

ÜNİVERSİTELİLER

Bloomberg Businessweek Türkiye ve Realta Danışmanlık işbirliğinden doğan "En Gözde Şirketler" araştırması sonuçlandı. Bu yıl beşincisi yapılan araştırmamız kapsamında Türkiye genelinde 96 üniversiteden 10 bin 330 öğrenci en gözde şirketlerini seçti. İlk 10 listemizde geçen yıla kıyasla çok büyük farklar yok; ancak ilk 50 listesinde çarpıcı değişiklikler dikkat çekiyor. Bazı kamu kuruluşlarında çalışmak, öğrencilerin gözünde yeniden yükseliyor.

SEÇİMİNİ YAPTI



Güneş Kömürcüler ve Ayşe Merve Kamacı

Üniversitelerdeki genç yetenekler ve büyük şirketler... Birbirine buluşmak için gün sayıyor. Şirketler genç yeteneklere nasıl ulaşıyor? Y ve Z Kuşağı olarak bilinen 1980 ve 1990 sonrası doğumlu gençlerin DNA'larını çözümleyebiliyorlar mı? Gençlere ulaşmak için oluşturdukları devasa insan kaynakları bütçeleri, amacına ulaşabiliyor mu?

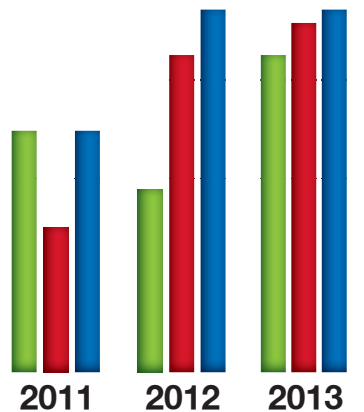
Peki ya gençler? Genç yetenekler büyük şirketlerden ne bekliyor? Hangi şirketlerde çalışmak istiyorlar? Hayallerindeki çalışma koşulları neler?

Birbirinden zor bu sorulara net bir yanıt vermek mümkün değil elbette. Ancak "En Gözde Şirketler" araştırması bu soruların yanıtlanması yolunda çok ciddi bir yol haritası sunuyor.

1980 ve sonrası doğumlu gençlerden başlayalım. Bu nesille müsemma özellikler malum: Yaratıcılık, teknolojiye düşkünlük, sabırsızlık, esneklik, hiyerarşi alerjisi... Diğer taraftan, son derece motive, sanıldığı kadar aksine çalışmaya düşkün ve haksızlığa tahammülsüz bir kuşaktan bahsediyoruz. "Bir diğer özellikleri de son derece bilinçli olmaları" diyor Realta Danışmanlık Kurucu Ortağı Ali Ayaz ve ekliyor: "Üniversite öğrencilerinin anket sorularımıza verdiği yanıtlar birçok şirketi ve sektörü, daha da önemlisi onlardan ne istediklerini biliyor olduklarını gösteriyor."

Bu yılki araştırmamızda öğrencilerin iş yaşamından neler beklediğine bakalım: Öğrenciler öncelikle, alanlarında uzmanlaşmak istiyor. Bu seçeneği, yeni projeler geliştirmek ve şirketin üst kademelerinde yer almak izliyor. Oysa 2011'de gençlerin en çok istediği şey, şirketin üst kademelerinde yer almaktı.

Öğrencilerin iş yaşamından beklentileri



■ Firmanın üst kademelerinde yer almak
■ Yeni projeler geliştirmek
■ Alanında uzmanlaşmak

"Sevindirici bir sonuç bu" diyor Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz ve ekliyor: "Yıllardır farklı formatlarda gerçekleşen iş dünyası-öğrenci buluşmalarında, iş dünyasının öğrencilere iletmeye çalıştığı en önemli mesajın bu yönde olduğunu düşünüyorum. Öğrenciler genellikle iş dünyasını tanımadıklarından, çok doğru hedefler oluşturamıyor ve kendilerini tam ifade edemiyor. Gençlerin verdiği bu yanıt, bence yıllardır artarak süren iş dünyası-öğrenci iletişiminin en sonunda meyvelerini verdiğini gösteriyor."

Araştırmamız kapsamında Bahçeşehir Üniversitesi'nde, farklı üniversitelerden gençlerle bir araya geldik. Bize şirketlerden neler beklediklerini teker teker anlattılar. "Ben arkadaşımın görüşüne kesinlikle katılmıyorum" dedi biri. Diğeri "Bence olaya bu açıdan bakmak gerek" diye anlattı merakını.

"Bir şirkette kendimi ne kadar geliştirebileceğim, ne kadar sürede yükselebileceğim çok önemli ama ne kadar maaş alacağım ve üst yöneticilerimle nasıl anlaştığım da bir o kadar önemli benim için. Hiyerarşinin hüküm sürdüğü bir yer bana göre değil" diyor Bahçeşehir Üniversitesi'nde İşletme okuyan ve aynı zamanda kulüp çalışmalarında aktif rol oynayan Dilara. İstanbul Üniversitesi İşletme Mühendisliği son sınıf öğrencisi Süleyman ise çalışma ortamının eğlenceli olmasını ve kendisine bir şeyler katmasını önemsiyor.

"Şirketlerin öğrencilere yönelik çeşitli faaliyetlerinin yanı sıra internet ve sosyal medya sayesinde şirketler ve iş yaşamı hakkında bilgiye kolay ulaşılabilme ve paylaşımında bulunma gibi sebeplerle gençler iş dünyasının ne istediğini eskiye göre daha iyi biliyor" diyor Yenibiris.com Genel Koordinatörü Burçak Pak Yılmaz ve şöyle devam ediyor: "Bu durum elbette karşılıklı. Yeni nesil de artık iş dünyasını şekillendirmeye başladı. Bu demek değil ki, yönetici olma isteği azaldı. Ne zaman müdür olacağı, hâlâ iş görüşmesine giren adayın kafasındaki en popüler sorulardan biri. Bunu kuru kuru dile getirmenin çok da anlamlı olmadığını, bu hedefin içini doldurmaları gerektiğini artık biliyorlar." Yılmaz'a göre, gençler iş hayatının gereklerini yaptıklarında ve zamanı geldiğinde yöneticilik pozisyonuna zaten gelececeklerini öğrenmeye başladılar. "Artık sadece müdür, direktör gibi pozisyonlara sahip olmak da yeni nesil çalışanlara yetmiyor. Kendilerini gerçekleştirmek, şirkette ortaya koyduklarıyla değerli olduklarını hissetmek istiyorlar" diyor Yılmaz.

Rahat çalışma ortamı, yeni projeler üretebilmek, iyi bir maaş ve sosyal fırsat paketi... Öğrenciler bunları sunduğunu düşündüğü, aynı zamanda iyi ürün ve/veya hizmet sunduğuna inandığı şirketleri seçiyor.

