T.C.
ÇALIŞMA VE SOSYAL GÜVENLİK BAKANLIĞI
TÜRKİYE İŞ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

İSTİHDAM FUARLARININ İŞKUR'UN TANINIRLIĞI VE HİZMET GELİŞİMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İŞKUR İÇİN ÖNERİLER

Meltem ANDUSE
İstihdam Uzman Yardımcısı

Ankara 2016

T.C.
ÇALIŞMA VE SOSYAL GÜVENLİK BAKANLIĞI
TÜRKİYE İŞ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

İSTİHDAM FUARLARININ İŞKUR'UN TANINIRLIĞI VE HİZMET GELİŞİMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İŞKUR İÇİN ÖNERİLER

(Uzmanlık Tezi)

Meltem ANDUSE
İstihdam Uzman Yardımcısı

Tez Danışmanı
Koray Alper AKDEMİR
İstihdam Uzmanı

TÜRKİYE İŞ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜNE

İstihdam Uzman Yardımcısı Meltem ANDUSE'ye ait, "İstihdam Fuarlarının İŞKUR'un Tanınırlığı ve Hizmet Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi: İŞKUR İçin Öneriler" adlı bu Tez, Yeterlik Sınav Kurulu tarafından UZMANLIK TEZİ olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı	**Adı ve Soyadı**	**İmzası**
Başkan:			
Üye:			
Üye:			
Üye:			
Üye:			

Tez savunma tarihi: .../…/2016

TEZDEN YARARLANMA

Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü İstihdam Uzman Yardımcısı Meltem ANDUSE tarafından hazırlanan bu Uzmanlık Tezinden yararlanma koşulları aşağıdaki şekildedir:

1. Bu Tez fotokopi ile çoğaltılabilir.

2. Bu Tez, pdf formatında internet ortamında yayımlanabilir.

3. Bu Tezden yararlanılırken kaynak gösterilmesi zorunludur.

Meltem ANDUSE
İstihdam Uzman Yardımcısı
..…/……/2016
İmza

ÖNSÖZ

Nihai amacı işsizliğin azaltılması ve istihdamın korunması olan, iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetleri ile işgücü piyasasının şeffaflaştırılması misyonundan hareketle kurulan kamu istihdam kurumları, 90'lı yıllardan itibaren iş arayanları ve/veya işverenleri düzenlediği etkinliklerle buluşturmak suretiyle hizmetlerinin etkinleştirilmesi ve çeşitlendirilmesi yoluna gitmiştir. Ülkemizde de Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) değişim ve yeniliklere uyum sağlayarak, hizmet kalitesi ve çeşitliliği ile işsizlikle mücadelede etkin rol oynayan, işgücü piyasasında öncü ve saygın bir kurum olmak vizyonu ile işsizliği azaltmak ve işgücü piyasasında var olan istihdam olanaklarını geliştirerek artırmak amacıyla; temel hizmetlerini geniş kitlelere tanıtmayı ve Kurum'a yönelimi artırmayı hedefleyen benzer girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimler kapsamındaki etkinlikler, kurumsal tanınırlığın artırılmasına ve hizmet gelişimine katkıda bulunmaktadır. Söz konusu etkinliklerden "İstihdam Fuarları" İŞKUR öncülüğünde yerel istihdam dinamiklerini harekete geçiren, işgücü piyasası ile doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olan her kesimden kişi/kurumları bir araya getiren en kapsamlı etkinlik olarak göze çarpmaktadır.

2011'den itibaren yaygın bir şekilde düzenlenen istihdam fuarlarının gerçekten amacına ulaşıp ulaşmadığı, İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin olup olmadığı sorularından hareketle yürütülen bu tez çalışmasında, öncelikle yukarıdaki sorulara cevap verilmesi, sonrasında ise sunulan öneriler ile istihdam fuarlarının geliştirilmesi ve etkinliğinin artırılmasına katkıda bulunulması amaçlanmıştır.

Çalışmanın İŞKUR'a faydalı olması temennisiyle; tez hazırlık sürecinde desteğini esirgemeyen başta Daire Başkanımız Sayın Abdullah TAŞALTIN'a, tez danışmanım İstihdam Uzmanı Koray Alper AKDEMİR'e, çalışma arkadaşlarıma, Kurum İç Denetçisi Göktan GÖRMEZÖZ'e, saha çalışmama katkı sağlayan il müdürlükleri personeli Ahmet CANIMOVA, Elif OĞUZ ÖZER, Engin GÜLMEZ, İbrahim ŞARLI, Muhammed BULUT, Murat GÖLPINAR, Mustafa CEVİZ, Osman SAMUR, Serkan ÖZADA, Servet KABA ve Yalçın ORUÇ ile İstihdam Uzmanı Şerife TÜRKER'e, Almanya ve Hollanda ülke uygulamalarını paylaşan Yücel AYDEMİR ve

Sefer ÖNCEL'e, bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım Kurum personeline, tezimde yeni ufuklar açan ve tezimin nihayete ermesinde büyük emeği geçen İstihdam Uzmanı Yücel KARAKOYUN'a saygı ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Hayatımın bütün aşamalarında karşılaştığım zorlukları aşmada her zaman yanımda olan ve desteğini benden esirgemeyen hayat arkadaşım Onur Alp, annem Canser TÜRKOĞLU ve kardeşim Bilal TÜRKOĞLU ile oyun zamanlarından çaldığım sevgili kızım Elif Nil'e sonsuz şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ i
İÇİNDEKİLER iii
TABLOLAR LİSTESİ viii
GRAFİKLER LİSTESİ ix
KISALTMALAR VE TANIMLAR x
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1 KAMU İSTİHDAM HİZMETLERİ 4
1.1.1 Kamu İstihdam Hizmetleri Kavramı 4
1.1.2 Kamu İstihdam Kurumlarının Gelişimi 5
1.1.3 Kamu İstihdam Kurumlarının Görevleri 7
1.2 TÜRKİYE'DE KAMU İSTİHDAM HİZMETLERİ 11
1.2.1 Türkiye'de Kamu İstihdam Hizmetlerinin Gelişimi, İİBK'den İŞKUR'a Dönüşüm Süreci 11
1.2.2 İŞKUR'un Görevleri 15
1.3 KAMU İSTİHDAM KURUMLARINDA TANINIRLIĞA VE HİZMET GELİŞTİRMEYE DÖNÜK ETKİNLİKLER 18
1.3.1 İş Arayanlara Yönelik Etkinlikler 19
1.3.1.1 İş Kulüpleri 19
1.3.1.2 Grup Çalışmaları 20
1.3.2 İşverenlere Yönelik Etkinlikler 21
1.3.2.1 İşveren Grup Toplantıları 22
1.3.2.2 İşveren Çalıştayları 22
1.3.2.3 İşverenler Günü Etkinlikleri 22
1.3.2.4 İnsan Kaynakları Grupları/Kulüpleri 23
1.3.2.5 İnsan Kaynakları Zirveleri/Buluşmaları 23
1.3.3 Her İki Hedef Kitleye Yönelik Etkinlikler 23
1.3.3.1 Kariyer Günleri (Career Days) 23
1.3.3.2 İş/İstihdam Fuarları (Job/Employment Fairs) 24
1.4 İŞKUR'DA TANINIRLIĞA VE HİZMET GELİŞTİRMEYE DÖNÜK ETKİNLİKLER 26
1.4.1 İş Arayanlara Yönelik Etkinlikler 26
1.4.1.1 Grup Faaliyetleri (Grup Görüşmeleri) 26
1.4.1.2 Sınıf Görüşmeleri 28
1.4.1.3 Meslek Tanıtım Günleri 28
1.4.1.4 Girişimcilik Seminerleri 29
1.4.1.5 İş Kulüpleri 30

1.4.2 İşverenlere Yönelik Etkinlikler ... 30
1.4.2.1 İşveren Grup Toplantıları ... 30
1.4.2.2 İnsan Kaynakları Grupları ... 31
1.4.2.3 İnsan Kaynakları Zirveleri ... 31
1.4.3 Her İki Hedef Kitleye Yönelik Etkinlikler ... 32
1.4.3.1 Kariyer Günleri ... 32
1.4.3.2 İstihdam Fuarları ... 33
1.5 İSTİHDAM FUARLARI ... 34
1.5.1 İstihdam Fuarlarının Amaçları ... 34
1.5.2 İstihdam Fuarlarının Özellikleri ... 34
1.5.3 İstihdam Fuarlarının Avantajları ... 37
1.5.3.1 Katılımcı İşverenler Açısından ... 38
1.5.3.2 Ziyaretçiler Açısından ... 39
1.5.3.3 Diğer Kurum/Kuruluşlar Açısından ... 40
1.5.3.4 Kamu İstihdam Kurumları Açısından ... 40
1.5.4 İstihdam Fuarlarının Türleri ... 41
1.5.4.1 Organizasyon Şekline Göre ... 41
1.5.4.1.1 Yüz Yüze İstihdam Fuarları (In-Person /On-site/ Live Job Fairs) ... 41
1.5.4.1.2 Sanal İstihdam Fuarları (Online / Virtual Job Fairs) ... 42
1.5.4.2 Amaç ve Kapsama Göre ... 45
1.5.4.2.1 Genel Kabul Görmüş Fuarlar/Halk Fuarları (General Admittance Job Fairs/Public Job Fairs) ... 45
1.5.4.2.2 İhtisas Fuarları (Speciality Job Fairs) ... 46
1.5.4.2.3 Mesleki Fuarlar (Professional Job Fairs) ... 46
1.5.4.2.4 Tek Konulu Fuarlar (Single Topic Job Fairs) ... 46
1.5.4.2.5 Tek İşveren Fuarları /Şirket Özel Fuarları (Single Employer Job Fair) ... 47
1.5.4.2.6 Giriş/Başlangıç Seviyesi Fuarları (Entry-Level Job Fairs) ... 47

İKİNCİ BÖLÜM
İSTİHDAM FUARLARININ YURTDIŞI VE TÜRKİYE UYGULAMALARI

2.1 İSTİHDAM FUARLARININ ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE İNCELENMESİ ... 48
2.1.1 EURES (European Job Days İstihdam Fuarı Konsepti) ... 48
2.1.2 Almanya (Jobaktiv ve Jobaktiv Light İstihdam Fuarı Konsepti) ... 50
2.1.2.1 Jobaktiv İstihdam Fuarı Konsepti ... 51
2.1.2.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi) ... 53
2.1.2.1.2 Fuar Esnasında ... 57
2.1.2.1.3 Fuar Sonrası ... 57
2.1.2.2 Jobaktiv Light İstihdam Fuarı Konsepti ... 58
2.1.3 Hollanda (Werkdriedaagse ve Speeddaten İstihdam Fuarı Konsepti) ... 59
2.1.3.1 Werkdriedaagse İstihdam Fuarı Konsepti ... 60
2.1.3.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi) ... 61
2.1.3.1.2 Fuar Esnasında ... 63
2.1.3.1.3 Fuar Sonrası ... 64
2.1.3.2 Speeddaten İstihdam Fuarı Konsepti ... 65

2.1.4 Fransa (Forum İstihdam Fuarı Konsepti) ... 67
2.1.4.1 Forum İstihdam Fuarı Konsepti ... 68
2.1.4.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi) ... 69
2.1.4.1.2 Fuar Esnasında ... 71
2.1.4.1.3 Fuar Sonrası ... 71
2.2 TÜRKİYE'DE İSTİHDAM FUARLARI ... 71
2.2.1 Türkiye'de İstihdam Fuarlarının Tarihsel Gelişimi ... 72
2.2.1.1 2011 Öncesi Dönem ... 72
2.2.1.2 2011 ve Sonrası Dönem ... 76
2.2.2 Türkiye'de İstihdam Fuarlarının Amaçları ... 77
2.2.2.1 İş Arayanlara Yönelik Amaçlar ... 78
2.2.2.2 İşverenlere Yönelik Amaçlar ... 78
2.2.2.3 Diğer Kurum/Kuruluşlara Yönelik Amaçlar ... 79
2.2.2.4 İŞKUR'a Yönelik Amaçlar ... 79
2.2.3 İstihdam Fuarlarının İŞKUR ve İşgücü Piyasası Açısından Önemi ... 80
2.2.4 İstihdam Fuarlarının Uygulama Süreci ... 80
2.2.4.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi) ... 80
2.2.4.1.1 Fuar Yeri ve Zamanının Belirlenmesi ... 81
2.2.4.1.2 Paydaş Kurum/Kuruluşların Belirlenmesi, Bilgilendirilmesi ve İşbirliğinin Sağlanması ... 81
2.2.4.1.3 Organizasyon Firmasının Belirlenmesi ... 81
2.2.4.1.4 Katılımcı Firmaların Belirlenmesi ve Davet Edilmesi ... 81
2.2.4.1.5 Ziyaretçilerin Davet Edilmesi ... 82
2.2.4.1.6 Fuarın Duyurulması ... 82
2.2.4.1.7 Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Fuar Ekstraları ... 82
2.2.4.2 Fuar Esnasında ... 82
2.2.4.3 Fuar Sonrası ... 83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
İSTİHDAM FUARLARININ İŞKUR'UN TANINIRLIĞI VE HİZMET GELİŞİMİNE ETKİSİ

3.1 ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI, ÖNEMİ, YÖNTEMİ, KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI ... 84
3.1.1 Araştırmanın Konusu ve Sorusu ... 84
3.1.2 Araştırmanın Amacı ... 84
3.1.3 Araştırmanın Önemi ... 84
3.1.4 Araştırmanın Yöntemi ... 85
3.1.4.1 Araştırma Modeli ... 85
3.1.4.2 Evren ve Örneklem ... 86
3.1.4.3 Verilerin Toplanması ve Kaydedilmesi ... 87
3.1.4.4 Verilerin Analizi ... 87
3.1.5 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları ... 87

3.2 ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ ... 88
3.2.1 Gözlem Verilerinin Analizi ... 88
3.2.1.1 Fuarlara İlişkin İstatistiki Veriler ... 88
3.2.1.2 Fuar Etkinliği İçin Kullanılan İsimler ve Temalar ... 89
3.2.1.3 Fuarların Zamanlaması, Süreleri ve Günleri ... 90
3.2.1.4 Fuar Organizasyon Ekibi ve Teknik Destek Firması ... 91
3.2.1.5 Yerel Paydaşların ve Sponsorların Desteği ... 92
3.2.1.6 Lokasyon ve Fiziksel Altyapı ... 92
3.2.1.7 Katılımcı Profili ... 93
3.2.1.8 Ziyaretçi Profili ve Yoğunluğu ... 93
3.2.1.9 Stant Bedeli, Stant Düzeni, Katılımcıların Yerleşimi ... 94
3.2.1.10 İŞKUR Tarafından Katılımcılara Sunulan Lojistik Destek ... 95
3.2.1.11 İŞKUR Tarafından Ziyaretçilere Sunulan Lojistik Destek ... 96
3.2.1.12 Fuarın Duyurulması ve Farkındalık Oluşturma Faaliyetleri ... 96
3.2.1.13 Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Ekstralar ... 97
3.2.1.14 Açılış ... 98
3.2.1.15 İŞKUR'un Kurumsal Görünürlüğü ... 99
3.2.1.16 Fuarın Değerlendirilmesi ... 99
3.2.1.17 Fuarlar Kapsamında Gerçekleştirilen ve Etkinliğini Artırmaya Yönelik Diğer Uygulamalar ... 100
3.2.2 Görüşme Verilerinin Analizi ... 100
3.2.2.1 Fuar Katılımcısı İşverenlerin ve Görüşlerinin Analizi ... 101
3.2.2.1.1 Fuar Katılımcısı İşverenin Analizi ... 101
3.2.2.1.2 Fuar Katılımcısı İşveren Görüşlerinin Analizi ... 103
3.2.2.2 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanların ve Görüşlerinin Analizi ... 115
3.2.2.2.1 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanın Analizi ... 115
3.2.2.2.2 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanların Görüşlerinin Analizi ... 119
3.2.2.3 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların ve Görüşlerinin Analizi ... 123
3.2.2.3.1 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların Analizi ... 123
3.2.2.3.2 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların Analizi ... 124
3.3 GÖZLEM VE GÖRÜŞME BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ ... 129
3.3.1 Gözlem İle Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi ... 129
3.3.2 Görüşmeler İle Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi ... 130
3.4 NİTEL VE NİCEL BULGULARIN ARAŞTIRMA SORUSUNA GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ ... 135
3.5 GÖRÜŞÜLEN GRUPLARIN GÖRÜŞ VE ÖNERİLERİ ... 139
3.5.1 İşverenler ... 139
3.5.2 İş Arayanlar ... 140
3.5.3 İşveren Dışındaki Katılımcılar ... 141
3.6 KURUM PERSONELİNİN FUARLARA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELERİ ... 141
3.6.1 Kurum Personelinin Fuarların Etkinliğine Yönelik Olumlu Görüşleri ... 141
3.6.2 Kurum Personelinin Eleştirel ve Geliştirmeye Dönük Görüşleri ... 142

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
İŞKUR TARAFINDAN DÜZENLENEN İSTİHDAM FUARLARININ GELİŞTİRİLMESİNE VE ÇEŞİTLENDİRİLMESİNE YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ

4.1 MODELİN GENEL ÇERÇEVESİ ... 145

4.1.1 Standart Bir İsim Belirleme Gerekliliği ... 146

4.1.2 Fuar Öncesi Planlama ve Hazırlık Dönemi ... 147

4.1.2.1 Fuarın Amacı ve Hedeflerinin Belirlenmesi ... 147

4.1.2.2 Fuarın Hedef Kitlesinin Belirlenmesi ... 148

4.1.2.3 Paydaşların Bilgilendirilmesi ve İİMEK'te Karar Alınması ... 148

4.1.2.4 Kurumsal Yapının Oluşturulması ve İşbirliği Protokolünün Onaylanması ... 149

4.1.2.4.1 Fuar Yönlendirme Komitesinin Oluşturulması ... 149

4.1.2.4.2 İşbirliği Protokolünün Onaylanması ... 150

4.1.2.4.3 Fuar Düzenleme Ekibinin Oluşturulması ... 150

4.1.2.4.4 Koordinasyon ve Sekreterya ... 152

4.1.2.5 Fuar Yeri ve Zamanının Belirlenmesi ... 152

4.1.2.6 Bütçenin Oluşturulması ve Muhasebe İşlemleri ... 153

4.1.2.7 Fuar Düzenleme Yöntemi ... 154

4.1.2.8 Gündemin Belirlenmesi ... 155

4.1.2.8.1 Açılış ... 155

4.1.2.8.2 Fuar Etkinlikleri ve Ekstraları ... 155

4.1.2.9 İşverenlerin ve Ziyaretçilerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi ... 156

4.1.2.9.1 İşverenlerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi 156

4.1.2.9.2 Ziyaretçilerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi ... 159

4.1.2.10 Katılımcı ve Ziyaretçi Kiti ... 160

4.1.2.11 Fuar Etkinliklerinde Konuşmacıların Katılımının Yönetimi ... 160

4.1.2.12 Fuar Alanı (Salon) ve Stantlar İle İlgili Ayarlamaların Yapılması ... 161

4.1.2.13 Fuarın Duyurulması/Tanıtılması ... 161

4.1.2.14 Fuarda İŞKUR'un Görünürlüğü ... 162

4.1.3 Fuar Esnasında ... 164

4.1.4 Fuar Sonrası ... 164

4.1.4.1 Ekip Üyeleri İle Toplantı ... 164

4.1.4.2 Geri Bildirim ve Raporlama ... 164

4.1.4.3 İstatistiki Bilgilerin Alınması ve Kurum Sistemine Girişi ... 165

4.1.4.4 Teşekkür Mektuplarının Gönderilmesi ... 165

4.1.4.5 Fuar Çıktılarının Kamuoyu İle Paylaşılması ... 165

4.2 GENEL MÜDÜRLÜĞE (MERKEZ TEŞKİLATI) ÖNERİLER ... 166

4.3 İSTİHDAM FUARLARININ ÇEŞİTLENDİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER ... 167

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME ... 170

KAYNAKÇA ... 180

ÖZGEÇMİŞ ... 184

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: İstihdam Fuarları İle Kariyer Günleri Arasındaki Farklar 25
Tablo 2: Jobaktiv Sayısı (2015) 52
Tablo 3: İstihdam Fuarı Sayısı (2008-2010) 76
Tablo 4: İstihdam Fuarı Sayısı (2011-2015) 77
Tablo 5: Fuarlara İlişkin Genel Veriler 89
Tablo 6: Etkinlik İsimlerinin Analizi 90
Tablo 7: Fuar Düzenlenme Sayıları 90
Tablo 8: Fuar Düzenlenme Dönemleri 91
Tablo 9: Fuar Düzenlenme Günleri 91
Tablo 10: Fuarların Fiziksel Altyapısı 92
Tablo 11: Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Ekstralar 97
Tablo 12: İşverenlerin Fuara Katılma Amacı 104
Tablo 13: İş Arayanların Fuarı Ziyaret Amacı 119
Tablo 14: İşveren Dışındaki Katılımcılar 123
Tablo 15: İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuara Katılma Amacı 125
Tablo 16: İşverenlerin, İş Arayanların ve İşveren Dışındaki Katılımcıların Sorulara Verdikleri Cevaplardan Elde Edilen Ortalama Puanlar 132

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Kariyer Günü Sayısı (2008 - 2015) ... 33
Grafik 2: Ziyaretçi Yoğunluğu ... 94
Grafik 3: İşverenlerin Sektörel Dağılımı ... 101
Grafik 4: İşverenlerin Faaliyet Süresi ... 102
Grafik 5: Personel Sayısı ... 102
Grafik 6: Firma Temsilcisinin Unvanı ... 103
Grafik 7: İşverenlerin Önceki Yıllarda Düzenlenen Fuarlara Katılımı ... 103
Grafik 8: İşverenlerin Fuarların Lokasyonuna İlişkin Görüşü ... 104
Grafik 9: İşverenlerin Fuarların Fiziksel Altyapısına İlişkin Memnuniyeti ... 105
Grafik 10: İşverenlerin Stant Dağılımı ve Yerleşimine İlişkin Memnuniyeti ... 106
Grafik 11: Fuarın Düzenlendiği Döneme İlişkin İşverenlerin Görüşü ... 106
Grafik 12: İşverenlere Göre İstihdam Fuarının Düzenlenmesi İçin En Uygun Dönem ... 107
Grafik 13: İşverenlerin Fuarın Düzenlendiği Günlere İlişkin Görüşü ... 107
Grafik 14: İşverenlere Göre Fuar İçin Yeterli Görülen Gün Sayısı ... 108
Grafik 15: İşverenlere Göre Fuar İçin En Uygun Günler ... 108
Grafik 16: İşverenlerin Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyine İlişkin Görüşü ... 109
Grafik 17: İşverenlerin İŞKUR ile işbirliği ve İŞKUR'un Yaklaşımı ile İlgili Memnuniyeti 110
Grafik 18: İşverenlerin Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Görüşü ... 111
Grafik 19: İşverenlerin Fuarların Yerel İstihdam Olanaklarına Katkısına İlişkin Görüşü ... 112
Grafik 20: Fuarların İşverenler Açısından Faydası ile İlgili İşverenlerin Görüşü ... 113
Grafik 21: İşverenlerin Fuar Organizasyonuna İlişkin Genel Memnuniyeti ... 113
Grafik 22: Sonraki Fuarlara Katılma Eğilimi ... 114
Grafik 23: İş Arayanların Cinsiyete Göre Dağılımı ... 115
Grafik 24: İş Arayanların Yaşa Göre Dağılımı ... 116
Grafik 25: İş Arayanların Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı ... 117
Grafik 26: İş Arayanların İşgücü Piyasasındaki Statüsü ... 117
Grafik 27: İş Arayanların Deneyim Durumu ... 118
Grafik 28: İş Arayanların İŞKUR' a Kayıt Durumu ... 118
Grafik 29: İş Arayanların İşveren Profiline İlişkin Görüşü ... 119
Grafik 30: Fuarların Genel Olarak İş Arayanların Beklenti ve İhtiyaçlarını Karşılama Düzeyi ... 120
Grafik 31: Fuarın İş Arayanlar Açısından Verimliliği ... 121
Grafik 32: İş Arayanlara Göre Fuarların İşgücü Piyasası ve İş Arama Sürecine Katkısı ... 121
Grafik 33: İş Arayanların Fuar Organizasyonu ile İlgili Genel Memnuniyeti ... 122
Grafik 34: İşveren Dışındaki Katılımcıların Önceki Yıllarda Düzenlenen İstihdam Fuarlarına Katılımı ... 124
Grafik 35: Fuarın İşveren Dışındaki Katılımcılar Açısından Faydası ... 125
Grafik 36: İşveren Dışındaki Katılımcılara Göre Fuarların Yerel İstihdam Olanaklarına Katkısı ... 126
Grafik 37: İşveren Dışındaki Katılımcıların Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyi ile İlgili Olarak Görüşü ... 127
Grafik 38: Fuarın İşveren Dışındaki Katılımcıların Beklenti ve İhtiyaçları ile Örtüşme Düzeyi ... 127
Grafik 39: İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuar Organizasyonuna İlişkin Genel Memnuniyet Düzeyi ... 128
Grafik 40: İşveren Dışındaki Katılımcıların Sonraki Fuara Katılma Eğilimi ... 128
Grafik 41: İller ve Gruplar Bazında Etkinlik Puanları ... 136
Grafik 42: İller Bazında İstihdam Fuarlarının Etkinlik Puanları ... 137

KISALTMALAR VE TANIMLAR

a.g.e.	: adı geçen eser
a.g.m.	: adı geçen makale
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BA	: Bündesagentur für Arbeit - Almanya Kamu İstihdam Kurumu
Billboard	: Kampanya mesajını şehre yayılan geniş kapsama alanı ile hızlı bir şekilde kitlelere taşıyan etkili bir açık hava reklam ünitesi.
CLP (Raket)	: Ana arterlerde yer alan ve göz hizası konumuyla yaya ve sürücüler çantalı ve ekonomik görsel sunum ürünü.
EURES	: Avrupa İstihdam Hizmetleri Ağı
Genel Müdürlük	: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü
Hizmet Merkezi	: Çalışma ve İş Kurumu Hizmet Merkezi
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
İİBK	: İş ve İşçi Bulma Kurumu
İİMEK	: İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu
İK	: İnsan Kaynakları
İl Müdürlüğü	: Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
Megaboard	: Megaboard, 32m² den oluşan her açıdan ve uzaktan görünebilen, yerden 10 metre yükseklikte olan dev reklam alanı.
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
Promosyon	: Firmalar tarafından toplum gruplarına veya şahıslara kendilerini tanıtmak ve ürünlerini pazarlamak amacıyla hediye olarak sunulan materyaller.
Roll-up Banner	: Farklı görsel ebatlarında alüminyumdan üretilmiş portatif ve taşıma tarafından görülme oranı yüksek olan reklam ünitesi.
s.	: sayfa
SEN	: Servicio Nacional de Empleo-Meksika Ulusal İstihdam Servisi
SGII-III	: Sosyal Kanun II-III
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UWV	: Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringe - Hollanda Kamu İstihdam
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri
WAPES	: Dünya Kamu İstihdam Kurumları Birliği

GİRİŞ

Değişen kamu istihdam hizmetleri anlayışı ile hedef kitle memnuniyetini esas alan kamu istihdam kurumları, hizmet kalitesini ve etkinliğini artırmak için hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimler belirli/sınırlı bir mekânda hizmet veren kamu istihdam kurumlarının, toplumdaki imajını güçlendirmesine ve tanınırlığını artırmasına olanak sağlamıştır. Bir yandan kamu istihdam kurumlarının kurumsal tanınırlığını artıran bir yandan da hizmetlerini ve hizmet sunum şekillerinin gelişimine katkıda bulunan söz konusu girişim ve etkinlikler; iş kulüpleri, iş fuarları, istihdam fuarları, kariyer fuarları, kariyer günleri, grup çalışmaları, işveren odaklı etkinlikler şeklinde sıralanabilir.

İŞKUR da küresel ölçekteki gelişmelere ve gelişmiş ülkelerdeki muadil kurumlarla paralel şekilde, klasik kamu istihdam hizmeti anlayışından sıyrılmak amacıyla, iş arayan ve işveren odaklı bir perspektifle istihdam hizmetlerini ve işsizlikle mücadele araçlarını etkinlikler düzenleyerek çeşitlendirmeyi ve aktifleştirmeyi hedeflemiştir. Çeşitlendirme ve aktifleştirme çabaları; istihdam fuarları, kariyer günleri, meslek tanıtım günleri ve girişimcilik seminerleri gibi yeni araçlar şeklinde uygulamaya yansımıştır. İstihdam fuarları ve kariyer günleri etkinlikleri –yaygın bir şekilde- 2011'den, meslek tanıtım günleri ile girişimcilik seminerleri ise 2015'ten itibaren etkinlikler arasında yerini almış bulunmaktadır.

2011'den itibaren yoğun bir şekilde uygulama alanı bulan, İŞKUR öncülüğünde ilin işgücü piyasasındaki kamu ve özel kesim tarafları ile iş arayan ve öğrencileri bir araya getirerek geniş kitlelerin katılımına olanak sağlayan, her yıl daha fazla bütçe ayrılan en kapsamlı etkinlik olan istihdam fuarlarının amacına ulaşıp ulaşmadığı, İŞKUR'un işgücü piyasasındaki tanınırlığını ve hizmet gelişimini ne ölçüde etkilediği bilinmemektedir.

Bu tez çalışmasında, yukarıda açıklanan eksiklikten hareketle, istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkinliği ortaya konulmaya çalışılmakta, istihdam fuarlarının İŞKUR'un işgücü piyasasındaki etki

düzeyinin artırılması ve amacına daha fazla hizmet edecek yapıya kavuşturulmasına dönük önerilerde bulunulmaktadır.

Çalışma kapsamında Türkiye'de ve çeşitli ülkelerde istihdam fuarları incelenmiş, İŞKUR tarafından düzenlenen istihdam fuarlarının etkinliği belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın Türkiye boyutu ele alınırken, günümüze değin yürütülen uygulamalar incelenmiş, büyükşehirlerde düzenlenen bazı istihdam fuarlarına katılım sağlanmıştır. Konuyla ilgili yerli ve yabancı uzmanların, tez danışmanının, Kurumun taşra teşkilatında işverene yönelik çalışanların görüş ve değerlendirmeleri ile Kurum dışında konuyla ilgili diğer kurumlardaki ilgili kişilerin görüş ve değerlendirmelerine başvurulmuştur. Ayrıca, istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin rolünü ortaya koymak amacıyla alan araştırması yapılmıştır. Gözlem ve görüşme tekniklerinin birlikte kullanıldığı araştırma kapsamında istihdam fuarlarının etkin olup olmadığı sorunsalı açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın en önemli kısıtı, ulusal ve uluslararası literatürde akademik anlamda kaynağın yetersiz ve dağınık olmasıdır. Kaynak tarama sürecinde ulaşılabilen birkaç kitap haricinde, raporlar, makaleler, güncel dergiler ve haberler üzerinden katkı sunulmaya çalışılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, dünyada ve Türkiye'de kamu istihdam hizmetlerinin gelişimi ile kamu istihdam kurumlarının tanınırlığının artırılması ve hizmet gelişimi kapsamında düzenlenen etkinlikler kavramsal olarak incelenmiş, özellikle istihdam fuarları ayrıntılı bir biçimde ele alınmıştır.

İkinci bölümde, istihdam fuarlarının yurtdışı ve Türkiye uygulamaları incelenmiştir. Yurtdışı uygulamaları olarak EURES (Avrupa İstihdam Hizmetleri Ağı), Almanya, Hollanda ve Fransa seçilmiştir. Seçilmiş yurtdışı uygulamalarında fuarlar iş ve işçi bulmaya aracılık ve kamu istihdam kurumlarının tanıtımı açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmekte ve kendisine yaygın bir kullanım alanı bulmaktadır. Türkiye uygulamasında ise, fuarların tarihsel gelişimi, amaçları, İŞKUR ve işgücü piyasası açısından önemi ve uygulama süreci detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkinliğine dönük nitel ve nicel araştırma tekniklerinin birlikte kullanıldığı

eylem araştırması yöntemi ile saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın önemi, kapsamı ve örneklemi ile araştırma modeli, araştırmanın sorunsalı oluşturularak; bu sorunsalı çözmede kullanılan veri toplama araçları, yöntemleri ve veri analizinde kullanılan teknikler ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Araştırma kapsamında 2015 yılı içerisinde istihdam fuarı düzenlenen 22 ilden Adana, Ankara, Aydın, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya Manisa, Mersin, Trabzon illerinde düzenlenen 10 istihdam fuarına katılım sağlanmıştır. İki aşamalı yürütülen bu çalışmada gözlem tekniği ile fuarlar incelenmiş, yüz yüze görüşme tekniği ile katılımcılar, ziyaretçiler ve Kurum personellerinin değerlendirmeleri alınmıştır. Araştırmanın uygulaması ve uygulamaya dair bulgular gözlem ve görüşme verilerinin analizi ve değerlendirilmesi şeklinde ortaya konulmuştur. Tez kapsamında ulusal ve uluslararası literatürde yapılan araştırmalar neticesinde istihdam fuarları ya da fuarların etkinliğinin değerlendirilmesine yönelik bir çalışmaya rastlanılmadığından, bu çalışma ile araştırma literatürüne katkılar yapılması beklenmektedir.

Son bölüm olan dördüncü bölümde ise, istihdam fuarlarının yurtdışı uygulamaları ile gözlem ve görüşme verilerinin analizinden hareketle elde edilen bulguların ışığında İŞKUR'un düzenlemiş olduğu istihdam fuarlarının asgari standartlarının belirlenmesi ve etkinliğinin artırılmasına, düzenleyici birimler arasında uygulama birliğinin sağlanmasına yönelik model önerisinde bulunulmuştur. Modelin genel çerçevesi "fuar öncesi, fuar esnasında ve fuar sonrası" aşamaları kapsayacak şekilde ele alındıktan sonra İŞKUR Genel Müdürlüğü (merkez teşkilatı) için ve istihdam fuarlarının çeşitlendirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM
KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, dünyada ve Türkiye'de kamu istihdam hizmetlerinin gelişimi ile kamu istihdam kurumlarının tanınırlığının artırılması ve hizmet gelişimi kapsamında düzenlenen etkinlikler kavramsal olarak incelenmiş, istihdam fuarları ayrıntılı bir biçimde ele alınmıştır.

1.1 KAMU İSTİHDAM HİZMETLERİ

1.1.1 Kamu İstihdam Hizmetleri Kavramı

İstihdam hizmetleri; dar anlamıyla iş ve işçi bulma faaliyetlerine aracılık edilmesi işlemidir. Geniş anlamda ise, iş ve işçi bulma hizmetlerinin yanı sıra, mesleki eğitim, işsizlik sigortası, iş ve meslek danışmanlığı, işsizliğin önlenmesi amacıyla politikalar üretme, işgücü piyasası bilgi sistemini oluşturma ve geliştirme görevlerinin bütününden oluşmaktadır.[1]

İstihdam hizmetleri diğer kamu hizmetleri gibi toplumsal ihtiyaçların sonucunda ortaya çıkmış ve zamanla kurumsallaşmış kamu hizmetlerindendir. Kamu istihdam hizmetleri, işsizliğin toplumsal ve ekonomik etkilerine ilişkin duyarlılıkların sonucu olarak 19. yüzyıl sonlarında sanayileşmiş ülkelerde ortaya çıkmıştır. Bu alandaki ilk girişimler genel olarak iş arayanların iş bulmalarına ve işverenlerin de açık işleri doldurmalarına yönelik düzenlemeler biçiminde kendini göstermiş, değişen işgücü piyasaları ile birlikte kamu istihdam hizmetlerinin kapsamı, iş ve işçi bulmanın yanı sıra, işgücü piyasası bilgileri sağlanması, işgücü piyasası uyum programlarının yönetimi, işsizlik sigortası ve yardımlarının yönetimi gibi temel işlevleri de içine alarak genişlemiştir.[2]

---

[1] Görücü, İbrahim; "Türkiye'de İstihdam Hizmetlerinde Değişim ve Uygulama Sonuçları", **Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi**, Cilt 10, Sayı 2, Ankara 2008, s.20.

