

YENİ MEDYADA SOSYAL MEDYA ARAÇLARI İLE İŞ EDİNİMİ PLATFORMLARI: OFFICEANGELS ÖRNEĞİ

Sami ACAR¹ Nimet Özgül ÜNSAL²

ÖZET

Araştırmada gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan yeni medyada artan sosyal medya araçlarının kullanımı aracılığıyla iş edinimi platformları ve bunlardan biri olan OfficeAngels'in işveren ve iş arayan adaylara sağladığı olanaklar hakkında eğitimcilerin, öğrencilerin ve çalışanların bilgilendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma, bilgi ve belgelere dayalı betimsel tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırma kapsamında bilgi ve belgeler kütüphane ve internet ortamında bulunan yazılı ve basılı kaynaklardan elde edilmiştir. OfficeAngels iş istihdamı sitesine ilişkin bilgi ve belgeler de yine sanal ortamdan ve basılı kaynaklardan elde edilen bilimsel nitelikteki araştırma raporlarından ve makalelerden elde edilerek ve çalışmada özetlenerek sunulmuştur.

Araştırma sonucunda işletmelerin işe alım süreçlerinde sosyal medya araçları ve web siteleri aracılığıyla iş istihdamını kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirdiklerinden dolayı kullanım oranlarının arttığı görülmüştür. Çalışmada ayrıntılı olarak ele alınan OfficeAngels örneği ile de iş istihdamının yanı sıra kişi ve kurumların kendilerini tanımları ve kişisel gelişimlerini sağlama hususunda katkı sağladıkları görülmüştür. Özellikle ofis ve sekreterlik hizmetlerinde uzmanlaşmaya giderek yönetici asistanlığı, veri giriş hizmetleri, büro hizmetleri sekterliği, alt kademe ofis işleri, resepsiyon işleri, sekreterlik işleri ve katiplik hizmetleri olarak ayrıntılandırılmıştır. Bu ayrıntılandırmanın yanı sıra kalıcı, geçici ve part time olarak iş istihdamını sağladığı tespit edilmiştir. Elde edilen diğer bir önemli husus ise iş alımı gerçekleştikten sonrada iş takibinin yapılarak gerekirse destek hizmetlerini sağlamasıdır. OfficeAngels çalışanları tarafından yapılan ölçüm ve analizler kişilere ilgili oldukları alanda birçok bilgi kaynağı sağlaması sebebiyle akademik değer taşıdığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla OfficeAngels'in getirdiği bu yenilikler açısından kişi ve kurumlara iş yaşamlarının her kademesinde fayda sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Sosyal Medya Araçları, Sekreterlik OfficeAngels Hizmetleri

BUSINESS ACQUISITION PLATFORMS THROUGH SOCIAL MEDIA TOOLS IN NEW MEDIA: OFFICE ANGELS CASE

ABSTRACT

This study aims to inform educators, students and workers about the opportunities of OfficeAngels, which has become a business acquisition platform through the use of social media tools in the new media and provides employers and jobseeker candidates.

This research model is a descriptive research which is based on real information and documents. The information and documents about the study were taken from written and printed resources in libraries and in the internet. The information and documents relating to OfficeAngels job recruitment site were gathered from scientific research reports and articles that were obtained from virtual environments and printed resources.

It was found that because business administrations easily and quickly recruited employees through social media tools and websites, the rate of new media use increased. By examining OfficeAngels example in detail, it was observed that as well as job recruitment it contributed persons and institutions with recognizing and developing themselves. It was seen that office and secretarial services were specialized and elaborated such as executive assistant, data entry services, office services sectarianism, lower level office work, reception work. It was found that OfficeAngels provided permanent, temporary and part time employment as well as this elaboration. Another result is that it presents job-tracking after the recruitment and provides support services. It was confirmed that the measurements and analyses carried out by OfficeAngels workers carry academic value by providing persons with a lot of information resources about their fields of interest. Therefore, it was concluded that OfficeAngels can contribute to every aspect of persons and institutions' life in terms of the innovations it brought.

Keywords: New Media, Social Media Tools, Secretarial OfficeAngels Services

¹ Yrd.Doç.Dr, G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, samiacar@gazi.edu.tr

² Öğr. Gör., Ankara Üniversitesi, Elmadağ MYO, nunsal@ankara.edu.tr

GİRİŞ

Günümüzde teknolojisi mevcut ekonomik koşullar altında işletmeler ve çalışanlar için iş edinimi süreçlerini rekabetçi bir yapıda sunmaktadır. Rekabetin yanı sıra süreç içerisinde karşılaşılan zorluklar da değişim göstermektedir. Bu zorluklar; işletmeler için doğru adaya ulaşmak, adaylar için doğru işi bulmak ve bu süreçte hızlı olmaktır. Nitelikli adaylara ulaşmak isteyen ve de istediği özelliklerde hizmet vermek ya da almak isteyen kurum veya kişiler geçmişe oranla daha fazla uğraş göstermek durumundadırlar. Klasik yöntemler ile bu durumun üstesinden gelmek yeterli değildir. Küreselleşen dünyada gelişen teknolojinin imkanlarından faydalanarak hızlı ve istenilen nitelikte iş gücü elde edilebilir ve karşılıklı bir fayda sağlanabilir.

Günümüzde bu faydayı elde etmek yeni medya ile sağlanmaktadır. Yeni medya sadece bilgisayar teknolojisi ile değil iletişim teknolojilerinin de kullanarak içerik ile etkileşimin sağlanmasıdır. Böylelikle rekabetin adil bir şekilde artması sağlanarak istenilen özelliklerde hizmetin kolay bir şekilde bulunması ve edinimi sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Bu edinim sağlanırken klasik ofislerin yerini sanal ofisler almaktadır. Hatta sanal ofis kavramının bir adım ötesine geçilerek sosyal ağlar ile dijital ortamda kişilerin iletişime geçmesi sağlanmaktadır.

İletişim teknolojisindeki gelişmeler web 2.0 teknolojilerinin iletişim açısından sağladığı olanakların artması sosyal medya kavramının doğmasına sebep olurken sosyal ağların gelişmesi de ilişkisel toplum kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Acar vd., 2014). İlişkisel toplumda bilginin transferi için kullanılan yeni medya araçlarından birisi olan sosyal medya insanların iletişim ve etkileşimde buldukları ve fikirlerini paylaştıkları web siteleri, uygulamalar ve diğer iletişim araçlarıdır (Campbell, 2009). Sosyal medyayı bu kadar değerli kılan, içerdiği "sosyal" kavramıdır. Gelişen web 2.0 teknolojisiyle birlikte iletişimin çift yönlü olarak gerçekleşmesi en büyük ayrıcalığıdır. Bu durumda sosyal medya araçlarının kullanımını ve önemini artmasına sebep olmaktadır. Dünya nüfusunun üçte ikisi sosyal medya araçlarını kullanarak zamandan ve mekandan tasarruf sağlamaktadır. Ayrıca internet üzerinde diğer medyalarda harcanan zaman ortalamasının sosyal medyaya göre iki kat daha düşük olduğu görülmektedir. Bu anlamda en önde gelen sosyal medya araçlarının Facebook, LinkedIn ve Twitter olduğu görülmektedir (Erdem, 2012).

Sosyal medya araçlarının, hizmet edinimi ve alımı süreçlerinde bilgi aktarımına ve paylaşımına sağladığı imkanlar ve kolaylıklar nedeniyle her iki tarafa da büyük faydalar kazandırdığı görülmektedir. Hizmet alan kişi veya kurumlar sosyal medya araçlarını kullanarak daha fazla adaya ulaşarak istedikleri özellikleri kişilere aktarabilir ve adaylarda istedikleri bilgilere kolayca ulaşabilmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken paylaşılan bilginin içeriği, doğruluğu ve paylaşım yöntemidir. İçeriğine göre sosyal medya seçilmesi önem arz ederken tüm sosyal medyaları içeren yeni medyalar daha ön plana çıkmaktadır.

