

“Azerbaycan’da aynı sektörde faaliyet gösteren yabancı firmaların iş ilanlarındaki benzerlikler ve farklılıklar “

Garay Zeynalli

*İşletme Anabilim Dalı, İşletme Anasanat Dalı, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yalova Üniversitesi, 77200
Yalova, Türkiye*

Orcid/ 0000-0003-3686-7362

1. GİRİŞ

Birçok şirket yöneticisi, başarılı olmak için başvuruların en iyi arama sonuçlarında bir boşluğun tanıtımı için ödeme yapmanın yeterli olduğunu düşünüyor. Tanıtımı, ne kadar çok kişi görürse o kadar çok cevap gelir. Ancak, tanıtım çalışan insanların ilgisini çekmezse, tek bir izlenim yardımcı olmaz. İdeal olarak, yabancı şirketler rakiplerinden daha iyi olmaya odaklanmalıdır. Diğer bir deyişle, boşluk piyasa gerçekleriyle uyumlu veya onlardan biraz daha iyi olmalıdır [2].

Açık pozisyonun tanımı bazı şirketlerde basit ve spesifiktir ve diğerlerinde aday için aranan şartlar aşırıdır. Başvuru sahipleri, metinden kendilerine ne teklif edildiğini ve onlardan ne beklendiğini açıkça anlamalıdır [8].

Bazı yabancı şirketler hemen hemen herkes tarafından biliniyorsa, şirket biliniyorsa, prestijliyse, tanınmışsa, işveren olarak iyi bir üne sahipse, çekici bir imaja sahipse, açık pozisyonlarına ilgi daha yüksektir. İş tanımı, ayrıntılı iş tanımlarını ve sorumlulukları, gerekli bilgi, beceri ve yetenekleri, gerekli eğitim ve deneyimi, fiziksel ve zihinsel gereksinimleri ve pozisyonun organizasyon ve çalışma ortamındaki başarısı için kriterleri içeren resmi bir iç belgedir [6].

Web siteleri veya kariyer siteleri şirketlerin iş başvurularını toplamak ve değerlendirmek için kullandıkları ana araçlardan biridir. Bu, iş arayanları etkilemek ve cezbetmek için tasarlanmış bir tür reklam veya afiştir. Pozisyon, harici adaylar için veya kurumun kendi çalışanları tarafından dahili kapasite ve hareketliliği desteklemek için uygulanabilecek dahili pozisyonlar için olabilir.

Vergi Bakanlığı'na göre, Azerbaycan'da 6'sı yabancılar tarafından oluşturulan 47 yeni şirket kuruldu. Yabancı vatandaşlar arasında İran, Türkiye, Rusya, Hindistan ve Pakistan vatandaşları yer alıyor.

İnternetin ortaya çıkışından birkaç yıl sonra, oldukça sınırlı bir insan çevresi tarafından kullanıldı ve ölçeği çok mütevazı kaldı. İnternete yaygın erişimden ancak 2000'li yıllarda bahsedebiliriz [4].

Bu on yılın sonunda, akıllı telefonların ve diğer mobil cihazların hızlı gelişimi ve ucuzlaması, kullanıcıların ağlarını bilgisayar ve kablolu bağlantı olmadan kapsamasına olanak tanıdı. Günümüzde hemen hemen tüm orta ve büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra küçük işletmelerin önemli bir kısmı işlerinde kullanmaktadır. İnternetin gelişmesinden etkilenen alanlardan biri de yazımızda bahsi geçen firmaların işe alınması ve açık pozisyonların aranması oldu.

İşe alım ve iş arama, işe alım ve işe alım aşamaları olarak uygun adayların ve pozisyonların seçimini, görüşmeleri, başvuruların kalitesini değerlendirmenin diğer yöntemlerini içerir ve bir iş sözleşmesinin imzalanmasıyla sona erer [10].

Dünyada yanıt verenlerin %33'ü ve Azerbaycan'da %48'i bu yöntemi en etkili olarak adlandırdı. Çalışmanın yazarları, bu tür değerlendirmelerin şirketleri en iyi adayları aramak için internet kaynaklarını en etkili yöntem olduğunu belirtiyor. İşe alma, personel politikasının önemli bir unsurudur.