[2] Thuy, Phan, Ellen Hansen ve David Price; **Değişen İşgücü Piyasasında Kamu İstihdam Hizmeti**, ILO Yayınları, Cenevre 2001, s.10-15.

1.1.2 Kamu İstihdam Kurumlarının Gelişimi

Kamu istihdam kurumları; iş arayanlara uygun iş ve işçi arayanlara uygun işgücü bulmada yardımcı olmak üzere, devlet tarafından yönetilen ve kâr amacı gütmeyen kamu kuruluşlarıdır. Mesleki konularda danışmanlık yapmak, iş bulma güçlüğü çeken işsizler için iş bulmak, kişilerin yeniden çalışma hayatına girebilmesi için vasıf kazandırma ve edindirme eğitimi vermek, iş piyasası ile ilgili programlar için öneri programları hazırlamak, bu programları uygulamak, işsizlik sigortasını yönetmek ve işsizlik ödeneklerini ödemek kamu istihdam kurumlarının görevleri arasındadır.[3]

İstihdamın artırılması ve dolayısıyla işsizliğin önlenmesi amacıyla emek piyasalarının düzenlenmesi Birinci Dünya Savaşı sonrası başlamıştır. 1919 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) kurulmasıyla kamu istihdam hizmetleri açısından yepyeni bir dönem başlamıştır. ILO'nun kabul ettiği sözleşmeler ve aldığı tavsiye kararları kamu istihdam kurumlarının işgücü piyasasında güçlenmelerini sağlamıştır.[4]

İstihdam hizmetlerinin devlet eliyle ve ücretsiz olarak yerine getirilmesi anlamına gelen kamu istihdam kurumlarının kurulmasından, ilk kez 1919 tarihli İşsizlik Hakkında 2 Numaralı ILO Sözleşmesinde bahsedilmiştir. ILO'nun almış olduğu bu karar, kamu istihdam kurumlarının kurulmasını teşvik etmiştir. Ayrıca; aynı maddenin ikinci fıkrasında ise özel iş bulma bürolarının da ulusal bir plan dâhilinde koordine edilmesi için tedbirler alınması hükmü yer almıştır. 1933 yılında ILO'nun 34 sayılı Ücretli İş Bulma Bürolarının Kapatılması Hakkında Sözleşmesi ile kazanç amacı güden büroların üç yıl içinde kapatılması ve bu süre içerisinde söz konusu büroların açılmaması öngörülmüştür. ILO'nun 2 ve 34 sayılı sözleşmeleri ile kamu istihdam kurumlarının işgücü piyasasında güçlenmelerini sağlamıştır.[5]

1948 tarihli İş ve İşçi Bulma Servisi Kurulması Hakkında 88 Sayılı Sözleşme ile sözleşmeyi onaylayan ülkelere, tüm bireylere yönelik ücretsiz istihdam hizmeti sağlayan kamu istihdam kurumu kurma yükümlülüğü getirilmiştir. Sözleşmede kurumun görevleri, örgütlenmesi, işleyişi ve personelinin statüsü ve istihdam koşulları

---

[3] Selek, Cihan; "4857 Sayılı İş Kanunu Döneminde İş ve İşçi Bulmaya Aracılık Faaliyetleri", **TUHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi**, Cilt 21, Sayı 5 – 6, Ankara 2008, s.20.

[4] Sayın, Ali Kemal; "Değişen Emek Piyasasında Kamu İstihdam Hizmetinin Önemi", **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 56, İstanbul 2009, s.334.

[5] Selek; **a.g.m.**, s.20.

ile ilgili düzenlemelere yer verilerek, etkin bir şekilde faaliyette bulunabilmesi için gerekli kurallar da tespit edilmiştir. Sözleşme ile aynı tarihli 83 Sayılı Tavsiye Kararı, Sözleşme hükümlerinin tamamlayıcısı olarak üye ülkelere, kamu istihdam kurumu kurulması ile ilgili daha geniş ve ayrıntılı yol göstermektedir. Kurumun merkezi ve bölgesel yapılanmasına ilişkin önerileri ile kuruma başvuruları artırmak ve kurumun görevlerini etkin bir şekilde sürdürebilmesini sağlamaya yönelik çeşitli önlemler sıralanmıştır.[6]

1949 tarihli Ücretli İş Bulma Büroları Hakkında 96 Sayılı Sözleşme diğer sözleşmelerden farklı olarak üye ülkelere seçim yapma hakkı vermiştir. Sözleşmenin onaylanma esnasında, kazanç gayesi taşıyan ücretli iş bulma bürolarının tedricen kaldırılmasını ve kazanç gayesi taşımayan istihdam bürolarının düzenlenmesini öngören ikinci bölüm hükümleri ile kazanç gayesi taşısın taşımasın ücretli tüm istihdam bürolarını düzenleyen üçüncü bölüm hükümleri arasında tercih yapan ülkelerin birçoğu ikinci kısmını yani ücretli özel istihdam bürolarının kapatılması ve istihdam hizmetlerinin kamu görevi olarak ücretsiz olarak yerine getirilmesini onaylamıştır. Ülkelerin bu kararı o dönemde istihdam hizmetlerinin kamu eliyle yürütülmesi gerektiği inancının hâkim olduğunun bir göstergesidir.[7]

ILO'nun 1964 yılında kabul ettiği 122 sayılı İstihdam Politikası Sözleşmesi'nin birinci maddesinde "İktisadi gelişme ve kalkınmayı teşvik etmek, hayat seviyesini yükseltmek işgücü ihtiyaçlarını karşılamak, işsizlik ve eksik istihdam sorununu çözümlemek amacıyla, her üye tam ve verimli istihdama ve işin serbestçe seçilmesine matuf aktif bir politikayı esas bir gaye olarak ele alacak ve uygulayacaktır." hükmü yer almaktadır. Bu Sözleşme ile dolaylı olarak istihdam kurumlarının gelecekteki işlevleri konusunda önemli bir etki yaratılmıştır.[8]

ILO'nun 1975 yılında kabul ettiği 142 sayılı İnsan Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Mesleki Eğitim ve Yönlendirmenin Yeri Hakkında Sözleşme ile

---

[6] Sayın, Ali Kemal; "Emek Piyasasını Düzenleyen Uluslararası Normlar", **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 48, İstanbul 2004, s.60.
[7] Sayın; "2004", s.68-74.
[8] Başterzi, Süleyman ve Mehmet Ali Şuğle; **İstihdam ve Danışmanlık Hizmetlerinin Hukuksal ve Toplumsal Yönleri**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyasal Yayıncılık, Ankara 1999, s.55.

kamu istihdam hizmetleri aracılığıyla kapsamlı ve koordineli mesleki rehberlik ve mesleki eğitim politika ve programları geliştirilmesi hükmü getirilmiştir.[9]

ILO'nun sözleşme ve tavsiye kararları incelendiğinde her düzenlemenin kamu istihdam kurumlarının geliştirilmesine ve güçlendirilmesine yönelik yapıldığı görülmektedir. Ancak, kamu istihdam kurumlarının küreselleşme süreci ile dinamikleşen işgücü piyasasının gerisinde kalması ve yeni tip özel istihdam bürolarının hızla yaygınlaşması, ILO'yu 1997 tarihli 181 sayılı Özel İstihdam Büroları Sözleşmesi'nin kabulüne yöneltmiştir. Sözleşmenin temel hedefi üye ülkelerde özel istihdam bürolarının kurulması ve büroların hizmetlerinden faydalanan işçilerin korunmasını (sendikal haklardan yararlanma, ayrımcılığın önlenmesi, ücretsiz hizmet verilmesi, göçmen işçilerin, geçici iş ilişki kurulan işçilerin korunması, büroların denetlenmesi gibi) sağlamaktır. Ayrıca, özel istihdam bürolarının faaliyetleri daha önceleri sadece iş aracılığı ile sınırlı iken Sözleşme ile geçici iş ilişkisi, danışmanlık ve eğitim hizmetleri gibi yeni faaliyetlerde bulunmalarının önü açılmıştır. Dahası, Sözleşme ile işgücü piyasasında kamu istihdam kurumları ile özel istihdam bürolarının birlikte faaliyet göstermesine imkân tanınmıştır.[10]

Günümüzde kamu istihdam kurumları, ekonomik ve sosyal yapıdaki değişmeler karşısında devletin uygulayacağı istihdam politikalarını oluşturarak, belirlenen hedeflere yönlendirilmesi ve işsizliğin yükselmesini engellemek kadar istihdam artışını engelleyen uygulamalarla da mücadele etmek amacı ile faaliyetlerini yürütmektedir.[11]

1.1.3 Kamu İstihdam Kurumlarının Görevleri

Uluslararası anlamda istihdam hizmetlerini belirleyerek kamu istihdam hizmetlerini çeşitlendiren en önemli norm ILO'nun 88 sayılı Sözleşmesi'dir. Kamu istihdam kurumunun rolünü ve kapsamını, örgütsel yapısını ve diğer organlarla ilişkilerinin tanımlandığı Sözleşme ile üye ülkelere iş ve işçi bulmaya aracılığı ücretsiz sunma yükümlülüğü getirilmektedir. Kamu istihdam kurumlarının görevi, diğer kamu ve özel kurum ve kuruluşları ile işbirliği yaparak tam istihdamı sağlamak, devam

[9] Sayın; "2004", s.77.
[10] Sayın; "2004", s.79-80.
[11] Fırat, Zerrin Yöney; "İstihdam Hizmetlerinin Değişen Yapısı ve Özel İstihdam Büroları", **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, Cilt 3, Sayı 1, Bursa 2001, s.2.

ettirmek ve iş piyasasını en iyi şekilde düzenlenmek olmalıdır.[12] Sözleşmeye göre kamu istihdam kurumlarının görevleri şunlardır: [13]

- Elverişli bir iş bulabilmek için işçilere ve uygun işçi bulabilmek için de işverenlere yardım etmek,
- İş arayanların mesleki bilgi ve deneyimlerini, isteklerini kaydetmek; işler için soru sormak, gerekirse bedeni ve mesleki yeteneklerini değerlendirmek, mesleğe yöneltmek, mesleki eğitim ve mesleğe yeniden uyum konusunda yardımcı olmak,
- İşverenlerin istedikleri niteliklere uygun işçiler hakkında bilgi elde etmek,
- İstenilen bedeni ve mesleki yeteneğe sahip iş arayanları açık işlere yönlendirmek,
- İş arzını çeşitli mesleklerdeki iş imkânlarına göre ayarlamak amacıyla meslekler arasında hareketliliği kolaylaştırmak,
- İşçilerin uygun iş imkânları bulunan bölgelere nakillerine yardım amacıyla coğrafi hareketliliği kolaylaştırmak,
- İşçi arz ve talebindeki yerel ve geçici dengesizliği gidermek için işçilerin bir bölgeden diğerine geçici şekilde nakillerini kolaylaştırmak,
- İşçilerin yurtdışına çıkışlarını kolaylaştırmak,
- İlgili kurum ve kuruluşlar, işverenler ve işçi sendikalarıyla işbirliği yaparak, işgücü piyasası hakkında bilgi toplamak analiz etmek ve paylaşmak,
- İşsizlik sigortası ve yardımları konusunda ve işsizlere yardımı amaçlayan önlemlerin uygulanmasında işbirliği yapmak,
- Sosyal ve ekonomik planların hazırlanmasında yardımcı olmak,
- Engellilere ve gençlere yönelik özel önlemler almaktır.

Özetle, kamu istihdam kurumlarının görevleri 88 sayılı Sözleşme'de, işçilerin işe alınıp yerleştirilmeleri, mesleki ve coğrafi hareketliliğin kolaylaştırılması, işgücü piyasasına ilişkin verilerin toplanması ve analizi, işsizlik sigortası sisteminin işletilmesine katkı, sosyal ve ekonomik planlamaya yardım şeklinde belirtilmektedir.[14]

---

[12] Sayın; "2009", s.336.
[13] ILO; 88 Sayılı İş ve İşçi Bulma Servisi Kurulması Hakkında Sözleşme, 9 Temmuz 1948.
[14] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.39.

88 sayılı Sözleşme'nin kabul edilmesinin üzerinden yaklaşık yarım asırdan fazla bir zaman geçmiş, bu sürede işgücü piyasalarında yaşanan yapısal ve teknolojik dönüşümler çalışma hayatında çok önemli değişiklikler meydana getirmiştir. 1980'li yıllarda başlayan küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve bilgi toplumu kamu istihdam kurumlarının önemini artırmış, fonksiyonlarını genişletmiştir. 1990'lı yıllarda, özellikle gelişmiş ülkelerde kamu istihdam kurumlarının operasyonel etkinliğini ve hizmet kalitesini artırmayı amaçlayan çeşitli reform girişimleri görülmektedir. Kamu istihdam kurumlarının temel işlevlerinden biri olan işgücü piyasası uyum programlarının yönetimi o yıllardan itibaren kamu istihdam kurumlarının özellikle aktif işlevler üstlendiği bir alan olarak dikkat çekmektedir.[15]

Hükümetlerle birlikte Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ve Avrupa Birliği (AB) gibi uluslararası kuruluş ve örgütlenmeler de pasif politikalardan aktif politikalara yönelimi teşvik etmektedir.[16] Dolayısıyla, ilk olarak yalnızca iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetlerini kapsayan istihdam hizmetleri kavramı günümüzde, kronik işsizlik ya da eksik istihdamdan demografik dönüşümler ve dijital teknolojik evrimin etkilerine kadar karmaşık bir dizi konu ile mücadeleyi de içermektedir. İşgücü piyasası ve istihdam politikalarının esas uygulayıcısı olan kamu istihdam kurumlarının bu mücadelede rolü büyük önem arz etmektedir.

ILO'nun 2012 tarihli raporunda ise kamu istihdam kurumlarının esas rolü "işgücü piyasası değişimlerinin etkisini işçiler ve işverenler için hafifletmektir" şeklinde belirtilmiştir. Bu kapsamda çağdaş kamu istihdam kurumlarının üstlendiği görevler şunlardır:[17]

- İşgücü piyasası hakkında bilgi akışı sağlamak,
- İş arama yardımı ve istihdam hizmetleri sağlamak,
- İşsizlik sigortası yardımlarını yönetmek,
- Çeşitli işgücü piyasası programlarını yönetmektir.

Dünya Kamu İstihdam Kurumları Birliği'nin (WAPES) 2011 yılında yapmış olduğu "Dünya Kamu İstihdam Kurumlarının Misyon, Strateji ve Faaliyetleri"ne ilişkin

[15] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.12.
[16] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.12.
[17] ILO; **Policy Brief 5 - The Role Of Employment Services In Supporting The Labour Market,** 2012, s.1.

anket çalışması raporunda birliğe üye olan kamu istihdam kurumlarının görevleri ana başlıklar halinde çıkarılmıştır.

Bu çalışmaya göre kamu istihdam kurumlarının temel görevleri şunlardır: [18]

İş arayanlar için işe yerleştirme hizmetleri: İş teklifi, iş arama görüşmeleri, iş arama yardımları, açık işlere ulaşmada self-servis imkânı, iş arama eğitimleri, iş aramada internet kullanım bilgisi, bireysel eylem planı, yeniden uyum anlaşması, internet tabanlı açık işler ve kayıtlı kullanıcı havuzu, iş arayanlara telefonla iş arama hizmeti, iş arayanların profilinin çıkarılması gibi faaliyetler,

İşverenler için işe yerleştirme hizmetleri: İş arayanların ön seçimi ve işverene gönderilmesi, açık işlerin kaydedilmesi, işyerinde veya kurum binasında iş alım sürecinde destek, işyeri ziyaretleri, işverenden sorumlu personel, açık işlere başvuranların bilgilerine erişim internet hizmetleri, hizmet farklılaştırması, kriz döneminde destek, elektronik eşleştirme gibi faaliyetler,

İşgücü piyasası bilgi hizmetleri: İşgücü piyasası istatistiklerinin birim, yerel ve ulusal düzeyde derlenmesi ve duyurulması, işgücü piyasası araştırmalarının yapılması gibi faaliyetler,

Aktif işgücü piyasası politikaları: Mesleki rehberlik, kendi işini kurma yardımı, işçilerin hareketliliğini teşvik eden programlar, istihdamın korunması için önlemler, iş yaratma politikaları, mesleki eğitim, istihdam teşvikleri gibi faaliyetler,

Hedef gruplara yönelik programlar: Gençlerin işgücü piyasasına uyumu, engelli programları ve teşviki, korumalı istihdam, engellilere mesleki rehabilitasyon, göçmenlere uyum, bilgilendirme, temel dil eğitimi, eğitim, yüksekli nitelikli mesleklerdeki göçmenlerin teşviki, yaşlılara yönelik programlar, kadın istihdamının teşviki, uzun süreli işsizler, tek ebeveynli aileler, dezavantajlı gruplara ilişkin faaliyetler,

[18] WAPES; **Public Employment Services in the World Mission, Structure and Activities**, 2011, s.31-39. http://www.wapes.org/en/system/files/eng_survey_rapport.pdf, (15.09.2015).

İşsizlik ve sosyal yardımların yönetimi: İşsizlik ödeneğinin yönetimi, iş arayanlara yardımların yönetimi, sosyal yardım ödenekleri veya ilgili ek ödeneklerin yönetimi gibi faaliyetler,

İşgücü göçü ve yurtdışında çalışmanın teşviki: Yurtdışında iş bulma, geri dönen göçmenlere yardım, yurtdışındaki iş bulma konusunda tavsiye ve bilgilendirme, göçmen işçi arayan yabancı işverenler için yardım gibi faaliyetlerdir.

1948 tarihli 88 Sayılı ILO Sözleşmesi, 2012 tarihli ILO raporu ve WAPES'in 2011'de yapmış olduğu anket çalışması birlikte değerlendirildiğinde, kamu istihdam kurumlarının genel olarak hem aktif hem de pasif işgücü politikalarının tasarımında ve uygulanmasında rol aldığı görülmektedir. Ancak aradaki temel fark, 1970'lerin sonunda yaşanan petrol krizi, teknolojik dönüşüm ve değişen ekonomik yapının işgücü piyasalarını etkilemesi sonucu 1990'lı yıllardan itibaren kurumların görevlerinin işgücü arzını etkileyen politikalar ekseninde belirlenmeye başlanmış olmasıdır. Aktif işgücü piyasası politikalarının artan önemine istinaden politikaların çeşitlendirildiği, hedef kitle odaklı anlayışın benimsendiği, özel politika gerektiren hedef grupların kadınlar, engelliler, gençler, göçmenler, tek ebeveynli aileler, uzun süreli işsizler, yaşlılar gibi daha geniş bir kesimi kapsayacak şekilde genişlediği göze çarpmaktadır.

Günümüzde kamu istihdam kurumlarının misyonu, stratejisi ve örgütlenmesi ülkeden ülkeye farklılık göstermekte ve bu farklılıklar da büyük ölçüde ekonomik, toplumsal ve sınai ilişkiler altyapısına ve hükümetler tarafından izlenen istihdam stratejilerine dayanmaktadır. Ancak yine de, kamu istihdam kurumlarının yerine getirdiği işlevlere bakıldığında önemli bir zemin ortaklığı bulunduğu görülmektedir.[19]

1.2 TÜRKİYE'DE KAMU İSTİHDAM HİZMETLERİ

1.2.1 Türkiye'de Kamu İstihdam Hizmetlerinin Gelişimi, İİBK'den İŞKUR'a Dönüşüm Süreci

Türkiye'de iş ve işçi bulma aracılığı faaliyetleri, Cumhuriyet sonrası dönemde üzerinde önemle durulan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İstihdam hizmetlerini yerine getirmek için oluşturulan ve ilk resmi kurum olan İş ve İşçi Bulma Kurumu'nun (İİBK) oluşumuna kadar, tarım aracıları dışında, işçilere iş ve işverenlere işçi bulma

[19] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.39.

fonksiyonunu kazanç amacı gütmeksizin yerine getiren özel bir kuruluş görülmemiştir.[20]

Türkiye, 1932 yılında Milletler Cemiyeti'ne üye olmasıyla birlikte Cemiyet'in yapısında bulunan Çalışma Teşkilatı'nın da üyesi sayılmıştır. Takip eden süreçte, üyeliğin getirdiği yeni sorumluluklar, sosyal politikaların önem kazanması, işçi ile işveren arasında artan uyuşmazlıkların belirli bir düzen çerçevesinde çözüme kavuşturulması ve emeğin sermaye karşısında korunması zarureti, bir İş Kanunu'nun gerekliliğini kuvvetli bir şekilde hissettirmiştir.[21]

15 Haziran 1936'da yürürlüğe giren 3008 sayılı İş Kanunu, Türkiye'de çalışma hayatını düzenleyen ilk kapsamlı yasa olma özelliğinin yanı sıra, iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetlerinin de ilk kez düzenlendiği yasadır. 3008 sayılı Yasa iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetleri için bir kamu iş ve işçi bulma kurumu kurulmasını hükme bağlayarak, bu hususta devlet tekeli ilkesini benimsemiş, kanunun yürürlüğe girmesinden sonra işçilere iş ve işverenlere işçi bulmak üzere, kazanç amacıyla özel büro açılmasını yasaklamıştır. Gerekli hukuki düzenlemeler yapılmadığı için üç yılda faaliyete geçmesi öngörülen kurum kurulmamış ve bu süreç II. Dünya Savaşı ile daha da gecikmiştir. Buna bağlı olarak 21 Ocak 1946 tarihinde 4837 sayılı İş ve İşçi Bulma Kurumu Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanun'un kabulüyle İİBK resmen kurulmuş ve aracılık hizmetleri İİBK tarafından yürütülmeye başlanmıştır.[22]

Türkiye'de aracılık hizmetlerinin düzenlenmesine ilişkin yayımlanan bir diğer kanun 1971 tarihinde yürürlüğe giren 1475 sayılı İş Kanunu'dur. 25.08.1971 tarih ve 1475 sayılı İş Kanunu'nda da, kendisinden önceki kanunlarda olduğu gibi iş ve işçi bulmaya aracılık hizmetleri devlet tekeli esasına dayanmaktadır. Fakat istisnai olarak 85'inci madde hükmü ile Kurum'dan izin almak koşuluyla tarımda ücretli iş aracılığı ve bir işverenin yurt dışındaki işinde çalıştırmak üzere işçi temin edebilmesi hükümleri dışında 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nun 47'nci maddesinin (b) bendinde

---

[20] Selek; **a.g.m.,** s.19.
[21] İŞKUR; **Dünden Bugüne İŞKUR (1946-2011),** Ankara 2011, s.6.
[22] Bilgin, Zehra Esra; **Özel İstihdam Büroları ve Türkiye'deki Görünümü**, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa 2007, s.54.

yükseköğretim kurumlarının, özel ve kamu kuruluşları ile işbirliği yaparak mezunlarına iş bulmakta yardımcı olabileceği hüküm altına alınmıştır.[23]

Türkiye'de iş ve işçi aracılığı hizmeti, yarım yüzyılı aşkın bir süre, bazı istisnalar dışında, İİBK'nın tekelinde kalmıştır. İş aracılığında kamu tekelinin kırılması konusunda ilk önemli adım ise, İİBK'yı kaldırarak İŞKUR'u kuran 2000 yılında çıkarılan 617 sayılı Türkiye İş Kurumunun Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile atılmıştır.[24] İİBK, bu 54 yıllık süre içerisinde özellikle 60'lı yıllardan 80'li yıllara kadar Avrupa'ya işçi gönderme, kamunun işgücü ihtiyacını karşılama ve zorunlu istihdamı öngörülen engelli ve eski hükümlülerin işe yerleştirilme faaliyetlerini yürütmeye çabalamış; ancak, beklenen etkinliği gösterememiştir.[25] 1990'lı yıllarda yaşanan değişimler, işgücü piyasasında meydana gelen değişimlere uyum göstermekte zorlanan ve işgücünün farklılaşmasının oluşturduğu çeşitlilikte hizmet sunabilecek esnekliğe sahip olamayan Kurumun yeniden yapılanması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.[26]

Ülkemizde yapısal işsizlik sorunu ile mücadele ve işsizlik sigortası uygulama sisteminin Kurum'a verilmesi, Kurumun ihtiyaçlara cevap verecek şekilde hızla yeniden yapılandırılmasını zorunlu hale getirmiştir.[27] Bu kapsamda çok sayıda kanun tasarısı ve teklifi hazırlanmıştır. İlk olarak, 1999 tarih ve 4447 sayılı Kanun ile hayata geçirilen işsizlik sigortası yeniden yapılandırma çalışmalarının hızlanmasına ve sonuçlanmasına neden olmuştur. Söz konusu yeniden yapılanma, 2000 yılında İİBK'nın teşkilat kanununu değiştiren 617 sayılı KHK'nın yürürlüğe girmesi ile başlamış, Anayasa Mahkemesi'nin iptali nedeniyle ancak 9 ay yürürlükte kalabilmiştir. Ekim 2000 tarihinde 617 sayılı KHK ile başlayan İİBK'nın yeniden yapılandırma çalışmaları, 5 Temmuz 2003 tarih ve 4904 sayılı Kanun ile yasal açıdan sonuçlanmış ve 4904 sayılı Kanun ile, istihdamın korunması, geliştirilmesi, yaygınlaştırılması, işsizliğin önlenmesi

---

[23] Selek; **a.g.m.,** s.19.
[24] Uçkan, Banu; "Türkiye'de İş Aracılığı Hizmetlerinin Tarihsel Gelişim Sürecinde Kamu Tekelinin Kırılması", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 1, Eskişehir 2005, s.151.
[25] Selek, Cihan; **Türkiye'de İş ve İşçi Bulmaya Aracılık Faaliyetleri ve Özel İstihdam Büroları,** Yüksek Lisans Tezi, Haziran 2005, s.102.
[26] Bilgin; **a.g.m.,** s.54.
[27] Selek; **a.g.e.,** s.102.

faaliyetlerine yardımcı olmak ve işsizlik sigortası hizmetlerini yürütmek üzere Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) kurulmuştur.[28]

22.05.2003 tarih ve 4857 sayılı İş Kanunu'nun kendinden önceki İş Kanunlarından farklı olarak, "İş arayanların elverişli oldukları işlere yerleştirilmeleri ve çeşitli işler için uygun işçiler bulunmasına aracılık görevi, İŞKUR ve bu hususta izin verilen özel istihdam bürolarınca yerine getirilir." şeklindeki düzenlemesiyle, iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetleri nihayet kamu tekelinden çıkmış ve iş piyasasında özel istihdam bürolarının faaliyetleri yasal temeline oturtulmuştur.[29] İş Kanunu ve İŞKUR'un kuruluş kanununda yer alan hukuki düzenlemeler ile birlikte faaliyet gösteren özel istihdam büroları kayıt altına alınmış ve yasal düzenlemelerde belirtilen şartlar çerçevesinde çalışmalarına olanak sağlanmıştır. Böylece, iş ve işçi bulma fırsatlarını zenginleştirerek, istihdam ilişkilerinde giderek artan esneklik ihtiyacını karşılamak amacıyla özel istihdam bürolarının da iş ve işçi bulmaya aracılık alanında faaliyet göstermelerine imkân tanınmıştır.

4904 Sayılı Kanun ile kuruluş yasasına kavuşan İŞKUR'un görev alanı genişletilmiş, Kurum klasik iş ve işçi bulma hizmetlerinin yanı sıra işgücü piyasasını sürekli izleyerek, aktif ve pasif işgücü politikalarını etkin bir şekilde uygulayabilecek bir yapıya kavuşturulmuştur. İŞKUR teşkilat yapısı ve görev alanı açısından büyük bir değişim içine girmiş, 4904 Sayılı Kanun ile önemli değişiklikler sağlanmıştır.

Bu çerçevede;

- Görev alanı genişletilerek klasik iş ve işçi bulma hizmetlerinin yanı sıra, aktif ve pasif işgücü piyasası politikaları geliştirme ve uygulama yönündeki hareket ve uyum kabiliyeti artırılmıştır.
- Katılımcı ve sosyal diyaloğa açık bir örgütlenme modeli benimsenerek; Türkiye'nin istihdam politikasının oluşturulmasına yardımcı olmak üzere, sosyal tarafların çoğunlukta olduğu, kamu ve üniversite temsilcilerinin de yer aldığı bir Genel Kurul oluşturulmuştur.

[28] Bilgin; **a.g.m.,** s.54.
[29] Selek; **a.g.m.,** s.28.

- Kurum'un en yüksek yönetim, karar, yetki ve sorumluluk taşıyan organı olarak; işçi, işveren ve esnaf ve sanatkârlar temsilcilerinin de içinde bulunduğu Yönetim Kurulu oluşturulmuştur.
- İllerde, bölgesel kalkınmada yerel inisiyatifi geliştirmek ve yerel istihdam politikalarını belirlemek üzere İl İstihdam Kurulları oluşturulmuştur.
- Yurtiçi ve yurtdışı iş ve işçi bulma faaliyetlerinde bulunmak üzere, özel istihdam bürolarının kurulmasına izin verilerek, Kurumun bu alandaki tekel yetkisi kaldırılmıştır.
- İl düzeyinde etkin ve süratli hizmet verebilmek amacıyla, bölge müdürlükleri kaldırılarak il müdürlükleri oluşturulmuştur.

1.2.2 İŞKUR'un Görevleri

4904 sayılı Kanun çıkarıldıktan sonra bazı düzenlemelerle İŞKUR'un yapısında ve görevlerinde bir takım değişikliklere gidilmiştir. 2011'de çıkarılan 665 sayılı KHK sonucunda Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Bölge Müdürlükleri kapatılarak İŞKUR İl Müdürlükleri ile birleştirilmiş ve Bakanlığın taşrada yürütülmesi gereken görevlerinin koordinasyonu İŞKUR Genel Müdürlüğüne, faaliyetlerin yürütümü ise yasa ile birlikte ismi güncellenen Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüklerine verilmiştir. Birleşmenin gerekçesi ise, İŞKUR'un taşra teşkilatının güçlendirilmesi, kamu kaynaklarının etkin kullanımı, kaynak israfının önlenmesi, vatandaşa tek elden hizmet sunulması, işçi, işveren, sendika gibi çalışma hayatının tüm unsurları açısından kolay ulaşılabilen ve hızlı hizmet sunabilen bir yapıya ulaşılmasıdır.[30]

Ayrıca; işsizlere yönelik daha iyi mesleki rehberlik, iş ve meslek danışmanlığı hizmeti verebilmek için İŞKUR'un merkez hizmet birimleri arasında İş ve Meslek Danışmanlığı Dairesi Başkanlığı oluşturulmuş ve 2012'den itibaren de il müdürlüklerinde iş ve meslek danışmanları istihdam edilmeye başlanmıştır.

Türkiye'nin kamu istihdam kurumu olarak İŞKUR, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının ilgili kuruluşu olup, özel hukuk hükümlerine tâbi, tüzel kişiliği haiz, idarî

[30] Ata, Namık; "İşsizlikle Mücadele Devam Edecek", **İŞKUR İstihdamda 3İ Dergisi,** Sayı 4, Ankara 2011, s.12.

ve malî bakımdan özerk bir kamu kurumudur. İŞKUR'un görevleri Kurum Kanunu'nun 3'üncü maddesinde şöyle sıralanmıştır:[31]

- Ulusal istihdam politikasının oluşturulmasına ve istihdamın korunmasına, geliştirilmesine ve işsizliğin önlenmesi faaliyetlerine yardımcı olmak, işsizlik sigortası işlemlerini yürütmek,
- İşgücü piyasası verilerini, yerel ve ulusal bazda derlemek, analiz etmek, yorumlamak ve yayınlamak, İşgücü Piyasası Bilgi Danışma Kurulunu oluşturmak ve Kurul çalışmalarını koordine etmek, işgücü arz ve talebinin belirlenmesine yönelik işgücü ihtiyaç analizlerini yapmak, yaptırmak,
- İş ve meslek analizleri yapmak, yaptırmak, iş ve meslek danışmanlığı hizmetleri vermek, verdirmek, işgücünün istihdam edilebilirliğini artırmaya yönelik işgücü yetiştirme, mesleki eğitim ve işgücü uyum programları geliştirmek ve uygulamak, istihdamdaki işgücüne eğitim seminerleri düzenlemek,
- İşçi isteme ve iş aramanın düzene bağlanmasına ilişkin çalışmalar yapmak, işgücünün yurt içinde ve yurt dışında uygun oldukları işlere yerleştirilmelerine ve çeşitli işler için uygun işgücü bulunmasına ve yurt dışı hizmet akitlerinin yapılmasına aracılık etmek, istihdamında güçlük çekilen işgücü ile işyerlerinin yasal olarak çalıştırmak zorunda oldukları işgücünün istihdamlarına katkıda bulunmak, özel istihdam bürolarına ilişkin Kurum'a verilen görevleri yerine getirmek, işverenlerin yurt dışında kendi iş ve faaliyetlerinde çalıştıracağı işçileri temin etmesi ile tarım işlerinde ücretli iş ve işçi bulma aracılığına izin verilmesi ve kaldırılmasına ilişkin işlemleri yapmak,
- Gerektiğinde Kurum faaliyet alanı ile ilgili ihalelere katılmak suretiyle, yurt içinde veya uluslararası düzeyde kurum ve kuruluşlara eğitim ve danışmanlık hizmeti vermek,
- AB ve uluslararası kuruluşların işgücü, istihdam ve çalışma hayatına ilişkin olarak aldıkları kararları izlemek, Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti'nin taraf olduğu Kurum'un görev alanına giren ikili ve çok taraflı anlaşma, sözleşme ve tavsiye kararlarını uygulamak,

[31] **4904 Sayılı Türkiye İş Kurumu Kanunu,** RG. 5.7.2003-25159.

- Bakanlığın mevzuattan kaynaklanan ve taşrada yürütülmesi gereken görevlerini yapmaktır.

Katılımcı ve sosyal diyaloğa açık bir çalışma ve örgütlenme modelini benimseyen İŞKUR; işçi, işveren, esnaf-sanatkâr, üniversite ve sivil toplum kuruluşları ile kamu kurumları temsilcilerinden oluşan Merkezde Genel Kurul ve Yönetim Kurulu, yerelde İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulları (İİMEK) marifetiyle ulusal ve yerel istihdam politikalarının geliştirilmesine yönelik çalışmalarını sürdürmektedir.

İŞKUR, ulusal istihdam politikasının oluşturulması, istihdamın korunması ve geliştirilmesi, işsizliğin önlenmesi ve işsizlik sigortasının yürütülmesi gibi temel görevleri üstlenerek istihdamın birçok alanında aktif bir aktör haline gelmiştir. Bugün İŞKUR, belirlediği misyon ve vizyon çerçevesinde bu temel görevlerin içerisinde yer aldığı bir çok faaliyeti, çalışmayı ve hizmeti sürekli bir gelişim ve dinamizm ile yürütmektedir. Bu faaliyetler aşağıdaki şekilde sınıflandırabilmektedir:

İş ve işçi bulma: İşyeri ziyaretleri, açık işlerin alınması ve duyurulması, iş arayanların kayıtlarının alınması, eşleştirme işlemleri, işe yerleştirme, engelli, eski hükümlü ve terörle mücadelede malul sayılmayacak şekilde yaralananların istihdamı, yurtdışı istihdam hizmetlerine ilişkin hizmetler, İŞKUR Hizmet Noktaları, sosyal yardım - istihdam bağlantısı kapsamındaki hizmetler.

Aktif işgücü piyasası programları: Mesleki eğitim kursları, girişimcilik eğitim programları, işbaşı eğitim programları, toplum yararına programlar (TYP), teşvikler, bireysel veya grup iş ve meslek danışmanlığı, iş arama becerileri eğitimi, iş ve meslek analizleri, Türk Meslekler Sözlüğü.

