

Konaklama İşletmelerinde Odalar Bölümü İş İlanlarının İçerik Analizi

Özgür Devrim YILMAZ
Dokuz Eylül Üniversitesi
devrim.yilmaz@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2243-5884

Araştırma Makalesi

DOI: 10.31592/aeusbed.658576

Geliş Tarihi: 12.12.2019

Revize Tarihi: 18.06.2020

Kabul Tarihi: 01.07.2020

Atf Bilgisi

Yılmaz, Ö. D. (2020). Konaklama işletmelerinde odalar bölümü iş ilanlarının içerik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 480-495.

ÖZ

Rekabetin yalnızca “tüketiciler” ile sınırlı kalmadığı iş yaşamında işletmeler verimli, yetenekli ve alanlarında yeterli donanıma sahip bireyleri “çalışanları” yapabilmek için yoğun çaba göstermektedir. Bu açıdan iş ilanları; arandığı nitelikte iş görenin işleme çekilmesinde önemli bir role sahiptir. Detaylı ve doğru bilgilerle hazırlanan iş ilanları bireyleri iş başvurusunda bulunmaya yönelten unsurlar arasında sayılabilmektedir. Buradan hareketle çalışmada konaklama işletmelerinin kariyer.net web sitesine verdiği iş ilanları “odalar bölümü” özelinde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Veriler; söz konusu sitede 24 Eylül 2019 ile 08 Ekim 2019 tarihleri arasında 15 günlük süreyle yer almış ilanlardan yararlanılarak elde edilmiştir. Çalışmanın temel amacı odalar bölümü iş ilanlarını belirlenen sınıflamalar çerçevesinde sistematik olarak incelemek ve çıkan sonuçlara yönelik değerlendirmelerde bulunmaktır. Elde edilen bulgulardan konaklama işletmelerinin çoğunda iş ilanlarına gereken önemin gösterilmediği, iş ilanlarının profesyonel bir mesleği tanımlayacak nitelikte olmadığı ve özellikle iş tanımları açısından yetersiz olduğu saptanmış ve son kısımda uygulamacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm sektörü, konaklama işletmeleri, iş ilanı, odalar bölümü.

A Content Analysis on Rooms Division Job Advertisements in Lodging Enterprises

ABSTRACT

In business life, where competition is not limited only to “consumers”, businesses work hard to turn efficient, talented, and qualified individuals into their “employees”. In this respect, job advertisements have important roles in attracting the sought-after employee to the business. Job advertisements with detailed and accurate information are among the factors that lead individuals to apply for jobs. In this study, the job advertisements of the accommodation businesses (mainly on rooms division) on an online website (kariyer.net) were examined by the content analysis method. The data were obtained between 24 September 2019 and 08 October 2019 (a period of 15 days). The main objective of the study is to systematically examine the job advertisements of rooms division within the framework of the determined classifications and to evaluate the results. The findings showed that most of the accommodation establishments did not show the necessary importance to job advertisements, that job advertisements were not qualified to define a professional profession and that they were insufficient especially in terms of job descriptions. Also, some suggestions were made to the practitioners in the last part of the paper.

Keywords: Tourism sector, lodging enterprises, job advertisement, rooms division.

Giriş

İşletmelerin örgüt amaçlarına ulaşabilmesi için gerekli olan kaynaklar doğa, sermaye, işgücü ve girişimden oluşmaktadır (Çetin, Elmalı ve Arslan, 2019). Açıkalın (1994) ve Aykaç (1999) bu kaynaklar içerisinde en önemli ve en zor sağlanan kaynağı işgücü (emek) olarak belirtmektedir. Yazarlar bu görüşlerinin nedenini diğer kaynakların zaman içinde ikame edilebilir özelliğinin olmasına ancak işgücü için bu olanağın bulunmamasına bağlamaktadır. Can vd. (1995) de işletmelerin insan kaynaklarına giderek daha fazla önem vereceklerini ve işgücünü merkeze alan bu eğilimin güçlenerek devam edeceğini iddia etmektedir. Tüm sektörlerde yeterince nitelikli, işin gerektirdiği bilgi, beceri ve yetkinliklerle donatılmış iş görenlere sahip olan işletmelerin rakiplerinden bir adım önde olduklarını söylemek mümkündür (Çetin vd., 2019). Çünkü arandığı özelliklere sahip iş görenler işletmede verimliliğin artmasında önemli bir role sahiptir (Çetin vd., 2019; Kozak,2004). Verimliliğe katkısı dışında nitelikli iş görenler aynı zamanda işletmenin uzun dönemde varlığını korumasında

etkilidir (Fındıkcı, 2003). Bu nedenle işletmeler arası rekabet artık yalnızca “tüketiciler” ile sınırlı kalmamakta; iş gören temin sürecinde de kendini göstermektedir. Kozak (2004)’e göre; rekabet ortamında işletmelerin başarısı, insanın artan önemini dikkate alınmasıyla ilişkilidir. Alınacak ve Erat (2015) özellikli iş görenlerin farklı işletmeler tarafından aranmasını “yetenek savaşları” olarak adlandırmaktadır. Yetenekli (ve nitelikli) çalışanların işletmeye çekilmesinde ise doğru bir işe alım ve iş gören seçim sürecinin uygulanması ilk ve en önemli adımdır. Bu süreç ise işletmeler açısından boş pozisyonların belirlenmesi, aday havuzunun oluşturulması ve iş ilanlarının hazırlanması ile başlayan ve etkili olarak yürütülmesi gereken bir süreçtir (Çetin vd., 2019).

İşgücünün önemi; makalenin temel araştırma alanı olan turizm sektörü ve konaklama işletmeleri açısından değerlendirilirken sektörün özellikleri dikkate alınmalıdır. Hizmet sektörü altında konumlandırılan turizm; dinamik ve statik olmak üzere iki unsurdan oluşmaktadır. Konaklama işletmeleri bu anlamda statik unsur olarak değerlendirilmektedir (Usta, 2008). Sektörde yoğunluğun en yüksek olduğu ve istihdamın en fazla olduğu alan konaklama işletmeleridir (Tütüncü ve Demir, 2003). Hizmet üreten diğer işletmeler gibi konaklama işletmeleri de büyük ölçüde emek-yoğun, konuk-çalışan etkileşiminin yüksek olduğu (Kozak, Maviş, Nergis ve Çiçek, 2013) ve insana dayalı hizmet üretimi yapan (Tesone, 2010) işletmelerdir. Bu nedenle konaklama işletmelerinin başarısı; eğitimi, bilgili ve deneyimli işgörenlere bağlıdır (Usta, 2008).