Bu çerçevede araştırmada bu yeni medyalarda büro yönetimi ve sekreterlik hizmetleri kapsamında yer alan hizmetler ele alınmıştır. Dünyada ve Türkiye’de bu hizmetleri sağlayan yeni medya araçları ve bu kapsamda yer alan sosyal medya araçları incelenmiştir. Bu araçlardan biri olan "OfficeAngels" (Ofis Melekleri) yeni medya platformu aracılığı ile büro yönetimi hizmetlerinin edinimi konusunda önemli bir araç olarak değerlendirilmiş ayrıntılı olarak sunulmuştur.

İŞE ALIM SÜREÇLERİ

Bir kurumu amaçlarına ulaştırmadaki en önemli katma değerlerden biri insan kaynağıdır. Dolayısıyla ihtiyacı olan insan kaynağının nitelikli ve istenilen özelliklerde uygun adaylar ile karşılaşması stratejik öneme sahiptir. İşletme bünyesinde yer alan ya da ihtiyaç duyulabilecek potansiyel adayların tespiti işe alım süreci olarak tanımlanmaktadır (Robbins ve Decenzo, 2002).

İşe alım süreci ilk olarak planlama ile başlayarak görüşmeler ve boş pozisyonun duyurulması gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği zaman dilimidir. İşe alım öncesinde planlanan bu süreç ayrıntılı ve kapsamlıdır. Genellikle işe alım öncesi süreçte aşağıdaki aşamalar yer almaktadır (Woods, 1997):

- İş analizleri, iş tanımları ve iş profillerinin incelenmesi,
- Geçerli düzenlemelerin tanımlanması ve incelenmesi,
- Adaylara verilmek istenen mesajın ortaya konulması,
- İç ya da dış kaynak kullanımlarının belirlenmesi,
- Mülakat yapacak kişilerin belirlenmesi,
- İşe alım stratejileri ve yöntemlerinin belirlenerek uygulanması,
- İşe alım yönteminin değerlendirilmesi için kriterlerin ortaya konulması,
- Aday havuzunun değerlendirilmesi için kriterlerin ortaya konulmasıdır.

Araştırma kapsamında çalışan arama süreci temelde iki kaynak aracılığı ile yapılır. Bunlar yukarıda yer alan işe alım sürecinin aşamalarında da yer alan iç kaynaklar ve dış kaynaklardır. İç kaynaklar; kurum bünyesinde yer alan uygun özelliklere sahip adayın boş pozisyona yerleştirilmesidir. Dış kaynaklar ise; kurum dışından kişilerin

değerlendirilerek uygun pozisyona yerleştirilmesidir. Alan yazında dış kaynaklar şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Mathis ve Jackson,1997; Özgen ve diğerleri, 2002):

- **Üniversiteler:** Üniversite bünyesinde yer alan insan kaynakları ofisleri yer almaktadır. Kurum veya kişiler üniversitelerin kariyer günlerinde kendilerini tanıtmakta ve özellikle derece yapan öğrenciler iş kapsamında değerlendirilmektedir.
- **Sendikalar:** İyi bir insan kaynağı oluşturmaktadır. Örneğin inşaat sektöründe iyi bir insan kaynağı olarak görülmektedir.
- **Medya Kaynakları:** Gazete, dergi, televizyon, radyo ve billboardlar yaygın medya kaynaklarıdır.
- **İnternet (Sosyal Medya Araçları):** Facebook ve Twitter gibi web 2.0 teknolojileri ile birçok insana ulaşılmaktadır.
- **Mesleki ve Rekabetçi Kaynaklar:** kendi bünyelerinde yer alan iş ilanlarının bulunduğu dergiler yayınlamaktadır.
- **İş Kurumları:** Resmi iş kurumlarına insan kaynakları olarak kullanılmaktadır.
- **Yönetici Araştırma Şirketleri:** Bu kapsamda özellikle yönetici ve profesyonel pozisyonlara uygun kişilerin veri tabanlarını oluşturmaktadırlar.
- **Yaratıcı Metotlar:** Kurum veya kişiler kendi geliştirdikleri farklı yöntemleri içermektedir.

YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYA

Yeni Medya

1970'li yıllarda ortaya çıkan "Yeni Medya" kavramı bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişleyerek bilgi ve iletişim ortamları olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Bat, 2012). Yeni medya, aktif kullanıcıların farklı konumlarda, farklı kişiler tarafından alınabilen ve tüketilebilen özelliğe sahip olan web sitelerini ve diğer dijital iletişim/bilgi kanallarını ifade etmektedir (Hennig-Thurau vd., 2010). Yeni medya ve sosyal medya kavramlarının karıştırıldığı da görülmektedir. Yeni medya, sosyal medyayı içerisine alan çevrimiçi içeriklerin yer aldığı bir platformdur. Zaman-mekân sınırlarını ortadan kaldıran yeni medya, iletişimi de kolaylaştırmaktadır.

Yeni medya, bilişim teknolojileri, iletişim ve medya bileşenlerinden oluşmakta ve sağladığı erişim kolaylığı ile internet sayesinde kurum ve topluluklar arasında etkileşimli iletişimi sağlamaktadır. İletişim teknolojileri kapsamında yeni medya üç önemli özelliğe sahiptir. Bunlar;

- **Etkileşim,** nesnelere ya da olayların birbirlerini karşılıklı olarak çift yönlü etkilemeleridir.
- **Kitlesizleştirme,** geniş bir kullanıcı grubu içerisinde her bireyin özel mesaj değişimini başak bir yapıya bağlı olmadan yapılabilmesidir.
- **Eşzamanlı,** birden fazla olayın birbiriyle ilişkili olarak aynı anda gerçekleşmesidir.

Yeni medyanın sunduğu olanakların teknoloji ile entegreli bir biçimde buluşması bireyler ve kurumlar açısından önemli fırsatlar meydana getirmiştir. Bu fırsatlar;

- Çevrimiçi profillerin oluşturulabilmesi,
- Eş zamanlı iletişim kurulabilmesi,
- Video-resim ve kişisel bilgilerin paylaşılabilmesidir.

Belirtilen fırsatlar sayesinde kişiler birbirleri hakkında bilgi edinebilme imkanına sahip olmuşlardır. Genel olarak bakıldığında elektronik ortamların ortak noktasının "paylaşım" olduğu görülmektedir (Gürdoğan, 2012). Paylaşım ile kişi ve kurumların da birbirleri ile iletişim kurarak ihtiyacı olan hizmeti elde etmeleri sağlanabilmektedir. Bu iletişimi sağlarken yeni medya içerisinde yer alan sosyal medya araçları da etkileşimin sağlanmasında daha geniş alanlara yayılmasına neden olmaktadır.

Sosyal Medya ve Araçları

Yeni medya kapsamı içerisinde yer alan sosyal medya insanların farklı kişilerle iletişim ve etkileşim içerisinde oldukları, fikirlerini paylaşarak birbirleriyle iletişime geçtikleri ortamlardır. Sosyal medya araçları ise bu iletişim sağlanırken kullandıkları web siteleri, uygulamalar ve diğer iletişim araçlarıdır. Sosyal medya katılım, açıklık, etkileşim ve topluluk gibi tanımları genelini içermektedir (Mayfield, 2006). Sosyal medya kategorileri ve uygulamaları aşağıdaki şekilde görülmektedir.

