

# Gençler Neden Onları Seçiyor?

34

*Bloomberg Businessweek Türkiye ile Realta Danışmanlık'ın ortaklaşa gerçekleştirdiği "En Gözde Şirketler" araştırması 10'uncu yılına doğru ilerlerken trendler artık kesin bir şekilde ortaya çıktı. Üniversite öğrencileri en gözde şirketleri seçerken neleri göz önünde bulunduruyor ya da başka bir deyişle geleceğin profesyonellerinin gönlünü çalmak için şirketlerin neler yapması gerekiyor?*

Özellikle ekonomideki yavaşlama ile birlikte işsizlik oranı yükseldi. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), işsizlik rakamlarına göre Şubat döneminde işsizlik oranı yüzde 12,6 oldu. Aynı verilere göre genç nüfustaki (15-24 yaş) işsizlik oranı 4,7 puanlık artış ile yüzde 23,3 olarak gerçekleşti. Kuşkusuz işsizliğin yüksek olduğu ülkelerde insan kaynağı konusunda sıkıntı çekilmeyeceği düşünülür. Ne de olsa pek çok genç, sizinle çalışmak için sıraya girerken tek yapmanız gereken aralarından en iyilerini seçmek. Ancak size bir sır verelim; o sırada en iyiler çoktan çalışmaya başladı bile. Zira şirketler, ki biz onlara en gözde şirketler diyoruz, üniversitelerdeki konferans ve etkinliklerle ilk göz temasını yakaladıkları öğrencilerle olan ilişkilerini staj programlarıyla sürdürüp, mezuniyetin hemen ardından da çalışmaya başlıyor.

Kuşkusuz bu organizasyon yapısını oluşturabilmek için tekrar eden bir sistemle şirket içi kültürü oluşturmak gerekiyor. Tek seferlik atılımlar çoğunlukla istenilen sonuçları vermiyor. Araştırmada bu yıl ilk sırada yer alan Unilever'in İnsan Kaynaklarından Sorumlu Başkan Yardımcısı Steven Gross, "Unilever olarak yetenek konusunda hedef kitlemizin büyük çoğunluğunu üniversite öğrencileri ve genç profesyoneller oluşturuyor. Dolayısıyla, şirket değerlerimizi, Türkiye'de 100 yılı aşkın bir geçmişe dayanan köklü mirasımızı ve sürdürülebilirlik vizyonumuzu, genç arkadaşlarımızın perspektifinden bakarak onların dilinden anlatmaya çalışıyoruz. Bu da bizi daha iyi tanımlarına, aramızda sıcak bir iletişim kurulmasına ve her yıl seçimlerinde ön plana çıkmamıza sebep oluyor" diyor.

Sürekli iletişim anlayışıyla öğrencileri yakalayan şirketler, en büyük farkı ise staj programlarında yaratabiliyor. Her ne kadar üniversiteye gittiklerinde şirket kültürünü, iş yapma anlayışlarını ve değerlerini anlatsalar da öğrencilerin bunları deneyimleyebildikleri anlar staj dönemleri. Anlatılanların ne kadar gerçek olduğu ya da kendilerinin bu değerlere ne kadar uyum sağlayabildiklerini bu dönem görüyor öğrenciler. Bu nedenle staj programları ve bu dönem içerisinde edinilen tecrübe en gözde şirketler listesinin oluşmasında önemli bir yer tutuyor. Bosch Türkiye ve Orta Doğu Başkanı Steven Young, "İş dünyasının gençler ile daha fazla bir araya gelmesi gerektiğini düşünüyoruz. Bu nedenle üniversitedeki etkinliklere örneğin kariyer günlerine mümkün olduğunca katılıyor ve üniversiteler ile iş birliktelikleri geliştiriyoruz. Son üç yıldır üniversite üçüncü ve dördüncü sınıf ve yüksek lisans öğrencileri için sosyal medya üzerinden Talent Camp yarışması düzenliyoruz. Yarışma sonucunda seçilen beş öğrenciyi Bosch Türkiye'nin kapılarını açıyoruz. Dört gün süren kampımızda mühendislik öğrencileri, Bosch dünyasını yakından inceleyerek, yüksek teknolojileri deneyimleme, teorik bilgilerini pratikte kullanma imkânı bulabiliyorlar" diyor.

