
**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK SEÇİMİNİ ETKİLEYEN
FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ: ÇAĞRI MERKEZİ
HİZMETLERİ ÖRNEĞİ**
Nermin ÇELİK¹, Umut ÜZMEZ²

Özet

Bu araştırmanın amacı, çağrı merkezi hizmetleri mesleğini seçen öğrencilerin bu mesleği tercih etme nedenlerini tespit etmek ve bilinç düzeylerini ölçmektir. Araştırmada Bülent Ecevit Üniversitesi Çaycuma Meslek Yüksekokulu Çağrı Merkezi Hizmetleri ön lisans programı öğrencilerinin katılımıyla anket yöntemi uygulanmış ve veriler üzerine betimsel analiz yapılmıştır. Araştırmada genel olarak katılımcıların kendi tercihleriyle veya başkalarının tavsiyelerini alarak; yeteneklerine uygun, iş avantajları yüksek ve ilgi duydukları bir meslek olan çağrı merkezi hizmetlerini seçtikleri ve bilinçli tercih yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: meslek seçimi, karar verme, çağrı merkezi

**EVALUATION OF UNIVERSITY STUDENTS' AFFECTING FACTORS
CHOICE OF PROFESSION**

Abstract

The aim of this research is to determine the reasons of preference of this profession of those students that select the profession of the call center services and to measure the consciousness level of them. In this research, the descriptive analysis has been performed on the questionnaire data by the participation of the students of the Call Center Services Associate Program of the Caycuma Vocational Higher School of the Bulent Ecevit University. In this research, it has been arrived to those results that generally, the participators select the call center services that is appropriate with their abilities, that has high job advantages and they are interested with and they perform their preference consciously by their self preference or by taking the advice of the others.

Keywords: choosing profession, decision-making, call center

¹ Yrd. Doç. Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma Meslek Yüksekokulu, Zonguldak-Türkiye, e-posta: ncelik@beun.edu.tr

² Öğr.Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma Meslek Yüksekokulu, Zonguldak-Türkiye; Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya-Türkiye, e-posta: umut.uzmez@beun.edu.tr

Giriş

Meslek, “belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iştir” (TDK, 2014). Kişilerin kendilerini en iyi şekilde ifade edebilecekleri, hayat boyu uğraşmaktan sıkılmayacakları ve kişilik yapılarına en uygun mesleğe yönelmeleri doğru bir karar olacak ve böylece hem kişisel hem de toplumsal açıdan önemli kazanımlar elde edilecektir. Kariyer gelişim sürecinin başlangıç noktası olan meslek seçimi, bireylerin hayatında önemli bir yer teşkil etmektedir. Kişilerin meslek seçimi sosyo-demografik özellikler, iş avantajları, yetenek ve ilgi gibi çeşitli faktörlerden etkilenebilmektedir. Ayrıca, meslek seçiminde aile, arkadaşlar, öğretmenler gibi aktörler de etkili olabilmektedir. İdeal meslek seçimi için özellikle iş sahalarının analizi, ilgili sektörün avantaj ve dezavantajları hakkında bilgi sahibi olma, sektörde çalışanların mesleki deneyimlerini öğrenme ve mesleğin kişiye uygunluğunu tespit etme gibi unsurların dikkate alınması ve kariyer planlaması yapılması gerekmektedir. Buna rağmen, kişilerin bilinçsizce meslek seçimi yaptığı durumlar da mevcuttur.

Kişisel kariyer planları oluşturulurken, güncel gelişmelerin takip edilmesinin yanı sıra Türkiye’de ve dünyada ön plana çıkan yeni kariyer alanlarının araştırılmasında da fayda vardır. Son yıllarda üniversite öğrencilerinin tercih ettiği popüler bölümler arasında çağrı merkezi hizmetlerinin yer aldığı görülmektedir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin firma-müşteri ilişkilerinde meydana getirdiği değişiklikler, işletmelerin müşterileriyle ilk temas noktası konumundaki çağrı merkezlerini bir görüngenü haline getirmiştir. Günümüzde çağrı merkezi sektörüne yapılan yatırımların artışı ve taşıdığı ciddi istihdam potansiyeli nitelikli eleman ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyaca cevap vermek üzere üniversitelerde çağrı merkezi hizmetleri ön lisans programları açılmıştır.

Meslek seçiminde meslek sayılarının giderek artması ve uzmanlık gerektirmesi nedeniyle bireylerin kendilerine uygun meslek seçmeleri, dolayısıyla meslek seçimini etkileyen faktörler üzerinde odaklanılması önem kazanmaktadır (Korkut-Owen vd., 2011: 135). Bu noktadan hareketle, bu çalışmada öncelikle yazın taraması ile üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Ardından günümüzün popüler bölümlerinden biri olan çağrı merkezi hizmetlerini tercih eden öğrencilerin meslek seçimi kararında etkili olabilecek faktörler belirlenmiştir. Son olarak, belirlenen bu faktörler çağrı merkezi hizmetleri eğitimi veren kurumlardan biri olan Bülent Ecevit Üniversitesi (BEÜ) Çaycuma Meslek Yüksekokulu (ÇMYO) örneğiyle ele alınmıştır.

Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlere Yönelik Araştırmalar

Johnston vd. (1999) öğretmenlik mesleğinin kariyer olarak seçimini erkek ve bayan öğrencilerin bakış açısıyla değerlendirmişlerdir. Çocuklarla çalışma, algılanan iş memnuniyeti, mesleğin topluma katkısı, iş güvencesi, maaş, tatil imkanları, aile onayı ve mevki gibi faktörlerin bu mesleğin seçiminde etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Akbayır (2002) ise, öğretmenlik mesleğine yönelmede ailenin rolü konusunu ele almıştır. Araştırmada aile, mesleğe yönelmede ve meslek seçiminde etkili olan önemli bir faktör olarak ele alınmıştır. Öğretmenlik mesleğini seçen öğrencilerin anne ve babalarının eğitim düzeylerinin düşük ve gelir düzeylerinin orta düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Taş (2012) Celal Bayar Üniversitesi Demirci Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği’nde öğrenim gören

öğrencilerin tercih nedenlerini öğretmenlik mesleğini sevdiği için, yaşadığı şehre yakın olduğu için, ailesi istediği için, açıkta kalmamak için, ekonomik sebeplerden dolayı, tercih hatası ve puanı bu alana yettiği için başlıkları altında incelemiştir. Watt vd. (2012) bireylerin öğretmenlik mesleğini tercih etme nedenlerini Avustralya, Amerika, Almanya ve İsveç ülkelerinden örneklerle incelemiştir. İş güvencesi, aileye daha fazla zaman ayırma, sosyal fayda değeri, çocuklar / ergenler ile çalışma, tavsiyeler ve maaş gibi faktörleri uluslararası düzeyde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmişlerdir. Paulick vd. (2013), Almanya’da Kiel Üniversitesi’nde öğretmenlik eğitimi alan öğrenciler üzerinde meslek seçimi konusunda araştırma yapmıştır. Öğrencilerin öğretmenlik eğitimi seçiminde odaklandığı faktörleri eğitim alanına ilgi duyma, öğretmenlik mesleğine ilgi duyma, aileye daha fazla zaman ayırma, finansal boyut, özgüven, zorluk derecesinin az olması ve sosyal etkiler olmak üzere yedi grupta sınıflandırmıştır.

Alper ve Özdemir (2004) Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi’ni kazanan öğrencilerin bazı sosyo-demografik özelliklerini, bu öğrencilerin tıp eğitimini tercih etme nedenlerini ve hekimlik mesleğinden beklentilerini saptamayı amaçlamışlardır. Yapılan analizlerde öğrencilerin %88.9’unun tıp fakültesine isteyerek girdiği ve kendilerine seçme şansı verilseydi %83.8’inin tekrar tıp fakültesini seçecekleri sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin %58.8’i Tıpta Uzmanlık Sınavı’nı hemen kazanmak istediklerini, %29.6’sı maddi kazancın meslek özellikleri açısından çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Genç ve diğerleri (2007) ise, İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen faktörleri incelemiştir. Buna göre hastalara yardım isteği, okulda başarılı öğrenci olma, tıba ilgi duyma, hekimliğin saygın meslek olduğunu düşünme ve tıba yeteneği olduğunu düşünmenin en önemli faktörler olduğu sonucuna varmışlardır. Tamayose (2004) Amerika’daki Loma Linda Üniversitesi Halk Sağlığı bölümünü tercih eden öğrencilerin tercih nedenleri üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırmada, insan sağlığını geliştirmeye yönelik hizmet sunmanın verdiği keyif en önemli faktör olarak belirlenmiştir.

McCabe vd. (2005) hemşirelik öğrencilerinin meslek seçiminde insanlara yardımcı olma, işe ilgi duyma, insanlarla yakın ilişki içinde çalışma, iş güvencesi, seyahat imkanları, esnek çalışma saatleri, iş ortamından memnun olma, heyecan verici bir iş olması ve maaş gibi faktörlerin etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Tunç ve diğerleri (2007) Uludağ Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu 1. sınıf öğrencilerinin hemşirelik ve sağlık memurluğu bölümlerini tercih nedenlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Buna göre öğrencilerin bölüm tercihlerini belirlemede dershanelerin etkili olduğu, okudukları okulun bu konudaki etkisinin sınırlı olduğu belirlenmiştir. Hemşirelik ve sağlık memurluğu öğrencilerinin görüşleri arasında fark olduğu saptanmıştır. Hemşirelik bölümü öğrencilerinin büyük bir kısmı hemşirelik mesleğini “hastalara bakma ve onlara yardım etme” olarak tanımlarken; sağlık memurluğu öğrencileri arasında mesleğini “sağlık ekibinin üyesi” olarak tanımlayanlar çoğunluktadır. Money vd. (2008) ise, İrlanda Yükseköğretim Enstitüsü hemşirelik programını tercih eden öğrencilerin bu mesleği kariyer olarak seçme nedenlerini incelemiştir. Araştırma sonucunda bu programın hiçbir öğrencinin ilk tercihi olmadığı, ancak tüm öğrencilerin sağlık alanında bir meslekte kariyer yapmayı düşündükleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca, aile ve arkadaş çevresinin meslek seçimi üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

Dinç (2008) meslek yüksekokulu muhasebe programı öğrencilerinin muhasebe mesleğini seçmelerinde etkili olan faktörleri araştırmıştır. Araştırma sonucunda yüksek kazanç ve sorumluluk beklentisi, kariyer beklentisi, mesleki bilgi ve becerisi, mesleki tecrübe ile sosyal statü beklentisinden oluşan beş temel faktörün muhasebe mesleğini seçmede önemli olduğunu, aile çevresi ve eğitim çevresi faktörlerinin ise önemli olmadığını tespit