Diğer yandan; iş ilanları, işletmelerin açık olan iş pozisyonlarını hedef kitlelerine ilettikleri ve işe ilişkin gereken tüm bilgilendirmeyi yaptıkları bir prosedür olarak tanımlanmaktadır (Breaugh ve Starke, 2000; Mondy ve Mondy, 2017). İlanlar aynı zamanda; aday ve işletmenin kurduğu ilk temas özelliği taşıdığından işletme imajı açısından da önem taşımaktadır. Günümüzde insan kaynakları yönetimindeki itici güçlerden biri de bilgi teknolojisi olduğundan, “işe alım” gibi kilit insan kaynakları süreçleri artık değişmektedir (Çetin vd, 2019). İş ilanlarının internet kanalıyla aday işgörenlere duyurulmasının hem işletmeler hem de adaylar açısından çok sayıda faydası bulunmaktadır. İşletmeler bu yöntemle geniş bir aday havuzuna kolaylıkla erişim sağlayabilmekte ve geleneksel yöntemlere oranla daha fazla adayın ilanlarına ulaşmasını sağlayabilmektedir (Dessler, 2015; Stone ve Deadrick, 2015; Stone, Deadrick, Lukaszewski ve Johnson, 2015). Diğer yandan; internet üzerinden iş ilanı vermenin maliyeti de daha düşüktür ve işe alım sürecini kısaltmaktadır (Paryy ve Tyson, 2008). Bu yöntemin kullanımı adaylar açısından ise alanına ait iş ilanlarını eşzamanlı olarak takip edebilme, birden fazla iş başvurusunu kolaylıkla yapabilme, işletme hakkında detaylı bilgiye ulaşabilme (Güler, 2006) ve başvuru sürecini rahatlıkla takip edebilme gibi faydalar sağlamaktadır.

Alanyazında iş ilanlarının incelendiği geçmiş çalışmalar yer almaktadır. Alanyazında çoğunlukla iş ilanlarındaki bazı özelliklerin (ilan detayları, bilgilerin verilmesi sırası ve ayrıntısı gibi) adayları işveren seçim sürecinde etkileyip etkilemediğine yönelik yürütülmüş çalışmalar (Belt ve Paolillo, 1982; Blackman, 2006; Feldman, Bearden ve Hardesty, 2006; Fombrun ve Shanley, 1990; Gatewood, Gowan ve Lautenschlager, 1993; Keklik, 2007; Kozak ve Güçlü, 2008; Walker, Feild, Giles ve Bernerth, 2008) bulunmaktadır. Ancak söz konusu çalışmalar yayımlandıkları dönemin koşulları itibarıyla basılı iş ilanları (gazete ve dergilerde) ve iş ilan broşürleri üzerinden yürütülmüş araştırmalardır. Oysa günümüzde internet ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler her alanda olduğu gibi insan kaynakları yönetiminin temel işlevlerinden biri olan işe alım sürecini de etkilemiştir (Yücel ve Bal, 2018). İşletmeler artık geleneksel yöntemler (gazete, dergi ve broşür) yerine “elektronik işe alım” uygulamalarından (Basım, Şeşen ve Şeşen, 2008; Jansen, Jansen ve Spink, 2005; Yücel ve Bal, 2018) sıklıkla faydalanmaktadır. İlgili alanyazında işletmelerin kurumsal web sitelerinin işe alımdaki rolünü inceleyen araştırmalara (Backhaus, 2004; Öksüz, 2011; Özgan, Yazıcı ve Fener, 2010) rastlanabildiği gibi; profesyonel kariyer web sitelerinin değerlendirildiği çalışmalar da (Akova, Sarışık ve Akbaba, 2007; Özgan vd., 2010; Rozelle ve Landis, 2002) bulunmaktadır. Keklik (2007) ve Çiçek ve diğerlerinin (2010) çalışmalarında ise gerek kurumsal gerekse profesyonel kariyer sitelerinin işletmeler tarafından etkin kullanılmadığı belirtilmektedir.

Benzer bir alanyazın taraması turizm sektörü açısından da yapılmıştır. Turizm sektöründe de işletmeler teknolojik değişim ve gelişmelere uyum sağlayarak iş ilanlarını internet üzerinden

vermektedir. İş ilanları ya turizm işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yer almakta ya da yöneticiler bu alanda profesyonel hizmet veren web siteleri üzerinden adaylara ulaşmayı tercih etmektedir. Alanyazında internette yer alan iş ilanlarını konu alan farklı çalışmalar bulunmakla birlikte; kariyer ve iş bulma odaklı profesyonel web sitelerinin turizm sektörü açısından sınırlı sayıda çalışmaya konu olduğu belirlenmiştir (Erdem ve Gezen, 2014). Bunlardan biri Erdem ve Gezen'in (2014) yürüttükleri çalışmadır. Bu çalışmada yazarlar turizm işletmelerince verilen 1421 iş ilanını inceleyerek turizm sektörü genelinde en çok iş ilanının otellere yönelik olduğunu ve ilan içeriklerinin işletme hakkında bilgiler açısından oldukça zayıf olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Erdem ve Gezen (2014) ayrıca turizm işletmelerinin yanlış / yetersiz işe alım politikalarının da işin gerektirdiği nitelik ve sayıda işgücünü bulmakta işletmeyi zorladığını belirtmiştir. Konuya yönelik bir diğer çalışma ise Çetin ve Şahingöz (2019) tarafından yürütülmüştür. Yazarlar web sitelerinde yalnızca açılara yönelik 665 iş ilanı incelenmiştir. Araştırma sonucu açılara yönelik iş ilanlarının yetersiz olduğu yönündedir. Demir (2011) ise çalışmasında turizm ilanlarında cinsiyet ayrımcılığını vurgulamakta ve belli pozisyonlar için belli cinsiyetin arandığını belirtmektedir. Genel olarak turizmdeki araştırmaların işe alım süreci üzerinde odaklandığı da görülmektedir (Akova vd., 2007; Kolu, 2006).

Bu araştırmanın konaklama işletmeleri özelinde yürütülmesinin birtakım nedenleri bulunmaktadır. İlk olarak konaklama işletmelerinin gelirlerinin büyük bir bölümü temel hizmet alanı olan oda satış gelirlerinden oluşmaktadır (Meldik, 1997; Seymen, Erdem ve Gül, 2008). Artan rekabet koşullarında diğer tüm işletmeler gibi oteller de satış gelirlerini yükseltme amacını taşımaktadır. Turizm sektörünün en önemli unsurunu oluşturan konaklama işletmelerinde gelirlerin belirleyicilerinden biri de tüketicilerdir. Hizmet sektöründe yer alan diğer işletmeler gibi otellerde de müşteri memnuniyeti, müşterinin işletmeye bağlılığı, müşteri tatmini, müşteri-çalışan etkileşiminin düzeyi ve kalitesi gibi unsurlar büyük önem taşımaktadır (Seymen vd., 2008). Otel işletmelerinde müşteri ile temasın ilk kurulduğu alan çoğunlukla ön büro departmanıken; müşterinin konaklaması boyunca sıklıkla hizmet aldığı diğer bir departman ise kat hizmetleridir. Odalar bölümü olarak nitelendirilen bu departmanlarda (Seymen vd., 2008) çalışanların mesleki bilgi, beceri ve yeterlilikleri -müşteri ile kurdukları iletişimin boyutu da dikkate alındığında- oldukça büyük önem taşımaktadır. Diğer yandan gerek ön büro gerekse kat hizmetleri departmanları çok sayıda çalışanın istihdam edildiği alanlardır. (Kozak vd., 2013; Usta, 2008). Casado (2011) bu departmandaki çalışanları "otelin görünmeyen kahramanları" olarak nitelendirmektedir. Bu nedenle odalar bölümünde çalışacak kişilerin özenle seçilmesi gerekmektedir.

