



BALIKESİR UNİVERSİTESİ BANDIRMA FAKÜLTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

BIALYSTOK UNIVERSITY OF FINANCE AND MANAGEMENT

9TH INTERNATIONAL CONFERENCE: NEW PERSPECTIVES IN TOURISM AND HOSPITALITY

25-27 September, 2014, Burhaniye, Turkey

BOOK OF PROCEEDINGS

EDITOR-IN-CHIEF

PROF. DR. ERDOĞAN KOÇ

EDITORS

ASSOC. PROF. DR. HASAN ABDİOĞLU

ASSIST. PROF. DR. RECEP KILIÇ

**HONORARY PRESIDENT
PROF.DR. MAHİR ALKAN,
Rector,
BalıkesirUniversity**

ISBN : 978-975-6993-19-4

Bahkesir University, Bandırma Faculty of Economics and Administrative Sciences

The authors are solely responsible for the contents of their papers published in this book of proceedings. The conference organizers and editors may not be held liable for any loss, damage, expense, costs or liability whatsoever which may be incurred. No parts of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or any information storage and retrieval system, without the prior permission in writing. In the case of academic use of any material published in this book of proceedings the source of the relevant material must be properly acknowledged and referenced.

tour man 2014

SCIENTIFIC COMMITTEE *

Professor Erdoğan Koc, Conference Chair
Professor Abraham Pizam, University of Central Florida, USA
Professor Ahmet Öztürk, University of Finance and Management in Białystok, Poland
Professor Akın Aksu, Mediterranean University
Professor Alan Fyall, Bournemouth University, UK
Professor Arch Woodside, Boston College, USA
Professor Atilla Yüksel, Adnan Menderes University
Professor Aypar Uslu, Marmara University
Professor Benan Orbay, Doğu University
Professor Cengiz Yılmaz, Middle East Technical University
Professor Cevdet Avcıkurt, Balıkesir University
Professor Cevat Tosun, Gazi University
Professor Cihan Çobanoğlu, University of South Florida, Sarasota, USA
Professor Clayton Barrows, University of New Hampshire, USA
Professor Dimitrios Buhalis, Bournemouth University, UK
Professor Doğan Gürsoy, Washington State University, USA
Professor Elif Çepni, Bahçeşehir University
Professor Ercan Gegez, Marmara University
Professor Ercan Sırakaya Türk, University of South Carolina, USA
Professor Fevzi Okumuş, University of Central Florida, USA
Professor Halil Seyidoğlu, Doğu University
Professor Hüseyin Kanbir, Orhangazi University
Professor Irfan Arıkan, University of Applied Sciences Krems, Austria
Professor İlker Parasız, Turkish Central Bank
Professor Józef Szablowski, University of Finance and Management in Białystok, Poland
Professor Kazimierz Meredyk, University of Finance and Management in Białystok, Poland
Professor Kenan Aydın, Yıldız Technical University
Professor Levent Altınay, Oxford Brookes University, UK
Professor Lütfihak Alpkın, Gebze Institute of Technology
Professor Maria Dolores Alvarez, Boğaziçi University
Professor Marianna Sigala, University of the Aegean, Greece
Professor Mehmet Arslan, Balıkesir University
Professor Metin Kozak, Dokuz Eylül University
Professor Nazan Günay, Aegean University
Professor Necdet Hacıoğlu, Balıkesir University
Professor Nimet Uray, Istanbul Technical University
Professor Nüzhet Kahraman, Istanbul Commerce University
Professor Orhan Batman, Sakarya University
Professor Osman Karatepe, Eastern Mediterranean University, KKTC
Professor Özkan Tütüncü, Dokuz Eylül University
Professor Sahavet Gürdal, Marmara University
Professor Salih Kuşluvan, Istanbul Medeniyet University
Professor Selime Sezgin, Bilgi University
Professor Ulrike Gretzel, University of Queensland, Australia
Associate Professor Çağatan Taşkın, Uludağ University
Associate Professor Helena Reis, University of Algarve, Portugal
Associate Professor Murat Doğdubay, Balıkesir University
Associate Professor Nihat Kaya, Gebze Institute of Technology
Associate Professor Sima Nart, Sakarya University
Associate Professor Yusuf Aymankuy, Balıkesir University

