA

- Bugünkü teknik ve uygulamaya dayanılarak hazırlanmış olan bu standardın, zamanla ortaya çıkacak gelişme ve değişikliklere uydurulması mümkün olduğundan ilgililerin yayınları izlemelerini ve standardın uygulanmasında karşılaştıkları aksaklıkları Enstitümüze iletmelerini rica ederiz.
- Bu standardı oluşturan Hazırlık Grubu üyesi değerli uzmanların emeklerini; tasarılar üzerinde görüşlerini bildirmek suretiyle yardımcı olan bilim, kamu ve özel sektör kuruluşları ile kişilerin değerli katkılarını şükranla anarız.



Kalite Sistem Belgesi

İmalât ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren kuruluşların sistemlerini TS EN ISO 9000 Kalite Standardlarına uygun olarak kurmaları durumunda TSE tarafından verilen belgedir.



Türk Standardlarına Uygunluk Markası (TSE Markası)

TSE Markası, üzerine veya ambalajına konulduğu malların veya hizmetin ilgili Türk Standardına uygun olduğunu ve mamulle veya hizmetle ilgili bir problem ortaya çıktığında Türk Standardları Enstitüsü'nün garantisi altında olduğunu ifade eder.

TSEK

Kalite Uygunluk Markası (TSEK Markası)

TSEK Markası, üzerine veya ambalajına konulduğu malların veya hizmetin henüz Türk Standardı olmadığından ilgili milletlerarası veya diğer ülkelerin standardlarına veya Enstitü tarafından kabul edilen teknik özelliklere uygun olduğunu ve mamulle veya hizmetle ilgili bir problem ortaya çıktığında Türk Standardları Enstitüsü'nün garantisi altında olduğunu ifade eder.

DİKKAT!

TS işareti ve yanında yer alan sayı tek başına iken (TS 4600 gibi), mamulün Türk Standardına uygun üretildiğine dair üreticinin beyanını ifade eder. **Türk Standardları Enstitüsü tarafından herhangi bir garanti söz konusu değildir.**

Standartlar ve standardizasyon konusunda daha geniş bilgi Enstitümüzden sağlanabilir.

TÜRK STANDARDLARININ YAYIN HAKLARI SAKLIDIR.

Ön söz

Bu Standard, Türk Standardları Enstitüsü'nün Hizmet Standardları Hazırlık Grubu'na TS 7891 (1990)'in revizyonu olarak hazırlanmış ve sonra, TSE Teknik Kurulu'nun 10 Şubat 2005 tarihli toplantısında kabul edilerek yayımına karar verilmiştir.

Bu standardın daha önce yayımlanmış bulunan baskıları geçersizdir.

Bu standardın hazırlanmasında, milli ihtiyaç ve imkânlarımız ön planda olmak üzere, milletlerarası standartlar ve ekonomik ilişkilerimiz bulunan yabancı ülkelerin standartlarındaki esaslar da gözönünde bulundurularak; yarar görülen hallerde, olabilen yakınlık ve benzerliklerin sağlanmasına ve bu esasların, ülkemiz şartları ile bağdaştırılmasına çalışılmıştır.

Bu Standard son şeklini almadan önce; bilimsel kuruluşlar, üretici/ imalatçı ve tüketici durumundaki konunun ilgilileri ile gerekli işbirliği yapılmış ve alman görüşlere göre olgunlaştırılmıştır.

İçindekiler

0	Konu, tarif, kapsam	1
0.1	Konu.....	1
0.2	Tarifler	1
0.2.1	Kuaför ve berber salonu	1
0.2.2	Saç yıkama seti (şampuanlık).....	1
0.2.3	Çalışma masası (çalışma tezgâhı).....	1
0.2.4	Fön.....	1
0.2.5	Mizanpli.....	1
0.2.6	Perma.....	1
0.2.7	Saç tonlama	1
0.2.8	Defrize	1
0.2.9	Mizanpli makinesi	1
0.2.10	Saç maşası.....	1
0.2.11	Saç pres makinesi	1
0.2.12	Yansıtmalı ısı cihazı (klimazon).....	1
0.2.13	Kızılötesi lamba (enfraruj).....	1
0.2.14	Buhar makinesi.....	2
0.2.15	Saç ekleme makinesi (kaynak makinesi).....	2
0.2.16	Sabitleyici (nötralizatör, fiksator).....	2
0.2.17	Toz ve krem açıcı.....	2
0.2.18	Oksidan krem, oksijenli su, hidrojen peroksit.....	2
0.2.19	Penuar.....	2
0.2.20	Sprey maskesi.....	2
0.2.21	Efile makası.....	2
0.2.22	Ense fırçası.....	2
0.2.23	Postiş.....	2
0.2.24	Saç tonlama paleti.....	2
0.2.25	Sterilizasyon.....	2
0.3	Kapsam.....	2
1	Sınıflandırma.....	2
2	Ortak kurallar.....	3
2.1	Yerleşim ve fiziksel yapı ile ilgili kurallar.....	3
2.2	İşletmecilik ile ilgili kurallar.....	3
2.3	Teknik donanım ile ilgili kurallar.....	4
2.4	Çevre sağlığı ile ilgili kurallar.....	4
2.5	Çalışanlar ile ilgili kurallar.....	5
3	Özel kurallar.....	5
3.1	Bayan salonları için özel kurallar.....	5
3.2	Erkek salonları için özel kurallar.....	5
4	Çeşitli hükümler.....	5
	Yararlanılan kaynaklar.....	5
	Ek 1 - Bayan kuaför salonlarında en az bulunması gereken makine, ekipman ve malzemeler.....	6
	Ek 2 - Erkek berber salonlarında en az bulunması gereken makine, ekipman ve malzemeler.....	8