Mevsimlik özellik, uzun çalışma saatleri, vardiyalı çalışma, düşük ücret ve kısıtlı sosyal olanaklar nedeniyle yüksek işgücü devir hızına sahip turizm sektöründe (Birdir, 2000; Cho, Woods, Jang ve Erdem, 2006) elektronik işe alım konusunun konaklama işletmeleri açısından değerlendirilmesi yukarıdaki nedenlerle gerekli görülmüştür. Ayrıca alanyazın taramasında odalar bölümüne ait iş ilanlarının içerik analizi ile incelendiği hiçbir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgünlüğünü ve konuya ilişkin alanyazındaki eksikliği gösterir niteliktedir. Bu nedenle araştırmada, konaklama işletmelerinde yer alan odalar bölümüne yönelik iş ilanları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı turizm sektöründe önemli bir yer tutan konaklama işletmelerinde odalar bölümüne ait iş ilanlarında aday işgörenlerde aranan genel özellikler ile beceri ve yeteneklerin belirlenmesi ve bunların yeterliliğinin sorgulanmasıdır. Gerçekleştirilen bu çalışma emek-yoğun ve diğer sektörlerle oranla daha yüksek işgücü devir oranına sahip bir çalışma alanı olan otel işletmelerinin odalar bölümlerinde işe alım sürecinin önemli bir basamağı olan iş ilanlarının incelenmesi bakımından önemlidir. Çalışma bulgularının özellikle otel işletmelerinde görev alan insan kaynakları yöneticileri ve turizm alanında çalışan akademisyenlere hem mesleki bilgi, beceri ve yeterlilikler hem de iş ilanlarında belirlenen eksiklikler açısından rehberlik edeceği düşünülmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler; otelcilik ve odalar bölümü özelinde iş ilanlarının oldukça yetersiz ve/veya profesyonellikten uzak olduğunu göstermektedir.

Yöntem

Çalışmanın temel amacı turizm sektöründe önemli bir yer tutan konaklama işletmelerinde odalar bölümüne ait iş ilanlarında aday işgörenlerde aranan genel özellikler ile beceri ve yeteneklerin belirlenmesi ve bunların yeterliliğinin sorgulanmasıdır. Araştırmanın temel amacına hizmet eden alt amaçlar ise (1) konaklama işletmelerinde elektronik iş ilanlarının güncel durumunu belirlemek, (2) ilgili iş ilanlarının hangi şehirlerde yoğunlaştığını anlayabilmek, (3) iş ilanlarında en çok işgören ihtiyacının olduğu departman ve pozisyonu belirlemek olarak sıralanmaktadır. Bu nedenle öncelikle Patton'ın (2002) belirttiği araştırma tasarımı soruları cevaplandırılmış ve sonuçta çalışmanın nitel olarak tasarlanması gerektiği belirlenmiştir. Çalışmada odalar bölümüne yönelik iş ilanları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi kısaca “herhangi bir içeriğin önceden belirlenmiş sınıflamalar çerçevesinde sistematik olarak incelenmesini sağlayan bir araştırma tekniği” (Geray, 2004) olarak tanımlanmaktadır. Krippendorff (1980) içerik analizini; “verilerden içeriğe ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılan bir araştırma tekniği” olarak açıklamaktadır. İçerik analizi, farklı disiplinlerde kullanılan temel bir araştırma aracı olarak sistematik ve tarafsız sonuçlara ulaşmayı hedeflemektedir (Koçak ve Arun, 2006).

Çalışma Grubu

Çalışmada araştırma kapsamında belirlenen çevrimiçi dökümanlar içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Nitel araştırmalarda dökümanların kullanımı söz konusu olduğundan çevrimiçi veri toplama yönteminde belgelerin özgünlüğü, doğruluğu ve güncelliği de önem taşımaktadır. Verilerin bu açıdan da incelenmesi araştırma sürecinin bir parçası olmuştur. Nitel çalışmalarda araştırmacılar pek çok farklı örneklem belirleme yöntemi arasından seçim yapmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada amaçlı örnekleme yönteminin kullanımı tercih edilmiştir. Amaçlı örneklemede örneklemin çalışmanın amacına yönelik olarak araştırmacı tarafından belirlenmesi söz konusudur (Patton, 2002) ve zengin bilgi içerdiği düşünülen kaynakların detaylı olarak incelenmesini kolaylaştırmaktadır (Baltacı, 2019). Bu doğrultuda çalışma konusuna bağlı kalarak araştırma verilerinin Kariyer.net insan kaynakları web sitesinden (<https://www.kariyer.net>) elde edilmesine karar verilmiştir. Ayrıca etik kurallar çerçevesinde çalışmada işletme isimlerine yer verilmemiştir.

Çalışma grubu belirlenirken birtakım kısıtlar göz önünde bulundurulmuştur. Türkiye’de insan kaynakları alanında profesyonel hizmet veren farklı web siteleri bulunmaktadır (Yenibiris.com, Indeed.com, Isbul.net vb.). Çalışmanın tek bir web sitesi ile sınırlandırılmasının ise belirli nedenleri vardır. Bunlardan en önemlisi işletmelerin farklı insan kaynakları web sitelerinde aynı iş ilanlarını eş zamanlı olarak paylaştıklarının fark edilmesidir. Bu durum araştırmada aynı ilanların farklıymış gibi algılanmasına neden olacağından; tekrardan kaçınmak için araştırmanın başladığı günde toplamda en fazla turizm ilanına sahip web sitesi olan Kariyer.net dikkate alınmıştır. Diğer yandan; iş ilanlarının paylaşıldığı farklı kanalların hepsini kısıtlı bir zaman içinde değerlendirmek de mümkün değildir. Bu durum aynı zamanda araştırmanın kısıtları arasındadır.

Bu süreçte konaklama işletmeleri odalar bölümüne ait toplam 132 ilana ulaşılmış ancak 8 ilan aynı işletmenin tekrarlayan ilanı olduğundan araştırmaya dâhil edilmemiştir. Böylece araştırmada analiz edilecek ilan sayısı 124 olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veriler 24 Eylül 2019 günü toplanmaya başlamış ve veri toplama 08 Ekim 2019 günü sonlandırılmıştır. Bu süreçte öncelikle çevrim içi dökümanların tümü araştırmacı tarafından önce bilgisayara kaydedilmiş ardından çıktı olarak alınmıştır. Bu süreç ile olası veri kayıpları, teknik sorunlar ve veri değişimlerinin önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında incelenen konu başlıkları gruplandırılarak veri inceleme formu oluşturulmuştur. Sonraki süreçte iş ilanları veri inceleme formunda belirlenen kriterler açısından tek tek incelenmiş ve gerekli notlar form üzerine alınmıştır. Veri büyüklüğünün sınırlı olması nedeniyle araştırmada bir veri analizi yazılımı kullanılmasına gerek duyulmamıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmanın başlangıcında turizm sektöründe iş ilanlarının güncel durumu hakkında bilgi toplanmıştır. Daha sonra araştırma kapsamında iş ilanları 4 ana grupta incelenmiştir. Bu gruplar; (1) işletmeler ve ilanlara ilişkin genel bilgiler [ilanın verildiği şehir, işgören aranan departman / pozisyon, ilan dili, işletme yıldızının belirtilmesi ve iş tanımına yer verilmesi] (2) adaylarda aranan genel özellikler [cinsiyet ayrımı, yaş, deneyim, eğitim düzeyi, yabancı dil bilgisi, bilgisayar bilgisi, kişisel görünüm, askerlik durumu] ve (3) adaylarda aranan beceri ve yetenekler ve (4) işletmelerin işgörelere sunduğu olanaklar [ücret bilgisi, ulaşım, lojman, yeme-içme vb.] olarak sınıflandırılmıştır. Elde edilen verilerle betimleyici analizlere ulaşılmıştır.