Öğrenciler tarafından en çok bilinen etkinlikler ilk 3

Garanti Talent Camp

Akbank Düşünce Kulübü

Avea Masters

Araştırma, internet üzerinden interaktif olarak gerçekleştirildi. Bu şekilde öğrencilerin farklı şirketleri tercih nedenleri hakkında ayrıntılı bilgi elde edilmesi hedeflendi. Türkiye'deki 96 farklı üniversitede öğrenim görmeye devam eden öğrenciler araştırmanın hedef kitlesini oluşturuyor. Bu kapsamda üniversite bazında oluşturulmuş linkler, üniversite yönetimleriyle işbirliği yapılarak e-posta, bülten, duyuru panelleri gibi çeşitli kanallarla öğrencilere duyuruldu. Araştırma ayrıca 3İK İş ve Kariyer Kulüpleri Birliği aracılığıyla doğrudan gönderilen e-posta, sosyal medya, kulüp sayfaları aracılığıyla duyuruldu.

Öğrenciler tarafından doldurulan formlar arasından 10 bin 330 geçerli anket formu elde edildi.

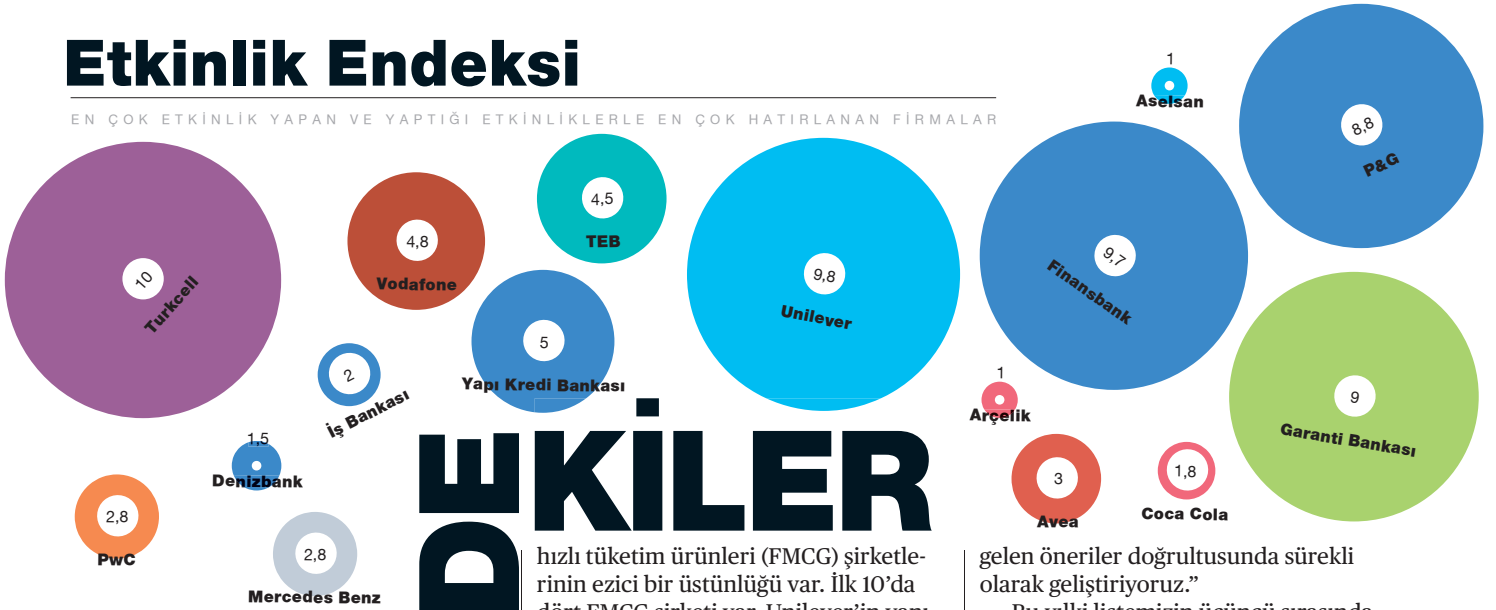
Homojen olmayan özelliklere sahip 10 milyon kişiden oluşan bir hedef kitleyi yüzde 95 güvenilirlik düzeyinde, $\pm 3\%$ örneklem hatası ile temsil edebilecek örneklem büyüklüğünün "bin 67 kişi" olduğu dikkate alındığında, araştırmanın örneklem büyüklüğünün elde edilen sonuçların genellenebilmesi için fazlasıyla yeterli olduğu söylenebilir.

Araştırma sorularının iç tutarlılığını gösteren Coranbach Alfa değeri = 0.901 olarak hesaplandı. Bir ölçeğin bilimsel yeterliliği için asgari sınır = 0,7. Buna bağlı olarak araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin son derece yüksek olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

METODOLOJİ

Etkinlik Endeksi

EN ÇOK ETKİNLİK YAPAN VE YAPTIĞI ETKİNLİKLERLE EN ÇOK HATIRLANAN FİRMALAR



ŞİRKİLER D ZİRVE

Turkcell bu yıl da listemizin birinci sırasında yer alıyor. Bunun birçok nedeni var elbette. Turkcell Genel Müdür Yardımcısı Meltem Kalender Öztürk'e göre, gençler çalışacakları işte anlam arıyor. "Türkiye'nin Turkcell'i olarak özellikle eğitim ve spor alanında Türkiye'ye değer katan projeler hayata geçiriyoruz ve gençler bu çalışmalarımızı çok takdir ediyor" diyor Öztürk ve ekliyor: "Yine Turkcell'in 'okul şirket' olma özelliği de gençler için önemli tercih nedenleri arasında. Bugün piyasada herkes bilir ki Turkcell teknoloji ve iletişim dallarında iş öğrenilebilecek en önde gelen kurumdur. Burada herkes işinde en üst seviyede bilgi sahibi, vizyoner ve yenilikçi liderlerin ve uzmanların eşliğinde, kendini ve işini daha fazla geliştirme ve zenginleştirme şansı bulur."

Buradaki "okul şirket" vurgusu son derece önemli görünüyor. Çünkü öğrenciler tarafından etkinlikleri en çok hatırlanan şirketlerin başında Turkcell geliyor. Etkinlik endeksinde Turkcell'i Unilever takip ediyor.

Unilever bu yılki En Gözde Şirketler listemizin ikinci sırasında yer alıyor. Son üç yıla baktığımızda Unilever'in gide rek üst sıralara yükseldiğini görüyoruz. 2011'de dördüncü sırada olan şirket; 2012'de üçüncü sıraya, bu yıl da ikinci sıraya yükseldi. Bunda Unilever'in markalarının başarısı ve küresel bir şirket olmasının yanı sıra dinamik iş ortamının büyük etkisi var gibi görünüyor. Unilever deyince öğrencilerin aklına "dinamik, yaratıcı ve neşeli" sıfatları geliyor.

Bu noktada önemli bir hatırlatma yapmakta fayda var. Bu yılki ilk 10'da

hızlı tüketim ürünleri (FMCG) şirketlerinin ezici bir üstünlüğü var. İlk 10'da dört FMCG şirketi var. Unilever'in yanı sıra beşinci sırada Procter&Gamble'ı (nam-ı diğer P&G'yi), yedinci sırada Coca-Cola Company'i ve dokuzuncu sırada Philip Morris SA'yı görüyoruz. Procter&Gamble da Unilever gibi yüksek. Hatta geçen yılki listede 10. sırada olan şirketin bu yıl beşinciliğe yükseldiğini görüyoruz. P&G aynı zamanda, üniversitelerde en çok etkinlik yapan ve yaptığı etkinliklerle en çok hatırlanan şirketler sıralamasında beşinci sırada yer alıyor.