Pasif işgücü piyasası programları: İşsizlik ödeneği, kısa çalışma ödeneği, ücret garanti fonu ödemesi, iş kaybı tazminatı, işsizlik sigortası fonu yönetimi.

İşgücü piyasasını düzenleme ve kontrol etme: Özel istihdam büroları ve tarım aracılığına ilişkin izin verilmesi ve kaldırılmasına ilişkin işlemler, yurtdışı hizmet akitlerin onaylama, yurtdışı işleri için kota tahsisi yapmak, engelli, eski hükümlü ve terörle mücadelede malul sayılmayacak şekilde yaralananlara ait kontenjanların takibi.

İşgücü piyasası analizleri ve İşgücü Piyasası Bilgi Sistemi çalışmaları: İşgücü piyasası araştırmaları, açık iş analizleri, İşgücü Piyasası Bilgi Danışma Kurulu çalışmaları, aylık ve yıllık istatistik bültenleri.

Çalışmanın "Kamu İstihdam Kurumlarının Görevleri" kısmında görüldüğü üzere İŞKUR'un görevleri, pek çok kamu istihdam kurumunun görevlerine benzerlik göstermektedir. Ancak; kamu istihdam kurumlarının faaliyetleri arasındaki farkı, insan kaynakları, sahip oldukları bütçe, ülke düzeyinde yaygınlığı, sunulan hizmetlerin çeşitliliği, etkinliği ve niteliği, kullandığı teknoloji, hükümetlerin istihdam hizmetlerine olan bakış açıları gibi pek çok unsur belirlemektedir.

Söz konusu unsurlar dâhilinde, temel hizmetlerini müşterilerine ulaştırmanın yanında daha hızlı ve etkin bir hizmet sunumunu ve kurumsal tanınırlığını artırmayı hedefleyen kamu istihdam kurumları bu kapsamda çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Bu etkinlikler yalnızca iş arayanları veya yalnızca işverenleri bir araya getirmeye ya da iş arayanları ve işverenleri ortak bir platformda buluşturmaya yönelik kurgulanmış etkinliklerdir.

1.3 KAMU İSTİHDAM KURUMLARINDA TANINIRLIĞA VE HİZMET GELİŞTİRMEYE DÖNÜK ETKİNLİKLER

Ekonomik liberalleşme ve küreselleşme dünya ekonomisini ve dolayısıyla emek piyasasını önemli ölçüde etkilemiş, işsizliğin toplumsal ve ekonomik etkilerine ilişkin duyarlılıkların bir sonucu olarak ortaya çıkan kamu istihdam hizmetlerinde de zaman içerisinde yeni oluşumlar ortaya çıkmıştır. 1990'lı yıllardan itibaren kamu istihdam kurumları özelikle gelişmiş ülkelerde yaşanan dönüşüme ayak uydurmak için yeniden yapılandırılmıştır. Kamu istihdam kurumları geleneksel eşleştirme faaliyetlerinin ötesinde işsizlikle mücadelede daha etkin rol almayı hedefleyen dinamik bir organizasyon yapısı ile hizmet yelpazelerini genişletmeye yönelmiştir. Böylece, yenilenen vizyon ve misyonları ile kamu istihdam kurumları istihdam hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi noktasında aktif rol oynama imkânına kavuşmuştur.

Değişen kamu istihdam hizmetleri anlayışı ile müşteri odaklılığı esas alan kamu istihdam kurumları hizmet kalitesini ve etkinliğini artırmaya yönelik çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Bu girişimler belirli bir mekândan hizmet veren ve bu durağan yapısı ile

kamuoyunca atıl kurum olarak görülen kamu istihdam kurumlarının dinamik bir yapıya bürünerek tanınırlığının artmasına ve imajının güçlenmesine olanak sağlamaktadır.

İlk örneklerine gelişmiş ülkelerde rastlanılan, günümüzde bütün ülkelerin kamu istihdam kurumları tarafından hizmet gelişiminin bir aracı olarak düzenlenen etkinliklere ilişkin uygulamalar, kamu istihdam kurumlarının istihdamın korunması geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması misyonu çerçevesinde yürütülmektedir. Bu amaçtan hareketle etkinlikler amacı, kapsamı ve hitap ettiği hedef kitle bakımından farklılık göstermekte, çok çeşitli uygulama örnekleri ile karşımıza çıkmaktadır.

Bu kapsamda düzenlenen etkinlikler arasında iş kulüpleri, grup çalışmaları, işveren grup toplantıları, insan kaynakları grupları/kulüpleri, insan kaynakları zirveleri/buluşmaları, iş/istihdam fuarları ve kariyer günleri gibi işveren ve/veya iş arayan etkinlikleri yer almaktadır.

1.3.1 İş Arayanlara Yönelik Etkinlikler

1.3.1.1 İş Kulüpleri

İstihdamın önündeki engeller genellikle bütün iş arayanlar için aynı olduğundan, kamu istihdam kurumları gruplamalar yaparak çok sayıda iş arayana aynı anda yardımcı olabilmektedir. Bu yol bire bir danışmanlık yapmaktan daha az masraflı olmakta ve ayrıca aynı konumdaki insanları bir araya getirerek birbirlerinden öğrenmelerini ve kendi ilişki ağlarını geliştirmelerini sağlama avantajı sunmaktadır. Bu biçimdeki grup hizmetinin muhtemelen en etkili örneklerinden birini iş kulüpleri oluşturmaktadır. İş kulüpleri 1970'li yılların ortasında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) iki davranış psikoloğu tarafından geliştirilmiş ve ilk geniş ölçekli uygulama alanını da 1980'li yıllarda Birleşik Krallık'ta bulmuştur. O günden bu yana Amerika'da ve İngiltere'de önemli bir araç olarak kullanılan iş kulüpleri, Belçika, Kanada, Avusturalya, Fransa, İsveç, Macaristan, İrlanda, Polonya ve Hollanda gibi ülkelerde de başarıyla uygulanmaktadır.[32]

İş kulüpleri iş arayanları kendi durumlarıyla ilgili sorumluluk almaya, enformasyon ve görüşlerini paylaştıkları başka iş arayanlarla birlikte çalışmaya özendirmektedir. Amaçlanan, iş arayanların daha aktif tutumlar göstermelerini

[32] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.80.

sağlayarak iş bulmayı kolaylaştırmaktır. Birçok açık işin duyurulmadığı ya da kamu istihdam kurumlarına bildirilmediği gerçeğinden hareket edilerek, iş arayanlar özellikle işverenlerle doğrudan temas kurmaya özendirilmektedir.[33]

Bir iş kulübünün makul ölçülerde geniş bir tesisi ve donanımı olması gerekmektedir. Burada bulunan telefon, faks ve bilgisayar donanımı sayesinde iş arayanların nitelikleri ve özgeçmişleri gerekli yerlere iletilmektedir. Bu araçların sağlanması önemlidir; çünkü iş arayan pek çok kişi kendi evlerinde bu imkânlardan yoksun bulunmaktadır. Ayrıca, buralarda sağlanan kırtasiye ve posta hizmetleri de ücretsizdir. Katılımcılara, insan ilişkileri açısından olumlu özellikler taşıyan ve iş arama teknikleri konusunda bilgili kulüp liderleri rehberlik etmektedir.[34]

İş kulüpleri küçük ölçekli oluşturulduklarında istihdam açısından daha başarılı olmakta ve özellikle kadın katılımcılar açısından daha olumlu sonuçlar ortaya çıkmaktadır.[35] İş kulübü katılımcıları işsizler, katılımcı olmayan işsizlere nazaran daha sık ve daha kolay istihdam edilmektedir.[36] 2000'li yıllardan itibaren yaygın olarak uygulanan ve en başarılı uyum programları arasında yer alan iş kulüpleri, günümüzde maliyet açısından en uygun maliyetli işgücü piyasasına müdahale araçları arasında varlığını korumaktadır.[37]

1.3.1.2 Grup Çalışmaları

İş arama teknikleri, istihdam koşulları ve meslek-kariyer-enformasyon konularını kapsayan grup çalışmaları, iş hedeflerini ve istihdam imkânlarını belirlemelerinde iş arayanlara yardımcı olmaktadır. Bu grup çalışmaları genel olarak iş arayanların tamamına ya da bunların içindeki hedef gruplara yönelik olabilmektedir. Kamu istihdam kurumlarının birçok ülkede sunduğu çeşitli türde grup çalışmaları vardır.[38] Grup çalışmaları örnekleri şunlardır:

- İsveç'te bir işe nasıl başvurulacağı ve bu konudaki iç motivasyonun nasıl artırılacağı konusunda grup eğitim çalışmaları yapılmaktadır.

---

[33] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.80.
[34] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.80.
[35] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.80.
[36]OECD; "Labour Market Programmes and Activation Strategies: Evaluating The Impacts", **OECD Employment Outlook,** 2005, s.198. http://www.oecd.org/els/emp/36780874.pdf , (15.09.2015)
[37]World Bank; **Social Protection And Labor At The World Bank 2000–2008**, Washington 2009, s.58.
[38]Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.81.

- Norveç'te hem işsizlere görevleri ve hakları konusunda bilgi vermek, hem de iş arama teknikleri konusunda bu kesime yol göstermek amacıyla grup bazında enformasyon ve danışmanlık hizmetleri verilmektedir.
- Birleşik Krallık'ta uzun süreli işsizler için iş planı ve grup çalışmaları düzenlenmektedir. Bu çerçevedeki beş günlük grup çalışmalarında kişisel değerlendirmeler, iş arama rehberliği ve kendi kendine güven konuları üzerinde durulmaktadır.
- Çin'de belli başlı iş/pozisyon kategorileri için grup brifingleri gerçekleştirilmekte; küçük gruplar söz konusu olduğunda ise kendi kendini değerlendirme, piyasa konumu, ilişki kurma, görüşme becerileri, kamusal ve özel istihdam hizmetleriyle eğitim yeniden eğitim olanaklarına erişim gibi iş arama teknikleri üzerinde durulmaktadır. Ayrıca, işe alım seminerleri ve kariyer seçimi sergileri de düzenlenmektedir.
- Tunus'ta iş arama teknikleri ile ilgili tanıtıcı toplantılar düzenlenmektedir.
- Arjantin'de proje temelli olarak düşük vasıflı kesimlerin hedef alındığı iş arama ve spontane başvuru teknikleri üzerinde yoğunlaşan 10 -15 saatlik bilgilendirmeler yapılmaktadır.
- Kanada'da işe yönlendirme atölyeleri ile dezavantajlı konumdaki öğrencilere ve okullarından ayrılanlara destek sağlanmaktadır.[39]
- Meksika'da "İş Arayanlara Yönelik Çalıştaylar" ile işsizlere sosyal beceriler kazandırılmakta, iletişim ve iş yerinde geçerli kurallar gibi konularda bilgi verilmektedir.[40]

1.3.2 İşverenlere Yönelik Etkinlikler[41]

Yukarıda belirtilen iş arayan grup etkinliklerine benzer biçimde, yalnızca işverenlere yönelik düzenlenen etkinlikler de bulunmaktadır. İş arayanlara olduğu gibi işverenlere de ücretsiz hizmet sunan kamu istihdam kurumları, hizmetlerini işverene etkin bir şekilde tanıtabildiği ve çeşitlendirebildiği ölçüde işveren tarafından tercih

[39] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.,** s.81.

[40] Alpaslan, İdil Bilgiç ve Ozan Acar; "Kamu İstihdam Kurumlarının Yapıları ve İyi Ülke Uygulamaları", **İstihdam Araştırmaları Serisi,** İŞKUR, 2014, s.52.

[41] Employer Orientation in The German Public Employment Service, The World of Public Employment Services Challenges, Capacity and Outlook For Public Employment Services In The New World of Work, Sociology of Organizations Structures and Relationships, Partnerships Among Employment Services başlıklı kaynaklar ile konu ile ilgili güncel dergi ve haberlerden derlenmiştir.

edilen bir kurum olabilmektedir. Bu kapsamda işverenler ile yakın teması etkin hizmet sunumunda odak nokta kabul eden kamu istihdam kurumları işverenlere yönelik etkinlikler düzenlemekte ve bunları ihtiyaçlar doğrultusunda çeşitlendirmektedir.

İşveren grup toplantıları, işveren çalıştayları, insan kaynakları grupları/kulüpleri, insan kaynakları zirveleri/buluşmaları bu kapsamda yaygın olarak düzenlenen etkinlikler arasında yer almaktadır. Kamu istihdam kurumları burada düzenleyici ve kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır. Ayrıca, simetrik bilgi akışını sağlayarak grup içi sinerjiyi oluşturan bir aktör vazifesi görmektedir.

1.3.2.1 İşveren Grup Toplantıları

İşveren grup toplantıları işverenler ile kurumların bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunduğu platformlardır. Kurumlar hizmetleri ve yeni uygulamaları hakkında bilgilendirme yaparken, işverenler kurum çalışmaları ile ilgili görüş ve önerileri ile beklentilerini belirtme ve işgücü piyasası konularına ilişkin sorularına yanıt bulma imkânı elde etmektedir. Bu toplantılara diğer kamu kurum ve kuruluşları da katılarak kendi çalışmaları hakkında bilgi verebilmektedir. Toplantılar yemekli ya da kahvaltılı toplantılar şeklinde de planlanabilmektedir.

1.3.2.2 İşveren Çalıştayları

İşverenlerin, kamu istihdam kurumlarının koordinatörlüğünde iş ve yönetim dünyası ile çalışma hayatına ilişkin konular üzerinde çalışmalar yaptıkları bir etkinlik biçimidir. Belirli bir tema çerçevesinde sorunların, görüş ve önerilerin ortaya konulduğu bir platformdur. Genelde sektörel bazda yapılmakta ve sektörün geleceğine ilişkin projeksiyonlar yapılmasına da olanak tanınmaktadır. Çalıştay sonucunda elde edilen çıktılar rapor haline getirilmekte ve kamuoyu ile paylaşılarak farkındalık oluşturulmaktadır.

1.3.2.3 İşverenler Günü Etkinlikleri

Avrupa genelinde Avrupa Birliği üyesi ülkelerinin tamamı ile Norveç ve İzlanda'yı kapsayan Avrupa İşverenler Günü 2016 yılı Nisan ayı itibarıyla kutlanmaya başlanmıştır. 30 Avrupa ülkesinden 150 binden fazla işverenin katılımıyla yaklaşık iki hafta süren Avrupa İşverenler Günü etkinlikleri kapsamında istihdam fuarları,

seminerler, çalıştaylar, kahvaltılar vb. çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Avrupa Kamu İstihdam Hizmetleri Ağı ve ulusal kamu istihdam kurumlarının ortaklaşa yürüttüğü bu girişimde işverenler ve kamu istihdam kurumları arasında iletişimin güçlendirilmesini ve istihdam ile ilgili konularda farkındalık oluşturulması amaçlanmaktadır.[42]

1.3.2.4 İnsan Kaynakları Grupları/Kulüpleri

İnsan kaynakları profesyonellerinin yanı sıra, her sektörden işverenler ve yöneticilerin, sivil toplum kuruluşlarının, akademisyenler, insan kaynakları alanında danışmanlık yapanlar ve kamu istihdam kurumlarının bir araya gelerek oluşturdukları gruplar/kulüplerdir. Sürekliliğe sahip bu oluşumlarda, grup üyeleri sürekli bir dayanışma ve yardımlaşma anlayışı ile bilgi paylaşımı ve yönlendirme içerisinde olmaktadır.

1.3.2.5 İnsan Kaynakları Zirveleri/Buluşmaları

İnsan kaynakları alanında sunumlar, paneller, özel oturumlar gibi farklı etkinliklerin yer aldığı, insan kaynakları alanında yeniliklerin ve iyi uygulamaların paylaşıldığı bir etkinliktir. İnsan kaynakları alanında söz sahibi her kesimin bir araya gelerek kaynaşmaları ve ağ kurmalarına olanak sağlayan bu geniş kapsamlı etkinlik genellikle yılda bir kez gerçekleştirilmektedir.

1.3.3 Her İki Hedef Kitleye Yönelik Etkinlikler

1.3.3.1 Kariyer Günleri (Career Days)

Kariyer günleri genellikle üniversite kariyer merkezleri tarafından öğrenciler/mezunlar ile değişik sektörlerden çeşitli kuruluşları bir araya getiren, kuruluş temsilcilerinin öğrenciler/mezunlar ile doğrudan irtibat kurmalarına, staj ve iş başvurusu formlarının dağıtımına/doldurulmasına imkân veren, kariyer/yetkinlik seminerleri ve iş dünyası tanıtım toplantılarının düzenlendiği etkinliklerdir.[43] Tanımdan anlaşılacağı üzere kariyer günleri etkinliği sınırlı bir hedef kitleye odaklanmakta, henüz iş hayatına atılmamış ya da yeni atılmış öğrenci ve mezunların kariyerlerinin şekillendirilmesini amaçlamaktadır. İş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetinden ziyade, bilgilendirme ve

[42] http://www.employersday.eu/, (20.04.2016).
[43] Özden, Mehmet Cemil; **Bireysel Kariyer Yönetimi-1 İş Yaşamına Hazırlık,** Ankara 2015, s.125.

yönlendirme faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Kamu istihdam kurumları kariyer günlerine katılarak, kurum hizmetlerini tanıtmakta ve bilgilendirme yapmaktadır. Bazı kurumların üniversiteler ile işbirliği halinde etkinliğe destek verdiği de görülmektedir

Bu kapsamda düzenlenen kariyer günleri etkinliği için kariyer fuarı kavramının da kullanıldığı görülmektedir. Kariyer fuarları ve kariyer günleri arasında etkinliğin amacı, kapsamı ve ulaşılmak istenen hedef kitle bakımından önemli bir farklılık bulunmadığı söylenebilir.

1.3.3.2 İş/İstihdam Fuarları (Job/Employment Fairs)

1990'lı yıllardan itibaren düzenlenmekte olan "iş/istihdam fuarları", etkinliklerin yaygın görülen bir türü olarak, iş arayanlar ve işverenler arasındaki bağlantıyı sağlayan temel unsurlardan olup, iki tarafın da arama stratejilerini çeşitlendirmektedir. Kamu istihdam kurumları ise burada örgütleyici ve kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır.[44]

İş/istihdam fuarları işverenlerle iş arayanları belirli bir zamanda ve mekânda bir araya getiren, bu kesimlerin birbirleriyle doğrudan temas kurmalarına olanak sağlayan bir etkinliktir. Daha kesin olarak tanımlanmış bir ifadeyle, iş/istihdam fuarları tarafları hızlı bir şekilde buluşturmayı sağlayan bir istihdam stratejisidir.[45]

İş arayan ve işverenlerin bir araya geldiği, açık işlerin duyurulduğu ve mülakatların yapıldığı bu tür etkinlikler için uluslararası literatürde genel olarak "job fair" kavramı kullanılmakla birlikte "job days", "job expo", "recruitment fair", "recruitment expo" ve "hiring fair" gibi kavramlar da literatürde yer almaktadır. Türkiye'de ise bu kapsamda düzenlenen etkinlik türü için genellikle "istihdam fuarı" kavramı kullanılmaktadır. Bu nedenle tez kapsamında farklı adlar altında aynı amaca yönelik düzenlenen etkinlikler için kavram birliği sağlamak adına "istihdam fuarı" kavramı kullanılacaktır.

Benzer şekilde, istihdam fuarı ile kariyer günleri kavramlarının da eş anlamlı olarak kullanıldığı göze çarpmaktadır. Ancak, ortak nokta "buluşturma" faaliyeti

---

[44] Thuy, Hansen ve Price; **a.g.e.**,s.81.

[45] USAID; **Job Fair Toolkit: A Practical Guide and Best Practices for Organizing, Conducting and Attending Job Fairs**, 2007, s.1.

olmakla birlikte iki etkinlik türü arasında temel bazı farklılıklar bulunmaktadır.[46] Bu farklılıklara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1: İstihdam Fuarları İle Kariyer Günleri Arasındaki Farklar

Konu	İstihdam Fuarları	Kariyer Günleri
Düzenleyen Birim	Kamu istihdam kurumları	Üniversite kariyer merkezleri
Hedef Kitle	İşverenler, iş arayanlar, öğrenciler ve diğer kurum/kuruluşlar	Üniversite öğrencileri ve mezunları
Etkinliğin Amacı	İstihdam, bilgilendirme ve yönlendirme	Tanıştırma, bilgilendirme ve yönlendirme
İşverenlerin Profili	Hiçbir sınırlama yok	Belirli bir fakülte ya da bölüm öğrencileri ya da mezunlarını istihdam etmek isteyen işverenler
İşverenlerin Katılma Amacı	Mevcut işgücü ihtiyacını karşılamak, işgücü havuzu oluşturmak ve firmalarını tanıtmak	Adayları tanımak ve firmalarını tanıtmak
Düzenlenme Sıklığı	Genel fuarlar: Yılda bir kez Spesifik fuarlar: Yıl boyunca belirli dönemlerde	Bahar ve güz dönemi olmak üzere yılda iki kez

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Uluslararası literatürde istihdam fuarlarına katılan ve stant açan özel sektör işverenleri ya da kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları için sergi açan anlamına gelen "exhibitor", fuarları ziyaret eden kişiler için de ziyaretçi anlamında gelen "visitor" kavramları kullanılmaktadır. Ancak sözlük anlamı olarak "sergi açan" anlamına gelen "exibitor" kavramı içerik bakımından ele alındığında istihdam fuarına katılan ve stant açan özel sektör işverenleri veya kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşlarını kastetmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada "exibitor" kavramına karşılık olarak "katılımcı", "visitor" kavramına karşılık olarak "ziyaretçi" ifadeleri kullanılmıştır.

Ayrıca, metin içlerinde kısaca "fuar" olarak kullanılan kavramdan "istihdam fuarı" etkinliğinin anlaşılması gerekmektedir.

Kamu istihdam kurumlarının işgücü piyasasında tanınırlığını artıran ve hizmet gelişimi açısından önemli bir yere sahip olan istihdam fuarları, uygulanan en kapsamlı etkinlik olması nedeniyle ikinci kısımda detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

[46] Whitaker, Mary; **What is The Difference Between a Career and a Job Fair?,** 2014. http://www.ritecareers.com/what-is-the-difference-between-a-career-and-a-job-fair/, (29.09.2015).

1.4 İŞKUR'DA TANINIRLIĞA VE HİZMET GELİŞTİRMEYE DÖNÜK ETKİNLİKLER

2003 yılında yeniden yapılanan İŞKUR, toplumun her kesiminden birçok pozisyonda ve meslekte iş arayanların işe yerleştirilmeleri ve işverenlerin taleplerine cevap verilmesi amacıyla politikalar üreten ve bu politikalar aracılığıyla işgücü piyasasına yön veren bir kurum olma yolunda önemli mesafe katetmiştir. Bu bağlamda işgücü piyasasının güncel ihtiyaçları doğrultusunda, işgücü piyasasında etkinliğini artırmak ve modern koşullara ayak uydurmak için önemli düzenlemeler yapmakta ve uygulamalar geliştirmektedir.

İŞKUR bir yandan temel hizmetlerini yürütürken bir yandan da tanınırlık faaliyetlerine ağırlık vermekte, hizmet çeşitliliğini ve hizmet sunum kalitesini artırmaktadır. Böylece iş arayan ve işverenlerin İŞKUR'dan olan beklentileri artmakta, daha geniş ve daha nitelikli hedef kitleye daha fazla sayıda kaliteli hizmet sunma fırsatları genişlemektedir. Düzenlenen etkinlikler, temel hizmet araçlarının daha etkin bir şekilde sunulması ve hizmet çeşitliliğini artırmanın yanı sıra, İŞKUR'a yönelimin ve rağbetin artırılmasını da amaçlamaktadır. Modern anlamdaki bu etkinlikler ve benzeri araçlar, İŞKUR'un imajını güçlendirmekte ve İŞKUR'un iş ve işçi aramada ilk başvurulan kanallar arasında yer almasını sağlamaktadır.

90'lı yıllarda İŞKUR gündeminde yerini almaya başlayan, 2000'li yıllardan itibaren önem kazanan, zaman içerisinde geliştirilerek 2011'den itibaren yaygın şekilde yürütülen etkinlikler; iş arayanlara, işverenlere ve her iki hedef kitleye yönelik etkinlikler olarak gruplandırılabilir.

1.4.1 İş Arayanlara Yönelik Etkinlikler

1.4.1.1 Grup Faaliyetleri (Grup Görüşmeleri)

İş ve meslek danışmanlığı hizmetleri, meslek seçme aşamasında olan, mesleki becerilerini geliştirmek isteyen, mesleğini veya işini değiştirmek isteyen, iş bulmada sıkıntıları bulunan, meslek edinme veya iş seçmede güçlükleri olan, meslek/işe uyum problemleri bulunan bireyler ile işverenlere yönelik danışmanlık hizmetlerini kapsamaktadır. Grup faaliyetleri ise iş ve meslek danışmanlarınca iş arayana destek vermek ya da durumlarını takip etmek, işgücü piyasası, farklı meslekler, eğitimler ya da

işyerleri, Kurum hizmetleri hakkında bilgi vermek amacıyla düzenlenmektedir. İl müdürlükleri/hizmet merkezlerince imkânlar dâhilinde iş arayan gruplarıyla faaliyet yapılabilecek toplantı salonları oluşturulmakta, imkânlar dâhilinde değil ise, işçi ve işveren örgütleri gibi sivil toplum kuruluşları, belediye ya da devlet kurumlarıyla işbirliği halinde, uygun toplantı mekânları sağlanarak bu hizmet sunulmaktadır. Bu kapsamda iş arayanlara yönelik düzenlenen grup etkinlikleri şunlardır:[47]

Meslek danışmanlığı grup görüşmesi: Eğitim kurumu toplantı salonu, meslek bilgi merkezi vb. yerlerde öğrencilerden oluşturulan gruplara, meslek seçiminin önemi ve meslek seçiminde dikkat edilecek noktaların anlatıldığı, meslekler hakkında bilgilendirmenin yapıldığı, mesleki eğitim olanakları, bir üst eğitim-öğretim seçenekleri vb. konuların anlatıldığı grup çalışmasıdır.

İş arama becerilerinin geliştirilmesi grup görüşmesi: İŞKUR, eğitim kurumu, askeri birlik, cezaevi vb. yerlerde iş arama becerileri eğitimine ihtiyaç duyan gruplara ve Kurumca düzenlenen mesleki eğitim kurslarını bitirenlere iş arama becerilerinin geliştirilmesi semineri verilir.

Danışmanlık ve Kurum hizmetlerinin tanıtımının yapıldığı grup görüşmesi: Eğitim kurumu, İŞKUR Meslek Bilgi Merkezleri, Rehberlik Araştırma Merkezleri, işyeri vb. yerlerde gerçekleştirilen ve danışmanlık ile diğer Kurum hizmetlerinin tanıtımının yapıldığı grup görüşmesidir.

Velilerle yapılan grup görüşmesi: Okulda gerçekleşen, meslek seçiminin öneminin velilere anlatıldığı grup çalışmasıdır.

Rehber öğretmenlerle yapılan grup görüşmesi: Rehberlik ve araştırma merkezleri ile temasa geçilerek, rehber öğretmenlerden oluşturulan gruplara yönelik, iş ve meslek danışmanlığı hizmetlerinin anlatıldığı (okullarda yürütülen çalışmalar ile meslek ve eğitim bilgi dosyaları hakkında detaylı açıklamaların yapıldığı) grup toplantılarıdır.

---

[47] İŞKUR; **İşlemler El Kitabı 9.Bölüm - İş Arayan ve İşverenlere Yönelik Hizmetler**, s.10.; **İşlemler El Kitabı 11.Bölüm - İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetleri**, s.16.

1.4.1.2 Sınıf Görüşmeleri

İş ve meslek danışmanlığı faaliyetleri kapsamında ortaokul 7 ve 8. sınıflar ile Lise 9 ve 12. sınıflarda, öğrencilere meslek seçiminin önemi ve meslek seçiminde dikkat edilecek noktalar anlatılmakta, meslekler hakkında bilgilendirme yapılmakta ve mesleki eğitim olanakları ve bir üst eğitim-öğretim seçenekleri hakkında detaylı bilgiler verilmektedir.[48]

1.4.1.3 Meslek Tanıtım Günleri

Öğrencilere ve meslek seçim aşamasındaki gençlere yönelik olarak düzenlenen meslek tanıtım günleri etkinliği ile yanlış meslek seçiminin bireye ve topluma olumsuz etkilerinin önlenmesi, Kurumun ve faaliyetlerinin gençler ve aileleri tarafından bilinirliğinin arttırılması ve meslek danışmanlığı hizmetlerine yeni bir yaklaşım getirilmesi amaçlanmaktadır. Temel olarak "mesleğin erbabı tarafından tanıtılması" şeklinde kurgulanmıştır. Meslekler il müdürlükleri tarafından gruplandırılarak (sağlık, mühendislik vb.) belirlenecek günde, mesleğin mensupları tarafından ortalama bir saatlik sunum ve sonrasında ise soru cevap şeklinde birebir iletişim kurulmasına olanak sağlanacak bir etkinlik şeklinde düzenlenmektedir.[49]

Meslek tanıtım günleri 4904 Sayılı Kanun'da belirtilen "öğrencilere ve iş arayanlara mesleki rehberlik hizmetleri sunmak" ve Ulusal İstihdam Stratejisi (UİS) ile 10. Kalkınma Planı'nda yer alan özel hizmet gerektiren gruplara özel hizmet sunumu çalışmaları yapmak misyonundan hareketle planlanmaktadır.

Bu kapsamda meslek tanıtım günleri 2015'ten itibaren uygulanmaya başlanmış ve aynı yıl yaklaşık 12.500 gencin katılımıyla 19 ilde meslek tanıtım günü düzenlenmiştir.[50] 2015 itibarıyla il müdürlüğü hedefleri arasında direkt bir hedef olarak yer almayan meslek tanıtım günleri, il müdürlüklerinin performanslarının hesaplanmasında, gerçekleştirilmesi halinde ilave puan getirisi sağlamaktadır.

---

[48] **İşlemler El Kitabı 11.Bölüm - İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetleri**, s.16.
[49] İŞKUR; **Meslek Tanıtım Günleri Rehberi,** 2015, s.2.
[50] İŞKUR; **2015 Yılı Faaliyet Raporu**; s.42.

1.4.1.4 Girişimcilik Seminerleri

Girişimcilik seminerleri, İŞKUR'a kayıtlı olup girişimcilik eğitim programlarına katılmış kişilerin; birbirleri, başarılı girişimciler, iş adamları, yatırımcılar, finans kurum/kuruluşları, akademisyenler ile bir araya gelerek bilgi ve tecrübelerini paylaşmaları ve girişimciliğe yönelik danışmanlık ve mentorluk hizmetlerini almalarını sağlamayı amaçlayan seminer/konferans türünde bir etkinliktir.[51]

Girişimcilik seminerleri, Aktif İşgücü Hizmetleri Yönetmeliği'nin 78/3'üncü maddesinde yer alan Girişimcilik Eğitim Programı kapsamında İŞKUR, girişimcilik eğitimi almış kişilere iş kurma ve geliştirme konularında danışmanlık ve mentorluk hizmeti ile birlikte finansal destek olanaklarına erişim imkânlarını kolaylaştırıcı hizmetleri verebilir veya verdirebilecektir." hükümlerinden hareketle tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri kapsamında geliştirilmiş bir etkinlik türüdür.

Girişimcilik seminerleri kariyer günleri ve istihdam fuarlarından farklı olarak özel amaçlara yönelik bir etkinliktir. Direkt olarak kişilerin kendi işlerini kurmalarını hedefleyen bu etkinlik türü ayrı düzenlenebileceği gibi kariyer günleri ve istihdam fuarlarının içerisinde de yer alabilmektedir. Söz konusu seminerlerin sağlayabildiği faydalar göz önünde bulundurularak 2015'ten itibaren il müdürlüklerine girişimcilik seminerleri düzenleme hedefi getirilmiştir. İl müdürlüğü hedefleri arasında direkt bir hedef olarak yer almayan girişimcilik seminerleri, il müdürlüklerinin performanslarının hesaplanmasında gerçekleştirilmesi halinde ilave puan getirisi sağlamaktadır. Girişimcilik seminerleri 2015'ten itibaren uygulanmaya başlanmış ve aynı yıl 37 girişimcilik semineri düzenlenmiştir.[52]

Bu kapsamda girişimcilik seminerleri, tüm illerde, il müdürlükleri tarafından bulundukları ilde faaliyet gösteren kamu kurumları, üniversiteler, valilik/kaymakamlık, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), belediye ve girişimcilik ile ilgili faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, dernek ve vakıflar, meslek odaları ve birlikleri, finans kurum/kuruluşları, yatırımcı ağları ile işbirliği yapılarak düzenlenmektedir.

---

[51] İŞKUR, **Aktif İşgücü Hizmetleri Genelgesi (2013/1)** s.72.
[52] İŞKUR, **Girişimcilik Semineri Faaliyet Raporu**, İŞKUR Portal, 2015.

1.4.1.5 İş Kulüpleri

Yukarıda belirtilen etkinlikler haricinde, 2016 yılı yatırım programı kapsamında Kurum tarafından "iş kulüpleri projesi" yürütülmektedir. Projenin hedef kitlesi işgücü piyasasında dezavantajlı durumda olan gençler, kadınlar ve iş görüşmelerinde başarısız olan uzun süreli işsizlerdir. Projenin temel amacı iş kulübü üyelerinin kendi başlarına iş arayıp bulmaları için gerekli beceri ve isteğe sahip olmalarını sağlayarak en kısa zaman zarfında mümkün olan en iyi işe girmelerini sağlamaktır. Proje, iş kulüpleri ile çalışmak isteyen herkese göre bir iş olduğu fikrinin işsizlerde oluşmasını sağlamak, iş arama yöntemlerini çeşitlendirmek ve süreci kolaylaştırmak, kişilerin özgüvenini yükseltmek ve başarı için gerekli sunum tekniklerini tatbik ederek işsizlerdeki bu durumu değiştirmek gerekçesiyle başlatılmıştır. Bu kapsamda çalışmalar devam etmektedir.

Kadın İstihdamının Desteklenmesi Operasyonu kapsamında Çorum İl Müdürlüğü'nde pilot olarak iş kulüplerinin hayata geçirildiği bilinmektedir.[53] Çorum İl Müdürlüğünün iş kulüpleri hakkındaki proje deneyimleri değerlendirilerek, ülke uygulamaları ışığında iş kulüplerinin daha etkin bir şekilde sürdürülebilirliğini artırmak da projenin hedefleri arasında yer almaktadır.[54]

1.4.2 İşverenlere Yönelik Etkinlikler

İŞKUR, yerel işgücü piyasasını daha iyi kavramak, daha fazla açık iş alarak işe yerleştirme sayısını artırmak, diğer hizmetleri hakkında işverenleri bilgilendirmek için işverenlerin Kurum hizmetlerinden daha fazla ve daha etkin olarak yararlanmasını sağlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda işverenler ile yakın temasın sağlanması ve geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

1.4.2.1 İşveren Grup Toplantıları

İşverenler ile başarılı bağlantılar kurulması amacıyla işverenlere yönelik işveren grup toplantıları yapılmaktadır. İşveren grup toplantıları, yılda en az iki kez işverenlerin görüşlerini almak, Kurumdan beklentilerini belirlemek ve il müdürlükleri/hizmet merkezleri ile işverenler arasındaki iletişimi güçlendirmek amacıyla yapılmaktadır. Bu

---

[53] "İlk Kadın İş Kulübü Çorum'da Faaliyete Geçti", 06.11.2012. http://www.haberler.com/iskur-un-ilk-kadin-is-kulubu-corum-da-faaliyete-4069335-haberi/, (29.04.2016).
[54] İŞKUR; **İş Kulüpleri Projesi**, 2015-2016.

toplantıların yerel/ulusal basında yer alması Kurumsal tanınırlığa katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.[55]

1.4.2.2 İnsan Kaynakları Grupları

Uluslararası örneklerinde olduğu gibi ülkemizde de aynı amaçla kurulan çok sayıda insan kaynakları grupları/kulüpleri bulunmaktadır. İŞKUR'un bu tür gruplar ile iletişiminin Kurumsal tanınırlık ve imaj açısından önemli kazanımlar sağladığı aşikârdır.