* in alphabetical order

ORGANIZING COMMITTEE

Professor Edip Örucü, Balıkesir University
Professor Mehmet Arslan, Balıkesir University
Professor Oktay Öksüzler, Balıkesir University
Associate Professor Cüneyt Akar, Balıkesir University
Associate Professor Hasan Abdioğlu, Balıkesir University
Associate Professor M. Emin Akkılıç, Balıkesir University
Associate Professor M. Oğuzhan İlban, Balıkesir University
Associate Professor Sedat Azaklı, Balıkesir University
Associate Professor Sedat Yumuşak, Balıkesir University
Assistant Professor Aydın Okuyan, Balıkesir University
Assistant Professor Burcu İ. Kılıç, Balıkesir University
Assistant Professor Ertan Demirkapı, Balıkesir University
Assistant Professor Fatih Koç, Balıkesir University
Assistant Professor Ferhat Topbaş, Balıkesir University
Assistant Professor Gülnil Aydın, Balıkesir University
Assistant Professor İlkay Taş, Balıkesir University
Assistant Professor Metin Uluköy, Balıkesir University
Assistant Professor Nida Abdioğlu, Balıkesir University
Assistant Professor Recep Kılıç, Balıkesir University
Assistant Professor Sabriye Çelik Uğuz, Balıkesir University
Assistant Professor Volkan Özbek, Balıkesir University
Dr. Evren İpek, Balıkesir University
Dr. Ömür Kızılgöl, Balıkesir University
Lecturer. Ayşegül Yıldırım, Balıkesir University
Lecturer Cemal Çelik, Balıkesir University
Lecturer Hakan Boz, Balıkesir University
Lecturer. H. Hüseyin Yıldırım, Balıkesir University
Lecturer Metin Akbulut, Balıkesir University
Lecturer Muammer Bezirgan, Balıkesir University
Lecturer Yasin Nuri Çakır, Balıkesir University
Research Assistant Ayça Özekin, Balıkesir University
Research Assistant Çağrı İzci, Balıkesir University
Research Assistant Devran Deniz, Balıkesir University
Research Assistant Emin Öztürk, Balıkesir University
Research Assistant Musa Bayır, Balıkesir University
Research Assistant Selda Lisan, Balıkesir University
Research Assistant Sercan Hatipoğlu, Balıkesir University
Research Assistant Sinem Atay, Balıkesir University
Research Assistant Tahir Şeker, Balıkesir University
Research Assistant Vahit Handar, Balıkesir University
Research Assistant Zeynep Arıöz, Balıkesir University

CONFERENCE SECRETARIES

Res. Assist. Çağrı İzci
Res. Assist. Devran Deniz

CONTENTS *

	TITLE	PAGE NUMBER
32	HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE İLETİŞİM KANALLARININ İŞVEREN MARKASINA YÖNELİK OLARAK İKY AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ <i>Mustafa ŞEKER, Ümit ŞENGEL, Salim İBİŞ</i>	392
33	ÇEVREYE DUYARLI OTELCİLİK KAPSAMINDA YEŞİL YILDIZ UYGULAMASI: ANTAKYA GÜNGÖR OTTOMAN PALACE ÖRNEĞİ <i>Melahat YILDIRIM SAÇILIK, Samet ÇEVİK</i>	404
34	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA TURİZMDE MEVSİMSELLİK OLGUSUNA GENEL BİR BAKIŞ <i>Yaşar SARI, Orhan YABANCI</i>	415
35	BÖLGESEL OTEL İŞLETMELERİNİN KÜRESEL OTEL İŞLETMELER İLE REKABETTE BİLGİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ÖNEMİ <i>Mustafa ŞEKER, Salim İBİŞ, Ümit ŞENGEL</i>	431
36	İŞE ALIM SÜRECİNDE SOSYAL AĞ WEBSİTELERİNİN KULLANIMI: İSTANBUL'DAKİ BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA <i>Ömer L. MET, Serap ÖZDEMİR GÜZEL, Filiz DALKILIÇ YILMAZ</i>	439
37	TÜKETİCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE ALGILADIKLARI RİSK TÜRLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA <i>Erdem TEMELOĞLU, Sebahattin KARAMAN</i>	449
38	YEREL HALKIN TURİZM ALGISI: AYVALIK ÖRNEĞİ <i>S. Banu YILDIZ</i>	466
39	TÜRKİYE MUHASEBE VE FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARI VE VERGİ MEVZUATINA GÖRE KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MUHASEBE DÜZENİ VE FİNANSAL RAPORLAMA <i>Hasan ABDİOĞLU, Burcu İŞGÜDEN KILIÇ, Ömür KIZILGÖL</i>	482
40	TURİZM İŞLETMELERİNDE SOSYAL SORUMLULUK MUHASEBESİ <i>Ayşe Nur BUYRUK AKBABA</i>	508
41	GELİR YÖNETİMİ UYGULAMALARI: ANKARA'DAKİ OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA <i>Mehmet Selami YILDIZ, Çiğdem GÜR</i>	538
42	TÜROFED ÜYESİ DERNEKLERİN İNTERNET SİTELERİNDE TANITIMA YER VERME DURUMUNUN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ <i>Özge GÜDÜ DEMİRBUŁAT, Gencay SAATÇI, Düriye BOZOK</i>	555