Bu yılki listemizin yedinci sırasında yer alan Coca-Cola Company'de de aynı şifreleri görüyoruz. Gençlerin Coca-Cola'yı seçmesinde şirketin dünyanın en "seksi" markalarından biri olmasının payı büyük elbette. Coca-Cola Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Bölümü ve Avrasya ve Afrika Grup Ofis İnsan Kaynakları Direktörü Tapaswee Chandele'ye göre, şirketin güçlü marka imajı Y Kuşağı'nın ilgisini çekiyor ve gençler bu kurumun bir parçası olmak istiyor. "Bunun yanı sıra, Coca-Cola'nın çalışma şartları, barındırdığı çeşitlilik, çok kültürlü ve dinamik olması genç kesimin oldukça ilgisini çekiyor. Ayrıca, Coca-Cola içerisinde açık kapı uygulaması olması, bürokrasiden uzak ortam gençlerin her kademe yöneticiye ulaşarak fikirlerini rahatça paylaşabilmesini sağlıyor" diyor Chandele.

2011'de 14. sırada, 2012'de 11. sırada gördüğümüz Philip Morris SA bu yıl dokuzuncu sırada. Şirketin Y Kuşağı için neden bu kadar cazip olduğu, şirketin İnsan Kaynakları Direktörü Andreea Chiriac'ın şu sözlerinde saklı: "Çalışanlarımız, kendilerini ifade etme özgürlüğüne, her türlü soruyu en üst düzeye yöneltebilme şansına ve her türlü konu ile ilgili görüşlerini dile getirebilme fırsatına sahipler. Bunu sürekli kılmak için farklı iç iletişim araç ve platformlarını sahibiz ve bunları çalışanlarımızdan

gelen öneriler doğrultusunda sürekli olarak geliştiriyoruz."

Bu yılki listemizin üçüncü sırasında Mercedes-Benz yer alıyor. Mercedes-Benz deyince üniversite öğrencilerinin aklına üç sıfat geliyor: Güven veren, üst sınıf, başarılı... Şirket genç yetenekleri henüz öğrenciyken yakalamayı hedefliyor. "Mercedes PEP Takımı" olarak tanınan Stajyer Geliştirme Programı kapsamında 2002 yılından bu yana, üniversitelerin başta mühendislik olmak üzere çeşitli fakültelerinde öğrenim gören öğrencilere, iş hayatına henüz öğrenciyken atılma fırsatı sunuyoruz" diyor Mercedes-Benz İnsan Kaynakları Müdürü Salih Ertör.

Bir dünya markası olma yolunda ilerleyen Türk Hava Yolları (THY) gençlerin en çok çalışmak istediği şirketler listesinde dördüncü sırada yer alıyor. Bunda THY'nin uçuş ağını sürekli artırmasının ve cazip reklam ve tanıtım kampanyalarının payı büyük gibi görünüyor. Gençler THY'yi "içten, güven veren ve atak" bir şirket olarak tanımlıyor. "THY'nin çalışanlarına önemli fırsatlar sağlıyor olmasını cazip buluyor gençler" diyor THY'nin Basın Müşaviri Ali Genç.

Listemizin altıncı sırasında teknoloji devi Microsoft var. Microsoft'un üniversite öğrencilerine ve yeni mezunlara yönelik çok kapsamlı insan kaynakları programları var. Bu yılki listemizin sekizinci sırasında Garanti Bankası, 10. sırada ise Türkiye İş Bankası yer alıyor. Araştırmamıza göre, Garanti Bankası tarafından 2007 yılından bu yana gerçekleştirilen Garanti Talent Camp, üniversite öğrencilerinin en çok bildiği etkinlik.

Üniversite öğrencileri İş Bankası'nın çok köklü ve itibarlı olduğunu düşünüyor. İş Bankası İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü Müdürü Ömer Karakuş da "Bankamızın yüksek itibarı yanında marka bilinirliğinin ve Türkiye'nin en büyük finans kurumu olmasının öğrencilerin bizi tercih etmesinde önemli bir etkisi olduğu kanaatindeyiz" diyor.

İLK 50 LİSTE BÜYÜK SÜRPRİZ

Son birkaç yıldır Realta Danışmanlık yetkilileriyle birlikte özel şirketler ve kamu şirketlerini ayrı birer liste yapıyorduk. Ancak bu yıl iki listeyi bir arada ele almaya karar verdik. Bu kararımızda üniversite öğrencileri arasında kamu şirketlerinin popülerliğinin artması büyük rol oynadı.

O nedenle bu yılki listemizde önceki yıllara göre büyük farklılıklar ortaya çıktı. Bir yandan listemize çok hızlı giriş yapan kamu şirketleri var. Diğer yandan, bazı özel şirketlerin çok hızlı bir yükseliş sergileyerek üst sıralara yerleştiğini görüyoruz. Bu yılki ilk 50 listemizde FMCG, GSM, denetim ve danışmanlık şirketleri, bankalar ve kamu kurumları öne çıkıyor.

1975'te Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı bünyesinde kurulan ASELSAN bu yılki listemize 11. sıradan giriş yaptı. Son yıllarda birçok önemli çalışmaya imza atan ASELSAN son araştırmalara göre dünya savunma sanayi devler liginde 76. sıraya yükselmiş durumda. "Her yıl katlanarak artan bu başarının arkasında Ar-Ge'ye yapılan yatırımlar, bu yatırımların büyük bir kısmının kendi kaynaklarımız ile finanse edilmesi ve son olarak en değerli sermayemiz olan çalışanlarımıza yaptığımız yatırımlar bulunuyor" diyor ASELSAN İnsan Kaynakları Direktörü Devrim Aksu.

Bu yılki listemize TC Merkez Bankası (TCMB) 15. sıradan, TÜBİTAK 22. sıradan, İMKB 25. sıradan, Ziraat Bankası 35. sıradan, Hazine Müsteşarlığı 36. sıradan, TAI 40. sıradan, SPK ise 45. sıradan giriş yapıyor. "Öğrenciler bu kurumlarda çalışmak istiyor; çünkü bu kurumların işinin uzmanı olduğunu düşünüyor" diyor Realta Danışmanlık Kurucu Ortağı Ali Ayaz. Her yıl "En Beğenilen Şirket" araştırması yapan Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz da en çok çalışılmak istenen bu kurumların genellikle marka değeri yüksek, itibar yönetimi açısından başarılı ve işveren marka iletişimi açısından etkin kurumlar olduğunu söylüyor.