etmiştir. Demagalhaes vd. (2011) ise, muhasebe öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen faktörleri öğrencilerin ve uygulayıcıların görüşlerini karşılaştırarak değerlendirmişlerdir. Uygulayıcılar başlangıç maaşı, dinamik iş çevresi ve işveren konumunda olma gibi faktörlerin meslek seçiminde etkili olduğunu söylerken, öğrenciler tavsiye, meslekte ilerleme imkânları, Yeminli Mali Müşavir sınavı için yardımcı olması ve mesleki gelişime uygun olması gibi faktörlerde etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Mızrak ve Şenel (2011) tekstil konfeksiyon programının seçimini etkileyen faktörlerin ve programa talep oranının belirlenmesini amaçlamışlardır. Araştırmada aile, yakın çevre ve uzak çevrenin öğrencilerin bu alanı seçmelerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Tekstil konfeksiyon simgeleri, programın teorik veya uygulamalı yönlerine ve alt bölümlerine duyulan ilgi ve iş alanları öğrencileri etkileyen diğer faktörler arasında yer almıştır. Ayrıca, modacılar, tekstil konfeksiyon öğretmenlerine duyulan hayranlık ve alanla ilgili teknolojik ürünlere karşı ilgi gibi nedenler de öğrencileri etkilemiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin anne-babalarının mesleklerini ve gelir düzeylerini de bu faktörler arasında saymak mümkündür.

Sathapornvajana ve Watanapa (2012) Tayland'da bilgisayar teknolojileri programını seçen öğrencilerinin meslek seçimi üzerine etkili olan faktörleri incelemişlerdir. Öz-yeterlilik, öz-eleştiri, öz-bilinç, toplumsal bakış, kariyer imkanları, itibar, kolaylık ve yenilikçilik faktörlerinin bireyleri bu programı seçemeye yönelttiği sonucuna varmışlardır.

Erdem ve Kayran (2013) Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda eğitim görmekte olan öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörleri ve meslek seçiminde dikkate aldıkları öncelikleri tespit etmeye çalışmışlardır. Bu araştırmada, öğrencilerin meslek seçimini etkileyen faktörler iş avantajları, aile ve çevre etkisi, kişisel özellikler, mesleki tecrübe, kariyer beklentisi, eğitim çevresi ve çaresizlik olarak belirlenmiştir.

Pekkaya ve Çolak (2013), Bülent Ecevit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde lisans ve lisansüstü eğitim gören öğrencilerin meslek seçimi üzerinde etkili olan faktörler kariyer imkanı, iş güvencesi, meslek kazançları, meslek elastikiyeti, kişisel faktörler ve diğer faktörler ana kriterleri çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, öğrenciler meslek seçerken sırasıyla iş güvencesi, meslek kazançları ve kariyer imkanları kriterlerine çok önem vermektedir.

Sarıkaya ve Khorshid (2009) Ege Üniversitesi'ne yeni kayıt olan ve rastgele tabakalama örnekleme tekniğiyle seçilen 1000 öğrencinin meslek seçimini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Öğrencilerin %41.6'sının meslekle ilgili olumlu görüşleri nedeniyle, %34.4'ünün çaresizlik nedeniyle ve açıkta kalmamak için, %39.6'sının mesleğin avantajlı olduğu düşüncesiyle ve %33.5'inin başkalarının önerileriyle mesleklerini seçtikleri bulunmuştur. Ayrıca, öğrencinin aldığı puanın, puan türünün, tercih sırasının, anne eğitim düzeyinin ve mesleğinin meslek seçimini etkilediği sonucuna varılmıştır. Umutsuzluk ve başkalarının önerileriyle mesleğini seçme oranının, mesleğini en son sıralarda tercih edip kazanan öğrencilerde, diğerlerine oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Korkut-Owen ve diğerleri (2011) üniversite öğrencilerinin bölüm seçimlerini etkileyen faktörlerin cinsiyet, öğrenim gördükleri üniversitenin kamu ya da vakıf üniversitesi olması, mezun oldukları lise türü, anne ve babalarının eğitim düzeyi gibi değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı sorularına yanıt aramayı amaçlamışlardır. Üniversite öğrencilerinin okudukları bölümü seçme nedenleri arasında temel nedenler alana duyulan ilgi, alınan puanın o bölüme yetmesi, alanın kişilik özelliklerine uygunluğu ve iş bulma olanağının yüksekliği biçiminde sıralanmıştır.

Literatürde meslek seçimi konusunda yapılmış araştırmalar incelendiğinde; genel olarak eğitim, sağlık, muhasebe, tekstil, bilişim ve turizm gibi sektörlerde araştırmaların yapıldığı ve bu araştırmalarda işe ilgi duyma, mesleki bilgi ve beceriye sahip olma, iş bulma imkanı, iş güvencesi, maaş, kariyer imkanı, tatil imkanı, toplumsal saygınlık, kolaylık, aile ve çevre gibi faktörlerin kişilerin meslek seçimi üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, literatürde meslek seçimi konusunda çağrı merkezi sektörüne yönelik bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan yapılan bu araştırmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Çağrı Merkezleri Hizmetleri ve Eğitimi

Ortak bir tanımı bulunmamakla birlikte çağrı merkezi; kurumun kendisiyle temas etmesini istediği tüm paydaşların (müşteriler, tedarikçiler, bayiler vs.) başta telefon olmak üzere diğer tüm iletişim kanallarını (web, faks, e-mail vs.) kullanarak, etkileşim içinde olmasını sağlayan iletişim merkezlerine verilen addır. Çağrı merkezi kavramı teknolojinin gelişmesiyle birlikte gün geçtikçe değişen bir hal almıştır. Çağrı merkezi hizmetleri, müşterinin bir çağrısının bir merkez tarafından karşılanması (Kohen, 2002: 2), bu çağrının gerektirdiği işlemlerin başlatılması, çağrının ilgili birimlere yönlendirilmesi ve iş ihtiyaçlarına göre dış aramalar da yapılması şeklinde bir dizi süreci kapsamaktadır. Çağrı merkezleri ilk olarak 1960'ların sonlarında ABD'de, ücretsiz hatlar şeklinde telefon aracılığıyla müşterilerin şirketlere istek ve şikayetlerini iletme aracı olarak ortaya çıkmıştır. Müşterilerin yoğun talebi hatlarda yığılmaya, hatlarda bekleme ve hatların meşgul olması müşteri kayıplarına yol açınca AT&T adlı Amerikan telekomünikasyon şirketi, telefon sistemini geliştirerek ilk çağrı merkezini kurmuştur. 1970'lerin başında Continental Havayolları ise, ilk kez gelen çağrıların müşteri temsilcilerine otomatik dağıtımını gerçekleştiren otomatik çağrı dağıtıcısı sistemini kullanmıştır (Çekerol, 2011: 3).