Mersin İl Müdürlüğü, 2011'de kurulan "Girişimci İnsan Kaynakları Grubu" nun kurucu üyelerindendir. Mersin ilinde yerleşik kurumsal firmaların insan kaynakları sorumluları, işverenler, sivil toplum kuruluşları, ilgili kamu kurumları, üniversite kariyer merkezi temsilcileri ve akademisyenlerin işbirliği ile sosyal bir proje olarak doğan bu oluşum sürekli bir dayanışma ve paylaşım içerisindedir. Mersin İl Müdürlüğünün böyle bir grupta kurucu üyeler arasında yer alması; işgücü piyasasında kurumsal faaliyetlerin etkili ve periyodik olarak aktarılmasına, işgücü piyasası aktörleri ile işbirliğinin artmasına ve gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu işbirliği platformunun hedef kitlenin İŞKUR'a güvenini arttırdığı ve İŞKUR'un işgücü piyasasını izleyen değil yönlendiren kurum olma özelliğine katkı sağladığı söylenebilir.

1.4.2.3 İnsan Kaynakları Zirveleri

İnsan kaynakları gruplarının öncülüğünde düzenlenen insan kaynakları zirveleri/buluşmaları ülkemizde de çeşitli gruplar tarafından organize edilmektedir. İŞKUR'un bu tür gruplar ile iletişiminin Kurumsal tanınırlık ve imaj açısından önemli kazanımlar sağladığı görülmektedir.

Mersin ilinde Girişimci İnsan Kaynakları Grubu koordinasyonunda düzenlenen insan kaynakları zirvelerinin temel amacı Mersin ilinde insan kaynakları yönetimi konusunda farkındalık yaratmak, kurumların bu alanda çalışan personellerinin kişisel, kurumsal kapasitesini geliştirecek eğitimler düzenlemek ve insan kaynakları yetkililerinin bir araya geldiği bir platform oluşturmaktır. Bu kapsamda Mersin İŞKUR; düzenlenen ilk etkinlikten bu yana organizasyona destek sağlamaktadır. İŞKUR'un

[55] **İşlemler El Kitabı 9.Bölüm - İş Arayan ve İşverenlere Yönelik Hizmetler,** s.16-18.

işgücü piyasasında tercih edilen bir Kurum olarak ön plana çıkması, bu tür etkinliklerde aktif rol alması ile doğrudan ilişkilidir.

1.4.3 Her İki Hedef Kitleye Yönelik Etkinlikler

1.4.3.1 Kariyer Günleri

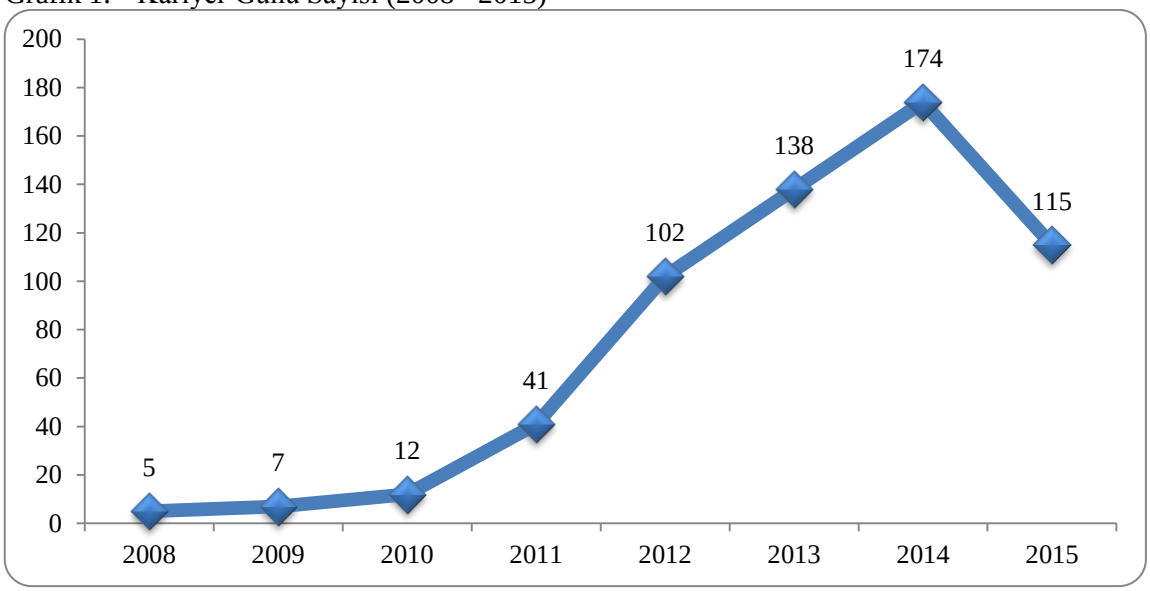
Kariyer günleri; yerel düzeyde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar ile çalışma hayatına yeni atılacak olan eğitimli/nitelikli gençleri buluşturarak, gençlerin sektörler ve firmalar hakkında bilgi sahibi olmasına ve iş bulmasına aracılık etmek, düzenlenecek etkinlikler vasıtasıyla öğrencilerin kariyer planlamalarına yardımcı olmak, aynı zamanda kurum ve kuruluşların nitelikli işgücüne erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda İŞKUR hizmetleri, iş arama becerileri, kariyer planı yaparken dikkat edilmesi gereken hususlar, gençlere yönelik istihdam ve işbaşı eğitim olanakları gibi konularda da sunum ve seminerler gerçekleştirilmektedir. Kariyer günleri ile eğitim düzeyi yüksek/nitelikli işgücüne ulaşılarak, İŞKUR faaliyetleri hakkında tanıtım ve bilgilendirme yapılarak çalışma hayatına yeni atılacak olan gençlerin iş arama sürelerinin kısalmasına yardımcı olunmakta, İŞKUR'un tanınırlığının artırılarak imajının güçlendirilmesine katkı sağlanmaktadır. Ayrıca ilin önde gelen işverenleri ile gençleri buluşturulmakta, girişimcilik ve iş hayatı hakkında bilgi düzeylerinin artırılmasına çalışılmaktadır.[56]

Kariyer günleri İŞKUR stratejik planlarında yer alan "işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda istihdam hizmetlerini çeşitlendirmek ve işe yerleştirmede aktif rol oynamak" amacına ulaşmak için belirlenen hedefler çerçevesinde 2008'den itibaren düzenlenmektedir.[57] 2011-2015 Stratejik Planı'nda üniversitenin olduğu her ilde kariyer günü düzenlemek hedefi ayrı bir hedef olarak yer almıştır. Bununla birlikte, 2011'den itibaren hedeflerle yönetim anlayışı çerçevesinde 81 il müdürlüğü için kariyer günü düzenleme hedefi konulmuştur. Üniversite olan 81 ilde faaliyet gösteren Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlükleri tarafından üniversiteler ile işbirliği yapılarak düzenlenmektedir. Bu kapsamda yürütülen faaliyetler her yıl artarak devam etmektedir. 2015 itibarıyla il müdürlüğü hedefleri arasında direkt bir hedef olarak yer almayan kariyer günleri, il müdürlüklerinin performanslarının hesaplanmasında gerçekleştirilmesi halinde ilave puan getirisi sağlamaktadır.

---

[56] İŞKUR; **8. Genel Kurul Raporu,** s.63-64.
[57] İŞKUR; **2011-2015 Stratejik Planı,** s.46.

Grafik 1: Kariyer Günü Sayısı (2008 - 2015)



Kaynak: İŞKUR faaliyet raporlarından derlenmiştir.

Grafik 1'de görüldüğü üzere, 2008'den itibaren düzenlenen kariyer günleri yıllar itibarıyla artarak devam etmiş ve daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmıştır. Ancak 2015'te ülkenin doğu ve güneydoğu bölgesinde yaşanan konjonktürel dalgalanmaların işgücü piyasasını da etkilemesine bağlı olarak bir kırılma gözlemlenmiştir.

1.4.3.2 İstihdam Fuarları

İstihdam fuarları işçi, işveren ve ilgili kuruluşları aynı çatı altında buluşturmak, işverenlerin işgücü taleplerini değerlendirmelerine imkân vermek, adaylarla firma temsilcileri arasında ön görüşme imkânı sağlamak, istihdam ortamı yaratmak, İŞKUR'un hizmetlerinin vatandaşlar tarafından tanınırlığını arttırmak amaçlarıyla düzenlenmektedir. Bu fuarlarda; sosyal taraflar, yerel yönetimler, üniversiteler, ilgili diğer kurum ve kuruluşlar ile sanayici ve işletmeci işbirliğinde, yerel düzeyde işgücünü arz edenler ile talep edenler bir araya gelmekte ve mesleki eğitim, istihdam ve insan kaynakları konusunda taraflar arasında kalıcı ve kurumsal bir iletişim mekanizması kurulmaktadır. Fuarlar sırasında çeşitli seminer ve sunumlar gerçekleştirilerek iş arama becerileri ve istihdam olanakları ile ilgili bilgiler de verilmektedir.[58]

İŞKUR tarafından düzenlenen fuarlara, yurtdışında uygulanan istihdam fuarlarının özellikleri ve çeşitleri ele alındıktan sonra detaylı olarak yer verilecektir.

[58] **8. Genel Kurul Raporu**, s.63.

1.5 İSTİHDAM FUARLARI

1.5.1 İstihdam Fuarlarının Amaçları

İstihdam fuarlarının amacı; iş arayanlar ile işverenleri buluşturmak suretiyle, iş arayanların iş imkânlarına, işgücü ihtiyacı olan işverenlerin ihtiyaç duydukları işgücüne kolaylıkla ulaşmasını sağlamaktır. Aracılık faaliyetinin yanı sıra fuarların genel olarak hedef kitle ve kamu istihdam kurumu nezdinde amaçları şöyledir:[59]

İş arayanların; kısa biz zaman diliminde çok sayıda işveren ile buluşarak, firmaları tanıma ve kendini tanıtma imkânı bulmalarını, açık işlere başvuru yapmalarını, işgücü piyasası ile ilgili bilgilere ulaşmalarını, çalışabilecekleri işyerleri konusunda bilgi edinmelerini, kariyer gelişim süreçlerine destek olmak amacıyla çalışma hayatı ve kişisel gelişim konularında bilgilenmelerini sağlamaktır.

İşverenlerin; işgücü ihtiyacının karşılanmasını, özgeçmiş havuzunun çeşitlendirilmesini, yerel düzeydeki diğer işverenler, kurum ve kuruluşlar ile iletişim kurmasını, faaliyetlerinin tanıtımlarını yapmalarını sağlamaktır.

Diğer kurum/kuruluşların; katılımcı ve ziyaretçilere faaliyetleri ve hizmetleri hakkında bilgi vererek tanınırlıklarını artırmalarını ve piyasadaki konumlarını güçlendirmelerini sağlamaktır.

Kamu istihdam kurumlarının; aracılık hizmetlerini daha etkin bir şekilde yürütmelerini, işgücü piyasasında bilgi akışını sağlayarak simetrik bilginin oluşmasına katkıda bulunmalarını, hizmetlerini tanıtmalarını ve kurumsal tanınırlıklarını artırmalarını sağlamaktır.

1.5.2 İstihdam Fuarlarının Özellikleri

İstihdam fuarı, daha önce belirtildiği üzere, işverenlerle iş arayanları belirli bir zamanda ve mekânda bir araya getiren, bu kesimlerin birbirleriyle doğrudan temas kurmalarına olanak sağlayan bir etkinliktir.

---

[59] Job Fair Success, Job Fair Toolkit, Pros&Cons of Job Fairs başlıklı kaynaklar ile güncel dergiler ve haberlerden derlenmiştir.

Fuarlar genel olarak metropol alanlarda yıl içerisinde bir kez yada birkaç kez, bir ya da birkaç günlük etkinlikler şeklinde düzenlenmektedir. İstihdam fuarları her bir işveren için ayrı stantların temin edildiği, fuaye alanı bulunan büyük toplantı salonlarında, kongre ve gösteri merkezlerinde veya benzer özellik gösteren alanlarda gerçekleştirilmektedir. İstihdam fuarlarında işletmeler kendilerine ayrılan yerlerde masa kurarak bir yandan kendini tanıtırken diğer yandan iş arayanlar ile görüşme yapmakta ve başvurularını almaktadır. Stantlarda firma broşürlerinin ve bilgilendirme dokümanlarının sergilendiği bir masa bulunmaktadır. Her stantta firma temsilcisi çeşitli personel, iş arayanlar ile temas kurmak için masalarında hazır beklemektedir. Bazı firmalar görsel materyaller kullanarak stantlarını süslemektedir. Fuarlara katılan firma sayısı on ila yüz arasında değişmekte, binlerce iş arayan stantları ziyaret etmektedir. İş arayanlar için katılım ücretsiz olmakta, bazı fuarlarda işverenlerden katılım bedeli alınmaktadır.[60]

Fuarın düzenleneceği tesisler büyüklük, mekân ve lokasyon bakımından çeşitlilik göstermektedir. Düzenleme alanı olarak üniversite/kolej birlikleri, otel balo salonları, konferans merkezleri, kongre ve fuar merkezleri, şirket kafeteryaları, toplum merkezleri, spor salonları, eğlence merkezleri, ya da uygun donanım ve altyapıya sahip diğer geniş tesisler tercih edilebilmektedir. Fuarın lokasyonu, hedef kitlenin rahatlıkla ulaşabileceği bölgelerden belirlenmektedir.[61]

Fuar için bahar ayları en uygun aylardır. Fuar günleri ise genel olarak iki gün olup, hedef kitlenin kompozisyonuna göre bir gün hafta içi bir gün de tatil günü olarak belirlenmektedir.[62]

Fuarların uygulanma süreci ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Fuarlar, kamu istihdam kurumlarının yapılanma biçimlerine göre, bölgesel ya da yerel düzeyde düzenlenebilmektedir. Örneğin, Meksika'da Ulusal İstihdam Servisi (SNE) tarafından yıl boyunca ülkenin çeşitli kentlerinde düzenlenen yerel istihdam fuarları ile iş arayanların özellikle küçük ve orta ölçekli şirketlerdeki iş imkânlarından haberdar

---

[60] USAID; **a.g.m.,** s.1.

[61] Gianguilio, Elizabeth A; **Job Fairs**, Jeffrey H. Greenhaus, Gerard A. Callanan (Ed.) in **Encyclopedia of Career Development**, 2006., **s.420.**

[62] Bowman, Mike; **"**5 Ways to Draw More Applicants to Your Job Fair Booth", https://www.recruiter.com/i/5-ways-to-draw-more-applicants-to-your-job-fair-booth/ (15.10.2015).

olmaları ve işverenler ile temasa geçmeleri hedeflenmektedir.[63] Avustralya'da bölgesel düzeyde faaliyet gösteren yerel koordinatörler bölgelerinde istihdam fuarları düzenleyerek iş arayanlar ile işverenleri bir araya getirmektedirler.[64]

Fuarlar ziyaretçi hedef kitle açısından değerlendirildiğinde, tüm iş arayanların katıldığı herkesi kapsayan bir fuar düzenlenebileceği gibi, engelli, uzun süreli işsiz, kadın, genç, göçmen gibi belirli gruplara yönelik spesifik fuarlar da düzenlenebilmektedir. Örneğin; Kanada'da "Hedef Odaklı İstihdam Fuarları" işverenlerin Belçika, Tunus ve Fransa'dan gelen Fransızca konuşan çeşitli becerilere sahip göçmen iş arayanlara ulaşmasını ve göçmenlerin istihdamını sağlamaktadır.[65] Meksika'da kadınların ve kırılgan grupların işgücü piyasasına katılımını teşvik etmeye yönelik politikalar arasında bulunan ve bu gruplara yönelik düzenlenen fuarlar önemli bir yer tutmaktadır. 2013 yılında engelli ve yaşlılara yönelik 35 fuar, gençlere yönelik 25 ve kadınlara yönelik 10 fuar düzenlenmiştir.[66] Romanya aktivasyon ve sosyal içerme politikaları kapsamında fuarlar, sosyal dışlanmaya maruz kalan grupların işgücü piyasasına katılmalarını sağlamaya yönelik olarak düzenlenmektedir. Dünya Bankası'nın sosyal dışlanma ile ilgili hazırlamış olduğu raporda 2011 yılında 360.000 Roman iş arayanın fuarlar sonrasında iş bulduğu belirtilmektedir.[67]

Katılımcı hedef kitle açısından değerlendirildiğinde, fuarlar sektör ayrımı olmaksızın karma bir grup işverenin katılımı ile düzenlenebileceği gibi sınıflandırılmış işveren gruplarının katılımı ile sektör bazlı da düzenlenebilmektedir.

İşveren stantları ve danışma masaları dışında çoğu fuarlar iş arayanlar için ekstra özellikler sunmaktadır. Bu kapsamda iş arama sürecini desteklemek amacıyla istihdam ve kişisel gelişim konularında çalıştaylar, seminerler, konferanslar, paneller düzenlenmektedir. Ayrıca, özgeçmiş hazırlama ve gözden geçirme ile mülakat simülasyonları faaliyetleri de gerçekleştirilmektedir. Bu oturumlara katılan ziyaretçiler ağ oluşturma/kurma becerisi, mülakat beceri ve teknikleri, özgeçmiş oluşturma, iş arama planı oluşturma, iş başvurusu için uygun işyeri arama yaklaşımları konularında

---

[63] Alpaslan ve Acar; **a.g.e.,** s.52.
[64] Alpaslan ve Acar; **a.g.e.,** s.58.
[65] OECD; **International Migration Outlook 2014**, s.179.
[66] **Mexico Employment Plan**, Mexico 2014.
[67] World Bank, **Portraits of Labour Market Exclusion**, Washington 2015, s.244.

bilgi edinme ve alanında uzman konuşmacıları dinleme imkânı elde etmektedir. Bu tür faaliyetler "fuar etkinlikleri" kapsamında düzenlenmektedir.[68]

Bazı fuarlarda çekiliş, konser gibi etkinliği daha cazip hale getirecek ekstra etkinliklere de yer verilmektedir. Bu tür faaliyetler de "fuar ekstraları" kapsamında düzenlenmektedir.[69]

1.5.3 İstihdam Fuarlarının Avantajları

Günümüzde fuarlar işe alım sürecinin ilk basamağı olan ilk tarama aşaması için tercih edilen oldukça yaygın bir biçimde uygulanan bir yöntem haline gelmiştir. Fuarların iş arayanlar, işverenler, kamu istihdam kurumları ve diğer kurum/kuruluşlar açısından önemli avantajları bulunmaktadır. Bu tür etkinliklerde, iş arayanlar ve firma çalışanları arasında etkileşim ve bilgi paylaşımı sağlanmakta, taraflar arasında ilk izlenimler oluşmaktadır. Ancak etkin bir fuar gerçekleştirilememesi halinde fuarlar, hedef kitle tarafından zaman kaybı olarak da görülebilmektedir.[70]

Katılımcı firmalar için fuarlar potansiyel çalışanları ile görüşmenin, mevcut işgücü ihtiyaçlarını karşılamanın, firma tanıtımlarını yapmanın, başvuru yapanların özgeçmişlerinden aday havuzu elde etmenin en düşük maliyetli yoludur.[71] Fuar düzenlenirken oluşan organizasyon maliyetleri genellikle fuarı organize eden kurum/kuruluş tarafından üstlenildiği ve işverenlerden genellikle katılım bedeli talep edilmediği ya da çok az bir miktar talep edildiği için, fuarlar çoğu işveren için işçi arama stratejilerinde önemli bir araç olmaktadır.

Ziyaretçiler açısından fuarlar iş arama sürecinde çeşitli firmalara başvuru yapmanın ve kısa sürede birçok mülakata katılabilmenin en rahat yoludur. Ayrıca, iş arayanların firmaları yakından incelemelerine ve kariyer olanakları ile ilgili bilgi toplamalarına imkân sağlamaktadır. İşgücü piyasası dışında yer alan kişiler fuarlar sayesinde işgücü piyasasına katılabilmekte, işverenlere kendilerini tanıtabilmekte ve kamu istihdam kurumlarının sunduğu hizmetler hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. İş

---

[68] Gianguilio; **a.g.e.**, s.421.
[69] Job Fair Extras, http://www.jobmonkey.com/jobfairs/extras-sessions/, (15.11.2015).
[70] Sttreisguth, Tom; "Pros&Cons of Job Fairs", http://work.chron.com/pros-cons-job-fairs-1261.html (15.11.2015).
[71] Gianguilio; **a.g.e.**, s.420-421.

arayan için asıl amaç fuardan kısa bir süre sonra başvuru yaptığı firmalarda kurum içi mülakatlara çağırılmaktır.

Kamu istihdam kurumları ise fuarlar aracılığıyla, hedef kitlenin bütününü oluşturan iş arayanlar, işverenler ve öğrencileri bir araya getirmek suretiyle, aracılık hizmetlerini daha etkin bir şekilde yürütmekte, işgücü piyasasında bilgi akışını sağlayarak piyasanın şeffaflaştırılmasına katkıda bulunmakta, hizmetlerini tanıtmakta ve kurumsal tanınırlığını artırmaktadır.

1.5.3.1 Katılımcı İşverenler Açısından

İstihdam fuarlarının katılımcı işverenler açısından avantajları aşağıda sıralanmıştır:[72]

- İşverenlere mümkün olan en kısa sürede mümkün olan en çok sayıda aday ile görüşme olanağı sunmaktadır.
- Birçok firma işe alma çabalarını en üst düzeye çıkarabilmekte ve açık iş pozisyonlarını kapatmak için harcanan reklam giderlerini en aza indirebilmektedir. Özellikle katılımın ücretsiz veya düşük ücretli olduğu fuarlar maliyet açısından en etkin fuarlar olmaktadır.
- İşverenlere -özellikle faaliyete yeni başlayan firmalar (start-up business) için- ihtiyaç duydukları işgücüne daha hızlı ve direkt olarak ulaşabilme imkânı ve firmalarının tanıtımlarını yapma imkânı sunmaktadır.
- İşverenlere markalarını oluşturma fırsatı sunmaktadır. Çünkü fuarlar ulusal ve hatta uluslararası arenada oldukça yüksek tanıtımlı bir etkinliktir.
- Fuar esnasında işgücü ihtiyacı olmayan firmalar için özgeçmiş havuzu oluşturma veya özgeçmiş havuzlarını yenileme imkânı sağlamaktadır.
- Stant görevlileri genellikle firmaların insan kaynakları birimlerinde çalışan yöneticiler ve uzmanlar olduğu için, diğer firmaların temsilcileri ile ağ oluşturma ve paylaşım imkânı sağlamaktadır.
- Bazı işverenler için açık iş pozisyonlarına uygun adayın başvurması halinde direkt işe alım platformu olarak değerlendirilmektedir.

[72] Iman, Faizah; "The Advantages of Attending Job Fairs", http://work.chron.com/advantages-attending-job-fairs-8568.html, (03.12.2015); Krueger, Brian D.; **Job Fair Success, in College Grad Job Hunter**, 2008, s.123-137.

1.5.3.2 Ziyaretçiler Açısından

İşverenler hangi amaçlarla fuarda olursa olsun, iş arayanlar için fuarlara katılmanın çok sayıda avantajı bulunmaktadır. İş arama sürecinde başvurulan faydalı ve önemli araçlardan bir tanesidir. Fuarların ziyaretçiler açısından avantajları aşağıda sıralanmıştır:

- Potansiyel işverenler ve iş arayanlar ile ağ kurmayı ve iş çevresi edinmeyi sağlar.[73]
- Sektörleri, işletmeleri, işe alım süreçlerini, gerekli yetkinlikleri, çalışma yaşamını ve koşullarını, yetkinliklere ilişkin temel bilgileri öğrenme, iş başvurusu becerilerini kazanma, mülakat becerileri deneyimleme, iş ve staj başvurusu yapma imkânları sunmaktadır.[74]
- Fuarlar iş arayanlara firmalar nezdinde olumlu izlenimler oluşturma, etkin bilgi toplama, alternatif kaynak arama stratejileri ve ağ oluşturma fırsatları sunmaktadır.[75]
- Firma temsilcileri ya da insan kaynakları yöneticilerine merak edilen tüm sorular sorularak anında yanıtlar alınabilmektedir.
- Firma temsilcilerinden açık işler ve işe alım prosedürleri hakkında birçok şey öğrenilebilmektedir.
- En temel düzeyde, istihdam fuarlara katılıyor olmak zaman ve çaba maksimizasyonu ve enerji tasarrufu sağlamaktadır. Fuarlara yaklaşık 50 ila 100 firma katılmaktadır. Fuar dışında başka herhangi bir ortamda bir günde bu kadar işvereni ziyaret etmek neredeyse imkânsızdır. İş arayanlar fuara ev sahipliği yapan kurum ile daha önceden irtibata geçilerek katılacak olan firmalar ve açık iş pozisyonları hakkında bilgi alabilmektedir. Bu bilgi ile donanmış halde işveren stantları planlı bir şekilde ziyaret edildiğinde fuardan daha fazla verim elde edilebilmektedir.
- Firmaların işe alım süreçlerinden sorumlu uzman ve yöneticileri ile yüz yüze görüşme imkânı sağlamaktadır. Normalde firmalara iş başvuru formu gönderildiğinde işverenlerin mülakat için iletişime geçmesi günler ya da haftalar alabilmektedir. Fuarlarda insan kaynakları yöneticileri hemen orada

[73] http://work.chron.com/pros-cons-job-fairs-1261.html.
[74] Özden; **a.g.e.**, s.127-128.
[75] Gianguilio; **a.g.e.**, s.421.

mülakat yapmakta ve yapılan mülakat sonucuna göre bazen aynı gün iş teklifi alınabilmektedir.

- Kariyer süreçleri ile ilgili detaylı bilgi toplanabilmektedir.
- Firmalara uzaktan yapılan iş başvurularında başvuru sahibi, yalnızca başvuru formları ya da özgeçmişlerde yer alan bilgiler ile hatırlanırken, fuara katılarak yapılan başvurularda iş arayan kişisel imajını da yansıtma imkânı bulmaktadır. İş arayanlar, işverenlere kendilerini, ehliyet ve becerilerini resmi bir dille anlatarak akıllarda kalıcı bir ilk izlenimi oluşturma imkânı elde etmektedir. Fuarda anlık olarak iş teklifi ile sonuçlanmasa bile işveren ile kişisel temas kurulması işyerinde yapılacak mülakatlarda ilk sırada olunmasını sağlamaktadır.
- Firma personeli ile tanışma, yaptıkları işin avantaj ve dezavantajları ile ilgili görüşme, personele sağlanan sosyal ve ekonomik haklar, firmanın yönetim tarzı ve kültürü ile ilgili bilgi edinmeyi sağlamaktadır.
- Firmayı yakından tanımak, ürün/hizmetlerini keşfetmek, merkez ve şube yapılanması, rakipleri, sektördeki durumu, sunduğu iş imkânları gibi bilgilere rahatlıkla ulaşmayı sağlamaktadır.
- Genellikle iş arayanların özgeçmişleri ile ilgili anlık geri bildirim almasına olanak tanımaktadır.
- Başvuruları inceleyen insan kaynakları çalışanları tarafından tanınmaya, ilgilenilen firma içindeki kişilerle iletişim kurmak için gerekli iletişim bilgilerini elde etmeye olanak tanımaktadır.[76]

1.5.3.3 Diğer Kurum/Kuruluşlar Açısından

İlgili diğer kurum/kuruluşlara; kurum/kuruluşlarını ve hizmetlerini tanıtma, uyguladığı ve/veya uygulayacağı politikaları ile ilgili hedef kitleyi bilgilendirme ve işgücü piyasasında daha aktif bir konuma gelme fırsatı sunmaktadır.

1.5.3.4 Kamu İstihdam Kurumları Açısından

Fuarlar sayesinde kamu istihdam kurumları kurum hizmetleri hakkında kamuoyunda farkındalığı artırmakta, işgücü piyasasında imajını güçlendirme imkânı

[76] http://work.chron.com/advantages-attending- job-fairs-8568.html.

elde etmektedir. Fuarların kamu istihdam kurumları açısından avantajları aşağıda belirtilmiştir:

- Kamu istihdam kurumlarının temel misyonu olan iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetinin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlar.
- Kamu istihdam kurumlarının tanınırlıklarının artırılmasına hedef kitle tarafından iş ve işçi arama stratejilerinde ilk başvuru kanalları arasında yer almalarına katkı sağlamaktadır.
- Kurum hizmetleri hakkında kamuoyunda farkındalık oluşturma ve hedef kitleyi bilgilendirme imkânı sunmaktadır.
- Kurumların var oluş sebebi olan işgücü piyasasındaki bilgi eksikliğinin giderilmesi ve işgücü piyasasının şeffaflaştırılması sürecine katkı sağlamaktadır.

Tüm bu avantajların yanı sıra fuarlar birtakım dezavantajları da beraberinde getirebilmektedir. Fuarların organizasyon süreci iş arayanlar, işverenler ve organizasyona ev sahipliği yapan kamu istihdam kurumları için zaman ve maliyet gerektirmektedir. Yeterli katılımın sağlanamadığı, iş arayan ve işverenlerin beklentilerinin uyuşmadığı fuarlar faydasız, gereksiz ve zaman kaybı olarak görülebilmekte, bu şekilde ev sahibi kurumun imajı olumsuz etkilenebilmektedir.

1.5.4 İstihdam Fuarlarının Türleri

1.5.4.1 Organizasyon Şekline Göre

Fuarların organizasyon şekline göre yüz yüze ya da sanal fuarlar olmak üzere iki türü bulunmaktadır.

1.5.4.1.1 Yüz Yüze İstihdam Fuarları (In-Person /On-site/ Live Job Fairs)

İşverenlerin ve iş arayanların fiilen fuara katılımıyla gerçekleştirilen fuarlardır. Bu fuarda iş arayanlar, birçok işverene aynı anda ulaşma, işverenler ya da firma temsilcileri ile yüz yüze görüşme, merak ettiklerini sorma, iş sözleşmesini anlık işe alımlarda karşılıklı olarak imzalama, firmanın tanıtımı ile işin gerektirdiği vasıflar, ücret, sosyal haklar gibi açık işin detaylarını doğrudan işverenden öğrenme imkânı bulabilmektedir. Yüz yüze fuarlar daha çok büyük firmalar ya da faaliyete yeni başlayan

firmalar tarafından tercih edilmektedir. Stantlar işverenlere ücretsiz ya da metrekare üzerinden hesaplanan cüzi bir bedel karşılığı tahsis edilmektedir.[77]

1.5.4.1.2 Sanal İstihdam Fuarları (Online / Virtual Job Fairs)

Fuarların bir diğer türü sanal istihdam fuarladır.[78] Sanal fuarlar 2000'li yılların başında yeni bir fenomen olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel fuarlardan farklı olarak sanal fuarlar iş arayanlar ve işverenlerin sanal ortamda görüşmelerine izin vermekte, her iki tarafa da zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır.[79]

İş arayanlar sisteme online giriş yaparak kayıt olmakta ve özgeçmişlerini sisteme yükleyerek işverenlerin sanal stantlarına göz atma imkânı bulmaktadır. İş arayanlar için katılım ücretsizdir. Ancak işverenlerden makul bir katılım bedeli talep edilebilmektedir. Sanal fuarlara katılım ücretinin düşük olması, gerçek bir stant satın almak ve kurmak gibi süreci yönetme mecburiyetinin bulunmaması gibi sebeplerle daha çok küçük firmalar tarafından tercih edilebilmektedir. Sanal fuarın ilk aşaması başvuruların toplanması ve kamu istihdam kurumları tarafından işverenlerin ihtiyaçları doğrulusunda aday taramasının yapılmasıdır. Bu aşamada iş arayanlara yönelik değerlendirme testleri uygulanmakta, testlerin sonuçları doğrultusunda, iş arayanların becerileri ile firmaların işgücü ihtiyaçlarına göre eşleştirme yapılarak taraflara uygun olacak şekilde direkt yönlendirme desteği sağlanmaktadır. Böylece işverenler kendilerine uygun olan veya olmayan bütün özgeçmişleri incelemek zorunda kalmamaktadır. Uygun bulunan iş arayanlar firmaların sanal stantlarını inceleyebilmekte, daha fazla bilgi edinebilmekte, firmaya ilişkin videolar izleyebilmekte ve uygun pozisyonlar için özgeçmiş yükleyebilmektedir.[80]

Sanal fuarlar genellikle ulusal bazda, bazen uluslararası çapta 7/24 erişim imkânı sağlayacak şekilde, maksimum iki hafta olmak üzere, birkaç saat veya birkaç gün süreli olarak düzenlenmektedir. Fuarlar online gerçekleştiği ve fiziksel bir kısıt olmadığı için, firmalar stantlarını düzenlerken açık işlerden, ilerleme olanaklarına, tazminattan kurum kültürüne kadar hemen her konuda bilgiyi ayrıntılı bir şekilde aktarabilme imkânına

[77] Yate, Martin; "How Job Seekers Sould Use Job Fairs?", http://www.forbes.com/sites/nextavenue/2014/07/08/how-job-seekers-should-use-job-fairs/, (10.10.2015).
[78] Online and Virtual Job Fairs; http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/, (10.10.2015).
[79] http://careerrocketeer.com/2011/11/now-hiring-the-value-of-virtual-job-fairs.html, (31.10.2015).
[80] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/

sahip olmaktadır. Sanal stantlarda işverenler ya da insan kaynakları uzmanları görevlendirilmektedir. Online mülakattan önce işin detayları online ve sözlü olarak iş arayanlara ayrıca tanıtılmaktadır. Yüz yüze fuarlarda olduğu gibi iş arayanlar yine bütün sorularını işverenlere iletebilmekte ve görüşmeler video kamera ile gerçekleştirilmektedir. İş arayanlar fuarlara evlerinden ya da herhangi bir yerden gece, gündüz fark etmeksizin diledikleri zaman girebilmekte, açık iş araştırmakta ve iş başvurusu yapabilmekte ya da fuarı düzenleyen kurumun ofis ortamında hazırlamış olduğu bir görüşme odasından katılabilmektedir. Sanal istihdam fuarları video ve materyal paylaşımı, canlı sohbet etme imkânı gibi bilgi çağının gerekleri ile örtüşen sayısız imkânlar sunmaktadır. Günümüzde bu teknolojik imkânlar hem iş arayanlar hem işverenler açısından kolaylık sağlamakta ve bu sistem gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.[81]

Yüz yüze fuarlar, katılımcıların yüz yüze konuşabilmeleri sayesinde kendilerini ifade etmelerine ve potansiyel çalışma arkadaşları üzerinde olumlu etkiler bırakmalarına, özgeçmişlerini doldurabilmelerine ve ihtiyaç duyulan işle ilgili olumlu izlenimler elde etmek amacıyla sorular sorarak işverenlerden açık iş pozisyonları hakkında direkt olarak bilgi almalarına olanak sağlamaktadır. Benzer şekilde online fuarlar, iş arayanlara muhtemel işverenleri ile internet aracılığı ile iletişime geçmeleri için alternatif yol sunmaktadır. Sanal fuarlarda iş arayan için iş arama stratejilerine ilişkin ipuçları içeren tele seminerler ve ağ seminerleri de bulunmaktadır.[82]

AB ülkelerinde iş arayanlara iş bulmak, işverenlere de ihtiyaç duydukları işçiyi temin etmek amacıyla kapsamı genişletilen eşleştirme faaliyetlerinde sanal fuarlardan faydalanılmaktadır.[83]

İş arayanlar ve işverenler açısından sanal fuarlara katılım önemli avantajlar sunmaktadır. Sanal fuarlara katılmanın iş arayanlar açısından avantajları şunlardır:[84]

- Evden ya da ofisten fuar ortamına rahat giriş yapılabildiği için erişim kolaylığı sağlamaktadır.
- Seyahat gerekmediği için ulaşım gideri bulunmamaktadır.
- Aynı anda birden çok görüşme yapılabilmektedir.