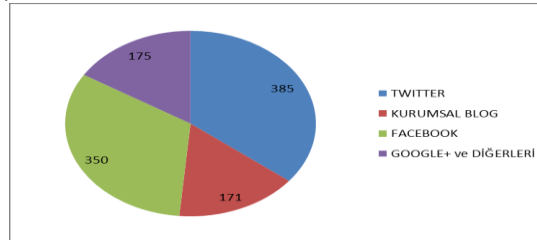
Tablo 1: Sosyal Medya Kategorileri ve Uygulamaları

Kategori	İş Tanımı	Örnek Uygulama	Amaç	Temel Aktivitesi	İş Modeli
Sosyal Ağlar	Web tabanlı sosyal ağlar	Facebook hi5 Friendster Google+	Aile ve arkadaşlarla bağlantı ve paylaşım	Profil oluşturma, Durum güncelleme, Yorum, Paylaşım, Anlık mesajlaşma	Reklam, Uygulama karşılığı ödemeler
Profesyonel Ağlar	Web tabanlı profesyonel sosyal ağlar	LinkedIn Plaxo	Bağlantı ve bağlantıların yönetimi	Yeni profesyonellerle tanışma ve kariyer fırsatları	Ücretsiz, Özel hizmetler için ekstra ödeme
İçerik Toplayıcılar	İçerik paylaşımı odaklı sosyal ağlar	Flicker Bebo Myspace	İçeriği ve kullanıcıya bağlantı	Profil oluşturma, kullanıcıyla bağlantı, müzik, fotoğraf, video ve link paylaşımı	Reklam ve sponsor linkler
Bloglar	Günlük formatında kişisel sayfalar	Tumblr Blogger Xanga Blogspot	Konu hakkında yorum imkanı	Yorum	Reklam ve sponsor linkler
Mikro-Bloglar	Bloglar ve sosyal ağlar arası bir uygulama	Twitter Facebook Friendfeed Jaiku Alexa Plurk	Diğer kullanıcılarla ve arkadaşlarla temas	Kısa mesaj ve durum güncellemeleri	Reklam ve kısa mesaj sponsorlukları
Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik ve Diğerleri	Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve paylaşım	You Tube Ning Digg	İçerik, haber ve hikâye paylaşımı	İçerik, Haber ve hikâye paylaşımı	Reklam

Kaynak: Kara, T. 2013: Sosyal Medya Kategorileri ve Uygulamaları s:142

Yukarıda verilen sosyal medya kategorileri ve uygulamaları tablosunda yer alan sosyal ağlar Facebook, Hi5, Friendster, Google uygulamaları ile aile ve arkadaşlarla bağlantı kurmak, paylaşım amaçlanmaktadır. Profesyonel ağlar olan LinkedIn ve Plaxo ile iş bağlantıları ve bağlantıların yönetimi hedeflenmektedir. İçerik toparlayıcılar olan Flickr, Bebo, Myspace'de profil aracılığıyla kullanıcının müzik fotoğraf, video ve link paylaşımının yapılması amaçlanmaktadır. Blog kapsamında yer alan Tumblr, Blogger, Xanga ve Blogspot ile konu hakkında yorum imkânı sunulmaktadır. Mikro blog olan Twitter, Facebook, Friendfeed, Jaiku, Alexa, Plurk uygulamalarının amacı ise diğer kullanıcılarla iletişim kurulmasını sağlayarak durum güncellemelerinin yapılmasıdır. Son olarak da kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve diğeri kapsamında ise kullanıcı tarafından oluşturulan Youtube, Ning, Digg ile içerik, haber ve hikâye paylaşımının yapılması amaçlanmaktadır.

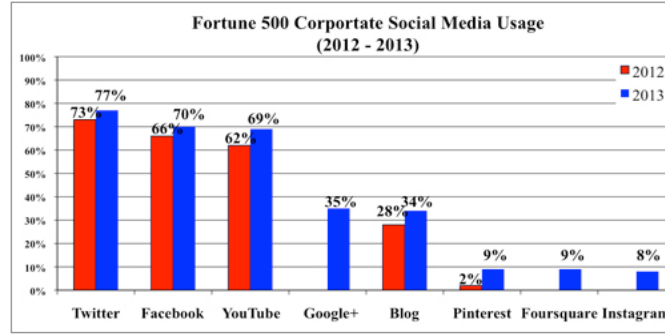
Sosyal medya araçları iş edinimi açısından kişi ve kurumlara çok geniş alanlarda imkanlar sağlayabilmektedir. Pazarlamadan üretime, işletmeden insan kaynakları uygulamalarına kadar birçok alanda faydalanılmaktadır (Evans ve McKee, 2010). Sosyal medya araçlarının kullanımından elde edilen en önemli fayda aranan kişi ve kurumlar hakkında daha fazla bilginin diğer kişilere aktarılmasının sağlanmasıdır. Sağladığı fayda ve artan kullanımı ile yeni medya ve buna bağlı olan sosyal ağlara kişi ve kurumların ilgisi her geçen gün artmaktadır (Şekil 1).

**Şekil 1: Dünya Şirketlerini Sosyal Medya Kullanımı**

Kaynak: Evlice, S. (2013). Fortune 500 Şirketlerinin Dijital Medya Kullanımı

Şekil 1'de kurumların daha çok Twitter'ı kullandıkları görülmektedir. Diyalogların kurulmasına izin veren Facebook ise 350 kurumun tercihi olarak ikinci sırada yer almıştır. Google+ ve diğerlerinin ise bunları takip ettiği görülmektedir. Kendi blogunu kullanan kurumlar ise diğerlerine göre daha azdır. Bu verilere göre kurumların kendilerine ait bir yeni medya ortamı yerine insanların ortak olarak kullandıkları sosyal medya ortamlarına

yöneldikleri açıkça görülmektedir. Kurumların yıllara göre sosyal medya araçlarını kullanım oranları ise şöyledir (Şekil 2).



Şekil 2: Kurumların Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Oranları

Kaynak: Olenski, S.(2013). Is The Social Media Slumber Finally Over For Big Brands.

Şekil 2'ye bakıldığında kurumların sosyal medya araçlarının 2012'den 2013 yılına kadar Twitter, Facebook, YouTube, Blog ve Pinterest uygulamalarını kullanımlarında bir artış görülmektedir. Bu durumun yanı sıra hiç kullanılmayan Google+ Foursquare ve Instagram sosyal medya araçlarının da kullanılmaya başlandığı ortadadır.

SOSYAL MEDYA ARAÇLARI İLE İŞE ALIM

Teknolojinin gelişimi ile birlikte kişi ve kurumların hizmet ihtiyaçlarının karşılanması hususunda geleneksel yöntemlerin dışında olan sosyal medya araçlarının kullanımında çok farklı tanımlar vardır. Kimileri için LinkedIn'i ifade ederken kimileri için ise bu kavram yerinin Twitter'a bırakabilmektedir. Jacobs'a (2010) göre bu kavram işe alım süreçlerinde Sosyal Web'in kullanılması olarak görülmektedir. Sosyal medya araçlarının işe alım süreçlerinde kullanımı, adaylar ile sürekli bir bağlantı ve iletişim kurulması sebebiyle her geçen gün daha çok tercih edilmesine neden olmaktadır (Wandel, 2008).