Atıf yapılan standardlar

References

TS 266/Nisan 1997	"Sular-İçme ve Kullanma Suları" "Water intended for human consumption"
TS 3419/Nisan 2002	"Havalandırma ve İklimlendirme Tesisleri Projelendirme Kuralları" "Ventilation and air conditioning installation - Requirements projecting"
TS 3420/Haziran 1979	"Havalandırma ve İklimlendirme Tesislerini Yerleştirme Kuralları" "Principles for the disposition of ventilation and air conditioning installations"
TS 4156/Nisan 1995	"Yangından önleme - Umumi Yerlerle Gruplandırma, Ekipman ve sistemler - Genel" "General rules for protection in common places"
TS 5626/Mart 1988	"Buhar, Sterilizatörler (Otoklav)" "Steam Sterilizers (Autoclave)"
TS8357/Ocak1999	"Halka veya Müşterilere Açık Tuvaletler (WC'ler) - Sınıflandırma ve Genel Kurallar" "777e classification and general rules of public lavatories"
TS 8401/Şubat 2003	"İş Yerleri, Güzellik Salonları-Genel Kurallar" "Work places-Beauty parlors-General rules"
TS 12201/Nisan 1997	"Atıklar-Çöp Kapları - Kurallar" "Waste - Refuse containers"
TS 12598/Nisan 1999	"İlk Yardım Dolabı- Okullarda Kullanım İçin" "First Aid to be used in schools"

İş yerleri - Kuaför ve berber salonları - Genel kurallar

0 Konu, tarif, kapsam

0.1 Konu

Bu Standard, kuaför ve berber salonlarının kurallarına dairdir.

0.2 Tarifler

0.2.1 Kuaför ve berber salonu

Müşterilerin isteklerine uygun olarak; yıkama, kesim, bakım, kalıcı veya geçici olarak şekil değişikliği gibi saçla ilgili iş ve işlemlerin ve erkeklerin sakal tıraşının yapıldığı yer.

0.2.2 Saç yıkama seti (şampuanlık)

Müşterilerin saçlarının yıkandığı, lavabo, sıcak-soğuk su tertibatı ve lavaboya yaslanan bir koltuktan oluşan set.

0.2.3 Çalışma masası (çalışma tezgâhı)

Üzerinde tarak fırça, makas vb. çalışma malzemesi ile erkek kuaför salonlarında saç yıkama lavabosunun bulunduğu, saç tarama koltuğunun Önüne sabit olarak yerleştirilen masa.

0.2.4 Fön

Saç kurutma makinesinin üflediği sıcak hava ve yuvarlak fön fırçası yardımıyla saç şekil vermek amacıyla yapılan işlem.

0.2.5 Mizanpli

Saça geçici dalga vermek amacıyla, ıslak saçın metal bigudilerle sarılıp, sıcak hava yardımıyla kurutulması işlemi.

0.2.6 Perma

Saça kalıcı dalga vermek amacıyla, saçın özel plâstik perma bigudileriyle sarılması ve özel perma losyonu ile ıslatılması şeklinde yapılan işlem.

0.2.7 Saç tonlama

Saçın belirli bir biçimde ayrılan tutamlarının, ana veya zemin tonundan daha açık tonlara boyanması şeklinde yapılan işlem. Saç tutamlarının ayrılmasına ve boyanacak renk tonuna göre; röfle, meç ve balyaj olarak isimlendirilir.

0.2.8 Defrize

Dalgalı saç kalıcı düzlük vermek amacıyla, saçın özel bir losyon ile ıslatılması ve ince dişli bir tarakla sürekli taranması şeklinde yapılan işlem.

0.2.9 Mizanpli makinesi

Mizanpli işleminde sıcak hava üfleyerek saçın kurutulması için kullanılan makine.

0.2.10 Saç maşası

Elektrik yardımıyla ısıtılan ve üzerine saçın sanılmasıyla saç geçici dalga veren makine.

0.2.11 Saç pres makinesi

Elektrik yardımıyla ısıtılan ve arasına saçın sıkıştırılmasıyla saçta geçici şekil veren makine.

0.2.12 Yansıtıcı ısı cihazı (klimazon)

Isıyı yansıtarak veren ve saç boyama gibi işlemlerde reaksiyonun hızlanması için saçın ısıtılmasını sağlayan makine.

0.2.13 Kızılötesi lamba (enfraruj)

Yaydığı kızılötesi ışıkla ısı sağlayan lamba. Yansıtıcı ısı cihazı ile aynı görevi görür.

0.2.14 Buhar makinesi

Saç bakımında kullanılan ve buhar üfleyen makine.

0.2.15 Saç ekleme makinesi (kaynak makinesi)

Saçın uzatılması amacıyla, kişinin kendi saçının ucuna kaynak yardımıyla ek saç ilâve etme işleminde kullanılan makine.

0.2.16 Sabitleyici (nötralizatör, fiksator)

Perma ve defrize işlemlerinde, saçta verilmek istenen şeklin kalıcı olması için kullanılan losyon.