Bir şirketin kendi uzmanlık alanlarına, deneyimlerine, mesleki niteliklerine, finansal ve diğer ihtiyaçlarına uygun çalışanları bulmada ne kadar başarılı olduğu, faaliyetlerinin sonuçlarına bağlıdır.

Yabancı şirketlerin işverenler arasında işe alım ajansı tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Azerbaycan şirketlerinin personel politikasında çalışanların aranması, işe alınması ve eğitimi bir öncelik olmaya devam ediyor. Bu durumda, interneti daha yaygın bir şekilde kullanılabilir hale getirmek için adımlar atılmakta ve bu süreçte büyük rol oynayan faktörler daha fazla incelenmekte ve geliştirilmektedir [3].

İnternetin yaygın olarak kullanılması, şirketlerin personel politikasında, departmanlarının verimliliğini önemli ölçüde artırmalarına, açık pozisyon bilgilerini gönderme maliyetlerini düşürmelerine, özel yazılımlar kullanmalarına, adayların özgeçmişlerini toplamalarına ve kayıt tutmalarına olanak tanıyan organizasyonel yeniliklerle sonuçlanmıştır. [5]

Yabancı şirketler, potansiyel çalışanların boş pozisyonlar için en uygunluğunu sağlamak, birinci ve ikinci kapsamı genişletmek için internet'in istihdam ve iş arama sürecini önemli ölçüde basitleştirdiği ve hızlandırdığı gerçeğinden tam olarak yararlanmaktadır [9].

İşe alım web siteleri, işverenlerin ve iş arayanların özgeçmişlerin ve boş pozisyonların filtrelenmesini, yani adayların ilk seçimini (taramasını) otomatikleştirmelerine yardımcı olarak, her iki taraf için de ilgili maliyetleri önemli ölçüde azaltır [7].

İnternetin iletişim rolü, çalışanlar ve işverenler ve aracı işverenler arasındaki iletişimin maliyetini önemli ölçüde basitleştirmek ve azaltmaktır [11].

Metodoloji

Araştırma veri tabanı, ekonomistler tarafından yayınlanan farklı dergi makalelerine, çeşitli yazarların literatürlerinden, web sitelerinden ve portallardan alınan bilgilere dayanmaktadır. Araştırmanın metodolojik temellerinin açıklığa kavuşturulması Ekonomistlerin , birkaç yazar araştırmaları kaplar.

Yabancı şirketlerin modern iletişim kanalları aracılığıyla işe alım sürecinde kullandıkları departmanların benzerliği şunları içerir:

- e-posta;
- görüşmeler için sesli ve görüntülü konferanslar (Skype, vb.);
- başvuru sahibi ile işveren veya işveren arasında etkin iletişim için anlık mesajlaşma hizmetleri (haberciler);
- özel biyografik formlara sahip siteler;
- elektronik portföyler.

Özellikle genç ve iyi eğitilmiş iş arayanlar için zaman ve maliyetlerde önemli azalma, onların daha fazla boş pozisyona başvurmalarına ve işverenin daha fazla aday arasından seçim yapmasına olanak tanır [12].

Son olarak istihdam sürecinde tarafların bilgi asimetrisinden ve işletme maliyetlerinin düşürülmesinden bahsedebiliriz.

İnterneti kullanarak iş aramanın etkinliğindeki artışın ampirik kanıtı, iş kaybı oranındaki azalma, iş bulma olasılığındaki artış, işsizlik süresindeki azalma ve alakasız tekliflerin payıdır [13].

İnternetin bir iletişim kanalı olarak avantajları, iş arama sürecinde üretilen bilgi akışlarının analiz edildiği bir çalışmada tartışılmaktadır.

İnternetin bariz avantajları, kullanımıyla ilgili maliyetlerin bir kısmını azaltmaz [14].

1. Bilginin güvensizliği. Bir iş veya iş başvurusunda bulunan bir kişi hakkında çevrimiçi olarak yayınlanan bilgiler eksik veya hatta yanlış olabilir ve bunları doğrulama olanağı sınırlıdır.

Bu bağlamda, personel seçimi, başvuru sahibi ile işveren arasında kişisel temas olmaksızın neredeyse hiçbir zaman tamamlanamamaktadır.