Bulgular

Turizm Sektörü Açısından İş İlanlarının Güncel Durumu

Çalışmanın yürütüldüğü 24 Eylül 2019 ile 8 Ekim 2019 tarihleri arasında araştırmanın evrenini oluşturan Kariyer.net web sitesinde turizm sektörü genelinde toplam 1570 ilan yer almıştır. Toplam ilanların temel kategoriler arasında dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1

Turizm Sektöründe İş İlanlarının Kategoriler Arasında Dağılımı

Kategoriler	İlan Sayısı
Turizm	547
Gıda	275
Restaurant – Cafe – Bar	217
Konaklama ve Otelcilik	142
Yiyecek Hizmetleri	92
Hizmet	78
Perakende	75
Eğlence – Kültür – Sanat	73
Eğlence Tesisleri	71
Toplam	1570

İlgili web sitesinde bu genel sınıflandırmanın bir sonraki aşamasında Turizm / Gıda / Hizmet ana kategorisi alt kategorilere aşağıdaki şekilde ayrılmaktadır:

- Aşçı / Aşçıbaşı
- Gıda / Gıda Mühendisi
- Güvenlik
- Otel / Oda Servisi / Kat Hizmetleri
- Resepsiyon / Önbüro / Danışma
- Servis / Restaurant / Barista
- Tur Rehberliği / Seyahat Acenteleri

Odalar Bölümü İş İlanlarında İşletmeler ve İlanlara İlişkin Genel Bilgiler

Araştırma konusu konaklama işletmelerinde odalar bölümüne ait ilanlar olarak belirlendiğinden bu aşamada “Otel / Oda Servisi / Kat Hizmetleri” ve “Resepsiyon / Önbüro / Danışma” alt kategoriler seçilerek toplam 132 ilana ulaşılmıştır. Bu ilanlardan 8 tanesinin tek bir ilanın farklı günlerde tekrarlanarak yayınlanmış olduğu belirlenmiş ve bunlar araştırma dışı bırakılmıştır. Araştırmaya konu olan ilan sayısı böylelikle 124 olarak belirlenmiştir. İki alt kategorinin birleşimi olan odalar bölümü iş ilanlarının şehirlere göre dağılımı Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2
İş İlanlarının Şehirlere Göre Dağılımı

İşgören Aranan Şehirler	İlan Sayısı
İstanbul (Avrupa + Anadolu)	82
Antalya	9
İzmir	9
Ankara	8
Kocaeli	4
Sakarya	4
Adana	2
Gaziantep	2
Muğla	2
Sivas	1
Balıkesir	1
Toplam	124

Odalar bölümü iş ilanlarının pozisyonlara göre dağılımı ise Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3
İş İlanlarının Pozisyonlara Göre Dağılımı

Pozisyon	İlan Sayısı
Önbüro müdürü	5
Önbüro şefi	4
Önbüro elemanı	10
Resepsiyonist	55
Resepsiyonist yardımcısı	4
Kat hizmetleri müdürü	10
Kat hizmetleri müdür yardımcısı	5
Kat hizmetleri şefi	6
Kat hizmetleri görevlisi	16
Kat şefi	9
Toplam	124

Buna göre iş ilanlarında %45 oranla (55 ilan) en fazla Resepsiyonist arayışı göze çarpmaktadır. Bu pozisyonu 16 ilan ile (%13) Kat Hizmetleri Görevlisi ve 10 ilan ile Önbüro Elemanı (%8) takip etmektedir.

İlanlar; verildiği dile göre incelendiğinde 109 ilanın Türkçe, 14 ilanının İngilizce ve 1 ilanının ise Almanca olarak yayınlandığı görülmektedir (Tablo 4).

Tablo 4
İlanın Verildiği Dil

İlan Dili	İlan Sayısı
Türkçe	109
İngilizce	14
Toplam	124

Türkçe ilanlar çoğunlukta olmakla birlikte İngilizce ilanların daha detaylı (iş tanımı bilgisi verme, çalışma saatlerini belirtme vb.) olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca yabancı zincire bağlı işletmelerin çoğunlukla İngilizce ilan verdiği görülmektedir.

Diğer yandan; ilanların iş tanımı, çalışma saatleri ve işletme yıldızı bilgilerine yer verip vermediğine dair bilgiler Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5

İlanlarda İş Tanımı, Çalışma Saatleri ve İşletme Yıldızı Bilgisine Yer Verme

Bilgilere Yer Verme		
İş Tanımı	(n)	(%)
Belirtilmiş	30	24
Belirtilmemiş	94	6
Toplam	124	100
Çalışma Saatleri	(n)	(%)
Belirtilmiş	25	20
Belirtilmemiş	99	80
Toplam	124	100
İşletme Yıldızı	(n)	(%)
Belirtilmiş	11	9
Belirtilmemiş	113	91
Toplam	124	100

Buna göre odalar bölümü ilanlarının %76'sında (94 ilan) iş tanımı bilgisine yer yerilmediği görülmektedir. 30 ilanda ise işletmeler iş tanımı bilgisine ilanlarında yer vermiştir. İlanların %80'inde çalışma saatlerine yer verilmemesi de çalışmanın önemli bulguları arasında yer almaktadır. Benzer biçimde işletmeler ilanlarında otel yıldız bilgisine de çoğunlukla yer vermemektedir. Yalnızca 11 işletmenin ilanında yıldız bilgisi yer almaktadır.

Odalar Bölümü İş İlanlarında Adaylarda Aranılan Genel Özelliklere İlişkin Bilgiler

Adaylarda aranılan genel özellikler Tablo 6'da yer almaktadır. Sonuçlar incelendiğinde öne çıkan bazı bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 6

Aday İşgörenlerde Aranılan Özellikler

Aranılan Özellik	Kategori	(n)	(%)
Cinsiyet Ayrımı	Var	4	3
	Yok	120	97
Yaş	Belirtilmiş	3	2
	Belirtilmemiş	121	98
İş Deneyimi	1-5 yıl	75	61
	6-10 yıl	14	11
	Tercihen Deneyimli	3	2
	Deneyimli ya da Deneyimsiz	32	26
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	10	8
	Lise	15	12
	Meslek Yüksekokulu (MYO)	9	8
	Üniversite	25	20
	MYO ya da Üniversite	57	46
Yabancı Dil Bilgisi	Lisansüstü	5	4
	Belirtilmemiş	3	2
	İngilizce	103	83
	Almanca	6	5
	Rusça	3	2
Bilgisayar Bilgisi	Tercihen 2. yabancı dil	5	4
	En az 2 yabancı dil	7	6
	MS Office Programları	29	23
	Özel Programlar	38	31
	MS Office + Özel Programlar	47	38
Askerlik Durumu	Belirtilmemiş	10	8
	Görevini Tamamlamış Olmalı	52	42
Kişisel Görünüm	Askerlik Durumu Belirtilmemiş	72	58
	Belirtilmiş	78	63
	Belirtilmemiş	46	37