0.2.17 Toz ve krem açıcı

Saçın rengini açmak için kullanılan toz ve krem şeklindeki kimyasal ürün.

0.2.18 Oksidan krem, oksijenli su, hidrojen peroksit

Saç boyama ve saç açma işlemlerinde saç boyasının ve açıcıların oksitlenme yoluyla saçta nüfuz etmesini sağlayan kimyasal maddeler.

0.2.19 Penuar

Saç üzerinde yapılan her tür uygulamada, müşterinin giysilerini korumak amacıyla kullanılan önlük.

0.2.20 Sprey maskesi

Saçta sprey sıkılırken, müşterinin yüzüne sprey gelmemesi için kullanılan, plâstikten yapılmış yardımcı malzeme.

0.2.21 Efile makası

Farklı saç kesim tekniklerinde kullanılan zikzak uçlu makas. **0.2.22 Ense fırçası**

Saç kesiminden sonra, ensede kalan saç kıllarını temizlemek için kullanılan fırça.

0.2.23 Postiş

Saçın sadece bir bölümüne tutturulan örgü, topuz, at kuyruğu vb. takma saç çeşitleri.

0.2.24 Saç tonlama paleti

Saç tonlama işlemlerinde, ayrılan saç tutamlarının düzgün boyanması amacıyla saç tutamlarının altına yerleştirilen yardımcı malzeme.

0.2.25 Sterilizasyon

Tarifi TS 5626¹⁾da verilmiştir.

0.3 Kapsam

Bu standard, kuaför ve berber salonlarının sınıflandırma, yerleşim ve fiziksel yapı, işletmecilik, teknik donanım, çevre sağlığı ve çalışanlar ile ilgili kurallarını kapsar. Güzellik, ağda, epilasyon, manikür ve pedikür salonlarının kurallarını kapsamaz.

1 Sınıflandırma

1.1 Bayan kuaför salonları;

- 2. sınıf,
 - 1. sınıf,
 - Lüks sınıf,
- olmak üzere üç sınıfa ayrılır.

1.2 Bayan kuaför salonları;

- 3. sınıf,
 - 2. sınıf,
 - 1. sınıf,
 - Lüks sınıf
- olmak üzere dört sınıfa ayrılır.

Sınıflandırma, mevzuatında belirtilen kriterler esas alınarak yapılmalıdır.

Not - Bu standard metninde, bundan sonra "kuaför ve berber salonu" ifadesi yerine "salon" ifadesi kullanılmıştır.

2 Ortak kurallar

2.1 Yerleşim ve fiziksel yapı ile ilgili kurallar

2.1.1 Salon, sosyal hareketin yoğun olduğu yerlerde olmalı, salonun cephe görünümü verilen hizmeti yansıtmalıdır (tanıtıcı özellikte, tabela, yazı vb.).

2.1.2 Salonun açılış ve işletilişine dair her türlü izin, sınıfına göre ruhsat, belge vb. alınmış olmalıdır.

2.1.3 Salonda, verilen hizmetlerin gereği olan, ihtiyacı karşılayacak büyüklükte (kişi başı en az 4 m²) mekân ve mahaller bulunmalıdır. Salon; bekleme yeri, saç yıkama yeri, saç boyama yeri, saç kesme yeri, saç tarama yeri, boya hazırlama bölümü, personel dinlenme yeri, mutfak, depo vb. şeklinde düzenlenmelidir.

2.1.4 Salonun zemini, kolay temizlenebilen ve kaygan olmayan bir malzeme ile kaplanmalıdır.

2.1.5 Salon uygun bir sistemle ısıtılmalı ve ısıtmada mahalli yetkililerce belirlenmiş yakıt kullanılmalıdır.

2.1.6 Salon glop veya flüoresan lambalarla aydınlatılmalı, gün ışığına yakın bir aydınlanma ortamı sağlanmalıdır.

2.1.7 Salonda devamlı sıcak ve soğuk su (TS 266'ya uygun) bulunmalı, su kesilmelerine karşı tesisata bağlı yeterli hacimde, 24 saat yetecek kapasitede yedek su deposu olmalıdır.

2.1.8 Salon doğal ve mekanik olarak havalandırılmalı, mekanik havalandırma tesisatı TS 3419 ve TS 3420'ye uygun olmalı, yangınla ilgili olarak TS 4156'da belirtilen tedbirler alınmalı, TS 12201'e uygun çöp kutusu ve personel sayısı kadar soyunma dolabı bulunmalıdır.

2.1.9 Salonda TS 8357'ye uygun WC ve lavabo bulunmalıdır.

2.1.10 Salonun uygun yerinde, yazar kasanın konulduğu ve müşteriden ücretin alındığı bir banko, vestiyer veya dekora uygun askılıklar bulunmalıdır.

2.2 İşletmecilik ile ilgili kurallar

2.2.1 Kuaförler odasından alınan ustalık belgesinin aslı ile tüm çalışanların isimlerinin ve görevlerinin yazılı olduğu bir levha salonda kolayca görülebilecek bir yere asılmalıdır.

2.2.2 Salonda, verilen hizmetlerle ilgili fiyat listesi bulunmalı; liste, müşteri kabul bölümünde görülebilir bir yere asılmalı ve fiyat değişiklikleri bu listeye yansıtılmalıdır.