Daha önceleri biraz daha dışı kapalı gibi görünen bu kurumların giderek kendilerini gençlere daha iyi anlatmaya başladığını görüyoruz. Örneğin, "Biz disiplinli, üretken, dinamik ve istikrarlı bir kurumuz" diyor SPK Başkanı Dr. Vahdettin Ertaş ve ekliyor: "Kendimizi ve düzenleyicisi olduğumuz pi-

yasamızı, gençlerimiz başta olmak üzere halkımıza anlatmak için yoğun bir çaba içerisindeyiz. Bizim yeni personel alımlarımızın, bazı istisnalar hariç neredeyse yüzde 100'ünü üniversiteden yeni mezun olmuş gençler oluşturuyor, KPSS'de işe giriş koşulu olarak 35 yaşını geçmemiş olmak şartı bulunsun da bizim alımlarımızda yaş ortalaması 25'i geçmiyor. 2012 yılı içerisinde kurulumuza 21 genç, uzman yardımcısı olarak işe alındı. 2013 yılı için 30 civarında işe alım planlıyoruz."

Son üç yıldır listemize ilk defa giren özel şirketler ise Google Türkiye, Nestle, Siemens ve L'Oreal olarak sıralanıyor. Hatta Türkiye'deki ofisi çok uzun bir geçmişe sahip olmamasına rağmen Google bu yılki listemize 14. sıradan giriş yapıyor. İnternet çağında 'Googlelamak' gibi bir kavramı tüm dillere kazandıran şirketin sırrını Google Türkiye yetkilileri şöyle anlatıyor: "Biz Google'da yenilikçi düşünceye çok önem veriyoruz. Fikrin herkesten her yerden gelebileceğine inanıyoruz. Misyonumuz bilgiyi erişilebilir kılmak, teknoloji ile kullanıcının hayatını kolaylaştırabilecek çözümler sunmak. Hızla değişen internet dünyasında hız ve yenilikçi yaklaşım çok önemli. Çalışma ortamımızda biz yaratıcılığı teşvik edecek, fikir alışverişine imkan tanıyacak bir ortam sunuyoruz."

İlk 50 listemizde bazı özel şirketlerin çok ciddi yükseliş kaydettiğini görüyoruz. Bunlardan biri, bu yılki ilk 50 listemizde 12.

sıraya yükselen PricewaterhouseCoopers (PwC) Türkiye. Şirket çalışanlarının 880'i 30 yaşın altında. Geçen yıl PwC Türkiye bünyesine katılan yeni mezun ve deneyimli çalışanların ortalama yüzde 88'i de aynı şekilde 30 yaşın altında. Şirkete her yıl yaklaşık 200 yeni mezun katılıyor. "Kampüs aktiviteleri yeni mezun işe alım sürecimizin önemli bir parçası" diyor PwC Türkiye İnsan Kaynakları Kıdemli Müdürü Cristina Monterrey ve ekliyor: "Üniversitelerde sadece şirket tanıtımlarına, kariyer fuarlarına katılmakla kalmıyor, üniversite gençliğiyle bire bir iletişim halinde olmak ve onların interaktivitesini artırmak için çeşitli vaka çalışmaları, mülakat simülasyonları, şirket gezileri, paneller, söyleşiler, derslere eğitmen olarak katılma gibi pek çok aktivite ile üniversite gençliğiyle temasımızı sürdürüyor ve onlarla buluşuyoruz." PwC Türkiye uzmanları mümkün olduğunca üniversitelerde eğitim vermeye çalışıyor.

Bu yılki ilk 50 listemizde Arçelik, Bosch Otomotiv ve Pfizer gibi şirketler de kendi sektörlerinin önemli bir temsilcisi olarak karşımıza çıkıyor. Arçelik her yıl 650 öğrenciyi farklı lokasyonlarda yaz stajı imkanı sağlıyor. Şirket geçen yıl 300 beyaz yakalı işe aldı. Bunların yüzde 50'sini yeni mezunlar oluşturuyor. "Üniversite gençliğine kendimizi tanıtmamızın yanı sıra bizim de onları tanımamızın ve beklentilerini anlamamızın çok kritik olduğunu düşünüyoruz" diyor Arçelik İnsan Kaynakları Direktörü Buket

İSİNDE YÜK ZLER VAR

Çelebiöven ve ekliyor: “Bu amaçla aktif olarak kariyer günleri ve fuarlara katılıyoruz. Öğrencilerin düzenlediği aktivitelere sponsor olarak destek veriyoruz. Yöneticilerimiz deneyimlerini paylaşmak amacıyla, üniversitelerde derslere ve panellere konuk oluyor. Üniversite-sanayi işbirliği çalışmalarını etkin bir şekilde faydaladığımız süreçlerden biri. Bu kapsamda her yıl 60 öğrenci tez çalışmalarını Ar-Ge bölümlerimizde gerçekleştiriyor.”

Bosch Türkiye yetkilileri ise yaz okulu, yarı zamanlı öğrenci istihdamı, kariyer günleri, Bosch bursu, Bosch gelişim programları ile öğrencilere tüm eğitim ve profesyonel hayatları boyunca destek olmayı hedeflediklerini söylüyor. Her yıl işe alımlarının yaklaşık yüzde 30'unu gençler oluşturuyor. Şirket ayrıca her yıl 500 stajyer öğrenci alıyor.

Üniversite öğrencileri hem kendilerini geliştirebilecekleri ve yeni projeler geliştirebilecekleri hem de iyi maaş ve sosyal imkan paketi sunan şirketlerde çalışmak istiyor. Kendini öğrencilere iyi tanıtan, üniversitelerde gençlere yönelik etkinlik düzenleyen şirketler, genç yetenekleri kapma yarışında bir adım öne geçiyor. Bu arada üniversiteliler için önemli bir hatırlatma yapmakta fayda var: Öğrencilerin yüzde 70'i staj yaptıkları şirkette çalışmak istiyor. Yüzde 81'i ise staj için ödeme yapılmasını istiyor. Ancak şirketlerin yüzde 63'ü stajyerlere para ödemeiyor.

En Gözde Şirketler

1. Turkcell
2. Unilever
3. Mercedes Benz
4. THY
5. P&G
6. Microsoft
7. Coca-Cola Company
8. Garanti Bankası
9. Philip Morris SA
10. Türkiye İş Bankası
11. Aselsan
12. PwC
13. Pfizer
14. Google
15. T.C. Merkez Bankası
16. Ford Otosan
17. Vodafone
18. Coca-Cola İçecek
19. Yapı Kredi Bankası
20. Finansbank
21. Deloitte
22. Tübitak
23. Ülker
24. Nestle
25. İMKB
26. PepsiCo Türkiye
27. Arçelik
28. Siemens
29. Avea
30. Toyota
31. Akbank
32. Bosch
33. Sony
34. Ernst & Young
35. T.C. Ziraat Bankası
36. Hazine Müsteşarlığı
37. IBM
38. ETİ
39. Türk Telekom
40. TAI
41. Oyak - Renault
42. Efes Pilsen
43. TAV
44. B/S/H
45. SPK
46. Shell
47. Intel
48. BAT
49. Kraft
50. L'Oreal

2011



1
4
3
2
8
7
5
9
14
6
-
19
11
-
-
-
18
-
25
22
17
-
12
-
-
-
37
13
-
20
47
-
-
-
-
-
-
10
36
23
-
24
27
49
15
-
43
-
31
42
-

2012



1
3
2
6
10
5
4
8
11
7
-
19
9
-
-
34
17
-
23
21
16
-
12
-
-
-
33
15
-
18
45
44
48
50
37
-
-
-
13
29
20
-
47
26
46
14
-
40
42
36
43
-

