

ÇALIŞANLARIN İŞ BULMA KANALLARINA GÖRE PROFİLİNİ TESPİT ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA ¹

Ali Talip AKPINAR²

Özet:

İnsan, işletmeler için en önemli üretim faktörüdür. İşletmeler için personel seçme sürecinin etkinliği örgütsel performansla doğrudan ilişkidir. İnsan Kaynakları Yönetimi literatüründe işe alma ile ilgili bilgi ve yayınlara sıklıkla rastlanmakla birlikte çalışanlar açısından aktif bir durum olan işe girme konusunda pek yayın bulunmamaktadır.

Bu nedenle araştırmanın temel amacı, çalışanların iş bulma kanallarına göre demografik ve çalışma ile ilgili değişkenlerinin profilini tespit etmek olarak belirlenmiştir.

İzmit/Kocaeli'ndeki 85 işletmedeki 684 beyaz yakalı çalışandan elde edilen verilere göre profil tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan beyaz yakalı çalışanların % 2,8'i İş-Kur, % 4,7'si Staj sonrası, % 8,2'si Özel istihdam bürosu, % 9,5'i Akraba çevresi, % 18,5'i İş Teklifi, % 24,2'si İş ilanına başvuru ve % 32,1'i ise Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla çalıştıkları işe girdiklerini ifade etmişlerdir.

Arkadaş/tanıdık ve akraba çevresi kanalıyla işe girenlerin toplamı % 42,6'lık oranı oluşturması sosyal ağların-ilişkilerin etkisini ve önemini açığa çıkarmaktadır. Bununla birlikte arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanlar en düşük gelir seviyesine ve pozisyona sahiptirler. İş teklifiyle işe başlayan çalışanlar, arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe girenlere göre ortalama % 55,83 daha fazla gelir elde etmekte ve daha ziyade yönetici pozisyonunda çalışmaktadırlar.

Sonuç olarak, iş bulma kanallarına göre çalışanların yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim, kıdem, pozisyon, iş değiştirme niyeti değişkenleri farklılık göstermektedir. Sosyal ilişkiler, işletmelerin personel seçme ve işe alma süreçlerinde önemli etkiye sahiptir.

Anahtar kelimeler : İş Bulma Kanalları, İşe Alma, Seçme ve Yerleştirme, İnsan Kaynakları Yönetimi,

JEL Kodu : M12, M51, M54

A RESEARCH ON IDENTIFYING THE PROFILE OF THE EMPLOYEES ACCORDING TO THEIR EMPLOYMENT CHANNELS

¹ Bu çalışma 21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon kongresinde bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş halidir

² Doç.Dr. Kocaeli Üniversitesi, alitalip@yahoo.com

Abstract :

Human is the most important production factor for businesses. There is a strong relation between efficiency of personnel selection processes and organizational performance. There are plenty information and publications available in Human Resources Management literature not only about recruitment but also about employment, which is an active situation in terms of employees point of view.

The main purpose of this research is to identify demographic and profile of the work-related variables based on employees' job channels.

In İzmit / Kocaeli the profiles are determined based on the data obtained from 684 white-collar workers from 85 businesses. The white-collar workers participated in the study expressed about their recruitment through the following channels: 2.8% from the İş-Kur (the recruiting office of government), 4.7% from the post-internship, 8.2% from the private employment agencies, 9.5% from the relatives, 18,5% from the job offers, 24.2% from the job advertisement applications and 32.1% from the friends/acquaintances network.

Employees who have been recruited through the channels of the friends/acquaintances and the relatives are have a total rate around 42.6% reveals the impact and importance of social networks-relationships. However, those employees who have been recruited through the friends/acquaintances channel have the lowest income levels and statuses.

Those employees who have been recruited through the job offers channel work in a better position and make 55.83% more income on average than those who have been recruited through the friends/acquaintances channel.

As a result; the parameters such as age, sex, marital status, education, seniority, position and the job changing intention of employees varies distinctively. Social networks-relationships have a primary effect on function of personnel selection and recruitment of businesses.

Keywords: Job Finding Channels, Personnel Selection, Recruitment, Human Resources Management

JEL Code : M12, M51, M54

1. GİRİŞ

İnsan Kaynakları Yönetimi, işletmenin insan kaynakları ile ilgili her türlü faaliyetinin planlanması, örgütlenmesi, yürütülmesi, eşgüdümünün yapılması ve denetiminden birinci derece sorumludur (Okur, 2002:53). Bir işletmede rekabet gücünün artırılmasında insan kaynağı ile ilgili tüm kararlarda hata olasılığının en aza indirilmesi büyük önem taşır (Karacan, 2007:9).

İşletmelerin başarısında en önemli üretim faktörü, kendi çalışanlarıdır. Bilginin ve öğrenmenin rekabetçi avantaj kaynağı haline gelmesi, çalışanların önemini daha da artırmıştır. Ayrıca işletmelerde bilgili ve yetenekli çalışanların bulunması, örgütsel başarı için yeterli değildir. Çalışanın işe ve işletmeye dönük olumlu tutumlara da sahip olması gerekir.

İşletmelerin yaşamlarını devam edebilmesi nitelikli, başarılı ve bağlılık düzeyi yüksek çalışanlarıyla olabilmektedir. İşletmelerin etkinliği ve verimliliğini etkileme ve artırmada İnsan Kaynakları Yönetiminin işe alma (seçme ve yerleştirme) işlevinin büyük rolü vardır.

İşletmeler, ancak doğru işlerde doğru kişileri çalıştırarak verimlilik ve etkinliklerini artırebildikleri için işe alma politika ve süreçleri örgütsel başarıda belirleyici olabilmektedir.

Günümüzde işletmelerin çalışanlarını seçerken önem verdiği işe alma kanallarının bilinmesi hem çalışmaya aday kişiler hem de insan kaynakları profesyonelleri açısından aydınlatıcı olacaktır. İşletmelerin iş bulma kanallarına göre çalışanlarını sınıflandırmaları ve iş değiştirme olasılıklarını belirlemeleri insan kaynaklarıyla ilgili işe alma politikalarını daha da etkin ve verimli bir şekilde yapılandırmalarına yardımcı olur. İşletmelerin başarılı, nitelikli, verimli ve işletmeye bağlılık düzeyleri yüksek çalışanların iş bulma kanallarını işe alma sürecinde daha fazla kullanmaları etkinliklerini artırebilecektir.

2. İNSAN KAYNAKLARI TEDARİKİNDE İŞ BULMA KANALLARI

İnsan kaynağı tedarik ve seçme teknikleri, insan kaynakları yönetiminde en zor konulardan biridir (Sabuncuoğlu, 2008:78). Tedarik/İşe alma işlevi, işletmenin gereksinim duyduğu nitelikte ve sayıda çalışanın istihdamı için insan kaynakları planlamasının yapılması, boş pozisyonlara yerleştirilecek adayların toplanması, toplanan adaylar arasından seçilenlerin boş pozisyonlara yerleştirilmesi olarak tanımlanabilir (Okur, 2002:55) .

