



**YÖK TEZ VERİ TABANI ÜZERİNDEN İŞE ALIM
VE SOSYAL MEDYA İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN
İNCELENMESİ**

**2024
YÜKSEK LİSANS
İŞLETME**

Enes ÇELİK

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Fatma Zehra SAVİ**

**YÖK TEZ VERİ TABANI ÜZERİNDEN İŞE ALIM VE SOSYAL MEDYA
İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ**

Enes ÇELİK

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Fatma Zehra SAVI**

**T.C.
Karabük Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalında
Yüksek Lisans Tezi
Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK
Nisan 2024**

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI.....	5
ÖNSÖZ.....	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION.....	10
KISALTMALAR.....	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	12
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER.....	13
1. BİRİNCİ BÖLÜM İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ.....	14
1.1. İnsan Kaynakları Yönetimi Kavramı.....	14
1.2. İnsan Kaynakları Yönetimi Tarihsel Gelişim Süreci.....	14
1.2.1. Endüstriyel Devrim Dönemi (1770-1920).....	15
1.2.2. Personel Yönetimi Dönemi (1920-1970).....	15
1.2.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Dönemi (1970-Günümüz).....	16
1.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Fonksiyonları.....	16
1.3.1. İnsan Kaynakları Planlama.....	17
1.3.2. İşe Alım ve Seçme.....	17
1.3.3. Eğitim ve Gelişim.....	17
1.3.4. Performans Değerlendirme.....	18

1.3.5. Ücret ve Ödüllendirme Yöntemi	19
1.3.6. Kariyer ve Yetenek Yönetimi	19
1.3.7. İş gören Sağlığı ve İş Güvenliği	20
1.4. İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci	21
1.4.1. İşe Alım Sürecinin Önemi	21
1.4.2. İşe Alım Sürecinin Kademeleri.....	21
1.4.3. İşe Alım Sürecinde Yararlanılan Kaynaklar	22
1.4.3.1. İç Kaynak	22
1.4.3.2. Dış Kaynak	24
1.4.4. İşe Alım Süreci Teknikleri	26
1.4.4.1. Başvuru Formu	26
1.4.4.2. Ön Görüşme	27
1.4.4.3. Psikoteknik Testler	28
1.4.4.4. İş Görüşmeleri ve Türleri	28
1.4.4.5. Referans Araştırması	29
1.4.4.6. İşe Alınma Kararı.....	29
1.4.4.7. Oryantasyon Süreci.....	30
1.4.4.8. İşe Yerleştirme	31
2. İKİNCİ BÖLÜM SOSYAL MEDYA ve İŞE ALIM SÜRECİNDEKİ ETKİSİ	32
2.1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri	32
2.2. Sosyal Medyanın Çeşitleri	32
2.3. Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolü.....	33
2.4. İşe Alım Süreçlerinde Kullanılan Sosyal Medya Araçları	34
2.4.1. LinkedIn	35
2.4.2. Facebook	36
3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İŞE ALIM SÜREÇLERİNDE SOSYAL MEDYA ETKİLERİNİN İNCELENMESİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ ÇALIŞMASI..	38
3.1. Araştırmanın Amacı	38
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	38
3.3. Verilerin Toplanması.....	38
3.4. Araştırmanın Bulguları	39
SONUÇ	55

KAYNAKÇA.....	58
TABLolar LİSTESİ	62
ŞEKİLLER LİSTESİ	63
ÖZGEÇMİŞ	64



TEZ ONAY SAYFASI

Enes ÇELİK tarafından hazırlanan “YÖK TEZ VERİ TABANI ÜZERİNDEN İŞE ALIM VE SOSYAL MEDYA İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Fatma Zehra SAVİ

Tez Danışmanı, İşletme

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 16/04/2024

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Fatma Zehra SAVİ (KBÜ)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Neşe YILDIZ (KBÜ)

Üye : Doç. Dr. Yaşar AKÇA (BARÜ)

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntılarım intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Enes ÇELİK

İmza :

ÖNSÖZ

“YÖK Tez Veri Tabanı Üzerinden İşe Alım ve Sosyal Medya ile İlgili Çalışmaların İncelenmesi” başlıklı çalışma Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır.

Lisans döneminden itibaren eğitim hayatım boyunca bana her konuda bilgi veren, ince dokunuşlarla zihnimi açıp yol almamda yardımcı olan, çalışmamın araştırılması ve yazılması sürecinde benden yardımlarını esirgemeyen, öğrencisi olmaktan her an onur duyduğum çok kıymetli danışmanım Prof. Dr. Fatma Zehra SAVI'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez izleme jürisi görevinde yer alan, kıymetli görüşlerini paylaşarak tezin sağlıklı ve hızlı bir şekilde sonuçlanmasında yardımcı olan hocalarım Dr. Öğrt. Üyesi Neşe YILDIZ ve Doç. Dr. Yaşar AKÇA'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında yanımda olan, varlıklarını her saniye hissettiren sevgili eşim Ayça ÇELİK, sevgili annem Safiye ÇELİK, sevgili babam Ramazan ÇELİK ve sevgili kardeşim Emirhan ÇELİK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tezin yazılış aşamasında benden desteklerini esirgemeyen, hep yanımda duran sevgili arkadaşım Aliye Nur İŞÇEVİREN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZ

Çağımızda, bireylerin birbiriyle etkileşime geçmek için yaygın olarak kullandığı sosyal medya, işletmeler için de vazgeçilmez etkileşim aracı haline gelmeye başlamıştır. Hal böyleyken işletmeler bu etkileşim aracını kendine fayda sağlayacak her koşulda kullanmak istemektedir. Bu çeşitli kullanım alanlarından işe alım sürecinde adaylar üzerinde bilgi edinme olanağını çalışmamız içerisinde detaylandırıp, 2012-2023 yılları arasında yazılan işe alım süreçlerinde sosyal medya etkilerini araştıran lisansüstü tezlerini mercek altına alarak içerik analizlerini çıkartmak çalışmada amaç olarak belirlenmiştir. Başlıklarında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini aynı anda içinde bulunduran, Türkçe dilinde, izinli ve 2012-2023 yılında yazılan lisansüstü tezlerin adı, yazıldığı yıl, yazıldığı üniversitenin adı, danışmanın unvanı, çalışmanın düzeyi, amaç, yöntem ve sonuçları sınıflandırılarak tablolaştırılıp incelenmesi kolaylaştırılmıştır. Yazıldığı yıllara göre dağılımları, üniversitelere göre dağılımları, danışman unvanlarına göre dağılımları ve yöntemlerine göre dağılımları sayısal verilerle sonuçlandırılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen 21 lisansüstü tezin 21’i de yüksek lisans tezidir. Analizlere göre ortaya çıkan 21 tezden 17’si anket, 1’i derinlemesine görüşme, kalan 4 çalışma ise mülakat yöntemini kullanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşe Alım; İnsan Kaynakları; Sosyal Medya

ABSTRACT

In our age, social media, which is widely used by individuals to interact with each other, has started to become an indispensable interaction tool for businesses. This being the case, businesses want to use this interaction tool under any circumstances that will benefit them. The aim of the study was to detail the possibility of obtaining information on candidates during the recruitment process from these various areas of use, and to analyze the postgraduate theses investigating the effects of social media in recruitment processes written between 2012 and 2023. The names of postgraduate theses written in 2012-2023, in Turkish, on leave and containing the terms "recruitment" and "social media" in their titles, the year they were written, the name of the university where they were written, the title of the advisor, the level of the study, purpose, method and results were classified and tabulated. examination is made easier. Their distribution according to the years they were written, their distribution according to universities, their distribution according to consultant titles and their distribution according to their methods were concluded with numerical data. 21 of the 21 graduate theses examined within the scope of the study are master's theses. According to the analysis, 17 of the 21 theses used the survey method, 1 used the in-depth interview method, and the remaining 4 studies used the interview method.

Keywords: Recruitment; Human Resources; Social Media

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	YÖK Tez Veri Tabanı Üzerinden İşe Alım ve Sosyal Medya ile İlgili Çalışmaların İncelenmesi
Tezin Yazarı	Enes ÇELİK
Tezin Danışmanı	Prof. Dr. Fatma Zehra SAVI
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	16/04/2024
Tezin Alanı	İşletme
Tezin Yeri	KBÜ SBE/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	64
Anahtar Kelimeler	İşe Alım, İnsan Kaynakları, Sosyal Medya

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Examining Studies on Recruitment and Social Media Through YÖK Thesis
Author of the Thesis	Enes ÇELİK
Advisor of the Thesis	Prof. Dr. Fatma Zehra SAVI
Status of the Thesis	Master (M.Sc.)
Date of the Thesis	16/04/2024
Field of the Thesis	Business
Place of the Thesis	KBU/LEE
Total Page Number	64
Keywords	Recruitment, Human Resources, Social Media

KISALTMALAR

İKY : İnsan Kaynakları Yönetimi

İK : İnsan Kaynakları



ARAŞTIRMANIN KONUSU

AraŐtiranın konusu, işe alım s¼reçlerinde ve sosyal medya ¼zerine yazılmış olan lisans¼st¼ tezlerinin i¼erik analizlerini ortaya ¼ıkartılması olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda tezlerin adı, yazım yılı, yazıldığı ¼niversite, ¼alıŐmanın d¼zeyi, ¼alıŐmada g¼rev alan danışmanın unvanı, ¼alıŐmanın amacı, y¼ntemi ve ¼alıŐmanın sonu¼ kısmında değinilen ¼nemli noktalar tablolar halinde ayrıştırılarak konu ¼zerinde araştırma yapacak olan araştırmacılara yardımcı kaynak olarak destek sağlaması hedeflenmiŐtir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ¼NEMİ

Yapılan ¼alıŐma, 31.12.2023 tarihine kadar Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanan ve 2012-2023 yılları arasında yazılan lisans¼st¼ tezlerde tez başlığı kısmında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini aynı anda bulduran lisans¼st¼ tezlerin i¼erik analizinin ortaya koyulması ama¼lanmıŐtır. Bu doğrultuda 21 lisans¼st¼ teze ulaşılmıştır. Elde edilen lisans¼st¼ tezler, uygulanan araştırma y¼ntemi sayesinde tezlerin i¼erikleri hakkındaki bilgileri sınıflandırılmıŐ bir bi¼imde gelecek araŐtırmacıların hizmetine sunarak gelecek ¼alıŐmalara ışık olmayı ama¼lamaktadır.

ARAŞTIRMANIN Y¼NTEMİ

Araştırma y¼ntemleri, bir sorunu ¼zmek, bir durumu a¼ıklamak veya yeni bir bilgi ¼retmek i¼in sistematik bir bilgi toplama ve analiz etme s¼recidir. Bu s¼reç, araŐtıranın amacına, araştırma konusuna ve araştırmacının tercihlerine g¼re se¼ilen y¼ntem ve tekniklerin kullanılmasını gerektirir (B¼y¼kzt¼rk, ¼akmak, Akg¼n, Karadeniz, & Demirel, 2019).

Araştırma y¼ntemlerinin doğru ve etkin bir Şekilde kullanılması, araŐtıranın amacına ulaŐılmasını ve araştırma bulgularının doğru ve ge¼erli olmasını sağlar. Bu nedenle, araştırmacılar, araştırma y¼ntemlerini iyi bir Şekilde bilmeli ve kullanmayı ¼đrenmelidir.

Nitel araştırma y¼ntemi, sayısal verilerden ziyade kelimeler ve yorumlardan elde edilen verilere odaklanan bir araştırma yaklaŐımıdır. Nitel araştırma y¼ntemleri,

görüşme, gözlem, doküman analizi ve grup tartışmaları gibi teknikleri kullanarak araştırmaları sonuçlandırmayı hedeflemektedir.

Çalışmamızda kullanılan veri toplama aracı, dokümanlardır. Dokümanlar, 31.12.2023 tarihine kadar Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanan ve 2012-2023 yılları arasında yazılmış olan lisansüstü tezlerin, tez adı sekmesinde “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini aynı anda “içinde geçiren”, “izinli” ve dil seçeneği “Türkçe” olan lisansüstü tezlerden elde edilmiştir. Elde edilen tezlerin adı, yayın yılı, yazıldığı üniversite adı, danışman unvanı, çalışma düzeyi, amacı, yöntemi ve sonuçları açısından sınıflandırılması hedeflenerek içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırma, “Ulusal Tez Merkezi” veri tabanında 30.11.2023 tarihine kadar yayınlanan, başlıklarında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini bir arada içeren, 2012-2023 yılları arasında yazılmış, izinli ve Türkçe dil kullanan lisansüstü tezleri kapsamaktadır. Dolayısı ile bu araştırmada, yalnızca “Ulusal Tez Merkezi” veri tabanında yer alan “lisansüstü tezler” ele alınması ve araştırılan konunun yakın geçmişte ortaya çıkmasından kaynaklı olarak konunun üzerinde az sayıda çalışma olması çalışmamızın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Buna ek olarak araştırma kapsamına alınan lisansüstü tezlerin yalnızca “başlık” kısmında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerinin aynı anda kullanılmasına odaklanılmış olması da bir diğer kısıtlılığı ortaya koymaktadır.

1. BİRİNCİ BÖLÜM İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

1.1. İnsan Kaynakları Yönetimi Kavramı

İnsan kaynakları yönetimi, günümüzün rekabetçi iş dünyasında önemli bir rol oynamaktadır. İKY uzmanları, organizasyonların hedefine ulaşmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmak için önemli bir potansiyele sahiptir. Buradan yola çıkarak insan kaynakları yönetimi, bir organizasyon içindeki insan kaynaklarının en etkili şekilde yönetilmesi ve geliştirilmesi sürecini kapsayan bir disiplindir. İK, bir organizasyonun en önemli varlıklarından birisidir. Bu kaynakların etkili bir şekilde kullanılması, geliştirilmesi ve yönetilmesi, işletmelerin başarılı olmalarında önemli rol sahibidir. İKY'nin temel hedefi, çalışanların potansiyellerini en üst seviyeye ulaştırmak ve organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşmasında katkıda bulunmaktır.

İKY, işletmelerin en alt birim kademesinden en üst birim kademesine kadar bulunan tüm nitelikli/niteliksiz personelleri bünyesinde bulundurmaktadır. İnsan Kaynakları yönetimi kapsamına hem işletmelerin mevcut olan işgücünün hem de işletme dışında potansiyel olarak yararlanabilecekleri işgücü de girmektedir (Ahmedova, 2018). İşletmenin tüm birimlerini bünyesinde bulunduran İKY, bünyesindeki personelleri geliştirip işletmenin çıkarları doğrultusunda hem işletmeye hem de personele fayda sağlayacak gerekli eğitimlerin verilmesinde de önemli rol oynamaktadır.