2.2.3 Salonda tanıtım, reklam, müşteri bilgilendirme faaliyetlerini gerçekleştirecek bir sistem bulunmalıdır. Bir web sayfası olması hâlinde ve bu sayfada sanal hizmet, istek ve şikâyet imkânı ile var ise şubelerinin adres ve telefonları bulunmalı, web sayfası tanıtım ilânlarında adres ve telefonla birlikte yer almalıdır.

2.2.4 Salonda müşteri istek ve beklentilerini karşılayan bir hizmet yapısı oluşturabilecek (müşteri odaklılık) ve verilen hizmetlerdeki memnuniyeti ortaya koyabilecek (müşteri memnuniyeti) bir sistem bulunmalı (şikâyet ve öneri kutuları vb.) ve bu sisteme ait faaliyetler izlenebilmelidir. Müşteri ile ilgili tüm bilgilerin kaydı; isim, adres, salonda hizmet aldıkları tarih, verilen hizmet, satın aldıkları ürünler vb. bilgisayar ortamında veya müşteri kartlarında tutularak, bir müşteri takip sistemi kurulmalıdır. Talep hâlinde müşteriye adresinde hizmet verilebilecek bir sistem bulunmalıdır.

2.2.5 Salonda saç yıkama setleri ve/veya çalışma masaları (çalışma tezgâhları) bulunmalı, çalışma masaları; hijyenik malzemedir ve 80-90 cm yüksekliğinde, 35-40 cm eninde yapılmalı, üzerlerinde her tarama koltuğuna isabet edecek şekilde, genişliği 65-70 cm, boyu 85-90 cm, aralarındaki boşluk 70-75 cm olan aynalar ile alt kısımlarında ayak koymak için yerden yükseltilmiş ayaklıklar bulunmalıdır.

2.2.6 Salonun uygun bir yerinde veya çalışma masalarının altında, kullanılan malzemenin (tarak, fırça, makas, boya, havlu vs.) içine konulabileceği yeterli miktarda çekmece, raf ve dolap bulunmalıdır.

2.2.7 Müşteri koltukları (tarama koltukları); ergonomik, temizlenebilir olmalı ve koltukların yüksekliği ayarlanabilmelidir.

2.2.8 Salonda cilt bakımı, manikür, pedikür, makyaj, ağda vb. hizmetlerin verilmesi hâlinde; hizmet mahali, alet ve çalışanların özellikleri TS 8401 'e uygun olmalıdır.

2.2.9 Salonda, TS 12598' e uygun ilk yardım dolabı bulunmalıdır.

2.3 Teknik donanım ile ilgili kurallar

2.3.1 Salonda, bayan veya erkek salonu olması durumuna göre en az, sırasıyla Ek 1 ve Ek 2'de gösterilen donanım, kimyasal madde vb. bulunmalıdır.

2.3.2 Salonda kullanılan bütün malzemeler, sterilasyon ve/veya dezenfeksiyona uygun malzemeden yapılmış olmalıdır.

2.3.3 Gerekli ekipman ve malzemelerden fön fırçası, tarak, file makas, boya fırçası, ense fırçası, pens, sakal fırçası, saç makası ve tıraş makinesi her masa için ikişer tane olmalı; bunlardan birisi kullanılırken diğeri uygun dezenfektan içerisinde bulundurulmalıdır. Firkete, pamuk, kulaklık, jilet, bone vb. malzemeler tek kullanımlık olmalıdır.

2.4 Çevre sağlığı ile ilgili kurallar

2.4.1 Salonda TS 12201' e uygun çöp kutuları bulunmalı ve yapılan işlemler sonucunda oluşan atık maddeler, tıbbî atıkların kontrolü mevzuatına göre imha edilmelidir.

2.4.2 Salonda kullanılan malzemenin sterilizasyonuna uygun bir adet sterilizatör bulunmalıdır. Kullanılan tüm cihaz ve makas, törpü, cımbız vb. kesici-delici aletler, her kullanımdan sonra % 70'lik etil alkol ile dezenfekte edilmeli; tüm aletler UV lambayı direkt görececek şekilde (üst üste gelmeyecek şekilde) UV sterilizatöre yerleştirilerek en az 10 dakika süreyle bekletildikten sonra kullanılmalıdır. Periyodik bakım gerektiren cihaz ve aletler için takip kartları düzenlenmelidir.

2.4.3 Saç fırçaları ve tarakların temizliği günlük yapılmalıdır.

2.4.4 Salonda havlular her kullanımdan sonra yıkanmalı; kirli havlular çamaşır sepetlerine, temiz havlular kapalı dolaplara konulmalıdır.

2.4.5 Salonda kullanılan şampuan, saç kremi vb. malzemeler insan sağlığına zarar vermeyecek ve gerekli hijyeni sağlayacak kalitede olmalıdır.

2.4.6 Salondaki mekân ve mahallerin günlük temizliği yapılmalı, salonun zararlı kimyasal maddelerden arındırılması için uygun dezenfektanlar kullanılmalı ve bu uygulama bir form aracılığı ile izlenebilmelidir.

2.5 Çalışanlar ile ilgili kurallar

2.5.1 Salonun sorumlusu en az lise düzeyinde kuaförlük eğitimi almış veya ilgili meslek alanında eğitici usta belgesine sahip olmalı; diğer çalışanlar ise ustalık ve kalfalık belgesine sahip olmalıdır.