Ancak staj dönemi ardından, iki tarafın da birbirinden memnun kaldığı koşullarda, öğrencinin işe alınması şirketleri kesinlikle En Gözde Şirketler listenin yukarisına taşıyor. Mercedes-Benz Türk İnsan Kaynakları Müdürü Betül Çorbacıoğlu, "Bu sene 50'nci yıl dönümünü kutlayan şirketimizin yeni mezunlar ve üniversiteli gençler arasında en çok tercih edilen şirketlerden biri olması bizi öncelikle gururlandırıyor. Bunu da yeni mezun istihdamına yönelik uzun süredir devam eden işe alım politikamızın bir sonucu olarak değerlendiriyoruz" diyor ve devam ediyor: "Mercedes-Benz Türk olarak; kurumsal değerlerimiz olan Dürüstlük, Disiplin, Saygı ve Tutku ortak paydasında buluşturduğumuz yeni mezunların organizasyonumuza katılmalarından sonra da onları gerek işbaşında, gerekse kurumsal eğitim olanaklarımız ve gelişime açık kültürümüz ile yönetim kademelerine kadar sürekli destekliyoruz." Diğer taraftan iş hayatının da gençlerin beklentileri ile doğru orantılı olması

bu beğenin devamlılığını sağlıyor. Zira anlatılanlardan farklı bir çalışma ortamı bugünün iletişim teknolojileri göz önüne alındığında gençler arasında çok kolay yayılabiliyor. Turckell İnsan Kaynakları Direktörü Hasan Kaya, "Gençler Turckell'e geldiklerinde, şirketimizin bir iş yerinden çok daha ötesi olduğunu görüyorlar. Sürekli üreten, yenilikçi ve deneysel yöntemlerle sürekli öğrenmeyi destekleyen, daha iyisi için sorgulatan, cesur kararlar almaya olanak sunan, eğlenceli çalışma ortamlarıyla fark yaratan bir yapı ile karşılaşılıyorlar. Türkiye'nin Turckell'i olarak ülkemizin geleceği gençlerimize yatırım yapmanın çok önemli olduğuna inanıyoruz. Gençlerin kariyer yolculuklarında doğru adımlarla ilerlemelerken çalışma hayatında kendilerini geliştirmelerine fırsat vermek istiyoruz. Onların geleceğine yaptığımız yatırımlar sayesinde aynı zamanda Turckell'in geleceğine de yatırım yaptığımızı inanıyoruz.

Staj, işe alım gibi konular kuşkusuz öğrencilerin öncelikleri arasında yer alıyor. Ancak tüm bu imkanları kimin sağladığı da oldukça önemli. Öğrenciler köklü, şirket kültürü olan ve bunlarla birlikte maddi açıdan kendilerini tatmin edeceğine inandıkları uluslararası şirketlerde çalışmak istiyorlar. Microsoft Türkiye İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Esra Gaon, "Yeni mezunlara yönelik yürüttüğümüz 'Microsoft Academy for College Hires' (MACH) programı, katılımcıların beklenti ve yeteneklerine uygun olan uzmanlık alanlarına yönlendiren bir program. Onların kariyer gelişimlerini desteklemeyi hedefliyor. Aynı zamanda katılımcıların Microsoft'a daha çabuk adapte olmasını sağlayan MACH programı, tüm dünyadaki MACH'ları ve programdan mezun olanları küresel bir ağ ile birbirlerine bağlıyor. Çok uluslu kuruluşlarda kariyer yapmak isteyen ve iş hayatında sürekli seyahat halinde olmayı tercih edenler için ideal olan MACH programının temelini farklı ülkelerden farklı kültürlere sahip departman ve ekiplerle iletişim kurmak ve iş deneyimi kazanmak yatıyor" diyor.