İnsan kaynakları yönetimi, operasyonun başarısı için kritik bir öneme sahiptir. Personellerin yeteneklerini ve becerilerini geliştirmeye yardımcı olarak, İKY organizasyonun verimliliğini ve üretkenliğini artırabilir. Ayrıca, çalışanları motive ederek ve elde tutarak, organizasyonun rekabet gücünü artırabilir.

1.2. İnsan Kaynakları Yönetimi Tarihsel Gelişim Süreci

İnsan kaynakları olgusu, insan ve yönetim ilişkisinin temeli üzerine kurulduğu düşünüldüğünde, tarihin ilk çağlarından beri süregelen bir durum olduğu söylenebilir (Benli, 2014). İnsan kaynakları yönetiminin tarihsel gelişimi, organizasyonların insan kaynaklarına yönelik bakış açısının ve yaklaşımının değişimini yansıtmaktadır. Bu gelişim üç ana dönemde incelenebilir:

1.2.1. Endüstriyel Devrim Dönemi (1770-1920)

Endüstriyel devrim, insan gücünün üretim sürecinin merkezinde yer almasını sağlamıştır. Bu dönemde, organizasyonlar, çalışanların verimliliğini ve üretkenliğini artırmak için işe alım, eğitim ve ücretlendirme gibi temel İKY fonksiyonları gibi temel fonksiyonlar uygulanmaya başlanmıştır. Sanayileşme dönemlerinin başlarında, zanaatkarlar, ustalar ve küçük atölyeler gibi şekillenerek örgütlenen işletmelerde az iş gören tedarigi olurken, işletme sahipleri insan kaynakları biriminin tüm faaliyetlerini kendileri üstlenerek gerçekleştirmektelerdir (Alanlı, 2022). Süregelen dönem içerisinde artan fabrika sayısı, daha fazla iş gören istihdamını da beraberinde getirmiş ve bununla beraber işletme içerisinde var olan düzeni de değiştirmiştir. (Jamrog & OverHolt, 2004). İşletmelerde çalışanlar iş gücü ya da insan gücü olarak isimlendirilirken daha sonraları bu isimlendirmeler yerini personele bırakmaktadır.

1.2.2. Personel Yönetimi Dönemi (1920-1970)

Endüstriyel gelişimlerin beraberinde, İK uygulamalarına personellerin motivasyon ve bağlılığı gibi konular da eklenmiştir. Personellerin motivasyonunu ve bağlılığını artırmanın önemi fark edilmeye başlanmıştır. Bu dönemde, İK uygulamaları, çalışanların daha verimli ve üretken olmalarına yardımcı olmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu dönemdeki insan kaynakları yaklaşımı, personellerin bir kaynak olarak görülmesine dayanmaktadır. Endüstriyel sektörlerdeki verimlilik ve gelişmeler personel problemlerine de yol açmış ve insanın yönetilmesi gereken bir unsur olduğu kavramı gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Bunun akabinde işverenler çıkan problemleri göz önünde bulundurarak çözüm odaklı girişimlerde buluşlardır (Can & Kavuncubaşı, 2005).

İnsan kaynaklarını yönetsel açıdan inceleyip konu üzerinde ilk çalışmayı gerçekleştiren Winslow Taylor'dır. Çalıştırmalarının neticesinde işletmeler verimliliğini artırmak amacıyla üretim süreci ve çalışanların iyi bir biçimde denetim altında olması gerektiği görüşünü savunduğu ortaya çıkmaktadır. Taylor'un bu yaklaşımını Henri Fayol derinleştirerek, sadece üretim süreci ve personellerin değil aynı zamanda yöneticilerin de bu sürecin kapsamına girmesi gerektiğini dile getirmiştir (Ahmedova, 2018).

1.2.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Dönemi (1970-Günümüz)

Bu dönemin ortaya çıkmasındaki en büyük etkenlerden birisi, organizasyonlar, personellerin stratejik bir varlık olduğunu fark etmeye başlamışlardır. Bu dönemde, İKY uygulamaları, organizasyonun stratejik amaçlarına ulaşmak için kullanılmaktadır. Ve yine bu dönem içerisinde personellerin, bir ortak olarak görülmesi de İKY yaklaşımlarından biri olarak görülmektedir. Personeller, organizasyonun amaçlarına ulaşmak için önemli bir ortak olarak görünmekte ve onlara yönelik İKY uygulamaları, bu ortaklığın verimli ve etkin bir şekilde idare edilebilmesini sağlamak için tasarlanmaktadır.

Bu dönemde, İK uygulamalarına personellerin stratejik önemi de eklenmiştir. İK uygulamaları, organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşması için kullanılmaya başlanmıştır. İşletmelerin amaçlarının gerçekleşmesi için birbiriyle uyum içinde, birbirini destekleyici program ve politikaların izlenmesi insan kaynakları yönetiminin stratejik yapısını ortaya çıkartmaktadır (Yılmaz P. , 2015). Stratejik insan kaynakları yönetimini idrak etmemize yardımcı unsurlar, işletmenin rekabet avantajı, moral motivasyon, personel bağlılığı, performans, stratejik plan ve eğitim dahilinde iyi organize edilmesidir (Bayat, 2008).

Sonuç olarak insan kaynakları kavramı, insanlık tarihinin ilk başlarından bu zamana süregelen bir durum olarak görülmektedir. İK uygulamaları, organizasyonların yapısı ve işleyişi ile birlikte değişim ve gelişim göstermiş bulunmaktadır. Günümüze bakıldığında, İK uygulamaları, organizasyonların rekabet üstünlüğü elde etmeleri için gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir.

1.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Fonksiyonları

İnsan kaynakları yönetiminin organizasyonların en önemli organlarından biri olduğu ve işletmelerin bulunduğu sektörlerde üstünlük kurmasında önemli rol oynadığı görülmektedir. İnsan kaynaklarının etkin ve verimli bir şekilde faaliyetlerini yerine getirebilmesi için bünyesinde bulundurduğu fonksiyonları verimli bir şekilde kullanması gerekmektedir. Bu faaliyetlerden birisinde yaşanan aksaklık ya da verim düşüklüğü, diğer faaliyetlere olumsuz yönde yansiyarak organizasyonun etkinliğinin kaybolmasına sebebiyet verebilmektedir.

1.3.1. İnsan Kaynakları Planlama

İnsan kaynaklarında planlama, insan kaynakları yönetimi faaliyetleri arasında ilk sırada bulundurulmaktadır. Organizasyon içinde bulunan tüm birimler için şimdi ve gelecekte ihtiyaç duyulan veya duyulacak olan personel ihtiyacını vaktinden önce fark etmek ve bu personelin tedarikini nereden, nasıl ve ne zaman karşılayacağını ön görmesi ile ilgili faaliyetlerin tümünü barındıran insan kaynakları koludur.

Başka bir deyişle insan kaynakları planlaması, organizasyon içerisinde gerekli olan personel ihtiyacının iç ve dış etkenlerdeki değişim ve gelişimler dikkate alınarak nitel ve nicel yönden değerlendirmeye alınması, geliştirilmesi ve personel davranışlarının düzenlenmesine yönelik öngörü çalışmalarının hepsini bünyesinde barındırmaktadır (Yılmaz P. , 2015).

1.3.2. İşe Alım ve Seçme

İşe alım ve seçme süreci, bir organizasyonun boş bir pozisyonu doldurmak, uygun bir adayı bulmak için izlediği adımlar bütünüdür. Bu adımlar ihtiyaç değerlendirmesi, işe alım stratejisinin belirlenmesi, işe alım ilanlarının yayınlanması, başvuruların değerlendirilmesi, mülakatlar, karar verme ve teklif verme, onaylama ve oryantasyon süreci olarak sıralanmaktadır.

İşe alım ve seçme süreci, organizasyonun başarı ve devamlılığı için önemli bir etkidir. Süreci doğru bir şekilde yürütmek organizasyonun hedeflerine ulaşmada ve rekabet gücünü artırmada önemli rol oynamaktadır. Süreci daha verimli ve etkin bir hale getirmek için, sürecin tüm aşamalarını doğru bir şekilde kavramak ve uygulamak gerekmektedir ve sürecin tüm kademelerinde objektif bir değerlendirme yapmak, süreci sürekli olarak izlemek ve değerlendirmek oldukça önemli görülmektedir.

1.3.3. Eğitim ve Gelişim

İnsan kaynaklarında eğitim ve gelişim, personelin tutum, bilgi ve becerilerini geliştirmeye yönelik hamleleri bünyesinde barındıran bir fonksiyon olarak belirlenmektedir. Bu hamleler, personellerin etkinliklerini artırmaya, buldukları işlerinde daha başarılı olmalarını ve yeni beceriler kazanmayı ve iş hayatında daha iyi

yol katetmelerini sağlamaktadır. Başka bir deyişle, organizasyonlarda görev alanların işle ilgili yetkinliklerini daha basit bir yolla öğrenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri düzenli emeklerini ifade etmektedir (Erhan, 2018).

1.3.4. Performans Değerlendirme

İnsan kaynakları yönetiminde performans değerlendirme, örgüt ya da organizasyon içerisinde görev alan bireylerin ödevlerini yani görev aldığı birimde edindiği sorumlulukları yerine getirme sürecinde gösterdiği performansın ölçüldüğü ve değerlendirildiği fonksiyon olarak literatüre geçmiş bulunmaktadır. Performans değerlendirme aşamasında, çalışanların iş hedeflerine ulaşmadaki başarılarını, bu süreçteki zayıf ve güçlü yönlerini, kapasitelerini ve gelişim potansiyelleri belirlenmektedir. Performans değerlendirme, bireylerin eksiklik veya yetersiz kaldığı yönleri ortaya çıkartmak yerine bireylerin, gelişime açık taraflarını destekleyerek, personellerinden daha iyi ve etkin olduğu alanlarda fayda sağlamayı amaçlar (Şan, 2017).

Performans değerlendirmenin hedefleri personelin, zayıf ve güçlü yönlerini belirlemek, gelişim alanlarını belirlemek, bağlılık ve motivasyonunu artırmak, kariyer gelişimine yardımcı olmak ve işe uygunluğunu değerlendirmek için kullanılan bir fonksiyondur ve başarı sağlanılabilmesi için dikkatli ve özenli bir şekilde planlanıp uygulanması gerekmektedir.

Performans değerlendirmeleri yapılırken izlenmesi gereken belli başlı yollar olduğu literatürde yer almaktadır. Bu yolların başında gelen hedef belirleme, personelin iş üzerindeki hedeflerini belirlemektir. Bu hedefler ise personelin iş tanımı, bağlı olduğu birimin hedefleri ve işletmenin genel hedefleri göz önünde bulundurularak ortaya çıkarılmaktadır. Değerlendirmeyi tamamlamak için izlenilmesi gerekli olan yollardan veri toplama süreci ise, çalışan personelin iş sonuçlarını, ödevlerini sonuçlandırmadaki performansını ve bu süreçteki davranışlarının kayıt altına alınmasıdır. Bu sürecin ardından veri analizi yapılarak personelin zayıf ve güçlü yönleri belirlenir ve hemen ardından geri bildirim süreci başlatılarak, personel ortaya çıkan sonuç hakkında bilgilendirilir ve gerekli olan düzenlemeler yapılarak organizasyon içerisindeki konumlandırmalar daha verimli hale getirilebilmektedir.

1.3.5. Ücret ve Ödüllendirme Yöntemi

Ücret ve ödüllendirme, işletme bünyesinde görev yapan bireylerin, işletmeye sağladıkları katkılar neticesinde maddi ve manevi olarak aldığı karşılıkları kapsayan bir kavram olarak açıklanmaktadır.

Ücret, personelin temel maddi karşılığıdır ya da çalışan personelin yaptıkları iş neticesinde aldıkları parasal ödemelerdir ve çoğunlukla maaş, ikramiye, prim gibi adı altında personele verilir. Bir başka deyişle ücret, çalışan personellerin kurumun amaç ve hedeflerine ulaşması için etkin çabalarını göstermesi sonucunda aldıkları karşılıktır. Başarılı bir şekilde yönetilen ücret yönetimi personelin kuruma olan bağlılığını artırmada önemli rol oynamaktadır.

Ödüllendirme ise, personelin başarılarını ve performanslarını teşvik ve takdir etmek amacıyla kullanılan uygulamalar bütününe ödüllendirme denmektedir. Çalışanları pozitif yönde etkileyen ödüllendirme uygulamalarıyla beraber, personelin kuruma sağlamış olduğu yüksek değerler neticesinde maddi veya manevi olarak hediye veya primler verilmesi ile gerçekleştirilebilmektedir (Ahmedova, 2018).

1.3.6. Kariyer ve Yetenek Yönetimi

İnsan kaynaklarında kariyer yönetimi, personellerin kariyer hedeflerini gerçekleştirmesine olanak sağlayan bir dizi süreç ve uygulamayı kapsamaktadır. Bu süreç ve uygulamalar, personellerin kişisel ve kurumsal hedeflerini belirlemelerini, kariyer hedeflerini geliştirmelerini ve hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak etkenleri gerçekleştirmelerini kapsamaktadır. Kariyer yönetimi, personellerin potansiyelini maksimum seviyeye getirmek için başvurulan uygulamadır (Gümüş, 2005). Başka bir tanıma göre kariyer yönetimi, insan kaynaklarının yetenek ve ilgi alanlarına göre örgütsel amaçlara uyumunu sağlayarak, ulaşılmak istenen örgütsel sonuçlar için planlanan eylemler bütünüdür (Bolat, 2019).

Yetenek yönetimi ise işletmelerin ihtiyaç duydukları yetenekleri belirlemek, bu yetenekleri kendi bünyelerine katmak, geliştirmek ve elde tutmak için uyguladığı bir insan kaynakları fonksiyonu olarak literatürde tanımlanmaktadır. Yetenek planlama yönetimi süreci işlenirken aşağıda belirtilen aşamalara önem gösterilmektedir.

- İşgücü analizi: Mevcut ve gelecek işgücü ihtiyaçları belirlenir. İşletmenin iş tanımları, hedef analizleri ve performans değerlendirme sonuçları gibi farklı kaynaklardan elde edilen verilerle oluşmaktadır.
- Yetenek analizi: İhtiyaç duyulan yetenekler belirlenir ve işletmenin işgücü analizinden elde ettiği verilere dayanarak işletmenin iş hedeflerine ulaşmak için ihtiyacı olan bütün bilgi, beceri ve davranışları belirlemektedir.
- Yetenek açığı analizi: Mevcut yetenekler ile ihtiyaç duyulan yetenekler arasında bulunan farklılıklar belirlenir. İşgücü ve yetenek analizlerinden elde edilen kaynaklarla, işletmenin hangi biriminde yetenekli personel ihtiyacı olduğu belirlenmektedir.
- Yetenek planlama: İşletmenin yetenek açığını kapatmak için stratejiler geliştirilir ve işletmenin dış ve iç kaynaklardan seçme, yerleştirme, geliştirme ve elde tutma gibi faaliyetleri kapsamaktadır.
- Genel olarak yetenek planlama süreci, işletmenin stratejik hedeflerine ulaşmak için kritik öneme sahiptir. Yetenek planlama sayesinde işletme, ihtiyaç olan yeteneklere sahip personelleri zamanında ve doğru yerler istihdam edebilmektedir. Bu durum, işletmenin rekabet gücünü artırmaya ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamakta yardımcı olabilmektedir (Özdemir, 2023).