İnsan Kaynakları tedariki, yeni açılan veya boşalan pozisyonlara uygun adayları bulmak için gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Çalışan seçme sürecinin amacı ise; iş ve kişi uyumunun sağlanmasıdır. Başka bir ifadeyle işin nitelik ve gereklerine uygun bilgi, beceri, tutum ve davranıştaki çalışanın seçilme sürecidir. İşletmeler için insan kaynakları seçimi çok kritik bir fonksiyondur. Çünkü iş ve kişi arasında temelde bir uyum sağlanamazsa insan kaynaklarının bütün fonksiyonlarına yapılan yatırımlardan uygun bir geri dönüş elde edilmesi imkansız olmaktadır (Çetin, 2012 : 256).

İnsan Kaynakları Tedarik Kaynakları, işletme içi ve işletme dışı kaynakları olmak üzere 2 grup da toplanabilir (Çetin ve Dinç, 2014 : 59-60). Bu çalışma, işletme içi kaynakları kapsamayıp işletme dışı kaynakları içermektedir. Çünkü İnsan Kaynakları Yönetimi literatüründe tedarik/işe alma ile ilgili bilgi ve yayınlara sıklıkla rastlanmakla birlikte çalışanlar açısından aktif bir durum olan iş bulma veya işe girme konusunda pek yayın bulunmamaktadır. Genel itibariyle her işletmenin işe alma politikası var olmasına rağmen bu politikaların çalışanların iş bulma kanalları açısından sorgulanması önemlidir. İşletmelerin benimsediklerini ifade ettikleri tedarik/işe alma politika ve süreçlerinin uygulamada nasıl gerçekleştiğini göstermede çalışanların iş bulma kanallarını sorgulamak aydınlatıcı olacaktır.

İşletmeler tedarik/işe alma politikalarında işe uygun nitelikteki personel adaylarının başvurmasını sağlamaya yönelik kendi aday havuzunu oluşturma ve bu havuzdan yararlanmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle işletmeler personel ihtiyacını, mümkün olduğunca çok sayıda kişiye başvuruyu özendirerek şekilde duyurmaktadırlar. İşletmelerin aday havuzunun büyüklüğü, iş gereklerine uygun kişilerin seçilebilmesinde ve dolayısıyla işe alma sürecinin başarısında önemli etkiye sahiptir.

İşletmeler çalışan bulmada birçok kanaldan yararlanabilmektedirler. İşyerine yapılan kişisel başvurular, işletmedeki çalışanların önerileri, iş ilanı duyuruları, özel istihdam büroları, internette yer alan siteler, eğitim kurumları, İş-Kur gibi aday ve çalışan bulma da en yaygın kanallar aşağıda kısaca açıklanmaktadır:

İş ilanı duyurusu; işletmenin kendi internet sitesi, gazete, dergi, radyo, televizyon, el ilanları vb. yollarla kamuoyunu ve aday kişileri bilgilendirmek için yaygın olarak kullanılan bir

yöntemdir. Adaylar, işletmenin iş ilanı duyurusu olmadan da elektronik postayla, mektupla, faksla ve şahsen işletmeye gelerek kişisel başvuru yapabilmektedirler.

İşletmelerde İnsan Kaynakları bölümleri seçme ve yerleştirme işlevini yapmakla birlikte kendi çalışanlarının önerilerinin yeni çalışanların işe girmesindeki etkisinden dolayı sosyal ilişkilerin önemi halen devam etmektedir. Akraba ve arkadaş/tanıdık çevresi kanallarıyla iş bulma; en eski işe başvuru yöntemlerinden olmakla beraber günümüzde birçok işletme tarafından da oldukça kabul görmektedir. Bu kanallar, aynı işyerinde çalışan bir kişi ya da bu kişiyi tanıyan başka bir kişi aracılığı ile başvuru olarak veya işe başvurana referans olma şeklinde olabilmektedir.

Staj, eğitim kurumlarında teorik olarak öğrenilen bilgilerin işyerinde pratiğe dökülerek uygulandığı bir süreçtir. Stajyerlik süreci, hem stajyer hem de işletmeler açısından karşılıklı etkileşimi içermektedir. Bu süreçte stajyerler, iş ve işyerindeki çalışma ortamı, yönetim ve politikalar vb. bilgileri edinip örgütün kültürünü öğrenirler. Bu kanal, işveren açısından da stajyerin iş başarısı ve kabiliyeti, kişilik ve davranışsal özelliklerinin izlenmesi nedeniyle tercih edilebilmektedir. İşletmeler, staj dönemi sonrasında uygun gördükleri stajyerlere çalışmaya devam etmeleri için teklifte bulunabilmektedirler. Stajyerlik sürecinin, iş bulma kanalları arasında gün geçtikçe daha çok tercih edilen bir yöntem olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Eğitim kurumlarının öğrencilerine getirmiş olduğu staj zorunluluğu; stajyer sayısını ve bu kanalla iş bulma oranını artırmıştır. Ayrıca bu artışta akraba/arkadaş/tanıdıkları vasıtasıyla staj yapılan işletmenin bulunmasının ve bir tür deneme süreci olan stajdaki stajyerin başarısının da önemli katkısı bulunmaktadır.

İş teklifi kanalı, aynı işkolu veya sektörde faaliyet gösteren işletmelerden özellikle deneyim ve bilgi gerektiren işler ve pozisyonlar için personel temininde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

İşletmeler, çalışan bulma hizmeti veren İş-Kur ve özel istihdam bürolarının aday havuzlarından da yararlanmaktadır. Devlet kurumu olan İş-Kur, beyaz yakalıdan ziyade mavi yakalı olarak çalışmak veya çalıştırmak isteyenlerin daha çok tercih ettiği bir kanaldır. Her ne kadar İş-Kur kendini yeniden yapılandırırsa ve etkinliğini artırırsa da özel istihdam büroları/internet kanalıyla işe başvuruların ve işe alımların sayısı her geçen gün artmaktadır.