İşletmeler ilanlarında aday işgörenler açısından cinsiyet ayrımı yapmamakta ve ilanlarda adaylar için yaş aralığı da belirtmemektedir. 75 ilanda 1-5 yıl arası iş deneyimi aranırken; 32 ilanda “deneyimli ya da deneyimsiz” ifadesi ile karşılaşılmıştır. 3 ilanda ise “tercihen deneyimli” ifadesi yer almaktadır. Aday işgörenlerde aranan eğitim düzeyi 57 ilanda meslek yüksekokulu ya da üniversite (4 yıllık) olarak belirtilmişken; 3 ilanda hiçbir eğitim düzeyi belirtilmemiştir.

İş ilanlarının %83’ünde İngilizce dil bilgisi gerektiği vurgulanırken; 7 ilanda en az 2 yabancı dil bilme ve 5 ilanda ise tercihen 2. yabancı dile sahip olma vurgusu göze çarpmaktadır. Diğer yandan; ilanların %38’inde aday işgörenlerin MS Office ile birlikte sektöre yönelik özel bir program bilmesi gerekliliği dikkat çekmektedir. Bu programlar; Opera, Fidelio, Elektra, Amonra, Sistem Otel ve OnQ olarak belirtilmiştir. İlanların %31’inde ise sadece özel programlar yer almaktadır. 72 ilanda erkek adayların askerlik durumuna ilişkin bir kriter bulunmamakta; 52 ilanda ise askerlik görevinin tamamlanmış olması gerektiği belirtilmektedir.

Son olarak ilanların yarısından fazlasında (%63) kişisel görünüme ilişkin ifadeler yer verildiği görülmektedir. Bu ifadeler; dış görünümüne özen gösteren, bakımlı, hijyene dikkat eden, titiz ve prezantabl olarak ilanlarda yer almaktadır.

Odalar Bölümü İş İlanlarında Adaylarda Aranan Beceri ve Yeteneklere İlişkin Bilgiler

Araştırmanın bir diğer bölümünde adaylarda aranan beceri ve yetenekler ilanlarda yer alma sıklığına göre analiz edilmiştir. Bu aşamada ilanlarda çok sayıda beceri ve yeteneğin belirtildiği ancak bunların aslında benzer anlamlarda farklı ifadeler olduğu görülmüştür. İçerik analizi ile beceri ve yetenekler kodlanmış ve temalar belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 7’de yer almaktadır. Örneğin; “hizmet sektörü çalışma koşullarına uyum sağlayabilme” teması “otelin çalışma saatlerine uyum sağlayabilme”, “vardiyalı çalışmaya uyum sağlayabilme”, esnek çalışma saatlerine uyabilme” ve “yoğun çalışma saatlerine uyabilme” vb. ifadelerle toplam 82 ilanda yer almıştır. Benzer biçimde “misafir odaklı olma” teması “müşteri istek ve beklentilerine öncelik verebilme”, “müşteri isteklerine odaklanabilme”, misafir ilişkilerinde başarılı olma”, “müşteri memnuniyeti odaklı olma” gibi ifadelerle 76 iş ilanında vurgulanmıştır.

Tablo 7

Aday İşgörenlerde Aranan Beceri ve Yetenekler

Beceri ve Yetenek	(n)
Güler yüzlü olma	84
Hizmet sektörü çalışma koşullarına uyum sağlayabilme	82
Sorun çözme becerisi / sonuç odaklı olma	81
Stresle başa çıkabilme	78
Misafir odaklı olma	76
İletişim Becerileri	75
Takım / Ekip çalışmasına yatkınlık	46
Yeni fikirlere / yeniliklere açık olma	43
İkna yeteneği	37
Diksiyon	29
Motivasyonu yüksek	27
Sorumluluk sahibi olma	26
İşletme politikası ve kurum kültürüne uyum sağlayabilme	26
İşine bağlı olma	22
Analitik düşünme	21
Zaman yönetiminde hassas	19
Güvenilir olma	18
Planlama ve organizasyon becerisi	15
Liderlik Özelliği	12
Sır saklama	5

Buna göre odalar bölümü iş ilanlarında adaylarda en fazla aranan beceri ve yetenekler arasında en önemlileri güler yüzlü olma, hizmet sektörü çalışma koşullarına uyum sağlayabilme, sorun çözebilme, stresle başa çıkabilme ve müşteri odaklı olma ifadeleridir.

Bunları; iletişim becerisi, takım çalışmasına yatkınlık, yeni fikirlere açık olma, ikna yeteneği ve düzgün diksiyon takip etmektedir. İlanlarda ayrıca yüksek motivasyona sahip olma, işe bağlılık, güvenilirlik, analitik düşünme ve planlama becerisi de adaylarda aranan beceri ve yetenekler kısmında yer almaktadır.

İşletmelerin İşgörenlere Sunduğu Olanaklara İlişkin Bilgiler

Araştırmanın son kısmında iş ilanları işgörenlere sunulan olanaklar açısından incelenmiştir. Bu noktada sunulan olanaklara ilişkin bilgilerin araştırma örneklemini açısından oldukça yetersiz olduğu belirlenmiştir. Toplam 124 ilandan 12'sinde yeme-içme olanakları ve 3 ilanda ise lojman olanağı belirtilmiştir. Ücret bilgisi yalnızca 1 ilanda asgari ücret olarak ifade edilmiştir. Diğer ilanlarda ise herhangi bir bilgi yer almamaktadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılarak Kariyer.net resmî web sitesinden (www.kariyer.net) odalar bölümüne yönelik iş ilanları toplanmış ve veriler incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı odalar bölümüne ait iş ilanlarında aday işgörenlerde aranan genel özellikler ile beceri ve yeteneklerin belirlenmesi ve bunların yeterliliğinin sorgulanmasıdır. Turizmi konu alan alanyazın taramasında odalar bölümüne ait iş ilanlarının içerik analizi ile incelendiği hiçbir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgünlüğünü ve konuya ilişkin alanyazındaki eksikliği gösterir niteliktedir. Bu alanda son zamanlarda yürütülen çalışmalardan biri (Çetin ve Şahingöz, 2019) sadece aşçılara yönelik iş ilanlarını incelemektedir ve odalar bölümü ele alınmamıştır. Geçmişte yürütülen bir diğer çalışmada ise (Erdem ve Gezen, 2014) turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm işletmelerin (otel, seyahat acentası, yiyecek içecek işletmesi, havayolu işletmesi, eğlence tesisi) iş ilanları incelenmiştir. Odalar bölümü iş ilanları üzerinde yürütülmüş benzer bir çalışma bulunmamıştır. Oysa konaklama işletmeleri turizm sektörünün statik unsurunu oluşturan, en çok kişinin istihdam edildiği ve yüksek giderlere sahip işletmelerdir (Kozak vd., 2013; Usta, 2008;). Bu nedenle yürütülen bu araştırmanın alanyazındaki boşluğa dikkat çekeceği ve farklı araştırmacıların yürüteceği benzer çalışmalarla zenginleşeceği öngörülmektedir.