2.5.2 Çalışanların görevlen ve sorumlulukları belirlenmiş ve ilgililer bilgilendirilmiş olmalıdır.

2.5.3 Çalışan personel tek tip iş önlüğü giymeli, tercihan yakalarında isim ve unvanları yazılı yaka kartı taşımalıdır.

2.5.4 Çalışanlar işe başlamadan ve işe başladıktan sonra her üç ayda bir sağlık taramasından geçirilmeli ve buna ilişkin belgeler muhafaza edilmelidir.

3 Özel kurallar

3.1 Bayan salonları için özel kurallar

3.1.1 Bayan salonlarının pencereleri, dışarıdan İçerinin görülmesine engel olacak şekilde tül, perde, jaluzi vb. ile kapatılmalıdır.

3.1.2 Bayan salonlarında, salonun uygun bir yerine sabit olarak yerleştirilmiş saç yıkama seti bulunmalı; set arkası ve çalışırken ıslanabilecek yerler mermer, fayans veya benzeri su geçirmez bir malzeme ile kaplı olmalıdır. Zeminde kanalizasyona, foseptiğe veya arıtım sistemine bağlı, ızgaralı ve sifonlu yer süzgeci bulunmalıdır.

3.1.3 Lüks sınıf bayan salonları; klima ile havalandırılmalı; salonda müzik sistemi, televizyon ile çay, kahve, meşrubat vb. içecek servisi yapılan oturma bölümü bulunmalıdır.

3.2 Erkek salonları için özel kurallar

3.2.1 Saç ve sakal tıraşında, jiletler bir defaya mahsus kullanılmalıdır.

3.2.2 Salondaki çalışma koltuklarının baş dayanan kısmı hareket ettirilebilir olmalı, bu kısım her müşteri için temiz bez veya kâğıt havlu örtülmelidir.

4 Çeşitli hükümler

4.1 Sahibi veya işletmecileri bu standarda uygun olarak çalıştırdıklarını beyan ettikleri iş yeri için, İstendiğinde bu standarda uygunluk beyannamesi vermek veya göstermek mecburiyetindedir. Bu beyannamede iş yerinin Madde 2' deki kurallara uygun olduğunu belirtmeleri gerekir.

Yararlanılan kaynaklar

- Bay ve bayan kuaför ve berber salonlarının incelenmesi ve yetkilileri ile yapılan görüşmelerin değerlendirilmesi.
- 1593 Sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu ile İşyeri Açma ve Çalışma Şartlarını Düzenleyen Yönetmelik.
- 20103 Sayılı, 09.03.1989 Tarihli, Belediyelerle İlgili işyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı Yönetmeliği.

Ek 1

Bayan kuaför salonlarında en az bulunması gereken makine, ekipman ve malzemeler

- Alüminyum bigudiler (1 numaradan 10 numaraya kadar)
- Plastik perma bigudileri (1 numaradan 4 numaraya kadar)
- Fön fırçaları
- Taraklar
- Saç kesme makasları
- File makas
- Jiletli kesici
- Boya taşı
- Boya fırçası
- Boya karıştırıcı (shaker)
- Püskürtücüler (saç ıslatmak için)
- Tokalar
- Firketeler
- Ense fırçası
- Pensler
- Saç fileleri
- Kulaklık
- Kesim önlüğü (penuarı)
- Boyama önlüğü (penuarı)
- Havlu (açık renk)
- Havlu dolapları
- Kirli çamaşır sepetleri
- Yer süpürülen kıl fırça
- Pamuk
- Pamukluk
- Perma bonesi
- Çalar saat
- Sıvı ölçü tüpü (mezür)
- Boya sehpası -Saç bakım sehpası
- Bellik (fön makinesinin vb. takılması için)

Elektrikli aletler

- Mizanpili makinesi
- Fön makinesi
- Saç maşası
- Sterillizatör
- Elektrikli ense makinesi

- Sa tost makinesi
- Klimazon (sa bakımı için) -
- Çamaşır makinesi

Kimyasal malzemeler

- Boya
- Perma ilacı
- Briyantın
- Sa spreyi
- Köpük
- Vazelin
- Perma fiksatörü
- Zefiran
- Perhidrol
- Şampuan
- Sa kremi
- Peroksit tablet
- Oksijenli su
- Oksidan
- Oryal
- Pudra

Ek 2

Erkek berber salonlarında en az bulunması gereken makine, ekipman ve malzemeler

- Fön fırçaları
- Taraklar
- Saç kesme makası
- Sakal fırçaları
- Ense fırçası
- Ustura (değiştirilebilir jiletli, tek kullanımlık, katlanabilir)
- Jiletler
- Perma bigudileri
- Pamukluk
- Pamuk
- Boya fırçası
- Boya tası
- Püskürtücü
- Yer süpürülen kıl fırça
- Kesim önlüğü (penuarı)
- Havlu (açık renk)
- Boya sehpası

Elektrikli aletler

- Tıraş makinesi Ensetıraşı makinesi
- Fön makinesi
- Sterilizatör
- Buhar makinesi
- (tıraş sonrası için)

Kimyasal malzemeler

- Boyalar
- Briyantin
- Jöle
- Köpük jöle
- Saç spreyleri
- Şampuan
- Losyon
- Tıraş kremi
- Krem
- Zefiran -Oryal
- Pudra