Bilgi teknolojilerinin kullanıcılara istedikleri bilgiyi hızlı bir şekilde vermesi ve gençlerin bilgi teknolojilerini kullanma istek ve yetkinliklerinin fazla olması nedeniyle özellikle internet kullanımı günümüzde giderek yaygınlaşmakta iş ve/veya aday arama davranışını etkilemektedir. Bu nedenle personel arayan birçok işletme duyurularını genellikle ya kendi internet sitelerinden ya da özel istihdam büroları/internet siteleri aracılığı ile yapmayı tercih etmektedirler. Günümüzde özel istihdam büroları işletmeleri aracılığı ile işe girenlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Özel istihdam büroları/internet kanalı; özellikle hem uzman ve yönetici pozisyonunda çalışacak kişilerin ve hem de bu niteliklere sahip personel arayan işletmeler tarafından yaygın bir şekilde tercih edilmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışanların iş bulma kanallarına göre profilini tespit ederek literatüre katkı sağlamayı amaçlayan bu araştırma, tanımlayıcı bir nitelik taşımaktadır. Tanımlayıcı araştırmalar, bilinen bir durum ya da olayla ilgili değişkenlerin özelliklerini ortaya koyma amacı taşır (Saruhan ve Özdemirci; 2005:114). Tanımlayıcı araştırmaların bilimsel nitelik taşıması için gerçek anlamda yeni bir şey söylemesi ya da ilginç ve önemli bir olguyu ortaya koyması

gerekmektedir. Araştırmada, işletmelerde iş bulma kanallarına göre beyaz yakalı çalışanların demografik ve çalışma ile ilgili değişkenlerinin sınıflandırılması suretiyle bir profilin çıkarılmasının işe alma sürecinin farklı bir açıdan değerlendirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırma; tespitleri, analizleri ve değerlendirmeleriyle akademisyenlere ve uygulayıcılara yol gösterici olabileceği için tanımlayıcı bir nitelik taşımaktadır.

Çalışanların profilini belirlemeye yönelik anket formunda demografik ve çalışma ile ilgili yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim, kıdem, pozisyon, iş değiştirme niyeti değişkenleri soruları çoktan seçmeli veya boşluk doldurma şeklinde yer almaktadır. Ayrıca çalışanların iş bulma kanalları seçenekleri olarak; İş-Kur, Staj sonrası, Özel istihdam bürosu/İnternet, Akraba çevresi, Arkadaş/tanıdık çevresi, İş Teklifi, İş ilanına başvurma yer almaktadır.

İzmit/Kocaeli'ndeki 85 işletmedeki 684 beyaz yakalı çalışandan elde edilen verilere göre profil tespit edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılan beyaz yakalı çalışanların % 2,8'i İş-Kur, % 4,7'si Staj sonrası, % 8,2'si Özel istihdam bürosu, % 9,5'i Akraba çevresi, % 18,5'i İş Teklifi, % 24,2'si İş ilanı ve % 32,1'i ise Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla çalıştıkları işe girdiklerini ifade etmişlerdir. Beyaz yakalı çalışanların iş bulma kanallarından arkadaş/tanıdık ve akraba çevresinin toplamı olan % 42,6'lık oran sosyal ağların-ilişkilerin etkisini ve önemini açığa çıkarmaktadır.

Bu bulgu; işletmelerin işe alma politikalarında çalışanlarının önerilerine ve/veya sosyal ilişkilere verdikleri önemi tespit etmektedir. Emek üretiminin talepten daha fazla olmasından ve kültürel (toplulukçu) özelliklerinden dolayı Türkiye'de personel niteliklerinin yanı sıra sosyal ilişkilerde işe girmede etkili olmaktadır. İşletmelerin oluşturdukları aday havuzundaki özellikle işe uygun nitelikli çok sayıda kişi varsa sosyal ilişkiler veya referansın etkisi daha da artmaktadır.

Araştırmamızın çalışanların iş bulma kanallarına göre demografik ve çalışma ile ilgili değişkenlerin profilini tespit eden bulguları analiz ve değerlendirmeleri aşağıda ayrıntılarıyla birlikte yer almaktadır. Tablolar içerisinde iş bulma kanalları ve değişkenlerle ilgili belirgin farklılık gösteren rakamlar koyu olarak sunulmuştur. Her iş bulma kanalı ve değişkenle ilgili sayı ve yüzde değerleri ve o değişkenin iş bulma kanalları içerisindeki yüzde değerleri, kıyaslamayı ve yorumlamayı kolaylaştırmak için verilmiştir.

4.1 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Yaş Kategorilerinin Profili

Tablo 1'de çalışanların iş bulma kanallarına göre yaş kategorileriyle ilgili veriler sunulmuştur. İş-Kur kanalıyla işe giren çalışanların 33-40 yaş kategorisinde % 4,3 ve 41 ve üstü yaş kategorisinde % 4'lük oranla toplam ortalama olan % 2,8'in üzerinde olması çok belirgin bir farklılıktır. İş-Kur kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması en yüksek seviyede olup 34,63 yıldır. Bu tespit; İş-Kur kanalını daha ziyade daha yaşlı olanların kullandığını göstermektedir.

Özel istihdam/İnternet kanalıyla işe giren çalışanların 18-25 yaş kategorisinde % 11,2 ve 26-32 yaş kategorisinde % 9,2'lik oranla toplam ortalama olan % 8,5'in üzerinde olması belirgin bir farklılıktır. Bu iş bulma kanalını daha ziyade gençlerin kullandığını göstermektedir. Özel istihdam/İnternet kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması 30,38 yıldır.

İş ilanına başvuru kanalıyla işe giren çalışanların 33-40 yaş kategorisinde % 26,6 ve 41 ve üstü yaş kategorisinde % 25,7'lik oranla toplam ortalama olan % 23,9'un üzerinde olması çok belirgin olmayan bir farklılıktır. İş ilanına başvuru kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması 32,98 yıldır.

İş teklifi kanalıyla işe giren çalışanların 41 ve üstü yaş kategorisinde % 22,8 ve 26-32 yaş kategorisinde % 18,8'lik oranla toplam ortalama olan % 17,6'nın üzerinde olması belirgin bir farklılıktır. İş teklifi kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması 33,66 yıldır.

Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanların 26-32 yaş kategorisinde % 34,9 ve 41 ve üstü yaş kategorisinde % 34,7'lik oranla toplam ortalama olan % 32,6'nın üzerinde olması çok belirgin olmayan bir farklılıktır. Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması 33,19 yıldır.

Akraba çevresi kanalıyla işe giren çalışanların 33-40 yaş kategorisinde % 19,1 toplam ortalama olan % 9,8'in üzerinde olması çok belirgin bir farklılıktır. Akraba çevresi kanalıyla işe giren çalışanların yaş ortalaması 33,30 yıldır.

Staj sonrası kanalıyla işe giren çalışanların 18-25 yaş kategorisinde % 8,9'luk oranla toplam ortalama olan % 4,8'in çok üzerinde ve neredeyse 2 katı olması belirgin bir farklılıktır. Staj sonrası kanalıyla işe giren çalışanlar en genç grup olup yaş ortalaması 26,45 yıldır.