Çalışmanın elbette belli sınırlılıkları da bulunmaktadır. Öncelikle çalışma tek bir web sitesi ile sınırlandırılmıştır. Bu durumun temel nedeni aynı otellerin aynı ilanlarını farklı insan kaynakları web sitelerinde eş zamanlı olarak paylaşmış olmalarıdır. Bu durum araştırmada aynı ilanların farklıymış gibi algılanmasına neden olacağından tek bir web sitesinin seçilmesi uygun görülmüştür. Çalışmanın diğer bir sınırlılığı verilerin 15 günlük süreyle toplanmasıdır. Ancak turizm işletmelerinin tam zamanlı iş ilanlarını çoğunlukla eylül ayından itibaren aldıklarının yazar tarafından belirlenmesi söz konusu tarihlerin seçim nedenini açıklamaktadır. Özellikle yüksek sezon öncesi ve yüksek sezonda konaklama işletmeleri çoğunlukla stajyer ve yarı-zamanlı çalışanlara yönelmektedir. Araştırma sonunda elde edilen bulgular konaklama işletmelerinin internet ortamında sunduğu iş ilanlarının oldukça yetersiz olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Öne çıkan sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Odalar bölümü ilanlarının çoğunluğu İstanbul'dadır. İstanbul'un nüfus olarak Türkiye'nin en kalabalık şehri olması ile turizm çekicilikleri ve konaklama işletmeciliği açısından önemli bir metropol konumunda bulunmasının eleman arayışının bu şehirde yoğunlaşmasının nedeni olduğu düşünülmektedir. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB, 2018) verilerine göre 13.433.101 yabancı turist İstanbul'u ziyaret etmiştir. Antalya, Muğla ve İzmir gibi önemli turizm destinasyonlarında ise mevsimsellik etkisi ile araştırmanın yürütüldüğü düşük sezonda işgücü ihtiyacının düşük olduğu görülmektedir. Bu şehirlerdeki turizm işletmelerinin işgören arayışı yüksek sezon olarak kabul edilen Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında yükselmektedir. Bu sebeple çalışmanın yürütüldüğü dönemde iş ilanlarının söz konusu şehirlerde düşük olması beklenen bir durum olarak kabul edilmektedir. Bu

sonuç Erdem ve Gezen'in (2014) yürüttüğü araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Söz konusu çalışmada da en çok iş ilanı veren turizm işletmelerinin İstanbul'da bulunduğu belirtilmiştir.

Çalışmanın önemli bulgularından bir diğeri 94 ilanda iş tanımı bilgisine yer verilmediğidir. Yöneticiler açısından oldukça geniş bir aday havuzu içinde doğru adaya, en kısa zamanda ve en düşük maliyetle ulaşmanın yollarından biri işi doğru tanımlayabilmek ve adayları iş konusunda bilgilendirmektir. Odalar bölümü ilanları bu açıdan oldukça yetersiz ve profesyonellikten uzaktır. İş tanımının verilmemesi; adayların işe uygunluklarını başvuru aşamasında net biçimde belirleyememesine neden olabilmektedir. Bu durumda söz konusu adayların yine de işe başvuru yapabilecekleri unutulmamalıdır. Sonuçta işletmeler fazla sayıda iş başvurusu alacak ve doğru adaya ulaşmaları zorlaşacaktır. Bu nedenle konaklama işletmelerindeki ilgili yöneticilerin iş tanımları üzerinde yoğun bir çalışma yapması önerilmektedir. Sonuç otelcilik alanındaki iş ilanlarının analiz edildiği tek çalışma olan Erdem ve Gezen'in (2014) sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

İlanların %80'inde işletmeler çalışma saatlerini belirtmemiştir. Çalışma saati belirtilen ilanlarda ise saatler ilandaki pozisyonun gerekleri ile uyumlu değildir. Bu kısımda işletmeler iş kanunu kapsamında normal çalışma saatlerini belirtmişlerdir. İş ilanının temel amacı adaya öncelikle iş, işin gerekleri ve yapısını net bir biçimde iletme. Çalışma saatleri de iş yaşamının önemli bir unsurudur. Saatlerin hiç belirtilmemesinin hem aday hem de işletme için sürecin ilerleyen aşamalarında sorunlara neden olacağı tahmin edilmektedir. Konaklama işletmelerinde hizmet sunumunun 7/24 devam eden yapısı özellikle vardiya sisteminde çalışmayı da zorunlu kılmaktadır. Çalışma saatlerinin belirtilmemesi bu açıdan da sorun yaratmaktadır. Odalar bölümündeki çoğu pozisyon için vardiyalı çalışma sistemi gerektiği açıkça ortada iken; bu bilgilerin ilanlarda hiç yer almaması işletmelerin yanıltıcı bilgi ve ilan vermeleri olarak da algılanabilir. Bu algı işletme imajı başta olmak üzere, çalışan memnuniyeti, iş tatmini ve işveren-çalışan ilişkilerini de etkileyebilecek yödedir. Söz konusu ilanlarda doğru ve net çalışma saatlerinin mutlaka belirtilmesi önerilmektedir. Bu sonuç açılara yönelik iş ilanlarının incelendiği Çetin ve Şahingöz'ün (2019) araştırması ve turizm işletmelerinin iş ilanlarının incelendiği Erdem ve Gezen'in (2014) sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Diğer yandan; yöneticilerin adaylarda aradıkları genel özellikler ile beceri ve yetenekler iş pozisyonuna uygun olarak belirlenmelidir. Odalar bölümü iş ilanlarında bunun dikkate alınmadığı ve bazı özelliklere pozisyon gözetmeden ilanda yer verdikleri görülmektedir. Örneğin; farklı pozisyonlar için gereken eğitim düzeyi öncelikle belirlenmelidir. Asgari eğitim düzeyinin belirlenmiş olması doğru adaya ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Araştırmada ortaya çıkan sonuç ilanların çoğunda eğitim düzeyinin gelişigüzel belirlendiği yönündedir. Toplam 96 ilanda eğitim düzeyi meslek yüksekokulu ve/veya üniversite ya da lisansüstü eğitim olarak belirlenmiştir. Mesleki eğitime sahip adaylar elbette sektörde önemli bir unsurdur ancak bir kat hizmetleri görevlisi ile önbüro müdürünün aynı eğitim düzeyinde aranması yanlıştır.

Benzer bir durum yabancı dil bilgisi için de geçerlidir. Yabancı dil bilgisi düzeyi işgören aranan pozisyona bağlı olarak değişmeli ve bu durum da ilanlarda gereken dil bilgisi düzeyi (okuma, yazma, anlama; çok iyi, iyi, orta, asgari vb.) olarak vurgulanmalıdır.