Araştırmaya göre, işe alım sitelerinde en çok kantitatif olarak ölçülebilir bilgiler talep ediliyor ve taramaların şirketlerin kendileri tarafından yapılması, işverenler ve çalışanlar arasındaki bilgi asimetrisini derinleştiriyor ve şirketlerin arama maliyetlerini artırıyor. adaylar için.

2. Arama ve seçim süresini artırılması. Potansiyel iş başvuruları havuzunu genişletmek, uygun adayların aranmasını ve taranmasını geciktirebilir. Buna karşılık, başvuru sahibi için mevcut olan açık pozisyon sayısı, istihdam süresini artırabilir.

3. Teknoloji güncelleme hızı. Bazı çalışanların İnternet deneyimi, video konferans görüşmesine katılmak için yeterli olmayabilir. Böylece İnternet, potansiyel bir avantajdan istihdamın önünde bir engel haline gelir [15].

İşverenlerin bu tür zorluklarla karşılaşma olasılığı daha düşüktür, ancak teknolojik becerilerden yoksun olmaları olumsuz bir faktör olabilir. İnternetin bir işe alım ve istihdam kanalı olarak popülaritesini değerlendirmek nicel verilere izin verecektir.

Azerbaycan'da yabancı şirketler farklı alanlarda gruplandırılmıştır. Bunlar şunları içerir:

- Petrol ve Gaz Sektörü
- Petrol dışı sektör
- Turizm
- tikinti
- Ticaret
- Halka açık yemek
- Ulaşım
- perakende şirketleri
- Telekomünikasyon
- Bilgi ve iletişim teknolojileri
- Bankalar

Örneğin yemek şirketlerinden McDonald's'ın işe alım özelliklerini ele alalım.

Kişisel bilgi

* Reklam

* Soyadı

* Baba adı

* E-posta

* Telefon numarası

* Cinsiyet

* Doğum tarihi

* Şehir

* Adres

* Açık pozisyonlar- Tugay üyesi , teknisyen, Ofis yöneticisi ve sekreter

Ek Bilgiler

* Fotoğraf

* Çalışma yeteneğinizi kısıtlayan herhangi bir sağlık sorununuz var mı?

Senin hakkında

Daha önce McDonald's'ta çalıştınız mı?

* Restoran

* Askeri servis

Başvurunuzla ilgili olarak sizinle iletişime geçebiliriz [16].

Yukarıdaki ilan, McDonald's işe alım ilanının iç yapısının şirketin internet sitesinde online olarak paylaşıldığı bir ilandır.

Tartışma

Ayrıca bu alanda faaliyet gösteren başka bir şirketin ilan formuna da göz atalım. <https://kfc-az.com/career-vacacancy> adresinden çevrimiçi olduğumuzda, burada McDonalds'tan farklı olarak, site açıldığında kolayca görülebilecek ve okunabilecek bir resim içeren ve her bir resmin altında görüneceği bir resim yazısı var. farklı ol. Bu başlık iki bölümden oluşmaktadır.

1. Ekip üyesi. Bu alan, başvuru sahiplerine, bu pozisyondan başlarsanız şirketimizin sizden herhangi bir deneyim gerektirmediğini açıkça bildirir.

2. Restoran yönetimi boş pozisyonları. Burada restorandaki tüm sistemin kontrolü ve yönetiminden bahsediyoruz.

Bir ekip üyesinin boşluğunda daha detaylı araştırma sonucunda, görüşmenin farklı sektörlerinden yaklaşımın inceliklerine kadar detaylı bilgiler verilmiştir. İletişim kurabiliyorsanız, pozitif, sorumlu, nazik, enerji doluysanız - KFC'ye hoş geldiniz! Burada ilginç bir işiniz, birçok izleniminiz ve arkadaşınızın yanı sıra şirketimizle gelişmek ve organizasyon becerilerinizi sergilemek istediğinizde gelecek vaat eden bir kariyeriniz var.