2013



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

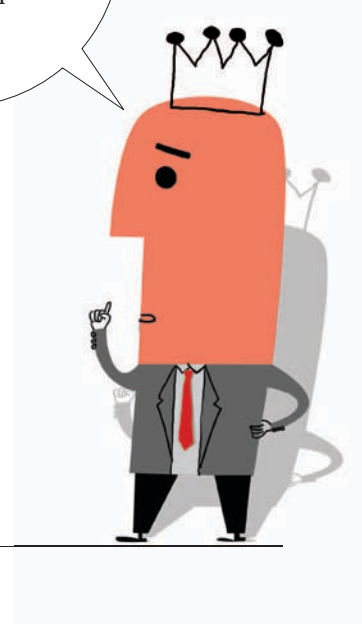
1

Turkcell

2005 yılından bu yana milyonlarca gence ulaşan Türkiye'nin en büyük gençlik kulübü gnctrkcll'yi hayata geçirmiş bir marka olarak Turkcell, gençlerle iyi bir iletişim kurmanın ne denli önemli olduğunu biliyor. Sadece bizim araştırmamızın sonucuna bakarak bile şirketin bunun karşılığını fazlasıyla aldığını söyleyebiliriz. Turkcell, En Gözde Şirketler araştırmamızda son dört yılın istisnasız birincisi. Şirket özellikle öğrencilerle ilişkisini yakın tutmak için Turkcell'li Hayat seminerleriyle Türkiye genelinde üniversitelere gidiyor, teknolojinin hayata katkıları ve kişisel gelişime dair seminerler veriyor. 30 gönüllü Turkcell çalışanı 12 üniversitede sekiz başlık altında ders veriyor... 2013 yılında bu derslerle 2 bini aşkın öğrenciye ulaşacaklarını söylüyor şirket. Şirket geçen yıl dünyada bir ilke imza atarak gençlere yönelik, gençlerle aynı yaşlarda, aynı ihtiyaçlara sahip ve aynı dilden konuşan çalışanlardan oluşan çağrı merkezi servisi Gencaver'i açarak, SMS'in yanı sıra Facebook, Twitter ve online işlem merkezi üzerinden chat ile gnctrkcll'lilere müşteri hizmetleri sunmaya başladı. Çalışanların şirket içinde açık pozisyonlara başvurup terfi etmelerini sağlayan kurum içi ilan uygulaması Turkcell Grup ile 2012 yılında şirket içi terfi oranının yüzde 90'a çıktığını söylüyor Turkcell Genel Müdür Yardımcısı Meltem Kalender Öztürk. Esnek Ek Menfaat Paketi - Flex Menu ile bireysel emeklilik, hayat sigortası, kredi, yasal süreye ek olarak verilen yıllık izin ve kreş yardımı gibi ek menfaatler sunuluyor. Turkcell Sosyal Aktivite Grubu, başarı ödülleri, gelişim ve eğitim programları, Mobilim ve Paylaş Turkcell'li gibi çalışanlara yönelik uygulamalarla bilgiye her an ulaşım gibi fırsatlar sunuyor şirket çalışanlarına. "Bugün pek çok şirket maddi haklar, ek menfaatler anlamında benzer paketlere sahip" diyor Öztürk ve ekliyor: "Dolayısıyla şirketler için asıl ayrıştırıcının rasyonel değil, duygusal etkenler olduğunu düşünüyorum. Turkcell bunu sağlıyor." Geçen yıl 60 yeni mezunun işe alındığı Turkcell'de yeni mezunların toplam işe alım içindeki oranı yüzde 15. Ayrıca "Profesyonelliğe Adım Formasyonu" adı altında yürütülen Turkcell PAF yetenek programıyla genç yetenekler Turkcell ailesine kazandırılmaya devam ediyor. Her yıl 250 öğrenci Turkcell'de profesyonel yaşamla tanışıyor. Programın sonunda öğrencilerin bir kısmı ihtiyaçlar doğrultusunda yarı ya da tam zamanlı olmak üzere pozisyonlara yerleştiriliyor. Bu özellikleriyle Turkcell'in, üniversite öğrencileri tarafından "yaratıcı, atak ve üst sınıf" bir şirket olarak görüldüğünü rahatlıkla söyleyebiliriz.

Üniversiteler
Turkcell'i yaratıcı,
atak ve üst sınıf
bir şirket olarak
tanımlıyor

Turkcell Genel
Müdür Yardımcısı
Meltem Kalender
Öztürk





Unilever

Unilever Türkiye her yıl üniversite öğrencilerine yönelik olarak düzenlediği IdeaTrophy yarışmasıyla, gerçek veriler ve durumlar üzerinden fikir yaratma fırsatı sunan, finalistlere içerikle ilgili bir yurtdışı gezisi ile Unilever küresel dünyasının kapılarını açıyor. Şirket bu yıl 11.'si düzenlenen yarışta, finalistleri Unilever'in faaliyet gösterdiği 10 farklı ülkeden katılımcılarla birlikte Mart ayında Singapur'da düzenlenen küresel yarışmaya gönderdi. Ayrıca, BizzTrip2Unilever Kariyer Günü altında iki gün boyunca yaklaşık 150 öğrenciyi merkez ofisinde misafir ediyor ve çalışma ortamını, koşullarını bizzat kendi gözleriyle görmelerini sağlıyor. Yeni mezun işe alımlarında herhangi bir üniversite, kadın-erkek ayrımı ya da erkek adaylar için askerliğin tamamlanmış olması zorunluluğu gibi ölçütleri olmadığını söyleyen Unilever Türkiye'nin "en çok tercih edilen şirketlerden biri olmasında en büyük etkenlerinden biri yurtdışında çalışma olanağı sunmamız" diyor **Unilever Türkiye İnsan Kaynaklarından Sorumlu Başkan Yardımcısı Steven Gross** ve ekliyor: "Unilever Türkiye olarak 50'yi aşkın Türk yöneticiyi geliştirmiş ve geliştirmekte olan birçok ülkede orta ve üst düzeyde görevlere atadık. Unilever Türkiye, diğer Unilever ülkelerine yetenek gönderen ilk beş ülke arasında yer alıyor." Bu yılki araştırmamızda, bir basamak atlayarak öğrenciler gözünde en gözde ikinci şirket olan Unilever, "**dinamik, yaratıcı ve neşeli**" unvanlarını hak etmiş. Her yıl yaz döneminde 60'a yakın üniversite öğrencisini proje stajyeri olarak bünyesine katan şirket çalışanlarına gerektiğinde evlerinden de çalışabilecekleri teknolojik altyapıyı sunuyor.