---

[81] Nessler, Mike; "Three Ways Virtual Technologies Are Making a Difference in HR", **Employment Relations Today (Wiley),** Sayı 40, 2013, s.47-52.
[82] Nessler; **a.g.m.,** s.47-52.
[83] AB; **2014 AB İstihdam Planı**, s.11.
[84] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/

- İş arayanlar çok sayıda istihdam olanağına erişebilmektedir.
- Çalışmak istenen firmanın mevcut çalışanları ile sanal ortamda tanışma imkânı sağlamaktadır.
- Elektronik ortamda yalnızca özgeçmiş bırakmak yerine firma temsilcileri ile konuşma fırsatı sunmaktadır.
- Daha küçük firmalara ulaşma imkânı sağlamaktadır.
- Başka coğrafi bölgelerdeki iş imkânlarına da ulaşılabilmektedir.
- İş arayanların sanal forumlar sayesinde ağlarını genişletmelerine olanak tanımaktadır.

Sanal fuarlara katılmanın işverenler açısından avantajları şunlardır:[85]

- Farklı coğrafi bölgelerden çok sayıda nitelikli işgücüne, oldukça geniş bir aday havuzuna çok düşük maliyetle rahatlıkla erişim ve adaylarla görüşme olanağı sağlamaktadır.
- İşverenlere farklı disiplinlerden sıra dışı adaylar ile karşılaşma fırsatı sunmaktadır.
- İş ilanlarının duyurulması için herhangi bir maliyete katlanmadan farklı özelliklerde çok sayıda adaya ulaşabilme imkânı sağlamaktadır.
- Geleneksel istihdam fuarlarına göre hem katılım bedeli hem ulaşım giderleri açısından daha az maliyetli olduğundan paranın tasarruf edilmesini sağlamakta, bu da küçük ve orta ölçekli işletmeler için katılımı daha cazip hale getirmektedir.
- Fuar alanlarına ulaşım mecburiyeti olmaması, günün her saati ofisten erişim imkânı olması sebebiyle kolaylık ve rahatlık sağlamaktadır.
- Aynı anda birden fazla aday ile görüşme yapılabildiğinden geleneksel fuarlara göre zaman tasarrufu sağlamaktadır.

Sanal fuarların avantajlarının yanında, firma temsilcileri ile gerçek bir bağlantı kurma imkânı olmaması, iş arayanların mail adresleri ya da giriş bilgilerinin paylaşılma ihtimalinin olması, en önemlisi de, iş arayanların evden çıkma, tanışma, iş arama becerilerini deneme ve geliştirme imkânlarından yoksun kalmalarına neden olması gibi dezavantajları bulunmaktadır.[86]

---

[85] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/
[86] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/

Son dönemlerde daha çok gelişmiş ülke kamu istihdam kurumları tarafından sıklıkla tercih edilen sanal fuarlar katılımcılar için rahatlık sağlamakla birlikte, yüz yüze fuarların yerini alması pek mümkün görünmemekte, yüz yüze fuarlar internet çağında bile önemini korumaya devam etmektedir.

1.5.4.2 Amaç ve Kapsama Göre

İstihdam fuarları iş arayanlar ve işverenler arasında temel bağlantılardan bir tanesi olarak görev yapmaktadır. Fuarlar her iki grubun da arama stratejilerini çeşitlendirme imkânı sunmaktadır. Fuarların birçok çeşidi bulunsa da, hepsinin ortak noktası iki işlevli olmasıdır. İşverenlere çok sayıda işçi ya da stajyer adayı ile buluşma, görüşme ve adayları değerlendirme olanağı sunarken, eş zamanlı olarak iş ya da staj yeri arayan adaylara da çok sayıda işverenle buluşma, görüşme ve değerlendirme imkânı sunmaktadır. Yıl boyunca düzenlen fuarlar, ekonomik koşullardan bağımsız olarak işverenler için popüler bir işe alım mekanizması olmaya devam etmektedir.[87]

Fuar türleri genel olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilmektedir. Her fuar türü yüz yüze ya da sanal fuar şeklinde ya da her ikisi birlikte olacak şekilde düzenlenebilmektedir.

1.5.4.2.1 Genel Kabul Görmüş Fuarlar/Halk Fuarları (General Admittance Job Fairs/Public Job Fairs)

Bu fuarlar "istihdam fuarı" denildiğinde çoğu kişinin aklına ilk gelen tipik fuar türüdür. En yaygın olarak bu fuarlar düzenlenmektedir. Bu tür fuarlarda katılımcı yelpazesi çok geniş olmakta ve yüzün üzerinde işveren katılmaktadır. Katılımcılar arasında çok sayıda ve her sektörden özel sektör işyeri, okullar, devlet ve özel üniversiteler, özel istihdam büroları, sendikalar, askeri kurumlar, kamu kurum/kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır.[88]

İş arayanların, yeni mezunların, öğrencilerin, mezun adayı öğrencilerin yani bütün iş arayan ya da potansiyel iş arayanların katılımına açık, nitelikli niteliksiz, deneyimli deneyimsiz, mavi yaka beyaz yaka her pozisyondan açık işin olduğu fuarlardır. Bu tür fuarların amacı, çok çeşitli iş, eğitim ve staj olanaklarını en geniş

[87] Gianguilio; **a.g.e.,** s.42.
[88] Job and Career Fairs; http://www.jobmonkey.com/jobfairs/ (31.10.2015).

kapsamda sunarken, katılımcıları ise istihdam edebilecekleri potansiyel kitle ile buluşturmaktır. Tipik olarak bir fuar salonunda ya da toplum merkezinde yapılmaktadır. Buluşturmanın yanı sıra çeşitli etkinliklere ve ekstralara da yer verilmektedir. Süre olarak bazı fuarlar bir günden daha uzun sürmesine rağmen genellikle bir-iki gün sürmektedir. İş arayanlar için katılım ücretsizdir. Diğer taraftan, katılımcılar için ücretsiz olabileceği gibi makul meblağlarda katılım bedeli de talep edilebilmektedir. Bununla birlikte fuarların çok kalabalık olması karışıklığa neden olabilmektedir.[89]

1.5.4.2.2 İhtisas Fuarları (Speciality Job Fairs)

Bu fuarlar "bilişim" ya da "mühendislik" gibi belirli bir sektöre yöneliktir. Fuarın düzenlendiği ihtisas alanında yer alan iş arayanlar için işverenlere ulaşmak adına mükemmel bir kaynaktır. Burada da kelimenin tam anlamıyla yüzlerce kalifiye aday yarışmaktadır. Mesleki istihdam fuarlarında olduğu gibi çoğu zaman iş arayanlar potansiyel işverenler ile daha sonra doğrudan temas kurabilmek amacıyla bilgi toplamayı sağlamak amacıyla bu fuarları kullanmaktadır.[90]

1.5.4.2.3 Mesleki Fuarlar (Professional Job Fairs)

Bu genel mesleki istihdam fuarları muhasebeden programlamaya, mühendislikten satışa çok geniş bir yelpazeden profesyonel mesleklere yönelik düzenlenmektedir. Profesyonel mesleklerdeki açık işleri doldurmak amacıyla yalnızca mesleki deneyime sahip adayların, deneyim bazında yarıştığı bu fuarla, adayları fuara çekmek amaçlanmaktadır. Çoğu zaman, iş arayanlar potansiyel işveren ile daha sonra doğrudan temas kurabilmek amacıyla bilgi toplamak için bir yol olarak bu fuarları kullanır.[91]

1.5.4.2.4 Tek Konulu Fuarlar (Single Topic Job Fairs)

Piyasa koşullarına bağlı olarak ya da belirli bir alanda işgücü açığının doğmasına bağlı olarak daha dar bir kapsamda düzenlenen fuarlardır. İlgili alanda (sektörde)

---

[89] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/
[90] Krueger; **a.g.e.,** s.123-137.
[91] Gianguilio; **a.g.e.,** s.420-421.

formasyona sahip kişiler ile açık işler eşleştirilmektedir. Bu fuarlarda açık iş imkânları ile birlikte genel bilgilendirmeler yapılmaktadır.[92]

1.5.4.2.5 Tek İşveren Fuarları /Şirket Özel Fuarları (Single Employer Job Fair)

Çeşitli pozisyonlarda çok sayıda iş olanaklarına sahip birçok departman ve birimden oluşan büyük işverenlerin, departman ve insan kaynakları yöneticileri ile katılarak farklı pozisyonlardaki işgücü ihtiyacını anlık olarak karşılamak üzere düzenlenen fuarlardır. İşe alım süreci fuarda başlayıp fuarda tamamlanmaktadır.[93]

1.5.4.2.6 Giriş/Başlangıç Seviyesi Fuarları (Entry-Level Job Fairs)

Giriş düzeyi fuarlar henüz iş deneyimi olmayan yeni mezunlar ya da işgücü piyasasına yeni giriş yapmış iş arayanlara yönelik fuarlar olup, ulusal düzeyde merkezi lokasyonlarda düzenlenmektedir. Son derece yaygın bir şekilde tanıtımı yapılan bu fuarlara en az 300 mil çapında bir coğrafi alandan çok sayıda iş arayan ve öğrenci katılım sağlamaktadır.[94]

---

[93] http://www.jobmonkey.com/jobfairs/
[94] Gianguilio; **a.g.e.**,s.420-421.

İKİNCİ BÖLÜM
İSTİHDAM FUARLARININ YURTDIŞI VE TÜRKİYE UYGULAMALARI

Çalışmanın bu bölümünde fuarların yurtdışı ve Türkiye uygulamalarına ilişkin hususlar aktarılmıştır. Yurtdışı uygulamaları olarak EURES (Avrupa İstihdam Hizmetleri Ağı), Almanya, Hollanda ve Fransa seçilmiştir.

2.1 İSTİHDAM FUARLARININ ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE İNCELENMESİ

Seçilmiş yurtdışı uygulamalarında fuarlar iş ve işçi bulmaya aracılık ve kamu istihdam kurumlarının tanıtımı açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmekte ve kendisine yaygın bir kullanım alanı bulmaktadır. Bu bölümde istihdam fuarlarına ilişkin uygulamalar ve düzenlemeler, seçilmiş örnekler bazında ayrı ayrı incelenmiştir.

2.1.1 EURES* (European Job Days İstihdam Fuarı Konsepti)

"European Job Days", Avrupa çapında iş arayanları ve işverenleri bir araya getiren EURES tarafından düzenlenen dinamik bir istihdam fuarı etkinliğidir. Bu etkinlik ile Avrupa işgücü piyasası gibi büyük bir piyasayı dinamik tutmak, iş arayanların kendi ülkeleri dışındaki iş eğitim ve staj imkânlarını öğrenmeleri ve işverenlere ulaşmalarını, işverenlerin de kendi ülkeleri dışındaki potansiyel iş arayanlara ulaşmalarını sağlamak amaçlanmaktadır. İş arayanlar yalnızca istihdam, staj ve eğitim fırsatları ile karşılaşmamakta, aynı zamanda EURES danışmanları ile insan kaynakları ve istihdam uzmanlarından pratik bilgiler, öneri ve tavsiyeler de alabilmektedir. European job days, yalnızca deneyimli iş arayanlar için değil işgücü piyasasına yeni giren iş arayanlar için de önemli bir ağ oluşturma fırsatı sunmaktadır. İşverenler için ise oldukça büyük bir Avrupa işgücü havuzuna ücretsiz ve direkt olarak erişim imkânı sağlamaktadır.[95]

---

[95] https://www.europeanjobdays.eu/en/about (01.12.2015).

*** EURES (Avrupa İstihdam Hizmetleri Ağı)** Avrupa Komisyonu (EC) ile üye ülkelerdeki kamu istihdam kurumları arasındaki bir bağlantı mekanizmasıdır. EC ile üye ülkelerin kamu istihdam kurumları tarafından koordine edilmektedir. Avrupa çapında her ülkede görevlendirilmiş günlük olarak iş arayanlar ve işverenler ile iletişime geçen 1068 EURES danışmanından oluşan uzman kadrosu ve iş fırsatları ve pratik tavsiyeler içeren web portalı aracılığıyla işçilerin serbest dolaşımını kolaylaştırmayı

European job days AB'nin Avrupa vatandaşları için daha çok ve daha iyi işler sağlama taahhüdünün bir parçası olarak 2005'ten itibaren uygulanmaya konulmuştur. EURES tarafından ilgili ülkenin kamu istihdam kurumları ile işbirliği halinde düzenlenmektedir. Genellikle eylül ve ekim aylarında, Avrupa genelinde seminerler, eğitimler, çalıştaylar gibi farkındalık artırmaya yönelik etkinlikler eşliğinde yapılmaktadır.[96] Yıl içerisinde bir kez Avrupa Komisyonu'nun merkezi olan Brüksel'de çok geniş katılımlı bir fuar düzenlenmektedir. Bu fuara yalnızca Belçika'da faaliyet gösteren firmalar değil, Fransa, İtalya gibi hemen her Avrupa ülkesinden katılımcı firmalar katılmaktadır. Yüz yüze ve online birlikte düzenlendiği için hem katılımcı hem ziyaretçi sayısı yüzbinleri bulmaktadır. Bunun haricinde Avrupa genelinde her yıl yüzlerce european job days etkinliği düzenlenmektedir. European job days, büyüklük ve hedef kitle bakımından değişiklik göstermekle birlikte hepsinin ortak amacı Avrupa çapında işgücü piyasasında şeffaflığı sağlayarak işgücü hareketliliğini teşvik etmek ve doğru adayı doğru işe yerleştirmektir.

Fuarlar, yüz yüze ve/veya sanal şekilde düzenlenmektedir.[97] Karma olanlarda fuarlar yalnızca yüz yüze değil sanal görüşmelere de imkân verecek şekilde tasarlanmaktadır. Fiziksel bir ortamda buluşma zorunluluğu olmadan iş arayan ve işverenlerin sanal ortamda buluşmalarını sağlayan "online european job days" son dönemlerde oldukça yaygın bir biçimde düzenlenmektedir. Fuar alanında bulunamayan işverenin sanal stantlar ile katılması sağlanmaktadır. Ziyaretçiler fuar alanında hazırlanan küçük kabinlerde kurulu sistemler sayesinde ilgili işverenin sanal standına giriş yapılarak iş görüşmesi sağlanmaktadır. Benzer şekilde, fuar alanında olamayan

---

amaçlayan bir istihdam portalıdır. EURES 1994'ten bu yana AB / Avrupa Ekonomik Alanı (EEA) ile İsviçre sınırları içinde yaşayan insanların, vatandaşı oldukları devletin dışındaki ülkelerde iş bulmaları için hizmet sağlayan bir iletişim ağıdır.
EURES, bir taraftan Avrupa'da iş arayan kişileri, iş olanakları, ülkelerin yaşam ve çalışma şartları hakkında bilgilendirerek, onlara rehberlik ederken; diğer taraftan diğer ülkelerden işçi istihdam etmek isteyen işverenlere destek olmaktadır. Aynı zamanda, sınır ötesi bölgelerdeki işçi ve işverenlere rehberlik ve danışmanlık hizmeti vermesi nedeniyle Avrupa'da sınır ötesi bölgelerde önemli bir rol oynamaktadır.
EURES iş arayanlara, Avrupa ülkelerindeki çalışma ve yaşam koşullarına ilişkin bilgi vererek ve danışmanlık yaparak, Avrupa ölçeğinde bir istihdam kurumu işlevi görmesi ve işçi arayan işverenlere yol göstermesi; ayrıca Avrupa ülkelerindeki çalışma ve yaşam şartlarına ilişkin detaylı bilgi sunan bir veri tabanı oluşturması aracılığı ile Avrupa işgücü piyasasının bütünleşmesine katkıda bulunmaktadır.
Aynı zamanda, EURES, Avrupa işgücü piyasasının gerçek anlamda bütünleşmesi için kilit önemi olan işgücünün sınır ötesi hareketliliğinin yoğun olduğu bölgeleri izlemek için de önemli bir araçtır. EURES kurulduğu yıldan bu yana sürekli gelişerek, deneyimli danışmanları aracılığı ile hizmetlerine devam etmektedir. [https://ec.europa.eu/eures/public/en/eures-services) (01.12.2015)]

[96] MEMO/08/577, Brüksel, 2008.

[97] Deland, Madeleine; "EURES Job Fairs", 13.07.2015, (e-mail).

ziyaretçilerin de online bağlantı kurarak fuar alanındaki işverenler ile görüşmesine ya da fuar kapsamında düzenlenen etkinliklere katılmasına imkân tanınmaktadır.[98]

2.1.2 Almanya (Jobaktiv ve Jobaktiv Light İstihdam Fuarı Konsepti)

Almanya'nın kamu istihdam kurumu olan Federal İş Ajansı'nın (Bündesagentur für Arbeit/BA) merkezi Nurnberg'de olup, BA merkeze bağlı 10 bölge müdürlüğü, 156 yerel iş ajansı ve yaklaşık 600 şubeden oluşmaktadır.[99] Almanya'da 1990'lı yıllardan itibaren kurum tanınırlığının ve temel hizmetlerin sunumunda etkinliğin artırılması amacıyla istihdam hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi kapsamında çok sayıda ve çeşitli türde etkinlikler düzenlemektedir.[100]

BA'nın kuruluş kanunlarında belirtilen görevleri kapsamında işgücü piyasasında iş arayanlar ile işverenler arasında köprü kurma, bilgi eksikliğini giderme, piyasayı şeffaflaştırma misyonu çerçevesinde çeşitli etkinlikler düzenleme yetkisi bulunmaktadır. Buradan hareketle ana hizmetlerinin sunumunu çeşitlendirmekte, kuruma olan yönelimi ve duyulan ihtiyacı artırmaktadır.[101]

Bu etkinlikler, genel olarak eğitim, bilgilendirme ve iş piyasasına yönelik "Jobaktiv" konsepti ile düzenlenen istihdam fuarları, iş arayanlara yönelik düzenlenen "Meslek Borsası", "İstihdam Borsası", "Akademisyen Günü" gibi tematik etkinlikler, velilere yönelik düzenlenen "Meslek Konularında İki Dilli Bilgilendirme Akşamı", işletmeler için "Business-Talk" akşamları ve iş hayatında geri dönmek isteyen anneler için işe geri dönüş konulu bilgilendirme toplantıları şeklinde sıralanabilmektedir.[102]

Etkinliğin kapsamı, organizasyon biçimi merkez ve bölge müdürlükleri ile yerel birimler açısından aynı olmamakta, belirlenen tema ve hedef kitleye göre farklılık göstermektedir. Bu etkinlikler arasında en kapsamlı olan ve bir kamu istihdam kurumu olarak güçlü bir imaj sergilenmesine en büyük katkıyı sağlayan etkinlik türü istihdam fuarlarıdır. Fuar organizasyonunun amacı;[103]

- İş eşleştirmede işlevsel aracılık sonuçları elde etmek,

---

[98] https://www.europeanjobdays.eu/en/about
[99] https://www.arbeitsagentur.de, (20.11.205).
[100] Öncel, Sefer; "Almanya İstihdam Fuarları", 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[101] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[102] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[103] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).

- İş arayanların işgücü piyasasına entegrasyonu kolaylaştırmak,
- Her iki hedef grup için uygulamaya yönelik artı değer sağlamak,
- İş arayanlar, işverenler, diğer paydaşlar ve BA için bir iletişim platformu kurmak, ağ oluşturmak,
- İşgücü piyasası konuları ve BA'ya ilişkin farkındalığı artırmak,
- İş ve meslek seçimi konularında destek vermek,
- BA'nın imajını güçlendirmek,
- Temel hizmetleri etkin ve verimli bir şekilde sunmaktır.

Fuarlar ilk olarak 1990'lı yıllarda ortaya çıkmış, 2010 yılına kadar farklı adlarla her bölge müdürlüğü ve iş ajansı tarafından, daha sık ve nispeten küçük çapta düzenlenmiş ve 2010'dan itibaren profesyonel biçimde "Jobaktiv" ve "Jobaktiv Light" konseptleri ile düzenlenmeye başlamıştır. 2010 yılı öncesinde bir gün süreli, az sayıda firma ve iş arayanın katıldığı düşük bütçeli fuarlar düzenlenmekte iken, bu format değişikliği ile birlikte fuarların niteliği ve etkinliği de artmaya başlamıştır. İstihdam fuarları bölge müdürlükleri ve iş ajansları tarafından herhangi bir kurumdan izin alınmadan ve başka bir kurum ile işbirliği yapılmadan düzenlenmektedir. Sloganı ve logosu ile birlikte tescillenmiş jobaktiv ve jobaktiv light markaları tüm fuarlarda standart etkinlik ismi olarak kullanılmaktadır.[104]

Söz konusu fuarların uygulanmasına ilişkin hususları irdelemenin tezin kapsamı açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

2.1.2.1 Jobaktiv İstihdam Fuarı Konsepti

Jobaktiv fuar konsepti kavram olarak "entegrasyon – aktif iş" kavramı ile ilişkilidir. Kavram, hedef kitlenin işgücü piyasasında entegrasyonu ve iş arayanlar ile işverenlerin aktif bir şekilde buluşmasını sağlamak amacı ile örtüşmektedir. Jobaktiv fuarları BA bölge müdürlükleri tarafından yerel birimlerin sürece dâhil edilmesi ile büyük çapta ve yüksek bütçeli, çeşitli hedef kitlelere yönelik düzenlenen ulusal düzeyde ses getiren fuarlardır.[105]

[104] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[105] Öncel, Sefer; "JOBAKTIV 2011", 09.07.2015, (e-mail).

Bölge müdürlüklerinin bulunduğu şehrin çevresinde faaliyet gösteren iş ajanslarından katılmak isteyenler ile birlikte bölgesel fuarlar düzenlenmektedir. Jobaktiv konsepti 2010 itibarıyla büyük çapta fuarlar için kullanılan bir marka isim olarak tescillenmiştir. Almanya genelinde yılda ortalama beş - altı jobaktiv fuarı düzenlenmektedir. Fuarlar ortalama 80 katılımcı ile 5 bin ila 9 bin ziyaretçinin iştiraki ile gerçekleştirilmektedir.[106]

2015'te jobaktiv konseptinde 8 fuar düzenlenmiş olup, uygulamaya ilişkin detaylar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Jobaktiv Sayısı (2015)

2015	JOBAKTIV	Şehir	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Teması	İşletme sayısı
1	JOBAKTIV	Colmar	23.01.2015	24.01.2015	Genel	80
2	Startbahn zum Job	Frankfurt	24.03.2015	25.03.2015	Profesyoneller	80
3	JOBAKTIV	Bremerhaven	25.06.2015	26.06.2015	Göç	80
4	YourJobaktiv	Berlin	03.07.2015	05.07.2015	Mesleki Rehberlik	80
5	JOBAKTIV / Last-Minute-Börse	Berlin	07.09.2015	10.09.2015	Göç	80
6	JOBAKTIV	Rostock	07.10.2015	08.10.2015	Akademik	80
7	JOBAKTIV	Ingolstadt	14.10.2015	15.10.2015	İş ve Eğitim	80
8	JOBAKTIV	Augsburg	04.11.2015	05.11.2015	Göç	80

Kaynak: Öncel, Sefer; 24.03.2016 (e-mail).

Merkez birim tarafından, cari yıl içinde bir sonraki yıl için fuar düzenlemek isteyen ilgisi ve imkânı olan bölge müdürlüklerine çağrı yapılarak ilgili birimlerin talepleri alınmakta ve daha sonra kura yöntemi ile hangi bölge müdürlüğünün fuar düzenleyeceğine karar verilerek merkezden bütçe aktarılmaktadır. Çok yoğun bir talep olması halinde seçim kararında, bölge müdürlüğünün planladığı ve taslak halini hazırlayıp sunduğu fuar konsepti ve cari yılda fuar organizasyonu yapıp yapmadığına bakılmaktadır. İşgücü piyasasının dinamikleri, gelecek eğilimleri göz önünde bulundurularak bazı fuarlar hedef kitleyi bütünüyle kapsamakta, bazıları belirli bir hedef kitleye yönelik tematik düzenlenmektedir. Örneğin, Kuzey Ren-Vestfalya (KRV) eyaletinde faaliyet gösteren Bölge Müdürlüğü 2011 ve 2013 yıllarında bölgelerinde yaşayan göçmenlere yönelik fuarlar düzenlemiştir. Çevre şehirlerden fuara gelecek

[106] Öncel, Sefer; "JOBAKTIV 2011", 24.03.2016, (e-mail).

katılımcıları iş ajansları organize etmekte, katılımcı ve ziyaretçilerin tüm masrafları bölge müdürlüğü tarafından üstlenilmektedir.[107]

Jobaktiv fuar konseptinin uygulama süreci fuar öncesi /fuarın planlanması, fuar esnasında ve fuar sonrası olmak üzere üç başlık altına ele alınmıştır.

2.1.2.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi)

Fuar uygulama süreci, fuara ev sahipliği yapacak bölge müdürlüğünden müdür düzeyinde bir personelin başkanlığında ve fuara katılım sağlayacak iş ajanslarında görevli personelin katılımı ile oluşturulan bir ekip tarafından yürütülmektedir. Fuar organizasyonundan sorumlu ekip pazarlama ve halkla ilişkiler biriminde görevli personellerden oluşmaktadır. Uygulama süreci bir yıla yayılmakta, en az altı ay öncesinde Jobaktiv taslak planı hazırlanmakta ve ilgili iş ajansları ile paylaşılmaktadır. Örneğin, kasım ayında yapılması planlanan bir fuarın taslak planı nisan ayı itibarıyla hazırlanmaktadır. Fuar tarihine en fazla iki aylık bir süre kala katılımcılar belirlenmekte ve en az 15 gün kala katılımcılara fuar davetiyeleri gönderilmektedir. Fuar tarihinden önce katılımcılara fuara ilişkin bilgilendirme yapılmaktadır. Fuar tarihinden bir hafta önce fuar alanında hazırlıklar başlamaktadır.[108]

Fuar taslak planında, bir önceki yılın fuar organizasyonuna ilişkin özet bilgi, ilgili yılın fuar düzenleme gerekçesi, teması, tanıtım ve duyuru biçimi, etkinlik süresi yer ve zamanı, ziyaretçi hedef kitlesi, fuar kapsamında yapılması planlanan etkinlikler ve ekstralar, davet edilecek ünlü konuşmacılar gibi tüm ayrıntılara ilişkin planlamalar yer almaktadır.[109] Fuarın yeri, zamanı, süresi, teması gibi hususlara ilişkin detaylar belirlendikten sonra işverenlere, çalışma hayatı ile ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum kuruluşlarına, yerel yönetimlere bilgilendirme yapılmaktadır.

a) Fuar Yeri ve Zamanının Belirlenmesi

Fuar yeri ve mekânı organizasyon şirketi ile birlikte belirlenmektedir. Ziyaretçilerin fuar alanına rahatlıkla ulaşabileceği merkezi bir yer olmasına ve mekânın gösterişli olmasına özen gösterilmektedir.

---

[107] Öncel; 09.07.2015, (e-mail).
[108] Öncel; 09.07.2015, (e-mail).
[109] BA; "Konzeptskizze JOBAKTIV 2012", April 2012.

Fuar tarihi olarak özellikle belirli bir dönem olmamakla birlikte genelde tatil dönemi başlangıcı ve bitişi göz önünde bulundurularak bahar ve güz dönemleri tercih edilmektedir. Fuar tarihi belirlenirken okulların tatil ve sınav dönemleri, diğer festival, fuar gibi etkinliklerin tarihleri göz önünde bulundurulmaktadır. Fuarlar büyüklüğü nedeniyle ortalama 2 ya da 3 gün süreli düzenlenmektedir.[110]

b) Ziyaretçilerin Belirlenmesi ve Sunulan Lojistik Destek

Belirli bir hedef kitleye yönelik düzenlenen fuarlarda hedef kitle, düzenlenecek bölgedeki işgücü piyasası dinamiklerine ve işsiz portföyüne göre belirlenmektedir. Engelliler, göçmenler, işgücü kaybı olanlar, akademisyenler, kadınlar, doğum izni sonrası işgücü piyasasına geri dönmek isteyenler gibi belirlenen odak gruplar için düzenlenebilmektedir. Kalifiye mesleklerde, belirli bir meslekte ve nitelikli işgücüne yönelik fuarlar da düzenlenmektedir. Herkesi kapsayan fuarlar ise hedef kitle ayrımı olmaksızın iş arayanların tamamına yönelik olarak düzenlenmektedir.[111]

İş arayanlar kriterler belirlenerek yazılı olarak davet edilmektedir. Sosyal Kanun II (SGII) ve Sosyal Kanun III (SGIII) kapsamında ülkedeki işsizlerin %95'i kuruma kayıtlı olduğu için duyuru yapıldığı anda hepsinin haberi olmaktadır. Ancak fuarlar kuruma kayıtlı olan olmayan herkese açık fuarlar olduğu için davet edilenler haricinde çalışanlar, emekliler, veliler, öğrenciler de fuara katılabilmektedir.[112] Kuruma kayıtlı iş arayanların fuara katılımına yönelik bir zorunluluk bulunmamaktadır.[113]

Ziyaretçilerden fuara giriş için herhangi ücret alınmamakta, iş arayanların belirli lokasyonlardan fuar alanlarına transferleri ücretsiz sağlanmaktadır.

c) Katılımcıların Belirlenmesi ve Sunulan Lojistik Destek

Fuarlarda metal, elektronik, kimya, iletişim, lojistik, inşaat, hizmet, ticaret, turizm, otelcilik gibi hemen her sektörden işveren bulunmaktadır. Katılımcılar belirlenirken işgücü ihtiyacı olan işverenlere öncelik verilmektedir. Belli bir hedef kitleye yönelik olanlarda ilgili hedef kitleden istihdam etmek isteyen işverenler davet

---

[110] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).
[111] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).
[112] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).
[113] Öncel; 24.03.2016 (e-mail).

edilmektedir. Örneğin; göçmenlere yönelik bir fuarda, göçmen istihdam etmek isteyen işverenler davet edilmektedir.[114]

İşverenler bölge müdürlükleri ve iş ajanslarında ayrı bir birim olan işveren servislerinde görev yapan, işverenleri çok yakından tanıyan ve işveren hizmetlerinde uzmanlaşan personel tarafından ilgili fuar konsepti için belirlenen konu ve kriterler çerçevesinde belirlenerek davet edilmektedir.

Özel sektör işyerleri haricinde, üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları da fuara tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerini gerçekleştirme amacıyla katılmaktadır.[115]

Katılımcılardan herhangi bir stant bedeli alınmamaktadır. Katılımcılar için her şeyin kurum tarafından karşılandığı anlamına gelen "full-service" hizmeti sunulmaktadır. Bu hizmet kapsamında işverenlerin fuar alanına transferinin sağlanması, fuar süresince yiyecek ve içecek ikramı yapılması gibi hizmetleri kapsamaktadır. Stantlarda firma temsilcilerine eşlik eden bir kurum personeli ile ihtiyaç halinde yardımcı olmak amacıyla organizasyon firması tarafından görevlendirilen yeterli sayıda destek personel hazır bulunmaktadır.[116]

d) Stant Yerleşiminin Belirlenmesi

Katılımcı firmalar belirlendikten sonra aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar bir arada olacak şekilde firma stant yerleşim planı oluşturulmaktadır.

e) Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Fuar Ekstraları

Fuarlarda iş arayan ve işvereni buluşturmanın yanı sıra fuar konseptine göre değişebilen konularda çeşitli etkinliklere yer verilmektedir. Bu etkinlikler kapsamında kurum hizmetlerinin tanıtımı, iş ve meslek seçiminde yönlendirme, özgeçmiş hazırlama desteği, stil danışmanlığı, işyeri görgü kuralları gibi çalışma hayatı ve kişisel gelişim konularında sunumlar, siyaset, ticaret, sanat ve toplumdan ünlü şahıslar ile oturumlar, konferanslar, sertifikalı eğitimler, seminerler, paneller gibi faaliyetler bulunmaktadır.

---

[114] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).
[115] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).
[116] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).

Bazı işletmeler kendi sektörlerindeki meslekleri pratik olarak stantta ya da uygun bir fuaye alanında tanıtmaktadır.

Etkinliklere ek olarak, fuar süresince profesyonel başvuru fotoğrafı çektirmek isteyenler için fotoğrafçı bulunmakta, özgeçmişlerinin çıktısını almak isteyenler için özgeçmiş masası oluşturulmaktadır. Bu tür faaliyetler ücretsiz olarak fuar ekstraları şeklinde sunulmaktadır. Etkinlikler ve ekstralar özellikle ziyaretçilerin ve ayrıca katılımcıların da faydalanabileceği daha çok ziyaretçinin ve katılımcının fuarlara ilgi göstermesini teşvik edecek biçimde kurgulanmakta, akıllarda güçlü ve kalıcı bir imaj oluşturmak için her ayrıntıya önem verilmektedir. Etkinliklere katılan ziyaretçiler fuardan daha donanımlı bir şekilde ayrılma imkânı elde etmektedir.[117]

f) Fuar Bütçesi

Bir Jobaktiv fuarının ekstralar hariç maliyeti 300.000-400.000 Avro'dur. Fuara ev sahipliği yapacak bölge müdürlüklerine aktarılan bu bütçe içerik bakımından zengin ve kamuoyunda yankı uyandıracak şekilde bir fuar düzenlemek için yeterli olmaktadır. Fuar konsepti için organizasyon firmasından hizmet satın alınmaktadır. Fuar alanının düzenlenmesi, halı ile kaplanması, stantların kurulması ve sökülmesi, ışıklandırma, işveren isimlikleri, elektrik, ısı, internet, ses sistemlerinin kurulması, süslemeler gibi teknik düzenlemelere dair her şey profesyonel organizasyon firması tarafından hazırlanmaktadır. Ancak reklam boyutu tamamen basın ve tanıtım birimi personeli tarafından yürütülmektedir. Fuar için uygun salon ve stantlar bölge müdürlüğünce belirlenmekte, salonun hazır hale gelmesi yaklaşık bir hafta sürmektedir. Bunların haricinde arzu edilen renk ile binayı boyama, girişe büyük bayraklar ve firmaların isimlerinin olduğu büyük poster asılması, salon içinde yönlendirme tabelalarının kurulması ve katılımcılar için catering (yiyecek-içecek ikramı) gibi ekstralar için yaklaşık 50.000-100.000 Avro ilave harcama yapılmaktadır.[118]

g) Fuarın Duyurulması

Fuarın tanıtımı boyutuna çok önem verilmektedir. Bu kapsamda afiş, broşür, poster gibi çeşitli reklam araçları kullanılmaktadır. Yerel ve ulusal basının aktif şekilde

---

[117] BA; **Jobaktiv 2011, Messe- und Veranstaltungsmanagement – Juni 2011.**
[118] Öncel; 19.10.2015 (Telefon Görüşmesi).

süreçlere dâhil edilmesi ve internet ile sosyal medya araçlarının etkin kullanılması fuarın verimli geçmesine olanak sağlamaktadır. Yine kurumda kayıtlı iş arayanlara da mesaj/mail ile bilgilendirme yapılmakta ve fuar sona erene kadar hatırlatıcı yinelemeler devam etmektedir.[119]

2.1.2.1.2 Fuar Esnasında

Fuar tarihinden bir gün önce fuar ekibi ve organizasyon firmasının görevli personeli ile birlikte fuar alanı gezilerek stant düzeninden süslemelere kadar gerekli bütün kontroller yapılmakta ve eksiklikler giderilmektedir. Kontrol esnasında, yapılacaklar kontrol listesinden teyit edilmektedir.