Bu boşluk neden böyle adlandırılıyor? Restoranın tüm çalışanları bir ekip olarak birlikte çalışır. Birbirimize yardım ederek ve destekleyerek birlikte kazanınız! Restoran personelinin sıkılmaya vakti

yok, çünkü iş çok çeşitli ve ilginç: KFC'nin markalı yemeklerini hazırlayıp paketliyor ve misafirlerimizin sabırsızlıkla beklediklerini ve bize geri gelmelerini sağlamak için her gün servis ediyoruz.

Biz konukların hayranıyız! Önemli olan pozitif enerjiyle çalışmamız, her zaman yüksek bir ruh halinde olmamız ve bu ruh halini başkalarına da aktarmamız!

İşinizden keyif almanız, iyi bir maaş almanız ve kariyer gelişimi için iyi bir teşvik olacak bir ücret programı oluşturduk.

Anketi doldur seçeneğine tıkladığımızda bir sonraki bölümde ekranın sağ tarafında çıplak gözle rahatlıkla görülebilen bir kaç boş alanı arka arkaya doldurma zorunluluğu ile karşı karşıya kalıyoruz [17].

Restoran çalışanı butonuna tıkladığımızda bunun şirketimizin ilk görevi olduğunu ve iş tecrübesi gerektirmediğini görüyoruz.

Sosyal, pozitif, sorumluluk sahibi, kibar ve enerjik biriyseniz, KFC'ye hoş geldiniz.

Bu şirkette daha ileri gitmek istiyorsanız ve organizasyon becerilerinizi gösterebiliyorsanız, burada ilginç bir iş, birçok deneyim ve arkadaş edinmenin yanı sıra başarılı bir kariyer elde edebileceksiniz.

Bu makaleler ve metinler ister istemez boş kadroya ilgi uyandırıyor.

Ayrıca KFC restoranları için boşluk gereksinimleri, boşluktaki diğer tarafın ilgi ve isteklerini dikkate alarak, bize MCDonalds'ın aksine bizden istenen işleri değil, istediğimiz işleri seçme fırsatı verir [18].

Bu dilek listesinde bizi çalışmak istediğimiz şehir seçiminde bıraktılar.

Diğer zamanlardan farklı olarak, herhangi bir zamanda web sitemizin web sitesini ziyaret ederek açık pozisyon bölümünden açık pozisyon ile ilgili bilgileri doldurabiliriz.

Ayrıca, KFC boşluğunun, tüm koşulları doldurup boş pozisyonları doldurduktan sonra yasal formda aşağıdaki bilgileri içeren bir düğmesi vardır.

Bu, boşluğu gönderdikten sonra çalışanın tüm hüküm ve koşulları kabul ettiği anlamına gelir. Bu, hukuki açıdan her iki taraf için de olumlu bir faktördür.

Bu bölümde makalenin amacına benzer araştırmalar ve uygulamada kullanılan yöntemlere yönelik literatür çalışmaları yer almaktadır. Çeşitli yabancı şirketlerin duyurularında benzerlikler ve benzerlikler kullanarak süreci değerlendirmek için başvuru değerlendirme araştırmaları ön plana çıkmaktadır.

Sonuç

Günümüz iş dünyasında işletmeler arasındaki rekabet sadece pazar payı kazanmaktan ibaret değildir. Müşteri piyasası ile birlikte işgücü piyasasında da yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. İşletmeler, daha yetenekli ve üretken çalışanları çekmek ve elde tutmak için çok çalışıyor. Bu rekabet, özellikle yüksek teknolojiye dayalı ürün ve hizmetlerde vasıflı işçi eksikliği nedeniyle daha da şiddetleniyor. Doğru çalışanları bulmak ve elde tutmak, etkin bir işe alım sürecine bağlıdır. Etkili işe alım sürecinde işletmeler için temel amaç, ihtiyaç duydukları çalışanları seçebilen ve doğru seçimi yapabilen geniş ve nitelikli bir aday fonu oluşturmaktır. Adaylar için amaç, gerçek iş arama sürecinin sonunda kendileri için en uygun pozisyona ve işe sahip olmaktır. Gerçek iş arama süreci, iş değiştirme ve şirkette daha uzun süre kalma niyetini azaltarak hem çalışanın hem de işletmenin verimliliğini artırır (Wanous, 1978; Phillips, 1998; Meglino vd., 2000; Bro, 2009).