1.3.7. İş gören Sağlığı ve İş Güvenliği

İş gören sağlığı ve iş güvenliği, personellerin bağlı olduğu işyerinde karşı karşıya gelebilecekleri tüm güvenlik ve sağlık tehlikelerini önlemek amacıyla alınan önlemlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. İş sağlığı ve iş güvenliğinin yasal dayanağı, 6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanun kabul görmektedir. Bu geçerli kanun, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili tüm temel ilkeleri düzenleyip kontrol etmektedir. İş sağlığı ve iş güvenliğinin temel ilkeleri önleme, bilgilendirme, katılım olarak sıralanabilmektedir. Bu ilkeler kısaca aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır;

Önleme: Temel ilke olarak nitelendirilmektedir. İş kazalarını ve mesleki hastalık ve deformasyonları önlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, işletmede bulunan tehlikeli unsurlar tespit edilir ve bu unsurları ortadan kaldırmak veya azaltmak için önlemler alınmaktadır (Altınel, 2015).

Bilgilendirme: Personeller, işletme içerisinde karşı karşıya kalabilecekleri tehlikeli durumlar ve bu tehlikeli durumlar karşısında neler yapabileceği ile ilgili bilgilendirici eğitim ve programlarla bilgilendirilmektedir.

Katılım: İş sağlığı ve iş güvenliği konusunda katılım en önemli unsurlardan birisidir ve personeller, çalıştıkları iş yerlerinde iş sağlığı ve iş güvenliğinin sağlanması hususunda aktif olarak görev almaları gerekli görülmektedir.

1.4. İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci

1.4.1. İşe Alım Sürecinin Önemi

İşe alım süreci, bir işletmenin bünyesinde bulundurduğu iş pozisyonlarındaki açıkları doldurmak için ihtiyaç duyduğu personel için gerekli olan adayları bulma ve işe alma sürecinin bütünü olarak kabul edilmektedir. Zor ve dikkat edilmesi gereken bu süreç, personel ihtiyacının duyurulmasından, doğru kanalların kullanımı ve adaylarla yapılan görüşmelerden sonra belirlenen kriterlere uygun görüşen adayın uygun pozisyona yerleştirilmesi şeklinde de açıklanabilmektedir (Çevik, 2021). İşe alma süreci, bir işletmenin başarısı için oldukça kritik öneme sahiptir. Bu sebeple işletme doğru adayları bulmak ve işe almak, şirketin hedeflerine ulaşmasına ve rekabet gücünü artırmasında önemli bir detay olduğundan dolayı bu süreci oldukça etkin bir şekilde yönetmesi gerekmektedir.

1.4.2. İşe Alım Sürecinin Kademeleri

İşe alım süreci, bir işletmenin ihtiyaç duyduğu pozisyonlara uygun iş gören bulma, değerlendirme ve bu değerlendirmeler sonrasında uygun görüleni işe alma sürecidir. Bu süreç, işletmenin büyüklüğüne, iş türüne ve pozisyonun durumuna göre değişiklik gösterebilmektedir. İşe alım öncesinde, sürecin gerçekleşme kademeleri planlanmaktadır ve bu planlamalar detaylı ve kapsamlı yapılmaktadır (Başalan, 2021). Bu kademeler aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

İş tanımı ve analizi: Bu kademe, iş tanımının ve ihtiyaç analizinin yapılma kademesidir. Bu kademe, pozisyonun sorumlulukları, yetenekleri ve nitelikleri

tanımlanır. Gereksinim analizi ise pozisyon için gerekli olan bilgi, beceri, nitelik ve deneyimi ortaya koymak için yapılan bir çalışma olarak literatürde yer almaktadır.

Aday havuzu oluşturulması: Açık pozisyonlar için uygun adayların belirlenmesi için çeşitli kaynaklardan adaylar toplanmaktadır. Bu kaynaklar arasında iş ilanları, kariyer portalları, referans ve şirket içi çalışanlar olabilmektedir.

Aday ön değerlendirmesi: Adayların açık pozisyon için uygun olup olmadığı değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme yapılırken özgeçmişler, referanslar, testler, mülakatların sonuçları incelenerek karara ulaşılmaktadır.

İşe alım kararı, işe alım sürecinin son evresidir. Bu kademe de insan kaynakları birimi, süreçteki aşamaların tümünü geçen adaylar arasında en uygun olanı belirleyerek işe alım sürecini tamamlamaktadırlar.

1.4.3. İşe Alım Sürecinde Yararlanılan Kaynaklar

Organizasyonlar, iş gören ihtiyacını gidermek için iç ya da dış kaynak olarak iki farklı kaynaktan yararlanmaktadırlar (Sunar, 2019).

1.4.3.1. İç Kaynak

İşletmeler bünyesinde oluşan pozisyonlar için oluşan personel ihtiyacını karşılamak için kendi içerisinde aktif olarak görev alan personellerden yararlanmak isteyebilir bu durum iç kaynak olarak adlandırılmaktadır. İç kaynak, kurum içi hareketliliği kastetmektedir (Çevik, 2021). İşletmeler personel temininde genellikle iç kaynaklarından yararlanmayı tercih etmektedirler. Sebebi ise işletmeler açılan pozisyon için alınacak olan personelin işletmeyi bilen sistemi kavramış kişilerden seçilmesini istemektedir (Sunar, 2019).

İşe alım sürecinde iç kaynaklardan istifade etmenin bazı olumlu ve olumsuz yönleri bulunmaktadır (Acar, 2010).

Olumlu yönleri aşağıdaki gibi belirtilmektedir.

- İç kaynaktan işe alım, dış kaynaktan işe alıma nazaran genellikle daha hızlı işleyen bir süreçtir. Bunun en belirgin ve kesin görülen sebebi ise iç kaynaktan gelen personelin mevcut işletme hakkında bilgi sahibi olması, iş tanımını

bilmesi ve yapılacak iş hakkında da bilgi sahibi olması işe alım sürecinde uygulanacak olan prosedürler es geçilerek doğrudan açık olan pozisyona doğru personeli aktarıp işe devam edilmesini sağlayarak sürece hız katmaktadır aynı zamanda da maliyet düşüklüğü de sağlamaktadır.

- İç kaynaktan işe alım, personellerin işletme içerisinde pozisyon değişikliği ve organizasyonda ilerleme fırsatını yakalaması ve değerlendirmesi, personellerin işletmeye olan bağlılığını, moral ve motivasyonlarını pozitif yönde etkilemektedir.
- İç kaynaklardan işe alım, işletme bünyesinde var olan personellerin farklı bakış açılarını ve deneyimlerinden faydalanarak işletmenin yaratıcılık seviyesini arttırmaktadır.

Olumsuz yönleri aşağıdaki gibi belirtilmektedir.

- İç kaynaktan, açık pozisyon için en uygun aday işletme bünyesindeki personeller içinden aranmaktadır. Ancak, organizasyonun büyüme döneminde ya da yeni bir birim veya iş kolunda açık pozisyon olma durumunda, organizasyon içerisinde o pozisyona uygun aday bulunamayabilir ve bu durum işletmeyi mevcut pozisyona dış kaynaktan personel temin etmeyi mecbur kılmaktadır.
- İç kaynaklardan personel temin etmek, açılan iş pozisyonuna geçiş yapmayı bekleyen personellerin beklentilerinin karşılanamaması durumunda personeller üzerinde moral ve motivasyon düşüklüğü oluşturmaktadır.

İnsan kaynakları yönetiminde iç kaynaktan işe alım yapılırken kullanılan bazı yöntemler vardır bu yöntemlerden birisi;

Terfi: İşletmelerde açılan pozisyonu doldurmak için kullanılan ve işe alım maliyetlerini düşüren bir yöntemdir. Aynı zamanda bu yöntem işletme bünyesindeki çalışan personellerin moral ve motivasyon seviyesini yükseltebileceği gibi düşürebilmektedir. Fakat bu yöntem alıp pozisyonlarda personel açığı oluşturacağı için dış kaynaktan personel tedarik etmenin yolunu açmaktadır (Öz, 2014).

Transfer: İşletmelerde çalışan personeller arasından, ihtiyaç duyulan pozisyonun yeteneklere sahip olan adaylar seçilerek kurum içerisindeki birimler arasında transfer yaparak oluşan boşluk doldurulmaktadır. Başka bir tabirle söylemek gerekirse transfer, iç kaynakların yatay yönde yararlandığı bir yöntemdir.

1.4.3.2. Dış Kaynak

İşletmeler, içerisinde açılan pozisyonlara kendi bünyesinde bulunan kaynaklardan personel alımı gerçekleştiremediği durumlarda dış kaynaklardan yarar sağlama yöntemi olan dış kaynaklardan işe alım yöntemini kullanmaktadır. İşletmelerin, dış kaynaklara başvurmak için belli başlı sebepleri bulunmaktadır. Bu sebepler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir.

- Yeni proje ya da iş fikirlerinden dolayı oluşan kadro açıklarını doldurmak,
- Büyüme için atılan adımlar sonucunda elde olan personelin yetersizliğinden dolayı ortaya çıkan personel ihtiyacını karşılamak,
- Kurum içinde gerçekleşen terfiler sonucunda oluşan kadro açıklarını doldurmak,
- Çalışma ortamında farklı fikirler, yenilikler ve hareketlilik sağlamak için dış kaynaktan personel temini sağlanabilmektedir.

İşe alım sürecinde yararlanılan dış kaynakların bazıları aşağıda açıklandığı gibidir:

İlanlar ve duyurular: İşletmeler, bünyesinde oluşan açığı kapatmak için ihtiyacı olan personeli temin etmek üzere dış kaynaklara başvurabilir. Bunun akabinde şirket ve personel adayları arasındaki iletişimi başlatabilmek için işin tanımını ve iş için istenilen gereksinimleri, gerekli olan eğitim düzeyini içinde bulunduran bir ilan hazırlayıp duyurması gerekmektedir.

İnsan kaynakları danışmanlık firmaları: Günümüzde, işletmelerin rekabet gücünü artıran insan kaynağının yönetimi, karmaşık ve sürekli değişen bir alana dönüşmüş bulunmaktadır. Bu sebeple, insan kaynakları yönetimi alanında uzmanlık sahibi olmak, işletmeler adına giderek daha önemli hale gelmektedir. İşletmelerin ihtiyacı olan aday için araştırmalarını bu alanda yetenekli ve profesyonel danışmanlık hizmeti veren istihdam ofislerine yaptırılmaları giderek yaygınlaşmaktadır.

Eğitim kurumları: İşletmelerin personel ihtiyacını karşıladığı bir başka yöntem olan eğitim kurumları, genç yaştaki bireyleri öğrencilik hali devam ederken yetkinliklerine uygun olan işletmelerle iletişime geçmesini sağlamakta ve deneyimsiz olmalarına rağmen erken yaşta uygun olan sektörlerde iş tecrübelerinin olmasında önderlik etmektedir. Özellikle mesleki liselerde öğrenim gören öğrencilerin bağlı

oldukları bölümlere göre yönlendirilmeleri, ileriki dönemlerde yetkin oldukları iş alanlarında tecrübe sahibi olmalarında ve uzmanlaşmasında önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra üniversite, yüksek okul ve lise düzeyindeki eğitim kurumları, öğrencilerini işletmelere staj yapmak için yönlendirerek teorik olarak öğrendikleri bilgileri uygulamalı olarak deneyimleyebilmeleri ve tecrübe sağlayabilmeleri için staj yapmaları için işletmelerle anlaşma sağlayarak öğrencileri bu işletmelerde çalıştırabilmektedir. Staj yapan öğrenciler staj yaptıkları işletmelerin kısa süreli personel ihtiyaçları karşılamak için uygun bir yol olarak tercih edilmektedir (Sunar, 2019).

Personel kiralama: İşletmeler, bağlı oldukları sektörün gerekliliğine göre, belli dönemlerde öngörülen oluşabilecek yoğunluklar için personel kiralama yöntemine başvurabilmektedir. Bu yöntem, işletmenin gelecek için planladığı projelerde görevlendirmeyi öngördüğü personel için süreklilik açısından uygun olmayan fakat geçici bir süre çalıştırabileceği pozisyonlarda kadro açarak, personel kiralama yöntemiyle açılan kadroları doldurabilmekte ve iş gereği personel ihtiyacının son bulması halinde yapılan sözleşmeler dahilinde anlaşılan süre sonunda sözleşmeler feshedilebilmektedir. Personel kiralamanın kiralayan şirket açısından olumlu yanları da vardır. Bu olumlu yanlar; işe alım süreçlerinde zamandan tasarruf edilmesi, personellerin başka şirketler üzerinde çalışan olarak görülmesinden dolayı evrak ve maliyet yükünün azalmış olması şeklinde gösterilmektedir.

Bireysel başvuru veya özgeçmiş gönderme: İşletmeler için en kullanışlı aday havuzu oluşturma yöntemlerinden birisi adayların doğrudan başvurusu veya özgeçmiş göndermesidir. Bu yöntem, işletmelere başvuran adayların başvuru formlarını veya özgeçmişlerini arşivinde tutarak ortaya çıkan personel ihtiyacı durumunda, ihtiyaç duyulan pozisyon için gerekli olan kriterlere en uygun personelin seçiminde ve anlık oluşabilen ihtiyacı karşılamak için en makul görülen yöntemlerden biri olarak kullanılmaktadır.

Referans önerisi: Açılan kadroları doldurmak için işletme ile bağlantılı olan kişilerin tavsiyeleriyle personel ihtiyacını karşılamak, işletmeler açısından oldukça kolaylık sağlayan ve yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisidir. Aday havuzunda bulunan adaylar arasından eleme yapma sürecini ortadan kaldıran bir yöntem olarak

süreci hızlandıran bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Bir başka deyişle, aday tavsiyesi veren kişi hem işi hem de adayı tanıdığı için aranan adayın işe uygun olma

İnternet: Günümüzde yaşamımızın her alanında bize yarım eden ve aktif olarak neredeyse her adımımızda yararlandığımız internet, iş hayatında da işletmeler için oldukça avantaj sağlayan bir etken olarak varlığını kabul ettirmiş ve yoğun olarak kullanılmaktadır. Bir başka deyişle aday toplama imkânını fazlaca yükselten yöntem, internet aracılığı ile aday toplama yöntemidir (Öz, 2014). İşletmeler personel gereksinimlerini hızlıca karşılayabilmek için kendi internet siteleri veya kariyer odaklı internet siteleri aracılığı ile gerçekleştirmektedir (Ahmedova, 2018).

