

Üniversite Öğrencilerinin İşveren Seçim Kriterlerinin Belirlenmesine Yönelik Keşfedici Bir Araştırma

Determining Job Choice Criteria of University Students: An Explanatory Research

Türker BAŞ¹, Arzu Ülgen AYDINLIK², Fahri ERENEL³

ÖZET

Bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin mezun olduktan sonra çalışacakları işverenleri seçim kararlarında rol oynayan faktörler ve söz konusu faktörlerin etki dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. İki aşamada gerçekleştirilen araştırmanın ilk aşamasında öğrencilerden mezun olduktan sonra çalışmayı düşündükleri işverenleri belirtmeleri istenmiş, daha sonra her bir işvereni seçme nedenleri tümevarımsal bir yaklaşımla derinlemesine sorgulanmıştır. Elde edilen veriler, Patton (1990) ve Breaugh'un (1983, 1992) önerileri doğrultusunda sistematik bir süreç izlenerek derlenmiş ve 5 faktörden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. İkinci aşamada, ilk aşamada geliştirilen anket formu Türkiye'deki 87 farklı üniversitedeki yaklaşık 188.523 öğrencinin e-posta adresine gönderilmiş ve 19.894 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin işveren seçimlerinde; kariyer olanakları/çalışma şartları, görsel kimlik, ürün/hizmetler, örgüt kültürü ve rekabetçi konum faktörlerini dikkate aldıkları belirlenmiştir. Bunlardan rekabetçi konum ve kariyer olanakları/çalışma şartları faktörleri temel belirleyici durumda iken, bu iki faktörü sırasıyla ürün/hizmetler, örgüt kültürü ve görsel kimlik faktörlerinin izlediği gözlenmiştir. Elde edilen bulgular daha önce yapılan araştırmalar ışığında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tedarik, iş/işveren seçimi, stratejik insan kaynakları, kariyer yönetimi.

ABSTRACT

This study is an effort to determine the factors that play a role in making selections for recruitment of university students. The research was conducted in two phases. During the first phase, the students were asked to indicate the employers they wished to work after graduation. Each of the reasons indicated to reflect their preferences for working for a certain employer were extensively inquired by using an inductive approach. Data attained were gathered by following a systematic process in the direction of the one proposed by Patton (1990) and Breaughn (1983, 1992) and a scale containing 5 factors was developed. In the second phase, the survey form developed in the first phase was forwarded to about 188.523 students in 87 different universities in Turkey by e-mail and 19.894 useable survey forms were gathered. At the end of the research, it was determined that, the students took into consideration such factors as career possibilities/working conditions, relative identification, product/services, organizational culture and competition position, at the time of making decisions about selection of an employer. Of these, competition position and career possibilities / working conditions were fundamental determinates. But, it was observed that, the two factors were respectively followed, by the factors the product/services, the organizational culture and the visual identity. Findings attained were made subject of assessments in the study, under the light of knowledge, gained from the previously conducted research works as well.

Keywords: Recruitment, selection of employment / employer, strategic human resources, career management

1. GİRİŞ

Rekabet baskısı, teknolojik gelişmeler, işlerin niteliğinin değişmesi ve bunlara bağlı olarak nitelikli personel ihtiyacının artması, insan kaynaklarını işverenlerin öncelikli konularından biri haline getirmiştir (Breaugh ve Starke, 2000; Chan ve Ho, 2000). Ayrıca nitelikli çalışanların istihdamının önümüzdeki 10 yıl içerisinde daha da güçleşeceği, hatta "yetenek savaşlarının" yaşanacağı öngörülmektedir (Michaels, Handfield-Jones ve Axelrod, 2001). Bu gelişmeler sonucunda geleneksel insan kaynakları faaliyetleri

stratejik bir özellik kazanmış ve pek çok işveren "... potansiyel işgücünü belirlemek ve organizasyona çekmek için yapılan faaliyetler" (Barber, 1998) şeklinde tanımlanabilecek tedarik sürecini, üniversite öğrencilerini de içerecek şekilde genişletmiştir (İnce, 2009).

İşverenlerin öğrencilere yönelik yürüttükleri tedarik faaliyetlerini doğru alanlara yöneltebilmeleri ve yapmış oldukları çalışmaların etkinliğini ölçebilmeleri için öğrencilerin işveren seçim kararlarını nasıl aldıkları ve bu kararı etkileyen faktörlerin bilinmesi

¹ Prof. Dr., Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Yenilevent, İstanbul, turkerbas@hotmail.com.

² Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Avcılar, İstanbul, aulgen@gmail.com.

³ Dr., İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, f_erenel@hotmail.com.

büyük önem taşımaktadır (Boswell, Roehling, LePine ve Moynihan, 2003; Turban, 2001). Örneğin kişisel gelişim olanaklarının önem kazandığı bir sektörde faaliyet gösteren bir işverenin, ücret konusunun ön plana çıkartılması tedarik faaliyetlerinin etkinliğini azaltacaktır. Dolayısıyla öğrenciler için en fazla/en az çekici olan faktörlerin anlaşılmasının, onları "tanımlama ve organizasyona çekmenin" anahtarı olduğu söylenebilir (Harold ve Ployhart, 2008). Buna paralel olarak son zamanlarda yapılan araştırmalarda tedarik faaliyetlerinin potansiyel işgücünün bakış açısından incelenmesinin önemini vurgulanmaktadır (Örnek: Slaughter, Richard ve Martin, 2006; Kristof-Brown, Zimmerman ve Johnson, 2005; Carless, 2005). Ayrıca bireylerin iş ve kariyer seçimlerini nasıl yaptıklarına ilişkin ülkemizde yapılan araştırmaların sayısında da bir artış gözlenmektedir (Örnek: Aycan ve Paşa, 2003; Erol, Atmaca, 2004; Özbilgin, Kükü ve Erdoğan, 2005; Dinç ve Karakaya, 2008). Ancak bu çalışmalar, bireylerin iş ve kariyer seçimlerine ilişkin genel bir bakış açısı sağlamakla birlikte, işverenlerin stratejik insan kaynakları politikalarına ışık tutabilecek nitelikte somut bilgiler içermemektedir.

Diğer yandan adayların iş seçimlerini etkileyen faktörlere ilişkin değişik ülkelerde yapılan araştırmalarda farklı faktörlerin ön plana çıktığı gözlenmektedir (Aycan ve Pasa, 2003; Yang, Wong, Hwang ve Heppner, 2002; Danziger ve Eden, 2006). Dolayısıyla iş seçimini etkileyen faktörlerin kültürel özelliklere karşı hassas olduğu söylenebilir. Bu durum Batıda yapılan araştırmaların sonuçlarının ve bu ülkelerde kullanılan ölçme araçlarının dikey toplulukçu özellik taşıdığı değerlendirilen Türk toplumu (Sargut, 2001) için geçerliliğini sınırlandırmaktadır (Wasti, 1998). Bunun için söz konusu faktörlerin Türkiye özelinde, emik bir bakış açısı ile incelenmesi önem kazanmıştır.

Türkçe yazındaki bu eksikten hareketle tasarlanan araştırma iki ayrı amaca hizmet etmektedir. Bunlardan ilki üniversite öğrencilerin işveren seçim kriterlerini belirleyerek bu kriterlere dayalı geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. İkinci amaç ise, söz konusu kriterlerin öğrencilerin tercihlerine etki derecesini belirlemektir. Bu çerçevede sırasıyla; (1) Üniversite öğrencilerinin mezun olduktan sonra çalışacakları işverenleri seçerken dikkate aldıkları kriterler listelenmiş, (2) Söz konusu liste içerisinde yer alan ifadeler, sentezlenerek, üniversite öğrencilerinin işveren seçimini tanımlayan anahtar faktörlere indirgenmiş, (3) Belirlenen faktörlerin güvenilirlik ve geçerliği doğrulanmış, (4) Her bir faktörün öğrenci tercihlerine etki derecesi belirlenmiştir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

İş seçim süreci, adayın çalışmayı arzuladığı iş ve organizasyon hakkında aldığı bir dizi karar olarak tanımlanabilir (Bretz ve Judge, 1994). Behling, Labovitz ve Gainer (1968), bu süreci açıklamaya yönelik olarak geliştirdikleri ve günümüzde hâlen pek çok araştırmaya temel oluşturan (Örnek: Bretz ve Judge, 1994; Cable ve Judge, 1994, 1996, 1997; Turban, Eyring ve Gampion, 1995; Carless, 2005; Chapman, Uggerslev, Carroll, Piasentin ve Jones, 2005) tedarik modelinde; örgüt özelliklerinin seçim kararında asıl belirleyici olduğu ileri sürülmüşler ve iş seçim sürecini; Objektif Faktörler Teorisi, Sübjektif Faktörler Teorisi ve Kritik İlişki Teorisi olarak adlandırdıkları üç farklı teori çerçevesinde incelemişlerdir.