**İŞE ALIM SÜRECİNDE SOSYAL AĞ WEBSİTELERİNİN KULLANIMI:
İSTANBUL'DAKİ BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA**

Yrd. Doç. Dr. Ömer L. MET*

Öğr. Gör. Serap ÖZDEMİR GÜZEL **

Arş. Gör. Filiz DALKILIÇ YILMAZ***

ÖZ

Sürekli değişen iletişim ve bilgi teknolojileri tüm alanlarda olduğu gibi insan kaynakları yönetiminde de değişikliklere yol açmıştır. Özellikle internetin aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte insan kaynakları yönetiminde gerçekleşen tüm işlevler elektronik ortama taşınmıştır. Bu durumda geleneksel işe alım yöntemleri yetersiz kalmaya başlamış, e-işe alım kavramı ön plana çıkmıştır. Son zamanlarda sosyal paylaşım siteleri insan kaynakları yönetiminin ilgisini çekmekte ve özellikle işe alım süreçlerinde önemli ve tercih edilebilir olmaya başlamaktadır. Şirketler sosyal medya kanalları sayesinde iş arayanlara kolaylıkla ulaşabilmekte, ilanlarını paylaşabilmekte ve adaylarla ilgili çeşitli bilgilere ulaşabilmektedir.

Bu çalışmada, otel işletmeleri tarafından işe alım sürecinde sosyal medya kanallarının ne ölçüde kullanıldığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB)'ne üye İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinin işe alım uzmanları ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda otel işletmelerinin işe alım sürecinde sosyal paylaşım sitelerini etkin bir şekilde kullanmadıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *E-İnsan Kaynakları Yönetimi, E-İşe Alım, Sosyal Paylaşım Siteleri.*

**THE USE OF SOCIAL NETWORKING WEBSITES IN THE RECRUITMENT PROCESS:
AN APPLICATION ON FIVE STAR HOTELS IN ISTANBUL**

ABSTRACT

Everchanging information and communication technologies has led to changes in human resource management as well as in all areas. Especially with the introduction of the internet in an

* Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü, omer_met@hotmail.com,

**Maltepe Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, serapozdemir@maltepe.edu.tr

***Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Turist Rehberliği Bölümü, filiz.dalkilic@nevsehir.edu.tr

active way, all functions that occur in human resource management has been moved to electronic environment. In this case, traditional recruitment methods began to be insufficient and the concept of e-recruitment has come to the forefront. Recently, social networking sites attract the attention of human resource management and especially in the recruitment process starts to be important and preferred. Companies through social networking sites can share their job postings, easily accessible to job seekers and variety of information about candidates. In that study, it's aimed to bring about to what extent social networking sites can be used during the recruitment process by the hotel managements. For that purpose, in-depth semi-structured interviews were conducted with recruitment specialist in five stars hotels in Istanbul which are the members of Turkish Hotels& Investors Association (TUROB).As a result of this study, social networking sites are not used effectively in the process of recruitment of hotels.

Keywords: *E-Human Resource Management, E-Recruitment, Social Networking Sites.*

1. GİRİŞ

Sürekli değişen iletişim ve bilgi teknolojileri tüm alanlarda olduğu gibi insan kaynakları yönetiminde de değişikliklere yol açmıştır. Şirketleri de yeni yaklaşımlara yönlendirmiştir. Özellikle internetin aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla insan kaynakları yönetiminde gerçekleşen tüm işlevler elektronik ortama taşınmıştır. Bu durumda geleneksel işe alım yöntemleri yetersiz kalmaya başlamış, e-işe alım kavramı ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan elektronik işe alım (e-işe alım) işletmelerin zamandan tasarruf etmelerini, adaylar tarafından hızlı geri dönüş ve doğru kişiye ulaşabilme fırsatı yaratmaktadır (Öksüz, 2011).

Bu çalışmanın amacı son zamanlarda popüler olan ve geniş bir kullanıcı ağına sahip olan sosyal medya kanallarının, e-işe alım sürecinde ne ölçüde kullanıldığının ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsam doğrultusunda literatürde; elektronik işe alım kavramına, sosyal paylaşım sitelerine, e-işe alım sürecini nasıl ve ne ölçüde etkilediğine, sosyal paylaşım sitelerinin kullanılmasının olumlu ve olumsuz yanlarına değinilmiştir.