Elbette köklü uluslararası bir şirkette çalışmak, maddi kaygılarını giderebilmek gibi öncelikli beklentilerin karşılanması açısından önemli ancak bunların yeterli olduğunu söylemek mümkün değil. Kariyer olanakları, yurtdışında çalışabilme fırsatları da önemli belirleyici. Hatta listede pek çok uluslararası şirketin bulunmasında yurtdışı kariyer olanaklarının etkisi yadsınmaz. Ancak yurtdışı kariyer olanakları sadece küresel firmalar için geçerli değil. Ancak son yıllarda En Gözde Şirketler sıralamasında öne çıkan bir trend bu yıl da göze çarpıyor: THY ve ASELSAN gibi kamunun ağırlığının olduğu şirketler ile Merkez Bankası gibi önemli bir kurum da en az uluslararası şirketler kadar öğrencilerin radar ekranında yer alıyor. Türkiye'nin en önemli kuruluşlarından ASELSAN da çalışanlarına bu anlamda önemli fırsatlar sunuyor. ASELSAN İnsan Kaynakları Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Dr. Hüseyin Yavuz, "ASELSAN stratejik önemi olan konularda çalışanlarımızın yurt dışında yüksek lisans, doktora veya doktora sonrası araştırma yapabilmeleri için uzun vadeli insan gücü geliştirme programımız dahilinde burslar veriyor. Bu burslar ile çalışanlarımızın maaşları yanında yolculuk giderlerini, okul ücretlerini ve gerektiği durumlarda kira giderlerini şirket olarak karşılıyoruz. Bu programlara katılan çalışanlarımızın periyodik olarak yaptıkları raporlama ve bilgi paylaşım sunumları/çalıştayları ile burs alan çalışanımız yanında, çalışma konusu ile ilgili diğer çalışanlarımızın da bilgi sahibi olmasını ve çalışma sonucunda elde edilen bilgilerin Aselsan'a kazandırılmasını hedefliyoruz" diyor.

Şurası açık ki bir önceki neslin beklentilerini karşılamak profesyoneller için her zaman bir gündem maddesi olmuştur. Ancak bugünün teknolojik dönüşüm ve çocuk yetiştirme tarzları göz önüne alındığında X ve Y kuşağını anlamak başlı başına bir beceri sayılmaya başladı. Onların tanımları bir

# EN GÖZDE ŞİRKETLER

2017		2016
1	Unilever	2
2	Mercedes Benz	1
3	THY	5
4	Aselsan	9
5	Google	6
6	T.C. Merkez Bankası	8
7	Microsoft	4
8	Turkcell	10
9	CocaCola	7
10	Bosch	13
11	TAI	25
12	P&G	3
13	Arçelik	21
14	Ford Otosan	17
15	L'Oreal	14
16	PwC	28
17	İş Bankası	19
18	IBM	15
19	PMI	31
20	QNB Finansbank	11
21	Deloitte	20
22	Nike	34
23	Samsung	27
24	İstanbul Borsası	-
25	Türk Telekom Grubu	18
26	TAV	45
27	Bayer	-
28	SPK	-
29	Siemens	38
30	Red Bull	-
31	Garanti Bankası	22
32	ETİ Gıda	30
33	Şişecam	41
34	Pfizer	34
35	B/S/H	-
36	Nestle	29
37	Migros	32
38	KPMG	-
39	Ülker	12
40	Tübitak	19
41	Havelsan	47
42	Vodafone	23
43	Eczacıbaşı Baxter	-
44	Tüpraş	-
45	EY	-
46	Colgate Palmolive	-
47	Enerjisa	32
48	Toyota	44
49	SAP	-
50	Intel	-

← önceki neslin tanımlamaları ile farklılıklar gösteriyor. Örneğin kurum sadakati bir önceki nesil için yıllarca aynı yere hizmet etmek olarak anlaşılırken, X ve Y kuşağı için süreden bağımsız işini daha iyi yapmak olarak anlaşılıyor. Ancak işini daha iyi yapmak için de beklentileri var. Esneklik bunların başında geliyor. Kılık kıyafet esnekliğinden çalışma saatlerinin esnekliğine kadar, gençler çok fazla sıkboğaz edilmek istemiyor. Microsoft Türkiye İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Esra Gaon, “Esnek-zamanlı çalışma modelinde çalışanlar, günlük çalışma süresi ile işe başlama ve işi bırakma zamanını kendileri belirleyebilmektedirler. Esnek çalışma saatleri çalışanların işlerine konsantrasyonunu artırırken; sorumluluk hissi de çalışma sırasında daha verimli olmayı sağlar. Ayrıca devamsızlığın azalması, çalışan motivasyonunu artırması, ulaşım ve trafikte geçen sürelerin azaltılması gibi avantajları vardır. Kişiler sorumluluk ve inisiyatif alma, zaman yönetimi, planlama ve organizasyon konularında gelişir, iş ve özel yaşam dengesini sağlayabilir. Şirket açısından da mutlu, motive olmuş ve sorumluluklarının bilincinde çalışanlara sahip olmak, daha iyi iş sonuçlarının elde edilmesi demektir” diyor.