Behling vd. (1968) Objektif Faktörler Teorisinde, Simon'un (1951) İhtiyaç - Temin Bakış Açısı ve Carpenter ve Foster'in (1977) Kariyer Seçiminde Dışsal Faktörler Yaklaşımı ile uyumlu olarak, adayların iş seçim kararlarının organizasyonun somut özelliklerine dayandığını savunmaktadırlar. Buna göre adaylar, organizasyonun avantaj ve dezavantajlarını onlara sunulan maddi olanaklar ışığında değerlendirmekte ve bu değerlendirmeler onların nihai seçim kararına temel oluşturmaktadır. Bu öngörüye paralel olarak, Schvab vd. (1987) ve Greenhaus vd. (2000), iş arayanların iş seçim kararlarını etkileyen temel faktörün iş/firma özellikleri ile özellik tercihleri (örnek ücret, çalışma şartları vb.) arasında yaptıkları karşılaştırmaya ilişkin algıları olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ayrıca adayların iş/firma özellikleri hakkındaki algıları farklı araştırmalarda incelenmiştir. Örneğin Dinç ve Karakaya (2008) işletme son sınıf öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırma sonrasında fayda maliyet, kariyer beklentisi ve kazanç faktörlerinin iş seçiminde temel belirleyici durumda oldukları sonucuna varmışlardır. Garner ve Dombrowski, (1993) ücret, sorumluluk, yoruculuk ve monotonluk gibi iş özelliklerinin öğrencilerin mesleklerine karşı olan tutumları üzerinde en fazla etkiye sahip faktörler olduğunu tespit etmişlerdir (Aktaran: Dinç ve Karakaya, 2008). Bu bulgulara paralel olarak Yayla ve Cengiz (2005), Byrne ve Willes (2005), Ahmed, Alam ve Alam (1997), Hermanson, Hermanson ve Ivancevich, (1995), Adams, Pryor ve Adams (1994), Felton, Burh ve Northey (1994) tarafından muhasebe bölümü öğrencileri üzerinde yapılan farklı araştırmalarda, kısa ve uzun vadeli kazanç ile kariyer olanaklarının öğrencilerin iş seçim tercihleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörlerden biri olduğu belirlenmiştir.

Behling vd. (1968) Sübjektif Faktörler Teorisinde

ise, organizasyonun somut özelliklerinden ziyade, adayların psikolojik ihtiyaçlarının, kişilik özelliklerinin ve değerlerinin, seçim kararındaki etkisine dikkat çekmişlerdir. Diğer bir ifade ile adaylar, psikolojik ihtiyaçlarını en iyi karşılayan, kişilik özellikleri ve değerleri ile uyumlu organizasyonları seçeceklerdir. Sübjektif faktörler teorisi, Tom'un (1971) İmaj Modeli, Schneider'in (1987) Çekicilik-Seçim-Yıpranma Modeli ve Holland'ın (1997) Mesleki Seçim Teorisi gibi bireylerin imaj ve değerleri kendi kişilikleri ile uyumlu olan organizasyonları seçtiklerini öngören uyum teorileri ile paralellik arz etmektedir. Bai (1998) ise kariyer seçiminde sübjektif faktörlerin etkisini kabul etmekle birlikte, serbest pazar ekonomisinin üniversite öğrencilerinin değerlerini değiştirdiğini ve güç ve para gibi objektif faktörlerin iş seçiminde temel motivasyon kaynağı haline geldiğini savunmaktadır. Diğer yandan, Özbilgin, vd. (2005) İngiltere, İsrail ve Türkiye'de işletme yüksek lisansı yapan öğrenciler üzerinde gerçekleştirmiş oldukları araştırmada iş ve kariyer seçiminde kişisel faktörlerin, yapısal faktörlere oranla daha fazla etkili olduğu sonuna varmışlardır. Aycan ve Paşa'nın (2003) Türkiye'deki 17 üniversitede öğrenim gören 1213 işletme öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırma sonuçları da içsel faktörlerin iş seçim kararını etkileyen temel kriter olduğunu ortaya koymaktadır.

Son olarak Behling vd.'nin (1968) Kritik İlişki Teorisi'ne göre adaylar, iş seçimini rasyonel yapabilmek için gerekli bilgiye sahibi değildirler. Bu nedenle karar alırken işverenin genel özelliklerini dikkate alırlar. Rynes da (1991) katılımcıların iş seçim sürecinin ilk aşamalarında sınırlı bilgiye sahip olmaları nedeniyle, seçim kararlarının büyük ölçüde işveren hakkındaki genel izlenimlere dayalı olarak alındığını ileri sürmektedir. Rynes (1991) bu izlenimleri "algılanan örgüt imajı" olarak tanımlamış ve araştırma çabalarının örgüt imajını belirleyen faktörler üzerinde yoğunlaşması gerektiğinin altını çizmiştir. Rynes'a göre eğer söz konusu faktörler belirlenebilirse işverenlerin bu faktörler üzerinde çalışarak adayların tercihlerini etkileyebileceklerdir. Wanous (1992), Fombrun ve Shanley (1990), Belt ve Paolillo (1982), Gatewood, Gowan ve Loutenschlager da (1993) yaptıkları araştırmalar sonrasında örgüt imajının adayların ilk seçim kararının temel bileşeni olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışmada iş seçim sürecinin, öğrencilerin gazete, arkadaş çevresi, aile, işveren çalışanları gibi bilgi kaynaklarından elde ettikleri bilgiye dayalı olarak yaptıkları değerlendirme ile başladığı varsayılmıştır. Buna göre üniversite öğrencileri Behling vd.'nin (1968) ortaya koymuş oldukları modelle uyumlu

olarak iş ve örgüt ortamının özelliklerini değerlendirerek ilgili işverenin kendi ihtiyaçlarını karşılama derecesine karar verecektir. Bu karşılaştırma sırasında objektif, sübjektif faktörlerin yanı sıra işverenin genel imajının etkili olacağı değerlendirilmiştir. İşverenin arzuladığı işgücünü çekebilmesi için bu faktörlerden her biri için farklı stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Bununla birlikte söz konusu üç faktör birbiri ile ilişkili hatta pek çok durumda iç içe geçmiş durumdadır. Örneğin yüksek ücret her ne kadar işe yönelik bir özellik olarak görülse de ücretlerin düşük olduğu bir iş yeri işverenin genel imajını olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla objektif ve sübjektif ve genel imaj ile ilgili özelliklerini pratikte ayırmak mümkün olmakla birlikte, incelemeyi kolaylaştırabilmek ve elde edilen sonuçları daha önce yapılan araştırma bulguları ışığında değerlendirebilmek için bu tür bir ayrım gidilecektir.

3. YÖNTEM VE ANALİZ

Bu çalışmadaki temel amaç belirli hipotezlerin test edilmesinden ziyade, işveren seçim sürecinde etkili olan faktörlerin anlaşılmasını sağlamak olduğu için verilerin analizinde, derinlemesine görüşme gibi nitel yöntemler ile güvenilirlik analizi ve faktör analizi gibi geleneksel nicel yöntemlerden yararlanılmıştır. Diğer yandan verilerin toplanması ve analizinde Patton (1990), Breaugh'un (1983, 1992) ve Yıldırım'ın (2002) önerileri doğrultusunda, tümevarım ve tümdengelim yaklaşımları bir arada kullanılarak elde edilen bulguların geçerlik ve güvenilirliği yükseltilmeye çalışılmıştır. Bunun için öncelikle üniversite öğrencileri ile odak grubu görüşmeleri yapılarak işveren seçimlerini etkileyen temel faktörler taslak olarak belirlenmiştir. Daha sonra öğrencilerden elde edilen ifadeler daha geniş örneklem gruplarına anket formunda uygulanarak, oluşturulan faktör yapısı güvenilir ve geçerli kılınmıştır.

3.1. İşveren Seçimini Etkileyen Faktörlerin Tanımlanması

Öğrencilerin işveren seçimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde odak grubu yöntemi kullanılmıştır. Görüşme öncesinde, Kirk ve Miller'ın (1986) önerileri doğrultusunda öğrencilere bir ön bilgilendirme yapılmış ve bu şekilde konu hakkında düşünme fırsatı yaratılarak, görüşmeye zihni bir hazırlıkla gelmeleri sağlanmıştır. Toplamda 50 son sınıf öğrencisi (15 kişiden oluşan 2 grup ile 20 kişiden oluşan 1 grup) görüşmelere iştirak etmiştir. 30'u kamu, 20'si vakıf üniversitelerinden seçilen öğrencilerin, 34'ü iktisadi idari bilimler/işletme fakültesi, 12'si mühendislik fakültesi ve 4'ü hukuk fakültesinde öğrenim görmektedir.

Görüşmeler bir ay içerisinde farklı günlerde yapılmış ve her oturum yaklaşık 1 saat sürmüştür. Görüşmeler sırasında öğrencilere mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri işverenler ve bu işverenleri tercih etme nedenleri üzerinde serbestçe konuşma ve tartışma fırsatı yaratılmıştır. Daha sonra öğrencilerden seçimleri etkileyen temel faktörleri kendi cümleleriyle ifade etmeleri ve listelemeleri istenmiştir. Odak grubu seansları insan kaynakları konusunda uzman bir öğretim üyesinin yönetiminde gerçekleştirilmiştir. Tüm görüşmelerin video kaydı yapılmıştır. Görüşmeler sırasında toplanan ifadelerin derlenmesi neticesinde, öğrencilerin işveren tercihlerini etkilediği değerlendirilen 55 madde elde edilmiştir.