Tablo: 1 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Yaş Kategorilerinin Profili

Yaş Kategorileri		İş Bulma Kanalları							Toplam
		İş-Kur	Özel Büro/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu	
18-25 Yas	Sayı	6	30	60	45	81	23	24	269
	Yaş Kateg. %	2,2	11,2	22,3	16,7	30,1	8,6	8,9	100
	İş Bulma %	31,6	51,7	36,8	37,5	36,5	34,3	72,7	39,4
26-32 Yas	Sayı	5	20	52	41	76	17	7	218
	Yaş Kateg. %	2,3	9,2	23,9	18,8	34,9	7,8	3,2	100
	İş Bulma %	26,3	34,5	31,9	34,2	34,2	25,4	21,2	32
33-40 Yas	Sayı	4	5	25	11	30	18	1	94
	Yaş Kateg. %	4,3	5,3	26,6	11,7	31,9	19,1	1,1	100
	İş Bulma %	21,1	8,6	15,3	9,2	13,5	26,9	3	13,8
41 ve + Yas	Sayı	4	3	26	23	35	9	1	101
	Yaş Kateg. %	4	3	25,7	22,8	34,7	8,9	1	100
	İş Bulma %	21,1	5,2	16	19,2	15,8	13,4	3	14,8
Toplam	Sayı	19	58	163	120	222	67	33	682
	Toplam %	2,8	8,5	23,9	17,6	32,6	9,8	4,8	100

4.2. Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Cinsiyetlerinin Profili

Çalışanların cinsiyetlerine göre iş bulma kanalları da farklılık göstermektedir. Tablo 2'de de görüldüğü üzere, anketi yanıtlayan çalışanların % 39,5'i kadın, % 60,5'i erkektir. Bununla birlikte staj sonrasında işe girenlerin % 57,6'sının kadın olması; kanallar arasında cinsiyet profili değişkeninde en belirgin farklılıktır. Bu tespite göre işletmeler, başarılı kadın stajyerleri işe almada daha fazla tercih etmektedirler.

Kadın çalışanların en az kullandığı iş bulma kanalı, %26,5 oranıyla İş-Kur'dur. Diğer bir ifadeyle katılımcıların % 60,5'i erkek olmasına rağmen İş-Kur kanalıyla işe giren erkek

çalışanların oranı % 73,7'dir. Dolayısıyla İş-Kur iş bulma kanalı erkeklerin en çok tercih ettikleri kanaldır.

Ankete katılanların toplam sayı ve yüzde değerlerine göre diğer iş bulma kanallarının cinsiyet değişkeniyle ilgili sayı ve yüzde değerler belirgin bir farklılık göstermemektedir.

Tablo: 2 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Cinsiyetlerinin Profili

Cinsiyet		İş Bulma Kanalları							Toplam
		İş-Kur	Özel Büro inte	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu	
Kadın	Sayı	5	22	65	48	91	21	19	271
	Cinsiyet %	1,8	8,1	24,0	17,7	33,6	7,7	7,0	100
	İş Bulma %	26,3	37,9	39,9	40,0	40,6	31,3	57,6	39,6
Erkek	Sayı	14	36	98	72	133	46	14	413
	Cinsiyet %	3,4	8,7	23,7	17,4	32,2	11,1%	3,4	100
	İş Bulma %	73,7	62,1	60,1	60,0	59,4	68,7	42,4	60,4
Toplam	Sayı	19	58	163	120	224	67	33	684
	Toplam %	2,8	8,5	23,8	17,5	32,7	9,8	4,8	100

4.3. Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Medeni Hallerinin Profili

Tablo 3'de de görüldüğü üzere, anketi yanıtlayan çalışanların % 63,6'sı evli, %36,4'ü bekar olmakla birlikte staj sonrasında işe girenlerin % 66,7'sinin bekar olması, kanallar arasında medeni hal değişkeninde en dikkat çeken farklılıktır. Bu durumun oluşmasında erkek çalışanlara göre kadın çalışanların bu iş bulma kanalını daha fazla kullanmasının ve yaş ortalamasının (kadın çalışanlarının 30,41 erkek çalışanlarının ise 34,24 yıldır) daha düşük olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Özel istihdam büro/internet iş bulma kanalını kullananların % 50'sinin bekar olması da genel ortalamaya göre belirgin bir farklılık göstermektedir. İş-Kur kanalıyla işe giren çalışanların evli olma oranı % 73,7 olup diğer kanallara göre en üst seviyededir.

Ankete katılanların toplam sayı ve yüzde değerlerine göre diğer iş bulma kanallarının medeni hal değişkeniyle ilgili sayı ve yüzde değerler çok belirgin bir farklılık göstermemektedir.

Tablo: 3 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Medeni Hallerinin Profili

Medeni Hal		İş Bulma Kanalları							Toplam
		İş-Kur	Özel Büro/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu	
Evli	Sayı	14	29	108	76	144	44	11	426
	Medeni Hal %	3,3	6,8	25,4	17,8	33,8	10,3	2,6	100

Bekar	İş Bulma %	73,7	50,0	67,5	63,9	64,0	66,7	33,3	62,6
	Sayı	5	29	52	43	81	22	22	254
	Medeni Hal %	2,0	11,4	20,5	16,9	31,9	8,7	8,7	100,0
	İş Bulma %	26,3	50,0	32,5	36,1	36,0	33,3	66,7	37,4
Toplam	Sayı	19	58	160	119	225	66	33	680
	Toplam %	2,8	8,5	23,5	17,5	33,1	9,7	4,9	100

4.4. Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Eğitim Düzeylerinin Profili

Anketi yanıtlayan çalışanların 22'si (%3,2) ilköğretim, 181'i (%26,7) Lise, 132'si (%19,4) Ön Lisans, 279'u (%41,1) Lisans, 65'i (%9,6) Lisans üstü eğitime sahip olduğu Tablo 4'de görülmektedir.

İlköğretim mezunu çalışanların kullanmadığı veya kullanamadığı iş bulma kanalları; iş ilanına başvuru ve staj sonrasıdır. İlköğretim mezunu çalışanların genel toplam içerisindeki oranı %3,2 olmasına rağmen İş-Kur kanalı % 15, akraba çevresi kanalı % 9 ve arkadaş/tanıdık çevresi kanalı % 4,5 oranıyla diğer iş bulma kanallarına göre ortalamanın çok üzerinde belirgin bir farklılık göstermektedir. Dolayısıyla bu iş bulma kanalları, daha az eğitilmiş kişiler tarafından kullanılmaktadır.

Lise mezunu çalışanların genel toplam içerisindeki oranı %26,7 olmasına rağmen İş-Kur kanalı % 50, akraba çevresi kanalı % 38,8 ve arkadaş/tanıdık çevresi kanalı % 34,5 oranıyla diğer iş bulma kanallarına göre ortalamanın çok üzerinde belirgin bir farklılık göstermektedir.

Önlisans mezunu çalışanların genel toplam içerisindeki oranı %19,4 olmasına rağmen staj sonrası kanalı % 28,1, iş ilanına başvuru kanalı % 22,4, iş teklifi kanalı % 21,2 ve akraba çevresi kanalı % 20,9 oranıyla diğer iş bulma kanallarına göre ortalamanın üzerinde belirgin bir farklılık göstermektedir.