Pek çok açıdan eleştirilen Y kuşağı aslına bakılırsa oyunu sadece kendi kurallarıyla oynamaya çalışıyor. Teknolojiyi iyi kullanma gibi bazı özellikler iş dünyasında taktir toplarken, çalışma koşullarına yönelik beklentileri eleştirilere neden oluyor. QNB Finansbank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Hakan Alp, “Y kuşağı hakkında birçok insanın yanlış düşündüğüne ve önyargılı olduğuna inanıyorum. Ben üniversiteden mezun olalı 28 yıl oldu. Şu anda Türkiye'nin büyük kurumlarından birinde insan kaynakları departmanını yönetiyorum. 25 yıl önceki duygu ve düşüncelerimle işe alım politikalarımı yönetmeye kalkarsam büyük bir yanlış yaparım. Ben yeni kuşağı tanımakla ve onlarla birlikte gelecekte gidebileceğimiz noktaları hayal etmekle mükellefim. Y kuşağını kim yetiştirdi? Biz yetiştirdik ve hiçbirimiz kendi çocuğumuza toz kondurmuyoruz. Çocuklarımızı yetiştirirken onların adına o kadar çok sorun çözmüşüz ki, inanılmaz birer sorun tanımlayıcısı haline gelmişler. Biz zamanla şunu görmeye başladık; eğer Y kuşağının eline sorumluluk verirseniz karşılığını görüyorsunuz” diyor ve ekliyor: “Y kuşağı hayatın birer parçası ama biz uzaydan gelmiş gibi davranıyoruz. Zamanında bizim yaşadıklarımızı, biraz daha farklı koşullarla, farklı çerçevelerde yaşıyorlar sadece.”

# HOLDİNGLER

2017	1	Koç Holding	1
	2	Sabancı Holding	2
	3	Eczacıbaşı Holding	4
	4	Borusan Holding	7
	5	Acıbadem Holding	-
	6	Zorlu Holding	6
	7	Doğan Holding	5
	8	Doğuş Holding	3
	9	Anadolu Grubu	8
	10	Enka Holding	-
	11	Alarko Holding	10
	12	Akkök Holding	13
	13	Nurol Holding	15
	14	Sanko Holding	16
	15	Fiba Holding	14
	16	Çukurova Holding	12
	17	Hayat Holding	17
	18	Eren Holding	20
	19	Çalık Holding	9
	20	Esas Holding	19

## METODOLOJİ VE ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜĞÜ

- 80 üniversiteden 29.687 kullanılabılır anket formu elde edilmiştir.
- Araştırma 5 Kasım 2016 – 14İsan 2017 arasında online olarak yapılmıştır.
- Duyurular 3İK, üniversite yönetimleri, kariyer merkezleri, öğrenci kulüpleri, sosyal medya, poster ve eposta aracılığıyla yapılmıştır.
- Araştırma sorularının iç tutarlılığını gösteren Coranbach Alfa değeri  $\alpha = 0.816$  olarak hesaplanmıştır. Bir ölçeğinin bilimsel yeterliliği için asgari sınır  $\alpha = 0.7$ 'dir.

## KATILIMCI FİRMALAR

- Araştırmada 222 firma yer almıştır.
- Araştırmaya dahil edilen firmalar önceki yılların araştırma sonuçlarından elde edilen veriler ve öğrencilerle yapılan odak grubu çalışmaları neticesinde belirlenmiştir.
- Firmalar listeye herhangi bir sıralama yapılmadan rastsal olarak yerleştirilmiştir. Ayrıca katılımcılar eklemek istedikleri firmaları "Diğer" kutucuğuna kendileri yazmışlardır.

# ŞİRKETLER NE DİYOR?



## UNILEVER

Steven Gross, Unilever İnsan Kaynaklarından Sorumlu Başkan Yardımcısı, Türkiye, Rusya, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Orta Asya, Kafkasya ve İran