Odak grubu çalışması seanslarında üretilen maddeler, odak grubu görüşmelerini yöneten öğretim üyesi, bir insan kaynakları uzmanı ve işletme yönetimi konusunda uzman bir başka öğretim üyesinden oluşan 3 kişi tarafından, tekrar eden/örtüşen ifadeleri belirlemek amacıyla incelenmiştir. Bu inceleme sonrasında, Kirk ve Miller (1986), Bliss, Monk ve Ogborn'nun (1987) önerileri doğrultusunda ayırt edici özelliğe sahip olmadığı değerlendirilen 14 madde ile "ailemin etkisi", "arkadaşlarımın etkisi" gibi bir seçim kriterinden ziyade bilgi kaynağı olarak kabul edilen (Schwab, Rynes, Aldag; 1987) 5 madde ölçekten çıkartılmış ve 7 madde tekrar ifade edilmiştir.

Son olarak ölçek, DeVellis (1991)'in önerilerine dayalı olarak araştırma yöntemleri konusunda uzman iki akademisyene daha inceletilmiştir. Bu şekilde Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin (1988) de belirttiği gibi pilot uygulama öncesinde muğlak ifadelerin yeniden düzenlenmesi ya da ölçekten çıkartılması sağlanmıştır. Akademisyenler 2 maddeyi yeniden ifade etmişler, 2 maddeyi birleştirmişler ve 1 maddeyi daha ölçekten çıkarmışlardır. Tüm bu işlemler sonrasında ölçekteki madde sayısı 34'e inmiştir.

3.2. Ön Test

Bu basamakta üniversite öğrencilerinden ilk veriler toplanmıştır. Bunun için odak grubu seanslarında elde edilen maddeler temel alınarak oluşturulan anket formu İstanbul'daki 3'ü kamu, 3 vakıf olmak üzere 6 ayrı üniversitede öğrenim gören 1000 öğrencinin e-posta adresine gönderilmiştir. Öğrencilerden öncelikle mezun olduktan sonra en fazla çalışmak istedikleri işvereni belirtmeleri istenmiş, daha sonra ölçekte yer alan her bir maddenin yapmış oldukları tercihe etki derecesini belirtmeleri istenmiştir. Öğrencilerin değerlendirmeleri 5 Likert ölçeği (1 = Hiç Etkisi Yok, 5 = Çok Etkili) kullanılarak ölçülmüştür. Ankete 321 öğrenci cevap vermiş ve cevaplanma oranı % 32 olarak gerçekleşmiştir.

3.3. Faktör Yapısının Oluşturulması

Ön test ile toplanan verilerin altında yatan yapı Dabholkar, Thorpe ve Rentz (1996) ve Fabrigar, MacCallum, Wegner, ve Strahan'ın (1999) önerileri doğrultusunda açımlayıcı faktör analizi kullanılarak incelenmiştir. Bunun için öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğu Barlett Testi ($Ki-Kare = 1490.65$; $df = 876$; Anlamlılık .000) ve Kaiser Meyer Olkin (KMO) Örnekleme Yeterliliği İndeksi (.917) kullanılarak doğrulanmıştır. Daha sonra elde edilen ilk çözüm, net bir faktör yapısı elde etmek amacıyla oblik yönlendirmeye tabi tutulmuştur (Fabrigar ve ark, 1999).

Faktör yüklemelerinin anlamlılığının belirlenmesinde Hair, Anderson, Tatham ve Black'in (1988) önerileri doğrultusunda mutlak değer 0.5'den büyük olması temel kriter olarak alınmıştır. Ayrıca her bir maddenin ait oldukları faktörlerin açıkladıkları varyansa sağladıkları katkıyı belirlemek için oransal değişim değerleri incelenmiş ve Hair vd. (1998) ile uyumlu olarak 0.3 değeri alt sınır olarak kabul edilmiştir.

Bu kriterlere dayalı olarak yapılan analiz sonrasında, toplam varyansın % 68'ini açıklayan 7 faktörlük bir yapı elde edilmiştir. Bununla birlikte, herhangi bir faktör üzerinde 0.5'in üzerinde yüklemeye sahip olmayan ya da oransal değişim değerleri (communalities) 0.3'ün altında kalan "Vizyonu", "Milliyeti", "Hitap ettiği müşteri kitlesi", "Etik standartları", "Çevre politikası", "Coğrafi lokasyonu", "Çalışma saatleri", "Çalışanların niteliği", "Yöneticilerin niteliği", "Yurtdışı seyahat imkanı", "Yurtdışı çalışma ve yaşama imkanı", "Farklı projelerde çalışma imkanı", "Gelecek için iyi bir referans" maddeleri ölçekten çıkartılmıştır. "Sosyal sorumluluk anlayışı" maddesi ise 0.61'lik yüklemeye, 0.34 oransal değişim değerine rağmen tek maddelik bir faktör oluşturması ve içerik itibarı ile diğer faktörlerle birleştirilememesi nedeniyle değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bu şekilde ölçekteki madde sayısı 34'den, 21'e inmiştir. Faktör analizi 21 maddelik ölçek yapısı esas alınarak tekrarlanmış ve analiz sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablodaki değerlerden tekrarlanan analiz sonrasında faktör sayısının 7'den 5'e düştüğü anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, faktör yapısının toplam varyansı açıklama oranı % 68'den, % 70'e yükselmiştir. Ayrıca ölçekteki tüm maddelerin faktör yüklemeye ve oransal değer kriterlerini karşıladığı belirlenmiştir. Elde edilen faktörlerin iç tutarlılığı, Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı kullanılarak hesaplanmıştır. Sınır değer olarak 0.7 (Parasuraman vd.1988; Spector 1992, Churchill, 1979) alınmış ve madde bütün korelasyonunun

Tablo 1: Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Oransal Değerler	Madde Bütün Korelasyonu
Logosu/amblemi/renkleri		,823				,639	,626
Şube/birimlerinin tasarımı (bina, mefruşat vb.)		,818				,716	,718
İnternet sitesinin tasarımı (görünüşü, fonksiyonelliği vb.)		,740				,701	,684
Çalışanların giyimleri/dış görünüşleri		,529				,556	,558
Fiziksel çalışma şartları	,582					,598	,622
Yükselme/terfi imkânı	,881					,754	,789
Kişisel gelişim imkânı	,814					,722	,750
İş güvencesi/garantisi	,841					,690	,728
Diğer firmalara göre daha yüksek maaş ve yan imkânlar	,688					,575	,620
Ürün/hizmetlerinin tasarımı			,846			,706	,746
Ürün ve hizmetlerinin kalitesi			,901			,725	,807
Ürün ve hizmetlerinin farklı ve benzersiz olması			,798			,632	,733
Kurucusunun kişilik özellikleri, benimsediği ilkeler				,818		,626	,588
Misyonu (varoluş nedeni)				,789		,639	,633
Geçmişi (geçmişteki olumlu olaylar)				,587		,548	,541
Yönetici ve çalışanları tarafından paylaşılan temel değerleri				,658		,617	,636
Yöneticilerinin dünya görüşü				,607		,555	,600
Büyüme hızı					,779	,690	,759
Mali/finansal gücü					,927	,681	,797
Karlılık düzeyi					,911	,649	,800
Girişimci ruhu/yapısı					,584	,659	,708
Özdeğerler	8,682	1,925	1,606	1,463	,949		
Yüzde Varyans	41,345	9,165	7,647	6,967	4,518		
Toplamsal Yüzde	41,345	50,510	58,157	65,124	69,642		
α Değerleri	,810	,821	,893	,870	,875		

kabul edilebilir değeri 0.3 olarak kabul edilmiştir. Tablo 1'deki analiz sonuçları ölçeği oluşturan faktörlerin güvenilirlik değerlerinin 0.8'in, madde bütün

korelasyonu değerlerinin ise 0.54'ün üzerinde olduğunu göstermektedir.

Bu çerçevede 21 madde ve 5 faktörden oluşan faktör yapısı korunmuş ve ölçeği oluşturan faktörler; Faktör 1: Kariyer Olanakları/Çalışma Şartları, Faktör 2: Görsel Kimlik, Faktör 3: Ürün/Hizmetler, Faktör 4: Kurum Kültürü, Faktör 5: Rekabetçi Konum olarak tanımlanmıştır.

3.4. Alan Araştırması

Tablo 1’de yer alan ilk faktör yapısını test etmek ve geçerli kılmak amacıyla ikinci ve daha geniş bir örnekleme kapsayan bir anket uygulaması yapılmıştır. Bu çerçevede soru formları Türkiye’deki 87 farklı üniversitedeki İktisadi İdari Bilimler, Mühendislik ve Hukuk fakültelerinde öğrenim gören 188.523 öğrencinin e-posta adresine gönderilmiş ve iki aşamada gerçekleşen geri dönüşlerde 45.553 soru formu toplanmıştır. Elde edilen bulguların tutarlılığını arttırmak için, üniversitelerin İktisadi İdari Bilimler/İşletme Fakülteleri ve Mühendislik Fakülteleri dışındaki birimlerinde öğrenim gören öğrenciler tarafından doldurulmuş formlar ile cevaplanan soru sayısı % 90’nın altında olan formlar değerlendirme dışı bırakılmış ve bu şekilde 19.894 kullanılabilir soru formu elde edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin, % 54’ü bayan, % 46’sı erkektir. % 61’i kamu, % 39’u vakıf üniversitelerinde öğrenim görmektedir. % 73’ü son sınıf, % 27’si daha yüksek lisans öğrencisidir. Öğrencilerin fakültelere göre dağılımı ise % 74’ü İktisadi İdari Bilimler/İşletme Fakültesi, % 26’sı Mühendislik Fakültesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bu ankette de ilk uygulamada olduğu gibi cevaplar 5 likert ölçeği üzerinden

değerlendirilmiş ayrıca her maddenin karşısına 6’ncı bir seçenek olarak “Fikrim Yok” ifadesi eklenmiştir.