Sosyal medya araçlarının kullanımının günden güne artması kişi ve kurumların ihtiyaçlarını giderme anlamında bu ortamları kullanmaları ve yer almalarını zorunluluk haline getirmiştir. Bottis ve Maiellaro'nun (2010) 18-65 yaş arası aktif ve pasif 2586 aday üzerinde gerçekleştirdiği " İş Arayanların Sosyal Medya Algısı 2010" anketi ile kişilerin %48'i sosyal medya araçlarını haftada birden fazla kullandıkları, %54'ü iş başvurusu yapmadan önce işletmeyi sosyal medya araçları aracılığı ile takip ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Farklı bir çalışmada ise iş arayanların %59'u sosyal medya araçlarında işletmeler hakkında paylaşılan görüşleri dikkate aldıkları görülmektedir. Elde edilen bu bulgular ışığında kurumların sosyal medya stratejilerini doğru belirlemeleri ve işe alım süreçlerinde bu araçlardan maksimum faydayı elde etmeye yönelik çalışmaları yapmaları beklenmektedir. Bu bağlamda Mayıs-Haziran 2010 zaman dilimi aralığında Job Vite'in 600 kişi ile online olarak sosyal medyanın işe alım süreçlerinde kullanımı ile ilgili yaptığı çalışmanın sonuçları bu görüşü destekler niteliktedir. Bu araştırma anketinin sonuçları özet olarak aşağıda verilmiştir.

- İşletmeler %73,3 oranında işe alım süreçlerinde sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.
- İşe alım süreçlerinde en sık kullanılan sosyal medya araçları; %78,3 oranla LinkedIn, %54,6 oranla Facebook ve %44,8 oranla Twitter'dır.
- Sosyal medya aracılığı ile başarılı işe alım yüzdesi %58,1'dir.
- Sosyal medya araçları ile işe alım süreçleri %46,8 oranında işe alım sayısı ile ölçülmektedir.
- En fazla işe alım yapılan site %89,4 oran ile LinkedIn olduğu görülmektedir.
- Markanın tanıtımı için %85 oranında Twitter kullanıldığı, iş ilanlarının yayımlanması için %65 oranında LinkedIn kullanılmaktadır.
- İşverenlerin %46'sı işe alım süreçlerinde sosyal medya araçları kullanımı için daha fazla harcama yapmaya başlamıştır.
- Sosyal medya aracılığı ile işe alınan adayların kalite düzeyi 10 üzerinden 6,86 olarak puanlanmaktadır.
- İşletmelerin en çok içinde buldukları sosyal medya aracı %62,4 ile LinkedIn olduğu görülmüştür.

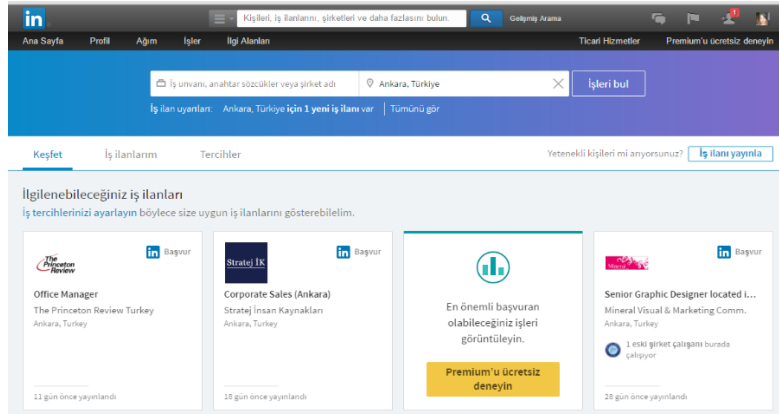
İşe Alım Süreçlerinde Kullanılan Sosyal Medya Araçları

İşe alım odaklı kurulmuş olan ya da kullanımının yaygınlığı sebebiyle yoğun olarak işe alım süreçlerinde kullanılan sosyal medya araçları kullanılan yeni medya araçlarına göre farklılık göstermektedir. En sık kullanılan

sosyal medya araçları olan LinkedIn, Facebook ve Twitter'ın iş istihdamında kullanımına ilişkin detaylı bilgi çalışmanın bu kısmında verilmiştir.

LinkedIn

LinkedIn sistemi üzerindeki iş istihdamı ile ilgili "işler" (jobs) bölümü yer almaktadır. İşler bölümü altında kişi; İş ara, Premium iş arama, İş ilanı yayımlama, İşleri yönetme, İşe alım çözümleri linklerine tıklayarak ilgili sürece dahil olunmaktadır. "İş bul" linki ana sayfada olduğu gibi ilgi alanınız ve özelliklerinize göre iş ilanları görüntülenmektedir. İş arama motoru kısmına istenilen iş ile ilgili anahtar kelimeler girildiğinde ise LinkedIn ağında yayımlanmakta olan ilanlara ulaşılabilmektedir. Kaydedilen bu kriterler ile sonrasında daha detaylı arama yapılabilmektedir. İşverenler uygun gördükleri durumlarda ilgili pozisyon için LinkedIn üzerinden ilan çıkartabilmektedir.



Şekil 3: LinkedIn "İŞLER" Sayfası

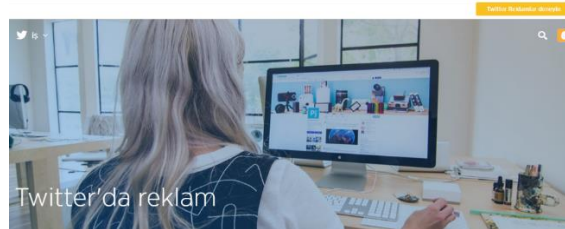
Kaynak: <https://www.linkedin.com/>

İşveren bireysel kullanıcıların ilanlarına başvurmalarını bekleyebileceği gibi kendisi de LinkedIn kullanıcıları arasında arama yaparak kriterlerine uygun adaylara teklifte bulunabilmektedir. "Gelen kutusu" bölümü kullanılarak insan kaynakları görevlileri ulaşmak istedikleri adaylara ulaşabilmektedirler. "Şirketler" bölümünde kullanıcının takibe aldığı şirketlerin listesi görüntülenmektedir. "Haberler" bölümünde LinkedIn'de yer alan haberlerin ve makalelerin tümüne ulaşım sağlanmaktadır.

Twitter

Twitter kullanımı bireyler ve işletmeler için farklılaştırılmıştır. İşletmeler için ayrı profil ayarları ve kullanım alanları oluşturularak "twitter for business" adı verilmiştir. Bu bölümde yapılabilecek aktiviteler aşağıda yer almaktadır:

- İş ilanları için reklam bölümü kullanılabilir.
- Milyonlarca adayın bulunduğu aday havuzundan faydalanılabilir.
- Endüstri liderleri ile aynı ağa katılınabilir.
- İşveren kendi reklamını yapabilir.
- Aktif olarak iş aramayan adaylara da ulaşılabilir.
- Yapılan yorumlara, taleplere, geri bildirimlere ve şikâyetlere eş zamanlı olarak yanıt verilebilir.
- Çok farklı işe alım başlıklı konuda tartışmalar takip edilebilir.

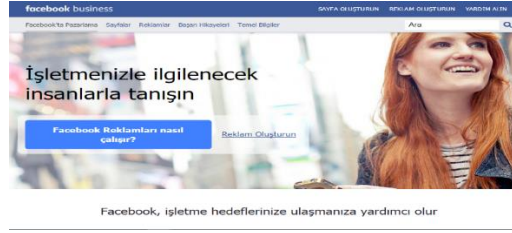


Şekil 4: Twitter "REKLAM" Sayfası

Kaynak: <https://twitter.com/>

Facebook

Facebook ana sayfasında ve haberleşme kısmında sponsor olarak işletmeler tarafından reklam verebilmektedir. Bu sayede işletmenin Facebook sayfasına ya da resmi web sitesine yönlendirilerek boş pozisyon ilanı ya da işletme ile ilgili gerekli bilgilere ulaşılabilir. İşletme Facebook'a, tıklanma sayısına bağlı olarak ödemede bulunur.