Şüphesiz dünyada son otuz yılın en fazla önem kazanan olgulardan biri müşterinin kendisi olmuştur. Bunun nedeni ekonomik dengelerin değişmesi, rekabetin artması ve küreselleşme ile müşterilerin her zamankinden fazla bilgiye sahip olmaları sonucu kurumların dikkatlerini müşterilerine çevirmeleridir. Müşterilerin seçim alternatifleri artmış, benzer ürün veya hizmetler arasında kolaylıkla bir diğerini tercih edebilme gücünü yakalamışlardır. Bu noktada çağrı merkezleri herkesin özünde olan çok temel bir ihtiyaca cevap vermektedir; o da iletişim kurmaktır. Kuşkusuz müşteriler çağrı merkezleri var olmadan çok daha önceleri de şirketler ile çeşitli şekillerde iletişim kurmaktalardı. Ancak bugün çağrı merkezlerinin getirdiği en önemli fark hız, rahatlık, kolaylık, çeşitlilik, formellik (Kohen, 2002: 2-3) ve zaman-mekan sınırlarını anlamsız kılmasıdır. 1990'ların ikinci yarısı ile birlikte bilgisayar, internet ve cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla çağrı merkezlerinin müşteri ile iletişim kanalları çeşitlenmiş, telefon çağrılarının yanı sıra internet ve mobil cihazlar üzerinden online işlem merkezleri, sms işlemleri, mobil uygulamalar, sosyal medya gibi farklı kanallar eklenmiştir. Ayrıca geleneksel telefon çağrıları da teknolojinin yardımıyla oldukça gelişmiş bir yapıya bürünerek otomatik santral sistemleri, görüşme kayıt sistemleri ve sesli yanıt sistemleri gibi otomasyon imkanları sunmaya başlamıştır. Müşteri hizmetleri, şikayet yönetimi, teknik destek, kampanya yönetimi, tele pazarlama-satış, borç hatırlatma ve tahsilat, müşteriye elde tutma, ikna ve geri kazanım, analitik hizmetler gibi pek çok hizmeti yerine getiren çağrı merkezlerinin kurumlar içinde rolleri oldukça genişlemiştir. Çağrı merkezleri, müşteri ile temas etmek, onların hissiyatlarını anlamak, ihtiyaçlarını saptamak ve memnuniyetlerini sağlayarak sadakatlerini kuvvetlendirmek için en ideal ortam olmuştur. Çağrı merkezleri giderek müşteri ilişkilerini stratejik yaklaşımla yönetecek Müşteri İlişkileri Yönetim Merkezi haline almaya başlamıştır (Çekerol, 2011: 4-8). Bu nedenle çağrı

merkezleri müşteri ilişkilerinin fenomeni olarak değerlendirilebilir. Nitekim, firmalar müşteri ilişkilerinin önemini kavrayıp, iyi yönetebilmek ve diğer şirketlerle rekabet edebilmek için çağrı merkezlerine yatırım yapmak durumundadır.

İşletmeler önceleri iç kaynaklarla sağladıkları bu hizmeti, günümüzde profesyonel çağrı merkezi firmalarından dış kaynak satın alma eğilimi göstermektedir. İhtiyaç duyulan ve önem kazanan bir alan haline alan çağrı merkezleri, Türkiye’de de giderek varlığını hissettiren bir sektör haline gelmiştir. Sektöre yapılan yatırımların artışı ve taşıdığı ciddi istihdam potansiyeli,³ nitelikli eleman ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda danışmanlık/egitim firmaları kurulmakta, sertifikalı meslek kursları ile üniversitelerde çağrı merkezi hizmetleri ön lisans programları açılmaktadır (Bkz. Tablo 1). Çağrı Merkezi Hizmetleri ön lisans programı ilk olarak Okan Üniversitesi tarafından açılmış ve 2010-2011 öğretim yılında öğretime başlamıştır. Tablo 1’de görülebileceği gibi sonraki üç yıl içinde 15 üniversitede daha bu program açılmış ve öğretim türü de çeşitlenmiştir. Bu durum, üniversitelerden her yıl artan sayıda nitelikli çağrı merkezi elemanının mezun olacağı anlamına gelmektedir ki, bu sektör açısından oldukça önemlidir. Kontenjan doluluk oranı yüksek seyreden çağrı merkezi hizmetlerinin yakın zamanda popüler meslekler arasına girmeye aday bir bölüm olacağı öngörülmektedir.

Ayrıca, meslek liselerinde çağrı merkezi bölümü açılması çalışmaları sürmektedir. Hükümet çağrı merkezi sektörünün farkına varmış, bu sektörü teşvik kapsamına almıştır. Sektördeki firmalar Çağrı Merkezleri Derneği (ÇMD) çatısı altında birleşme eğilimi göstermektedir. Sektör çalışanları da dernek ve sendikalar kurmaktadır. Mesleki Yeterlilik Kurumu’nca çağrı merkezi müşteri temsilcisi ve takım lideri ulusal meslek standartları kabul edilmiş ve yürürlüğe girmiştir. Tüm bu gelişmeler sektördeki kurumsallaşmanın ve bu mesleğin profesyonelleşmesinin işaretleri olarak değerlendirilebilir.