2. SOSYAL MEDYA SİTELERİ İLE E-İŞE ALIM

Bilişim teknolojilerinin sürekli gelişmesi ve değişiklik göstermesi artan rekabet koşullarında işletmelerinde bu hızlı değişikliğe uyum sağlamasını gerekli kılmıştır. Özellikle 1990'lardan sonra internetin hayatımıza girmesi diğer alanlarda olduğu gibi insan kaynakları yönetiminde de değişikliklere neden olmuştur. Sonuç olarak insan kaynakları yönetiminin işlevleri elektronik ortamda yapılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan e-insan kaynakları; e-işe alma, e-performans değerlendirme, e-egitim gibi çeşitli konularda hizmet vermektedir (Turhan, 2012).

İnsan kaynakları yönetimin önemli işlevlerinden biri olan “işe alım” da bu değişimlere uyum sağlamak zorunda kalanlardan olmuştur. Dünya trendlerinin değişmesi geleneksel işe alım yöntemlerinin yetersiz kalması sebebiyle işe alım süreci elektronik platforma taşınmıştır.

E-insan kaynakları yönetimi, İnternet’i kullanarak insan kaynakları yönetimi işlemlerini veya faaliyetlerini yönetmektir (Lengnick-Hall & Moritz, 2003: 365). E-insan kaynakları yönetimi kısaca örgütteki insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarının İnternet teknolojisi kullanılarak yönetsel olarak desteklenmesidir (Voermans & Veldhoven, 2007: 887).

Bu bağlamda ön plana çıkan sosyal paylaşım siteleri “sosyal medya” ve “sosyal ağ siteleri” olarak da literatürde geçmektedir. Bireylerin sınırlı bir sistem içinde kamusal veya yarı kamusal profil oluşturmalarına, bağlantılı oldukları diğer kullanıcıları listeleterek görebilmesine ve paylaşımlar doğrultusunda diğer kullanıcılarla bir ortaklık kurmasına olanak sağlayan ortamlar olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007:221).

Sosyal Paylaşım sitelerinin işe alım sürecinde kullanılması son birkaç yıldır ağırlıklı olarak üzerinde durulan konulardan birisidir. Bunun sebebi sosyal medyanın dünya genelinde yüksek oranlarda kullanılıyor olmasıdır. Global Digital Statistics (2014) verilerine göre Dünya’da 1 856 680 860 kişi aktif olarak interneti kullanmaktadır. Sosyal medya platformunda bazı kanalların ise aktif kullanıcı sayıları; Facebook: 1,184 Milyar, LinkedIn: 259 Milyon, Twitter: 232 Milyon, Google+: 300 Milyon’dur. Türkiye’de ise yaklaşık 36 Milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal ağlardan Facebook’u kullanan kullanıcı sayısı 36 Milyon’dur. Kullanıcıların masaüstü ve ya laptopla ortalama interneti kullanma süreleri 4 saat 51 dakikadır. Telefonla kullanım ise günde ortalama 1 saat 53 dakikadır. Sosyal medyada harcanan ortalama zaman ise 2 saat 32 dakikadır. Sosyal medya uygulamalarını telefonunda kullanan kullanıcılar %51’lik kısmı oluşturmaktadır (Global Digital Statistics, 2014). Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya kanalları; Instagram, pinterest, youtube, facebook, twitter, LinkedIn, blog, foursquare olarak sıralanmaktadır (Ayvaz, 2013). Sosyal ağlardan Twitter %72, Google+ %70, Instagram %26 oranında kullanıcıya hitap etmektedir (Global Digital Statistics, 2014). Günümüzde geniş kitlelere ulaşan sosyal ağlar şirketlerin küreselleşmesine fırsat sağlamaktadır.

İnsan kaynakları müdürleri tarafından sosyal medya kanalları adaylar hakkında daha detaylı bilgi elde etmek için kullanılmaktadır (Brown ve Vaughn, 2011). CareerBuilder.com (2009) tarafından yapılan bir anket çalışmasına göre 2008 yılına göre sosyal paylaşım sitelerinin insan kaynakları tarafından kullanımında %22’lik bir artış olduğunu 2600 işe alım müdürü tarafından sosyal paylaşım sitelerininim (SNS) adaylar hakkında bilgi elde etmek için kullanıldığı sonucu ortaya çıkmıştır (Brown ve Vaughn, 2011).