Unilever'in gençler tarafından bu denli dikkat çekmesinin arkasında, şirket olarak gençleri çok iyi anlamamız ve onlara ihtiyaçları doğrultusunda çözümler sunabilmemiz yatıyor. Örnek vermem gerekirse; kendilerini geliştirebilecekleri uluslararası iş deneyimi fırsatları, daha parlak bir gelecek ve bir amaç uğruna çalışabilecekleri bir şirket kültürü, her gün yeni bilgilerle donanacakları esnek, yaratıcı ve dinamik iş ortamı, sektörde inizamızın olduğu öncü uygulamalar bu tercihi tetikleyen unsurlar. Bunların yanı sıra, kurumsal yapımızın getirdiği istihdam avantajlarından da bahsetmek isterim. Şirket olarak sahip olduğumuz güçlü erişim, iş güvenesi ve prestij olarak yansıma buluyor. Yani kurumsal marka algımızın ve işveren marka konumlandırmanın birbirini desteklediğini ve beslediğini söylemek doğru olur. Geleceğin liderlerini yetiştirmeye kendini adanmış bir "Liderlik Okulu" olarak gençlerin beklenti ve ihtiyaçlarını, İnsan Kaynakları politikalarımıza ve onlara erişme yöntemlerimize adapte ediyoruz. Örneğin istihdam ettiğimiz yeni mezunların yüzde 50'sini "global liderler" olarak yetiştirmeye amaçlıyor ve bunu her platformda gençlere aktarıyoruz. Biz gençlere çok inanıyoruz; bu nedenle onları daha iş yaşamlarının başında "kendi kariyer yolculuklarının kaptanı" olabilmeleri için sunduğumuz destekleyici programlarla geliştirmeye odaklanıyoruz. Öte yandan Unilever olarak sürdürülebilir büyüme vizyonumuzu ve sürdürülebilir yaşamı destekleyen markalarımızı onlara her fırsatta anlatıyor; sürdürülebilir kalkınma konusunda bilgi birikimimizi aktaracak platformlara katılıyor, onlar için kendilerini geliştirebilecekleri yeni fırsatlar yaratıyoruz.



## MERCEDES

Mercedes-Benz Türk İnsan Kaynakları Müdürü Betül Çorbacıoğlu

Şirketlerin yönetim ekiplerinde de görmeye başladığımız Y kuşağı ile çalışmanın pek çok avantajı var. Önemli olan bu çalışanlarla nasıl bir iletişim kurduğumuz ve onların beklentilerini nasıl yönettiğimiz. Y kuşağının sürekli iletişim ve hareket halinde olduğunu söylemek çok yanlış olmaz. Birbirlerine karşı çok daha ilgili, her an birbirlerine bağlı olduklarını söyleyebiliriz. Teknolojinin de kendilerine sundukları imkanlar doğrultusunda birçok konuda fikir sahibi olmaları ve sürekli kendilerini geliştirmeye yönelik çalışmaları şüphesiz iş hayatlarına da olumlu yansıyor. Her yerde, her zaman erişilebilir durumda olmaları ve bilgi akışının sürekli olması her an süreçlere yönelik katkı sağlamaya hazır olmalarına da olanak sağlıyor. Yine kullandıkları teknolojiler ve yeniliğe, keşfetmeye açık yönleri bilgiye ulaşımı hızlandırıp, pratik çözümler elde edebilmelerinde çok etkili diyoruz. Hatalar karşısında yılmamaları, aksine bunları öğrenme fırsatı olarak görmeleri yüksek motivasyonlu çalışan ekiplerle büyük başarılar elde etmek anlamında oldukça önemli. Çabuk, hızlı, proaktif, pratik çalışanlardan oluşan ekiplerle yüksek performansla ulaşmak çok daha kolay diyebiliriz. Y Kuşağının beklentileri doğrultusunda yönetim stillerini geliştiren yöneticilerin, motive olmuş, fark yaratan, hızlı, yaratıcı, iletişimi kuvvetli bir ekiple çalışma şansı bulacaklarına inanıyoruz. Y kuşağı için geliştiğini hissetmek, hedefleri doğrultusunda ilerleyebildiğini görmek önemli. O nedenle bu kuşağın gelişime açık yönlerini yapıcı yollarla karşı tarafa aktaran, ardından bu gelişim alanları için yol haritaları çizerek gelişim fırsatı yaratabilen yöneticiler Y kuşağı çalışanlarının şirkette kalmalarını sağlayabilecek önemli bir unsur.

## THY

Çeşitli zamanlarda farklı platformlarda yapılan “En İyi İşveren Markası”, “En Çok Çalışılmak İstenen Markalar” gibi çalışmalarında Türk Hava Yolları her zaman gençlerin en çok çalışmak istediği şirketler listesinde yer alıyor. Bunda Türk Hava Yolları’nın bayrak taşıyıcı havayolu olmasının yanında global bir Türk markası olması, cazip reklam ve tanıtım kampanyalarının da payı büyük. Gençler Türk Hava Yolları’nı “inovatif, güven veren ve çevik” bir şirket olarak tanımlıyor. THY’nin çalışanlarına sağladığı cazip çalışma şartları, yurtdışı çalışma imkânı, cazip koşullarda seyahat imkânı gibi önemli fırsatlar sağlıyor olması da gençler tarafından cazip bulunuyor.