Şekil 5: Facebook "REKLAM" Sayfası
Kaynak: <https://www.facebook.com/>

Facebook reklam uygulamaları kullanılarak sistem içinde yer alan 750 milyon kişi filtrelenerek istenilen özellikteki adaylara ulaşılabilir.

Yeni medyada yer alan iş imkanlarına ulaşmayı ve sunmayı sağlayan çok daha fazla sosyal medya araçları vardır. Bu çalışma kapsamında en fazla kullanılan 3 sosyal medya aracı ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın devamında sosyal medya araçlarının da içerisinde yer aldığı hizmet edinimi ve iş arayan adayları bir araya getiren web siteleri ile ilgili açıklamalara yer verilecektir.

YENİ MEDYA İŞ EDİNİMİ ÖRNEĞİ: OFFICEANGELS

Kişi ve kurumların iş ve hizmet edinimi kapsamında sosyal medya araçlarını da kullanarak yeni medyada yer alan web siteleri ve sağladığı imkanlar bu çalışmada ele alınarak incelenmiştir. Bu web siteleri arasında Bionluk ve OfficeAngels gibi web siteleri örnek olarak verilebilir.

Bionluk kapsamında; video&animasyonlardan internet reklamcılığına, web tasarımından yazılıma, metin yazarlığından seslendirme ve dublaja, her türlü grafik tasarım işlerinden organizasyon planlamaya kadar birçok alanda iş üreten freelance çalışanların profillerinde, ürettikleri işlerle ilgili bilgiler yer almaktadır. Siteye iş sunanları ve iş arayanları birbirleriyle buluşturan kolay ve hızlı bir platform olarak yeni trend iş arama ve üretme sürecine katkıda sağlanmaktadır. Türkiye kapsamında hizmet sunan web sitesi sadece alıcı ile satıcıyı bir araya getirmektedir ve oluşabilecek aksaklıklardan sorumlu değildir (<https://bionluk.com/#>).

OfficeAngels ise diğer iş ve hizmet imkanları sunan platformlardan daha geniş ve farklı özellikleri olması nedeniyle bu çalışmanın konusunu oluşturmuştur.

Ayrıca OfficeAngels Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı ile yakından ilişkilidir. Bu ilişkiye dayanarak OfficeAngels'in tarihçesi, özellikleri ve hizmetleri hakkında bilgiler sunulmaya çalışılacaktır.

OfficeAngels Nedir?

Ofis Melekleri olarak Türkçeye çevirisi yapılan OfficeAngels İsviçre, Zürih merkezli Adecco Group'a bağlı, 60'tan fazla ülke ve bölgede yaklaşık 31.000 çalışanı ve 5.100 şubesiyle her gün 650.000'in üzerinde kişiye iş imkanı sağlayarak 100.000'in üzerinde firma ile buluşturmaktadır.

OfficeAngels insan kaynakları ve istihdam sağlanmasında dünya genelinde hizmet veren, bölgesel hizmetlerin de ihtiyaçlarına cevap verebilen köklü bir platformdur. Bu hizmetlerinin yanı sıra müşterilerinin insan kaynakları stratejilerini en üst seviyeye çıkarmaları konusunda uluslararası bilgi ağını, yerel bakış açısını ve uzmanlığını kullanarak müşteri odaklı yaklaşım sunmaktadır. İş alanları ise; Ofis, Satış Pazarlama ve Etkinlik, Finans ve Yasal, Bilgi Teknolojisi, Mühendislik ve Teknik, Endüstriyel, Tıp ve Bilim ve Beşeri Sermaye Çözümleridir.



Şekil 6: OfficeAngels'in Hizmet Verdiği Bölgeler
Kaynak: <http://www.office-angels.com/>

Şekil 6'da OfficeAngels'ın hizmet verdiği bölgeler koyu renklerle ifade edilmektedir. Bu bölgeler ise; Amerika, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika, Asya Pasik ve Çin'dir.

OfficeAngels Hizmetleri

Nitelikli işgücü ile bu iş gücüne ihtiyaç duyan kişi ve kurumlara hizmet vermeyi amaçlayan OfficeAngels, aday ve işvereni doğru zamanda bir araya getirerek istihdam sağlamaya çalışmaktadır. Bu süreç içerisinde firmaların kendi işlerine, faaliyet gösterdikleri sektöre ve müşterilerine odaklanarak zamandan tasarruf etmelerini sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu kapsamda verilen hizmetler ise;

- **Seçme ve Yerleştirme:** İşe alım sürecinde aday havuzunda yer alan özgeçmişlerden sektörde deneyimli danışmanlar ile mülakatlar yapılarak doğru kişilere en kısa zamanda ulaşılması sağlanmaktadır.
- **Esnek İş gücü:** Tüm uzmanlık alanlarında ve ihtiyaç duyulan her türlü sürede dönemsel eleman ihtiyaçları konusunda hizmet vermektedir. Dönemsel hizmetler ise;
 1. Firmaların artan iş yükü dönemlerinde, yıl sonu kapanışı, birikmiş faturalar, şirket birleşmeleri, pazarlama aktiviteleri, veri girişi, muhasebe sisteminin değişmesi durumunda,
 2. Proje bazlı çalışmalarda, CRM sistemi güncellemesi, yeni ürün tanıtımı, promosyon bazlı çalışmalarda,
 3. Uzmanlık gerektiren alanlarda, sistem kurma ya da geliştirme çalışmaları, yeni ürün lansmanı ve benzeri durumlarda,
 4. Firmaların mevsimsel veya dönemsel ihtiyaçlarında, üretimin artışı, sevkiyat dönemleri, paketleme ihtiyacı, bayram, yılbaşı ve indirim dönemleri gibi günlerde,
 5. Ruhsatlandırma, otomotiv sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliği gibi uzmanlık gerektiren ve dönemsel projelerde,
 6. Daimi personelin belirli bir süre olmaması durumunda, doğum izni, askerlik, yıllık izin, hastalık durumlarında,
 7. Sirkülasyonu yüksek olan iş ünitelerinde, iş yükünün azaltılması gereken dönemlerde verilmektedir.
- **Dış Kaynak Kullanımı:** İş Kanunu ve çalışma mevzuatlarına bağlı, firmaların norm kadro dışında yer alan çalışanları için yasal işveren sıfatı ile bordro işlemlerinin yerine getirilmesi ve bordrolama hizmeti verilmektedir. Bu hizmet; kadro kısıntısı olan pozisyonlarda, asıl işe destek olan pozisyonlarda, teknik gereksinimlerden dolayı, personel sirkülasyonu yüksek pozisyonlarda, İş yükünün azaltılması istenilen durumlarda verilmektedir.
- **Teknik Bordrolama:** Firma içerisinde gizlilik ilkesine bağlı kalarak bordro ve özlük hesaplama hizmeti verilmektedir. Dış kaynak kullanımı sonucunda alınan hizmette standardizasyonun sağlanması, merkezi bordro sistemi, sekretaryal işlerin azalması, vizite kağıdı ve personel için gerekli evrak talepleri hizmetleri amaçlanmaktadır.
- **Firmalara Özel Çözümler:** Müşterilere özel esnek çözümler sunulmaktadır. Bu kapsamda;
- **On-Site / Off-Site Ofis Çözümleri:** esnek çalışma modelleri olan On-Site / Off-Site Ofis Çözümleri ile müşterilerin kendi bölgelerinde veya OfficeAngels'ın ofislerinde özel proje danışmanlarıyla, işe alım süreçlerinin tamamını veya bir bölümünü destekleyerek, kısa/uzun dönemli, hızlı ve güvenilir çözümler sunmaktadır.
- **Çağrı Merkezi Çözümleri:** Sektöre ve iş alanına özel, içinde bulunulan koşullara ve teknolojik altyapıya göre farklı pozisyonları içeren etkin bir çağrı merkezi kadrosu oluşturulması, varolan kadroyu büyütme ve dönemsel iş gücü artışlarında hizmet sunmaktadır.
- **Perakende Çözümleri:** Uzman ve nitelikli dönemsel veya daimi insan kaynağı ihtiyacını sektör deneyimli uzman danışmanları ile sağlamaktadır.
- **Yönetim Hizmetleri Çözümleri:** Satış ve pazarlama, ofis asistanı, idari kadrolar ve çağrı merkezi ekipleri ile ilgili personel temininden performans yönetimine kadar süreçlerin yönetimi sağlanmaktadır. Anahtar teslim projelerde personel alımları, maaş yönetimi, iş kıyafeti, yol, yemek, özel sağlık sigortası, eğitim ihtiyaçları, performans değerlendirme gibi tüm süreç yönetimleri gerçekleştirilmektedir (<http://www.office-angels.com/>).