3.5. Güvenilirlik

Alan araştırmasından elde edilen verilere dayalı olarak yapılan güvenilirlik analizi sonrasında 21 maddeden oluşan ölçeğin $\alpha = 0.933$ gibi yüksek güvenilirlik değerine sahip olduğu belirlenmiştir. Faktör bazında güvenilirlik değerleri ise, Kariyer Olanakları/Çalışma Şartları faktörü için $\alpha = 0.818$, Görsel Kimlik faktörü için $\alpha = 0.833$, Ürün/Hizmetler faktörü için $\alpha = 0.889$, Kurum Kültürü faktörü için $\alpha = 0.868$, Rekabetçi Konum faktörü için $\alpha = 0.873$ olarak hesaplanmıştır. Ayrıca ölçeği oluşturan 21 maddenin madde bütün korelasyon değerlerinin sınır değer olan 0.3’ün üzerinde olduğu gözlenmiştir. Bunların yanında 21 maddenin split half güvenilirlik testi sonuçlarının (Guttman Split – half = 0.855, Equal Length Spearman Brown = 0.856, $\alpha = 0.879$ (ilk 11 madde için) ve $\alpha = 0.877$ (ikinci dilimdeki 10 madde için)) yarımın her iki tarafındaki sınır değer olan 0.7’nin üzerinde olması (Hair vd., 1998, Churchill, 1979) işverenlerin seçim kriterleri arasındaki tutarlılığın yüksekliğini desteklemektedir. Ölçek geliştirme çalışmalarında yaygın olarak kullanılan açımlayıcı faktör analizi yöntemi, ölçeklerin faktör yapıları hakkında kolay yorumlanabilir sonuçlar vermekle birlikte, söz konusu sonuçların zaman zaman hatalı yorumlara neden olabileceği ve bu nedenle ihtiyatla yorumlanması gerektiği söylenebilir (Jöreskog ve Sörbom, 1993). Açımlayıcı faktör analizinin bu eksikliğini ortadan kaldırmak için,

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları

Model	$\chi^2(df)$	$\Delta\chi^2$	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
1 Faktör	27514.35(189)		.175	.64	.56	.65	.65
2 Faktör	23761.80(188)	3752.55*	.163	.68	.60	.71	.71
3 Faktör	20280.81(186)	3480.99*	.151	.71	.64	.76	.76
4 Faktör	11438.97(183)	8841.84*	.114	.81	.76	.85	.85
5 Faktör	5624.20(179)	5814.77*	.062	.95	.92	.96	.96
Kabul Değerleri	--	--	< .08	> .95	> .90	> .95	> .95

* $p < 0.01$

^a 1 Faktör: Tek boyutlu seçim kriteri modelini temsil etmektedir; 2 Faktör: İş Ortamı (Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları Kariyer Olanakları) ve Kurum İmajına (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler, Rekabetçi Konum) dayalı ikili faktör yapısını temsil etmektedir. 3 Faktör: Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları/Kariyer Olanakları ve Kurum İmajına (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler, Rekabetçi Konum) dayalı üçlü faktör yapısını temsil etmektedir. 4 Faktör: Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları/Kariyer Olanakları ve Kurum Kimliği (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler) ve Rekabetçi Konuma dayalı dördü faktör yapısını temsil etmektedir. 5 Faktör: Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları Kariyer Olanakları, Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler ve Rekabetçi Konum birbirilerinden bağımsız faktörler olarak alınmıştır.

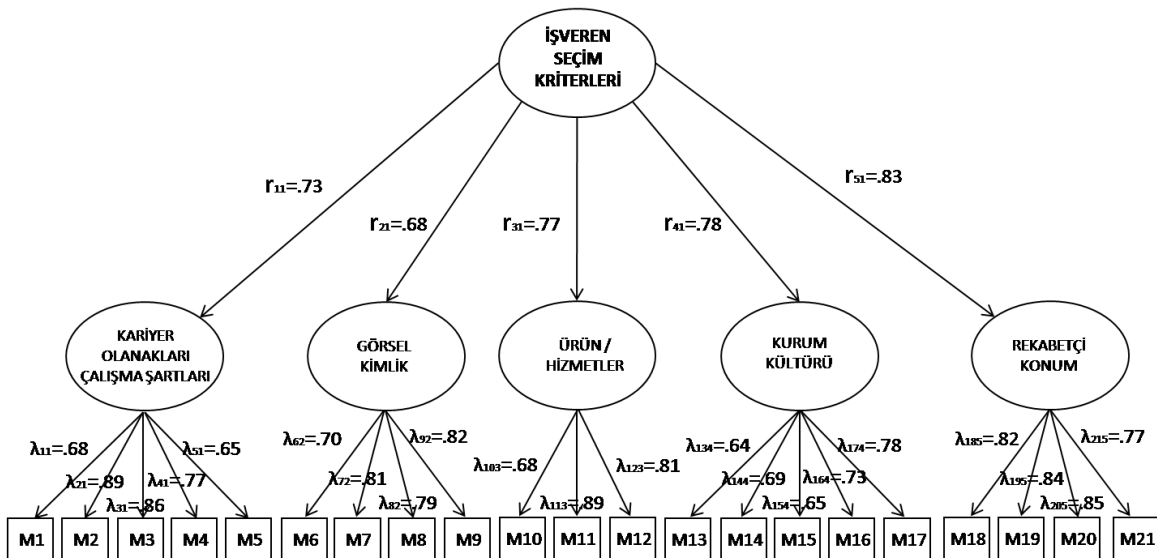
oluşturacak alternatif modellerin doğrulayıcı faktör analizi yardımıyla karşılaştırmalı olarak sınanması tavsiye edilmektedir (Kline, 2005).

Bu çerçevede, ölçeğin faktörlerinin ayırt ediciliğinin belirlenmesi ve beş faktörlük modelin alternatif modellerin karşılaştırılması doğrulayıcı faktör analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bunun için kurum kültürü ve kurum imajı boyutları ile görsel kimlik ve ürün/hizmetler boyutlarının bir arada ele alındığı üç/dört faktör içeren alternatif modeller kurulmuştur. Alternatif faktör yapılarının karşılaştırılmasında Ki-Kare değerleri ile RMSEA (Kök ortalama kare yaklaşım hatası), GFI (Uyum iyiliği endeksi), AGFI (Düzeltilmiş uyum iyiliği endeksi), CFI (Karşılaştırmalı uyum endeksi) ve NFI (Normlanmış uyum endeksi) endekslerinden yararlanılmıştır. Karşılaştırma sonrasında, beş faktörlü yapı ile alternatif yapıların Ki-Kare değerleri arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı çıkması ve uyum endekslerinin beş faktörlü model için ideal değerlere (Hoyle ve Smtih, 1994; Byrne, 1998; Ullman, 2001) daha yakın olması beklenmiştir. Alternatif modellerin karşılaştırıldığı doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. Tablodaki Ki-Kare testi sonuçlarından, alternatif modellerin öğrencileri işveren seçim kriterlerini açıklama yeterlilikleri arasındaki farklılıkların $p < .01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve söz konusu yeterliliğin faktör sayısına bağlı olarak artış gösterdiği anlaşılmaktadır.

a 1 Faktör: Tek boyutlu seçim kriteri modelini

temsil etmektedir; 2 Faktör: İş Ortamı (Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları Kariyer Olanakları) ve Kurum İmajına (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler, Rekabetçi Konum) dayalı ikili faktör yapısını temsil etmektedir. 3 Faktör: Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları/Kariyer Olanakları ve Kurum İmajına (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler, Rekabetçi Konum) dayalı üçlü faktör yapısını temsil etmektedir. 4 Faktör Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları/Kariyer Olanakları ve Kurum Kimliği (Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler) ve Rekabetçi Konuma dayalı dörtlü faktör yapısını temsil etmektedir. 5 Faktör: Örgüt Kültürü, Çalışma Şartları Kariyer Olanakları, Görsel Kimlik, Ürün Hizmetler ve Rekabetçi Konuma birbirilerinden bağımsız faktörler olarak alınmıştır.