Fuar günü fuar alanı içinde kurulan bir platformda sade bir açılış yapılmaktadır. Açılışa eyalet başkanları katılmakta ve fuarın önemine ilişkin konuşmalar yapılmaktadır. Açılış sonrasında ilk etkileşimin sağlanmasına yönelik kokteyl yapılmaktadır.[120]

Fuar süresince fuar ekibi ve kurum danışmanları katılımcı ve ziyaretçileri yönlendirme ve her türlü soru ve sorunun çözümü noktasında aktif bir şekilde görev almaktadır.

2.1.2.1.3 Fuar Sonrası

Katılımcı sayısı, kurum tarafından tutulan kayıtlar ile ziyaretçi sayısı ise organizasyon şirketi tarafından fuarın girişine ve çıkışına kurulan sistemler ile giren ve çıkan kişiler net bir şekilde sayılabilmektedir.

Fuar süresince görüşme ve başvuru yapan, işe yerleşen ve etkinliklerden faydalanan ziyaretçi sayısına ilişkin istatistikler fuar süresince tutulan kayıtlar ve katılımcılardan alınan veriler doğrultusunda kurum kayıtlarında tutulmaktadır. Fuardan sonraki bir yıllık dönem içerisinde işverenlerden fuar kapsamında alınan başvuruların akıbeti ile ilgili bilgi alınmaktadır.

---

[119] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[120] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).

Fuarların etkinliğine ilişkin değerlendirmeler ziyaretçi sayısı, medya ve basında yer alma oranları ile katılımcı ve ziyaretçilerden anket yoluyla alınan geri bildirimler çerçevesinde yapılmaktadır. Katılımcı ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeyini ölçmek, eksik kalınan noktaların tespiti ve giderilmesine yönelik yapılması gerekenleri belirlemek için yapılan anketler diğer bir fuar için yol gösterici olmaktadır. Bu kapsamda alınan geri bildirimler raporlaştırılarak her yıl daha etkin fuarlar düzenlenmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, ekip üyeleriyle bir araya gelinerek, onların yorumları ve tavsiyeleri de değerlendirilmektedir.[121]

Fuarlara ilişkin, BA Kuzey Ren-Vestfalya Bölge Müdürlüğü, Göçmenler Daire Başkanı/Mülteci Koordinatörü Sefer ÖNCEL'in sözleri şöyledir:

> *"Katılımcılar ve ziyaretçiler sonuç olarak bizim müşterilerimiz ve elbette onların memnuniyeti bizim için çok önemlidir. Fuar organizasyonunda başarı kriterimiz, onların memnuniyet düzeyidir. Bütün katılımcılar yalnızca işçi bulmak ve bütün ziyaretçiler de yalnızca iş bulmak için gelmiyor fuara… İstatistiklerle çalışan bir daire olduğumuz için katılımcı, ziyaretçi sayıları, açık iş ve işe yerleştirme sayıları da bizim için önemli elbet ancak temel hedefimiz, odak noktamız bu değil. Medya, haber reklam bunların hepsinin çarpan etkisi vardır. Katılımcılar hariç 20 bin kişinin fuarı ziyaret etmesinin yanında kapsayıcılığıyla kamuoyunda yapmış olduğumuz yankı, topluma vermiş olduğumuz mesaj yeter bizim için. Vatandaş için hizmet için buradayız imajı oluşturmak, kamuoyunda kurumumuz ve sunduğumuz hizmetlerimize ilişkin farkındalık oluşturmak. İş ajanslarının herkese açık olduğunu göstermek…."*

2.1.2.2 Jobaktiv Light İstihdam Fuarı Konsepti

Jobaktiv fuar konseptinin yanı sıra yerel birimler -iş ajansları- tarafından düzenlenen daha küçük çapta "Jobaktiv Light" konsept fuarları bulunmaktadır. Bu küçük fuarlar ise herkese yönelik olabileceği gibi genellikle belirli bir hedef kitleye yönelik olarak ya da işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda sektörel bazda da düzenlenmektedir. Ülke genelinde yılda ortalama 10-12 jobaktiv light fuarı düzenlenmektedir.[122]

Fuar planlama ve organizasyon süreci jobaktiv fuar konseptine benzer şekilde yürütülmektedir. Fuar, iş ajanslarında fuarlardan sorumlu bir ekip tarafından organize edilmektedir. Fuardan fuara değişmekle birlikte bazen bu ekibe bir ya da birkaç

[121] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi)
[122] Öncel; 09.07.2015, (e-mail).

personel daha ilave edilmektedir. Jobaktiv light yerel fuarlarına daha az yani 30 ila 40 işveren katılmakta ve fuarlar bir gün sürmektedir. Sektörel bazda yapılan fuarlarda yalnızca o sektörde faaliyet gösteren işverenler ile o sektörde çalışmak isteyen iş arayanlar davet edilmektedir.[123]

2.1.3 Hollanda (Werkdriedaagse ve Speeddaten İstihdam Fuarı Konsepti)

Hollanda'nın kamu istihdam kurumu olan Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringe'nin (UWV) genel merkezi Amsterdam'dadır. Hollanda çapında 30 şube ve yaklaşık 2000 personeli ile faaliyet göstermektedir.[124] UWV'nin kuruluş kanununda yer alan iş ve işçi bulmaya aracılık ile işgücü piyasasının düzenlenmesi gibi temel hizmet faaliyetlerinin yerine getirilmesi ve hizmet sunumlarının çeşitlendirilmesi kapsamında çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Bunlardan en kapsamlısı ve kamuoyunda farkındalık oluşturanı istihdam fuarlarıdır.[125]

UWV ofisleri tarafından düzenlenen fuar organizasyonları iş arayan ve işverenleri buluşturan ve yaygın bir şekilde düzenlenen bir etkinlik türüdür. Fuarların düzenlenmesindeki asıl amaç istihdam oluşturmak değil işgücü piyasası aktörlerini harekete geçirmek ve bir araya getirmek suretiyle kurumun tanınırlığını artırmaktır. Bu şekilde iş arayan ve işverenlerin yani müşteri memnuniyetinin ve kuruma olan güveninin sağlanması beklenmektedir. İkincil amaç ise bu etkinlikler sayesinde aynı yerde ve zamanda buluşan iş arayan ve işverenlerin ihtiyaçları ve beklentilerinin örtüşmesi halinde istihdamın da sağlanabilmesidir.[126] Etkinlik ile ulaşılması beklenen amaçlar;[127]

- Kurumun tanınırlığını artırmak,
- İşgücü piyasasında kurumsal imajın güçlendirilmesine katkı sağlamak,
- İş arayanların iş arama sürecine destek olmak,
- İşverenlerin açık işlerinin karşılanmasına yardımcı olmak,
- İşgücü piyasası aktörleri arasında ağ kurmaktır.

---

[123] Öncel; 19.10.2015, (Telefon Görüşmesi).
[124] http://www.uwv.nl/overuwv/index.aspx (20.11.2015).
[125] Aydemir, Yücel; "Hollanda İstihdam Fuarları", 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[126] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[127] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

Fuarlar 1990'lı yılların başından itibaren düzenlenmektedir. İlk ortaya çıktığı dönemlerde direkt ve asıl amacı işgücü piyasasındaki açık iş ilanları ile sistemde kayıtlı iş arayanları eşleştirmek olan fuarlar, zaman içerisinde işverenler ile kayıtlı olan olmayan iş arayanları aktif olarak bir araya getirme amacı ile düzenlenmeye başlamıştır. Daha önce fuarlar için "iş pazarı" anlamına gelen "arbeidsmarkt" kavramı kullanılmakta iken daha sonra büyük ve küçük fuarlar için ayrı markalaşmış isimler belirlenerek kullanılmaya başlanmıştır. Büyük çapta düzenlenen fuarlar için "Werkdriedaagse" marka ismi, küçük çapta düzenlenenler için ise "Speeddate" marka ismi benimsenerek düzenlenmeye devam edilmektedir. Fuarlar ilk düzenlenmeye başladığı haline kıyasla önemli ölçüde değişikliğe uğramış, zamanla daha etkin hale gelmiştir. 2015 yılında şubeler tarafından 30 Werkdriedaagse fuarı ve yaklaşık 250 speeddate fuarı organize edilmiştir.[128] Söz konusu fuarlara yönelik uygulama biçimleri alt başlıklar halinde incelenmiştir.

2.1.3.1 Werkdriedaagse İstihdam Fuarı Konsepti

Werkdriedaagse istihdam fuarları her yıl ekim ayında yerel ofisler tarafından organize edilen ve üç gün süren bir etkinliktir. Fuar ülke genelinde her birim tarafından aynı dönemde düzenlendiği için ülke çapında büyük yankı uyandırmaktadır. Bu fuarlar hedeflerle yönetim anlayışı çerçevesinde "her yıl istihdam fuarı düzenlenmesi" şeklinde hedefler arasında yer almaktadır.[129]

Fuar dönemi ve süresi gibi hususlar net olarak önceden belirlenmiştir. Ancak şubelere tam bir özerklik tanındığı için fuar organizasyonlarında da kapsam ve içeriğin belirlenmesi noktasında şubeler bağımsız karar verebilmektedir. Bazı şubeler bir gününü işveren ziyaretlerine, bazıları ise büyük çapta çalıştay organizasyonlarına ayırmaktadır.

Werkdriedaagse fuar konseptinin uygulama süreci fuar öncesi/fuarın planlanması, fuar esnasında ve fuar sonrası olmak üzere üç başlık altına ele alınacaktır.

[128] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[129] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

2.1.3.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi)

Fuar organizasyonu için her birimin tanıtım ve pazarlama servisinde görevli 2-3 kişilik çekirdek bir ekip bulunmaktadır. Her yıl bu çekirdek ekibe 3-4 kişi ilave edilmektedir. Ekim ayında ülke genelinde düzenlenecek fuar için altıncı aydan itibaren hazırlık yapılmaya başlanmaktadır.

a) Fuar Yerinin ve Zamanının Belirlenmesi

Birimler tarafından fuarın düzenleneceği dönem belli olduğu için tatiller ve diğer etkinlikler gibi hususlar göz önünde bulundurularak ekim ayı içerisinde üç gün belirlenmekte, ancak bu üç gün mümkün olan ölçüde aynı ya da birbirine yakın tarihler olarak belirlenmektedir. Lokasyon ve mekânın belirlenmesi noktasında, eğer kurumun fuar için uygun bir alanı varsa kurum içinde, yoksa herkesin rahatlıkla ulaşabileceği merkezi yerlerden kiralama yapılmaktadır. Fuar alanının hazırlanması için organizasyon firmasından hizmet satın alınmaktadır.[130]

b) Ziyaretçilerin Belirlenmesi ve Sunulan Lojistik Destek

Fuar tarihinden bir süre önce fuara katılacak işverenlere ulaşılarak fuar esnasında karşılamayı düşündükleri açık iş ilanları tespit edilmektedir. Bu ilanlar doğrultusunda sistemde kayıtlı olan iş arayanlara işverenlerden alınan açık işlere uygun olarak elektronik davetiye gönderilmektedir. Fuarlar tüm isteklilere açık olduğundan kuruma kayıtlı iş arayanlar dışında da ziyaretçiler olabilmektedir. Ziyaretçiler iş arayanlar dışında çalışanlar ve öğrenciler de olabilmektedir. Kuruma kayıtlı iş arayanların fuara katılımına yönelik bir zorunluluk bulunmamaktadır.

Ziyaretçilerden fuara giriş için herhangi ücret alınmamakta, iş arayanların belirli lokasyonlardan fuar alanlarına transferleri ücretsiz sağlanmaktadır.[131]

---

[130] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[131] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

c) *Katılımcıların Belirlenmesi, Davet Edilmesi ve Sunulan Lojistik Destek*

Firmaların belirlenmesi işveren hizmetleri biriminde görevli işverenlerle birebir temas halinde olan işveren danışmanları tarafından yapılmaktadır. Fuarla ilgili ayrıntılar belirlendikten sonra her danışman kendi portföyünde kayıtlı işverenlere ulaşarak bilgilendirme yapmakta ve fuar tarihinden 15 gün önce elektronik ortamda davetiye göndermektedir. Birimin işveren portföyüne göre davet edilen işveren sayısı 20 ila 50 olarak değişmektedir. Her yıl farklı işverenler davet edilerek farklı katılımcıların da stant açmasına fırsat tanınmaktadır. Özel istihdam büroları da hem aracı hem de işveren sıfatıyla fuarlara katılmaktadır. Ayrıca, fuarlara tanıtım amaçlı olarak kamu kurum kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları da katılmaktadır. Katılımcılardan herhangi bir katılım bedeli alınmamaktadır. Ayrıca, katılımcıların yiyecek ve içecek gibi ihtiyaçları kurum tarafından karşılanmaktadır.[132]

d) *Stant Yerleşiminin Belirlenmesi*

Katılımcı firmalar belirlendikten sonra aynı sektörde olan firmalar bir arada olacak şekilde belirlenmektedir.

e) *Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Fuar Ekstraları*

Fuar kapsamında fuar konseptine göre çalıştaylar, konferanslar, paneller, iş arama ve özgeçmiş hazırlama teknikleri eğitimleri, kıyafet ve renk seçimi seminerleri, kişisel gelişim seminerleri, paneller yapılmaktadır. İş arayanı ve işvereni bir araya getirmenin haricinde sunulan bu hizmetler fuarın yapıldığı birime göre değişiklik göstermektedir. Örneğin, Amsterdam şehrinde düzenlenen fuarda daha profesyonel konuşmacılar, büyük işletmelerin üst düzey yöneticileri ve insan kaynakları uzmanları davet edilmektedir. Etkinlikler haricinde ekstralar kapsamında hizmetler de sunulmaktadır. İş arayanların ve iş hayatına yeni atılacak kişilerin özgeçmişlerinde ve diğer iş arama kanallarında profesyonel profil resminin nasıl olması gerektiğine yönelik bilgilendirme seminerleri verilmektedir. Bu seminerlere katılan ziyaretçilere profil

[132] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

fotoğrafı olarak kullanmak üzere kendi fotoğrafları çekilerek hediye olarak verilmektedir.[133]

f) Fuar Bütçesi

Şubelerde fuar organizasyonu için önceden aktarılan hazır bir bütçe bulunmamaktadır. Fuar organizasyonu kapsamında hazırlanan taslak bütçeye göre genel merkezce gerekli aktarımlar yapılmaktadır. Böylece birimler belirli bir miktar ile sınırlandırılmış olmamakta, esnek davranabilmektedir. Fuar organizasyonu için harcanan bütçe birimler arasında farklılık göstermektedir.

g) Fuarın Duyurulması

Fuarın çok sayıda kişiye duyurulması için reklam boyutuna çok önem verilmektedir. Bu kapsamında çeşitli reklam araçları kullanılmaktadır. Yerel basının aktif şekilde süreçlere dâhil edilmesi ve internet ile sosyal medya araçlarının etkin kullanılmasına önem verilmektedir. Kurumda kayıtlı iş arayanlara da mesaj/mail ile bilgilendirme yapılmakta ve fuar sona erene kadar bilgilendirmeler devam etmektedir.[134]

2.1.3.1.2 Fuar Esnasında

Fuar tarihinden bir gün önce fuar ekibi tarafından tüm kontroller yapılmakta ve eksiklikler giderilmektedir. Kontrol esnasında, yapılacaklar kontrol listesinden teyit edilmektedir. Fuarda iş ve meslek danışmanları aktif olarak görev almaktadır. Danışmanlar tarafından fuar süresince katılımcı ve ziyaretçilere bilgilendirme ve yönlendirme desteği verilmektedir. Çünkü müşteri memnuniyeti noktasında danışmanların rolü oldukça önemlidir.

Fuarın sade bir şekilde gerçekleşen açılış töreninde, organizasyonunu düzenleyen birimin şube müdürü tarafından fuarın önemine yönelik, ayrıca katılımcı ve ziyaretçilere teşekkür mahiyetinde açılış konuşması yapılmaktadır.

Fuar süresince akıllarda kalıcı olmak için UWV logolu eşantiyon ürünler dağıtılmaktadır.

---

[133] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[134] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

2.1.3.1.3 Fuar Sonrası

Fuar esnasında işverenlere fuarı değerlendirebilecekleri, eleştiri ve önerilerini belirtebilecekleri soru formları dağıtılmaktadır. Bu formlarda ayrıca başvuru yapan ve görüşülen, varsa işe alınan kişi sayılarını belirtecekleri alanlar bulunmaktadır. Ziyaretçilere de fuar girişinde kayıt formu verilmektedir. Kayıt formunda yer alan sorular ziyaretçilerin memnuniyetlerini ölçmeye yönelik sorular da içermektedir. İşverenlerden ve iş arayanlardan alınan anketlerden elde edilen geri bildirimler doğrultusunda etkinliğin analizi yapılmakta ve değerlendirme raporu hazırlanmaktadır. Bir fuarda yer alan eleştiri, öneri ve tavsiyeler bir sonraki fuar organizasyonunun daha verimli olması için veri oluşturmaktadır. Bu sayede her geçen yıl memnuniyet düzeyinin arttığı daha etkin fuarlar düzenlenebilmektedir. Ayrıca fuardan sonraki bir yıl içerisinde fuarda görüşülen kişiler arasından işe alım olup olmadığı, oldu ise fuar aracılığıyla kaç kişiyi işe aldıklarına ilişkin işverenlerden belirli aralıklarla geri bildirimde bulunmaları istenmektedir.[135]

Fuar bittikten sonra katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı, fuar kapsamında yapılan etkinlik ve ekstralar ile ilgili verilerin sistemden girişi yapılmaktadır. Elektronik ortamda tutulan fuar istatistikleri genel merkez tarafından takip edilmekte ve 30 birimin verileri bir araya getirilerek medya ile paylaşılmaktadır. Bu sayede fuar esnasında yerel boyutta reklamı yapılan fuarların, daha yetkili bir organ tarafından ve tek elden bu kez ulusal düzeyde reklamı yapılmış olmaktadır.

Fuar organizasyonlarından kurumun beklentisini UWV Tiel Şube Müdürü Yücel AYDEMİR şöyle ifade etmektedir:

> *"Bizim hedefimiz, "10 bin kişiyle görüştük şu kadar kişi istihdam edildi" demek değil... Aslında temel hedefimiz kurumun gücünü ortaya koymak. Güç derken, bizim oradaki etkinliğimiz gücü belirliyor. Biz kaç tane firmayı oraya getirebilmişiz, gelen firmaların büyüklükleri, kurumsallığı, piyasadaki yeri nedir? Kaç tane nitelikli iş arayanı oraya getirebilmişiz? Bunlar önemli. Nitelikli iş arayan sayısı da bir gösterge çünkü işveren nezdinde, firmasının ihtiyaç duyduğu işgücünün fuara gelmesini sağlayan profesyonel bir kurum algısı oluşturmaktadır. İşveren en azından şunu diyebilmeli 100 kişiyle görüştüm 10 tanesi istediğim gibiydi…"*

[135] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

2.1.3.2 Speeddaten İstihdam Fuarı Konsepti

Speeddaten fuar konsepti ile düzenlenen fuarların detayları her birimin kendi inisiyatifine göre belirlenmektedir. Fuarlar yıl içerisinde değişen zamanlarda ihtiyaca binaen yarım ya da maksimum bir gün süreli farklı odak gruplara yönelik düzenlenmektedir. Genellikle sektörel bazda düzenlenen fuarlara 1 ila 5 firma katılmaktadır.[136] Bu fuar türünde işverenler çoğunlukla özel istihdam büroları olmaktadır. Kamu istihdam kurumu ile özel istihdam büroları işbirliği kapsamında 2011 yılı Şubat ayından itibaren özel istihdam büroları speeddaten (speed dating-hızlı buluşma) için UWV ofislerine davet edilmektedir. Burada amaç son 3 ya da 6 haftalık dönemde işten ayrılanlara özel istihdam bürolarınca hızlı bir şekilde iş imkânlarının sunulması ve istihdam edilmelerinin sağlanmasıdır.[137]

Tarım, inşaat, turizm, sağlık, lojistik, perakende gibi mevsimlik işlerde, işe alımların yoğunlaştığı dönemlerde bu sektörlerde çalışmak isteyen iş arayanların katıldığı yarım günlük fuarlar da speeddaten fuarların kapsamında yer almaktadır. Fuar kapsamında davet edilen iş arayan sayısı değişmekle birlikte, bir katılımcı için 100 civarında uygun iş arayan şeklinde belirlenmektedir.[138] Sistem üzerinden davet edilen iş arayanların speddaten etkinliğine gelip gelmediği listeler üzerinden kontrol edilmektedir. İş arayanların fuara katılımı zorunlu olmayıp, davet edilmesine rağmen gelmeyenlere herhangi bir yaptırım uygulanmamaktadır. Gelenlerin işverenler ile görüşme sonuçları sistemde kayıt altında tutulmaktadır. Bu küçük çaplı fuarlar kurumda uygun alan var ise genelde kurum içinde yapılmaktadır.[139]

Bu küçük fuarlarda işveren seçiminden ziyade iş arayanların belirlenmesi önemlidir. Bu konuda iş arayan kayıtlarının iş arayanların tercihlerini doğru bir biçimde yansıtacak şekilde alınmış olması önemlidir. Kurumda görevli danışmanlar portföylerinde kayıtlı olan iş arayanlardan uygun olanlarını fuara davet etmekte ve fuar günü gelenlerin takibini yapmaktadır.

---

[136] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).
[137] Liemt, Gijsbert Van; "Private Employment Agencies in The Netherlands, Spain and Sweden", **Sectoral Activities Department-Working Paper No. 290**, International Labour Office, Geneva, 2013, s. 3-4. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--sector/documents/publication/wcms_231420.pdf, (15.03.2016).
[138] Aydemir, Yücel; "Organiseren Speeddaten", 02.07.2015, (e-mail).
[139] Aydemir, Yücel; "Speeddaten met Uitzendbureaus", 02.07.2015, (e-mail).

Kurumun müşteri kayıt sistemi olan Sonar'da iş arayanların fuara davet edildiği ve takibinin yapıldığı ayrı bir randevu sistemi bulunmaktadır. Davet edilecek iş arayanlar belirlendikten sonra görüşmelerde yığılma olmasını önlemek amacıyla sistem davet edilen kişileri birer saatlik zaman dilimlerine ayrılarak gruplar halinde ve elektronik ortamdan daveti gerçekleştirmektedir. Her danışmanın elinde davetini gerçekleştirdiği iş arayanların listesi bulunmakta ve danışmanlar danışanlarının gelip gelmediğini takip etmektedir. Etkinliğe yalnızca iş arayanlar katılmaktadır. Davetler gerçekleştirilirken iş arayanların kuruma kayıt tarihleri baz alınarak, geriye dönük son 6 hafta içinde ya da son 3 hafta içinde kuruma kayıt yaptıranların davet edilmesi gibi sistematik bir şekilde belirlenmektedir.[140]

İşverenlerin speeddaten etkinliğine ilgisi çok yoğun olmaktadır. Çünkü uzun bir zaman aralığında tek tek iş arayanlar ile görüşmek yerine, zamanı çok kıymetli olan işverenler için ilk elemeyi kamu istihdam kurumunun yaptığı kişilerle belirli bir zaman aralığında hızlı bir şekilde görüşmek ve elemeyi yapmak oldukça pratik ve sonuç odaklı bir hizmet olarak kabul görmektedir. Bu noktada ilk eleme çok önemlidir, ilgisiz kişilerin davet edilmesi halinde işverenler bir daha bu tür organizasyonlara katılmak istemeyebilmektedir.

Katılım sağlayan her iki tarafın da bu fuarlara bakış açısı oldukça olumlu yöndedir. Çünkü çok kısa bir süre içerisinde iş arayanların iş bulması, işgücü ihtiyacı olan işverenlerin de işçi bulması sağlanmaktadır. Bu etkinlik oldukça ekonomik bir etkinliktir. Çünkü işverenler için ücretsiz olarak firma tanıtımı ve kolay bir şekilde işgücüne ulaşma imkânı sağlamaktadır. UWV için de aynı şekilde sade ve masrafsız bir etkinlikle hizmet verdiği taraflara kurumun tanıtımını yapmakta ve istihdama katkı sağlamaktadır. Speeddaten etkinliği sonrasında da değerlendirme raporu hazırlanmaktadır.

[140] Aydemir; 28.07.2015, (Yüz yüze görüşme).

2.1.4 Fransa (Forum İstihdam Fuarı Konsepti)

Fransa kamu istihdam kurumunun (Pole Emploi) merkez ofisi Paris'te olup, 26 bölge ofisi, 905 yerel birimi (Pole Emploi ofisi) bulunmaktadır. Yaklaşık 55 bin çalışanı vardır.[141]

Fransa'da Pole Emploi tarafından organizatör ya da paydaş olarak özel sektör ve kamu kurum/kuruluşları ile işbirliği halinde istihdam hizmetlerinin çeşitlendirilmesi kapsamında çeşitli hedef gruplara yönelik küçük ve büyük ortalama 3000 istihdam fuarı etkinliği düzenlenmektedir.[142] İstihdam fuarlarının (job dating, forum, salon, e-salon) gibi yüz yüze veya sanal çeşitleri bulunmaktadır. İstihdam kurumu çalışanları piyasadaki bilgi akışını en etkin biçimde sağlamak ve etkinliklerin hedef kitlelere duyurulmasını sağlamak amacıyla dijital ve sosyal ağları çok etkin bir biçimde kullanmaktadır. İstihdam kurumları tarafından işverenler ve iş arayanların buluşmaları ve borsa gibi direkt bilgi alışverişlerini kolaylaştırmak için fuar düzenlenmektedir. Pole Emploi ofisleri bu kapsamda çeşitli ölçeklerde fuarlar düzenlenmektedir. Bu kapsamda büyük çapta düzenlenen fuarlar "Forum" ismi ile markalaşmıştır. 2015 yılında "Forum" marka ismi ile yerel, bölgesel ve ulusal olmak üzere büyük çapta toplam 75 fuar düzenlenmiştir.[143]

Fuarlar; işverenler, iş arayanlar ve kamu istihdam kurumu ile diğer kurum/ kuruluşları bir araya getiren, her sektörden ve iş pozisyonundan zengin bir açık iş portföyü ile her kesimden ziyaretçi kitlesini barındıran oldukça başarılı bir etkinliktir.

Pole Emploi tarafından fuarlar şu amaçlarla düzenlenmektedir:

- Katılımcılara kurumsal reklamlarını yapma ve kısa sürede çok sayıda aday ile tanışma, görüşme ve bazen direkt işe alım imkânı sağlamaktadır.
- Ziyaretçilere ise firmaları yakından tanıma, açık işlere ya da stajlara başvuru yapma, iş ve kariyer sürecinde ihtiyaç duyabilecekleri her türlü bilgiye ulaşma imkânı sunmaktadır.

[141] http://www.pole-emploi.org/accueil/ (07.12.2015).
[142] Germond, Anne-Laure; "Job Fairs in France", 09.02.2015, (e-mail).
[143] http://www.pole-emploi.fr/informations/votre-recherche-@/index.jspz?id=59046

- Kamu istihdam kurumu açısından ise, kurumun girişimi ile işgücü piyasasının aktörlerini buluşturan istihdam fuarları kurumun güçlü imaj ve dinamizmini gösteren organizasyonların sahibi olarak ön plana çıkmasını sağlamaktadır.
- Forumlar aracılığıyla firmalar ile kamu istihdam kurumu işbirliği daha güçlenmektedir. Bununla birlikte vatandaşlar nezdinde işsizlik sürecinin daha kötüye gitmesinin engellenmesine yönelik çalışmalar yapılarak çaba harcandığı algısı oluşturulmaktadır.[144]

İnsan Kaynakları Kulübü

Kamu istihdam kurumu ile firmaların insan kaynakları uzmanlarından oluşan ve istihdam kurumu öncülüğünde kurulan İnsan Kaynakları Kulübü (İK Kulübü) 2010'dan bu yana aktif olarak faaliyette bulunmaktadır. İK kulübü üyeleri arasında sıkı bir işbirliği vardır. İK uzmanlarının tanışmasını, İK uygulamalarının paylaşılmasını, istihdam kurumu ile işbirliğinin geliştirilmesini, istihdam, işsizlik gibi konularda çalışmalar yapılmasını, işgücü piyasasının beklentilerinin tartışılması ve yeniliklerin paylaşılmasını sağlamak, üyeler arasında ağ oluşturmak hedefiyle kurulmuştur. İK kulübünün olması, çok sayıda ve çeşitli etkinliklerin pratik bir biçimde organize edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda çalıştaylar, konferanslar, sabah kahvaltıları, yemek organizasyonları, tematik toplantılar, ziyaretler, İK uygulamalarını yerinde görmeye yönelik deneyim turları yapılmaktadır[145].

2.1.4.1 Forum İstihdam Fuarı Konsepti

Düzenlenen etkinlikler ile esas olarak operasyonel amaçlar karşılanmalıdır. Operasyonel amaçlara ve hedeflere ulaşmak için;

- Amaçlar nelerdir?
- Fuar bu amaçlara ulaşmak için en iyi yol mudur?
- Önceki etkinliğe ilişkin istatistikler nelerdir? (Katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı, açık iş sayısı, paydaş sayısı…)
- Fuarın düzenlenmesi için ne kadar finansal ve insan kaynağı mevcut?
- Hizmetin sürekliliği nasıl sağlanabilecek?

[144] Germond; 09.02.2015, (e-mail).
[145] https://www.pole-emploi.org/clubrh/index.html

şeklinde doğru soruları sormak ve uygun iletişim araçlarını kullanmak gerekmektedir.

Fuar öncesinde, fuarı düzenleyenlere yol gösterici olması için, etkinlikte yer alacak her hususun ayrıntılı bir taslak planı yapılmaktadır.

2.1.4.1.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi)

a) Paydaşlar ile Görüşmeler ve Forum Tarihinin Belirlenmesi

Forum için planlanan tarihten en az altı ay önce bu projeye dahil olacak ticaret ve sanayi odası, esnaf ve sanatkarlar odası, işveren federasyonları, genel kurul, yerel anlamda misyon sahibi diğer kurumlar gibi paydaşlar ile görüşülerek fuar tarihi, konsepti ve süresi işgücü piyasası ve diğer uygunluk durumları göz önünde bulundurularak kesinleştirilmektedir. Fuarların ses getirebilmesi paydaşların katılımı ve desteği ile mümkün olmakta, bu sebeple destekleri önem arz etmektedir. Organizasyonu sahiplenmeleri ve kendi tanınırlıklarının da sağlanması amacıyla paydaşlara ait logoların tüm iletişim, reklam ve tanıtım materyallerinde görünür olması sağlanmaktadır.[146]

b) Forum Yer ve Süresinin Belirlenmesi

Lokasyon ve mekân birçok firmayı ağırlayabilecek yeterlilikte ve büyük bir alan olacak şekilde paydaşlar ile uyum içinde planlanmaktadır. Lokasyon ayrıca ziyaretçilerin alana kolaylıkla ulaşabilmesini teşvik edecek şekilde merkezi yerlerden tercih edilmektedir. Süresi etkinliğe vermek istenilen derinliğe bağlı olarak bir veya iki gün şeklinde belirlenmektedir.

c) Forum Ekibi, Tanıtım ve Tahmini Bütçe

Fuar tarihi kesinleştirilip karara bağlandıktan sonra fuar organizasyonlarından sorumlu ekip (ki bu ekip iletişim, medya, reklam, pazarlama faaliyetlerini yürüten birimdir) tarafından belirlenen konsept çerçevesinde fuarın organizasyonu, kullanılacak görsel ekipmanların belirlenmesi, amacı ve gerekçesini içeren fuar logosu ve sloganı gibi hususlar öncelikle belirlenmekte ve taslak plan ile yapılacakların takibi için kontrol

[146] Germond; 09.02.2015, (e-mail).

listesi ve tahmini bütçe cetveli hazırlanmaktadır. Fuar etkinlikleri ve ekstraları kapsamında hangi etkinliklerin yapılacağına karar verilmekte ve konuşmacılar davet edilmektedir.[147]

d) Katılımcıların Belirlenmesi

Taslak planın hazırlanmasının ardından, ticaret odası ve işveren sendikalarının desteği ile işgücü ihtiyacı olan ya da işe alım potansiyeli yüksek olan işverenler belirlenmekte ve bu firmalar ile görüşme ve yazışma süreci başlamaktadır. Firmalara katılım onayı için davet elektronik ortamda e-posta ile gönderilmektedir. Firmalardan gelen geri bildirimlere göre bir katılımcı firma listesi oluşturulur. Fuar öncesinde katılımcı firmaların kaç kişiyi işe alma nietinde olduğu yani açık iş sayısı sorulmaktadır. Açık iş sayısının fazla olması ve bunun önceden duyurulması etkinliği çekici kılan önemli bir unsurdur.[148] Katılımcılar arasında özel istihdam büroları da işveren sıfatı ile bulunmaktadır.

e) Fuarın Duyurulması

Fuardan önce firmalara, paydaşlara ve diğer yerel işgücü piyasası aktörlerine fuar davetiyesi gönderilmektedir. Çeşitli reklam enstürmanları kullanılarak ve sosyal medya üzerinden düzenli bir bilgilendirme yapılarak etkin bir reklam/tanıtım faaliyeti yürütülmektedir. Kurumda kayıtlı iş arayanlara bilgilendirme ve davet etme amaçlı toplu mail/mesaj gönderilmektedir. Ayrıca firmalardan fuara katılım cevaplarıyla birlikte alınan açık iş ilanlarına göre kuruma kayıtlı ve etkinliğe katılma potansiyeli olan iş arayanlara davet mesaj gönderilmektedir.[149]

Forum etkinliğinden hemen önce aşağıdakiler yapılmaktadır.

- Fuar yerleşim krokisi, katılımcı ve ziyaretçileri yönlendirici ve bilgilendirici tabelalar, foruma gelen ziyaretçilerin kayıt altına alınması için büyük bir masanın hazırlandığının,
- Davet edilen ziyaretçilerin fuara gelip gelmediğinin kontrolü için davet edilen ziyaretçi adaylarının listelerinin oluşturulduğunun,

[147] Germond; 09.02.2015, (e-mail).
[148] Germond; 09.02.2015, (e-mail).
[149] Germond; 09.02.2015, (e-mail).

- Arka plan afişleri, stantlar, masa, sandalye ve geri sehpaların eksiksiz olarak hazırlandığının,

kontrolü sağlanmakta, eksiklikler var ise kısa süre içerisinde giderilmektedir.

2.1.4.1.2 Fuar Esnasında

Forumun açılışı, ev sahibi kamu istihdam birimi temsilcisi ve yerel aktör temsilcilerinin fuarın anlam ve önemi ile ilgili konuşmalar ile yapılmaktadır. Tüm katılımcılara teşekkür mahiyetinde plaketler takdim edilmektedir. Katılımcı ve ziyaretçilerin memnuniyetini ölçmek amacıyla anketler dağıtılmakta ve dağıtılan bu anketlerde forumun değerlendirilmesi ve önerilerin belirtilmesi istenmektedir. Ayrıca, iş/staj başvurusu, görüşme sayısı ve varsa eğer işe alım sayısına ilişkin sorular da yer almaktadır. İstihdam sağlayan firmaların taltif edilmesi amacıyla firmalara "işe alımlarınızı birlikte başardık" temalı özel plaketler de takdim edilmektedir.[150]

2.1.4.1.3 Fuar Sonrası

Etkinliğin anketler üzerinden değerlendirilmesi yapılmakta ve bir sonraki forum hazırlıklarına başlanmaktadır. Bir sonraki forum tarihine kadar geçen bir yıllık sürede en son düzenlenen forumdan kaç kişiyi işe aldıkları şirketlere belirli periyotlarla sorulmaktadır.