Şekil 7: OfficeAngels İş Edinimi Alanları
Kaynak: <http://www.office-angels.com/>

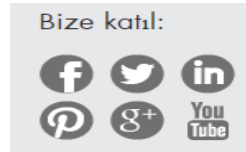
Şekil 7’de kişilerin kendilerine uygun uzmanlık alanlarına göre işleri kolayca bulmalarını sağlayan bir arama motoru ve uzmanlık alanlarının bölümleri yer almaktadır. Bu uzmanlık alanları; Muhasebe ve finans, yönetici ve sekreterlik, bankacılık ve finans, İnşaat ve yapı, eğitim ve çocuk bakımı, mühendislik, seyahat, insan kaynakları, bilgi teknolojileri, hukuk, imalat, pazarlama, satış ve perakende ve telekomünikasyondur.

OfficeAngels Web

OfficeAngels Web üzerinden;

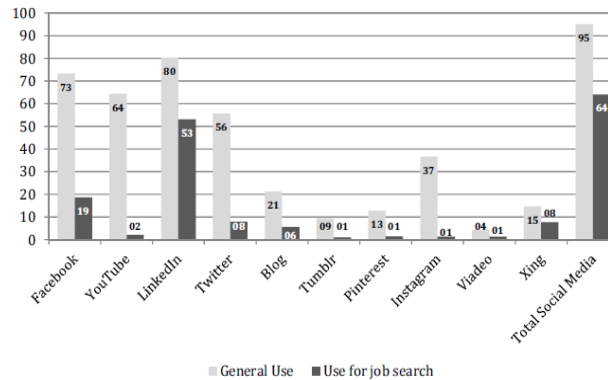
- Kişi kriterlerine göre iş ilanlarını görüntüleyebilir.
- İlgi çeken pozisyonlar favorilere eklenebilir.
- İş başvurusu yapılabilir.
- Özgeçmiş oluşturulabilir.
- Başvurular takip edilebilir.
- Her gün yeni iş ilanlarıyla ilgili bilgi alınabilir.

OfficeAngels’in bağlantılı olduğu sosyal medya araçları Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+ ve YouTube olarak sıralanmaktadır.



Şekil 8: OfficeAngels Sosyal Medya Araçları
Kaynak: <http://www.office-angels.com/>

OfficeAngels’in tarafından 17.272 katılımcı aday ve 1.502 insan kaynakları müdürü üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına genel kullanım ve iş aramak için kullanılan sosyal medya araçları verileri Şekil 9’da görülmektedir.



Şekil 9: Genel Ve İş Aramak İçin Kullanılan Sosyal Medya Araçları Verileri
Kaynak: (Adecco, 2014)

Şekil 9’da Doğu Avrupa/ Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesinden alınan İşe Alımcıların anket sonuçları incelendiğinde işe edinimi süreçlerinde en sık kullanılan sosyal medya aracının LinkedIn olduğu görülmektedir. İkinci sırada Facebook ve üçüncü sırada Twitter’in geldiği ortaya çıkmıştır. Kişilerin toplamda iş ile ilgili sosyal

medya kullanım oranları ise %64 olduğu görülmektedir. Bu oran sosyal medya araçları ile iş alımı süreçlerinde çok önemli bir yeri kaplamaktadır. Dolayısıyla kurum ve adayların OfficeAngels gibi sitelerde amaçlarına hızlı bir yoldan ulaşabilecekleri sonucu elde edilmektedir.

OfficeAngels'da Sekreterlik Hizmetleri

Yapılacak işin içeriğine göre gerekli insan ve ekipmanla donatılmış olan bürolar her hizmet için gerekli alanlardır (Tutar vd., 2007). Bu kapsamda iş alımında en yüksek paya sahiptir. OfficeAngels'ın sekreterlik hizmetleri ile iş kategorileri şekil 10'da yer almaktadır.

The screenshot shows the OfficeAngels website interface. At the top, there are three tabs: "Find a job", "Help & advice", and "Working with you". Below the tabs is a large heading "Find your ideal job...". Underneath, there are two search fields: "Search by keyword" and "Your location". The keyword field contains "e.g. personal assistant" and the location field contains "e.g. London". A pink "Search" button is to the right of the location field. Below the search fields, there is a section titled "Administration Jobs, Secretarial Jobs & PA Jobs". This section includes a brief description and a link to sign up for job alerts. Below this, there is a grid of job categories: Administration Manager Jobs, Executive Assistant EA Jobs, Office Manager Jobs, Receptionist Jobs, Administrative Assistant Jobs, Executive PA Jobs, Post Room Jobs, Sales Administrator Jobs, Administrator Jobs, Office Assistant Jobs, Project Administrator Jobs, Secretary Jobs, Data Entry Jobs, Office Junior Jobs, Project Support Jobs, and Typist Jobs.

Şekil 10: OfficeAngels'de Sekreterlik Hizmetleri Kategorileri

Kaynak: <http://www.office-angels.com/>

Şekil 10'da OfficeAngels bünyesinde sekreterlik hizmetleri ile ilgili yönetici asistanlığı, veri giriş hizmetleri, büro hizmetleri sekterliği, alt kademe ofis işleri, resepsiyon işleri, sekreterlik işleri ve katiplik hizmetlerinde iş istihdamı sağlanmaktadır. Bu işlere sürekli ya da geçici olarak işveren tarafından istenilen özelliklerde adaylara iş istihdam edilmektedir. Şekil 10'da katiplik hizmetleri ile ilgili verilen bir iş ilanı görülmektedir. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı eğitimi almış kişiler bu kısımlardan başvurularını yaparak iş imkanı elde edebilmektedirler. Bu imkan sadece tam gün çalışanların yanında geçici veya yarı zamanlı olarak iş arayanlar içinde geçerlidir. Bu bağlamda OfficeAngels tarafından verilen bu hizmet diğer site çalışanları tarafından takip edilerek ihtiyaç durumlarında kişi ve kurumlara destek hizmetleri de sağlanmaktadır. Bu özelliği ile diğer platformlardan ayrılmaktadır.

The screenshot shows three job listings on the OfficeAngels website. Each listing includes the job title, location, date posted, contract type, and a brief description. The first listing is for a "Typist/Secretary (Part Time - 1 week)" in Livingston, West Lothian, posted on 19/08/2016. The second listing is for an "Audio Typist" in Exeter, Devon, posted on 11/08/2016. The third listing is for a "Typist in Notting Hill" in Hounslow, Greater London, posted on 04/08/2016. Each listing also includes a "Full Info" link and buttons for "Email to a Friend", "Add to my Shortlist", and "Apply to Job".