## ASELSAN

*ASELSAN İnsan Kaynakları Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Dr. Hüseyin Yavuz*

Çalışma alanları göz önünde bulundurulduğunda, ASELSAN ülkemiz için kritik öneme sahip bir kurum. Çalışanlarımız, uluslararası rekabet gücü olan milli teknolojilerin geliştirilmesini sağlayarak hem ülke savunmasına hem de Türkiye’nin kalkınmasına katkıda bulunuyorlar. Dolayısıyla bu anlamlı amaç uğrunda çalışma olanağı bulmak ve yapılan işlerin gururunu paylaşmak en önemli tercih nedenlerinden biridir. ASELSAN’da, tüm çalışanlar zaman içinde yetkinlikleri çerçevesinde sorumluluk alma ve inisiyatif kullanma şansına sahip olabilmektedirler. Bu yetkilendirme ve sorumluluklar çalışanlarımızın gelişimine katkı sağlamanın yanında onları yapılan işin önemli bir parçası haline getirmektedir. Teknolojinin ucunda yer alan konularda çalışmalar yapan bir ekibimiz var. Çalışanlarımızın yüzde 32’si yüksek lisansını, yüzde 3’ü doktorasını uzman olduğu alanda tamamlamış. Yaklaşık 5 bin 500 kişinin çalıştığı bir firma için bu ciddi bir orandır. Akademik ve profesyonel olarak son derece nitelikli insanlarla bir arada çalışmak, ASELSAN’ın sunduğu eğitim ve gelişim olanaklarından faydalanabilmek çalışanlarımızı

motive eden ve iş hayatına atılmak üzere olan gençlerin bizi tercih etmesine sebep olan bir diğer önemli parametredir.

## GOOGLE

Google’da çalışanlarımızın hem işte hem de iş dışında mutlu ve başarılı olmasını hedefliyor, yaratıcılığa, farklı seslere, özelliklere ve çeşitliliğe büyük önem veriyoruz. Teknolojiyi insanların hayatını kolaylaştırmak doğrultusunda kullanmak misyonumuzdur, yenilikçiliğe çok önem veriyoruz ve her kademedeki çalışanımıza fikrini paylaşmalarına imkan tanıyan bir ortam sunuyoruz. Her şeyden önce tek bir “Google Çalışanı” tanımından söz etmek söz konusu değil. Tam tersine Google’ın en büyük gücünün, tüm çalışanlarının tıpkı dünya üzerinde olduğu gibi farklılık ve çeşitlilikleriyle bir arada bulunmasına imkan tanınması olduğuna inanıyoruz. Herkesin birbirinden farklı olduğunu bildiğimiz için de, sağladığımız tüm olanaklar, çalışanların ihtiyaçlarına ve geri bildirimlerine dayalı olarak sürekli olarak gelişiyor. Bu nedenle bizle çalışmak isteyenlere hem “ekibimize yeni perspektifler ve hayat deneyimleri getirerek” kendileri olabileceklerini söylüyoruz; hem de “merak, tutku ve öğrenme isteklerini değerlendirirken, teknolojiyi insanların faydası için işler hale getirebilecek yeniliklere ve hedeflere doğru, büyük düşünen takım arkadaşlarıyla birlikte yelken açabilecekleri bir ortam” öneriyoruz. Bir anlamda Google’ın kalbi olan çalışanları için Google’da çalışmak, yetkinlikleri kadar kalplerini de işin içine katarak teknoloji aracılığıyla her gün yüz milyonlarca insanın hayatında olumlu farklılıklar yaratacak yenilikçi ürünler geliştirmek anlamına geliyor. Bunlarla ilgilenen herkese potansiyel Google çalışanı olabilecekleri çağrısında bulunuyoruz.