2.2 TÜRKİYE'DE İSTİHDAM FUARLARI

İŞKUR'un 2013-2017 Stratejik Planı'nda belirlenen dört temel stratejik amaçtan birincisi "İşgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda istihdam hizmetlerini çeşitlendirmek ve işe yerleştirmede aktif rol oynamak"tır. İŞKUR, yine 2013-2017 Stratejik Planı'nda stratejik amaçlar arasında yer alan "İşgücü piyasasındaki gelişme ve değişmelere yön veren güçlü bir kurumsal yapı oluşturmak" amacına uygun şekilde kurumsal kapasitesini güçlendirmektedir.[151] Kurum, stratejik amaçlar doğrultusunda sürekli bir dönüşüm içerisinde olan işgücü piyasalarında ve işsizlikle mücadelede temel aktör olma yolunda sahip olduğu insan kaynağını ve genişleyen hizmet yelpazesini

[150] Germond; 09.02.2015, (e-mail).
[151] İŞKUR; **2013-2017 Stratejik Planı,** s.40.

hizmetlerini hedef kitleye tanıtarak kurum hizmetlerinden faydalananların sayısını ve niteliğinin artmasını hedeflemektedir.

Bununla birlikte, İŞKUR'un hizmet sunumunda diğer kurum ve kuruluşlarla ilişkilerinin mümkün olan en üst seviyede olması gerekmektedir. Kurumun katılımcı bir anlayış ile yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile sürekli diyalog ve paylaşım içinde olması, işgücü piyasasındaki gelişmeleri yakından takip etmek ve hedef kitleye erişim için son derece önemlidir.

İstihdam fuarları, İŞKUR'un kurumsal kapasitesini ve hizmetlerini hedef kitle nezdinde etkili bir şekilde tanıtabildiği bir platform ve yerel işgücü piyasasının bütün aktörlerinin bir araya geldiği en kapsamlı etkinlik olma özelliğine sahiptir.

2.2.1 Türkiye'de İstihdam Fuarlarının Tarihsel Gelişimi

Günümüzde bütün işletmeler için işgücünün ve istihdam edilecek kişilerin niteliği önemlidir. Bu yüzden işletmeler işe alacakları kişileri dikkatle seçmek istemekte ve alternatif dış kaynaklara yönelmektedir. Türkiye'de 1990'lı yıllarda istihdam fuarları işverenleri ve üniversite öğrencilerini bir araya getiren bir etkinlik olarak ortaya çıkmıştır. İlk haliyle, fuarların hedef kitlesi ve amacı açısından değerlendirildiğinde, kapsam bakımından kariyer günleri olarak düzenlendiği anlaşılmaktadır. Zamanla her kesimden iş arayanları ve işletmeleri buluşturan bir etkinlik olarak kurumsallaşan fuarlar 2011'den itibaren yoğun bir şekilde ve daha geniş bir içerikle uygulama alanı bulmuştur.

Ülkemizde istihdam fuarlarının tarihsel gelişimi 2011 öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönem halinde ele alınmıştır.

2.2.1.1 2011 Öncesi Dönem

1980'li yılların ikinci yarısına gelindiğinde işverenlerin işe alma sürecinde ilk kez dış kaynaklara yöneldiği görülmüştür. Üniversitelerin işe yerleştirme bürolarının işverenlere eleman temini konusunda yardımcı olabilecek temel birimler olması gerektiği düşüncesinden hareketle ülkemizde bu yönde çalışmalara başlanmıştır. İlk kez 1988 yılında İş ve İşçi Bulma Kurumu ile yürütülen ortak bir çalışma sonucunda Hacettepe ve Ondokuz Mayıs Üniversitelerinde oluşturulan Üniversite İstihdam

Danışma Büroları'nın büyük ilgi görmesi sonucunda aynı yıl Ege ve Dokuz Eylül Üniversitelerinde de İstihdam Danışma Büroları kurulmuştur. Bu bürolar öğrencilerden yoğun ilgi görmesine karşılık işverenlerden beklenen ilgiyi görmemiştir. Ayrıca bu bürolar ile üniversitelerden mezun olan öğrencilerin bölümlerine ve mesleklerine uygun alanlarda istihdam edilmeleri, henüz öğrenci olanların ise kısa süreli ve geçici işler bulmalarına yardımcı olunması amaçlanırken, İİBK'nın mevzuatında bu tür standart dışı çalışmaların düzenlenmemiş olması, bu büroların amaçlarına yönelik çalışmasını engellemiştir. Mezuniyet aşamasındaki ya da yeni mezun gençlerin işe yerleştirilmesinde aracılık hizmetleri vermek zorunda kalan bürolar sadece bahar aylarında kısa dönemli bir yoğunluk yaşamışlardır. Bu durum tanınmalarını engellemiş ve zaman içinde büroların işlerliği kalmamıştır.[152]

Üniversite istihdam danışma bürolarının ülkemizde geç kurulması, kurulduktan sonra ise, yeterince etkin olamaması gerek işletmeleri gerekse üniversiteleri yeni yöntemler aramaya itmiştir. İşletmelerin insan kaynakları yöneticileri mezuniyet öncesi dönemde üniversiteleri ziyaret ederek aradıkları niteliklere uygun elemanları bulmak için öğrencilerle görüşmeler yapmakta ve kriterlerine uygun olan adaylara iş teklifleri götürerek bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılamaya başlamıştır. İşletmeler bu aşamada ziyaret edecekleri üniversitenin seçimine önem vermiş, özellikle büyük ölçekli işletmeler kamuoyunda yer ve isim edinmiş üniversiteleri tercih etmişlerdir. Ancak zaman alıcı ve maliyet gerektiren bu yöntem her işletme için uygun olmamıştır. Bazı işletmeler ise, şirket tanıtım günleri düzenleyerek kendilerini mezuniyet aşamasındaki adaylara tanıtma yolunu seçmiştir. Bu yöntem bireysel girişimlere dayandığı için organizasyonda çeşitli güçlüklerle karşılaşılmıştır. Organizasyonların kısa süreli olması nedeniyle istenen öğrenci kitlesine ulaşma olanağı az olmuş ve çoğu zaman öğrencilerle bire bir görüşme olanağı elde edilememiştir.[153]

İstihdam fuarlarının Türkiye'de ortaya çıkışı 1991 yılına dayanmaktadır. İİBK tarafından işsizlik ve istihdam sorunları ile ilgili olarak kamuoyunda gerekli duyarlılığı sağlamak, işsizliği azaltıcı, istihdamı artırıcı yeni ve etkin politikalar saptamak, ilgili kesim ve kuruluşların sorunun çözümüne daha fazla katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla 20-26 Mayıs 1991 tarihleri arasında yurt düzeyinde I. İstihdam Haftası

---

[152] Fırat, Zerrin Yöney; "Üniversitelerde Düzenlenen İstihdam Fuarları ve İstihdam Haftası", **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1, Bursa 1999, s.1.
[153] Fırat; "1999", s.2.

gerçekleştirilmiştir. İstihdam Haftası nedeniyle Ankara'da 20-21 Mayıs 1991 tarihlerinde, TÜRSER Sergi Merkezinde I. İstihdam Fuarı düzenlenmiş, fuarda üniversite ve meslek lisesi öğrencileri ile işveren temsilcileri bir araya getirilerek, öğrencilerin iş dünyasını tanımalarına ve iş bulmalarına yardımcı olunmaya çalışılmıştır.[154]

İİBK'nın mayıs ayının ilk yarısında düzenlediği İstihdam Haftası çerçevesinde üniversiteler ile işbirliği yaparak düzenlediği istihdam fuarları üniversite öğrencilerinden ve pek çok işletmeden büyük ilgi görmüştür. Böylece fuarlar üniversite öğrenimini tamamlayan veya tamamlamak üzere olan gençler ile firma temsilcilerini bir araya getirerek iş dünyasını tanıtmak, iş ve staj bağlantıları yapmalarını sağlamak, kendilerine istihdam edilebilecekleri iş kolları ve sektörleri tanıtmak amacıyla düzenlenmiştir.[155]

Nitekim düzenli olarak 1991 yılında kutlanmaya başlanılan İstihdam Haftası çerçevesinde önce Ankara'da ve daha sonra Kocaeli ve Bursa olmak üzere üniversite bulunan birçok ilde fuar düzenlenmeye başlanmıştır.[156] Fuarlara ilk yıllarda katılımcı işletme sayısı son derece az olurken, yıllar geçtikçe bu fuarlara öğrenciler kadar işletmelerin de ilgisi artmıştır. Böylece İİBK ile yerel üniversitelerin bölgesel ve ulusal düzeyde tanınırlığı artmış, üniversite-sanayi işbirliği için önemli bir aşama kaydedilmiştir.[157]

İİBK'da yeniden yapılanma süreci 90'lı yılların sonunda hız kazanmış, yoğun mevzuat çalışmaları neticesinde 2003'te Türkiye İş Kurumu Kuruluş Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile "İŞKUR" olarak geniş bir yelpazeden hizmet sunumuna başlanmıştır. Yeniden yapılanma ile Kurum, kamuoyundaki imajının güçlendirilerek açık işlerin ve başvuruların Kuruma yönelmesini sağlamak amacıyla tanınırlık faaliyetlerine önem vermiştir.

2003'te uygulamaya konulan Acil Eylem Planında Kamu Yönetimi Reformu (KYR-26) çerçevesinde kuruluş düzeyinde stratejik planlama uygulamasına geçilmesi kararı alınmış, İŞKUR'un yararlanıcısı olduğu Aktif İşgücü Programları Projesi

---

[154] İİBK; **1991 Yılı Faaliyet Raporu**, s.94.
[155] İİBK; **1991 Yılı Faaliyet Raporu**, s.94.
[156] İİBK; **1996 Yılı Faaliyet Raporu,** s.56.; **1997 Yılı Faaliyet Raporu,** s.52.
[157] Fırat; "1999", s.2.

kapsamında Kurum'un 2006 – 2008 yıllarını kapsayan Stratejik İş Planı hazırlanmıştır. İŞKUR'un yol haritasını belirleyen İş Planı 2006-2008'de "Müşterilerimizin ve kilit paydaşlarımızın en az %95'inin, sağladığımız program ve hizmetleri tam anlamıyla tanımasını ve Kurumun gerçekleştirdiği hedefleriyle tutarlı bir üne sahip olmasını sağlamak hedefini gerçekleştirmek için İstihdam Haftası belirlenmesi ve aynı hafta içerisinde 15 İstihdam Fuarı düzenlenmesi" faaliyetinin konulması ile istihdam fuarları etkinliği özel öncelikli hedeflere ulaşmak için belirlenen faaliyetler arasında yer almıştır.[158] 2006 yılında fuar düzenlenmemiş, ancak üniversite kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer fuarlarına katılım sağlanmıştır.[159] 2007'de ise üniversite gençliğine, işgücü piyasası, çalışma hayatı ve mezuniyet sonrası çalışabilecekleri iş yerleri konusunda bilgiler vermek, staj ve istihdam olanakları hakkında rehberlik etmek amacıyla, 17 il müdürlüğü tarafından fuar düzenlenmiştir.[160] 2007'de düzenlenen 17 istihdam fuarına ilişkin açıklama incelendiğinde, aslında etkinliklerin düzenlendiği ilk dönemden itibaren kapsam olarak "kariyer günleri"ne karşılık geldiği ancak isim olarak "istihdam fuarı" kavramının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu dönemde fuarlara ilişkin farkındalığın henüz oluşmadığı dikkat çekmektedir.

5018 sayılı "Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu" ile Türkiye'de kamu yönetiminin etkinlik düzeyinin yükseltilmesi amacıyla gerçekleştirilen düzenlemeler kapsamında; kuruluşların politika oluşturma kapasitelerinin artırılması, kamu mali yönetiminin iyileştirilmesi, kuruluş performansının izlenmesi ve hesap verme sorumluluğu doğrultusunda değerlendirilmesi için tüm kamu idareleri stratejik planlarını hazırlamakla yükümlü kılınmış olup, İŞKUR da bu kapsamda 2008-2012 dönemi stratejik planını hazırlamıştır. Stratejik Planda belirlenen "İstihdam Hizmetlerini Çeşitlendirerek, Aracı Kurum Olarak İşe Yerleştirmelerde Etkin Olmak" amacını gerçekleştirmek için belirlenen hedefler arasında "üniversitelerin olduğu illerde her yıl istihdam fuarları düzenlemek" hedefi yer almıştır.[161] 2008'den itibaren üniversite gençliğine, işgücü piyasası, çalışma hayatı ve mezuniyet sonrası çalışabilecekleri iş yerleri konusunda bilgiler vermek, staj ve istihdam olanakları hakkında rehberlik etmek

[158] İŞKUR; **2006-2008 Stratejik İş Planı**, s.27.
[159] İŞKUR; **2006 Yılı Faaliyet Raporu**, s.67.
[160] İŞKUR; **2007 Yılı Faaliyet Raporu**, s.24.
[161] İŞKUR; **2008-2012 Stratejik Planı**, s.37.

amacıyla birkaç il müdürlüğü tarafından fuar düzenlenmiş ve çoğunlukla üniversite kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer fuarlarına katılım gösterilmiştir.[162]

Fuarların kapsam ve sayı olarak asıl yaygınlaşmasının 2011-2015 Stratejik Planı'ndan itibaren olduğu görülmekle beraber, gelişimin görülmesi açısından 2008-2012 Stratejik Planın uygulama dönemindeki verilerin ortaya konmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Tablo 3: İstihdam Fuarı Sayısı (2008-2010)

Yıllar	İstihdam Fuarı Sayısı
2008	2
2009	2
2010	6
Toplam	**10**

Kaynak: İŞKUR faaliyet raporlarından derlenmiştir.

Bugünkü anlamıyla fuarların 2011 öncesinde Kocaeli, Manisa, Hatay gibi bazı il müdürlüklerinin girişimiyle sınırlı sayıda kaldığı, 2011 ve sonrası dönemde fuarlarla ilgili farkındalığın oluştuğu ve yoğun bir şekilde uygulama alanı bulduğu dikkati çekmektedir.

2.2.1.2 2011 ve Sonrası Dönem

2006-2010 döneminde fuar etkinliği stratejik planda belirlenen amaçlar arasında yer almasına rağmen belirlenen hedeflere ulaşılamamıştır. Yalnızca öğrencileri kapsayacak şekilde "üniversite olan her ilde istihdam fuarı yapılması" hedefi yerine, üniversite ve meslek lisesi öğrencileri, iş arayanlar ve daha iyi şartlarda iş arayanlar gibi daha geniş kitlelerin katılmasının hedeflendiği fuarların yapılması amaçlanmış, stratejik plan revize edilirken değişikliğe gidilmiştir. 2011-2015 Stratejik Planında "İşgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda istihdam hizmetlerini çeşitlendirmek ve işe yerleştirmede aktif rol oynamak" amacına ulaşmak için belirlenen etkinlik hedefi yalnızca büyükşehirlerde istihdam fuarı yapılması, üniversite bulunan her ilde ise kariyer günü yapılması şeklinde güncellenmiştir.[163]

Stratejik planlar çerçevesinde amaç ve hedeflerin gerçekleşmelerinin illere bağlı olması ve gerçekleşmelerin sistematik bir şekilde takip edilmesi, merkez-yerel

[162] İŞKUR; **2008 Yılı Faaliyet Raporu**, s.36.; **2009 Yılı Faaliyet Raporu,** s.30.; **2010 Yılı Faaliyet Raporu,** s.53.
[163] İŞKUR; **2011-2015 Stratejik Planı**, s.41.

işbirliğinin sağlanması amacıyla İŞKUR'da 2010 yılı itibarıyla hedeflerle yönetim anlayışına geçilmiştir. Bu kapsamda büyükşehirlerde istihdam fuarı düzenlenmesi hedefi il müdürlüklerinde fuar düzenleyebilme pratiğinin oluşturulmasını ve fuarların sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla, 2011'de il müdürlüklerine paylaştırılan hedefler arasında yerini almış, 2015'e kadar her yıl hedef olarak belirlenmiştir.

Tablo 4: İstihdam Fuarı Sayısı (2011-2015)

Yıllar	İstihdam Fuarı Sayısı
2011	16
2012	27
2013	27
2014	30
2015	22
Toplam	**122**

Kaynak: İŞKUR faaliyet raporlarından derlenmiştir.

Tablo 4'te yıllar itibarıyla gerçekleştirilen fuar sayıları incelendiğinde genel anlamda bir yükseliş olduğu ancak, 2015'te ülkenin doğu ve güneydoğu bölgesinde yaşanan konjonktürel dalgalanmaların işgücü piyasasını da etkilemesine bağlı olarak bir kırılma olduğu söylenebilir.

İŞKUR'un yürürlükteki 2013-2017 Stratejik Planında yer alan "İşgücü Piyasasının İhtiyaçları Doğrultusunda İstihdam Hizmetlerini Çeşitlendirmek ve İşe Yerleştirmede Aktif Rol Oynamak" amacı kapsamında belirlenen hedeflere ulaşmak için büyükşehirlerde İŞKUR il müdürlükleri tarafından fuar etkinliği faaliyetine yoğun bir şekilde devam edilmektedir.[164]

Ayrıca 2015 yılında düzenlenen Genel Kurul'da alınan kararlar arasında "Gençlerin işgücü piyasası ile ilgili daha hızlı ve etkili bilgi edinmelerini sağlayan istihdam fuarı ve kariyer günü gibi etkinlikler çeşitlendirilmeli ve yaygınlaştırılmalıdır." maddesi ile bu tür etkinliklerin önemine vurgu yapılmıştır.[165]

2.2.2 Türkiye'de İstihdam Fuarlarının Amaçları

Fuarların ana amacı; iş arayanlar, işverenler ve ilgili kurum/kuruluşları bir araya getirerek, yerel ekonomi ve istihdam ortamını hareketlendirmek ve güçlendirmektir.

[164] İŞKUR; **2013-2017 Stratejik Planı,** s.40.
[165] İŞKUR; **8.Genel Kurul Kararları**, s.2.

2.2.2.1 İş Arayanlara Yönelik Amaçlar

Fuarların iş arayanlara yönelik amaçları şunlardır:

- İş arayanların işgücü piyasası ile ilgili bilgilere ulaşmalarını sağlamak,
- İşgücü piyasasına yeni girecek olanları çalışma hayatına hazırlamak, çalışabilecekleri işyerleri konusunda bilgi edinmelerini sağlamak ve rehberlik etmek,
- İş arayanları ve öğrencileri staj/işbaşı eğitim olanaklarından haberdar etmek ve bunların mevcut olanaklardan faydalanmalarına yardımcı olmak,
- İş arayanlara ve öğrencilere, mesleki vizyonlarını oluşturmaları ve kariyer planlamalarını yapmaları konusunda rehberlik etmek,
- Öğrencileri kısmi zamanlı çalışma ve mezuniyet sonrası istihdam olanakları konusunda bilgilendirmek,
- Meslek seçme aşamasında olanlara mesleki rehberlik yapmak,
- Mesleki eğitim ve işgücü yetiştirme programları konusunda katılımcıları bilgilendirmek,
- Katılımcıları işsizlik sigortası, kısa çalışma ve ücret garanti uygulamaları gibi pasif programlar konusunda bilgilendirmek,
- Etkin iş arama, mülakat yöntemleri ve özgeçmiş hazırlama konularında bilgilendirme yapmaktır.

2.2.2.2 İşverenlere Yönelik Amaçlar

Fuarların işverenlere yönelik amaçları şunlardır:

- İşletmelerin işgücü ihtiyacının karşılanmasını kolaylaştırmak,
- İşletmelerin kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaç duyacağı işgücünün yetiştirilmesine destek vermek,
- Yerel düzeydeki kurum ve kuruluşlar ile işletmeler arasındaki diyaloğun gelişmesine katkı sunmak,
- Kurum ve kuruluşların işletmelere yönelik destek ve olanakları konusunda bilgilendirme yapmak,
- Yerel düzeyde işletmeler arası işbirliğinin güçlendirilmesine katkı sağlamak,

- Üniversite işbirliğiyle işletmelerin AR-GE faaliyetlerinin artmasına katkıda bulunmak,
- İşletmelerin yerel ve ulusal düzeyde yazılı/görsel tanıtımına olanak vermek,
- İşletmelerin ürünlerini sergilemesini sağlamaktır.

2.2.2.3 Diğer Kurum/Kuruluşlara Yönelik Amaçlar

İşgücü piyasasındaki değişimleri takip etmek, katılımcılara kurumu ve faaliyetleri hakkında bilgi vererek piyasadaki konumunu güçlendirmek, tanınırlığını artırmaktır.

2.2.2.4 İŞKUR'a Yönelik Amaçlar

Sosyal taraflar, yerel yönetimler, üniversiteler, ilgili diğer kurum ve kuruluşlar ile sanayici ve işletmeci işbirliğinde, yerel düzeyde işgücünü arz edenler ile talep edenleri bir araya getirerek; mesleki eğitim, istihdam ve insan kaynakları konusunda taraflar arasında kalıcı ve kurumsal bir iletişim mekanizması kurmak ve devam ettirmektir.

Zaman içerisinde fuarcılık alanında sosyal bir fuar olarak kültür haline gelen istihdam fuarları;

- Çok sayıda iş arayan ve işvereni aynı mekânda ve zamanda buluşturmak,
- İşgücü ihtiyacı olan firmaların kuruma kayıtlı hazır ve diğer iş arayanları tanıması ve ihtiyacını bu kişiler arasından karşılamasını sağlamak,
- İş arayanların ve öğrencilerin firmaları tanımasını, işgücü piyasasını tanımasını, iş/staj ve kariyer imkânlarını öğrenmesini, görüşme ve başvuru yapmak isteyenlerin işverenler ile buluşmasını sağlamak,
- İşgücü piyasasının şeffaflaştırılmasına katkıda bulunmak,
- Üniversite-sanayi işbirliğine katkıda bulunmak,
- Kurum hizmetlerinin tanıtımını sağlamak,
- Kurumsal görünürlüğü artırmak ve Kurum imajını güçlendirmek amacıyla düzenlenmektedir.

Fuarların yukarıda belirtilen amaçlar haricinde düzenlenecek etkinliklerle, konuyla ilgili uzmanların çalışmaları ve tecrübelerinden faydalanılmasını sağlamak,

fuara katılan insan kaynakları yöneticileri arasında fuar süresince sağlanan iletişim sayesinde insan kaynakları yönetiminin gelişmesine katkı sağlamak, fuar amacına uygun konularda eğitim, seminer, konferans, söyleşi ve yarışmalar düzenleyerek farkındalığı artırmak gibi amaçları da bulunmaktadır.

2.2.3 İstihdam Fuarlarının İŞKUR ve İşgücü Piyasası Açısından Önemi

Kamu istihdam kurumu olarak İŞKUR ulusal ve yerel düzeyde işgücü piyasasını yönlendiren önemli ve etkin bir aktör konumunda faaliyetlerini sürdürmektedir. İstihdam fuarları ise çalışma hayatının tüm aktörlerini bir araya getiren tek ve en önemli etkinlik olarak;

- İŞKUR'un iş yapabilme gücünü ortaya koymakta,
- İŞKUR farkındalığı oluşturmakta,
- İŞKUR'un tanınırlığını ve saygınlığını artırarak ildeki etkisini artırmasına katkı sağlamakta,
- İşgücü piyasasındaki bilgi eksikliğinin giderilerek daha şeffaf bir işgücü piyasası oluşturulmasına katkı sağlamakta,
- İş arayanlar, işverenler, diğer kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları arasında ağ kurmaktadır.

2.2.4 İstihdam Fuarlarının Uygulama Süreci

Fuar organizasyonu için il müdürlüklerince ayrıntılı bir süreç planlaması yapılmaktadır. Fuar etkinliğinin düzenlemesine ilişkin iller arasında farklı uygulamalara rastlanılmakla birlikte organizasyon süreci genel hatlarıyla, fuar öncesi, fuar esasında ve fuar sonrası yürütülen faaliyetler olmak üzere üç bölümde aktarılmıştır.

2.2.4.1 Fuar Öncesi (Planlama ve Hazırlık Dönemi)

İl müdürlüklerince fuar organizasyonunun yapılmasına ilişkin karar alındıktan sonra, illerde Vali başkanlığında, Büyükşehir Belediye Başkanlığı, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, ticaret ve sanayi odaları, işveren kuruluşları, il müdürlükleri, üniversiteler gibi yerel işgücü piyasasının temel aktörlerinin bir araya geldiği İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu (İİMEK) toplantılarında karar Kurul'a sunulmakta ve fuar organizasyonunun yapılmasına yönelik Kurul tarafından ortak karar alınmaktadır.

İl müdürlükleri bünyesinde etkinlik sürecinden sorumlu bir fuar organizasyon ekibi oluşturulmakta ve fuar süresince bütün faaliyetler bu ekip tarafından yürütülmektedir.

2.2.4.1.1 Fuar Yeri ve Zamanının Belirlenmesi

Ekip tarih için bir araştırma yapmakta ve hedef kitlenin katılımının en uygun olduğu dönem göz önünde bulundurularak kesin tarih belirlenmektedir.

Fuar yerinin ve mekânın belirlenmesinde lokasyon olarak şehir merkezine çok uzak olmayan, ziyaretçilerin rahatlıkla ulaşabilmesine olanak sağlayacak bir yer, fuar alanının ise geniş bir katılımcı ve ziyaretçi kitlesini içerebilecek şekilde geniş ve ferah bir mekân olmasına dikkat edilmektedir. Belediye fuar alanları, üniversite ya da büyükşehir sergi ve kongre salonları ya da açık alanlarda kurulan çadırlar fuar alanı olarak belirlenebilmektedir.

2.2.4.1.2 Paydaş Kurum/Kuruluşların Belirlenmesi, Bilgilendirilmesi ve İşbirliğinin Sağlanması

Fuar tarihi ve yeri belirlendikten sonra katılımcı firmaların belirlenmesi ve etkinliğin tanıtımı ve duyurulması süreci başlamaktadır. Yerel düzeyde faaliyet gösteren tüm paydaşlara fuar etkinliğinin amacı, önemi, kapsamı ve organizasyon detayları gibi hususlarla ilgili bilgilendirme yapılmaktadır. Bilgilendirme için toplantılar ve/veya yazışmalar yapılmaktadır. Bu aşamada paydaşların finansal ve lojistik destek sunarak sürece dahil olması ve etkinlik için sponsor temin edilmesi çalışmaları yürütülmektedir.

2.2.4.1.3 Organizasyon Firmasının Belirlenmesi

Etkinlik için stantların kurulması, sökülmesi, masa ve sandalye düzeninin ayarlanması, fuaye alanlarının hazırlanması, isimlikler, süslemeler, ikramlar, promosyonlar vb. gibi konularda teknik destek verilmesi amacıyla reklam-tanıtım-organizasyon işlerini yapan bir firma ile anlaşma yapılmaktadır.

2.2.4.1.4 Katılımcı Firmaların Belirlenmesi ve Davet Edilmesi

Fuarlara turizm, tekstil, sağlık, makine, iletişim gibi çeşitli sektörlerden özel sektör işverenleri davet edilmektedir. İşverenlere yönelik bilgilendirme ve davet süreci

ilgili işverenlerden sorumlu iş ve meslek danışmanları ya da kurum yöneticileri tarafından yürütülmektedir. Bu süreçte yazışmalar, telefon görüşmeleri ve ziyaretler yapılmakta ve nihai katılımcı listesi oluşturulmaktadır.

Özel sektör işyerleri haricinde, üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları da fuara tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerini gerçekleştirme amacıyla katılmaktadır.

2.2.4.1.5 Ziyaretçilerin Davet Edilmesi

Kuruma gelen iş arayanlar yüz yüze bilgilendirilmekte ayrıca veri tabanında kayıtlı iş arayanlara mesaj gönderilmektedir. Fuar alanı şehir merkezinden nispeten uzak olduğunda ziyaretçilerin transferi sağlanmaktadır.

2.2.4.1.6 Fuarın Duyurulması

Etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması ve hedef kitlenin etkinliğe çekilebilmesinin sağlanması amacıyla çeşitli duyuru ve tanıtım çalışmaları yapılmaktadır. Bu kapsamda afiş, billboard, megaboard, CLP raketler, el ilanları gibi reklam araçları kullanılmakta, televizyon, gazete, internet (sosyal medya dahil) gibi görsel ve/veya işitsel medya araçları ile bilgilendirme yapılmaktadır.

2.2.4.1.7 Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Fuar Ekstraları

Bazı fuarlarda hedef kitlenin fuarlara yöneliminin ve memnuniyet düzeyinin artırılmasını sağlamak amacıyla iş arayan ve işverenin bir araya gelmesinin yanında seminer, panel, konferans, kariyer günleri gibi etkinliklere de yer verilmektedir.

Fuar ekstraları kapsamında, yöresel oyun gösterisi, çekiliş, imza günleri gibi faaliyetlere de yer verilmektedir.

2.2.4.2 Fuar Esnasında

İlin valisi, büyükşehir belediye başkanı, üniversite rektörü, ticaret ve sanayi oda başkanları, kamu kurum kuruluşları ve diğer sivil toplum kuruluşları yöneticilerinin katılımı ile açılış gerçekleşmektedir. Fuarın amacı ve önemine ilişkin konuşmalar yapılmakta ve stantlar gezilmektedir.

Etkinlik boyunca organizasyon için yapılan hazırlıkların firmalara, iş arayanlara ve diğer katılımcılara iyi şekilde yansıtılabilmesi için gerekli çaba gösterilmektedir.

Fuar alanının girişinde kurulan İŞKUR standında iş ve meslek danışmanları tarafından sürekli bilgilendirme ve yönlendirme yapılmaktadır.

2.2.4.3 Fuar Sonrası

Etkinlik kapsamında yer alan katılımcı, ziyaretçi, başvuru, görüşme ve danışmanlık sayısı, fuar etkinlikleri gibi istatistiki bilgiler Kurum portalına işlenmektedir. Ayrıca bazı il müdürlüklerince fuar süresince yapılan anketler değerlendirilmekte ve rapor/dergi haline getirilerek kamuoyu ile paylaşılmaktadır.

Sonraki bölümde fuarların düzenlenmesine ilişkin alandaki uygulamaların ortaklaşan/farklılaşan yönlerinin tespit edilmesi ve fuar organizasyonunun etkin olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla yürütülen alan araştırmasının sonuçları ortaya konulmuştur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
İSTİHDAM FUARLARININ İŞKUR'UN TANINIRLIĞI VE HİZMET GELİŞİMİNE ETKİSİ

3.1 ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI, ÖNEMİ, YÖNTEMİ, KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

3.1.1 Araştırmanın Konusu ve Sorusu

Araştırmanın konusu; istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin olup olmaması ile ilgilidir.

Araştırma sorusu "İstihdam fuarları İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin midir?" şeklindedir.

3.1.2 Araştırmanın Amacı

Tezin amacı; istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından rolünü ortaya koymaktır.

Bu çalışma ile istihdam fuarlarının etkin olup olmadığı tartışılmış, elde edilen bulgular doğrultusunda uygulamada karşılaşılan sorunlar ortaya konulmuş, sorunların giderilmesi ve etkinliğin artırılmasına yönelik öneriler getirilmiştir.

3.1.3 Araştırmanın Önemi

Tez kapsamında ulusal ve uluslararası literatürde yapılan araştırmalar neticesinde istihdam fuarları ya da istihdam fuarlarının etkinliğinin değerlendirilmesine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. İŞKUR il müdürlükleri tarafından her yıl düzenlenen istihdam fuarlarının zaman ve maliyet açısından ağırlığı büyük olmakla birlikte, hedeflenen amaca ulaşılıp ulaşılmadığı tahminlerden ve söylemlerden öteye geçememektedir.

Bu çalışma ile araştırma literatürüne çeşitli katkılar yapılması beklenmektedir.

3.1.4 Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları ve verilerin toplanması, verilerin çözümlenmesinde kullanılan teknikler ve araştırmada izlenen sürece yer verilmiştir.

3.1.4.1 Araştırma Modeli

Araştırma "Eylem Araştırması" yaklaşımı çerçevesinde yürütülmüştür. Eylem araştırması bir kurumda çalışan yönetici, uzman, planlamacı gibi bizzat uygulamanın içinde olan bir uygulayıcının doğrudan kendisinin ya da bir araştırmacı ile birlikte gerçekleştirildiği ve uygulama sürecine ilişkin sorunların ortaya çıkarılması ya da hâlihazırda ortaya çıkmış bir sorunu anlama ve çözmeye yönelik sistematik veri toplamayı ve analiz etmeyi içeren bir araştırma yaklaşımıdır.[166] Eylem araştırması bir kurumun, kurumda yapılan işlerin, kurumda çalışanların niteliğinin yükseltilmesi açısından çok önemlidir.[167]

Araştırmanın modeli nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı eylem araştırması üzerine kurgulanmıştır. Nitel araştırma, "nitel veri toplama yöntemlerinin (görüşme, gözlem, doküman analizi vb.) kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlanır. [168] Nicel araştırma ise olgu ve olayları nesnelleştirerek gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koyan bir araştırma türüdür. [169]

Araştırma kapsamında gözlem ve yüz yüze görüşme teknikleri kullanılmıştır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak her iki yöntemin birlikte kullanılması, gözlem ile elde edilen bulguların görüşmeler yoluyla elde edilen bulgular ile desteklenmesine olanak sağlamıştır.

---

[166] Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek**; Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,** Seçkin Yayıncılık, 9. Baskı, Ankara 2013, s.45.
[167] Büyüköztürk, Şener vd.; **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Pegem Yayıncılık, 19.Baskı, Ankara 2013, s.260.
[168] Yıldırım ve Şimşek; **a.g.e.,** s.45.
[169] Büyüköztürk vd.; **a.g.e.,** s.124-137.

3.1.4.2 Evren ve Örneklem

Öncelikle büyükşehirler, İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması'na (SEGE 2011) göre Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endekslerine göre 6 bölgeye ayrılmış ve 2015 yılında düzenlenecek istihdam fuarların düzenleneceği iller SEGE kapsamında yeniden gruplandırılmıştır. Adana, Ankara, Aydın, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya Manisa, Mersin ve Trabzon olmak üzere her bölgeden en az bir il olmak üzere araştırmanın yürütüleceği temsili 10 il belirlenmiştir. Bu illerin belirlenmesinde öncelikle kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ancak konjonktürel nedenlerle fuar düzenlenmediği için altıncı bölgeyi temsilen herhangi bir il analize dâhil edilememiştir.

İstihdam fuarlarının etkinliğine ilişkin verileri elde etmede kullanılacak yöntemler düşünüldüğünde, araştırmanın evrenini 2015 yılında 10 büyükşehir belediyesinde il müdürlükleri tarafından düzenlenen fuarlar, fuarlara katılan işverenler (özel sektör işyerleri), iş arayanlar (iş arayanlar, öğrenciler ve daha iyi şartlarda iş arayanlar), işveren dışındaki katılımcılar (belediyeler, üniversiteler, diğer kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları (STK), özel istihdam büroları (ÖİB)) oluşturmaktadır. Çeşitleme stratejisi[170] kullanılarak farklı dönemlerde fuar düzenleyen ve farklı gelişmişlik düzeyine sahip illerin çalışmaya dâhil edilmesi ile araştırmanın geçerlik ve güvenirlik düzeyinin yüksek olması amaçlanmıştır.

Bu kapsamda örneklem her ilden 5 olmak üzere 50 işveren, her ilden 15 olmak üzere 150 iş arayan ve her ilden 2 olmak üzere 20 işveren dışındaki katılımcı olacak şekilde belirlenmiştir. İşverenler farklı sektörlerde faaliyet gösterenler arasından rastgele seçilmiştir. Benzer şekilde, iş arayanlar arasından öğrenci, işsiz, daha iyi şartlarda iş arayan gibi farklı gruplar seçilmiştir. Ayrıca işveren dışındaki katılımcılardan da farklı katılımcılar analize dâhil edilmiştir. Bu şekilde araştırmacı tarafından örneklemin kendi içerisinde çeşitlenmesi yöntemine gidilerek, elde edilen verilerin karşılaştırılmasına olanak tanınmıştır.