Araştırma sonuçlarında ilanlarda belirtilen beceri ve yeteneklerin sektöre ve iş koluna uygun olduğu görülmektedir. Buna göre adaylarda aranan beceri ve yeteneklerden en sık tekrar edilenler; güler yüzlü olma, hizmet sektörü çalışma koşullarına uyum sağlayabilme, sorun çözebilme, stresle başa çıkabilme ve müşteri odaklı olma olarak belirtilmiştir. Ancak farklı departmanlar ve pozisyonlar için bu beceri ve yeteneklerde farklılaştırmaya gidilmediği görülmüştür. Bu farklılaştırmanın yapılması önerilmektedir.

İşletmelerin adaylara sunduğu olanaklar da işletmenin ve işin aday tarafından tercih edilmesinin nedenleri arasında yer alabilmektedir. Yapılan araştırmada konaklama işletmeleri ilanlarının bu açıdan oldukça yetersiz olduğu belirlenmiştir. Bu durum araştırmanın çarpıcı sonuçları arasında yer almaktadır. İşletmeler tarafından sunulan olanakların artırılması işletme imajı ve

adayların işletmeye çekilebilmesinde önem taşımaktadır. Bu çalışmaların konaklama işletmeleri açısından önemle ele alınması gerekmektedir.

Sonuç olarak; araştırma kapsamında incelenen odalar bölümü ilanları eksik ve yetersiz olarak kabul edilmektedir. Bu durumun nedenleri konaklama işletmelerin insan kaynakları departmanlarının yetersiz kalışı, yöneticilerin iş ilanlarına gereken önemi vermemeleri, işletme yönetimlerinin hangi nitelikte adayı aradığını net olarak belirleyememeleri ve ilgili çalışanların bu konudaki eğitiminin yetersiz oluşu olarak yorumlanmaktadır. Turizm sektöründeki diğer işletmelerin iş ilanları üzerinde yapılan az sayıda çalışmada (Çetin ve Şahingöz, 2019; Erdem ve Gezen, 2014) da benzer yetersizliklerin belirtilmiş olması yalnızca araştırma konusu olan konaklama işletmelerinin değil, turizm sektöründe yer alan tüm işletmelerin bu konuda iyileştirici çalışmalar yapması gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır. Ülke ekonomisinin önemli unsurlarından biri olan turizm sektörü çalışanlarının nitelikli ve doğru seçilmiş olması; sektörün geleceği için de önemli bir zorunluluktur.

Çalışma konusunda turizm alanyazınında tespit edilen boşluğun gelecek yıllarda benzer çalışmalarla kapanması da gereklidir. Bu açıdan gelecek çalışmalarda konaklama işletmelerinde iş ilanlarının daha uzun bir zaman diliminde incelenmesi, farklı yıllardaki sonuçların karşılaştırılması ya da düşük sezon ve yüksek sezon iş ilanlarına yönelik araştırmalar yapılması alanyazına katkı sağlayacaktır. Son olarak bu çalışmanın farklı bir zaman diliminde aynı kriterlerle tekrarlanmasının ve sonuçların karşılaştırılmasının da bilime katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Açıklın, A. (1994). *Çağdaş örgütlerde insan kaynağının personel yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Akova, O., Sarıışık, M. ve Akbaba, A. (2007). Seyahat acentalarında işgören bulma ve işgören seçme yöntemlerine yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(13), 275–296.
- Alnıaçık, E. ve Erat, S. (2015). İş ilanlarındaki bilgi içeriğinin iş başvurusu yapma niyeti üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 99-112.
- Aykaç, B. (1999). *İnsan kaynakları yönetimi ve insan kaynaklarının stratejik planlaması*. Ankara: Nobel.
- Backhaus, K. B. (2004). An exploration of corporate recruitment descriptions on monster.com. *Journal of Business Communication*, April, 41(2), 115–136.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Basım, H. N., Şeşen, H., ve Şeşen, E. (2008). Personel temin sürecinde gazete ilanları üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 35–44.
- Belt, A. and Paolillo, J. (1982). The influence of corporate image and specificity of candidate qualifications on response to recruitment advertisement. *Journal of Management*, 8(1), 105-112.
- Birdir, K. (2000). Türkiye’de otel genel müdürlerinin iş devir süreleri ve nedenleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı*, 142–148.

- Blackman, A. (2006). Graduating students' responses to recruitment advertisements. *Journal of Business Communication*, 43(4), 367–388.
- Breaugh, J.A. and Starke, M. (2000). Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. *Journal of Management*, 26(3), 405-434.
- Can, H., Akgün, A. ve Kavuncubaşı, Ş. (1995). *Kamu ve özel kesimde personel yönetimi*. Ankara: Siyasal.
- Casado, M.A. (2011). *Housekeeping management*. New York: John Wiley & Sons.
- Cho, S., Woods, R. H., Jang, S. and Erdem, M. (2006). Measuring the impact of human resources management practices on hospitality firm's performances. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 262–277.
- Çetin, C., Elmalı, E.D. ve Arslan, M.L. (2019). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta.
- Çiçek, H., Demirel, M. ve Onat, O. K. (2010). İşletmelerin web sitelerinin değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma: Burdur ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 187–206.
- Demir, M. (2011), İş yaşamında ayrımcılık: Turizm sektörü örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760–784.
- Dessler, G. (2015). *Fundamentals of human resource management*. UK: Pearson.
- Erdem, B. ve Gezen, T. (2014). Turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19-42.
- Feldman, D.C., Bearden, W.O. and Hardesty, D.M. (2006). Varying the content of the job advertisements: The effects of message specificity. *Journal of Advertising*, 35(1), 123–141.
- Fındıkcı, İ. (2003). *İnsan kaynakları yönetimi (5.Baskı)*. İstanbul: Alfa.
- Fombrun, C. and Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 233-258.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A. and Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image, recruitment image, and initial job choice decisions. *The Academy of Management Journal*, 36(2), 414–427.
- Geray, H. (2004). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle*. Ankara: Siyasal.
- Güler, E. Ç. (2006). İşletmelerin e-insan kaynakları yönetimi ve e-işe alım süreçlerindeki gelişmeler. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), 17-23.
- Jansen, B. J., Jansen, K. J. and Spink, A. (2005). Using the web to look for work: Implications for online job seeking and recruiting. *Internet Research*, 15(1), 49-66.
- Keklik, B. (2007). *İnsan kaynakları temininde kullanılan tekniklerin etkinliklerine ilişkin kobi'lerde bir araştırma ve model önerisi*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(3), 21-28.
- Kolu, N. (2006). *Otel işletmelerinde insan kaynakları seçim yöntemleri personel bulma ve seçme süreci (örnek bir uygulama)*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kozak, M. A. ve Güçlü, H. N. (2008). Turizm işletmelerinde duygusal çaba faktörlerinin işe alma sürecinde kullanılması üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 39-56.
- Kozak, M. A. (2004). *Otel İşletmelerinde insan kaynakları yönetimi & örnek olaylar*. Ankara: Detay.
- Kozak, M. A., Maviş, F., Nergis, H. G. ve Çiçek, D. (2013). *Otel işletmelerinde yönetim fonksiyonel yaklaşım*. Ankara: Detay.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. New York: Sage Publication.
- Meldik, S. (1997). *Modern otel işletmelerinde yönetim ve organizasyon* (İkinci Baskı). Ankara: Şafak.
- Mondy, R. W. and Mondy, J. B. (2017). *Human resource management* (13th Ed). England: Pearson.
- Öksüz, B. (2011). E-işe alım sürecinde kurumsal web sitelerinin kullanımı ve konu üzerine bir araştırma. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 268-283.
- Özgan, B. B., Yazıcı, H. N. T. ve Fener, T. Ç. (2010). Turizm işletmelerinde teknik hizmetler biriminin (bölümünün) personel seçme, değerlendirme ve işe yerleştirme süreci, kurum işleyiş sürecine etkisi (örnek çalışma: Çırağan Kempinski oteli). *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 29-35.
- Parry, E. and Tyson, S. (2008). An analysis of the use and success of online recruitment methods in the UK. *Human Resource Management Journal*, 18(3), 257-274.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Rozelle, A. L. and Landis, R. S. (2002). An examination of the relationship between use of the Internet as a recruitment source and student attitudes. *Computers in Human Behavior*, September, 18(5), 593-604.
- Seymen, O. A., Erdem, B. ve Gül, M. K. (2008). *Konaklama işletmelerinde çağdaş kat hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay.
- Stone, D. L. and Deadrick, D. L. (2015). Challenges and opportunities affecting the future of human resource management. *Human Resource Management Review*, 25(2), 139-145.
- Stone, D. L., Deadrick, D. L., Lukaszewski, K. L. and Johnson, R. (2015). The influence of technology on the future of human resource management. *Human Resource Management Review*, 25(2), 216-231.
- Tesone, D. (2010). *Principles of management for the hospitality industry*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann Publications.
- Türkiye Otelciler Birliği (2018). Ağustos 2019 İstanbul turizm istatistikleri. <http://www.turob.com/tr/istatistikler> adresinden 11/10/2019 tarihinde erişilmiştir.