EK: 3

MESLEK LİSELERİ
GÜZELLİK VE SAÇ BAKIM HİZMETLERİ ALANI
(SAÇ BAKIMI, GÜZELLİK HİZMETLERİ, MAKYAJ, VÜCUT BAKIMI VE MASAJ,)
ÇERÇEVE ÖĞRETİM PROGRAMI HAFTALIK DERS ÇİZELGESİ

DERS KATEGORİLERİ		DERSLE	9. SINIF	10. SINIF	11. SINIF	12. SINIF
ORTAK DERSLER		*DİL VE ANLATIM	2	2	2	2
		TÜRK EDEBİYATI	3	3	2	2
		DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ	1	1	1	1
		TARİH	2	2	-	-
		T.C. İNKILÂP TARİHİ VE ATATÜRKÇÜLÜK	-	-	2	-
		COĞRAFYA	2	2	-	-
		MATEMATİK	4	-	-	-
		GEOMETRİ	2	-	-	-
		FİZİK	2	-	-	-
		KİMYA	2	-	-	-
		BİYOLOJİ	2	-	-	-
		SAĞLIK BİLGİSİ	2	-	-	-
		FELSEFE	-	-	2	-
		YABANCI DİL	3	3	-	-
		RESİM/ MÜZİK/ BEDEN EĞİTİMİ	2	1	1	1
MİLLÎ GÜVENLİK BİLGİSİ	-	1	-	-		
TRAFİK VE İLK YARDIM	-	-	1	-		
		TOPLAM	29	15	11	6
A L A N / D A L D E R S L E E	ALAN ORTAK DERSLERİ	MESLEKİ GELİŞİM	-	2	-	-
		MATEMATİK	-	2	-	-
		TEMEL SANAT EĞİTİMİ	-	4	-	-
		MESLEKİ YABANCI DİL	-	-	2	-
		BESLENME	-	-	2	-
		MESLEKİ ANATOMİ-FİZYOLOJİ	-	2	-	-
		MESLEKİ KİMYA	-	1	-	-
		TEMEL BAKIM	-	5	-	-
	*KOZMETİK	-	2	-	-	
	DAL DERSLERİ	*İŞLETMELERDE BECERİ EĞİTİMİ	-	-	18	28
		*CİLT BAKIMI				
		MAKYAJ				
		*ARTİSTİK VE PLASTİK MAKYAJ				
		İLERİ MAKYAJ TEKNİKLERİ				
		SAHNE OBJEKTİF MAKYAJI				
		*VÜCUT BAKIMI				
		ÖZEL VÜCUT BAKIMLARI				
		EPİLASYON-DEPİLASYON				
		MASAJ TEKNİKLERİ				
		*SAÇ ŞEKİLLENDİRME VE RENKLENDİRME				
		SAÇ KESİM TEKNİKLERİ				
		EL-AYAK BAKIMI				
		SAKAL-BIYIK ŞEKİLLENDİRME				
		ÜRÜN SATIŞINDA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ				
		ÜRÜN SATIŞI				
ALAN/DAL DERSLERİ TOPLAMI		-				
SEÇMELİ DERSLER		-	6	6	5	
REHBERLİK		1	1	1	1	
GENEL TOPLAM		30	40	40	40	

Not:

- (*) Millî Eğitim Bakanlığı Orta Öğretim Kurumları Sınıf Geçme ve Sınav Yönetmeliği'nin 33. maddesi uyarınca yılsonu başarı ortalaması ile başarılı sayılamayacak dersleri ifade eder.
- Yılsonu başarı ortalaması ile başarılı sayılamayacak ders; Dil ve Anlatım ile ilgili birimce her sınıfta belirlenecek bir derstir.
- Yabancı Dil dersinde Almanca, Fransızca, Çince, İngilizce, İspanyolca, İtalyanca, Japonca ve Rusça derslerinden biri seçilip okutulur.

EK: 4

T.C

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI

ÇIRAKLIK VE YAYGIN EĞİTİM GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

KALFALIK MESLEK DERSLERİ ÖĞRETİM PROGRAMLARIERKEK BERBERLİĞİ

Berberlik Çerçeve
 Hijyen
 İş Analizi
 Ortak Beceri
 Saç Bakımı
 Saç Kesimi
 Saça Geçici Şekil Verme Teknikleri
 Saça Kalıcı Şekil Verme Teknikleri
 Saça Renk Verme Teknikleri
 Sakal ve Bıyık Traşı

KUAFÖRLÜK

Berberlik Çerçeve
 Hijyen
 İş Analizi
 Ortak Beceri
 Saç Bakımı
 Saç Kesimi
 Saça Geçici Şekil Verme
 Saça Kalıcı Şekil Verme
 Saça Renk Verme Teknikleri

USTALIK DERSLERİ ÖĞRETİM PROGRAMLARIERKEK BERBERLİĞİ ve KUAFÖRLÜK

Çalışma Hukuku
 Ekonomi
 İş Sağlığı ve İş Güvenliği
 İş ve İnsan İlişkileri
 İşletme
 Muhasebe
 Sigorta ve Vergi Mevzuatı