Mercedes-Benz Türkiye İnsan Kaynakları Müdürü Salih Ertör

Mercedes-Benz

Mercedes PEP Takımı olarak tanınan Stajyer Geliştirme Programı ile 2002 yılından bu yana üniversitelerin son sınıflarında okuyan başta mühendislik olmak üzere çeşitli fakültelerde öğrenim gören öğrencilere iş hayatına atılma fırsatı sunan Mercedes-Benz Türk, bir yıllık bu özel staj dönemlerinde, öğrencilere verilen projeler ile yeteneklerini ortaya koyma fırsatı ve mezuniyetlerinden sonra Mercedes-Benz Türk'ün kadrolarında yer alma olanağı sunuyor. Her yıl 4 binin üzerinde başvuru arasından seçtiği 250 üniversite öğrencisine yaz stajı, tüm kategorilerde toplam 750 gence staj imkanı sunan şirket, yeni mezunlara özel yetiştirme programı "CAReer - The Talent Program" ile yeni mezun çalışanlarını ilk 15 aylık döneminde üçer aylık üç kurum içi projede görevlendiriyor ve onların en az bir yurtdışı lokasyonda üç ay süreli küresel bir projede yer almasını sağlıyor. "**Güven veren, üst sınıf ve başarılı**" unvanlarını hak eden Mercedes-Benz Türk'te beyaz yakalı personele yılda 16 maaş esasıyla ödeme yapılıyor. Ayrıca çalışanlara yılsonu kişisel performansları ve şirket başarısı göz önünde bulundurularak belirlenen bir yılsonu primi ödemesi veriliyor. Şirket, 2012 yılında 150'nin üzerinde yeni işe alım yaptı. Bunların yaklaşık yarısı yeni mezunlardan oluşuyordu. 2013 yılında ise Makina ve Endüstri Mühendisleri ile İşletme mezunlarından oluşan 100 genç işe alınacak.



Türk Hava Yolları

Geçen seneki araştırmada 6. sırada yer alırken bu sene 4. sıraya yükselen Türk Hava Yolları, uçuş ağı sayısındaki artışlar ve ciddi yatırım yaptığı reklam ve tanıtım faaliyetleriyle bu yıl üniversite öğrencilerinin gözünde "**içten, güven veren ve atak**" bir şirket olarak görülüyor. "Türk Hava Yolları'nın çalışanlarına özel sağlık sigortası, doğum, emzirme, ölüm, evlenme yardımları, çocuklu bayan çalışanlar için kreş imkânı ya da yardımı, ücretsiz ve indirimli yurt içi/yurt dışı uçuş imkanları, vize kolaylığı ve tüm dünyada anlaşmalı konaklama olanakları sunuyor olması eğitimli gençlerin THY ile çalışmak istemesini tetikliyor" diyor **Türk Hava Yolları Basın Müşaviri Ali Genç**. Şirket, iç terfi imkanları ve sponsoru olduğu Manchester United, A Milli Takım, GS, FB, BJK, TS maçları için kura düzenlenmesi gibi özellikleriyle şirket içi bağlılık ve memnuniyeti sağlarken, öğrencilere ulaşmak için de İK zirvelerine, üniversite kariyer günlerine katılıyor, gençlerin sorularına ve kariyer adımlarına göre THY'yi anlatıyor. İnternet sitesi üzerinden başvuruda bulunan öğrencilere gerek yurtiçi gerek yurtdışı staj imkanları sunan Türk Hava Yolları yılda ortalama 900-1000 üniversite öğrencisine staj fırsatı ile kariyer imkanı sunuyor. "2012 yılında bin 448 kişi istihdam edildi; bunların büyük çoğunluğunu gençler oluşturuyor" diyor Genç ve ekliyor: "2013'te de büyüme-ye paralel olarak aynı istihdamı gerçekleştirmeyi hedefliyoruz."

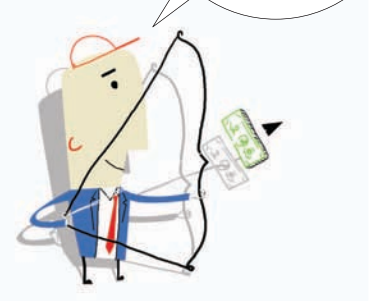
5

P&G

Türkiye’de 25 yıldır faaliyet gösteren P&G, geçen seneki araştırmamızda 10. sıradaydı. Şirketin bu yıl 5. sıraya yükselmesinin ardında içeriden terfi sistemi, sunduğu olanaklar, 175 yıllık geçmiş ve uluslararası bir şirket olması yatıyor gibi görünüyor. Bunu öğrencilere göstermek için de son dört yıldır P&G Business School programını yürütüyor. Üniversite öğrencilerinin iş dünyasını daha yakından tanıyacağı sınıflar, seminerler ve staj olanakları sunulan programda P&G yöneticileri P&G’nin iş yapış şeklini anlatıyor. Staj programına kabul edilen stajyerlere ise ilk günden anlamlı sorumluluklar veriliyor. Gençler deneyimli yöneticilerinden, mentorlardan ve çalışma arkadaşlarından iş hayatıyla ilgili önemli ipuçları edinerek kariyer yollarında hızla adım atmaya başlıyor. **P&G Türkiye İK Direktörü Bilgehan Ergenekon Bilen** “Bu programlarımızın duyurusunu, sıklıkla kampüslerde onları ziyaret ederek, en çok zaman geçirdikleri dijital dünyada, web sitelerimiz, Facebook, Twitter, LinkedIn gibi mecralarda gerçekleştiriyoruz” diyor. Öğrenciler tarafından **“gülvüzlü, icten ve sportif”** olarak tanımlanan şirket esnek çalışma saatleri başlığı altında çalışanlarına zamanlarını, enerjilerini ve hayatlarını yönetebilmeleri için çeşitli seçenekler sunuyor. Ayrıca, P&G’de her ayın ikinci cuması “My Friday” (toplantı konulmayan Cuma günleri) olarak ilan edildi. Bu cumalarda çalışanların kendilerine ve kişisel gelişimlerine vakit ayırmaları için özel aktiviteler düzenleniyor. Fitness merkezi, pilates dersleri, sağlıklı beslenme programlarıyla da çalışanlar sağlıklı olmaya teşvik ediliyor.



Üniversiteler P&G’yi gülvüzlü, icten ve sportif bir şirket olarak görüyor



6

Microsoft

Microsoft’un üniversite öğrencileri ve yeni mezunlara yönelik farklı programları mevcut. Lisans veya MBA mezunu başarılı öğrencilere hızlandırılmış kariyer gelişim programı sunmayı hedefleyen MACH Programı (Microsoft Academy For College Hires)

ve gelecekte ihtiyaç duyulacak yetenekler için havuz oluşturma amaçlı Talent Explorer staj programı bunlardan bazıları. “Talent Explorer stajlarını bitiren kişiler, Microsoft’un küresel yeni mezun programı “Microsoft Academy for College Hires” (MACH) programına dahil olabiliyor. Bu bakımdan, Microsoft’ta biz stajyerlerimizi geleceğin Microsoft çalışanları olarak görüyor ve staj programımızı bir istihdam kanalı olarak değerlendirmek istiyoruz” diyor

Microsoft Türkiye İnsan Kaynakları Müdürü Cavidan Özdemir, 2012’de 25 gencin Talent Explorer programı dahilinde staj yaptığı Microsoft’ta 300’e yakın kişi çalışıyor. Yaş ortalaması 35 iken, çalışanların yüzde 20’sini yeni mezunlar oluşturuyor. Öğrencilerin **“yaratıcı, başarılı, üst sınıf”** olarak tanımladığı şirkette görevlerinden bağımsız olarak her çalışana Windows Phone ve şirket aracı imkanları tanınıyor. Ayrıca tüm çalışanlarına performansa bağlı Microsoft Hisse Senedi veren şirket, çalışanları şirket ortağına dönüştürme anlayışını hayata geçiriyor.