Sonuç olarak, internet üzerinden verilen iş ilanlarının etkili olması için şirket yöneticileri aşağıdaki önerileri dikkate almalıdır:

- Önceliklerini doğru belirlemek. Nasıl bir uzman aradığınıza bağlı olarak, farklı ayrıntılara odaklanmak lazımdır.
- Bireysel yaklaşım. Hedef kitle ile aynı dili konuşmak önemlidir. Yaratıcı profesyoneller için kalabalığın arasından sıyrılacak yaratıcı bir reklamın yazılması gerekmektedir.
- İlandaki bilgileri düzeltmek. Değerli bir çalışan bulana kadar bir aydan fazla sürebilir. Farklı başvuru sahipleri ile yapılan görüşmelerden sonra, işveren ve adayın beklentilerinin örtüşmesi için hangi noktaların düzeltilmesi gerektiği, hangi gereksinimlerin değiştirilmesi gerektiği, hangi bilgilerin netleştirilmesi gerektiği konusunda daha net bir fikre sahip olacaksınız.
- Açıklamada doğruluk. Gelecekteki bir çalışanın hangi becerilere sahip olması gerektiğini ve hangi yetkinliklerin gerekli olmadığını, ancak arzu edildiğini tanımlamak gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. Acarlar, G. & R. Bilgic, (2013), "Factors influencing applicant willingness to apply for the advertised job opening: the mediational role of credibility, satisfaction and attraction", *The International Journal of Human Resource Management*, 24(1): 50-77.
2. Albinger, H.S., & Freeman, S.J. (2000), "Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations", *Journal of Business Ethics*, 28(3): 243-253.
3. Allen, D., Van Scotter, J., & Otondo, R. (2004), "Recruitment communication media: Impact on prehire outcomes" *Personnel Psychology*, 57: 143-171.
4. Barber, A.E. & Roehling, M.V., (1993), "Job Postings and the Decision to Interview: A Verbal Protocol Analysis" *Journal of Applied Psychology*, 78: 845-856.
5. Baş, T., Aydınlik, A.Ü., Erenel, F., (2011), "Üniversite Öğrencilerinin İşveren Seçim Kriterlerinin Belirlenmesine Yönelik Keşfedici Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış*, 11(3): 439-452.
6. Belt, A. & Paolillo, J. (1982), "The influence of corporate image and specificity of candidate qualifications on response to recruitment advertisement", *Journal of Management*, 8: 105- 112.
7. Blackman, A. (2006), "Graduating Students' Responses to Recruitment Advertisements" *Journal of Business Communication*, 43(4): 367-388.
8. Breaugh, J. A. (2005), "Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research" *Human Resource Management Review*, 18: 103-118.
9. Breaugh, J. A., ve Starke, M. (2000), "Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions, *Journal of Management*, 26(3): 405-430.
10. Breaugh, J. (2009) *Realistic Job Previews*, in *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1-3* (eds K. H. Silber, W. R. Foshay, R. Watkins, D. Leigh, J. L. Moseley and J. C. Dessinger), John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, USA.
11. Brown, P.S., Stayman, M.D., (1992), "Antecedents and Consequences of Attitude toward the Ad: A Meta-Analysis," *Journal of Consumer Research*, 19(1): 34-51.
12. Buda, R. (2003), "The Interactive Effect of Message Framing, Presentation Order, and Source Credibility on Recruitment Practices" *International Journal of Management*, 20(2): 156- 163.
13. Carless, S.A. Imber,A. (2007), "The Influence of Perceived Interviewer and Job and Organizational Characteristics on Applicant Attraction and Job Choice Intentions: The role of applicant anxiety", *International Journal of Selection and Assessment*, 15(4): 359-371.
14. Erdem, B., T., Gezen, (2014), "Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21): 19-42.
15. Evers, A., Anderson, N., & Smit-voskuil, O. (2005). *Handbook of personnel Selection*. Boston, MA: Blackwell Publish
16. Mackenzie, S.B., Lutz, J.R. & Belch, E.G., (1986) "The Role of Attitude Toward the Ad as a Mediator of Advertising Effectiveness: A Test of Competing Explanations," *Journal of Marketing Research*, 23(2): 130-143.
17. <https://mcdonalds.az/apply-now>
18. <https://kfc-az.com/anketa#>