Tütüncü, Ö. ve Demir, M. (2003). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları kapsamında işgücü devir hızının analizi ve Muğla bölgesi örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 146-169.

Usta, Ö. (2008). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*, Ankara: Detay.

Walker, H. J., Feild, H. S., Giles, W. F. and Bernerth, J. B. (2008). The interactive effects of job advertisement characteristics and applicant experience on reactions to recruitment messages. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81(4), 619– 638.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Yılmaz, Ö., Bingöl, U. ve Mete, H. (2018). Türkiye’de elektronik istihdam platformlarında yayımlanan bilişim sektörü iş ilanlarının nitel analizi (2017-2018). *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (ICEESS’ 18)*, 289-296.

Yücel, Ç. P. ve Bal Y. (2018). Elektronik işe alım sürecinde sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı ve bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(5), 897-917.

Extended Abstract

Introduction

Today, developments in the internet and information technologies have affected the recruitment process which is one of the basic functions of human resources management as it is in every field. The announcement of job advertisements to candidate employees via the Internet has many benefits for both businesses and candidates. With this method, enterprises can easily access to a large pool of candidates and provide more candidates to access their ads compared to traditional methods. On the other hand; the cost of posting jobs online is shorter and shortens the recruitment process

Lodging enterprises, as one of the most important components of the tourism sector, provide job advertisements via the internet by adapting to technological changes and developments. Job advertisements can either be found on the corporate web sites of the hotels or they prefer to reach the candidates through the web sites that provide professional services in this field. This study is important in terms of examining the job advertisements, which is an important step of the recruitment process, in the rooms of hotel establishments which are labor-intensive and have a higher labor turnover rate compared to other sectors.

In this study, the job advertisements of the accommodation businesses (mainly on rooms division) on an online website (kariyer.net) were examined using content analysis, which is one of the qualitative research methods, and the data were analyzed according to the purpose of the research. The data were obtained between 24 September 2019 and 08 October 2019 (a period of 15 days). The main objective of the study is to systematically examine the job advertisements of rooms division within the framework of the determined classifications and to evaluate the results.

Method

The main purpose of the study is to systematically examine the job advertisements of rooms division within the framework of the classifications and make evaluations. For this reason, purposeful sampling method was preferred instead of probable sampling method. In this respect, it was decided that research data would be obtained from Kariyer.net human resources website (<https://www.kariyer.net>). Besides, hotel names were not included in the study within the framework of ethical rules.

In this process, a total of 132 ads belonging to the rooms division were reached, but 8 of them were not included in the research since they were repetitive advertisements of the same establishment. Thus, the number of announcements to be analyzed in the research was determined as 124.

There are certain reasons for limiting the study to a single website. The most important of these is the realization that hotels share job advertisements simultaneously on different human resources websites. This situation will cause the same advertisements to be perceived as different in the research. To avoid repetition, The Kariyer.net website (the website with the most tourism advertisements in total) was taken into consideration. On the other hand; it is not possible to evaluate all the different channels in which job advertisements are shared within a limited time. This is also among the limitations of the study.

In this process, all of the online documents were first saved to the computer by the researcher and then printed. Afterward, the subjects examined within the scope of the research were grouped and a data analysis form was formed. In the following process, job advertisements were examined one by one in terms of the criteria determined in the data review form and the necessary notes were taken on the form. Due to the limited data size, the study did not require the use of data analysis software.

Then, within the scope of the research, job advertisements were examined in 4 main groups. These groups; (1) general information about businesses and advertisements [city where the advertisement was placed, available department/position, the language of advertisement, specifying the business star and job description] (2) general characteristics of candidates [gender discrimination, age, experience, education level, foreign language knowledge, computer knowledge, personal appearance, military status] and (3) the skills and abilities sought in the candidates; and (4) the opportunities offered by the enterprises to employees [wage information, transportation, lodging, food, and drink, etc.]. A descriptive analysis was obtained with the obtained data.

Results, Discussion and Conclusion

The findings demonstrated that most of the accommodation establishments did not show the necessary importance to job advertisements, that job advertisements were not qualified to define a professional profession, and that they were insufficient especially in terms of job descriptions. First of all, the job descriptions were not mentioned in 94 job advertisements. One of the ways to reach the right candidate in the shortest time and with the lowest cost in a wide pool of candidates for managers is to define the job correctly and inform the candidates about the job. For this reason, it is recommended that the relevant managers in the accommodation establishments work intensively on the job descriptions.

In 80% of the job advertisements, enterprises did not specify their working hours. In the advertisements in which the working hours were mentioned, the hours were not actually under the requirements of the position. It was obvious that the 24/7 ongoing structure of the service in lodging enterprises necessitated working in the shift system. Therefore, it was recommended that accurate and clear working hours should have been stated in these advertisements.

Last but not the least; the results showed that the general characteristics and skills and abilities that managers seek in candidates were not determined by the job position. A similar situation was also noted in the foreign language knowledge part.

In conclusion; it was seen that there were serious deficiencies and inadequacies in the advertisements of these sections. The reasons for this situation were interpreted as the insufficiency of the human resources departments of the accommodation establishments, the inability of managers to give the necessary importance to the job advertisements, and the inadequate training of the relevant employees. In a small number of studies on the job advertisements of other enterprises in the tourism sector, similar deficiencies have been mentioned, and it is suggested that not only the lodging enterprise but all enterprises in the tourism sector should take remedial studies in terms of preparing appropriate job advertisements.