Ayrıca uyum iyiliği kriterleri incelendiğinde, sadece beş faktörlü modelin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracının sahip olması gereken asgari kriterleri karşıladığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular ışığında beş faktörlü modelin diğer modellerin uyumundan istatistiksel olarak anlamlı bir üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Yukarıda açıklanan uyum iyiliği kriterlerine ek olarak, ikinci düzey/üst düzey doğrulayıcı faktör modelini testi gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçları Şekil 1'de sunulmuştur. Şekildeki değerler ikinci düzey faktörden, birinci düzey faktörlere olan regresyon yüklemeleri ile birinci derece faktörlerden bu faktörlerin altında yer alan maddelere olan regresyon yüklemelerinin $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla üniversite öğrencilerin işveren seçim kriterlerini tanımlayan beş faktörün ve bu faktörleri temsil eden ikinci düzey bir



Şekil 1: Öğrencilerin İşveren Seçim Kriterleri Arasındaki İlişki

faktörün varlığının araştırma veriler tarafından doğrulandığı söylenebilir. Buna göre öğrencilerin işveren seçim kriterleri iki aşamalı hiyerarşik bir yapı ile açıklanmaktadır. Daha net bir şekilde ifade etmek gerekirse, üniversite öğrencileri mezun olduklarında çalışacakları işverenleri, bu işverenlerin kurum kültürü, görsel kimliği, rekabetçi konumu, çalışma şartları/kariyer olanakları ve ürün/hizmetlerini dikkate alarak seçmektedirler. Üniversite öğrencileri buna ek olarak, işveren seçimini bu beş faktörü temsil eden bir üst seviye faktör olarak görmektedirler.

3.6. Geçerlik

Araştırma boyutları/faktörlerinin geçerliği içerik (content), yakınsak (convergent), kestirimsel (predictive) ve ayırt edici (discriminant) geçerlik yöntemleri kullanılarak incelenmiştir.

İçerik geçerliği: Öğrencilerin işverenleri seçimine temel teşkil eden faktörler odak grubu görüşmeleriyle başlayan ve maddelerin üretilmesiyle devam eden sistematik bir sürecin sonunda geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçütler daha sonra hem akademisyenler hem de uzmanlar tarafından detaylı bir değerlendirmeye tutularak içerik geçerlikleri doğrulanmıştır. Ayrıca soruların geliştirilmesi sırasında, üniversite öğrencilerine bir pilot test uygulanmıştır. Tüm bu işlemler araştırma yöntemleri konusunda uzman bir akademisyen tarafından yürütülmüştür. Dolayısıyla izlenen yaklaşımların yazındaki kabul gören uygulamalarla (DeVellis, 1991) uyumlu olduğu ve ölçeğin içerik geçerliliğini desteklediği söylenebilir.

Yakınsak geçerlik: Bu çalışmada, yakınsak geçerliği doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen ve üniversite öğrencilerinin işveren tercihlerini tanımladığı ileri sürülen örtük faktörlerin doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanması ve faktörlerin iç tutarlılığı/güvenilirliğine ilişkin bulgular ölçeğin yakınsak geçerliğini desteklemektedir.

Ayırt edici geçerlik: Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde her bir maddenin sadece ait faktörde yüksek yükleme değerine sahip olduğu ve faktörler arası çapraz yüklemelerin oluşmadığı gözlenmektedir (Şekil 1). Bu bulgu ölçeği oluşturan maddelerin sadece tek bir kavramı ölçtüklerini ve bu şekilde ayırt edici geçerlik şartının sağlandığını göstermektedir.

4. ÖĞRENCİLERİN İŞVEREN SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Öğrencilerin işveren seçimlerini etkileyen faktörler ile söz konusu seçim kararına etki dereceleri Tablo

3'de özetlenmiştir. Buna göre işverenin "Rekabetçi Konumu" öğrenci tercihleri üzerinde en fazla etkiye sahip olan faktördür. Ayrıca öğrenciler tercihlerini yaparken bir işverenin rekabetçi konumunu belirleyen büyüme hızı, mali/finansal gücü, karlılık düzeyi ve girişimci ruhu/yapısı gibi hususları eşit derecede dikkate almaktadırlar.

Rekabetçi konum faktörünü "Kariyer Olanakları/Çalışma Şartları" faktörü izlemektedir. Bu faktör içerisinde kişisel gelişim imkanı, yükselme/terfi imkanı ve iş güvencesi/garantisi ön plana çıkarken, öğrencilerin fiziksel çalışma şartları ve maaş/yan imkanlar konularına daha az önem verdikleri gözlenmektedir.

"Ürün ve Hizmetler" faktörünün ise "Kariyer Olanakları/Çalışma Şartları" faktörüne yakın bir oranda öğrenci tercihlerinde etkili olmaktadır. Ayrıca öğrencilerin çalışacakları işverenin ürün/hizmet kalitesine özel bir önem verdikleri gözlenmektedir. Ürün/hizmetlerin tasarımı ile ürün/hizmetlerin farklı/benzersiz olması ise öğrenciler için ikincil önem sahip faktörlerdir.

Örgüt Kültürünün öğrenci tercihlerine etkisi diğer faktörlere oranla daha az olmasına rağmen, öğrencilerin özellikle işverenin geçmişine oldukça önem verdikleri anlaşılmaktadır. Bu faktörü işverenin misyonu ve paylaşılan değerleri izlerken, yöneticilerin dünya görüşü ve kurucunun benimsediği ilkelerin öğrenciler üzerinde daha az etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Görsel Kimlik unsurları ise öğrencilerin tercihlerine en az etkiye sahip faktörlerdir. Görsel Kimlik unsurları içerisinde çalışanların giyimleri/dış görünüşleri ile şube/internet sitesinin tasarımı ön plana çıkarken, öğrenciler, işverenlerin logo, amblem ve renklerinin tercihlerini en az etkileyen faktör olduğunu ifade etmişlerdir.

5. TARTIŞMA

Bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin mezun olduktan sonra çalışmayı düşündükleri işverenleri seçim kararlarında rol oynayan faktörler ve söz konusu faktörlerin etki dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Tümevarım ve tümdengelim yaklaşımlarının bir arada kullanıldığı araştırma süreci sonrasında öğrencilerin işveren seçimlerinde; kariyer olanakları/çalışma şartları, görsel kimlik, ürün/hizmetler, örgüt kültürü ve rekabetçi konum faktörlerini dikkate aldıkları tespit edilmiştir. Bunlardan rekabetçi konum ve kariyer olanakları/çalışma şartları faktörleri temel belirleyici durumda iken, bu iki faktörü sırasıyla ürün/hizmetler, örgüt kültürü ve görsel kimlik faktörlerinin izlediği gözlenmiştir. Buna göre öğrenciler

işveren seçimlerinde uzun vadeli, kişisel amaçlarına hizmet eden faktörleri temel alırken, çalışma ortamı gibi kurumsal özelliklere ikincil derecede önem vermektedirler.

Elde edilen bulgular Özbilgin vd.'nin, (2005) öğrencilerin işveren seçiminde yapısal faktörlerden ziyade kişisel faktörleri dikkate aldıkları hipotezi ile büyük ölçüde örtüşmekle birlikte, öğrencilerin iş seçim kriterlerine ilişkin Türk örneklem üzerinde yapılmış en kapsamlı ve sistematik araştırma olduğu

değerlendirilen Aycan ve Paşa'nın (2003) bulguları ile çelişmektedir. Örneğin Aycan ve Paşa'nın (2003) öğrencilerin iş seçimlerinde kritik role sahip olduğunu ileri sürdükleri "Barışçıl bir çalışma ortamı" faktörü ya da bu faktörü destekleyen ifadeler araştırmanın odak grubu tartışmaları sırasında öğrenciler tarafından dile getirilmemiştir. Benzer şekilde Aycan ve Paşa'nın (2003) çalışmasında yer alan kararlara katılım, özerklik, çalışanlar arasındaki iyi ilişkiler, yüksek performans karşılığı verilen ödüller, sorumluluk, per-

Tablo 3: Öğrencilerin İşveren Seçimlerini Etkileyen Faktörler

Öğrenci Tercihlerini Etkileyen Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
M1 Fiziksel Çalışma Şartları	3,5182	1,29319
M2 Yükselme ve Terfi İmkânı	4,0733	1,21174
M3 Kişisel Gelişim İmkânı	4,2695	1,08152
M4 İş Güvencesi/Garantisi	4,0342	1,18649
M5 Diğer Firmalara Göre Daha Yüksek Maaş ve Yan İmkânlar	3,5903	1,34401
Kariyer Olanakları/ Çalışma Şartları	3,9014	,99503
M6 Logosu, Amblemi ve Renkleri	2,5738	1,03811
M7 Şube /Birimlerinin Tasarımı (Bina, Mefruşat Vb.)	2,8544	1,12322
M8 İnternet Sitesinin Tasarımı (Görünüşü, Fonksiyonelliği Vb.)	2,8293	1,08758
M9 Çalışanların Giyimleri/Dış Görünüşleri	2,9977	1,21101
Görsel Kimlik	2,8149	,90604
M10 Ürün/Hizmetlerinin Tasarımı	3,5940	1,11231
M11 Ürün ve Hizmetlerinin Kalitesi	3,9864	1,05535
M12 Ürün ve Hizmetlerinin Farklı ve Benzersiz Olması	3,6434	1,17275
Ürün ve Hizmetler	3,7390	1,00045
M13 Kurucusunun Kişilik Özellikleri, Benimsediği İlkeler	2,8591	1,38802
M14 Misyonu (Varoluş Nedeni)	3,6370	1,18072
M15 Geçmişi (Geçmişteki Olumlu Olaylar)	3,8922	1,09962
M16 Yönetici ve Çalışanları Tarafından Paylaşılan Temel Değerleri	3,5436	1,29548
M17 Yöneticilerinin Dünya Görüşü	3,2526	1,31220
Örgüt Kültürü	3,4288	,97050
M18 Büyüme Hızı	4,0904	1,03922
M19 Mali/Finansal Gücü	4,1845	1,04092
M20 Karlılık Düzeyi	4,0037	1,16473
M21 Girişimci Ruhu/Yapısı	4,1441	1,10108
Rekabetçi Konum	4,1025	,95028

formans geri beslemesi ve yakın gözetim/rehberlik faktörleri öğrencilerin işveren seçim kriterleri arasında bulunmamaktadır.