Sosyal medya sitelerinin gelişmesiyle birlikte, bireyler LinkedIn ve Facebook gibi sitelerde kendileri hakkında bilgiler yayınlamaya ve bunu hızla sürdürmeye devam etmişlerdir. Bu bilgiler iş başvurusunda buldukları organizasyonlar tarafından da görülebilir durumda olabilmektedir. Bu bilgiler işe alım sürecini daha iş görüşmesi gerçekleşmeden etkileyebilmektedir (Caers ve Castelyns 2011:438). Facebook ve LinkedIn farklı amaçlara hizmet etmekte ve farklı içerikler barındırmaktadır. Facebook ile kişiler arkadaşlarıyla kişisel bilgilerini paylaşmakta ve yeni arkadaşlıklar edinmeye çalışmaktadırlar (Papacharissi, 2009). Buna karşın LinkedIn bireylerin iş yaşamından profesyonellerle irtibata geçmesini, yeteneklerini pazarlayabilmesini, bilgi ve deneyimlerini paylaşabilmesini ve kariyer adımlarını planlamasını sağlamaktadır (Trusov, Bucklin, Pauwels 2009). Buna göre Facebook'un özel alana, LinkedIn'in profesyonel alana hizmet ettiği söylenebilir. Bu farklılığa rağmen, ikisi de kişilerin sosyal ağında bilgi paylaşımlarının görülmesini, sosyal sermayeleri ve etkili iletişimlerinin görülebilmesini sağlamaktadır (Donath, 2007; Ellison, Steinfield, Lampe, 2007)

İşe alım sürecinde karar vermede sosyal medya etkili olmaktadır. İşletmeler Google ile yaptıkları internet aramalarında bile, sosyal medya siteleri sayesinde kişiler hakkında, kendilerine verilen kağıda basılı özgeçmişten çok daha fazla kişisel bilgiye ulaşabilmektedirler (Roberts ve Roach 2009). İşletmeler genellikle görüşmeye çağıracakları kişileri belirlemede kâğıda basılı özgeçmiş değerlendirmelerinden yararlanmaktadır, sosyal medyayı kullandıklarında ise ilk görüşme gerçekleşmeden çok önce kişi hakkında bilgi sahibi olabilmekte ve buna göre seçimlerini gerçekleştirebilmektedirler (Lievens, Van Dam, Anderson, 2002). Örneğin Facebook profillerindeki fotoğraflar, özellikle gizlilik ayarları yapılmamışsa o profili aratan kişiler tarafından görülebilmekte ve bu da görüşme için, kişilerin yaşamları hakkında, kağıda basılı olarak vermiş oldukları özgeçmişlerinde bulunan vesikalık resimlerinden daha çok bilgi verebilmektedir (Caers ve Castelyns 2011:439). Bu stratejinin katma değeri olsa da bazen sorunlara da yol açabilmektedir. İnsan Kaynakları görüşmecisi, işe başvuran kişiyle alakalı internetten edindiği bilgilerin çok fazla etkisinde kalıp, kişinin işle alakalı etkili performansını göz ardı edebilmektedir (Dubois ve Pansu, 2004; Purkiss, Perrewe, Gillespie, Mayes, Ferris, 2006; Shannon ve Stark, 2003).

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULARI

3.1. Yöntem

Bu araştırmada, otel işletmeleri tarafından işe alım sürecinde sosyal medya kanallarının ne ölçüde kullanıldığına ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırma için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir süreç” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 39). Nitel araştırma yönteminin tercih edilmesindeki nedenler; örneklemin

sınırlı sayıda olması, derinlemesine betimleme, yorumlama ve kişilerin bakış açılarını daha iyi anlamaya olanak vermesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Sosyal bilimlerde en çok tercih edilen yöntemlerden biri olan “görüşme” önceden belirlenmiş bir amaç için gerçekleştirilen soru sorma ve yanıtlamaya dayalı bir iletişim süreci olarak tanımlanmaktadır (Stewart ve Cash, 1985:7). Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak, katılımcıların konu hakkındaki düşüncelerinde detaya inebilmeleri amaçlanmıştır.

Araştırmanın evrenini İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. İstanbul'un tercih edilmesinde, kozmopolit bir şehir ve konumu itibarıyla stratejik bir öneme sahip olması ve gerek ulusal gerekse uluslararası birçok otel işletmesinin bu şehirde faaliyet göstermesidir. Araştırmada zengin bilgiye sahip olabilmek için amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tesadüfî örnekleme olarak da bilinen amaçlı örneklemede, ana kütleye benzerliği olan daha küçük bir gruptan örnek seçilmektedir. Bu amaçla 2013-2014 yılında Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB)'ne üye İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmeleri içerisinde 10 işletme ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Veri toplama sürecinde öncelikle TUROB'a üye İstanbul'daki beş yıldızlı 55 adet otel işletmesinin insan kaynakları departmanına e-mail ve telefon yoluyla ulaşılarak, randevu talebinde bulunulmuştur. İnsan kaynakları departmanlarının yoğun çalışmaları sebebiyle olumlu geri dönüş sayısı sınırlı olmuştur. Mülakatta sorulmak üzere 7 tane genel, 9 tane de sosyal ağ web siteleri kullanımıyla ilgili soru hazırlanmıştır. Bu sorular literatürde ki çeşitli kaynakların incelenmesi sonucu oluşturulmuştur (Broughton ve diğerleri, 2013; Clark ve Roberts, 2010; Karagülmez, 2012; Slovensky ve Ross, 2012). Görüşmeler 1 Haziran- 20 Temmuz tarihleri arasında yaklaşık 45 ile 90 dakika arasında sürmüştür. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılarak veri toplanmış ve tüm kayıtlar yazılı hale getirilmiştir. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılarak özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analiz yaklaşımında, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır, veriler görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak sunulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224).