Microsoft

7

Coca Cola Company

Yeni neslin hayatları boyunca bildikleri ve iç içe büyüdükleri bir marka olan Coca Cola tabii ki gençlerin bir parçası olmak istediği kurumların arasında yer alıyor. “Güçlü marka imajı ve 200’den fazla ülkede faaliyet göstermesi ile çok kültürlü yapısı bu ilgiyi yaratıyor” diyor **Coca**

Cola Türkiye,
Kafkasya ve Orta
Asya Bölümü

ve Avrasya ve
Afrika Grup Ofis
İnsan Kaynakları
Direktörü
Tapaswee
Chandele.

Şirket, Coca Cola University adlı eğitim platformu ile çalışanlarına ve yeni mezunlarına eğitim programları, atölye çalışmaları, e-öğrenme modülleri, online dergi, mentorluk ve koçluk programları, ihtiyaç doğrultusunda lisansüstü, dil veya farklı mesleki sertifikaya programlarına

katılma şansı gibi fırsatlar sunuyor. Career Express adı verilen staj programıyla 2012’de iki stajyeri Hindistan’a gönderen Coca Cola Company, 2013’te de biri Hindistan, biri Kenya olmak üzere iki stajyeri daha Coca Cola İçecek’te proje çalışmalarına dahil etti. 2012’de uzun ve kısa dönemli olmak üzere toplam 70 öğrenciye staj

imkanı sunan şirket stajyerlerini potansiyel bir Coca Cola çalışanı olarak görüyor. “Son üç yılda Career Express ile aramıza katılan yeni mezun çalışanlarımızın ortalaması yüzde 10’du” diyor Chandele. Coca Cola Company, araştırmamıza katılan öğrenciler tarafından **“güler vüzlü, neşeli, cezbedici”** olarak tanımlanıyor.



En Gözde Şirketler araştırmasında ilk 10’da iki banka yer alıyor. Bunlardan ilki olan **Garanti Bankası’nın Genel**

Müdür Yardımcısı Gökhan Erün “Yeni mezunların sektöre gösterdiği büyük ilginin en önemli etkenlerinden birinin, banka ve finans kuruluşlarının her sene binlerce yeni mezuna büyük bir çalışma ağıyla ve farklı kariyer fırsatlarıyla istihdam sağlaması olduğunu söyleyebiliriz” diyor ve ekliyor: “Üniversite öğrencilerinin, iş hayatı ve kurumlardan beklentilerini ve kampüslerde düzenlenen tanıtım etkinlikleri hakkındaki düşüncelerini öğrenmek üzere birçok araştırma yaptırıyoruz. Buna göre, üniversite öğrencilerinin alışılmış kariyer günlerini monoton bulduğunu, kampüslerde düzenlenen şirket sunumlarının kurumları anlatmakta yeterli olmadığını, bunlar yerine interaktif etkinliklerle gerçek projelerde yer alarak ve kurumların üst düzey yöneticileriyle bir araya gelmek istediklerini gözlemledik.” Bunun üzerine kampüs organizasyonlarını yenileyen banka 2006 yılından bu yana farklılaştırılmış kampüs aktivitelerini hayata geçirmeye başladı. 2007 yılında, Garanti Talent Camp’in uygulamasıyla, üniversite öğrencileriyle daha uzun ve kaliteli bir zaman diliminde beraber olan, beklentilerini daha yakın ve sıcak bir ortamda anlayan Garanti Bankası workshop, vaka analizi, tanıtım sunumları ve üç farklı staj programıyla da gençlerle iletişimi sağlamlaştırdı.

8

Garanti Bankası

Öğrencilerin **“güven veren, dinamik, çağdaş”** olarak tanımladığı Garanti Bankası’nın 17 bin 300’e yakın çalışanı arasında işe alımların yüzde 90’ını yeni mezunlar oluşturuyor. “2012 yılında aramıza kattığımız 2 bin 355 kişiden yaklaşık bin 800’ü yeni mezundu” diyor Gökhan Erün ve ekliyor: “2013 yılında 3 bin kişiyi aramıza katacağız. Bu sayının yüzde 85’i yeni mezun işe alımları olacak.” Banka; yeni çalışanlarına hitap etmek için spor organizasyonları, hobi kulüpleri, sosyal aktiviteler, seminer ve söyleşiler düzenliyor. “Çalışmalarımız, şirketlerin insan kaynakları uygulamalarının kalitesini belgeleyen dünyadaki tek uluslararası standart olan Investors in People (IIP - İnsana Yatırım Yapanlar) tarafından yalnızca 615 şirketin sahip olduğu altın sertifikayla ödüllendirildi. Bu gururu yaşayan ilk ve tek Türk şirketiyiz” diyor Erün.



Philip Morris SA
İnsan Kaynakları
Direktörü Andreea
Chiriac

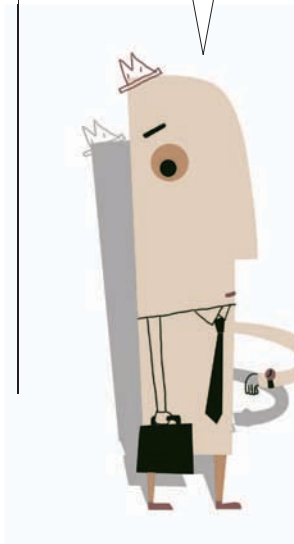
9

Philip Morris SA

Geçen seneki En Gözde Şirketler listesinin ilk 10 sıralamasında yer almayan Philip Morris SA bu yıl 9. sıraya yükseldi. Fark yaratan çalışan deneyimleri arasında “Lozan’daki merkez ofis dahil, Avustralya’dan Dubai’ye kadar faaliyet gösterilen 160 farklı ülkede kariyer imkanı sağlamalarının yanı sıra altı ay ile bir yıl arasında değişen sürelerle kısa dönemli olarak çeşitli departmanlarda çalışma fırsatı vermelerini ve ödüllendirme sistemlerini” sayıyor Philip Morris SA İnsan Kaynakları Direktörü Andreea Chiriac. Öğrencilerin **“dinamik, atak, yetenekli”** olarak tanımladığı şirket içinde stajyerlere yönelik “PREP” programıyla her yıl yaklaşık 75 üniversite öğrencisinin staja kabul edildiği şirkette yeni mezun çalışanlara yönelik olarak da “Sales & Marketing Trainee” / “Finance Trainee” programı uygulanıyor. “İşe alımlarımızın yaklaşık yüzde 50’sini gençler oluşturuyor” diyor Chiriac ve ekliyor: “2012’de 50 yeni mezun bünyemize katıldı. 2013’te de benzer bir rakam hedefliyoruz.”