Bunun yanında araştırma sonuçları Barber vd. (1994) tarafından ileri sürülen ardışık iş araştırma süreci modeli ile uyumludur. Buna göre iş araştırma süreci, hazırlık ya da planlama aşaması ile başlamakta ve bu aşamayı daha aktif ve kapsamlı bir araştırma aşaması takip etmektedir. Blau (1993, 1994) tarafından "iş arama hazırlığı" olarak tanımlanan bu aşamada adaylar daha çok basın, reklamlar, kariyer günleri gibi resmi bilgi kaynaklarını kullanarak işverenler hakkında genel bilgi edinmektedirler. Aktif araştırma aşamasında ise, resmi bilgi kaynaklarının yanı sıra, ilgili iş yerinde çalışan kişiler, arkadaşlar gibi gayri resmi kanallarından çalışma ortamının detayları hakkında bilgiler alınmaktadır. Araştırma kapsamındaki üniversite öğrencilerinin henüz iş araştırmanın hazırlık aşamasında oldukları dikkate alınırsa yapacakları seçimlerde kararlara katılım, ödüller, özerklik imkânları gibi işverenlerin iç işleyişine ilişkin faktörler hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu faktörlerin onların kararlarını etkilemesi güç görülmektedir.

Bu öngörüye paralel olarak Rynes'da (1991) katılımcılar iş seçim sürecinin ilk aşamalarında sınırlı bilgiye sahip olmaları nedeniyle, işveren seçim kararlarının büyük ölçüde işverenlerin etkinliklerine ilişkin genel izlenimlere dayalı olarak alındığını ileri sürmektedir. Rynes (1991) bu izlenimleri "örgüt imajı" olarak adlandırmış ve araştırma çabalarının örgüt imajını belirleyen faktörler üzerinde yoğunlaşması gerektiğinin altını çizmiştir. Fombrun ve Shanley (1990), Belt ve Paolillo (1982), Gatewood, Gowan ve Loutenschlager (1993) tarafından yapılan araştırmalar da imajın ilk seçim kararının temel bileşeni olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırma sonucunda örgüt imajını tanımlayan "görsel kimlik" unsurlarının öğrenci tercihlerine etkisinin düşük çıkması, "Örgüt imajı Türk örneklem için önemli değil mi?" sorusunu akla getirebilir. Bununla birlikte örgüt imajının bir yansıması niteliğindeki "rekabetçi konum" ve "kariyer olanakları/çalışma şartları" faktörlerinin öğrencilerin işveren tercihleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörler olmaları, örgüt imajının önemini doğrulamaktadır.

Aycan ve Paşa'nın (2003) çalışmasında, öğrenci tercihlerine en fazla etkiye sahip faktör olduğu ileri sürülen "güç ve otoriteye sahip olma" faktörü odak grubu çalışmaları sırasında öğrenciler tarafından açıkça ifade edilmemiştir. Bununla birlikte yükselme ve terfi imkânına verilen önem öğrencilerin bu faktörü dikkate aldıklarını göstermektedir. Özbilgin vd. de

(2005) "Terfi fırsatlarının" öğrenci tercihlerini en fazla etkileyen faktör olduğunu ileri sürmektedirler.

"Kişisel gelişim imkânları" araştırma kapsamında öğrenciler tarafından en fazla önem verilen faktör iken Aycan ve Paşa'nın (2003) çalışmasında altıncı sırada yer almıştır. Özbilgin vd. (2005) ise araştırma bulguları ile uyumlu olarak, "Gelişim imkânlarının" öğrencilerin kariyer seçimlerindeki en fazla etkiye sahip faktörlerden biri olduğunu belirlemişlerdir.

"Ücret", Aycan ve Paşa'nın (2003) çalışmasında öğrenci tercihleri üzerinde en fazla etkiye sahip ikinci faktör iken, bu araştırma sonuçları ücretin öğrenciler üzerinde etkisinin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer taraftan Aycan ve Paşa (2003), Özbilgin vd. (2005) ve Dinç ve Karakaya'nın (2008) çalışmalarında yer almayan "iş güvencesi" faktörü öğrenci tercihleri üzerindeki temel belirleyicilerden biri olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum üzerinde, araştırmanın yapıldığı dönemdeki küresel kriz ve buna bağlı olarak artan işsizlik oranlarının etkisi olabilir. Ancak krizlerin doğal bir hal aldığı iş dünyasında iş güvencesinin önemini koruyacağı değerlendirilmektedir.

Öğrencilerin "kişisel gelişim imkânları", "yükselme ve terfi imkânları" faktörlerini, "ücret ve yan imkanlar" ve "fiziksel çalışma ortamı" faktörlerine tercih etmeleri işveren seçimine uzun vadeli bir bakış açısı ile yaklaştıklarını ortaya koymaktadır. Bir işin hem yüksek ücret ve hem de kariyer olanaklarına aynı anda sahip olması ideal bir durumu temsil etmekle birlikte gerçek hayatta bu iki özelliğin bir arada bulunması pek mümkün görülmemektedir. Öğrencilerin bu iki faktör arasındaki ayrımı yapmaları, kararlarının bilinçli bir tercihe dayandığını ortaya koymaktadır. Dinç ve Karakaya'nın (2008) çalışmasında da "Fayda-Maliyet" faktörünün öğrenci tercihleri üzerindeki temel belirleyici olduğunun belirlenmesi, araştırmacıların öğrencilerin tercihlerini gerçekçi olarak yaptıkları hipotezini desteklemektedir.

Öğrenciler araştırma kapsamında görsel kimliğe önem vermediklerini ifade etseler de, o kimliğin temsil ettiği gücü (rekabetçi konum) önemsemektedirler. Diğer yandan hiçbir yabancı çalışmada rastlanmayan tepe yönetimin dünya görüşü öğrenci tercihlerinde etkili bir faktör olarak karşımıza çıkmıştır.

Araştırma bulguları ile daha önce Türk örneklem üzerinde yapılan araştırma bulguları arasında gözlenen farklılıkların söz konusu çalışmalarda izlenen yöntemden kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir. Örneğin Aycan ve Paşa'nın (2003) araştırmasındaki ölçme aracı, Kanungo ve Hartwick'in (1987) iş güdüleyicileri çalışmasından temel alınarak

hazırlanırken, araştırma kapsamındaki faktörler, öğrencilerin katıldığı odak grubu çalışmalarında elde edilen veriler ışığında tanımlanmıştır. Bu şekilde bilinmeyi keşfetme olanağı elde edilmiş ve öğrencilerin işveren seçimini etkileyen faktörlerin daha kavrayıcı bir listesi oluşturulmuştur.

Araştırma bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise, öğrencilerin iş hayatına uzun vadeli hedeflerle girdikleri, güvenli ve gelecek vadeden bir işi yüksek getiri sağlayan bir işe tercih ettikleri, buna paralel olarak rekabet gücü yüksek, gelecek vadeden işverenlerde çalışmak istedikleri söylenebilir.

6. SINIRLILIKLAR VE ARAŞTIRMA ÖNERİLERİ

Araştırmanın kapsamında yapılan anket uygulaması internet üzerinden gerçekleştirilmiştir. İnternet anketlerinin “kapsam”, “ölçüm” ve “cevaplanmama” hatalarına açık olmaları nedeniyle ihtiyatla kullanılması tavsiye edilmektedir (Dillman, Symth ve Christian, 2008). Bununla birlikte üniversite öğrencilerinin yaklaşık % 90'ının internet erişimi olduğu düşünülürse, “kapsam hatasının” araştırmanın hedef kitlesi için geçerli olmayacağı söylenebilir. İnternet anketlerindeki “ölçüm hatasının” temel kaynağı, araştırmacının katılımcılar üzerinde kontrolünün olmamasından kaynaklanmaktadır (Dillman vd. 2008). Anketi alan öğrenciler tüm soruları rastgele doldurabilecekleri gibi, anketi onların yerine bir başkası da doldurabilir. Ancak aynı sınırlılık yüz yüze yapılmayan diğer anket türleri için de geçerlidir (Yammarino, Skinner ve Childers, 1991). Ayrıca cevaplayıcının e-posta adresine kişisel şifresi ile giriyor olması internet anketlerinin, normal posta anketlerine oranla güvenilirliğini yükseltmektedir. Diğer yandan anket araştırması sonrasında elde edilen yüksek güvenilirlik değerleri anketlerin son derece bilinçli bir şekilde doldurulduğunu göstermektedir. Son olarak öğrenciler internet üzerinden çok sayıda araştırma talebi aldıkları için bu tür anketlerin cevaplanma oranı doğal olarak düşmektedir. Bunun için anketlerin linklerini içeren e-postalar, öğrencilerin üye oldukları gençlik kuruluşlarının elektronik posta adresleri üzerinden gönderilmiş ve bu şekilde bir farklılık yaratılarak cevaplanma oranı yükseltilmiştir. Bunun yanında karşılaştırma yapılan çalışmaların kapsam ve ölçüm modellerindeki farklılıklar, araştırma bulgularının ihtiyatla yorumlanması gerekli kılmalıdır.