Lisans mezunu çalışanların genel toplam içerisindeki oranı %41,1 olmasına rağmen özel istihdam büroları/internet kanalı % 65,5 ve iş ilanına başvuru kanalı % 48,4 oranıyla diğer iş bulma kanallarına göre ortalamanın çok üzerinde belirgin bir farklılık göstermektedir.

Tablo: 4 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Eğitim Düzeylerinin Profili

Eğitim Düzeyi		İşe Bulma Kanalları						Toplam	
		İş-Kur	Özel Büro/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi		Staj Sonu
İlköğretim	Sayı	3	1	0	2	10	6	0	22
	Eğitim %	13,6	4,5	0	9,1	45,5	27,3	0	100
	İş Bulma %	15,0	1,7	0	1,7	4,5	9	0	3,2
Lise	Sayı	10	4	31	24	77	26	9	181
	Eğitim %	5,5	2,2	17,1	13,3	42,5	14,4	5,0	100
	İş Bulma %	50	6,9	19,3	20,3	34,5	38,8	28,1	26,7
Ön Lisans	Sayı	2	6	36	25	40	14	9	132
	Eğitim %	1,5	4,5	27,3	18,9	30,3	10,6	6,8	100
	İş Bulma %	10	10,3	22,4	21,2	17,9	20,9	28,1	19,4
	Sayı	5	38	78	44	87	15	12	279

Lisans	Eğitim %	1,8	13,6	28	15,8	31,2	5,4	4,3	100
	İş Bulma %	25	65,5	48,4	37,3	39	22,4	37,5	41,1
Lisans Üstü	Sayı	0	9	16	23	9	6	2	65
	Eğitim %	0	13,8	24,6	35,4	13,8	9,2	3,1	100
	İşe Girme %	0	15,5	9,9	19,5	4	9	6,3	9,6
Toplam	Sayı	20	58	161	118	223	67	32	679
	Toplam %	2,9	8,5	23,7	17,4	32,8	9,9	4,7	100

Lisansüstü mezunu çalışanların genel toplam içerisindeki oranı %9,6 olmasına rağmen iş teklifi kanalı % 19,5, özel istihdam büroları/internet kanalı % 15,5 ve iş ilanı başvuru kanalı % 9,9 oranıyla diğer iş bulma kanallarına göre ortalamanın çok üzerinde belirgin bir farklılık göstermektedir.

Belirttikleri eğitim düzeyleri çerçevesinde çalışanların iş bulma kanallarına göre eğitim yılı ortalamaları hesaplanmıştır. İş kur kanalıyla işe giren çalışanların ortalama eğitim süresi, en düşük seviyede olup 12,25 yıldır. Akraba çevresiyle işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 13,20 yıl, Arkadaş/tanıdık çevresiyle işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 13,90 yıl, Staj sonrası işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 14,37 yıl, İş ilanına başvurarak işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 15,17 yıl, İş teklifiyle işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 15,20 yıl ve en yüksek eğitime sahip Özel istihdam/İnternet kanalıyla işe girenlerin eğitim yılı ortalaması 16,33 yıldır.

Sonuç olarak çalışanların eğitim düzeyi arttıkça iş ilanına başvuru, iş teklifi ve istihdam büro/internet kanallarıyla işe girenlerin oranı/sayısı artmaktadır. Çalışanların eğitim düzeyi azaldıkça, diğer kanallarla işe girenlerin oranı/sayısı artmaktadır.

4.5 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Pozisyonlarının Profili

Anketi yanıtlayanların 275'inin (%41,2) çalışan, 130'unun (%19,5) Uzman, 202'sinin (%30,3) Şef, 60'ının (%9) Müdür pozisyonunda olduğu Tablo 5'de görülmektedir:

İş Kur kanalıyla işe girenlerin % 70'i çalışan, % 5'i uzman, % 20'si şef ve % 5'i müdür pozisyonunda görev yapmaktadır.

Tablo: 5 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Pozisyonlarının Profili

Pozisyon		İşe Bulma Kanalları							Toplam
		İş- Kur	Özel Bür/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevre	Staj Sonu	
Çalışan	Sayı	14	15	52	43	98	30	23	275
	Pozisyon %	5,1	5,5	18,9	15,6	35,6	10,9	8,4	100
	İş Bulma %	70	25,9	32,5	36,8	45,8	46,2	69,7	41,2
Uzman	Sayı	1	25	47	21	27	7	2	130
	Pozisyon %	0,8	19,2	36,2	16,2	20,8	5,4	1,5	100
	İş Bulma %	5,0	43,1	29,4	17,9	12,6	10,8	6,1	19,5
Şef	Sayı	4	14	48	36	70	22	8	202
	Pozisyon %	2	6,9	23,8	17,8	34,7	10,9	4	100
	İş Bulma %	20	24,1	30	30,8	32,7	33,8	24,2	30,3
	Sayı	1	4	13	17	19	6	0	60

Müdür	Pozisyon %	1,7	6,7	21,7	28,3	31,7	10	0	100
	İş Bulma %	5	6,9	8,1	14,5	8,9	9,2	0	9
Toplam	Sayı	20	58	160	117	214	65	33	667
	Toplam %	3	8,7	24	17,5	32,1	9,7	4,9	100

Özel istihdam büro/internet kanalıyla işe girenlerin % 25,9'u çalışan, % 43,1'si uzman, % 24,1'i şef ve % 6,9'u müdür pozisyonundadır.

İş ilanına başvuru kanalıyla işe girenlerin % 32,5'i çalışan, % 29,4'ü uzman, % 30'u şef ve % 8,1'i müdür olarak çalışmaktadır.

İş teklif edilmesi yoluyla işe girenlerin % 36,7'si çalışan, % 17,9'u uzman, % 30,8'i şef ve % 14,5'i müdür pozisyonunda görev yapmaktadır. İş teklifi; tüm kanallar içerisinde % 14,5'lik kısmı oluşturmalarına rağmen müdür pozisyonundaki çalışanların % 28,3'ü bu iş bulma kanalını kullanmıştır. Bu tespit, yönetim kademelerinde yükselmenin iş teklifiyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe girenlerin % 45,8'i çalışan, % 12,6'sı uzman, % 32,7'si şef ve % 8,9'u müdür pozisyonundadır. Akraba çevresi kanalıyla işe girenlerin % 46,2'si çalışan, % 10,8'i uzman, % 33,8'i şef ve % 9,2'si müdür pozisyonunda görev yapmaktadır. Arkadaş/tanıdık ve akraba çevresi iş bulma kanallarıyla ilgili bu tespitler; sosyal ağ ve ilişkilerin pozisyon özellikle yönetim kademeleri açısından katkı sağlamadığını göstermektedir. Bu iş bulma kanalını kullanan çalışanların bilgi, eğitim ve deneyim düzeyinin daha az olması bu konuda etkili olmaktadır.