İleri Boyama Teknikleri
 Saçlı Deri ve Cilt Hastalıkları
 Takma Saçlar

EK: 5

KUAFÖRLÜK MESLEK YÜKSEK OKULU
DERSLERİ İLE BUNLARIN TEORİK, UYGULAMA, KREDİ VE DERS
SAATLERİ

BİRİNCİ SINIF

I. YARIYIL					
DERSLER	Z/S	Haftalık Ders Saati			Toplam Kredi
		Toplam	Teori	Uygulama	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	Z	2	2	0	2
Türk Dili I	Z	2	2	0	2
Meslekî Yabancı Dil I	Z	2	2	0	2
Saç Bakımı	Z	4	1	3	3
Saç Yapımı I	Z	4	1	3	3
Temel Makyaj	Z	3	1	2	2
Kuaförlük Kozmetik Bilgisi	Z	2	2	0	2
Estetik	Z	2	2	0	2
İşletme Yönetimi	Z	2	2	0	2
Meslekî Bilgisayar I	Z	3	3	0	3
TOPLAM		26	18	8	23

BİRİNCİ SINIF

II. YARIYIL					
DERSLER	Z/S	Haftalık Ders Saati			Toplam Kredi
		Toplam	Teori	Uygulama	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	Z	2	2	0	2
Türk Dili II	Z	2	2	0	2
Meslekî Yabancı Dil I	Z	2	2	0	2
Saç Kesimi	Z	4	1	3	3
Saç Yapımı II	Z	4	1	3	3
İnsan İlişkileri ve İletişim	Z	3	2	1	3
Psikoloji	Z	2	2	0	2
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	Z	2	2	0	2
Meslekî Resim	Z	3	1	2	2
Meslekî Bilgisayar II	Z	3	3	0	3
TOPLAM		27	18	9	24

Not: 1 Saat uygulama 1 kredi, 2 saat uygulama 1 kredi, 3-4 saat uygulama 2 kredi olarak hesaplanmıştır.

Z: Mutlaka alınması gereken “Zorunlu Dersleri ifade eder.

Endüstriye Dayalı Öğrenim (Staj) 6 hafta

İKİNCİ SINIF

III. YARIYIL					
DERSLER	Z/S	Haftalık Ders Saati			Toplam Kredi
		Toplam	Teori	Uygulama	
Meslekî Yabancı Dil II	Z	2	2	0	2
El ve Ayak Bakımı	Z	4	2	2	3
Bilgisayarda Saç ve Makyaj Tasarımı	Z	4	4	0	4
Saç Yapımı III	Z	4	1	3	3
Kalite Güvence ve Standartları	Z	2	1	1	2
Mesleki Uygulama I	Z	4	1	3	3
TOPLAM		20	17	9	23
Seçmeli Dersler(*)		6			
Hızlı Okuma Teknikleri	S	2	1	2	2
Mantık	S	2	2	0	2
Sosyolojiye Giriş	S	2	2	0	2
Sanat Etkinliklerini İzleme	S	2	2	0	2
Çevre ve İnsan	S	2	2	0	2
Diksiyon	S	2	1	1	2
Diğer Seçmeli Dersler (**)					
GENEL TOPLAM		26	10	3	12

İKİNCİ SINIF

IV. YARIYIL					
DERSLER	Z/S	Haftalık Ders Saati			Toplam Kredi
		Toplam	Teori	Uygulama	
Meslekî Yabancı Dil II	Z	2	2	0	2
Saç Yapımı IV	Z	4	1	3	3
Seminer	Z	4	4	0	4
Etik	Z	2	1	1	2
Mesleki Uygulama II	Z	4	1	3	3
TOPLAM		16	15	7	14
Seçmeli Dersler (*)		6			
Hızlı Okuma Teknikleri	S	2	1	2	2
Mantık	S	2	2	0	2
Sosyolojiye Giriş	S	2	2	0	2
Sanat Etkinliklerini İzleme	S	2	2	0	2
Çevre ve İnsan	S	2	2	0	2
Diksiyon	S	2	1	1	2
Diğer Seçmeli Dersler (**)					
GENEL TOPLAM		22	10	3	12

Not: 1 Saat uygulama 1 kredi, 2 saat uygulama 1 kredi, 3-4 saat uygulama 2 kredi olarak hesaplanmıştır.

Z: Mutlaka alınması gereken “Zorunlu Dersler”i ifade eder.

S: “Seçmeli dersler”i ifade eder.

* Bu derslerden toplam 6 saatlik ders seçilecektir.

** Yüksekokullar yerel, bölgesel ve yeni teknolojik gelişmelere göre ilave seçmeli dersler koyabilirler.

Endüstriye Dayalı Öğrenim (Staj) 6 hafta

EK: 6

KUAFÖRLÜK VE GÜZELLİK BİLGİSİ EĞİTİMİ ÖĞRETMENLİĞİ PROGRAMI
DERSLERİ İLE BUNLARIN TEORİK, UYGULAMA, KREDİ VE DERS SAATLERİ

I. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
TDL 101	Türk Dili	2	-	2	2
TAR 101	Atatürk İlke ve İnkılap Tarihi	2	-	2	2
YDL 101	Yabancı Dil (İng. Frz. Alm.)	2	-	2	2
ENF 101	Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı	1	2	-	3
KİM 101	Organik Kimya	2	-	2	2
EĞT 101	Öğretmenlik Mesleğine Giriş	3	-	3	3
KGE 101	Cilt Bakımı Teknolojisi	2	-	2	2
KGE 103	Saç Bakım Teknolojisi	1	-	1	1
KGE 105	Saç ve Deri Hijyeni	2	-	2	2
SAĞ 101	Mesleki Anatomi	1	-	1	1
SAĞ 103	Saç-Deri Bilgisi ve Hastalıkları	2	-	2	2
MER 101	Temel Sanat Eğitimi	1	2	2	3
TOPLAM		21	4	21	25

II. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
TDL 102	Türk Dili	2	-	2	2
TAR 102	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi	2	-	2	2
YDL 102	Yabancı Dil (İng. Frz. Alm.)	2	-	2	2
ENF 108	Temel Bilgisayar Bilgisi BASIC Programlama Dili	2	2	3	4
EĞT 102	Okul Deneyimi	1	4	3	5
KGE 102	Saç Form Verme Teknikleri ve Uygulamaları I	2	2	3	4
KGE 104	Cilt Bakım Kozmetikleri ve Bakım Teknikleri I	2	2	3	4
SAĞ 102	Mikrobiyoloji ve Sterilizasyon	2	-	2	2
SAĞ 104	Fizyoloji	1	-	1	1
TOPLAM		16	10	21	26

III. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
MYD 201	Mesleki Yabancı Dil (İng. Frz. Alm.)	2	--	2	2
İŞL 201	Genel İşletme	2	--	2	2
EGT 201	Gelişim ve Öğrenme	3	--	3	3
K-GE 201	Saç Form Verme Teknikleri ve Uygulamaları II	1	4	3	5
KGE 203	Cilt Bakım Kozmetikleri ve Bakım Teknikleri II	1	4	3	5
KGE 205	Tırnak Bakımı Teknikleri ve Uygulamaları I	1	2	2	3
KGE 207	Kozmetik Ürünler I	2	--	2	2
EST 201	Estetik	2	--	2	2
TOPLAM		14	10	19	24

IV. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
MYD 202	Mesleki Yabancı Dil {İng. Frz. Alm.)	2	--	2	2
EĞT 202	Öğretimde Planlama ve Değerlendirme	3	2	4	5
KGE 202	Nitelik Değiştirerek Saça Form Verme Teknikleri ve Uygulamaları I	2	4	4	6
KGE 204	Cilt Bakım Kozmetikleri ve Bakım Teknikleri	1	4	3	5
KGE 206	Epilasyon Teknikleri ve Uygulamaları I	2	2	3	4
KGE 208	Tırnak Bakımı Teknikleri ve Uygulamaları II	1	2	2	3
SAĞ 202	Kozmetik Uygulama Merkezleri Standardizasyonu ve Denetimi	2	--	2	2
TOPLAM		13	14	20	27

V. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
MYD 301	Mesleki Yabancı Dil (İng. Frz. Alm.)	2	--	2	2
EĞT 301	Öğretim Teknolojisi ve Materyal Geliştirme	2	2	3	4
KGE 301	Saç Renk Verme Teknikleri ve Uygulamaları I	2	4	4	6
KGE 303	Vücut Bakım Teknikleri ve Uygulamaları I	2	2	3	4
KGE 305	Masaj Teknikleri ve Uygulamaları I	1	2	2	3
KGE 307	Epilasyon Teknikleri ve Uygulamaları II	1	4	3	5
KGE 309	Peruk-Postiş Teknikleri ve Uygulamaları	1	2	2	3
KGE 311	Kozmetik Ürünler II	2	--	2	2
TOPLAM		13	16	21	29

VI. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
MYD 302	Mesleki Yabancı Dil (İng. Frz. Alm.)	2	-	2	2
EĞT 302	Sınıf Yönetimi	2	2	3	4
EĞT 304	Özel Öğretim Yöntemleri I	2	2	3	4
KGE 302	Saç Renk Verme Teknikleri ve Uygulamaları II	1	4	3	5
KGE 304	Vücut Bakım Teknikleri ve Uygulamaları II	1	4	3	5
KGE 306	Masaj Teknikleri ve Uygulamaları II	1	2	2	3
KGE 308	Temel Makyaj Teknikleri ve Uygulamaları	2	2	3	4
KGE 310	Alan Araştırma Teknikleri	2	-	2	2
TOPLAM		13	16	21	29

VII. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
EĞT 401	Okul Deneyimi II	1	4	3	5
EĞT 403	Özel Öğretim Yöntemleri II	2	2	3	4
KGE 401	Saç Bakım-Yapım Uygulamaları ve Değerlendirme	2	2	3	4
KGE 403	Cilt Bakım Uygulamaları ve Değerlendirme	2	2	3	4
KGE 405	Özel Amaçlı Makyaj Tek ve Uygulamaları I	2	2	3	4
KGE 407	Mezuniyet Tezi	1	2	2	3
TOPLAM		10	14	17	24

VIII. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	K	H/S
EĞT 402	Rehberlik	3	-	3	3
EĞT 404	Öğretmenlik Uygulaması	2	6	5	8
KGE 402	Kozmetik Uygulama Salonları İşletmeciliği	2	-	2	2
KGE 404	Animasyon Grafîği	1	2	2	3
KGE 406	Özel Amaçlı Makyaj Tek ve Uygulamaları II	2	2	3	4
TOPLAM		10	10	15	20
GENEL TOPLAM		110	94	155	204