Tablo 1: Türkiye’de Çağrı Merkezi Hizmetleri Ön Lisans Programı Olan Üniversiteler

Üniversite Adı	Öğretim Türü	Kontenjan
Akdeniz Üniversitesi	I., II.	100
Bitlis Eren Üniversitesi	I.	40
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	I.	45
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	I., II.	120
Düzce Üniversitesi	I., II.	120
Erzincan Üniversitesi	I., II.	100
Atatürk Üniversitesi	Açık	-
Anadolu Üniversitesi	Açık	-
Süleyman Demirel Üniversitesi	I., II.	80
Giresun Üniversitesi	I.	40
Okan Üniversitesi	I., Uzaktan	90
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	Uzaktan	100
Nevşehir Üniversitesi	I., II.	100

³ Türkiye’de çağrı merkezi sektörünün yaklaşık %85’ini temsil eden ÇMD, yayınladığı 2012 ve 2013 Sektör Araştırması Raporlarında sektörde ciddi bir yatırım ve büyüme öngörmektedir (ÇMD 2012: 4; ÇMD 2013 s. 2, 4). Europe Contact Center Benchmark Platform’un (ECCBP) 2012 yılında 30 Avrupa ülkesini kapsayan ve ilk olma özelliği taşıyan pazar araştırmasına göre Rusya ve Ukrayna’nın ardından Türkiye sektörde en yüksek büyüme oranına sahiptir (ECCBP 2012: 1, 3).

Ondokuz Mayıs Üniversitesi	I.	40
Cumhuriyet Üniversitesi	I., II.	100
Bülent Ecevit Üniversitesi	I., II.	100
Toplam		1175+Açıktan

Kaynak: ÖSYM (2013). ÖSYS Yerleştirme Kılavuzu ve Ek Yerleştirme Kılavuzu.

<http://www.osym.gov.tr/belge/1-13889/kilavuzlar.html> adresinden 15 Şubat 2014 tarihinde alınmıştır.

Yöntem

Çağrı merkezi hizmetleri mesleğini tercih eden öğrencilerin bu mesleği tercih etme nedenlerini belirlemeyi ve bilinç düzeyini ölçmeyi amaçlayan bu araştırmada, anket yönteminden yararlanılarak betimsel bir analiz yapılmıştır.

Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evreni, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında BEÜ Çaycuma MYO Çağrı Merkezi Hizmetleri programını kazanarak 1. sınıfta öğretime başlayan birinci ve ikinci öğretim öğrencileridir. Evreni oluşturan öğrenci sayısı toplam 89'dur. Araştırmaya sadece 1. sınıf öğrencilerinin dahil edilmesinin nedeni, katılımcıların üniversite tercihi yapıp, bu programa yerleştirildikleri zamanki görüşlerini alabilmektedir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada, veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket geliştirilirken literatürde meslek seçimi konusunda yapılmış çalışmalardan ve uzman görüşünden yararlanılmıştır. Literatür taraması sonucu elde edilen faktörler çağrı merkezi hizmetleri programına uyarlanmış, uzmanın görüş, eleştiri ve önerileri ışığında yeniden şekillendirilmiş ve anket formu oluşturulmuştur. Anket iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım sosyo-demografik bilgiler, ikinci kısım meslek seçimini etkileyen aktör ve faktörler ile ilgilidir. İkinci kısımda aktör ve faktörlerle ilgili 28 önermeye yer verilmiştir. Anket gönüllü olan 81 öğrenciye bizzat araştırmacılar tarafından uygulanmıştır. Öğrencilerden anket formunda yer alan önermeleri 5'li likert ölçeğine göre cevaplandırmaları istenmiştir. Ölçekte yer alan önermeler 1. Hiç, 2. Az, 3. Orta, 4. Çok, 5. Pek çok şeklinde kodlanmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler, SPSS 15.0 paket programı ile analiz edilmiştir. İstatistiklerin yorumlanmasında yüzde (%) dağılımlarından yararlanılarak betimsel analiz yapılmıştır. Anketin güvenilirliğini ölçen Cronbach Alpha katsayısı 0.81 olarak bulunmuş ve anketin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bulgular

Sosyo-Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri Tablo 2'deki gibi özetlenebilir.

Tablo 2: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	%		%
Cinsiyet		Anne eğitim düzeyi	
Kadın	59	Okuryazar	19

Erkek	41	İlköğretim	70
Yaş Grubu		Lise	9
17-20	89	Üniversite ve üstü	2
21-25	10	Baba eğitim düzeyi	
26+	1	Okuryazar	5
Mezun Olunan Lise Türü		İlköğretim	69
Fen/Anadolu L.	4	Lise	21
Düz L.	53	Üniversite ve üstü	5
Meslek L.	37	Aile gelir düzeyi (TL)	
Diğer	6	0-1.000	52
Tercihler Arasında Başka Üniversitenin ÇM Bölümü		1.000-2.500	41
Var	59	2.500+	7
Yok	41		