Araştırma ile öğrencilerin işveren tercihleri üzerinde etkili olan örgütsel özellikler incelenmiştir. Pazar şartları, kişisel özellikler, kişi-iş uyumu gibi faktörlerin öğrenci tercihlerine etkisi bu araştırmanın kapsamı

dışındadır. Bununla birlikte yapılan sınırlandırmanın, işverenlerin stratejik insan kaynakları politikalarına ışık tutabilecek nitelikte ayrıntılı ve somut bilgilerin elde edilmesini sağladığı söylenebilir.

Çalışma kapsamında öğrencilerin, iş araştırma sürecinin hazırlık aşamasındaki algıları ölçülmüştür. Hazırlık aşamasını takip eden aktif araştırma aşamasında, adayların işverenler hakkındaki düşüncelerini etkileyen faktörler ile bunların etki derecelerinin değişmesi muhtemeldir. Dolayısıyla bu çalışmada izlenen metodolojinin aktif olarak iş arayan kişiler üzerinde tekrarlanması, araştırma bulgularının tamamlayacak bilgiler elde edilmesini sağlayacaktır.

Sosyal sorumluluk anlayışı, etik standartlar, çevre politikası faktörleri odak grubu çalışmaları sırasında öğrenciler tarafından işveren seçimlerini etkileyen kriterler arasında sayılmakla birlikte, ölçek geliştirme sırasında yalnız başlarına bir faktör oluşturamadıkları için değerlendirme dışı bırakılmışlardır. Bu çerçevede sosyal sorumluluğa ilişkin faktörlerin öğrencilerin işverenlere olan bakış açısına etkisi ayrı bir araştırmanın konusu olabilir.

Diñç ve Karakaya (2008) ve Aycan ve Paşa (2003) çalışmalarında, aile ve çevre öğrencilerin iş seçimini etkileyen ayrı bir faktör olarak alınmıştır. Bununla birlikte odak grubu çalışmaları sırasında, aile ve çevrenin öğrencileri işverenler hakkındaki izlenimleri çerçevesinde etkiledikleri belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile aile ve çevrenin işveren seçimindeki etkisi kendiliğinden gerçekleşmemekte burada yine işveren özellikleri belirleyici olmaktadır. Bu nedenle aile ve çevrenin ayrı bir faktör olarak alınması yerine bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmesinin daha uygun olacağı değerlendirilmiştir. Saks (2005) ve Barber vd. de (1994), aile ve çevreyi iş araştırma sürecindeki gayri resmi bilgi kaynakları olarak tanımlamaktadırlar. Bu çerçevede öğrencilerin işverenler hakkındaki izlenimlerinin nasıl oluştuğu, bu oluşuma alternatif bilgi kaynaklarının etki derecesi ayrıca incelenebilir.

Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçların, yukarıda sayılan kuramsal katkılarının yanı sıra, gerek işverenler, gerek öğretim üyeleri, gerekse öğrenciler için pratik yararlar sağlayacağı değerlendirilmektedir. İşverenler, öğrencilerin tercih ve önceliklerini anlamaları halinde insan kaynakları süreçlerini bu yönde geliştirebilir ve daha nitelikli işgücünü bünyelerinde toplayabilirler. Öğretim üyeleri, öğrencilerin beklentilerini daha iyi anlamaları halinde onlara daha sağlıklı kariyer tavsiyelerinde bulunabilirler. Son olarak öğrenciler, kendi iş seçim kriterlerini diğer öğrencilerin kriterleri ışığında değerlendirebilirler.

7. SONUÇ

Öğrencilerin iş ve işveren seçim kriterlerinin anlaşılması tedarik araştırma ve pratikleri açısından önem taşımaktadır. Ayrıca söz konusu faktörlerin tanımlanması öğrencilerin karar alma teorisinin şekillendirilmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışmada öğrencilerin işveren seçim kriterlerinin belirlenmesinde tümevarım ve tümdengelim yaklaşımlarının bir arada kullanılmasının önemi vurgulanmıştır. Çünkü ülkeler arasındaki sosyo-ekonomik ve kültürel farklılıklar iş ve işveren seçim kriterlerini farklılaştırmakta yabancı ülkelerde yapılan araştırma sonuçları ile bunlara dayalı olarak geliştirilen pratikleri büyük ölçüde geçer-

siz kılmaktadır. Bunun için yüksek nitelikli öğrencileri istihdam etmek isteyen işverenler öğrencilerin beklentilerini Türkiye özelinde değerlendirmeli ve tedarik süreçlerini buna uygun olarak düzenlemelidirler.

Araştırma sonuçları kullanılan yöntem nedeniyle öğrencilerin iş seçim kriterlerine ilişkin daha önceki çalışmalardan daha farklı bir resim ortaya koymuştur. Ayrıca örneklem büyüklüğü nedeniyle bulgular büyük ölçüde genellenebilir niteliktedir. Araştırmada belirlenen faktörler ve bu faktörlere dayalı olarak geliştirilen ölçek işverenlere ve araştırmacılara ışık tutacak niteliktedir.

TEŞEKKÜR

Realta Ltd. Şirketi kurucu ortağı Sn. Ali AYZAZ başta olmak üzere Uniaktivite ve Centrum Ltd.Şti. yetkilileri ile odak grubu çalışmalarına iştirak eden öğrencile-

re araştırmaya sağlamış oldukları katkılar nedeniyle teşekkür ederiz.

KAYNAKLAR

Adams, S. J., Pryor L. J. ve Adams, S. L. (1994) "Attraction and Retention of High-Aptitude Students in Accounting: An Exploratory Longitudinal Study" *Issues in Accounting Education*, 9 (1): 45-58.

Ahmed, K., Alam, K. F. ve Alam, M. (1997) "An Empirical Study of Factors Affecting Accounting Students' Career Choice in New Zealand" *Accounting Education*, 6 (4): 325-335.

Allen, R. E. ve Keaveny, T. J. (1980) "The Relative Effectiveness of Alternative Job Sources" *Journal of Vocational Behavior*, 16: 18-32.

Aycan, Z. ve Paşa, S. F. (2003) "Career Choices, Job Selection Criteria, and Leadership Preferences in a Transitional Nation: The Case of Turkey" *Journal of Career Development*, 30 (2):129-143.

Bai, L. (1998) "Monetary Reward Versus the National Ideological Agenda: Career Choice Among Chinese University Students" *Journal of Moral Education*, 27(4): 525-541.

Barber, A. E. (1998) *Recruiting Employees: Individual And Organizational Perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Barber, A. E. ve Daly, C. L., Giannantonio, C. M ve Phillips, J. M. (1994) "Job Search Activities: An Examination Of Changes Over Time" *Personnel Psychology*, 47:739-765.

Behling, C., Labovitz, G. ve Gainer, M. (1968) "College Recruiting: A Theoretical Basis" *Personnel Journal*, 47: 13-19.

Belt, J. A. ve Paolillo, J. G. P. (1982) "The Influence of Corporate Image and Specificity of Candidate Qualifications on Response to Recruitment Advertisements" *Journal of Management*, 8: 105-112.

Blau, G. (1993) "Further Exploring the Relationship Between Job Search and Voluntary Individual Turnover" *Personnel Psychology*, 46: 213-330.

Blau, G. (1994) "Testing A Two-Dimension Measure of Job Search Behavior" *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59: 288-312.

Bliss, J., Monk, M. ve Ogborn, J. (1987) *Qualitative Data Analysis for Educational Research* London: Croom Helm.

Boswell, W. R. , Roehling, M. V., LePine, M. A. ve Moynihan, L. M. (2003) "Individual Job-Choice Decisions and The Impact of Job Attributes and Recruitment Practices: A Longitudinal Field Study" *Human Resource Management*, 42: 23-37.

Breaugh, J. A. (1983) "Realistic Job Previews: A Critical Appraisal and Future Research Directions" *Academy of Management Review*, 8: 612-619.

Breaugh, J. A. (1992) *Recruitment: Science and Practice*, Boston, MA: PWS-Kent.

Breaugh, J. A. ve Starke, M. (2000) "Research on Employee Recruitment: So Many Studies, So Many Remaining Questions" *Journal of Management*, 26: 405-434.

Bretz, R. D. ve Judge, T. A. (1994) "Person-Organization Fit and the Theory of Work Adjustment: Implications For Satisfaction, Tenure, and Career Success" *Journal of Vocational Behaviour*, 44: 32-54.

Byrne, M. ve Willes, P. (2005) "Irish Secondary Students' Perceptions of The Work of An Accountant and The Accounting Profession" *Accounting Education: An International Journal*, 14(4): 367-381.