## MICROSOFT

*Microsoft Türkiye İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Esra Gaon*  
Şu an üniversiteden mezun olan veya

hali hazırda üniversitede okuyan öğrencilerin Y kuşağı olduğundan hareketle Microsoft’un özellikle Y kuşağı için ideal bir işyeri ortamı sunduğunu söyleyebiliriz. Y kuşağı olarak adlandırılan kişilerin oldukça hızlı, dinamik düşünen, dünyadaki tüm gelişmeleri takip eden kişiler olduğunu söyleyebiliriz. Bu kişiler için en önemli faktörlerden bir tanesinin kendilerine ait bir bağımsız ve otonom ortamlara sahip olmalarını gösterebiliriz. Bu kapsamda Microsoft’un Y kuşağı kişileri için en uygun çalışma ortamlarından birisine sahip olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Microsoft buna adapte olmuş bir şirket değil tam tersine zaten temelini oluşturan kültür de tam olarak bu. O nedenle de Y kuşağı için mutlu ve motive bir şekilde çalışılacak en iyi yerlerden biri Microsoft diye düşünüyoruz. Microsoft olarak sadece Y kuşağının değil tüm kuşakların beraber çalışabilecekleri ve potansiyellerini en üst düzeyde gerçekleştirebilecekleri ortamlar yaratmaya çalışıyoruz. Farklılıkları birer dezavantaj olarak değil fakat birbirimizden öğreneceğimiz konular olarak görüyoruz ve bu doğrultuda olabildiğince çeşitlilik içeren bir organizasyon ve iş gücü oluşturmaya çalışıyoruz.



## TURKCELL

*Turkcell İnsan Kaynakları Direktörü Hasan Kaya*

Gençler kariyer haritalarını şekillendirirken duygusal ve rasyonel etkenlere bağlı kararlar alıyorlar. İki etken de farklılaşmayı başarabilen şirketlerin en çok beğenilen şirketler sıralamasının üst sıralarına çıkıyor. Günümüzde pek çok şirket maddi haklar, ek menfaatler anlamında benzer olanaklar sunuyor. Dolayısıyla şirketleri diğerlerinden ayıranın rasyonel değil duygusal etkenler olduğunu söyleyebiliriz. Turkcell olarak teknolojiye yöne veren dinamik yapıyla gençlere hitap ettiğimizi düşünüyoruz. Onların gözünde

bu değeri yakalamak bizim için çok anlamlı. Genel özelliklerine baktığımız zaman Y kuşağını, inovatif, dinamik, talepkar, özgürlüğüne düşkün, teknolojiyi seven ve yoğun şekilde bu teknolojileri kullanan bir nesil olduğunu söyleyebiliriz. Bununla birlikte çok sabırlı değiller. Turkcell olarak bu kuşağın taleplerine yanıt veren bir çalışma ortamı sunmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu anlayışla hayata geçirdiğimiz GNÇYTNK programı, yoğun ilgiyle karşılanıyor. İkinci dönem işe alım aşaması devam eden GNÇYTNK ile bu yıl öncü bir uygulamaya da imza attık. Y jenerasyonunun mobil platformları etkin şekilde kullanmasından yola çıkarak, BiP ile GNÇYTNK başvuru uygulamasını başlattık. Genç yetenekler, yeni nesil teknolojiler üzerinden geliştirdiğimiz işe alım süreçleriyle değerlendiriliyorlar. İşe alım ardından gelen eğitim ve gelişim süreçlerini de dijital teknolojilerle daha eğlenceli ve interaktif hale getirdik.



## COCA COLA

*Coca-Cola Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Bölümü İnsan Kaynakları Müdürü Melitsa Mizrahi*

Coca-Cola Şirketi olarak benimsediğimiz katılımcı yönetim anlayışıyla, tüm çalışanlarımıza potansiyellerini kullanabilecekleri, uluslararası deneyim ve kariyer olanaklarıyla birlikte iş ve özel yaşam dengelerini koruyabilecekleri dinamik, yaratıcı bir çalışma hayatı sunuyoruz. Çalışanlarımızı potansiyellerini gerçekleştirmelerine önem veriyoruz. Çalışanlarımızın kişisel gelişimlerini desteklemeye yönelik çeşitli uygulamalarımıza ek olarak, ihtiyaçları doğrultusunda lisansüstü, dil veya farklı mesleki sertifika programlarına katılmalarını destekliyoruz. Bir marka haline gelmiş staj programımız da stajyerlerimize değerli bir iş tecrübesi sunuyor. Oryantasyonla stajlarına