Katılımcıların %59'u kadın, %41'i erkektir. Sektörde kadın çalışan oranının yüksek olduğu (ÇMD 2013: 4) düşünülürse, kadınların sektöre yönelik ilgilerinin devam ettiği söylenebilir. Katılımcıların %89'luk kısmı 17-20 yaş aralığındadır. Katılımcıların yarısından fazlası düz lise çıkışlıdır; onları %37'lik oranla meslek lisesi çıkışlılar takip etmektedir. Katılımcıların %59'u başka üniversitelerin Çağrı Merkezi Hizmetleri Programı'na da tercihlerinde yer vermiştir. Katılımcıların anne ve baba eğitim düzeyleri ile aile gelir düzeyleri düşüktür. Öğrencilere sosyo-demografik bilgiler kısmında bunlardan başka iki açık uçlu soru da yöneltilmiştir. Birincisi; meslek lisesi çıkışlı olanlara yönelik, meslek lisesinin hangi bölümünden mezun oldukları sorusudur. Bu soruya 11 katılımcı Çocuk Gelişimi, 8 katılımcı Elektrik/Elektronik veya Bilişim Teknolojileri yanıtını vermiştir. Çocuk Gelişimi mezunlarının iletişim ve ikna konularındaki bilgi ve deneyimleri onlara bu meslekte artı değer katabilir. Elektrik/Elektronik-Bilişim Teknolojileri mezunları ise, bu meslekte teknolojik altyapıya hakim ve teknik bilgiye sahip gözde elemanlar olabilirler. İkincisi; katılımcıların hangi ilde ikamet ettikleridir. Bu soruya verilen yanıtlarda, 34 farklı ilden ve 7 coğrafi bölgeden katılımcının olduğu, katılımcıların yaklaşık %15'inin Zonguldak ve komşu illerden geldiği görülmektedir.

Meslek Seçimine Yönelik Bulgular

Araştırmadan elde edilen meslek seçimine yönelik bulgular, aktörler ve faktörler olmak üzere 2 grupta sınıflandırılmıştır. Katılımcıların meslek seçiminde etkili olan aktörlere yönelik tutumları Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: Katılımcıların Meslek Seçiminde Etkili Olan Aktörlere Yönelik Tutumları

Önermeler	%
Bu mesleği seçmek tamamen benim tercihimdi.	33
Aileme danıştım. Fikirlerini söylediler, ama tercihi bana bıraktılar.	12
Bu mesleği ailem istedi, itiraz edemedim.	3
Arkadaşlarımla tavsiyesiyle bu mesleği seçtim.	9
Akraba ve yakın çevremizin tavsiyesiyle bu mesleği seçtim.	5

Okuldaki ve/veya dershanedeki öğretmenlerimin tavsiyesi ile bu mesleği seçtim.	37
Çağrı Merkezi sektöründe çalışanların tavsiyesi üzerine bu mesleği seçtim.	1

Katılımcıların %33'ünün bu mesleği seçmelerinin tamamen kendi tercihi olduğu görülmektedir. Katılımcıların %64'ünün başkalarının tavsiyeleri sonucunda bu mesleği tercih ettikleri, bunlar arasında okul ve/veya dersane öğretmenlerinin en yüksek oranda etkili olduğu görülmektedir. Bu durum, Çaycuma MYO Çağrı Merkezi Hizmetleri Programı'nın açılmasının ardından dershanelere bölüm tanıtımına dair e-postaların gönderilmesi ile ilişkilendirilebilir. Meslek seçiminde ailenin önemli bir aktör olduğu bilinmekle birlikte, katılımcıların yalnızca %15'inin ailesinin yönlendirmesi veya isteği ile bu mesleği seçtikleri görülmektedir. Katılımcıların meslek seçimini etkileyen faktörlere yönelik tutumları Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4: Katılımcıların Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlere Yönelik Tutumları

Temel Faktörler	Önermeler	Hiç	Az	Orta	Çok	Pek Çok
		%	%	%	%	%
İlgi	Bu mesleğe ilgim vardır.	5	16	47	21	11
	Bu meslek hayalimdeki/idealimdeki meslektir.	33	25	32	7	3
	Bu mesleği yapmanın beni mutlu edeceğini düşünüyorum.	-	19	32	35	14
	Mezun olduğumda kolay iş bulabileceğimi düşünüyorum.	-	4	18	35	43
	Sektörün nitelikli işgücü ihtiyacı tercihimde etkili oldu.	4	9	18	35	34
	Kazancı yüksek bir meslek olduğunu düşünüyorum.	14	15	42	22	7
	Kariyer yapmaya imkan tanıdığını düşünüyorum.	8	19	27	24	22
İş Avantajları	Çağrı merkezlerinin gelecekte de önemini ve geçerliliğini koruyacağını düşünüyorum.	-	6	9	47	38
	Başka mesleklere girmemi kolaylaştıracak bilgi ve beceriyi kazandıracağını düşünüyorum.	6	13	39	29	13
	Bu mesleğin kendimi geliştirmemde faydası olacağını düşünüyorum.	1	9	27	44	19
	Toplumda saygınlığı olan bir meslek olduğunu düşünüyorum.	14	14	39	22	11
	Bu mesleğin esnek çalışma koşulları tercihimde etkili oldu.	14	30	32	17	7
	Güven esasına dayalı bir meslek olmasından dolayı tercih ettim.	15	17	33	24	11
	Bağımsız çalışmaya uygun bir meslek olduğunu düşünüyorum.	20	28	26	17	9
Çaresizlik	Bir üniversite bitirmiş olmak için tercih ettim.	71	19	8	2	-
	Bir mesleğim olması için tercih ettim.	30	14	20	25	11
Yetenek	Teknolojiyi ve güncel gelişmeleri takip etmem tercihimde etkili oldu.	12	16	26	26	20
	Problem çözme yeteneğim olduğunu düşünüyorum.	5	12	31	28	24
	İnsanlarla iletişim kurmayı seviyorum.	-	5	14	32	49
	İnsanlara yardım etmeyi, onların sorunlarını çözmeyi seviyorum.	-	-	14	33	53
	İkna yeteneğim olduğunu düşünüyorum.	-	7	20	35	38