Staj sonrasında işe girenlerin % 69,7'si çalışan, % 6,1'i uzman, ve % 24,2'si şef olup müdür pozisyonunda görev yapan bulunmamaktadır.

4.6 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Kıdem Kategorilerinin Profili

Tablo 6'da anketi yanıtlayan 680 çalışanın 111'inin 1-3 yıllık kıdeme, 271'inin 4-6 yıllık kıdeme, 156'sının 7-9 yıllık kıdeme, 94'ünün 10-12 yıllık kıdeme ve 48'inin 13 yıl ve üzeri kıdeme sahip olduğu görülmektedir:

İş-Kur kanalıyla işe giren çalışanların 1-3 yıl kıdem kategorisinde % 1,8'lik oranla toplam ortalama olan % 2,9'un altında olması çok belirgin bir farklılıktır. İş-Kur kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması 6,7 yıldır.

Özel istihdam/İnternet kanalıyla işe giren çalışanların 1-3 yıl kıdem kategorisinde % 14,4 ve 4-6 yıl kıdem kategorisinde % 11,1'lik oranla toplam ortalama olan % 8,2'nin üzerinde çok olması belirgin bir farklılıktır. Özel istihdam/İnternet kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması, diğer kanallara göre en düşük seviyede olup 3 yıldır.

İş ilanına başvuru kanalıyla işe giren çalışanların 4-6 yıl kıdem kategorisinde % 19,9, 1-3 yıl kıdem kategorisinde % 18,9 ve 10-12 yıl kıdem kategorisinde % 25,5'lik oranla toplam ortalama olan % 23,5'un üzerinde olması pek belirgin olmayan bir farklılıktır. İş ilanına başvuru kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması 6,12 yıldır.

İş teklifi kanalıyla işe giren çalışanların 7-9 yıl kıdem kategorisinde % 25, 4-6 yıl kıdem kategorisinde % 24,7 ve 13 yıl ve üzeri kıdem kategorisinde % 20,8'lik oranla toplam ortalama olan % 17,6'nın üzerinde olması belirgin bir farklılıktır. İş teklifi kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması 5,69 yıldır.

Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanların 10-12 yıl kıdem kategorisinde % 39,4 ve 7-9 yıl kıdem kategorisinde % 34,6'lık oranla toplam ortalama olan % 32,9'un üzerinde olması pek belirgin olmayan bir farklılıktır. Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması 6,16 yıldır.

Akraba çevresi kanalıyla işe giren çalışanların 13 ve üzeri yıl kıdem kategorisinde % 16,7, 7-9 yıl kıdem kategorisinde % 13,5 ve 10-12 yıl kıdem kategorisinde % 11,7'lik oranla toplam ortalama olan % 9,9'un çok üzerinde olması belirgin bir farklılıktır. Akraba çevresi kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması, diğer kanallara göre en yüksek seviyede olup 7,33 yıldır.

Staj sonrası kanalıyla işe giren çalışanların 10-12 yıl kıdem kategorisinde % 8,5, 1-3 yıl kıdem kategorisinde % 5,4 ve 4-6 yıl kıdem kategorisinde % 5,4'lük oranla toplam ortalama olan % 4,9'un üzerinde olması pek belirgin olmayan bir farklılıktır. Staj sonrası kanalıyla işe giren çalışanların kıdem ortalaması 5,6 yıldır.

Tablo: 6 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Kıdem Kategorilerinin Profili

Kıdem Kategorileri	İş Bulma Kanalları							Toplam	
	İş-Kur	Özel Büro/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu		
1-3 yıl	Sayı	2	16	19	21	40	7	6	111
	Kıdem Kateg. %	1,8	14,4	17,1	18,9	36	6,3	5,4	100
	İş Bulma %	10	28,6	11,9	17,5	17,9	10,4	18,2	16,3
4-6 yıl	Sayı	8	30	67	54	78	20	14	271
	Kıdem Kateg. %	3	11,1	24,7	19,9	28,8	7,4	5,2	100
	İş Bulma %	40	53,6	41,9	45	34,8	29,9	42,4	39,9
7-9 yıl	Sayı	4	9	39	25	54	21	4	156
	Kıdem Kateg. %	2,6	5,8	25	16	34,6	13,5	2,6	100
	İş Bulma %	20	16,1	24,4	20,8	24,1	31,3	12,1	22,9
10-12 yıl	Sayı	4	1	23	10	37	11	8	94
	Kıdem Kateg. %	4,3	1,1	24,5	10,6	39,4	11,7	8,5	100
	İş Bulma %	20	1,8	14,4	8,3	16,5	16,4	24,2	13,8
13 + yıl	Sayı	2	0	12	10	15	8	1	48
	Kıdem Kateg. %	4,2	0	25	20,8	31,3	16,7	2,1	100
	İş Bulma %	10	0	7,5	8,3	6,7	11,9	3	7,1
Toplam	Sayı	20	56	160	120	224	67	33	680
	Toplam %	2,9	8,2	23,5	17,6	32,9	9,9	4,9	100

4.7. Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Gelir Düzeylerinin Profili

Tablo 7'de de görüleceği üzere, katılımcıların seçenekler arasından işaretledikleri gelir düzeyleri çerçevesinde çalışanların iş bulma kanallarına göre gelir farklılıklarının kıyaslanması amacıyla önce gelir ortalamaları hesaplanmıştır. Gelir ortalaması en düşük olan arkadaş/tanıdık çevresinin gelir seviyesi 100 olarak baz alınmıştır. Diğer iş bulma kanallarının gelirleri bu baza göre derecelendirilmiştir.

Tablo: 7 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Gelir Düzeylerinin Profili

	İş Bulma Kanalları						
	İş-Kur	Özel Büro /int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu

Gelir Düzeyi	102,27	144,69	133,03	155,83	100	105,75	103,78
---------------------	--------	--------	--------	--------	------------	--------	--------

İşe girme kanalları içinde en yüksek gelir grubuna sahip olan İş teklifiyle işe başlayanlar, arkadaş çevresi kanalıyla işe girenlere göre ortalama % 55,83 daha fazla gelir elde etmektedirler. Arkadaş çevresi kanalıyla işe girenlere göre ortalama olarak İş kur kanalıyla işe girenler % 2,27, staj sonrası işe girenler % 3,78, Akraba çevresiyle işe girenler % 5,75, İş ilanına başvurarak işe girenler % 33,03 ve Özel istihdam/interneti kullanarak işe girenler % 44,69 daha fazla gelir düzeyine sahiptirler. Bu tespit; eğitim düzeyi artışının ve pozisyonun gelire pozitif yönlü ilişkisi olduğunu da göstermektedir.