başlayan stajyerlerimiz yıl boyunca kişisel gelişim ve eğitim programlarıyla devam ediyorlar. Stajyerlerimiz burada geçirdiklerin dönemin sonuna yaklaştığında değerlendirme merkezi uygulamalarından geçerek şirketimizdeki uygun, kalıcı görevler için değerlendiriliyorlar. Ek olarak, yürüttüğümüz sosyal sorumluluk çalışmaları ile gençlere bu alanda deneyim kazanma fırsatı sunuyoruz. Coca-Cola olarak içinde yer aldığımız toplumların hayatına pozitif değer katmayı önemsiyoruz. Türkiye'de de tüm toplumsal faaliyetlerimizi bu amaçla 2009 yılında kurduğumuz Coca-Cola Hayata Artı Vakfı çatısı altında yürütüyoruz. Coca-Cola Hayata Artı Vakfı, Coca-Cola'nın sürdürülebilirlik vizyonu kapsamında kamu ve sivil toplum örgütleriyle birlikte çalışıyor ve birçok projeye destek veriyor. Bütün bu uygulamalarımızın bir sonucu olarak en çok çalışılmak istenen şirketlerden biri olduğumuza inanıyoruz.



## BOSCH TÜRKİYE

*Bosch Türkiye ve Orta Doğu Başkanı Steven Young*

Gençler güven ve gurur duyabilecekleri, yenilikçi bir şirkette çalışmak istiyorlar. Bizler de, Robert Bosch'un 130 yılı aşkın bir süre önce kurmuş olduğu şirketimizin bugüne kadar gelen değerlerine sahip çıkıyor ve onlarla yaşıyoruz. Stajyer olarak ya da profesyonel olarak şirketimize adım attığınız ilk günden itibaren tüm kariyeriniz boyunca temelinde saygı ve sorumluluk duygusu olan bir kültürü keşfederek değerlerimizi bizimle birlikte geleceğe taşıyabilir, bizimle birlikte dünya çapında yaşam kalitesini artırarak yaptıklarınızla kalıcı bir iz bırakabilirsiniz. Tüm bunları da yaratıcılığı destekleyen farklı çalışma ortamlarında yapma imkanı bulabildiğiniz için Bosch tercih edilen şirketler arasında yer alıyor.

Araştırma sonuçlarına baktığımızda

Y kuşağının öncelikleri yaratıcı ve inovatif olabilmek, uluslararası kariyer yapmak ve de iş-yaşam dengesine sahip olmak. Bosch'un olanaklarını ve de çalışma kültürünü dikkate aldığımızda, verdiğimiz birçok örnek, bizi Y kuşağı ile yakınlaştırıyor ve de beklentilerini karşılayabildiğimizi gösteriyor. Yaş ortalamamız 32; çevik, gelişime açık, trendleri takip eden ve geleceği şekillendirmek isteyen çalışma arkadaşlarımız var. Bu nedenle Y kuşağı le çalışmanın daha çok avantajlarını yaşadığımızı söyleyebiliriz.



## QNB FİNANSBANK

*QNB Finansbank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Hakan Alp*

Tanımak, anlamak, yaklaşımı ona göre geliştirmek, istikrarlı bir şekilde sürdürmek... QNB Finansbank olarak üniversite öğrencilerine yönelik stratejimizi bu şekilde kurguluyoruz.

İşe alımların yüzde 80'inden fazlasının yeni mezunlardan oluştuğu bir banka olarak Y kuşağı ile iletişim kurarken nasıl bir yol izlememiz gerektiğine, varsayımlardan değil Y kuşağının beklentilerinden yola çıkarak karar vermeye çok önem veriyoruz. Bu doğrultuda Y kuşağını tanımak, kariyer tercihlerini ve şirketlerden beklentilerini anlamak için kapsamlı araştırmalar yaptırıyoruz. Araştırma sonuçlarını ve kurum ihtiyaçlarını birlikte değerlendirerek oluşturduğumuz plan doğrultusunda üniversite öğrencilerine yönelik organizasyonlar, staj programları, sosyal medya faaliyetleri, sponsor olduğumuz etkinlikleri kurguluyoruz. Tüm bu faaliyetlerin etkinliğini, verimliliğini ve beklentileri karşılama durumunu ise belirli aralıklarla analiz ediyor; sonuçları doğrultusunda geliştirmeler yapıyoruz. Beklenti, memnuniyet ve verimlilikleri düzenli olarak uçtan uca ölçmediğimiz bütünsel yaklaşım sayesinde En Gözde Şirketler arasında yer alıyoruz.