Şekil 11: OfficeAngels'da Katiplik İle İlgili Kalıcı, Geçici ve Yarı Zamanlı İş İlanı Örneği

Kaynak: <http://www.office-angels.com/>

Şekil 10'da yer alan 3 adet iş ilanının geçici, kalıcı ve yarı zamanlı olduğu görülmektedir. İşveren istediği işin özelliklerini en ufak detayına kadar belirtmektedir. İstenilen işin özellikleri, yeri, zamanı, istenilen hizmet süresi ve ücretin belirtildiği görülmektedir.

4857 sayılı İş Kanununun 7. maddesinde yapılan değişiklik ile Özel İstihdam Bürolarına geçici iş ilişkisi kurma yetkisi verilmiştir. Böylece işverenlerin belirli bir süre devam edecek ve yeni bir personel istihdam edilmeden işletmede ortaya çıkan personel ihtiyacının giderilmesi amaçlanmaktadır.

OfficeAngels'da tüm bu hizmetlerinin yanı sıra danışmanlık ve araştırma hizmetleri de vermektedir. Bu hizmetler kapsamında OPQ (Mesleki Kişilik Envanteri), MQ (Motivasyon Anketi), CCSQ (Müşteri İletişim Stilleri Anketi) da dahil olmak üzere mevcut psikometrik testler yapılmaktadır. Bu testler ile kişilerin hakkında bilgi alınarak istatistikler elde edilmektedir. İşveren ve iş arayanlara öneriler sunulmaktadır. Bu bağlamda ofis çalışanları ile ilgili yapılan bir araştırmada ofis çalışanları için ilginç tespitleri yer almaktadır. Bu tespitler;

Ofis çalışanlarının %63'ünün (üçte ikisinin) masa başında 6 saat harcamak zorunda kaldıkları,

Ofis çalışanlarının %32'sinin işe düzenli geç kaldıkları,

Ofis çalışanlarının %21'nin eve iş götürdükleri,

Genç ofis çalışanlarının %30'unun daha temiz bir ofis istedikleri,

16-24 yaş aralığında çalışanların %70'nin uzun çalışma saatlerinden dolayı strese girdikleridir.



63%



32%



21%



30%



70%

Bu tespitlerin yanında alanında uzman kişilerden bu durumların çözümleri hakkında bilgi alarak sunmaktadırlar. Bu tespitler için de Dr. Sabarini'nin görüşleri doğrultusunda küçük eklem üzerindeki baskının çok ciddi kas hastalıklarına sebep olabileceği için ofis çalışanlarının zaman zaman kendi duruşlarını değiştirmeleri gerektiğini, ergonomik masalarda çalışmaları ve bir saatin sonunda 5 dakikalık kısa bir yürüyüş ya da molanın gerekli olduğu görüşü alınmıştır (<http://www.office-angels.com/>).

OfficeAngels'ın sekreterlik alanında verdiği hizmetler kapsamında iş ediniminin yanında kişinin çalışma hayatına destek ve kişisel gelişimine de katkı sağladığı görülmektedir. Tüm bu hizmetler OfficeAngels çalışanları ile web siteleri üzerinden verilmektedir. OfficeAngels hizmetleri Türkiye'de ise Adecco Group adı altında hizmet vermektedir. Bu anlamda hemen hemen tüm dünyayı saran iş ağı ve gelişen teknoloji ile birlikte işveren ve iş arayanlara büyük fırsatlar sunduğu görülmektedir.

SONUÇ

Gelişen teknolojinin etkisi altına giren tüm dünya küreselleşmeyle birlikte iletişim platformlarındaki ilerleme ile sanal dünyanın varlığının insan hayatındaki vazgeçilemez yeri ortaya çıkmıştır. Sanal dünyanın temel taşı olan internette bu teknolojinin getirdiği en temel yeniliktir. İnternet ile birlikte temeli etkileşim olan Yeni Medya kavramı ortaya çıkmıştır. Gelişen web 2.0 teknolojileri ile birlikte sosyal medya araçları da yeni medya arasında yerini aldığı görülmüştür. Dünya genelinde incelenen çalışmalar neticesinde aktif bir şekilde internet tabanlı iletişim araçlarının kullandığı ve bu bağlamda sosyal medya araçlarının artan bir kullanıma sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. Sosyal medya araçlarının artan kullanımı işletmelerin insan kaynakları temini için başvurdukları ortamlar haline gelmiştir. Dünya çapında hizmet veren firmaların insan kaynakları temininden büyük oranda sosyal medya araçlarından faydalandıkları görülmüştür. Bu bağlamda en çok kullanılan sosyal ağın LinkedIn olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcılarının bireysel ya da kurumsal anlamda kimliklerini yansıtan profil sayfaları kimlik kartı niteliği kazandırdığı ortaya çıkmıştır. Bu kimlik kartları ile kurumların, içerisinde reklam bölümünü içeren sosyal medya araçlarında insan kaynakları ediniminden faydalandıkları görülmüştür.

Bir işletmenin işe alım süreci en önemli faaliyetlerinden biridir. Bu kapsamda doğru kriterlerine uygun liyakat sahibi adaya doğru zamanda ulaşmak kritik nokta olarak saptanmıştır (Bat, 2014). İşe alım süreci gerçekleştirilirken hızın bu süreç için oldukça önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu işlemler gerçekleştirilirken doğru kişiye ulaşmak, doğru iş için doğru adayın yerleştirilmesi yetenek ve ilgi alanları iyi bir şekilde tespit edilmesi gerektiği ortadadır. Dikkat edilmesi gereken husus kişi özelliklerinin sosyal platformlarda doğru bir şekilde incelenerek, analiz edilmesi gerektiğidir. Bu yüzden birçok sosyal medya aracını bünyesinde bulunduran iş edinimi sitelerinden faydalanmak en doğru karar olacaktır. İşverenler açısından da aday havuzuna sahip olan sitelerin adayların analizlerini doğru bir şekilde yapabilmesi dikkat edilmesi gereken husulardan biridir.

Günümüzde iş arayan ve işverenleri bir araya getiren yeni medyaların önemi üst düzeydedir. Yeni medyalarda yer alan web siteleri günlük hayatlarında sosyal platformlardan çıkmayan insanlara ulaşmanın en kolay yoludur. Konu edinen bu hizmeti veren sitelerden biri de OfficeAngels'dır. OfficeAngels'ı diğer iş edinimi sitelerinden ayıran birçok özelliğe sahip olduğu görülmüştür. Bu özelliklerin en başında dünya çapında 60'dan fazla ülkede insan kaynağına sahip olduğu gelmektedir. İş alanları bakımından Ofis, Satış Pazarlama ve Etkinlik, Finans ve Yasal, Bilgi Teknolojisi, Mühendislik ve Teknik, Endüstriyel, Tıp ve Bilim ve Beşeri Sermaye Çözümlerine