İnternet üzerinden sağlanan aday başvuruları arşivlenme ve filtreleme sürecinden daha kolay geçmektedir. Bu durum adaylar ve işletmeler arasındaki iletişim sürelerini hızlandırarak personel ve işletme ihtiyaçlarını daha hızlı bir şekilde gidermektedir. İşletmeler açılan kadro için ihtiyacı olan personel gereksinimlerini belirleyerek internet üzerinden başvuru sağlayan adaylar üzerinden elemesini yaparak iletişime geçip işe alım sürecinin belirli bir kısmını gerçekleştirmiş olur ve gerekli adımlar atıldıktan sonra işe alım sürecini hızla tamamlayıp ihtiyacını gidermiş olmaktadır.

1.4.4. İşe Alım Süreci Teknikleri

İşe alım süreci, bir işletmenin ihtiyaç duyduğu pozisyon için en uygun adayı bulmak için gerçekleştirdiği bir dizi faaliyettir. İşe alım süreci, işletmelerin ihtiyaçlarına ve hedeflerine göre farklı teknikler kullanılarak yürütülmektedir. İşe alım süreci; başvuru formu, ön görüşme, psikoteknik testler, iş görüşmeleri, referans araştırması, işe alınma kararı, oryantasyon süreci ve işe yerleştirme tekniklerini kapsamaktadır. Bu kapsamdaki teknikler işe alım süreci teknikleri başlık adı altında incelenmektedir.

1.4.4.1. Başvuru Formu

İşe alım sürecinin ilk adıımıdır. Bu aşamada, işletme ihtiyaç duyduğu pozisyonu, aranan nitelikleri ve beklentileri açıklayan bir iş ilanı

yayınlanmaktadır. Başvuru formunun amaçları; adayları tanımak ve değerlendirmek, aday sayısını azaltmak, işe alım sürecini organize etmektir (Akyol, 2022).

Başvuru formunun içeriği, pozisyonun gereksinimlerine göre değişmektedir. Ancak genel olarak başvuru formları aşağıdaki bilgileri içermektedir (Kaplan & Norton, 2006):

- **Kişisel bilgiler:** Adayın adı, soyadı, doğum tarihi, cinsiyeti, iletişim bilgileri, medeni durumu ve askerlik durumu gibi bilgiler.
- **Eğitim bilgileri:** Adayın **mezun** olduğu okullar, bölümleri ve mezuniyet tarihleri gibi bilgiler.
- **İş deneyimleri:** Adayın çalıştığı kurumlar, pozisyonları ve görev tanımları gibi bilgiler.
- **Beceriler ve ilgi alanları:** Adayın sahip olduğu beceriler ve ilgi alanları gibi bilgiler.

Başvuru formu, pozisyonun gereksinimlerine uygun olmalıdır. Başvuru formunda yer alan sorular, adayların pozisyon için gerekli olan niteliklere sahip olup olmadığını belirlemeye yardımcı olmalıdır. Başvuru formu, adaylara geri bildirim vermek için kullanılmalıdır (Özçelik, 2020).

1.4.4.2. Ön Görüşme

Başvuruların ilk aşamada değerlendirildiği aşamadır. Bu aşamada, başvurular genellikle özgeçmiş ve ön yazı gibi belgelere göre değerlendirilmektedir. Adaylar, yöneticiler veya üst düzey yöneticilerle iş görüşmesi yaparak pozisyon için uygunluklarını daha detaylı olarak göstermektedirler. Ön görüşmenin amacı, adayların temel bilgilerini edinmek, pozisyona ilgilerini ve motivasyonlarını ölçmek ve şirket kültürüne uyumlu olup olmadıklarını değerlendirmektir (Akyol, 2022). Ön görüşmenin sonucunda, adayların pozisyon için uygun olup olmadığına karar verilir. Uygun görülen adaylar, işe alım sürecinin sonraki aşamalarına davet edilir (Özçelik, 2020).

1.4.4.3. Psikoteknik Testler

Psikoteknik testler, bireylerin zihinsel ve psikomotor becerilerini ölçmek için kullanılan testlerdir. İşe alım süreçlerinde, adayların işe uygunluğunu değerlendirmek için psikoteknik testler kullanılmaktadır (Küçükkaya, 2006).

Psikoteknik testler, işe alım süreçlerinde aşağıdaki amaçlar için kullanılmaktadır (Yılmaz M. , 2019):

- Adayın işe uygunluğunu değerlendirmek
- Adayın iş performansını tahmin etmek
- Adayın iş güvenliğini sağlamak

Psikoteknik testler, insan kaynakları alanında işe alım sürecinde kullanılan bir araçtır. Psikoteknik testler, adayların kişilik özelliklerini, bilişsel yeteneklerini, psikomotor becerilerini ve diğer özelliklerini ölçmek için kullanılan ölçme araçlarıdır (Özçelik, 2020). Psikoteknik testler, işe alım sürecinde kullanılacaksa, testlerin geçerli ve güvenilir olduğundan emin olunmalıdır. Psikoteknik testlerin geçerliliği, testlerin adayların gerçek performanslarını ölçme yeteneğini gösterir. Psikoteknik testlerin güvenilirliği, testlerin tutarlı sonuçlar vermesini göstermektedir.

1.4.4.4. İş Görüşmeleri ve Türleri

Bu aşamada, işletme, adayların pozisyona uygunluğunu değerlendirilmektedir. Bu aşamanın amacı; adayın pozisyona uygunluğunu, kişilik özelliklerini ve tutumlarını, iletişim becerilerini değerlendirmektir. Böylelikle adayların işe uygunluğunu değerlendirilmektedir.

- İş görüşmeleri, farklı şekillerde yapılabilmektedir. İş görüşmelerinin türleri, işe alım sürecinin aşamalarına, pozisyonun özelliklerine ve işverenin tercihlerine göre değişmektedir. En yaygın iş görüşme türleri aşağıda verilmektedir (Yalçın, 2023).
- Birebir görüşmeler: Birebir görüşmeler, işveren ve adayın bire bir yaptığı görüşmelerdir. Bu görüşmeler, adayların işe uygunluğunu değerlendirmek için en yaygın kullanılan görüşme türüdür.

- Panel görüşmeleri: Panel görüşmeleri, bir işverenin ve birkaç çalışanın adayın karşısına çıktığı görüşmelerdir. Bu görüşmeler, adayların farklı bakış açılarından değerlendirilmesini sağlar.
- Telefon görüşmeleri: Telefon görüşmeleri, işveren ve adayın telefonda yaptığı görüşmelerdir. Bu görüşmeler, adayların ön değerlendirmesini yapmak için kullanılabilir.
- Grup görüşmeleri: Grup görüşmeleri, birkaç adayın bir araya geldiği ve bir işverenin karşısına çıktığı görüşmelerdir. Bu görüşmeler, adayların takım çalışması becerilerini değerlendirmek için kullanılabilir.

1.4.4.5. Referans Araştırması

Referans araştırması, adayın geçmiş performansını ve davranışlarını değerlendirmek için kullanılmaktadır. Referans araştırması, adayın işe uygunluğunu değerlendirmek için diğer işe alım araçlarıyla birlikte kullanılmaktadır (Yalçın, 2023).

Referans araştırması, yazılı veya sözlü olarak yapılmaktadır. Yazılı referans araştırması, adayın önceki işverenlerinden veya yöneticilerinden gelen referans mektuplarını içermektedir. Sözlü referans araştırması, adayın önceki işverenlerinden veya yöneticilerinden yapılan telefon görüşmelerini içermektedir (Büyükdağ, 2022).

- Yazılı referanslar: Yazılı referanslar, adayların eski işverenleri, iş arkadaşları veya eğitim kurumları tarafından yazılan referanslardır. Yazılı referanslar, adayların kişilik özelliklerini, değerlerini ve iş performansını değerlendirmek için kullanılmaktadır.
- Telefon referansları: Telefon referansları, adayların eski işverenleri, iş arkadaşları veya eğitim kurumları ile yapılan telefon görüşmeleridir. Telefon referansları, adayların kişilik özelliklerini, değerlerini ve iş performansını değerlendirmek için kullanılmaktadır.

1.4.4.6. İşe Alınma Kararı

İşe alınma kararı; işe alım sürecinde işverenin bir pozisyon için en uygun adayı belirlediği süreçtir. İşe alım sürecinde işe alım kararı, genellikle iş ilanının yayınlanması, özgeçmişlerin ve başvuruların değerlendirilmesi, ön görüşmeler, iş

görüşmeler, referans araştırmasından sonra gelmektedir. İşe alım kararı, genellikle işe alım komitesi veya yönetici tarafından verilmektedir. İşe alım kararı, olumlu veya olumsuz olarak, adaylara bildirilmelidir. Olumlu işe alım kararı alan adaylara, işe başlama tarihi ve diğer bilgiler bildirilmektedir (Büyükdağ, 2022).

İşe alım kararı, çeşitli faktörlere bağlı olarak verilir. Bu faktörler arasında pozisyon gereksinimleri, organizasyon kültürü ve adayın kişilik özellikleri yer almaktadır. Pozisyonun gereksinimleri; işe alınacak kişinin pozisyonun gereksinimlerini karşılaması gerekmektedir. Bu gereksinimler, pozisyonun gerektirdiği beceriler, deneyimler ve niteliklerdir. Organizasyonun kültürü; işe alınacak kişinin organizasyonun kültürüne uyum sağlaması gerekmektedir. Bu uyum, organizasyonun değerlerine, normlarına ve çalışma ortamına uygunluk anlamına gelmektedir. Adayın kişilik özellikleri ise işe alınacak kişinin pozisyonun gerektirdiği kişilik özelliklerine sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler, adayın iş performansını etkileyebilecek özelliklerdir.

İşe alım kararı, çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Bu faktörler arasında adayların sayısı, işe alım sürecinin uzunluğu, işe alım kararının maliyetleri yer almaktadır. Adayların sayısı; çok sayıda başvuru olması, işe alım kararını zorlaştırmaktadır. Bu durumda, işe alım kararını verirken daha objektif kriterlerin kullanılması gerekmektedir. İşe alım sürecinin uzunluğu; işe alım sürecinin uzun olması, işe alım kararını geciktirmektedir. Bu da doğru adayların kaybedilmesine neden olabilmektedir. İşe alım kararının maliyeti ise işe alım kararının maliyeti, işe alım sürecinin maliyetini ve işe alınan kişinin performansı ile ilgili maliyeti içermektedir (Kaplan & Norton, 2006).

1.4.4.7. Oryantasyon Süreci

İşe alım sürecinin son adımlarından olan oryantasyon süreci, yeni işe alınan çalışanın iş yerindeki ilk günlerini kapsamaktadır. Oryantasyon süreci, yeni işe alınan çalışanın iş yerini, iş tanımını, sorumluluklarını ve beklentilerini öğrenmesine yardımcı olmaktadır (Yalçın, 2023).

Oryantasyon süreci, organizasyonun büyüklüğüne ve yapısına göre değişmektedir. Ancak genel olarak oryantasyon süreci, işe ve organizasyon hakkında

bilgi verme, organizasyonun kültürünü tanıtmaya ve yeni çalışanın sorularını yanıtlama gibi konuları içermektedir (Akyol, 2022). İşe ve organizasyon hakkında bilgi verme; oryantasyon sürecinde, yeni çalışana iş tanımı, organizasyonun yapısı, çalışma saatleri, işyeri kuralları ve prosedürleri gibi konularda bilgi verilmesidir. Organizasyonun kültürünü tanıtmada ise oryantasyon sürecinde, yeni çalışana organizasyonun değerleri, normları ve çalışma ortamı gibi konularda bilgi verilir. Ayrıca, oryantasyon sürecinde, yeni çalışanın işe ve organizasyonla ilgili sorularını yanıtlamak için fırsatlar sağlanmaktadır (Kaplan & Norton, 2006).

1.4.4.8. İşe Yerleştirme

İşe yerleştirme, bir çalışanın işveren tarafından işe alınması ve işe başlatılmasıdır. İşe yerleştirme süreci, işe alım sürecinin bir parçasıdır ve işe alım kararının verilmesinden sonra başlamaktadır. İşe yerleştirme sürecini iyi planlamak ve uygulamak, yeni işe alınan çalışanların iş yerinde başarılı olmalarını sağlamaktadır (Büyükdağ, 2022).

İşe yerleştirmenin başlıca amaçları; işe alınan çalışanların pozisyonlarına ve organizasyona uyum sağlamasını sağlamak ve aynı zamanda işe alınan çalışanların verimliliğini, performansını iş tatminini ve bağlılığını artırmaktır. İşe alınan çalışanların pozisyonlarına ve organizasyona uyum sağlamasını sağlamak; işe yerleştirme süreci, işe alınan çalışanların pozisyonun gereksinimlerini karşılamasını ve organizasyonun kültürünü anlamasını sağlamaya yardımcı olmaktadır. İşe alınan çalışanların verimliliğini ve performansını artırmak; işe yerleştirme süreci, işe alınan çalışanların işlerini daha etkili ve verimli bir şekilde yapmalarına yardımcı olmaktadır. İşe alınan çalışanların iş tatminini ve bağlılığını artırmak ise işe yerleştirme süreci, işe alınan çalışanların işlerinden ve organizasyondan memnun olmalarını sağlamaya yardımcı olmaktadır (Kaplan & Norton, 2006).

2. İKİNCİ BÖLÜM SOSYAL MEDYA ve İŞE ALIM SÜRECİNDEKİ ETKİSİ

2.1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri

Sosyal medya, internet üzerinden kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmasına, içerik paylaşmasına ve toplulukla oluşturmasına olanak tanıyan bir platformdur (Kaplan & Haenlein, 2010). Kullanıcıların metin, ses, fotoğraf, video dosyaları gibi farklı içerik türlerini paylaşmasına olanak tanır ve bu içerikler kullanıcıların kişisel ve profesyonel yaşamları, ilgi alanları, görüşleri ve değerleri hakkında bilgiler vermektedir. Aynı zamanda sosyal medya, kullanıcılar arası mesajlaşma, gönderilerine yorum ve beğeni yapma gibi etkileşim özelliklerini de içinde bulundurmaktadır. Bu etkileşimler, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmasını ve ortak ilgi alanları etrafında toplanmasını sağlamaktadır.