Tablo 4 yorumlanırken orta, çok ve pek çok seçenekleri olumlu; hiç ve az seçenekleri olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların %79'u bu mesleğe ilgi duymaktadır. Katılımcılar bir yandan bu mesleğin hayallerindeki/ideallerindeki meslek olmadığını ifade ederken, öte yandan bu mesleği yapmanın kendilerini mutlu edeceklerini ifade etmişlerdir. O halde, bu düşüncenin nedenini iş avantajları ve yetenek faktörlerinde aramak gerekecektir. Katılımcıların %87'si sektörün nitelikli işgücü ihtiyacı duyduğunun farkında olup, %96'sı mezun olduğunda kolayca iş bulabileceğini düşünmektedir. Katılımcıların %71'i bu mesleğin kazancının yüksek olduğunu; %73'ü kariyer yapmaya imkan tanıdığını; %94 çağrı

merkezlerinin gelecekte de önemini ve geçerliliğini koruyacağını; %81'i bu mesleğin başka mesleklere girmelerini kolaylaştıracak bilgi ve beceriyi kazandıracağını, %90'ı bu mesleğin kendilerini geliştirmede faydalı olacağını; %72'si toplumda saygınlığı olan bir meslek olduğunu düşünmektedir. Mesleğin özelliklerinden olan esnek çalışma koşulları, güven esasına dayanması ve bağımsız çalışmaya uygun olmasının etkileri diğer iş avantajlarına göre daha düşüktür. Mesleğin yeterliliklerine yer verilen yetenek kategorisindeki faktörlerin etki düzeyi, katılımcıların yetenekleri ile meslek yeterliliklerinin uyum içinde olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %10'u bir üniversite bitirmiş olmak için, %56'sı bir mesleği olması için tercih ettiklerini belirtmiştir. Diğer verilerle birlikte değerlendirildiğinde, katılımcılar için üniversite mezunu olmak ve bir mesleğe sahip olmak tek başına yeterli değildir. Katılımcılar kendi tercihleriyle veya başkalarının fikir, öneri ve tavsiyelerini alarak; yeteneklerine uygun, iş avantajları yüksek ve ilgi duydukları bir meslek olan Çağrı Merkezi Hizmetleri'ni seçmişlerdir.

Sonuçlar

Bu araştırmada, çağrı merkezi hizmetleri mesleğini seçen üniversite öğrencilerinin bu mesleği tercih etme nedenlerini ve bilinç düzeyini ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaçla, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında BEÜ Çaycuma MYO Çağrı Merkezi Hizmetleri programını kazanarak 1. sınıfta öğretime başlayan birinci ve ikinci öğretim öğrencilerinin katılımıyla anket yöntemi kullanılmış ve anket verileri üzerine betimsel analiz yapılmıştır. Araştırmada elde edilen önemli bulgular şunlardır:

- Sektörde çalışanlarda olduğu gibi öğrencilerde de kadın oranı erkeklere oranla yüksektir. Mesleğe yönelik kadın yönelimi devam etmektedir.
- Öğrencilerin mezun olduğu lise türünde düz lise ilk sırada yer alırken; meslek lisesi ikinci sıradadır. Meslek lisesinde çocuk gelişimi ile elektrik/elektronik ve bilişim teknolojileri bölümlerinden mezun olanların sayısı oldukça fazladır. İletişim ve ikna becerileri ile çocuk gelişimi mezunları, teknolojik altyapıya hakim ve teknik bilgi sahibi elektrik/elektronik ve bilişim teknolojileri mezunları çağrı merkezi mesleğinde geleceğin artı değerine sahip elemanları olabilirler.
- Öğrencilerin önemli bir kısmı, bu mesleği seçmelerinde çeşitli aktörlerin etkili olduğunu belirtmiş olup, okul veya dersane öğretmenleri bu aktörler arasında ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte, bu mesleği seçmenin tamamen kendi tercihi olduğunu söyleyen öğrencilerin oranı da hatırı sayılır bir orandır.
- Literatür tartışmasında incelenen örneklerde de görüldüğü gibi meslek seçiminde aile önemli bir aktördür. Ancak, bu araştırmada ailenin etkisi oldukça düşük çıkmıştır.
- Öğrenciler hayallerindeki/idealindeki meslek olmamakla birlikte, bu mesleğe ilgi duymakta ve bu mesleğin kendilerini mutlu edebileceğini düşünmektedir.
- Öğrenciler bu mesleğin taşıdığı kariyer, ücret ve kişisel gelişim gibi iş avantajlarının bilincindedir. Öğrenciler mesleğin gerektirdiği bazı yeteneklere sahip olduklarını da düşünmektedir.
- Öğrenciler için bir üniversite bitirmiş olmak ve bir mesleğe sahip olmak tek başına yeterli değildir. Öğrenciler ilgi duydukları, iş avantajları yüksek ve yeteneklerine uygun bir mesleğe sahip olmak istemektedir.

Sonuç olarak; öğrenciler, kendi tercihleriyle veya başkalarının tavsiyelerini alarak; ilgi duydukları yeteneklerine uygun ve iş avantajları yüksek bir meslek olan çağrı merkezi hizmetlerini bilinçli olarak seçmişlerdir. Diğerlerine göre daha yeni, ancak bugünün popüler mesleklerinden biri olan çağrı merkezi hizmetlerine ilişkin böyle bir araştırma literatürde ilk olma özelliği taşımaktadır. Ayrıca, araştırma sonuçlarının sektör paydaşları açısından da önemli bir bilgi kaynağı olacağı düşünülmektedir. Türkiye’de bu alanda ön lisans programı olan tüm üniversitelerin öğrencilerini kapsayacak şekilde araştırmanın genişletilmesi ileri bir araştırma konusu olarak önerilebilir.