sahip olmasıyla geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmüştür. Verdiği hizmetler ise; seçme ve yerleştirme, üst düzey seçme ve yerleştirme, esnek iş gücü, dış kaynak kullanımı, teknik bordrolama, firmalara özel çözümler, toplu işe alımlar ve yönetim hizmetleri çözümleri olduğu tespit edilmiştir. Bu sayede birçok kişi ve kuruma ihtiyaçlarını giderme fırsatları sunduğu görülmektedir. OfficeAngels'da Web üzerinden; kişiler kriterlerine göre iş ilanlarını görüntüleyerek ilgilerini çeken pozisyonları favorilerine ekleyebilmektedirler. Devamında ise özgeçmiş oluşturabilir ve başvuru yapabilirler. Başvurularını takip ederek yeni iş ilanlarıyla ilgili bilgi alınabildiği tespit edilmiştir. OfficeAngels'ın bağlantılı olduğu sosyal medya araçlarının başında Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+ ve YouTube'nin geldiği görülmüştür. Fakat diğer sosyal medya araçları ile de bağlantılı olduğu söylenebilir. OfficeAngels çalışanları tarafından yapılan ölçüm ve analizler bize ilgili olduğumuz alanda birçok bilgi kaynağı sağlamaktadır. Bu çalışmalardan elde edilen veriler ile alanında uzman kişilerden kişisel katkıda bulunulacak bilgiler alınmaktadır. Bu sayede OfficeAngels bünyesinde yer alan kişi ve kurumlar sadece iş edinimi ihtiyaçlarının yanı sıra kendilerini de geliştirme fırsatı bulmaktadırlar. Yapılan bu araştırmaların dünya çapında olması akademik olarak değer taşımamasını da sağlamaktadır.

Ofis ve sekreterlik alanında ise yönetici asistanlığı, veri giriş hizmetleri, büro hizmetleri sekterliği, alt kademe ofis işleri, resepsiyon işleri, sekreterlik işleri ve katiplik hizmetlerinde işveren ve iş adaylarına hizmet sunduğu görülmüştür. Burada en dikkati çeken husus sekreterin görevlerinin her birini ayrı bir hizmet alanı olarak sunmasıdır. Bu durumda veri girişi ve katiplik hizmet ilanlarının ayrı ayrı verilmesi örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla daha fazla kişiye yetenekli olduğu konuda kendini gösterme fırsatı verildiği sonucuna ulaşılabılır. Bu sayede artan uzmanlıkla hizmet kalitesinde de gözle görülür bir artış sağlanması mümkündür. İş ilanlarında göze çarpan nokta kalıcı, geçici ve yarı zamanlı çalışma imkanları ile her yapıda kişiye iş imkanı sunulmasıdır. Bu durumda kişi ve kurumların ihtiyaçlarını karşılamada OfficeAngels'ı tercih etme oranlarının artmasına sebep olarak gösterilebilir. OfficeAngels'ın Türkiye ise Adecco Group adı altında hizmet verdiği bilinmektedir.

Tüm bu hizmetler göz önüne alındığında yeni medyanın insanlara sunduğu olanakların yeri tartışılmaz hale gelmektedir. Gelişen teknoloji ve küreselleşme sosyal medya araçlarını içerisinde barındıran web siteleri sayesinde dünyayı ayaklarımızın altına sermektedir. İnsanların sosyal medya araçlarına olan bağımlılığı ile çeşitli sektörlerin bu ağlara yönelerek hedeflerine hızlı bir şekilde ulaşmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda iş sahibi olan kişilerin de bu platformları takip ederek kişisel gelişimlerini sağlamaları önerilebilir. Bu gelişimle birlikte yeni kariyer fırsatları ile karşılaşılabilir. Bu anlamda meslek yükseköğretim kurumlarına bu tür hizmetleri veren kişi ve kurumlar tanıtılarak öğrencilerin kendilerini geliştirme fırsatları sağlanabilir. Yeni mezun kişilerin en büyük sıkıntısı özgeçmişlerine yazabilecekleri iş tecrübelerinin olmamasıdır (Acar vd., 2014). Bu sayede eğitim hayatı boyunca deneyim elde etmeleri ve para kazanmalarına imkan sunularak özgeçmişlerine yazabilecekleri deneyimler edebilirler. OfficeAngels gibi sitelerinde kişilerin katılımında buldukları sosyal medya araçlarında reklamlarını daha göze çarpar haline getirmeleri önerilir. Ek olarak yapmış oldukları çalışmalar hakkında eğitim kurumlarını bilgilendirmeleri önerilir. OfficeAngels'ın dediği gibi iyi iş mutlu hayattır.

KAYNAKÇA

- Acar, S., Gürsoy, H. ve Ünsal, N.Ö. (2014). İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(3),17-34.
- Adecco Group, (2014). İş Pazarı Bünyesinde Arz ve Talebin Eşleşmesinde Sosyal Medya Kullanımı İş Aryanların Türkiye'deki Algısı. (Rapor).
- Bat, M. (2012). Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi. (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bottis, C. ve Maiellaro, B. (2010). I Want You to Want Me. Attracting better candidates through social media. <http://www.careerbuilder.com/communications/pdf/socialmediawpr.pdf>. 8 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- Campbell, A. (2009). Open Book: A Practical Guide to Business Growth. http://media.nucleusnaprojects.com/pdf/OPEN_BOOK5_Social_Media.pdf. 9 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- Erdem, M.T. (2012). Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Evans, D. ve McKee, J. (2010). Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Evlice, S. (2013). Fortune 500 Şirketlerinin Dijital Medya Kullanımı <http://aristolog.com/fortune-500-sirketlerinin-sosyal-medya-kullanimi/> 1 ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.

- Gürdoğan, O. (2012). İletişimi Profesyoneller Sağlamalı, Social Medaıcat Dergisi. HR Dergisi(2014) İnsan Kaynakları Yönetim Dergisi. 5 Mart 2016 tarihinde alınmıştır.
- <https://www.linkedin.com/> 30 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- <https://twitter.com/> 30 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- <https://facebook.com/> 30 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- <https://bionluk.com/#> 11 Şubat 2017 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.office-angels.com/> 30 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- Jacobs, P. (2009/2010). What is social recruiting? Human Resources Magazine,14(5): 2- 3.
- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Thurau Thorsten Hennig, Malthouse Edward C., FRIEGE Christian, GENSLER Sonja, LOBSCHAT Lara, RANGASWAMY Arvind, SKIERA Bernd, (2010) "The Impact of New Media on Customer Relationships", Journal of Service Research, Cilt: 13, Sayı: 3.
- Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (1997). Human Resources Management. (8th ed.). United States of America:West Publishing Company.
- Mayfield, A. (2006). What is Social Media?An e-book from Spannerworks. <http://eiriko.com/misc/What is Social Media.pdf>. 11 ağustos 2016 tarihinde alınmıştır.
- Olenki, S. (2013). Is The Social Media Slumber Finally Over For Big Brands. <http://www.forbes.com/sites/steveolenki/2013/07/22/isthe-social-media-slumber-finally-over-for-big-brands/>> 22 Ekim 2013 tarihinde alınmıştır.
- Özgen, H., Öztürk, A. ve Yalçın, A. (2002). İnsan Kaynakları Yönetimi.Adana:Nobel Yayım.
- Robbins, S. P. ve Dacenzo, D. A. (2002). Human Resources Management (7th ed.). United States of America:John Wiley & Sons,Inc.
- Thorsten Hennig-Thurau, Edward C. Malthouse, Christian Friege, Sonja Gensler, Lara Lobschat, Arvind Rangaswamy, Bernd Skiera, "The Impact of New Media on Customer Relationships", Journal of Service Research, Cilt: 13, Sayı: 3, 2010, s. 312.
- Tutar, H., Başpınar, Ö. ve Altınöz, M. (2004). Sekreterlik El Kitabı. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Wandel, T. L. (2008). "Colleges and universities want to be your friend: communicating via online". Planning for Higher Education, 37(1): 35-48.
- Woods, R. H. (1997). Managing Hospitality Human Resources. (2 nd.ed.). United States of America: Educational Instute of the American Hotel & Motel Association.