Kullanımı gün geçtikçe daha çok artan sosyal medya, işletmeleri kendi ihtiyaçları doğrultusunda kullanılabilirlik özellikleriyle kendine doğru çekmeye başlamıştır. İşletmeler, reklamlarını, iş alanlarını, yeniliklerini, sosyal projelerini, hedeflerini, personel olanaklarını, personel ihtiyacı ve duyurular gibi bilgilendirmeleri sosyal medyayı kullanarak iştiraklerine, mevcut personellerine, olası personel adaylarına ve tüm muhataplarına aktarmaktadır.

2.2. Sosyal Medyanın Çeşitleri

Günümüzde internetin aktif olarak kullanımının artması ile birlikte sosyal medyanın insan hayatındaki yeri oldukça önemli hale gelmiştir. Yaygın olarak kullanılan sosyal medya, kendi içerisinde sınıflara ayrılarak sunduğu hizmet ve kullanım şekillerine göre çeşitlenmiştir.

Sosyal ağlar: Sosyal ağlar, insanların birbirleri ile iletişime geçmelerine fırsat tanıyan çevrimiçi platformların bütünüdür. En popüler sosyal ağ platformu olarak Facebook, X (Twitter), Instagram ve LinkedIn kullanılmaktadır. Bu platformlarda bireyler arkadaşlıklar kurmak, geçmişteki arkadaşlarına ulaşmak ya da kendi istediği doğrultuda paylaşımlar yapmaktadırlar. İşletmeler de sosyal medya platformlarında bireyler gibi yer alabilmekte ve oluşturdukları profillerinde varlıklarını

göstererek mevcut çalışmalarını, hedeflerini, ayrıcalıklarını ve ihtiyaçlarını paylaşarak hedef belirlediği kitlelerle iletişime geçebilmektedir. Bunun için Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn platformlarına kurumsal profillerini oluşturarak sosyal platformlardaki varlıklarını sağlayabilmektedirler.

Ülkemizde bu platformlara ek olarak Kariyer.Net ve İŞ-KUR web sitelerinde oluşturdukları profillerde işletme hakkında bilgi, hedeflerini, olanaklarını ve ihtiyaç duyduğu personel kadrolarını paylaşarak, kendi bünyesindeki personel eksikliğini gidermek amacıyla iş ilanı duyurusu oluşturabilmektedirler.

Bloglar: Kişilerin duygu, düşünce, fikir deneyim ve tecrübelerini paylaşabildiği, bu paylaşımlar üzerinden internet kullanıcıları ile iletişime geçebildiği çevrimiçi web siteleridir. Bloglar kendi içinde de kategorilere ayrılmaktadır. Kişisel bloglar, temasal bloglar, topluluk blogları ve kurumsal bloglar olarak dört farklı kategoride etkinlik göstermektedir.

Mikrobloglar: Bloglara göre daha hızlı ve daha kısa yayınlamalara odaklanan çevrimiçi web siteleridir. Mikrobloglar genellikle kısa iletiler, videolar ve fotoğraflar içermektedir. X (Twitter) ve Tumblr mikroblog web siteleri arasında öne çıkmaktadır.

Kurumsal web siteleri: Kurumsal web siteleri, bir işletmenin çevrimiçi ortamdaki resmi varlığıdır. Bu siteler, işletmelerin kimliğini, ürün veya hizmetlerini, hedeflerini ve değerlerini tanıtmak için kullanılmaktadır. Bir başka deyişle işletmeler, kimliğini artırarak marka bilinirliğini yükseltmek, potansiyel müşterilere ulaşmak, satışlarını artırmak, yeni iş ortakları çekmek ve itibarını oluşturup güvenilirliğini ve profesyonelliğini göstermek amacıyla kurumsal web sitelerini kullanmayı amaçlamaktadır. Potansiyel müşteriler, iş ortakları, çalışanlar ve diğer muhataplar kurumsal web sitelerini işletme için önemli bir bilgi kaynağı olarak kullanmaktadır.

2.3. Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolü

Sosyal medya, işletmelerin işe alım süreçlerini desteklemek için kullandıkları **önemli** bir araç haline gelmiştir. İşletmelerin potansiyel adaylara ulaşmasını, adayların ise işletmelere ulaşmasını sağlayan en verimli organlardan biri haline gelmiştir. Bunlara ek olarak işletmeler adayların kişiliklerini ve becerilerini değerlendirmek ve işe alım sürecini daha hızlı ve daha verimli hale getirmek amacıyla sosyal medya

platformlarını işe alım süreçlerinde etkin olarak kullanmaktadır. Başka bir deyişle, işletmelerin bilgi akışından sağladığı hız artışı ve işe alım maliyetlerini düşürmesi işe alım sürecinde sosyal medya kullanımını artırmaktadır (Öz, 2014).

2.4. İşe Alım Süreçlerinde Kullanılan Sosyal Medya Araçları

Günümüzde, işe alım süreçlerinde sosyal medya kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. İşverenler, sosyal medya aracılığı ile daha geniş bir aday havuzuna ulaşabilmekte, adaylar hakkında daha fazla bilgi edinebilmekte ve işe alım sürecini daha verimli bir şekilde yürütebilmektedir.

Sosyal medyada aday taraması, işletmelerin işe alım süreçlerinde kullanabileceği önemli bir araçtır. Sosyal medya aracılığı ile işletmeler, adayların eğitim, iş deneyimi, becerileri, ilgi alanları ve kişilikleri hakkında bilgi edinmektedir. Bu bilgiler de adayların iş için uygun olup olmadıklarını belirlemede yardımcı olmaktadır.

Her ne kadar süreç yönetiminde faydaları olsa da sosyal medya araçlarını kullanmanın olumsuz yönleri de bulunmaktadır. En dikkat edilmesi gereken olumsuzluklardan birisi adayların vermiş olduğu bilgilerin doğruluğunun kesin olup olmamasıdır. İşletmeler bu hususta kontrollerini doğru ve dikkatli bir şekilde yapmak durumundadır. Sürecin doğru bir şekilde ilerlemesi için işletmelerin izleyeceği stratejileri belirlemeleri gerekmektedir (Başalan, 2021).

İşverenler, sosyal medya araçlarını işe alım sürecinde kullanırken şu noktalara dikkat etmelidir:

- Adayların sosyal medya hesaplarını objektif bir şekilde değerlendirmeli, önyargılardan kaçınmalıdır.
- Adayların sosyal medya hesaplarını yalnızca işe uygunluk açısından değerlendirmemeli, adayların kişilikleri ve değerleri hakkında da bilgi edinmeye çalışmalıdır.
- Adayların sosyal medya hesaplarını yalnızca bir değerlendirme aracı olarak kullanmalı, adaylarla yüz yüze görüşme ve diğer değerlendirme yöntemlerini de uygulamalıdır.

Sosyal medya araçlarını doğru ve etkili bir şekilde kullanan işverenler, işe alım süreçlerini daha verimli bir şekilde yürütebilmekte ve daha doğru adaylara ulaşabilmektedir.

2.4.1. LinkedIn

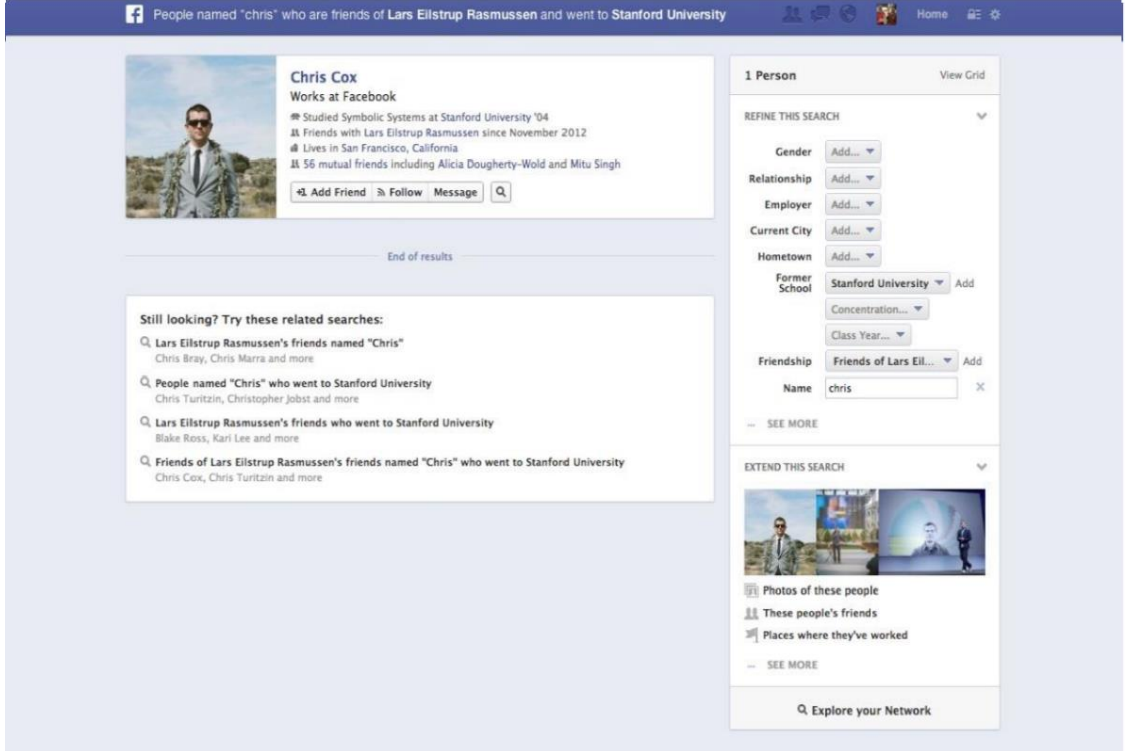
LinkedIn, iş dünyasındaki iş arayan personel adayları, işveren işletmeler ve işletme marka yöneticilerinin birbirleri ile bağlantı kurmasını, bilgi alışverişi yapmasını ve bağlantı kurarak ağlarını genişletmelerini sağlayan en sık kullanılan profesyonel sosyal ağ platformudur. Çünkü odak kitlesi iş dünyasıdır. Bu sebeple LinkedIn, işe alım süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. LinkedIn, işverenlerin daha geniş bir aday havuzuna ulaşmasına olanak tanırken aynı zamanda daha nitelikli adaylar bulma şansını artırdığından kullanımı yaygındır (Akman & Özer, 2019). 2020 Mayıs ayında çıkarılan sonuca göre Dünya çapında 150'den fazla ülkede 706 milyondan fazla kayıtlı üyesi bulunmaktadır (Wikipedia, 2024). LinkedIn'ı diğer kariyer ve kurumsal sitelerden ayıran en büyük özellik, bir sosyal medya platformu olması ve iş arayan bireylere çalışmak istedikleri sektör ve bölüme göre filtreleme yapma avantajı sağlaması sayesinde tercih ettikleri veya ilgi alanlarına yönelik iş ilanlarını görmelerini sağlamasıdır (Başalan, 2021).

LinkedIn'ı kullanmaya başlamak için ilk olarak bir hesap oluşturmak gerekmektedir. Hesap oluşturma işlemini gerçekleştirdikten sonra, profilinizi oluşturabilir, fotoğrafınızı, eğitim durumunuzu, iş deneyiminizi, becerilerinizi, ilgi alanlarınızı paylaşabilirsiniz. Ayrıca LinkedIn'da gruplara katılım sağlayarak paylaşımlar da yapılabilmektedir.

LinkedIn'ı etkili bir şekilde kullanmak için güçlü bir profil oluşturmak gerekmektedir. Bunu sağlamak için kendinizle ilgili olan bilgileri doğru ve güncel bir şekilde düzenlemeniz gerekmektedir. İlgi alanlarınızla bağlantılı olan gruplara katılarak hem profilinizde hem gruplarda özgün içerikler paylaşarak profilinizin görünürlüğünü artırılabilir.

2.4.2. Facebook

Facebook, daha çok sosyalleşmek için kullanılan bir platformdur. Ancak, işe alım süreçlerinde de kullanılmaktadır. LinkedIn'dan sonra en çok kullanılan işe alım platformu olan Facebook, iş arama özelliği ve “Graph Search” özelliği ile adaylara ve şirketlere çeşitli avantajlar sunmaktadır (Türkoğlu, 2013).



Resim 1: Facebook graph search özelliği

Resim 1’de de görüldüğü üzere, işveren işletmeler, Graph Search özelliğini kullanarak ihtiyaç duydukları pozisyon için gerekli niteliklere sahip adayları belirlemek için belirli sayıda spesifik filtre kullanabilirler. Örneğin, İstanbul’da yaşayan ve İngilizce bilen adayların araması yapılabilir. Ancak bu özelliğin tek olumsuz yanı, adayların gizlilik ayarlarının göz ardı edilememesidir. Aranılan aday profilinin gizliliği açık değilse, belirlenen kriterlere uygun olsa bile arama sonuçlarında görünmeyecektir (Öz, 2014).

Facebook, işe alım süreçlerinde çeşitli şekillerde kullanılabilir. Facebook’un işe alım süreçlerine etkileri potansiyel adaylara ulaşma, adayların

değerlendirilmesi, işveren markasının güçlendirilmesi gibi olmaktadır. Facebook, işverenler için potansiyel adaylara ulaşmanın en etkili yollarından biridir. Facebook'un geniş kullanıcı kitlesine ulaşarak, işverenler ihtiyaç duydukları niteliklere sahip adayları bulmaktadırlar. Süreç içerisinde Facebook, adayların değerlendirilmesinde, adayların niteliklerini ve becerilerini değerlendirmek için kullanılabilir. Adaylar, Facebook profilleri aracılığıyla işverenlere kendileri hakkında bilgi vermektedirler. Bu bilgiler, işverenlerin adaylar hakkında daha iyi bir fikir edinmesine yardımcı olmaktadır. İşveren markasının güçlendirilmesi ise; işverenler, Facebook sayfaları aracılığıyla potansiyel adaylara kendilerini tanıtmakta ve şirket kültürlerini yansıtmak için kullanılmaktadır (Cücüloğlu, 2013).

Facebook, işverenlerin daha geniş bir aday havuzuna ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bu, işverenlerin daha nitelikli adaylar bulma şansını artırmaktadır. İşverenler, Facebook aracılığıyla adaylara daha hızlı ulaşabilmekte ve onları daha kısa sürede değerlendirebilmektedirler. İşverenler, Facebook aracılığıyla geleneksel işe alım yöntemlerine göre daha düşük maliyetle işe alım yapabilmektedirler (Denizli, 2019). Ancak işverenler, Facebook'un avantajlarından yararlanmak için dikkatli bir şekilde kullanılmalıdır. Çünkü Facebook, adayların gizliliklerini ihlal etme riski taşımaktadır. Bu sebeple işverenler, adayların Facebook profillerine erişirken dikkatli olmalıdır. Bu durum da göz önünde bulundurularak, işverenler adaylar hakkında doğru ve objektif bilgiler edinmelidir (Öztürk & Öztürk, 2021).