56

Üniversiteler İş
Bankası’nı içten,
dürüst ve dirençli
buluyor



10

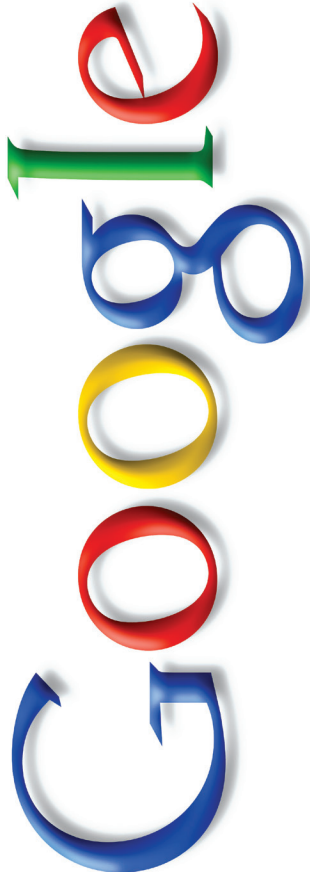
Türkiye İş Bankası

Pek çok öğrencinin güvenli kapı olarak gördüğü bankalardan, listeye ilk 10 içinde girmeyi başaran ikinci banka olan Türkiye İş Bankası, marka algısıyla yeni mezun öğrenciler nezdinde olumlu bir imaja sahip. “Bu olumlu algıyı destekleyen etmenler arasında, çalışanlarının sermayesinde pay sahibi olarak temsil edildiği tek Türk bankası olmamızın ve benimsediğimiz istihdam politikaları çerçevesinde kurum içinden yetişmiş çalışanlarımızı yönetici kadrolarına atamamızın etkisi büyüktür” diyor **Türkiye İş Bankası İnsan Kaynakları Yönetimi Müdürü Ömer Karakuş**. Üniversitelerin kariyer merkezleri ile öğrenci kulüplerinin düzenlediği çeşitli kariyer etkinliklerine katılarak, banka içinde kariyer olanakları hakkında bilgi veren **“içten, dürüst, dirençli”** Türkiye İş Bankası, ayrıca İş’te 1 Gün etkinliği ile öğrencilerin, genel müdürlük bölümlerini yakından tanınmasına imkan sağlıyor. İstihdam politikaları çerçevesinde yöneticilerini kendi bünyesinden yetiştiren bankada, sadece giriş pozisyonları için işe alım yapılması yeni mezun adayların başvuru oranını artırıyor. “2012 yılında çoğu yeni mezun 670 çalışan İş Bankası ailesine katıldı” diyor çalışanlarının yüzde 40’tan fazlası Y kuşağı mensubu olan bankanın sözcüsü Ömer Karakuş. İş güvencesi de dahil olmak üzere Toplu İş Sözleşmesi aracılığıyla sağlanan haklar, yabancı ülkelerde bulunan şube ve temsilciliklerde görev alma imkanları çalışanların memnuniyet oranını yüksek tutan etmenler arasında.

SÜRPRİZLER

Google Türkiye

Google Türkiye bu yıl listeye hızlı bir giriş yaparak 14. sıraya yerleşti. “Çalışanların hiç sıkılmadığı ofis”, “En iyi ofis tasarımları” gibi çeşitli haberlere konu olan Google’ın uluslararası ofislerinin yanında Türkiye ofisi de kendinden söz ettiriyor. “Çalışma ortamımızda yaratıcılığı teşvik edecek, fikir alışverişine imkan tanıyacak bir ortam sunuyoruz” diyor **Google Türkiye Ülke Müdürü Bülent Hiçsönmez** ve ekliyor: “Örneğin ofislerimizdeki kafelerde kullandığımız uzun masalarda farklı departmanlardan insanlar bir araya geliyor. Günün büyük bölümünü ofiste geçiren çalışanlarımızın sağlıklı, ergonomik koşullarda çalışmalarını için ofislerdeki masaj odalarını tasarladık.” İnternet dünyasındaki gelişmelerle, bu dünyada kariyer yapma isteği pekişen gençler için farklı üniversitelerde ‘Google Day’ adlı etkinlikler düzenleyen şirket, Google kültürünü öğrencilerle paylaşıyor, onlara staj kapısı açıyor. “Yenilikçi düşünceye önem veriyoruz. Fikrin herkesten, her yerden gelebileceğine inanıyoruz” diyor Hiçsönmez.



Bu yılki listemize
sürpriz isimler
damgasını vurdu



Aselsan

Son araştırmalara göre dünya savunma sanayii devler liginde 76. sıraya yükselen Aselsan, başarısının arkasında Ar-Ge yatırımları, bu yatırımların büyük bir kısmının kendi kaynakları ile finanse edilmesi ve çalışanlarına verdiği değer olduğunu düşünüyor. Listeye ilk defa 11. sıradan giren **Aselsan İnsan Kaynakları Müdürü Devrim Aksu** her yıl ortalama 700 üniversite öğrencisine staj yapma olanağı sunduklarını, işe alınanların yurtiçi ve yurtdışı konferans/seminerler ile dünyadaki gelişmeleri anında takip edebilmelerini, lisansüstü eğitime devam etmelerini desteklediklerini anlatıyor. “Son beş yılda iş gücümüzün yüzde 49’unu yeniledik” diyor Aksu ve ekliyor: “2012’de 8 bin 980 üniversite mezunu başvurusu üzerinden yaklaşık 250 adayı Aselsan ailesine kattık, 2013 yılında yaklaşık 300 kişiyi daha bünyemize katmayı hedefliyoruz.” 2013 yılında işe alım ve yerleştirme sürecine ilişkin bütçenin yaklaşık yüzde 50’sini gençlere ayıran Aselsan bu yıl araştırmaya dahil edilen kamu kurumları arasında en gözde olan şirket.

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)

Listeye ilk defa 45. sıradan giren Türkiye’nin ilk idari ve mali özerkliğe sahip üst kurulu SPK, uzun ve zorlu bir sınav süreci sonrasında (adayların öncelikle Kamu Personeli Seçme Sınavı’na (KPSS) girmiş, yeterli puanı almış olması, ardından yapılan yazılı ve sözlü sınavlarda başarılı olması gerekiyor) işe alım yapıyor. Yeni personel alımlarının neredeyse tümünü yeni mezunların oluşturduğu SPK’da 2012’de 21 genç, uzman yardımcısı olarak işe alındı. 2013 hedefi ise 30 genç. “Yurtdışında yüksek lisans yapabilme, özel sektöre iyi imkanlarla transfer olabilmeye, finans sektöründe çalışanların ihtiyaç duyduğu lisansları alabilmeye ve yurtdışında uluslararası organizasyonlarda (OECD, Dünya Bankası ve IOSCO) geçici görevlendirilme gibi imkanlar bizi gençlerimiz tarafından tercih edilebilir kılıyor” diyor **SPK Başkanı Dr. Vahdettin Ertaş**. Öğrencilerin sermaye piyasaları, SPK ve ilgili kuruluşlar ile sermaye piyasalarındaki iş imkanları ve çalışma koşulları hakkında bilgilendirilmesi amacıyla son üç yılda İMKB ve TSPAKB ile birlikte 70’e yakın üniversitede bilgilendirme semineri düzenleyen kurum bunun yanı sıra “7 Bölge 7 Üniversite Sertifikalı Eğitim Seminerleri” ile belirlenen üniversitelerde üç günlük bir program uyguluyor ve sertifika dağıtıyor.