Kaynakça

- Akbayır, K. (2002). Öğretmenlik mesleğine yönelmede ailenin ve branş seçiminde cinsiyetin rolü. *V. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi Dergisi*, 2, 1183-1188.
- Alper, Z. ve Özdemir, H. (2004). Uludağ üniversitesi tıp fakültesini tercih eden öğrencilerin kimi sosyo-demografik özellikleri ve mesleğe bakış açıları. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (2), 93-96.
- ÇMD. (2012). *Türkiye Çağrı Merkezleri Sektör Araştırması*. <http://www.cagrimerkezleri.org/raporlar> adresinden 15 Şubat 2014 tarihinde alınmıştır.
- ÇMD. (2013). *2013 Türkiye Çağrı Merkez Verileri*. <http://www.cagrimerkezleridernegi.org/raporlar> adresinden 15 Şubat 2014 tarihinde alınmıştır.
- Çekerol, K., (Ed.), (2011), Çağrı merkezi yönetimi-1. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çıtak, T., Gülseren, N. A. ve Özdemir, A. (2007, Eylül). *Hemşirelik ve sağlık memurluğu öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen faktörler*. 4. Uluslararası 11. Ulusal Hemşirelik Kongresi, Poster Bildiri. Ankara, Türkiye.
- Demagalhaes, R., Wilde, H. ve Fitzgerald, L.R. (2011). Factors affecting accounting students’ employment choices: a comparison of students’ and practitioners’ views. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 11(2), 32-40.
- Dinç, E. (2008). Meslek seçiminde etkili faktörlerin incelenmesi: meslek yüksek okulu-muhasebe programı öğrencileri üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 90-106.
- Erdem, B. ve Kayran M. F. (2013). Balıkesir üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1), 81-106.
- ECCBP. (2012). *2012 Executive Summary*. http://www.eccbp.be/index/pages/id_page-2/lang-en/, Retrieved on February 15, 2014.
- Genç, G., Kaya, A. ve Genç M. (2007). İnönü üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörler. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (14), 49-63.
- Jonston, J., Mckeown, E. ve Mcewen, A. (1999). Choosing primary teaching: the perspectives of males and females in training. *Journal of Educating for Teaching*, 25 (1), 55-64.
- Kohen, A. (2002). Çağrı merkezleri: yararları ve bileşenleri. *Aktive Bankacılık ve Finans Dergisi*. 22, 1-7.
- Korkut-Owen, F., Kepir, D. D., Özdemir, S., Ulaş, Ö. ve Yılmaz, O. (2011, Ekim). *Üniversite öğrencilerinin bölüm seçme nedenleri*. XI. PDR Kongresi. İzmir, Türkiye.

- McCabe, R., Nowak, M. ve Mullen, S. (2005). Nursing careers: what motivated nurses to choose their profession? *Australian Bulletin of Labour*, 31(4), 384-406.
- Mızrak, Ş. ve Şenel, E. (2011). Meslek liselerinde tekstil konfeksiyon programının seçimini etkileyen faktörler ve programa talep oranı (konya, karaman ve aksaray illeri örneği). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 183-201.
- Mooney, M., Glacken, M. ve O'Brien, F. (2008). Choosing nursing as a career: a qualitative study. *Nurse Education Today*, 28, 385-392.
- Ömürbek, V. ve Usul, H. (2008). Muhasebe mesleğinin seçilmesinde etkin olan etkenlerin faktör analiziyle incelenmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 37, 164-173.
- ÖSYM. (2013). *ÖSYS Yerleştirme Kılavuzu ve Ek Yerleştirme Kılavuzu*. <http://www.osym.gov.tr/belge/1-13889/kilavuzlar.html> adresinden 15 Şubat 2014 tarihinde alınmıştır.
- Paulick, I., Retelsdorf, J. ve Möller, J. (2013). Motivation for choosing teacher education: associations with teachers' achievement goals and instructional practices. *International Journal of Educational Research*, 61, 60-70.
- Pekkaya, M. ve Çolak, N. (2013). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörlerin önem derecelerinin ahp ile belirlenmesi. *International Journal of Social Science*, 6 (2), 797-818.
- Sarıkaya, T. ve Khorshid, L. (2009). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen etmenlerin incelenmesi: üniversite öğrencilerinin meslek seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Sathapornvajana, S. ve Watanapa, B. (2012). Factors affecting student's intention to choose IT program. *Procedia Computer Science*, 13, 60-67.
- Tamayose, T.S., Madjidi, F., Schmieder-Ramirez, J. & Rice, G.T. (2004). Important factors when choosing a career in public health. *Californian Journal of Health Promotion*, 2(1), 65-73.
- Taş, M. Y. (2012). Demirci eğitim fakültesi sosyal bilgiler öğretmenliği adaylarının profili ve sosyal bilgiler öğretmenliğini tercih etme nedenlerinin değerlendirilmesi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 64-76.
- TDK. (2014). *Büyük Türkçe Sözlük*. http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime &guid= TDK.GTS.530a09a387d6e5.20449525 adresinden 10 Ocak 2014 tarihinde alınmıştır.
- Watt, H.M.G., Richardson, P.W., Klusmann, U., Kunter, M., Beyer, B., Trautwein, U. vd. (2012). Motivations for choosing teaching as a career: an international comparison using the fit-choice scale. *Teaching and Teacher Education*, 28, 791-805.