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM İŞE ALIM SÜREÇLERİNDE SOSYAL MEDYA ETKİLERİNİN İNCELENMESİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ ÇALIŞMASI

3.1. Araştırmanın Amacı

Yapılan çalışmanın amacı 2012-2023 yılları arasında Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanmış ve tez başlığı kısmında “işe alım ve sosyal medya” terimlerini bir arada kullanan Türkçe dili ile yazılan lisans üstü tezleri ele alınarak içeriklerinin analiz edilmesidir. Yapılan araştırma doğrultusunda belirtilen kriterlere uygun 21 lisansüstü tez çalışmasına ulaşılmıştır ve bu tezler analiz sürecine tabi tutulmuştur. Yapılan analizlerle, ele alınan tezlerin içerikleri tablolar halinde ayrı ayrı belirtilmiştir. Bu analizler sonucunda ortaya çıkan sonuçlar, gelecekte bu konu hakkında çalışmak isteyen araştırmacılara yardımcı olmak amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan çalışmada, Ulusal Tez Merkezi bünyesinde yayınlanan lisansüstü tezlerin, tez başlığı kısmında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerinin aynı anda içinde bulunup bulunmaması açısından incelenmiştir. Ayrıca çalışma, 2012-2023 yılları arasında yapılmış olan ve Türkçe dili kullanılarak yazılmış tez çalışmalarını içermektedir. Bu sebeple araştırma, yalnızca Ulusal Tez Merkezi bünyesinde ve Türkçe yazılmış Lisansüstü tezlere odaklanmış olduğundan dolayı belirli sınırlılıklara sahiptir. Bu sınırlılıkların yanı sıra konuyla ilgili açıklamaları içinde bulunduran ancak başlığında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini aynı anda bulundurmeyen tezlerin araştırma kapsamına dahil edilememesi de ayrı bir sınırlılığı oluşturmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması

Yapılan çalışmada Ulusal Tez Merkezinde yer alan “İşe alım süreçleri ve sosyal medya” ile ilgili lisansüstü tezler incelenmiştir. Tez arama aşamasında, kelime arama sekmesine sırayı ile “işe alım” ve “sosyal medya”, aranacak alan sekmesine “tez adı”, arama tipine “içinde geçsin”, izin durumu seçeneğine “izinli” ve son olarak dil

seçeneğine “Türkçe” seçilerek arama çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan tezler veri havuzunu oluşturmuştur.

3.4. Araştırmanın Bulguları

Yapılan çalışmada 2012-2023 yılları arasında yazılmış, başlığında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini aynı anda içinde bulunduran, “Türkçe” yazılmış ve “izinli” lisansüstü tezlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kriterlere göre elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.



Tablo 1: 2012-2023 yıllarındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmaları

Tezin Adı	Yazar Adı	Yayın Yılı	Yazılan Üniversitenin Adı
Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği	Mehmet Timuçin ERDEM	2012	Başkent Üniversitesi
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Örnek Bir Çalışma	Mehtap BENLİ	2014	Maltepe Üniversitesi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma	Mustafa Kemal ÖZ	2014	Süleyman Demirel Üniversitesi
İnsan Kaynakları Temininde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Ömer Faruk TÜFEKÇİ	2015	İstanbul Üniversitesi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Rolü ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama	Pınar YILMAZ	2015	İstanbul Aydın Üniversitesi
İnsan Kaynakları Uzmanlarının İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin İncelenmesi	Senem Yiğit ŞAN	2017	İstanbul Arel Üniversitesi
İnsan Kaynakları Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı: Konya İlinde Bir Araştırma	Özlem KARA	2017	Selçuk Üniversitesi
İşgören İstihdamında Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolünün Adaylar Üzerindeki Etkisi	Merve YILMAZ	2018	Beykent Üniversitesi
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü	Gunel AHMADOVA	2018	İstanbul Aydın Üniversitesi
İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü	Emel ERHAN	2018	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Medyanın İşe Alımlarda Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Guşef BOLAT	2019	Kırıkkale Üniversitesi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörün Üzerinde Bir Araştırma	Naciye Berilsu ÇEVİK	2021	İstanbul Ticaret Üniversitesi

Seçme ve Yerleştirme Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımı	Hatice ÇELİK	2018	Bahçeşehir Üniversitesi
Elektronik İşe Alım Sürecinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı ve Bir Uygulama	Çağla Pınar YÜCEL	2018	Yıldız Teknik Üniversitesi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Seçiminin Kullanımı: Ankara İlinde Bir Uygulama	Fatma Aysun COŞKUN	2018	Ufuk Üniversitesi
Personel Bulma ve Seçme Süreçlerinde Sosyal Medya Ağlarının Rolü: X ve Y Kuşakları Açısından Bir İnceleme	Meryem ERDAL	2018	Gazi Üniversitesi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya ile Dijital Ortamların Y Kuşağına Etkisi ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Beklentileriyle Karşılaştırmalı Analiz	D. Berna BAYRUT YÜKSEL	2019	İstanbul Okan Üniversitesi
Sosyal Medyada İnsan Kaynakları Uygulamalarının Genel Görünümü: İnsan Kaynakları Profesyonelleri Üzerinde Bir İnceleme	Hanife TAŞ	2020	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Önemi: Sanayi İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma	Gözde DEMİR	2020	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı, Konya Örneği	Rabia Altan TEKİN	2022	KTO Karatay Üniversitesi
Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Temin ve Seçim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: Kuşadası Örneği	Burak TATAR	2023	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Tablo 1'e göre kriterler neticesinde elde edilip incelenen tezler belirtilen başlıklar altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalar neticesinde “tez adı, yazar adı, yayın yılı ve yazılan üniversitenin adı” şeklinde ayrı ayrı belirtmeler yapılmıştır. Buna ek olarak araştırma konusu dahilinde incelenen tezlerin her biri farklı kişilerce yazıldığı görülmektedir. Ayrıca yayın yılı ve yazılan üniversite adına göre dağılımları da aşağıdaki Tablo 2 ve Tablo 3'te ayrı ayrı gösterilmektedir.

Tablo 2: Lisansüstü tezlerin yayın yılına göre dağılımları

Yayın yılı	Sayı
2012	1
2014	2
2015	2
2017	2
2018	7
2019	2
2020	2
2021	1
2022	1
2023	1
Toplam	21

Tablo 2'ye göre araştırma içerisinde incelenen tezlerin dağılımlarına bakıldığında, en fazla lisansüstü tez 2018 yılında 7 lisansüstü teze birinci sıradadır. Araştırmada belirlenen kriterlere göre elde edilen Lisansüstü tezlere bakıldığında 2012 yılında ilk Lisansüstü tez yazılmıştır.

Tablo 3: Lisansüstü tezlerin yazıldığı üniversitelere göre dağılımları

Üniversite Adı	Sayı
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	2
Bahçeşehir Üniversitesi	1
Başkent Üniversitesi	1
Beykent Üniversitesi	1
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	1
Gazi Üniversitesi	1
İstanbul Üniversitesi	1
İstanbul Aydın Üniversitesi	2
İstanbul Arel Üniversitesi	1
İstanbul Okan Üniversitesi	1
İstanbul Ticaret Üniversitesi	2
Kırıkkale Üniversitesi	1
KTO Karatay Üniversitesi	1
Maltepe Üniversitesi	1
Selçuk Üniversitesi	1
Süleyman Demirel Üniversitesi	1
Ufuk Üniversitesi	1
Yıldız Teknik Üniversitesi	1
Toplam	21

Tablo 3'te belirtilen bilgilere göre Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitesi yazılan lisansüstü tez sayılarına göre 2'şer tez ile konu hakkında en fazla lisansüstü tez yazan üniversitelerdir.

Tablo 4: 2012-2023 yıllarındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının danışman unvanı ve çalışmaların düzeyleri

Tezin Adı	Danışmanın Unvanı	Çalışmanın Düzeyi
Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Örnek Bir Çalışma	Yardımcı Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Temininde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Rolü ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama	Yardımcı Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Uzmanlarının İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin İncelenmesi	Profesör Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı: Konya İlinde Bir Araştırma	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İşgören İstihdamında Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolünün Adaylar Üzerindeki Etkisi	Yardımcı Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü	Doktor Öğretim Üyesi	Yüksek Lisans Tezi
İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü	Profesör Doktor	Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Medyanın İşe Alımlarda Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörün Üzerinde Bir Araştırma	Doktor Öğretim Üyesi	Yüksek Lisans Tezi
Seçme ve Yerleştirme Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımı	Profesör Doktor	Yüksek Lisans Tezi

Elektronik İşe Alım Sürecinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı ve Bir Uygulama	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Seçiminin Kullanımı: Ankara İlinde Bir Uygulama	Doktor Öğretim Üyesi	Yüksek Lisans Tezi
Personel Bulma ve Seçme Süreçlerinde Sosyal Medya Ağlarının Rolü: X ve Y Kuşakları Açısından Bir İnceleme	Profesör Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya İle Dijital Ortamların Y Kuşağına Etkisi ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Beklentileriyle Karşılaştırmalı Analiz	Profesör Doktor	Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Medyada İnsan Kaynakları Uygulamalarının Genel Görünümü: İnsan Kaynakları Profesyonelleri Üzerinde Bir İnceleme	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Önemi: Sanayi İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma	Doktor Öğretim Üyesi	Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı, Konya Örneği	Doçent Doktor	Yüksek Lisans Tezi
Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Temin ve Seçim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: Kuşadası Örneği	Doktor Öğretim Üyesi	Yüksek Lisans Tezi

Tablo 4'te yapılan araştırmanın vermiş olduğu neticeye göre elde edilen lisansüstü “tezlerin adları, danışmanın unvanı ve çalışmanın düzeyi” şeklinde sınıflara ayrıldığı görülmektedir. Bu sınıflandırma sonucunda ulaşılan bilgilere göre yazılan lisansüstü tezlerin tümünün yüksek lisans düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bir diğer sınıflandırma etkeni olan danışmanın unvanı ise aşağıdaki Tablo 5'te değerlendirilmiştir.

Tablo 5: Lisansüstü tez danışmanlarının unvanlarına göre dağılımları

Unvan	Sayı
Profesör Doktor	5
Doçent Doktor	8
Yardımcı Doçent Doktor	3
Doktor Öğretim Üyesi	5
Toplam	21

Unvan, öğretim görevlilerinin bilimsel üretimlerinin temel uzmanlık alanlarına özgü oranlara göre değerlendirilmesi itibariyle elde edilen statüdür. Öğretim görevlilerinin elde ettiği unvanlar, akademisyenin bilimsel kimliği hakkında önemli bilgiler vermektedir. Bu nedenle, lisansüstü tezlerin daha çok hangi unvana sahip araştırmacılar tarafından yönetildiğinin belirlenmesi, akademik eğitimin niteliğinin değerlendirilmesi açısından önem teşkil etmektedir.

Araştırma doğrultusunda elde edilen verilere göre Tablo 5'e bakıldığında, araştırmalara en fazla danışmanlık yapan unvan 8 araştırma ile doçent doktor unvanına sahip öğretim üyeleri yer almaktadır.

Tablo 6: 2012-2023 yılları arasındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının amaç ve yöntemleri

Tezin Adı	Amaç	Yöntem
Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği	Bu çalışmada işe alım süreçlerinde sosyal medya araçlarının kullanımı, bilgi asimetrisi yaklaşımı bağlamında incelenmiştir. Bu bağlamda sosyal medya araçlarının kullanımının taraflar arasındaki bilgi asimetrisini azaltabileceği varsayımıyla yola çıkılmıştır. Ayrıca sosyal medya araçlarının işe alım süreçlerinde kullanımı ile adaylara ulaşma oranları arasındaki değişimin araştırılması da amaçlanmıştır.	Anket
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Örnek Bir Çalışma	Sosyal medyanın kurumlarda insan kaynakları yönetiminin işe alım davranışını nasıl etkilediğini inceleyerek yapılan çalışma ile işe alımda geleneksel insan kaynakları yönetimi fonksiyonları geçerliliğini koruyup korumadığı analiz edilecektir.	Derinlemesine görüşme
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma	İşletmelerin işe alım süreçlerinde hangi sosyal medya araçlarını kullandıklarını, bu araçları işe alım sürecinin hangi aşamasında kullandıklarını, bu yöntemin nitelikli adaylara ulaşım oranlarını nasıl etkilediğini tespit etmektir.	Anket
İnsan Kaynakları Temininde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Seçme ve yerleştirme sürecini yürüten İK profesyonellerinin, süreç içerisinde sosyal medyayı kullanım yoğunluklarını, kullanım tarzlarını tespit etmek ve bu doğrultuda sosyal ağların işe alım sürecinin hangi aşamalarında ne ölçüde kullanıldığı ve etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Anket
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Rolü ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama	İstanbul'da perakende (tekstil) sektöründe faaliyet gösteren işletmelerimizin sosyal medya uygulamalarının işe alım üzerindeki rolü ve etkisi araştırılarak son yılların güncel ve aynı zamanda araştırma açısından kısıtlı olan bu alanda yapılan çalışmalara katkı sağlamak amaçlanmıştır.	Anket
İnsan Kaynakları Uzmanlarının İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin İncelenmesi	İnsan kaynakları uzmanlarının seçme ve yerleştirme sürecinde sosyal medya kullanım özelliklerini ölçümlemek, kuşaklara ve demografik özelliklere göre farklılıklarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.	Anket

İnsan Kaynakları Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı: Konya İlinde Bir Araştırma	Konya ili sınırlarında farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler insan kaynakları faaliyetlerini yürütürken sosyal medya kullanımının etkisini ölçmek amaçlanmıştır.	Anket
İşgören İstihdamında Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolünün Adaylar Üzerindeki Etkisi	İşgören istihdamında sosyal medyanın rolünün adaylar üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda adayların bu konu hakkındaki görüşleri öğrenilerek sosyal medya hesaplarında özdenetim uygulamaya yönelmeleri üzerinde durulmuştur.	Anket
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü	İnsan Kaynakları yönetiminde, işe alım süreçlerinde sosyal medyanın nasıl bir etkisi olduğunu ortaya çıkartmaktadır.	Anket
İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü	İnsan kaynakları yöneticilerinin işe alımlarda sosyal medya kullanımında demografik özelliklerin rolü araştırılmaktadır.	Anket
Sosyal Medyanın İşe Alımlarda Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	Önemi giderek artan sosyal medyanın işe alımlarda etkililiğinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda insan kaynaklarında çalışan ve görevi işe alım olan personellerin işe alımda hangi sosyal medya araçlarını kullandığı, sosyal medyanın işe almıcılara maliyet, aday kalitesi, işe alım süresi gibi unsurlarda ne ölçüde katkı sunduğu tespit edilmeye çalışılacaktır.	Anket
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörün Üzerinde Bir Araştırma	Havacılık sektöründe işe alım süreçlerinde, sosyal medya araçlarının kullanımı ve aralarındaki bağlantı incelenmiştir. Sosyal medya kanallarının adaylarının kullanım oranlarına ve yaş aralıklarına bakılarak da büyük bir kesimi kapladığı ve sosyal medya kanallarıyla birçok hedef kitleye ulaşabileceği kanıtlanmaya çalışılmıştır.	Anket
Seçme ve Yerleştirme Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımı	Sosyal medyanın işe alım sürecinde insan kaynakları profesyonelleri tarafından kullanımını ve devam eden süreç içerisinde alınan sonuçların ortaya koyulması amaçlanmıştır.	Anket