4.8 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre 1 Yıl İçerisinde İş Değiştirme İsteklerinin Profili

Örgüte bağlılık; çalışanların birbirleriyle nasıl bir ilişki içinde olduklarını, örgüt hakkında beklenti ve duygularını yansıttığı için bir yıl içinde işyerini değiştirip değiştirmeyeceğine ilişkin soruya ankette yer verilmiştir. Tablo 8'de görüldüğü üzere anketi yanıtlayan çalışanların % 13'ü bir yıl içinde iş yerini değiştirmeyi istemekte, %73'ü istememektedir. Çalışanların yanıtlamaktan çekindiği için yanıtlanma oranı diğer değişkenlere göre daha düşüktür. Bu soruya yanıt vermeyenlerin oranı ise % 14,4'dür.

İş-Kur kanalıyla işe girenlerin % 5,9'u, özel istihdam büro/internet kanalıyla işe girenlerin % 13,3'ü, iş ilanına başvuru yoluyla işe girenlerin % 11,9'u, iş teklif edilmesi yoluyla işe girenlerin % 12'si, arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe girenlerin % 15,3'ü, akraba çevresi kanalıyla işe girenlerin % 7,4'ü ve staj sonrasında işe girenlerin 19,4'ü iş değiştirmeyi düşünmektedir.

Tablo: 8 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre 1 Yıl İçerisinde İş Değiştirme İsteklerinin Profili

		İş Bulma Kanalları							Toplam	
		İş-Kur	Özel Büro/int	İş İlanı	İş Teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevre.	Staj Sonu		
1 Yıl İçinde İş Değiştirme İsteği	Evet	Sayı	1	6	16	12	31	4	6	76
		İş Değiş. %	1,3	7,9	21,1	15,8	40,8	5,3	7,9	100
		İş Bulma %	5,9	13,3	11,9	12	15,3	7,4	19,4	13
	Hayır	Sayı	16	39	119	88	171	50	25	508
		İş Değiş. %	3,1	7,7	23,4	17,3	33,7	9,8	4,9	100
		İş Bulma %	94,1	86,7	88,1	88	84,7	92,6	80,6	87
Toplam	Sayı	17	45	135	100	202	54	31	584	
	Toplam %	2,9	7,7	23,1	17,1	34,6	9,2	5,3	100	

İş-Kur kanalıyla işe girenlerin % 94,1 ve akraba çevresi kanalıyla işe girenlerin % 92,6 oranında iş değiştirmeme niyetinde olması alternatif iş imkanlarının azlığından kaynaklanabilir. Bir yıl içinde iş yerini değiştirmeyi isteme değişkenine verdikleri % 19,4 oranda olumlu cevapla staj sonrası kanalıyla işe giren çalışanlar, tüm kanalları içerisinde en yüksek orana sahiptir. Staj sonrası işe giren çalışanları; % 19,4 oranıyla arkadaş/tanıdık çevresiyle işe girenler ve % 15,3 oranıyla özel istihdam/internet kanalıyla işe girenler takip etmektedir. Staj sonrası ve arkadaş çevresi kanalıyla işe giren çalışanların aldıkları gelir seviyesinin az olması, edinilen deneyimle birlikte başka bir işletme de statü kazanabilme

olasılığı bu kararlarını etkilediği söylenebilir. Bilgi, eğitim ve deneyim düzeylerinin fazla olması nedeniyle iş alternatiflerinin fazla olması özel istihdam/internet kanalıyla işe giren çalışanların kararlarında etkili olduğu söylenebilir.

Bir yıl içinde iş yerini değiştirmeyi isteyen çalışanların yaş ortalaması 31 yıl, istemeyen çalışanların yaş ortalaması ise 32,8 yıldır. Çalışanların yaşları arttıkça işten ayrılma niyeti de azalmaktadır.

Çalışanların kıdemleriyle işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. Bir yıl içinde iş yerini değiştirmeyi isteyen çalışanların kıdem ortalaması 4,24 yıl, istemeyen çalışanların kıdem ortalaması ise 6,12 yıldır.

5. SONUÇ

Her işletmenin işe alma/tedarik politikası bulunmakla birlikte bu politikaların çalışanların iş bulma kanalları açısından sorgulanması önemlidir. Çalışanların iş bulma kanallarına göre demografik ve çalışma ile ilgili yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim, kıdem, pozisyon, iş değiştirme niyeti değişkenleri farklılık göstermektedir.

Tanımlayıcı nitelik taşıyan araştırmamızda İzmit/Kocaeli'ndeki 85 işletmedeki 684 beyaz yakalı çalışandan elde edilen verilere göre İş bulma kanallarına göre tüm çalışma ve demografik değişkenlerin genel profili Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo: 9 Çalışanların İş Bulma Kanallarına Göre Tüm Çalışma ve Demografik Değişkenlerin Profili

	İş Bulma Kanalları						
	İş-Kur	Özel Büro/int	İş ilanı	İş teklifi	Arkadaş Çevresi	Akraba Çevresi	Staj Sonu
Katılımcıların Yüzde Oranı	2,8	8,2	24,2	18,5	32,1	9,5	4,7
Yaş Ortalaması	34,63	30,38	32,98	33,66	33,19	33,3	26,45
Erkeklerin Yüzde Oranı	73,37	62,1	60,1	60	59,4	68,7	42,4
Evlilerin Yüzde Oranı	73,7	50	67,5	63,9	64	66,7	33,3
Eğitim Yılı Ortalaması	12,25	16,35	15,17	15,2	13,9	13,2	14,37
Pozisyon	%70'i Çalışan	%43,1'i Uzman	%29,4'ü Uzman	%30,8'i Şef	%45,8'i Çalışan	%46,2'i Çalışan	%69,7 Çalışan
Kıdem Yılı Ortalaması	6,7	3	6,12	5,69	6,16	7,33	5,6
Gelir Düzeyi Skalası	102,77	144,69	133,03	155,83	100	105,75	103,78
İş Değiştirme İsteği Yüzdesi	5,9	13,3	11,9	12	15,3	7,4	19,4

Diğer iş bulma kanalları içerisinde % 2,8'lik en düşük orana sahip olan İş-Kur kanalıyla işe girenlerin % 73,37'si erkek ve % 73,7'si evlidir. 12,25 yıl eğitim ve 6,7 yıl kıdem ve 34,63 yaş ortalamasına sahip olan İş-Kur vasıtasıyla işe girenler yönetim kademelerinde pek yer almamakta ve % 70'i çalışan pozisyonunda görev yapmaktadır. Gelir düzeyleri asgariye yakın olmakla birlikte % 94,1'i 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istemediklerini beyan

etmişlerdir. Bu işte çalışmaya devam etme isteği oranı, iş bulma kanalları içerisinde en yüksek orandır.