- Byrne, B. (1998) *Structural Equation Modelling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: basic concepts, application and programming*. Mahwah, NJ, Erlbaum.
- Cable, D. M. ve Judge, T. A. (1994) "Pay Preferences and Job Search Decisions: A Person-Organization Fit Perspective" *Personnel Psychology*, 47: 317-348.
- Cable, D. M. ve Judge, T. A. (1996) "Person-Organization Fit, Job Choice Decisions, and Organizational Entry", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67: 294 - 311.
- Cable, D. M. ve Judge, T. A. (1997) "Interviewers' Perceptions of Person-Organization Fit and Organizational Selection Decisions" *Journal of Applied Psychology*, 82: 546-561.
- Carless, S. A. (2005) "Person-Job Fit Versus Person-Organization Fit As Predictors of Organizational Attraction and Job Choice Intentions: A Longitudinal Study" *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78: 411-429.
- Carpenter, P. ve Foster, B. (1977) "The Career Decisions of Student Teachers" *Educational Research and Perspectives University of Western Australia*, 4 (1): 23-33.
- Chan, S. Y. ve Ho, S. M. (2000) "Desired Attributes of Public Accounting Firms in The Job Selection Process: An Empirical Examination Of Accounting Graduates' Perceptions" *Accounting Education*, 9 (4) s.315-327.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A ve Jones, D. A. (2005) "Applicant Attraction to Organizations and Job Choice: A Meta-Analytic Review of the Correlates of Recruiting Outcomes" *Journal of Applied Psychology*, 90 (5): 928-944.
- Churchill, G. A. (1979) "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs" *Journal of Marketing Research*, 16 (1): 64-73.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I ve Rentz, J. O. (1996) "A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation" *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (1): 3-16.
- Danziger, N ve Eden, Y. (2006) "Student Career Aspirations and Perceptions: The Case of Israeli Accounting Students" *Accounting Education: An International Journal*, 15 (2): 113-134.
- DeVellis, R. F. (1991) *Scale Development: Theory and Applications, Applied Social Research Methods Series*, SAGE Publications, Newbury Park.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D. ve Christian, L. M. (2008) *Internet, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*, Wiley, New York.
- Dinç, E. ve Karakaya, A. (2008) "Muhasebe Mesleği Seçimini Etkileyen Faktörlere Yönelik Lisans Öğrencilerinin Algılarındaki Farklılıklar" *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, MÖDAV, 4:117-136.
- Erol, M. ve Atmaca, M. (2004) "Meslek Yüksek Okullarında Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin İş Dünyasında Muhasebe Mesleğinde Çalışmaya Karşı Tutumları" *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, MUFAD, 24:171-179.
- Fabrigar, L. R., MacCallum, R. C., Wegner, D. T. ve Strahan, E. J. (1999) "Evaluating the Use of Exploratory Factor Analysis in Psychological Research" *Psychological Methods*, 4(3): 272-299.
- Felton, S., Burh, N. ve Northey, M. (1994) "Factors Influencing the Business Student's Choice of a Career in Chartered Accountancy" *Issues in Accounting Education*, 9 (1): 131-141.
- Fombrun, C. ve Shanley, M. (1990) "What's in a name? Reputation Building and Corporate Strategy" *Academy of Management Journal*, 33:233-258.
- Garner, R. M. ve Dombrowski, R. F. (1993) "Recruiting the 'Best and Brightest': The Role of University Accounting Programs and State CPA Societies" Paper Presented at National AAA Meeting.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A. ve Lautenschlager, G. J. (1993) "Corporate Image, Recruitment Image, and Initial Job Choice Decisions" *Academy of Management Journal*, 36: 414-427.
- Greenhaus, J. H., Callanan, G. A. ve Godshalk, V. M. (2000) *Career Management*, Dryden Press, New York.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1998) *Multivariate Data Analysis*, Prentice-Hall International Inc., Upper Saddle River, NJ.
- Harold, C.M. ve Ployhart, R. E. (2008) "What Do Applicants Want? Examining Changes in Attribute Judgments Over Time" *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81:91-218.
- Hermanson, D. R., Hermanson, R. H. ve Ivancevich S. H. (1995) "Are America's Top Business Students Steering Clear of Accounting?" *Ohio CPA Journal*, (54) 2: 26-30.
- Holland, J. L. (1985) "Author Biases, Errors, and Omissions in An Evaluation of the SDS Investigative Summary Scale: A Response to Aronowitz, Bridge, and Jones" *Journal of Vocational Behavior*, 27: 374-376.
- Hoyle, R. ve Smith, G. (1994) "Formulating Clinical Research Hypotheses as Structural Equation Models: A Conceptual Overview" *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 62 (3): 429-440.
- Hyes, B. E. (1991) *Measuring Customer Satisfaction, Development and Use of Questionnaires*, Wisconsin, ASQC.
- İnce, E. (2009) "Milenyum Kuşağı'nın En Gözde İşverenleri" *Businessweek-Türkiye*, 11: 27-36.

Jöreskog, K. ve Sörbom, D. (1993) *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*, Chicago: Scientific Software International.

Kanungo, R. N. ve Hartwick, J. (1987) "An Alternative to the Intrinsic-Extrinsic Dichotomy of Work Rewards" *Journal of Management*, 13: 751-766.

Kirk, J. ve Miller, M. L. (1986) *Reliability and Validity in Qualitative Research, Qualitative Research Methods Series*, SAGE Publications, Newbury Park.

Kline, R. (2005) *Principles and practices of structural equation modeling*, The Guilford Press, New York.

Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D ve Johnson, E. C. (2005) "Consequences of Individuals' Fit At Work: A Meta-Analysis of Person-Job, Person-Organization, Person-Group, and Person-Supervisor Fit" *Personnel Psychology*, 58: 281-342.

Michaels, E., Handfield-Jones, H. ve Axelrod, B. (2001) *The War For Talent*, Harvard Business School Press, Boston.

Özbilgin, M., Küskü, F ve Erdoğan, N. (2005) "Explaining Influences on Career Choice: The Case of MBA Students in Comparative Perspective" *International Journal of Human Resource Management*, 16(11): 2000-2028.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality" *Journal of Retailing*, 64 (1): 12-40.

Patton, M. Q. (1990) *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Sage, Newbury Park.

Rynes, S. L. (1991) "Recruitment, Job Choice, and Post-Hire Consequences: A Call For New Research Directions" içinde M. D. Dunnette ve L. M. Hough, *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Consulting Psychologists Press, Palo Alto.

Saks, A. M. (2006) "Multiple Predictors and Criteria of Job Search Success" *Journal of Vocational Behavior*, 68: 400-415.

Sargut, S. (2001) *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitapevi, Ankara.

Schneider, B. (1987) "The People Make The Place" *Personnel Psychology*, 40: 437-453.

Schwab, D., Rynes, S. ve Aldag, R. (1987) "Theories And Research on Job Search and Choice" içinde K. Rowland - G. Ferris, *Research in Personnel and Human Resources Management*, s.129-166, JAI Press, Greenwich.

Simon, H. A. (1951) "A Formal Theory of The Employment Relationship" *Econometrica*, 19: 293-305.

Slaughter, J. E., Richard, E. M. ve Martin, J. H. (2006) "Comparing the Efficacy of Direct Estimates and Policy Capturing Weights For Predicting Job Choice" *Organizational Research Methods*, 9: 285-314.

Spector, P. E. (1992) *Summated Rating Scale Construction*, SAGE University Papers, London.

Tom, V. R. (1971) "The Role of Personality and Organizational Images in the Recruiting Process" *Organizational Behavior and Human Performance*, 6:573-592.

Turban, D. B. (2001) "Organizational Attractiveness As An Employer on College Campuses: An Examination of the Applicant Population" *Journal of Vocational Behavior*, 58:293-312.

Turban, D. B ve Eyring, A. R. ve Gampion, J. E. (1993) "Job Attributes: Preferences Compared with Reasons Given for Accepting and Rejecting Job Offers" *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 66:71-81.

Ullman, J. (2001) "Structural Equation Modeling" B. Tabchnick ve L. Fidell içinde, *Using Multivariate Statistics*, 653-771, Allyn & Bacon, Boston.

Wanous, J. P. (1992) *Organizational Entry: Recruitment, Selection, Orientation and Socialization of Newcomers*, Reading, MA, Addison-Wesley.

Wasti, S. (1998) "Cultural Barriers in the Transferability of Japanese and American Human Resources Practices to Developing Countries: The Turkish Case". *The International Journal of Human Resource Management*, 9 (4): 608-630.

Yammarino, F. J., Skinner, S. J ve Childers, T. L. (1991) "Understanding Mail Survey Response Behavior" *Public Opinion Quarterly*. 55: 613-639.

Yang, E., Wong, S. C., Hwang, M. ve Heppner, M. (2002) "Widening Our Global View: The Development of Career Counseling Services for International Students" *Journal of Career Development*, 28(3): 203-213.

Yayla, H ve Cengiz E. (2005) "Muhasebe Mesleğinin Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği" *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 3: 147-168.

Yıldırım, E. (2002) "Cogito Ergo Sum'dan "Vivo Ergo Sum"a Örgütsel Analiz." *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 155-185.