Elektronik İşe Alım Sürecinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı ve Bir Uygulama	İşe alım süreçlerinde sosyal medya kullanımının işletmeler açısından geleneksel işe alım sürecine göre avantajları ve etkilerini, insan kaynakları çalışanları açısından ise yaşanan zorluklara ve ileriye dönük planlara ulaşılması amaçlanmıştır.	Mülakat
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Seçimin Kullanımı: Ankara İlinde Bir Uygulama	Ankara ilindeki işletmelerin işe alım süreçlerinde sosyal medya araçlarını hangi oranla, hangi alanlarda ve hangi sosyal medya araçlarını kullandıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır.	Anket
Personel Bulma ve Seçme Süreçlerinde Sosyal Medya Ağlarının Rolü: X ve Y Kuşakları Açısından Bir İnceleme	Sosyal medyanın personel bulma ve seçme süreçlerinde kullanım sıklığının, işe alım faaliyetlerinde yer alan kişilerin dâhil oldukları kuşaklar açısından farklılık derecesini ortaya koymak amaçlanmaktadır.	Anket
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya ile Dijital Ortamların Y Kuşağına Etkisi ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Beklentileriyle Karşılaştırmalı Analiz		Anket
Sosyal Medyada İnsan Kaynakları Uygulamalarının Genel Görünümü: İnsan Kaynakları Profesyonelleri Üzerinde Bir İnceleme	İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi ve İK çalışanlarının sosyal medyadan ne ölçüde yararlandığını araştırmaktadır. Ayrıca insan kaynakları yönetiminde sosyal medya kullanımının avantajlarını ortaya koymayı da amaçlamaktadır.	Anket
İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Önemi: Sanayi İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma	Sosyal paylaşım siteleri ile işe alım süreci arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve işletmelerin bu süreçte izledikleri yolu ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır.	Mülakat
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı, Konya Örneği	Konya ilinde bulunan insan kaynakları yöneticilerinin sosyal medyayı İKY de kullanım sıklıkları, avantajlarını, dezavantajlarını belirlemek ve konu hakkındaki farkındalıklarını belirlemek amaçlanmaktadır.	Anket
Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Temin ve Seçim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: Kuşadası Örneği	Kuşadası'nda bulunan konaklama işletmelerindeki İK yöneticilerinin iş gören bulma ve seçme sürecinde sosyal medya kullanımı hakkında deneyim ve düşüncelerini tespit etmek amaçlanmaktadır.	Mülakat

Çalışma dahilinde ele alınan 21 lisansüstü tezin Tablo 6'da görüldüğü gibi amaçları ve çalışma yöntemleri incelenmiştir. Amaçları metinsel olarak tablo içine yerleştirilerek konu üzerinde araştırma yapan arkadaşlar için özetleyici kaynak

oluşturulmuştur. Buna ek olarak Tablo 6’da yer alan bir diğer sınıflandırma olan tezlerin yöntemlerine göre dağılımları aşağıda yer alan Tablo 7’deki gibidir.

Tablo 7: Lisansüstü Tezlerin Yöntemlerine Göre Dağılımları

Yöntem	Sayı
Anket	17
Derinlemesine görüşme	1
Mülakat	3
Toplam	21

Yukarıda verilen Tablo 7’de lisansüstü tezlerin yöntemlerine göre dağılımları belirtilmiştir. Buna göre incelenen 21 lisansüstü tezdten 17’si anket yöntemi ile 1’i derinlemesine görüşme yöntemi ile 3’ü ise mülakat yöntemi ile çalışmayı gerçekleştirmiştir.

Tablo 8: 2012-2023 yılları arasındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının sonuçları

Tezin Adı	Sonuç
Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği	İşe alım süreçlerinde sosyal medya araçlarının bir strateji dâhilinde ve uygun bir içerikle kullanılması işletmelerin adaylara ulaşmasını kolaylaştırıcı ve taraflar arasında var olan bilgi asimetrisini azaltabilecek bir unsur olduğu değerlendirilmiştir.
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Örnek Bir Çalışma	İnternetin bu denli büyük bir evrene yelpaze açıyor olması firmalarda insan kaynakları uzmanlarının çıkarılan iş ilanlarında klasik yöntemlerini kullanıyor olmalarının yanı sıra kendilerine yeni alanlar açarak sanal âlemin kullanım alanının giderek arttığının habercisi yönündedir.
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma	İşletmelerin işe alımlarda %79,2 oranla sosyal medya araçlarını kullandığı tespit edilmiştir. Facebook ve kariyer siteleri kullanılan araçlar olarak saptanmıştır. Kariyer siteleri diğer araçlardan daha hızlı ve daha kolay olması sebebiyle öne çıkmaktadır.
İnsan Kaynakları Temininde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	İşe alımlarda sosyal medya araçları kullanımının arttığı, işletmelerin çoğunluk olarak LinkedIn platformunu kullandığı, işletmelerin sosyal medya kullanımında kendilerini geliştirmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca adayların sosyal medya hesaplarındaki profillerinde yaptıkları paylaşımların içerikleri, kendileri için elenme kriteri olarak değerlendirmeye alındığı sonucuna da ulaşılmıştır.
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Rolü ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama	Stratejik insan kaynakları yönetiminin hedeflerine erişmek için öncelikli olarak gerçekleştirmesi beklenen evre "İşe Alım" süreci olarak belirlenmiştir. Bu faktöre bakıldığında; doğru elemana doğru zamanda ulaşmak nihayetinde yetenekli elemanın bulunması, işletme içerisinde görevlendirilmesi kritik nokta olarak saptanmıştır. Tüm bunlar yerine getirilirken izlenmesi gereken yol haritasında atılan adımlar hata payı içermemekle beraber olabildiğine hızlı bir gidişatı içeren faaliyetler dizisi olma yönünde rol oynamaktadır. İzlenen adımların öncülüğünde; doğru kişiye ulaşmak, doğru iş için doğru elemanın yerleştirilmesi yetenek ve ilgi alanları ile bağdaştırılması anahtar noktadır. Göz ardı edilmemesi gereken kişi özellikleri sosyal platformların doğru şekilde incelenmesi, sonuçların analiz edilmesinde yardımcı olacaktır. Kişilerin yaptıkları paylaşımlar yer verdikleri içerikler kişilik çözümlemesinde etkili olabileceği gibi işe yeni alınacak adayların işe olan uyumunu anlamada yardımcı olacaktır. Sosyal medyanın sadece Facebook ve Twitter'da eğlence video paylaşımlarının yapılması buz dağının görünen yüzü gibi durmaktayken LinkedIn ise web ağlarının genişletilmesi aşamasında konumunu farklılaştırdığı unutulmamalıdır.

İnsan Kaynakları Uzmanlarının İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin İncelenmesi	Ulaşılan bulgulara göre işe alım uzmanlarının, adayların sosyal medya paylaşımlarına verdikleri tepkilerin kuşaklara, cinsiyete, öğrenim durumuna ve iş değiştirme yılına göre farklılıklar gösterdiği görülmüştür.
İnsan Kaynakları Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı: Konya İlinde Bir Araştırma	Araştırma bulgularından yola çıkılarak insan kaynakları performansına etki eden en büyük faktörün işe alım sürecinde sosyal medya kullanımının olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında ise işletmelerin sosyal medya platformlarında genel hesapları bulunmaktadır ancak insan kaynakları birimlerine ait sosyal medya hesapları bulunmadığı görülmüştür.
İşgören İstihdamında Sosyal Medyanın İşe Alım Sürecindeki Rolünün Adaylar Üzerindeki Etkisi	İş gören istihdamında sosyal medya platformlarının rolünün iş görenler üzerindeki etkisi bağlamında iş görenlerin iş başvurusu sürecinde sosyal medya hesaplarında düzenlemeye gitmek zorunda kaldıkları, başkaları tarafından etiketlendikleri fotoğraf ve videoları yayınlamakta kısıta gittikleri, ilgilerini çeken siyasal grup, sayfa, kişi ve fikirlerini şirket politikalarına aykırı olur düşüncesiyle sosyal medya hesaplarında paylaşmaktan kaçındıkları ve çalışma alanı kamu sektörü olanların, özel sektör olanlar ile benzer oranda ve benzer şekillerde sosyal ağ hesaplarında düzenleme yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.
İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü	Her on şirketten yedisinin işe alımlarda sosyal medya araçlarını etkili bir şekilde kullandığı, iş arayan kişilerin de yarısı iş arama ve başvurularını sosyal medya üzerinden yapıldığı ortaya çıkmıştır. Özellikle işe alım süreçlerinde sosyal medya önemli bir referans olarak görülmektedir. Aday personelin özgeçmişinde belirtmiş olduğu eğitim ve diğer bilgilerin doğruluğunun kontrolü sağlanması sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleşmektedir.
Sosyal Medyanın İşe Alımlarda Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma	İşe alım personellerinin demografik özelliklerine bakıldığında cinsiyetlerinin, eğitim durumunun, çalışma sürelerinin ve yaş aralığının işe alım süreçlerinde sosyal medya kullanımına herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. İşe alım personellerinin yaşlarının 30 ve üzeri olmasından dolayı ilişki çıkmamasının bununla ilgili olduğunu düşünülebilir. Sosyal medyayı işe alım süreçlerinde araştırma ve kabul süreçlerine dâhil ettiği bulgulanmıştır. İşe kabul sürecinde adayın sosyal medya profiline bakarak eleme yapıldığı belirtilmiştir. Sosyal medya platformlarına bakıldığında LinkedIn kullanımının diğer platformlarla kıyaslandığında yaygın olarak kullanıldığı görülmüştür. Sosyal işe alımın maliyet tasarrufu sağlaması, aday kalitesini yükseltmesi ve başvuru yapan aday sayısını artırması nedenleriyle tercih edildiği bulgularınken, işe alım süresi ve referans sayısı bakımından herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür.

İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü	Yapılan araştırmaların ışığında adayların yaş aralıkları, cinsiyetleri, medeni durumlar, eğitim düzeyleri ve kıdem faktörleri gibi demografik nitelikler ile sosyal medya arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ancak görev statüsü ile karşılaştırıldığında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörün Üzerinde Bir Araştırma	Yapılan araştırmada ortaya çıkan sonuçlar hem yöneticiler hem adaylar tarafından değerlendirilerek ortaya konulmuştur. Anket yolu ile bilgi toplanan çalışmada çıkan sonuç firmaların sosyal medya ile işe alıma büyük bir kitle olarak bu yeni kavrama adapte olduklarını, doğru içerik ve bilgiler ile daha sağlıklı sonuçlara ulaşılacağını ortaya koymaktadır.
Seçme ve Yerleştirme Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımı	Bulgular ışığında insan kaynakları profesyonellerinin sosyal medyayı sıkça kullanmaya başladığı görülmektedir. Bununla beraber sosyal medyanın iş hayatında ve işe alım süreçlerinde yerini sabitleştirmesi için biraz daha süre geçmesi gerektiği gözlemlenmektedir.
Elektronik İşe Alım Sürecinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı ve Bir Uygulama	Elde edilen verilere göre işletmeler, geleneksel işe alım süreçlerini sosyal medyaya oranla daha sık kullanmaktadır. İşletmelerin bazıları maliyetlerden dolayı sosyal medya üzerinden yürütülen işe alım süreçlerine yatırım yapamadıkları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra büyük ölçekli işletmelerin küçük ölçekli işletmelere göre sosyal medyayı daha fazla kullandıkları ortaya çıkmaktadır.
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Seçiminin Kullanımı: Ankara İlinde Bir Uygulama	18 farklı sektör üzerinde yürütülen çalışmada işletmelerin, işe alım sürecinin tüm aşamalarında sosyal medya araçlarından düzenli olarak yararlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.
Personel Bulma ve Seçme Süreçlerinde Sosyal Medya Ağlarının Rolü: X ve Y Kuşakları Açısından Bir İnceleme	Y kuşağı insan kaynakları profesyonellerinin personel bulma süreçlerinde sosyal medyayı kullanıma X kuşağı profesyonellerine göre daha yatkın olduğu lakin personel seçme süreçlerinde sosyal medya kullanma yatkınlığı hususunda kuşaklar arası çok bir farklılık olmadığı tespit edilmektedir. Personel bulma ve seçme faaliyetlerinde sosyal medya platformlarının kullanımının yaygın olarak kullanıldığı da ortaya koyulmaktadır.
İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya ile Dijital Ortamların Y Kuşağına Etkisi ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Beklentileriyle Karşılaştırmalı Analiz	Sosyal medya ve diğer dijital yöntemlerin işe alım süreçlerinde kullanımına Y kuşağının bakış açısıyla İK çalışanlarının bakış açılarının farklı olmadığı ve ileri dönemlerde, işe alım yöntemlerinde kullanacakları dijital araçların ve sosyal medya platformlarının aynı doğrultuda olacağı sonucuna varılmaktadır. Ayrıca İK çalışanları Y kuşağı çalışanlarla aynı düşünce yapısına sahip olmaları işe alım süreçlerini geliştirecek ve etkili ve verimli işe alım süreci kurulmasına yardımcı olacağı sonucuna da varılmaktadır.