% 8,2'lik orana sahip olan özel istihdam/internet kanalıyla işe girenlerin % 62,1'i erkek ve % 50'si evlidir. 16,35 yıl ile en yüksek eğitim ortalamasıyla yılı ve 3 yıl kıdem ve 30,38 yaş ortalamasına sahip olan özel istihdam/internet kanalıyla işe girenler % 43,1'i uzman olarak çalışmaktadırlar. Baz alınan arkadaş/tanıdık çevresinin çalışanlarının ortalamasına göre ortalama % 44,69 daha fazla gelir elde etmektedirler. Gelir düzeyleri 2. en yüksek iş bulma kanalı ortalamasına sahip olmasına % 13,3'ü 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istediklerini beyan etmişlerdir.

% 24,2'lik orana sahip olan iş ilanına başvuru kanalıyla işe girenlerin % 60,1'i erkek ve % 67,5'i evlidir. 15,17 yıl eğitim ve 3 yıl kıdem ve 30,38 yaş ortalamasına sahip olan iş ilanına başvuru kanalıyla işe girenler % 43,1'i uzman olarak çalışmaktadırlar. Baz alınan arkadaş/tanıdık çevresinin çalışanlarının ortalama gelir seviyesine göre ortalama % 44,69 daha fazla gelir elde etmektedirler. Gelir düzeyleri 2. en yüksek iş bulma kanalı ortalamasına sahip olmasına % 13,3'ü 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istediklerini beyan etmişlerdir.

% 18,5'lik orana sahip olan iş teklifi kanalıyla işe girenlerin % 60'ı erkek ve % 63,9'u evlidir. 15,2 yıl eğitim ve 5,69 yıl kıdem ve 33,66 yaş ortalamasına sahip olan iş teklifi kanalıyla işe girenler % 30,8'i şef olarak çalışmaktadırlar. Ayrıca İş teklifi; tüm kanallar içerisinde % 14,5'lik kısmı oluşturmasına rağmen müdür pozisyonundaki çalışanların % 28,3'ü bu iş bulma kanalını kullanmıştır. Bu tespit, yönetim kademelerinde yükselmenin iş teklifiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Baz alınan arkadaş/tanıdık çevresinin çalışanlarının ortalama gelir seviyesine göre ortalama % 55,83 daha fazla gelir elde etmektedirler. En yüksek gelir düzeyi ortalamasına sahip iş bulma kanalı olmasına rağmen çalışanların % 12'si 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istediklerini beyan etmişlerdir.

Diğer iş bulma kanalları içerisinde % 32,1'lik en yüksek orana sahip olan arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe girenlerin % 59,4'u erkek ve % 64'ü evlidir. 13,9 yıl eğitim ve 6,16 yıl kıdem ve 33,19 yaş ortalamasına sahip olan arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe girenler % 45,8'i çalışan olarak görev yapmaktadırlar. Arkadaş/tanıdık çevresi kanalıyla işe giren çalışanların ortalama gelir seviyeleri diğer iş bulma kanallarına göre en düşük düzeydedir. Bu iş bulma kanalını kullanan çalışanların % 15,3'ü 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istediklerini beyan etmişlerdir.

% 9,5'lik orana sahip olan akraba çevresi kanalıyla işe girenlerin % 68,7'si erkek ve % 66,7'si evlidir. 7,33 yıl ile en yüksek kıdem ve 13,2 yıl eğitim ve 33,66 yaş ortalamasına sahip olan akraba çevresi kanalıyla işe girenler % 46,2'si çalışan pozisyonunda görev yapmaktadırlar. Ortalama gelirleri asgari düzeye yakın olmakla birlikte bu iş bulma kanalını kullanan çalışanların % 7,4'ü 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istediklerini beyan etmişlerdir.

% 4,7'lik orana sahip olan staj sonrası kanalıyla işe girenlerin % 42,4'ü erkek ve % 33,3'ü evlidir. 5,6 yıl ile en düşük 2. kıdem ve 14,37 yıl eğitim ve 26,45 yaş ortalamasıyla en genç grup olan staj sonrası kanalıyla işe girenler % 69,7'si çalışan pozisyonunda görev yapmaktadırlar. Ortalama gelirleri asgari düzeye yakın olmakla birlikte bu iş bulma kanalını kullanan çalışanların % 19,4'ü 1 yıl içerisinde işyerini değiştirmek istemektedirler. Bu iş değiştirme isteği oranı, tüm kanalları içindeki en yüksek orandır.

Bu araştırma işletmelerin işe alma/tedarik politikalarında çalışanlarının önerilerine ve/veya sosyal ilişkilere verdikleri önemi tespit etmektedir. Şöyle ki; Sosyal ağ ve ilişkiler nedeniyle ortaya çıkan arkadaş/tanıdık ve akraba çevresi kanalları; iş bulmada % 42,6'lık etkiye sahiptir. Eğitim, deneyim ve nitelik düzeyi daha fazla olan çalışanların pek tercih etmediği kanallardır.

Ayrıca gelir düzeyi ve özellikle yönetim kademelerindeki pozisyonlar ve uzman pozisyonunda pek de önemli olmadığı ortaya çıkmıştır.

Çalışanların iş bulma kanallarına göre profilinin tespit eden bu araştırmanın çalışanların performans düzeylerini ve iş değiştirmeyi isteme nedenlerini de içerecek şekilde yapılması; insan kaynakları politika ve süreçleri için daha da yararlı olacaktır. Çalışanların iş bulma kanallarına göre performans düzeylerinin bilinmesi, örgütlere ve yöneticilerine örgütsel başarıyı artırabilmek için bir farkındalık sunacaktır. Bu konuda edinilen bilgiler ve farkındalıkla işletmeler, işe alma/tedarik politikalarını daha da etkin ve verimli olarak yapılandırabilirler. Bu yapılandırma; başarılı, nitelikli, verimli ve işletmeye bağlılık düzeyleri yüksek çalışanların iş bulma kanallarını işletmelerin işe alma sürecinde daha fazla tercih etmelerini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Çetin, Canan (2012), **Temel İşletmeciliğe Giriş**, Beta Yayınları, İstanbul.

Çetin, Canan ve Dinç Özcan, Esra (2014), **İnsan Kaynakları Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul.

Okur, Mehmet Emin (2002), **İnsan Kaynakları Yönetiminin Endüstri İlişkileri Sisteminin Gelişimi İçinde Artan Önemi ve bir Uygulama**, Türkiye Tekstil İşverenleri Sendikası, İstanbul.

Karacan, Sami (2007), **Entelektüel Sermayenin Muhasebeleştirilmesi ve Finansal Tablolarda Sunulması Entelektüel Sermayeye Muhasebe Bilgi Sistemi Açısından Bir Yaklaşım**, Orient Yayınları, Ankara.

Zeyyat, Sabuncuoğlu (2008), **İnsan Kaynakları Yönetimi**, Furkan Ofset, Bursa.

Saruhan, Şadi Can ve Özdemirci, Ata (2005), **Bilim, Felsefe ve Metodoloji, Araştırmada Yöntem Problemi (Spss Uygulamalı)**, Alkım Yayınevi, İstanbul.