3.2. Bulguların Yorumlanması

Çalışma kapsamında mülakat yapılmış olan 10 Otel işletmesinin 9'u uluslararası, 1'i ise ulusal bazda hizmet vermektedir. Otel oda sayılarına bakıldığında 5 otelin 200 ila 300 arası, 3 otelin 100 ila 200 arası ve 2 otelin ise 300 ve üzeri sayıda odası olduğu görülmektedir. Çalışan profili incelendiğinde ise 4 otelin 300 ve üzeri sayıda, 3 otelin 100-200 arası ve 3 otelin de 200-300 arası çalışanı olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların eğitim düzeyleri konusunda tüm oteller çalışan eğitim durumunun farklılık gösterdiğini ama genel olarak lise, önlisans ve lisans mezunu çalışanların ağırlıkta olduğuna değinmişlerdir.

İşe alım ihtiyaçları sorulduğunda işletmeler genel olarak personel eksikliğine, işten çıkışlara, mevsimlik işçi ihtiyacına göre işe alım gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. İşe alımlarda genellikle operasyon, satış, önbüro, yiyecek içecek hizmetleri ve kat hizmetleri gibi mavi yaka personellere yönelik işe alımının yoğunlukta gerçekleştiği dikkat çeken bir unsurdur.

Genel olarak işe alım süreçleri sorulduğunda Kariyer.net, Secretec ve LinkedIn gibi CV havuzu olan kaynakların yanı sıra işletmeler kendi internet sitelerini ve lokal kariyer sayfalarını da kullandıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeye katılan otel işletmeleri CV havuzu olmasının adaylara daha hızlı ulaşabilmeyi ve aday seçiminde kolaylık sağladığını, bu havuzdan seçim yapılarak adayların görüşmeye çağırıldıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, bir işletme mavi yaka personel için İşkur ile anlaşma halinde olduğunu ve ihtiyaca göre talepte bulduklarını belirtmektedir.

6 işletme sosyal medyayı işe alım sürecinde kullanmadığını, işletmelerden 4'ü sosyal medya kanallarından daha resmi olan LinkedIn'i kullanmayı tercih ettiklerini, Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerini güvenilir bulmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç Slovensky ve Ross'un (2012) yapmış oldukları çıkarımla farklılık göstermektedir. Zira Slovensky ve Ross'a (2012: 57) göre sosyal medya sitelerindeki profiller, işlemeye verilmek üzere hazırlanmış olan özgeçmişlerden daha dürüsttür. Bu işletmelerden bir tanesi ise, idari personel ihtiyacında özellikle sosyal paylaşım sitelerinde siyasi görüşlerini ön plana çıkaran adayları tercih etmediklerini belirtmektedir. Bu politika ile otel işletmesi düzenini daha rahat sağlayabildiğini ve olası provokasyonları önleyebildiğini belirtmektedir. Back v.d. (2010) tarafından yapılan çalışma sonucu ile aynı doğrultudadır. Buna göre işe alma yöneticileri kişilerin sosyal medya profillerini ve profilde yer alan değerlerini inceleyerek kişilerin örgüte uyumlu olup olmayacağını tahmin edebilir ve ona göre işe alım gerçekleştirebilirler (Back ve diğerleri, 2010). Bunun yanı sıra 3 otel işletmesi sosyal medya sitelerini işe alımda kullanmadıklarını bunun yerine profesyonel siteleri kullandıklarını belirtmektedir. 1 işletme ise sadece kendi internet sitesini kullanarak aday aradığını belirtmektedir.

3 otel işletmesi işe alım sürecinin ilan aşamasından itibaren sosyal paylaşım sitelerini kullandıklarını belirtmektedir. Bu otel işletmelerinden biri sosyal medya sitelerinde otel içerisinde çalışanlar için bir grupları bulunduğunu ve burayı iletişim sağlamak için kullandıklarını belirtmektedir. Bu otel işletmeleri özellikle ilana çıkılmak istenmediğinde veya acil bir durumda LinkedIn gibi profesyonel sitelerin CV havuzundan kalifiye eleman bulabildiklerini ve bu şekilde adaylara teklifte bulduklarını belirtmişlerdir.