Sosyal Medyada İnsan Kaynakları Uygulamalarının Genel Görünümü: İnsan Kaynakları Profesyonelleri Üzerinde Bir İnceleme	Sosyal medyanın insan kaynakları yönetimi uygulamaları arasından işe alım süreci haricindeki fonksiyonlar üzerinde öğretici etki oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. İşe alım sürecini yürütürken, ilan yayınlama, adayları kuruma çekme ve aday bulmada sosyal medya araçlarından direk olarak yararlanılmakta olduğu tespit edilmiştir.
İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Önemi: Sanayi İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma	Araştırma kapsamındaki işletmelerin sosyal paylaşım sitelerini aday hakkında veri toplamak amacıyla kullandığı sonucuna varılmaktadır. Öncelikli olarak tercih edilen platformun LinkedIn olduğu ve işletmelerin iş arayan potansiyelleri aday havuzuna eklemek için sosyal medya araçlarını kullandığı tespit edilmektedir. Adaylara doğrudan ulaşma, zaman tasarrufu, maliyet unsurları gibi avantajları olduğu ortaya koyulmaktadır.
Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı, Konya Örneği	Elde edilen verilere göre sosyal medya kullanımı insan kaynakları performansını pozitif yönde etkilemektedir.
Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Temin ve Seçim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: Kuşadası Örneği	Personel bulma ve seçme sürecinde sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasına rağmen yetersiz kaldığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Beş yıldızlı otellerde çalışan sayısının çokluğunu göz önüne alarak personel bulma ve seçme süreçlerinde sosyal medyanın daha yaygın olarak kullanılması gerektiğinden söz edilmektedir.

Çalışma kapsamında analiz edilen lisansüstü tezlerinin sonuç bölümleri Tablo 8'de yer almaktadır. Bu tablo oluşturulurken incelenen tezlerin sonuç bölümleri analiz edilerek, araştırmacının çalışmanın sonunda vardığı sonuçlar incelenerek gelecek çalışmalara ışık tutmak amacıyla tez isimlerinin yanlarına yerleştirilerek mevcut konu hakkında araştırma yapmak isteyen araştırmacılara yardımcı olması amacıyla oluşturulmuştur.

SONUÇ

Sosyal medya yakın geçmişte varlığını gösteren ve günümüze kadar gelen süreçte insanlar arasında etkileşimi sağlayan en önemli araç haline gelmiştir. İnsan kaynaklarının bir fonksiyonu olan işe alım sürecinde de sosyal medyanın kullanımı yaygın hale gelmektedir. Buradan yola çıkılarak işe alım süreçlerinde sosyal medyanın etkilerini inceleyen çalışmaların önemi artmaktadır. Bu çalışmada da işe alım süreçlerinde ve sosyal medya araç kullanımlarını ele alan akademik çalışmalar incelenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bilgiler niteliklerine göre ayrıştırılarak araştırma konusu hakkında daha sonralarda çalışma yapacak olan araştırmacılara yardımcı olması amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Ulusal Tez Merkezi'nin veri tabanında kayıtlı olan tezler belirli filtreler kullanılarak araştırmanın veri havuzu oluşturulmuştur. Sosyal medya ile işe alım süreci arasındaki etkileşimi araştıran çalışmalar analiz edilerek içerikleri incelenmiştir. Veri havuzu Ulusal Tez Merkezi veri tabanına kayıtlı olan lisansüstü tezlerinin başlıklarında “işe alım” ve “sosyal medya” terimlerini bir arada içermesi, Türkçe dilinde yazılmış olması, izinli olması, 2012-2023 yılları arasında yayınlanmış olması seçenekleri işaretlenerek yapılan tarama sonucunda elde edilen lisansüstü tezleri ile oluşturulmuştur. Veri havuzu içerisinde bulunan lisansüstü tezleri içerik analizi yöntemi uygulanarak tez adı, yayın yılı, yazıldığı üniversite adı, danışman unvanı, çalışma düzeyi, amaç, yöntem ve sonuç olmak üzere çeşitli faktörlerde analiz edilerek sınıflandırılmıştır.

Uygulanan filtrelerle gerçekleştirilen 2012-2023 yılları arasında yayınlanmış olan 21 lisansüstü teze ulaşılmıştır. Ulaşılan lisansüstü tezleri üzerinde içerik analiz gerçekleştirilmiştir. Analizde yer alan çalışmaların tümü yüksek lisans düzeyinde yazılmış olan tezlerdir. Tez başlıkları incelendiğinde, araştırmaların bir kısmı konuyu genel olarak ele alırken, bir kısmı da araştırma evreninde örneklemi şehir bazlı olarak ele almış sektörel olarak da daraltmıştır (Örneğin “Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Rolü ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama”, “İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma”, “İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörün Üzerinde Bir Araştırma”.) ya da

çalışanların statüsüne göre demografik özellikleri ele alınmıştır (Örneğin “İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü”).

Konu ile ilgili ilk çalışma 2012 yılında yayınlanmıştır. Bir sonraki çalışma 2014 yılında gerçekleşmiştir. Yıllara göre nispeten ağırlıklı olarak 2018 yılında çalışma (7 tez) yayınlanmıştır. Çalışmamın zamansal kapsamında 2023 yılı da dahil edilmiş ve 2023 yılında konuyla ilgili bir adet çalışma yayınlanmıştır. Tüm çalışmalar (21 tez) incelendiğinde araştırma yönteminin dağılımı çoğunlukla (17 tez) nicel araştırma yöntemi olan anket yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. Diğer dört tez nitel araştırmalarda tercih edilen derinlemesine görüşme (1 tez) ve mülakat (3 tez) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

İşe alım sürecinde sosyal medya etkilerini inceleyen lisansüstü tezlerin araştırma sonuçlarında genel olarak sosyal medyanın işe alım süreçlerinde yaygın olarak kullanıldığı sonucuna varılmaktadır. Sosyal medya aracını tercih eden işletmelerin çoğunluğu işe alım sürecinde, süreç yönetimine yardımcı, kolaylaştırıcı ve daha çok hızlandırıcı etkisinden dolayı kullanmakta ve yararlanmaktadır. İşe alım süreçlerinde klasik yöntemlerin yanında sosyal medya kullanımının aracı bir unsur olarak tercih edilmesinde bilgi asimetrisini azaltması önemli bir referans olarak görülmektedir. Örneğin, 2014 yılında yayınlanan “İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanılması: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma” konu başlıklı tezin ulaştığı sonuçta işletmelerin işe alımlarda %79,2 oranla sosyal medya araçlarını kullandığı tespit edilmiştir. 2018 yılında ise yayınlanan insan kaynakları yönetiminde işe alım süreçlerinde sosyal medyanın rolünü inceleyen araştırmanın sonucunda “Her on şirketten yedisinin işe alımlarda sosyal medya araçlarını etkili bir şekilde kullandığı, iş arayan kişilerin de yarısı iş arama ve başvurularını sosyal medya üzerinden yapıldığı ortaya çıkmıştır.” Böylelikle farklı yıllarda yayınlanan iki tezin sonucunda yer verilen araştırma bulgularının oransal olarak birbiri ile yakın olduğu ve tutarlılık gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

11 yıllık süreç içerisinde işe alım süreçlerinde sosyal medya etkilerinin işletmeler ve bilimsel yönetim çalışmalarında göz ardı edilmediğini, sosyal medya kavramına uzak kalınmadığını işletmeler tarafından sosyal medya aracı unsuruna kavramsal olarak adapte oldukları bilgisine ulaşılmaktadır. Ancak araştırma

yöntemlerinde nitel araştırmalara daha çok yer verilerek konu üzerindeki araştırma derinleştirilebilir. Ayrıca literatürde akademik anlamda işe alım süreçlerinde dikkat edilmesi gereken sosyal medya etkilerinin dezavantajlarından olan gizlilik ihlali, bilgilerin doğruluğu vb. etik kullanım konusunda işletmeler açısından pratiğe uyarlanması için farkındalık yaratacak araştırmalara daha sık yer verilebilir.



KAYNAKÇA

- Acar, Ö. (2010). Bankalarda İşe Alım Süreci: Kamu Bankaları ve Özel Bankalarda Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ahmedova, G. (2018, Mart). İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Akman, S., & Özer, S. (2019). Sosyal Medya ve İşe Alım Süreçleri: Türkiye'de Bir Araştırma. *İş Ahlakı Dergisi*, 18(2), s. 219-236.
- Akyol, H. (2022). İnsan Kaynakları İşe Alım Süreci: Bankacılık Sektörü Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. *Açık Bilim*, 10(1), 1-15.
- Alanlı, A. (2022). İnsan Kaynakları Yönetiminin Tarihsel Gelişimi. *1(1)*, 53-72. Süleyman Demirel Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi Dergisi.
- Altan Tekin, R. (2022). Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı, Konya Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: KTO Karatay Üniversitesi.
- Altınel, H. (2015). *İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği* (s. 10). içinde Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başalan, B. (2021). İşe Alım Sürecinde İşgören Temininin Dijital Dönüşümü Üzerine Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayat, B. (2008). İnsan Kaynakları Yönetiminin Stratejik Niteliği. *3(10)*. Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.
- Bayburt Gürsel, D. B. (2019). İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya ile Dijital Ortamların Y Kuşağına Etkisi ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Beklentileriyle Karşılaştırmalı Analizi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Okan Üniversitesi.
- Benli, M. (2014). İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Örnek Bir Çalışma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Bolat, G. (2019). Sosyal Medyanın İşe Alımlarda Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükdağ, M. (2022). *İşe Alım Süreçleri*. Ankara: Nobel Yayınları.

- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2019). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (24 b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, H., & Kavuncubaşı, Ş. (2005). İnsan Kaynakları Yönetimi. 5., 328-329. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Coşkun, F. A. (2018). Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Seçiminde Kullanımı: Ankara İlinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ufuk Üniversitesi.
- Cüçüoğlu, A. (2013). Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerindeki Etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2), 227-240.
- Çelik, H. (2018). Seçme ve Yerleştirme Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımı. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi.
- Çevik, N. B. (2021). İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Faktörü: Havacılık Sektörü Üzerinde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, G. (2020). İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Önemi: Sanayi İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Denizli, A. (2019). İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanımının Etkileri: Bir Araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 14(2), 297-320.
- Erdal, M. (2018). Personel Bulma ve Seçme Süreçlerinde Sosyal Medya Ağlarının Rolü: X ve Y Kuşakları Açısından Bir İnceleme. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Erdemli, M. T. (2012). Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erhan, E. (2018). İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İşe Alımlarda Sosyal Medya Kullanımında Demografik Özelliklerinin Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, M., & Özkan, M. (2009). *Örgütsel Davranış Üzerine Güncel Çalışmalar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gümüş, B. (2005). İş Analizinin İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından Önemi ve Diğer İnsan Kaynakları Fonksiyonları İle Olan İlişkisi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Harvey, M. G., & Novicevic, M. M. (2009). *Strategic Human Resource Management: A Competitive Advantage Approach*. New York: Routledge.

- Jamrog, J. J., & Overholt, M. H. (2004). Building A Strategic HR Function: Continuing The Evolution. *Human Resource Planning*, 27(1), 51-62.
- Kaplan, A. A., & Norton, D. P. (2006). *Strateji Yönetim: Temel Kavramlar, Uygulamalar ve Durum Analizleri*. İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *53(1)*, 59-68. Business Horizons.
- Kara, Ö. (2017). İnsan Kaynakları Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımı: Konya İlinde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Küçükaya, B. (2006). *İşe Alım ve Personel Seçme Teknikleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Öz, M. K. (2014). İşe Alım Sürecinde Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya İlinde Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özçelik, S. (2020). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özdemir, A. (2023). *Yetenek Planlaması* (s. 10). içinde İstanbul: Beta Yayınları.
- Öztürk, M., & Öztürk, A. (2021). İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanımının Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 129-146.
- Sunar, G. (2019). İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İşe Alım Sürecinin Analizi ve Örnek Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Karabük: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şan, S. Y. (2017). İnsan Kaynakları Uzmanlarının İşe Alım Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taş, H. (2020). Sosyal Medyada İnsan Kaynakları Uygulamalarının Genel Görünümü: İnsan Kaynakları Profesyonelleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Tatar, B. (2023). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Temin ve Seçim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: Kuşadası Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Tüfekçi, Ö. F. (2015). İnsan Kaynakları Temininde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Konuya İlişkin Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

- Türkoğlu, Y. A. (2013, Ocak 17). *Facebook Graph Search: Yeni İŖe Alım Aracı*. Ocak 08, 2024 tarihinde comTalks: <https://comtalks.com/2013/01/17/facebook-graph-search-yeni-ise-alim-araci/> adresinden alındı
- Wikipedia. (2024). Wikipedia: <https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn#> adresinden alındı
- Yalçın, M. (2023). *İŖe Alım Süreçleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yılmaz, M. (2018). İŖgören İstihdamında Sosyal Medyanın İŖe Alım Sürecindeki Rolünün Adaylar Üzerindeki Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, M. (2019). *İŖe Alım Süreçlerinde Psikoteknik Testlerin Kullanımı*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yılmaz, P. (2015). Sosyal Medyanın İnsan Kaynakları Yönetiminde İŖe Alım Süreci Üzerindeki Rolü Ve Etkisi: İstanbul Avrupa Bölgesi Perakende Sektöründe Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yücel, Ç. P. (2018). Elektronik İŖe Alım Sürecinde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı ve Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: 2012-2023 yıllarındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmaları	40
Tablo 2: Lisansüstü tezlerin yayın yılına göre dağılımları	42
Tablo 3: Lisansüstü tezlerin yazıldığı üniversitelere göre dağılımları.....	43
Tablo 4: 2012-2023 yıllarındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının danışman unvanı ve çalışmaların düzeyleri.....	44
Tablo 5: Lisansüstü tez danışmanlarının unvanlarına göre dağılımları	46
Tablo 6: 2012-2023 yılları arasındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının amaç ve yöntemleri	47
Tablo 7: Lisansüstü Tezlerin Yöntemlerine Göre Dağılımları	50
Tablo 9: 2012-2023 yılları arasındaki işe alım sürecinde sosyal medya etkilerini araştıran tez çalışmalarının sonuçları	51

ŞEKİLLER LİSTESİ

Resim 1: Facebook graph search özelliği..... 36



ÖZGEÇMİŞ

Enes ÇELİK, 06.11.1995 yılında Sakarya’da doğdu. İlk ve orta öğrenimini Erenler Ali Dilmen okulunda tamamlamasının ardından, 2009 yılında Fatih Endüstri ve Meslek Lisesine başladı ve 2013-2014 eğitim öğretim yılında Motorlu Araçlar Teknolojisi bölümü Elektro-Mekanik alanından mezun oldu. Ön lisansını 2014-2015 ve 2015-2016 öğretim yılları arasında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Yönetim ve Organizasyon bölümünde tamamladıktan sonra dikey geçişle 2016-2017 eğitim öğretim döneminde Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesine geçiş yapmıştır. 2019 yılında düzenlenen I. Ulusal Safranbolu Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresinde “Her Alan Bana Ait” adlı bildiri sunmuştur. 2019-2020 eğitim öğretim döneminde Lisans öğrenimini 4’lük sistemde 3,01 ortalama ile tamamlamıştır. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Karabük Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans öğrenimine başlamıştır. Şu an Sakarya’da bulunan bir fabrikada üretim planlama ofisinde çalışmaktadır.