İşe alım sürecinde sosyal medyanın kullanılmasının yarar ve zararları sorulduğunda 6 işletme sosyal medyanın yararlı olduğunu, özellikle aday bulma konusunda kolaylık sağladığını belirtmektedir. Bunun yanı sıra işletmenin kendini sosyal medyada pazarlaması ve çalışanlarıyla olumlu ilişkilerini sosyal medyada yansıtmasıyla insanlar üzerinde o işletmelerde çalışma isteği

oluşturabildiği belirtilmiştir. 2 işletme ise sosyal medyanın yararı olabileceği gibi adaya karşı önyargılı olma ve hale etkisi oluşturma olasılığı sebebiyle olumsuz olabileceğini de belirtmişlerdir.

Otel işletmelerince sosyal medya sitelerinin, işe alımın yanı sıra pazarlamayı da kolaylaştırdığı, işletmelerin misafir ilişkilerini de olumlu hale getirdiği belirtilmektedir.

Otel işletmeleri, genel olarak beyaz ve mavi yaka personellerine sosyal medya üzerinden ulaştıklarını ve şu ana kadar sosyal medya siteleri ile gerçekleştirilen işe alımlarda herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

İş başvurusunda bulunan kişiyi sosyal medya profilinde yer alan bilgiler sebebiyle elemiş olma durumunda bu gerekçeyi başvuruda bulunana adayla paylaşıp paylaşmayacakları sorulduğunda 4 işletme bu soruya cevap vermemiş, 2 işletme sosyal medya profillerini incelemediklerini belirtmiş ve 3 işletme bu durumu paylaşmayacağını 1 işletme ise kesinlikle paylaşacağını belirtmiştir.

4 otel işletmesi, iş başvurusunda bulunan adayı internetten aratmanın ve sosyal medya profillerini incelemenin etik olduğunu ve bir nevi referans araştırması niteliğinde olduğunu belirtmektedirler. Bu bulgu Brandenburg'un (2008) yapmış olduğu, insan kaynakları personellerinin kişilerin özgeçmişlerini sosyal medyaya profillerine bakarak kontrol edebileceklerini ve buna göre başvuruda bulunan kişinin doğru söyleyip söylemeyeceğini öğrenebileceklerini belirten çalışma ile aynı doğrultudadır. Bu durum 3 işletme ise etik olduğunu düşünmediklerini, özel hayata müdahale niteliğinde olabileceğini ayrıca kişinin sosyal paylaşım sitesinde yazmış olduğu bilgilerin yanıltıcı olabileceğini belirtmişlerdir. 1 otel işletmesi ise LinkedIn sitesinin zaten bu amaçla yapılmış olduğunu ve bu yüzden incelemenin etik olduğunu fakat Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin özel hayat olduğunu, insanların iş ve özel yaşamlarında farklı olabildiklerini ve bunun adayı doğru yansıtmayacağını belirtmektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışmada, beş yıldızlı otel işletmeleri tarafından işe alım sürecinde sosyal medya kanallarının ne ölçüde kullanıldığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Yapılan çalışmada mülakata katılanların büyük çoğunluğunun sosyal paylaşım sitelerini etkin bir biçimde kullanmadığı sonucu elde edilmiştir. Görüşmeye katılanlar, bu sitelerin işe alım sürecinde kullanılmasının aday bulma konusunda kolaylık sağladığının ancak adaya karşı önyargı oluşturabildiğinin de altını çizmektedirler. Bu sitelerden daha çok profesyonel bir platform olan LinkedIn'i tercih ettikleri görülmektedir. Facebook ve Twitter'ın tercih edilmemesinde bu sitelerin güvenilir olmamasının etkili olduğu belirtilmiştir. Sosyal paylaşım sitelerinin özellikle beyaz yaka personel ihtiyacının karşılanmasına yönelik kullanıldığı elde edilen diğer bir sonuçtur.

Araştırmada elde edilen diğer bir sonuç ise, özellikle kişilerin özel hayatlarına yönelik paylaşımların çokça yer aldığı sosyal paylaşım sitelerinden (Facebook, Twitter gibi) aday takip etmenin etik bir davranış olmadığıdır.

Yapılan çalışma sonucunda, sosyal paylaşım sitelerini kullananların paylaşımlarında dikkatli olmaları ve bu sitelerin gizlilik ayarlarını değiştirerek herkese yönelik erişimi sınırlandırmaları önerilebilir.

Bu çalışmanın örneklemini, zaman ve kaynak kısıtlılığı sebebiyle TUROB'a üye sınırlı sayıda otel işletmesini içermektedir. Gelecek çalışmalar daha geniş bir örnekleme konuyu ele alabilirler. Bunun yanında otel sektörünün gelişmiş olduğu iki ilde karşılaştırmaya gidilebilir.

KAYNAKÇA

- Ayvaz, T. (2013). Sosyal Medya ve İnsan Kaynakları Zirvesi, <http://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-ve-insan-kaynaklari-zirvesi/>. (24.04.2014).
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S., Egloff, B. Ve Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21: 372-374.
- Brandenburg, C. (2008). The Newest Way to Screen Job Applicants: A Social Networker's Nightmare, *Federal Communications Law Journal*, 60(3): 597-626.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230.
- Broughton, A., Foley, B., Ledermaier, S. ve Cox, A. (2013). The Use of Social Media in the Recruitment Process. www.acas.org.uk/researchpaper. (21.05.2014).
- Brown, V. R. ve Vaughn, E. D. (2011). The Writing on the (facebook) Wall: The use of Social Networking Sites in Hiring Decisions. *J Bus Psychol*. 26: 219-225.
- Clark, L. A., Roberts, S. J. (2010). Employer's Use of Social Networking Sites: A Socially Irresponsible Practice. *Journal of Business Ethics*, 95: 507-525.
- Donath, J. (2007). Signals in Social Supernets. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 1.
- Dubois, M. ve Pansu, P. (2004). Facial Attractiveness, Applicants' Qualifications and Judges' Expertise about Decisions in Preselective Recruitment. *Psychological Reports*, 95: 1129-1134.
- Ellison, N., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends": Exploring the Relationship Between College Students' Use of Online Social Networks and Social Capital. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12: 3.

- Global Digital Statistics 2014 Edition, <http://etonpreneurs.com/uploads/Global%20Social,%20Digital%20&%20Mobile%20Statistics,%20Jan%202014.pdf>. (24.04.2014).
- Karagülmez, N. (2012). İşe Alım ve Sosyal Medya. <http://www.sosyalsosyal.com/ise-alim-ve-sosyal-medya>. (24.04.2014).
- Lengnick-Hall, M. L., & Moritz, S. (2003). The Impact of e-HR on the Human Resource Management Function. *Journal of Labor Research*. C:XXIV, No:3, 365-379.
- Lievens, F., Van Dam, K. ve Anderson, N. (2002). Recent Trends and Challenges in Personnel Selection. *Personnel Review*, 31: 580-601.
- Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World. *New Media & Society*, 11:199-220.
- Purkiss, S. L. S., Perrewe, P. L, Gillespie, T. L., Mayes, B. T. ve Ferris, G. R. (2006). Implicit Sources of Bias Employment Interview Judgments and Decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 101: 152-167.
- Caers, R. ve Castelyns, V. (2011) Sites in Recruitment and Selection Procedures LinkedIn and Facebook in Belgium: The Influences and Biases of Social Network. *Social Science Computer Review* 29(4): 437-448.
- Öksüz, B. (2011). E-işe Alım Sürecinde Kurumsal Web Sitelerinin Kullanımı ve Konu Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İşletme ve İktisat Dergisi*.7(14): 267-284.
- Roberts, S. J., ve Roach, T. (2009). Social Networking Web Sites and Human Resource Personnel: Suggestions for Job Searches. *Business Communication Quarterly*, 2009: 110-114.
- Shannon, M. L., ve Stark, C. P. (2003). The Influence of Physical Appearance on Personnel Selection. *Social Behavior and Personality*, 31: 613-624.
- Slovensky, R. ve Ross, W. H. (2012) Should Human Resource Managers Use Social Media to Screen Job Applicants?. *Managerial and Legal Issues in the USA*, 14(1): 55 – 69
- Stewart C.J. ve Cash W.B. (1985). *Interviewing: Principles and Practices*, 4th Edition. Dubuque, IO: Wm. C. Brown Pub.
- Trusov, M., Bucklin, R. E., ve Pauwels, K. (2009). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*, 73: 90-102.
- Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB). http://www.turob.com/uyeler/bes_yildizli_otel_eller.aspx. (24.05.2014).

- Turhan, E. (2012). E-İş Süreçleri. Barış Baraz (Ed.), *E-İnsan Kaynakları* içinde (2-31). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Voermans, M., & Veldhoven, M. V. (2007). Attitude towards E-HRM: an Empirical Study at Philips. *Personnel Review*. C:XXXVI, No:6, 887-902.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.