[170] Yıldırım ve Şimşek; **a.g.e.,** s.301.

3.1.4.3 Verilerin Toplanması ve Kaydedilmesi

Veri toplamanın ilk basamağı olan gözlem aşamasında, bu kapsamda düzenlenen 10 fuara katılım sağlanarak gözlem soruları kapsamında her fuar için katılımcı kitlesi, organizasyon şekli, fuara ilgi, kurumsal tanınırlığa etkisi gibi hususlar temelinde ayrıntılı gözlem yapılmıştır. Ayrıca Kurum personeline organizasyon detayları ile sorular yöneltilmiş ve gözlem sorularına verilen cevaplar ile Kurum personelinden alınan cevaplar doğrultusunda fuarlar arasında karşılaştırmalar yapılarak ortak ve farklı hususlara yer verilmiştir. Gözlem esnasında nitel gözlemlerde kullanılan en yaygın kayıt etme yöntemi olan[171] not alma tekniği kullanılmıştır.

Veri toplamanın ikinci basamağı olan yüz yüze görüşme aşamasında, yukarıda belirtilen ve gözlem yapılan 10 fuar kapsamında örneklem olarak belirlenen 50 işveren, 150 iş arayan ve 20 işveren dışındaki katılımcı ile görüşülerek veri toplanmıştır. Görüşme ile elde edilen verilerin kaydedilmesinde cihaz ile kaydetme ve not alma yöntemi kullanılmıştır.

3.1.4.4 Verilerin Analizi

Araştırmacı tarafından gözlem ve görüşmeler yoluyla toplanan nicel veriler bilgisayar ortamında excell programına aktarılmış ve nitel veriler de yazılı hale getirilmiştir. Daha sonra gözlem ve görüşme bulguları parametrik bir şekilde aktarılmıştır.

3.1.5 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını Adana, Ankara, Aydın, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya Manisa, Mersin ve Trabzon illerinde düzenlenen istihdam fuarları ve fuara katılan işverenler, iş arayanlar ve işveren dışındaki katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırmanın tüm fuarları kapsaması hem zaman hem maliyet açısından mümkün olmadığından çalışma yukarıda sayılan 10 fuar ile, yine fuarlara katılan tüm katılımcılar ve ziyaretçiler ile görüşmenin mümkün olmaması sebebiyle görüşülen gruplar da örneklemler belirlenerek sınırlandırılmıştır.

---

[171] Yıldırım ve Şimşek; **a.g.e.,** s.212.

Çalışmanın görüşme aşamasında, görüşülen ortamın çok kalabalık ve gürültülü olması, görüşülen kişilerin genel olarak ses kaydına olumlu bakmamaları ses kayıt cihazının istenilen düzeyde ve etkin bir şekilde kullanımını kısıtlamıştır. Gözlem aşamasındaki gibi görüşmelerde de daha çok not alma yöntemi kullanılmıştır. Not alma yönteminin kullanıldığı görüşmelerde soru sorma ve verilerin kaydedilmesi sürecinin birlikte yürütülmesi zorluğa yol açmıştır.

3.2 ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

Bu bölümde araştırmanın amacı doğrultusunda istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığına ve hizmet gelişimine katkısı – istihdam fuarlarının etkinliği- incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda gözlem ve görüşme verilerinin analiz edilmesiyle elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Gözlem ile elde edilen bulguların görüşmelerle teyit edilmesine çalışılmıştır. Ayrıca gözlem ve görüşme bulguları bir arada değerlendirilerek benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.2.1 Gözlem Verilerinin Analizi

Araştırmanın bu bölümünde veri toplamanın ilk basamağı olan gözlem aşamasında katılım sağlanan 10 istihdam fuarına ilişkin gözlem bulguları, gözlem formunda yer alan sorular alt başlıklara göre gruplandırılarak aktarılmıştır.

Gözlem bulguları organizasyon ile ilgili yetkili Kurum personellerine sorulan sorular ve yapılan gözlemlerden elde edilen cevaplardan oluşmuştur.

3.2.1.1 Fuarlara İlişkin İstatistiki Veriler

Araştırma kapsamında gözlem yapılan 10 fuara ilişkin istatistiki bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5: Fuarlara İlişkin Genel Veriler

İl	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Katılımcı Sayısı			Ziyaretçi Sayısı
			Kamu	Özel	Toplam	
Adana	10.12.2015	11.12.2105	3	92	95	14.862
Ankara	22.10.2015	24.10.2015	27	87	114	4.489
Aydın	28.04.2015	29.04.2015	5	64	69	7.562
Bursa	03.12.2015	05.12.2015	3	163	166	28.000
Kahramanmaraş	16.10.2015	17.10.2015	8	34	42	3.368
Kocaeli	07.05.2015	09.05.2015	100	150	250	103.820
Malatya	09.10.2015	11.10.2015	1	70	71	11.000
Manisa	21.05.2015	22.05.2015	7	82	89	4.500
Mersin	17.11.2015	18.11.2015	4	84	88	6.000
Trabzon	01.10.2015	02.10.2015	12	68	80	13.057
Toplam			**170**	**894**	**1.064**	**196.658**

Kaynak: İŞKUR portal verilerinden derlenmiştir.

Adana, Ankara, Aydın, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya Manisa, Mersin ve Trabzon fuarları yerel düzeyde, Kocaeli fuarı bölgesel düzeyde gerçekleştirilmiştir. Kocaeli'nde ilk 10'u yerel düzeyde olmak üzere 2015 itibarıyla 15'inci fuar düzenlenmiştir. 2011'den itibaren fuarların bölgesel düzeyde düzenlendiği belirtilmiştir.

Fuarlarda 170 kamu kurum ve kuruluşu ile 894 özel kurum ve kuruluş olmak üzere toplamda 1.064 katılımcı stant açmış, 196.658 iş arayan ve öğrenci fuarları ziyaret etmiştir.

3.2.1.2 Fuar Etkinliği İçin Kullanılan İsimler ve Temalar

Fuar etkinliği için kullanılan isimler illere göre farklılık göstermektedir. İsimler ve kullanıldığı il sayıları aşağıda yer almaktadır.

- İnsan Kaynakları ve İstihdam Fuarı (6 ilde)
- İstihdam ve İnsan Kaynakları Etkinliği (1 ilde)
- İstihdam ve Eğitimde Buluşma Günleri (1 ilde)
- İnsan Kaynakları ve İstihdam Buluşması (1 ilde)
- İstihdam Kariyer ve Girişimcilik Etkinliği (1 ilde)

Tablo 6: Etkinlik İsimlerinin Analizi

İl	Etkinlik isminde fuar kullanılıyor mu?	Etkinlik için bir tema belirlenmiş mi?
Adana	Hayır	Evet
Ankara	Hayır	Hayır
Aydın	Evet	Hayır
Bursa	Hayır	Evet
Kahramanmaraş	Evet	Hayır
Kocaeli	Evet	Evet
Malatya	Evet	Hayır
Manisa	Hayır	Hayır
Mersin	Evet	Hayır
Trabzon	Evet	Hayır

Kaynak: Gözlem kapsamında elde edilen verilerinden derlenmiştir.

Aynı kapsamda ve aynı amaca yönelik olarak düzenlenmesine rağmen aynı türdeki etkinlikler için farklı isimler kullanılmaktadır. Genel olarak fuar adı altında düzenlenen tüm etkinliklerin organizasyonu için izin yetkisi TOBB'da bulunduğundan ve il müdürlüklerince önceden izin alma ve TOBB tarafından öne sürülecek olası fuar düzenleyebilme prosedürlerinin aşılamayacağı düşüncesiyle çoğu büyükşehirde fuar isminin kullanılmasından imtina edilerek alternatif isimler geliştirilmiştir.

Etkinlik kapsamında "üniversite tanıtım günleri" ile "yaşam ve teknoloji günleri", "engelli bireylerin istihdamı" ve "engelleri istihdam ile aşalım" olmak üzere Adana, Kocaeli ve Bursa fuarlarında tema belirlendiği ve temalar odağında ayrıca spesifik faaliyetler yürütüldüğü gözlemlenmiştir.

3.2.1.3 Fuarların Zamanlaması, Süreleri ve Günleri

Fuarlar düzenlenme sayıları, dönemleri, süreleri ve günleri bakımından farklılık göstermektedir. 2015 itibarıyla 10 ilde gerçekleştirilen fuarların düzenleme sayıları, dönemleri, süreleri ve günlerine ilişkin veriler tablolar halinde aktarılmıştır.

Tablo 7: Fuar Düzenlenme Sayıları

3.sü Düzenlenen İl Sayısı	4.sü Düzenlenen İl Sayısı	5.si Düzenlenen İl Sayısı	8.si Düzenlenen İl Sayısı	15.si Düzenlenen İl Sayısı
1	4	3	1	1

Kaynak: İŞKUR portal verilerinden derlenmiştir.

2015 itibarıyla fuarların genel olarak illerde dördüncü ve beşinci kez düzenlendiği görülmektedir. Kocaeli'nde 15'inci ve Manisa'da 8'inci fuar organizasyonu gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8: Fuar Düzenlenme Dönemleri

Nisan Ayında Düzenlenen İl Sayısı	Mayıs Ayında Düzenlenen İl Sayısı	Ekim Ayında Düzenlenen İl Sayısı	Kasım Ayında Düzenlenen İl Sayısı	Aralık Ayında Düzenlenen İl Sayısı
1	2	4	1	2

Kaynak: İŞKUR portal verilerinden derlenmiştir.

Fuar düzenlenme dönemi olarak daha çok Ekim ayının tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 9: Fuar Düzenlenme Günleri

2 Gün Olarak Düzenlenen İl Sayısı	6	Salı ve Çarşamba (2 ilde)
		Perşembe ve Cuma (3 ilde)
		Cuma ve Cumartesi (1 ilde)
3 Gün Olarak Düzenlenen İl Sayısı	4	Perşembe, Cuma ve Cumartesi (2 ilde)
		Cuma, Cumartesi ve Pazar (2 ilde)

Kaynak: İŞKUR portal verilerinden derlenmiştir.

Etkinlik süre ve günleri bakımından fuarların 2 gün süreli ve ağırlıklı olarak cuma ile cumartesi günlerinde düzenlendiği gözlemlenmiştir.

3.2.1.4 Fuar Organizasyon Ekibi ve Teknik Destek Firması

İl müdürlüğünce fuar için planlama ve hazırlık süreci Adana, Bursa, Kocaeli, Mersin ve Trabzon illerinde en az 6 ay öncesinde, Malatya ilinde 2 ay, Kahramanmaraş, Manisa ve Aydın illerinde 1 ay ve Ankara ilinde 3 hafta öncesinde başlamıştır. Fuarın planlama ve hazırlık ile uygulama sürecinde faaliyetlerin yürütülmesi için fuar düzenleme ekibi oluşturulmuş, bu ekip fuar süresince aktif bir şekilde danışma ve yönlendirme faaliyeti yürütmüştür. Ekipler tarafından hem katılımcıların hem ziyaretçilerin hem de diğer davetlilerin her türlü soru ve sorununa çok kısa sürede çözüm üretildiği ve destek sağlandığı gözlemlenmiştir.

Kocaeli fuarında işverenler ile sözleşme yapılmıştır. Malatya istihdam fuarı TOBB'un yayımladığı Yurtiçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar kapsamında TOBB'un belirlediği standartlar çerçevesinde yetkili düzenleyici firma aracılığı ile gerçekleştirilmiş, TOBB'un fuar takviminde yer almıştır. Bu kapsamda yetkili firma aracılığıyla işverenler ile sözleşme yapılmıştır.

Kahramanmaraş hariç diğer illerde fuar hazırlama ekibine destek vermek amacıyla reklam-tanıtım-organizasyon, yiyecek-içecek, güvenlik hizmetlerini sağlayan firma/firmalardan sözleşme kapsamında hizmet satın alınmıştır. Firma/firmalar ile

yapılan sözleşmelerin kapsamı ilden ile değişiklik göstermektedir. Örneğin Kocaeli ve Bursa'da stantların kurulu olması sebebiyle stantların kurulması ve sökülmesine yönelik bir hizmet alımına gerek olmamış, Adana'da hizmet satın alınan firmalardan birinden yalnızca bu kapsamda destek alınmıştır.

3.2.1.5 Yerel Paydaşların ve Sponsorların Desteği

Aydın, Ankara ve Malatya hariç diğer illerde İİMEK toplantılarında istihdam fuarı yapılmasına dair karar alınmıştır. Adana, Bursa, Kocaeli, Mersin ve Trabzon'da yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının, üniversite ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarının yani paydaş tüm kurumların, ayrıca sponsorların finansal ve lojistik destek sağladığı gözlemlenmiştir. Bu durumun fuar konseptinin çeşitlendirilmesine ve zenginleştirilmesine, etkinliğin adeta bir panayır havası içerisinde geçmesine olanak sağladığı görülmüştür. Diğer illerde ise il müdürlüklerinin İİMEK toplantılarında karar alınsın veya alınmasın tek başına tüm organizasyon sürecini yürüttüğü gözlemlenmiştir.

3.2.1.6 Lokasyon ve Fiziksel Altyapı

Fuar ve görüşme alanları farklılık göstermektedir. Malatya, Aydın ve Mersin açık alanda, diğer fuarlar kapalı alanda yapılmıştır. Açık alanda düzenlenenlerde çadır kurulması, büyük şemsiyeler ile stantların kapatılması suretiyle suni fuar alanları oluşturulmuştur. Kapalı alanda düzenlenenlerde belediye fuar alanları, üniversite kültür ve kongre merkezleri, spor-sergi merkezi ve kapalı spor salonları kullanılmıştır.

Tablo 10: Fuarların Fiziksel Altyapısı

Fiziksel alt yapı / **İller**	**Her bir firmaya tahsis edilmiş müstakil bir görüşme alanı var mı?**	**Görüşme alanı kapalı mı?**	**Görüşme alanında görsel öğeler kullanılmış mı?**	**Görüşme alanı içinde görüşme masa ve sandalyeleri yeterli mi?**	**Her görüşme alanında standart bir görsel dizayn var mı? (stant alınlığı vb.)**
Adana	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Ankara	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Aydın	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Bursa	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Kahramanmaraş	Evet	Evet	Evet	Evet	Hayır
Kocaeli	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Malatya	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Manisa	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Mersin	Evet	Hayır	Evet	Evet	Evet
Trabzon	Evet	Hayır	Evet	Evet	Hayır

Kaynak: Gözlem kapsamında elde edilen verilerinden derlenmiştir.

Fuar alanlarında her bir firmaya tahsis edilmiş müstakil bir görüşme alanının bulunduğu, görüşme alanının Mersin ve Trabzon ilinde düzenlenen fuarlar hariç kapalı olduğu, görüşme alanlarında genel olarak görsel öğeler kullanıldığı, görüşme alanı içerisindeki masa ve sandalyelerin (genellikle 1 masa 2 sandalye) yeterli olduğu, Kahramanmaraş ve Trabzon fuarları hariç görüşme alanlarında standart görsel bir dizayn olduğu ancak fuarlar alanlarında genel olarak yönlendirme tabelalarının bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya, Aydın ve Mersin fuarları şehir merkezinde, diğer fuar alanları nispeten şehir merkezine uzak bölgelerde düzenlenmiştir. Bütün fuar alanlarının yeterli sayıda katılımcının stant açabilmesi ve ziyaretçilerin rahat bir şekilde stantları ziyaret edebilmesi için uygun olduğu söylenebilir.

Bursa, Kocaeli, Manisa ve Trabzon fuarlarında salon içinde açılış ve fuar ekstraları kapsamında yapılan diğer etkinlikler için uygun salon ve fuaye alanları mevcuttur. Mersin ve Adana fuarlarında fuaye alanları fuar alanı dışında bulunmaktadır. Diğerlerinde ise uygun alanlar bulunmamaktadır. Açılışlar için fuar alanı içinde veya dışında uygun boş bir açık alana platformlar yapılmıştır.

3.2.1.7 Katılımcı Profili

Katılımcılar, çeşitli sektörlerden özel sektör işyerleri, yerel yönetimler, kamu kurum/kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve özel istihdam bürolarından oluşmaktadır.

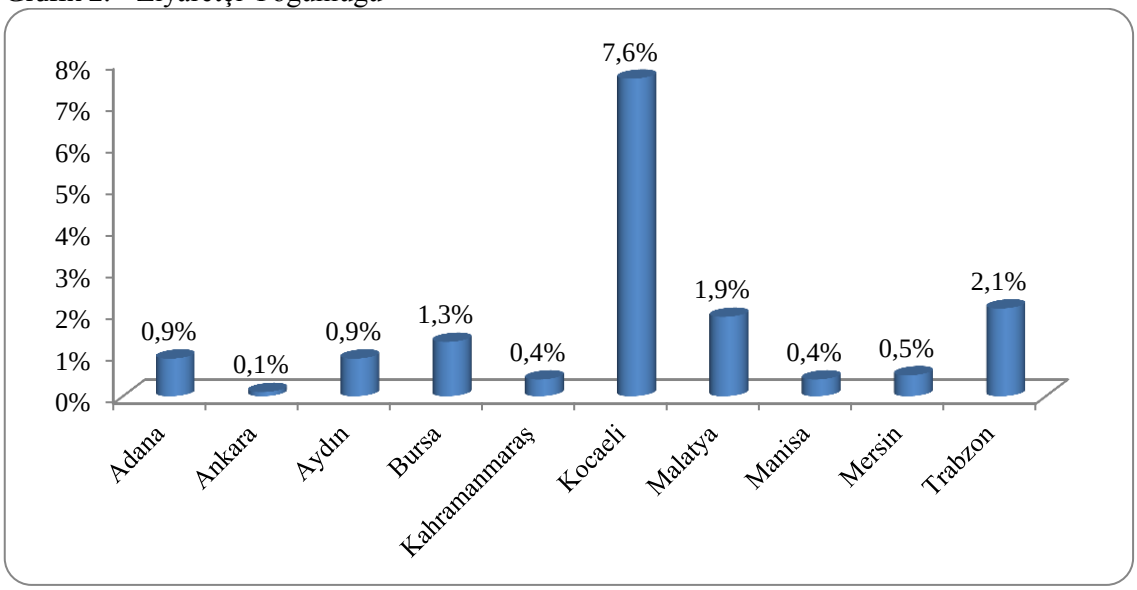
Katılımcıların genel olarak stantların görselliğine önem verdiği, stant içeriklerini özenerek hazırladığı, fuar süresince yiyecek ve içecek ikramında bulunduğu, ziyaretçiler ile yakından ilgilendikleri ve diğer firmalar ile iletişim halinde oldukları gözlemlenmiştir.

3.2.1.8 Ziyaretçi Profili ve Yoğunluğu

Ziyaretçi kitlesi bütün fuarlarda öğrenci, iş arayan, daha iyi şartlarda iş arayan olmak üzere her kesimden oluşmaktadır. Ziyaretçi sayılarının TÜİK'ten alınan çalışabilir nüfus (15+ yaş) verilerine oranlanması ile elde edilen ziyaretçi yoğunluğu

oranları doğrultusunda yapılan değerlendirmede en çok ziyaretçi yoğunluğunu Kocaeli'nde, en az ziyaretçi yoğunluğunun Ankara'da olduğu dikkati çekmektedir.

Grafik 2: Ziyaretçi Yoğunluğu



Kaynak: TÜİK'in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçları ve İŞKUR portal verilerinden derlenmiştir.

Ankara'da duyuru ve farkındalık oluşturma boyutunun zayıf kalması, fuar yerinin ulaşılabilirlik açısından zor bir bölgede olması, hiçbir etkinliğe yer verilmemesi fuarın ziyaretçi tarafının çok zayıf kalmasına neden olduğu söylenebilir.

Aydın'da duyuru ve etkinlik boyutu zayıf kalmasına rağmen, lokasyon itibarıyla şehrin en merkezi yerinde olması sebebiyle ziyaretçi ilgisi nispeten yüksek olmuştur.

Adana, Bursa, Kocaeli, Manisa ve Trabzon illerinde yoğun duyuru faaliyetlerinin yanı sıra çeşitli etkinliklere yer verilmiş olması da yoğunluğun oldukça yüksek olmasını sağlamıştır.

3.2.1.9 Stant Bedeli, Stant Düzeni ve Katılımcıların Yerleşimi

Adana, Aydın ve Kocaeli fuarlarında katılımcılardan stant bedeli alınmış, diğer fuarlarda herhangi bir katılım bedeli alınmamıştır. Stant bedeli alınan fuarlarda yerel paydaşlardan bir katılım bedeli alınmamıştır.

Stant yerleşiminin genel olarak standart bir sistematiğe dayalı olarak yapılmadığı görülmüştür. Yerleşim, yer bakımından merkezi ve uğrak stantlardan başlamak üzere geri planda kalan stantlara doğru her ilin kendi içinde geliştirdiği kriterler doğrultusunda

yapılmaktadır. Bunlar arasında, Kurumla sıkı bir işbirliği halinde olanlara, daha önceki fuarlara katılıp istihdam sağlayanlara, büyük ve kurumsal firmalara öncelik tanınması gibi kriterler yer almaktadır.

Bursa'da, tüm stant alanında firmalara eşit bir şekilde ziyaretçi ulaşmasını amaçlanarak büyük ve kurumsal firmalar belirli bölgelere serpiştirilmiş, aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar yan yana getirilmemeye çalışılmıştır. Kahramanmaraş'ta yerel yönetimler ile kamu kurum/kuruluşları bir arada olacak şekilde ve en çok istihdam sağlayan firmalar ön planda olacak şekilde belirlenmiştir. Kocaeli'nde işveren dışındaki katılımcılar İŞKUR standının yanında, özel sektör firmaları da büyük ve kurumsal firmalar ön planda ve her koridorda farklı sektörden bir firma olacak şekilde belirlenmiştir. Malatya ilinde, ildeki en kurumsal firmadan başlamak suretiyle en kurumsal firmalar ön plandaki stantlarda ve diğerleri de kura sonucunda çıkan yerlerinde olacak şekilde belirlemiştir. Mersin'de stant düzeni aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar yan yana gelmeyecek şekilde belirlenmiştir. Diğer kurum ve kuruluşların yerleşiminde de aynı türden kurum ve kuruluşlar yan yana gelmeyecek şekilde belirlenmiştir. Trabzon'da, işveren dışındaki katılımcılar bir arada olacak şekilde, yine aynı sektördeki firmalar bir araya gelmeyecek şekilde dağıtılmıştır.

3.2.1.10 İŞKUR Tarafından Katılımcılara Sunulan Lojistik Destek

Fuar organizasyonuna ilişkin tüm ayrıntılar belirlendikten sonra Mersin ve Kocaeli illerinde işverenler için ön bilgilendirme toplantısı yapılmıştır. Adana, Bursa, Kocaeli, Malatya ve Trabzon illerinde etkinlik öncesinde veya etkinliğin ilk günü firma temsilcilerine hangi kapsamda hizmetler sunulacağına ilişkin bilgilendirme yapılmış, bazı illerde ise il müdürlüğü ile katılımcı firmalar arasında düzenlenen fuar katılım sözleşmesinde il müdürlüğünün sunacağı lojistik destek ile ilgili açıklamalarda bulunulmuştur. Ancak Kahramanmaraş, Manisa, Aydın ve Ankara fuarlarında işverenlere yönelik herhangi bir bilgilendirme yapılmamıştır.

Adana, Bursa, Kocaeli, Mersin ve Trabzon fuarlarında firma temsilcileri ve İŞKUR personelleri için yaka kartları basılmıştır. Trabzon ve Malatya'da İŞKUR personeli ve katılımcılar için bastırılan yaka kartlarında ayrı renkler kullanılarak farkındalık artırılmaya çalışılmıştır.

Adana, Bursa, Kocaeli, Manisa ve Trabzon fuarlarında katılımcılar için ücretsiz öğle yemeği veya kumanya servisi yapılmıştır. Kocaeli ve Trabzon fuarlarında hem katılımcı hem ziyaretçiler için ücretsiz olarak ve sürekli sıcak içecek ve kuru pasta servisi yapılmıştır.

3.2.1.11 İŞKUR Tarafından Ziyaretçilere Sunulan Lojistik Destek

Adana, Kocaeli, Manisa ve Trabzon fuarları lokasyon olarak şehir merkezine uzak olmaları sebebiyle şehir merkezinden ve okullardan kaldırılan ücretsiz servisler ile ziyaretçilerin fuar alanına transferleri sağlanmıştır. Ankara fuarı şehir merkezine nispeten uzak ve ulaşılabilirlik bakımından zor bir noktada düzenlenmiş olup, ulaşım için herhangi bir hizmet sağlanmamıştır.

Adana ve Kocaeli fuarlarında fuar alanı girişinde katılımcı firmaların listesinin olduğu büyük bir bez bir afiş asılmış ve yine fuar giriş alanına hazırlanan platformda giydirme yöntemi ile katılımcı firmaların kısa unvan ve logolarının bulunduğu bilgilendirme bölümü oluşturulmuştur. Kocaeli ve Bursa fuarlarında fuar alanına girişte ziyaretçilerin girişini kolaylaştıracak ve yönlendirecek danışma platformları hazırlanmıştır. Katılımcı listesinin olduğu A4 ebadında doküman dağıtılarak ziyaretçilerin doğru yönlendirilmesi sağlanmıştır. Ayrıca Kocaeli ve Bursa fuarlarında etkinlik programının olduğu dokümanlar da dağıtılmıştır.

3.2.1.12 Fuarın Duyurulması ve Farkındalık Oluşturma Faaliyetleri

Etkinliğin duyurulması ve farkındalık oluşturma faaliyetleri kapsamında iller bazında farklılıklar olmakla birlikte genel olarak bu kapsamda kullanılan reklam araçları şöyle sıralanabilir:

- Afiş,
- Bilboard,
- CLP (Raket),
- El ilanları,
- Ulusal ve/veya yerel bazda yazılı ve görsel basın ilanları,
- Ulusal ve/veya yerel bazda radyo ilanları,
- Sosyal medya dahil medya araçları,

- İŞKUR birimlerinde yüz yüze yapılan bilgilendirme,
- İŞKUR tarafından vatandaşlara gönderilen mesajlar,
- AVM/Üniversite gibi yerlere kurulan stantlardır.

Bunların yanı sıra, billboardların yanında megaboardların kullanılması, Adana ve Trabzon ilerimizde futbol müsabakasından önce futbolcuların fuarın tanıtımının bulunduğu bez afiş ile sahaya çıkması, Adana ilinde cuma vaazında imamın bilgi vermesi, Kocaeli ilinde paydaş toplantılarının hepsine katılım sağlanarak bilgi verilmesi, Adana ve Mersin illerinde üstü açık otobüse giydirme yapılması ve hoparlörden fuarın ilanının yapılarak şehir içerisinde otobüsün gezdirilmesi de tanıtım ve farkındalık oluşturma faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilmiştir.

3.2.1.13 Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Ekstralar

Fuar süresince iş arayan ve işverenleri buluşturmanın haricinde ziyaretçilerin fuara ilgisini ve yönelimini artırmak için çalışma hayatı, iş arama süreçlerine ve kariyer gelişimine destek olmaya yönelik ve ayrıca kişisel gelişim konularında seminer, konferans, sertifikalı eğitim, panel gibi etkinlikler yapılmaktadır. Bu amaçla yapılan etkinlikler ve kapsamları ilden ile değişiklik göstermektedir.

Tablo 11: Fuar Kapsamında Düzenlenen Etkinlikler ve Ekstralar

	Fuar kapsamında gerçekleştirilen seminer, panel, konferans, eğitim vb etkinlikler var mıydı?	**Fuar ekstraları var mıydı?**
Adana	Evet	Evet
Ankara	Hayır	Hayır
Aydın	Hayır	Evet
Bursa	Evet	Evet
Kahramanmaraş	Hayır	Evet
Kocaeli	Evet	Hayır
Malatya	Evet	Hayır
Manisa	Evet	Evet
Mersin	Evet	Evet
Trabzon	Evet	Evet

Kaynak: Gözlem soruları kapsamında elde edilen verilerinden derlenmiştir.

Aydın, Ankara ve Kahramanmaraş illerinde fuar süresince hiçbir etkinlik yapılmamıştır. Diğer illerde seminer, konferans, panel, sertifikalı eğitimlere yer verilmiştir. Bursa, Mersin ve Trabzon fuarlarında ünlü kişiler konuşmacı olarak davet edilmiştir.

Etkinliklere katılımın, fuaye alanının fuar alanı içerisinde olduğu durumlarda yüksek, dışında olduğunda ise düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Yalnızca Bursa fuarında tüm etkinliklere ilaveten kariyer günü etkinliği ve sertifikalı eğitimler yapılmıştır.

Fuar süresince düzenlenen etkinliklere ilaveten, istihdam fuarı farkındalığının artırılması ve daha çok ziyaretçinin fuara katılmasının sağlanması amacıyla fuar ekstraları kapsamında çeşitli faaliyetler yapılmaktadır.

Adana, Bursa, Kocaeli, Manisa, Trabzon, Mersin, Aydın ve Kahramanmaraş fuarlarında fuar kapsamında düzenlenen etkinlikler dışında futbolcu imza günü, fasıl dinletisi, cep telefonu çekilişi, halk oyunları gösterisi, bando takımı, mehteran gösterisi gibi ziyaretçilerin yönelimini artırıcı ekstra faaliyetler de yapılmıştır.

Adana, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Manisa, Trabzon, Mersin ve Malatya fuarlarında açılış kokteyli, Trabzon ilinde ise ayrıca kapanış kokteyli yapılmıştır.

3.2.1.14 Açılış

Bütün illerde yerel paydaş/ortakların üst düzey temsilcileri ile ilde faaliyet gösteren diğer kamu kurum kuruluşlarının üst düzey temsilcileri açılışa katılmakta, geniş bir yelpazeden katılımların olduğu açılış töreni yapılmaktadır. Açılış törenlerine yazılı ve görsel yerel basın organları katılım sağlamaktadır. Mersin ve Ankara illerinde düzenlenen fuarların açışları dışında genel müdürlük üst düzey yöneticilerinden katılım sağlanmadığı dikkati çekmiştir.

Açılış törenine bütün illerde özel bir önem atfedilmekte, protokol sırasına göre çok sayıda konuşmacıya söz verilmekte, genel olarak işsizlik ve istihdam konularına ilişkin konuşmalar yapılmaktadır. Açılışlarda il müdürlüğü personelinin çoğu hazır bulunmaktadır. Açılış sonrasında firma temsilcileri, İŞKUR personeli, paydaşlar/sponsorlar ve diğer katılımcıların kaynaşmalarının sağlanması amacıyla bazı fuarlarda kokteyl tarzında kısa süreli ikramların olduğu etkinlikler yapılmıştır.

3.2.1.15 İŞKUR'un Kurumsal Görünürlüğü

Genel olarak fuarlarda açılış için ve fuar alanının girişlerinde, İŞKUR kurumsal kimliğine uygun renkte balon ve tüllerle süslemeler ve İŞKUR logolu afişler ve kırlangıçlar kullanılmıştır.

Bütün fuar alanlarında fuar alanının girişinde en görünür yerlerde, metrekare bakımında büyük ve görsel açıdan zengin İŞKUR stantları bulunmaktadır. Stantlarda iş ve meslek danışmanları ziyaretçileri karşılamakta, fuar ile ilgili bilgi vererek yönlendirme yapmaktadır. Ayrıca, Kurum hizmetleri ile ilgili bilgilendirme yapılmaktadır. Bazı fuarlarda iş ve meslek danışmanları tarafından kayıt yapılmakta veya güncellenmekte, danışmanlık hizmeti de verilmektedir.

Bütün fuarlarda İŞKUR ile işbirliği yapan firmalara açılış programı sonrasında "istihdam konusunda en"lerin yer aldığı plaket takdim edilmiştir. Katılımcı firmaların tamamına katılımları için "teşekkür belgesi" verilmiştir.

Fuar alanına girişte kurumsal kimlik ile uyumlu tanıtım materyalleri kullanılmıştır. Malatya fuarında firma masalarında, diğer fuarlarda stantlar arasında belirli aralıklarla İŞKUR kırlangıçları ile kurumsal imaj çalışmaları yapılmıştır. Firmalara dağıtılan yaka kartlarında İŞKUR görünürlüğü ön planda tutulmuştur. Genel olarak tüm fuarlarda fuar alanının belirli noktalarına "roll-up banner" adı verilen İŞKUR ve hizmetlerini tanıtan reklam posterleri olduğu gözlemlenmiştir.

Tüm fuarlarda İŞKUR logolu eşantiyon ürünler dağıtıldığı, genel olarak İŞKUR hizmetlerinin tanıtımına yönelik yeterli materyal kullanıldığı gözlemlenmiştir.

3.2.1.16 Fuarın Değerlendirilmesi

Fuarın son günü Kahramanmaraş, Manisa, Aydın ve Ankara fuarları dışında katılımcı ve ziyaretçilere etkinlik değerlendirme formu dağıtılmıştır. Malatya ilinde yalnızca işverenlere değerlendirme formları dağıtılmıştır. Bu formlarda genel olarak ziyaretçilerin yaş, cinsiyet, eğitim ve mesleklerine ilişkin sorular katılımcıların ise hangi sektörde kaç yıldan beri faaliyet gösterdiğine ilişkin sorular bulunmakta; bunun dışında fuara katılma amaçları, beklentileri, aldıkları veya yaptıkları başvurular, fuar alanı ve sunulan hizmetlerin içeriği hakkında bilgi edinmeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Formlar aracılığıyla katılımcı ve ziyaretçilerin geri bildirimleri ile birlikte etkinlik kapsamında yürütülen çalışmalar raporlaştırılmıştır.

3.2.1.17 Fuarlar Kapsamında Gerçekleştirilen ve Etkinliği Artırmaya Yönelik Diğer Uygulamalar

Adana, Bursa ve Kocaeli illerinde düzenlenen fuarlarda açık işler ve etkinlikler fuar süresince sürekli anons edilmiştir. Ayrıca, Adana'da fuar alanının girişine açık işlerin yazıldığı yazı tahtaları ve Kocaeli fuarında da açık iş duvarı yerleştirilmiştir.

Kocaeli, Malatya ve Ankara fuarlarında stantlarda iş ve meslek danışmanları da görev almıştır. Ayrıca diğer fuarlarda da iş ve meslek danışmanları sorumlu oldukları firmaların ihtiyaçları konusunda ve varsa sorunlarının çözümü konusunda yardımcı olmuştur.

Kocaeli fuarında özgeçmiş yazma desteği için iş ve meslek danışmanlarının görev aldığı ayrı bir masa oluşturulmuş, tüm ziyaretçilerin özgeçmişleri hazırlanarak çıktı halinde verilmiştir.

Mersin fuarında işverenlerin katılımı ile birlikte tüm işverenler tarafından kullanılan standart bir özgeçmiş formatı geliştirilmiştir. "İŞKURCV" isimli bu özgeçmişte yer alan bilgiler ile iş arayanlar ve işverenlerin nitelikli ve zaman kaybı olmaksızın iletişim kurması amacıyla geliştirilmiştir.

3.2.2 Görüşme Verilerinin Analizi

Veri toplamanın ikinci basamağı olan görüşme aşamasında elde edilen bulgular;

- İşverenler (özel sektör işyerleri)
- İş arayanlar (iş arayanlar, öğrenciler ve daha iyi şartlarda iş arayanlar)
- İşveren dışındaki katılımcılar (belediyeler, diğer kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, STK'lar ve ÖİB'ler)

başlıkları altında gruplandırılarak ortaya konulmuştur. Araştırma kapsamında oluşturulan tüm grafik ve tablolar görüşme verilerinden derlenmiştir. Bazı sorularda ilgili soruya birden fazla yanıt verilebildiğinden, yanıtlar toplamı %100'ü aşabilmektedir.

3.2.2.1 Fuar Katılımcısı İşverenlerin ve Görüşlerinin Analizi

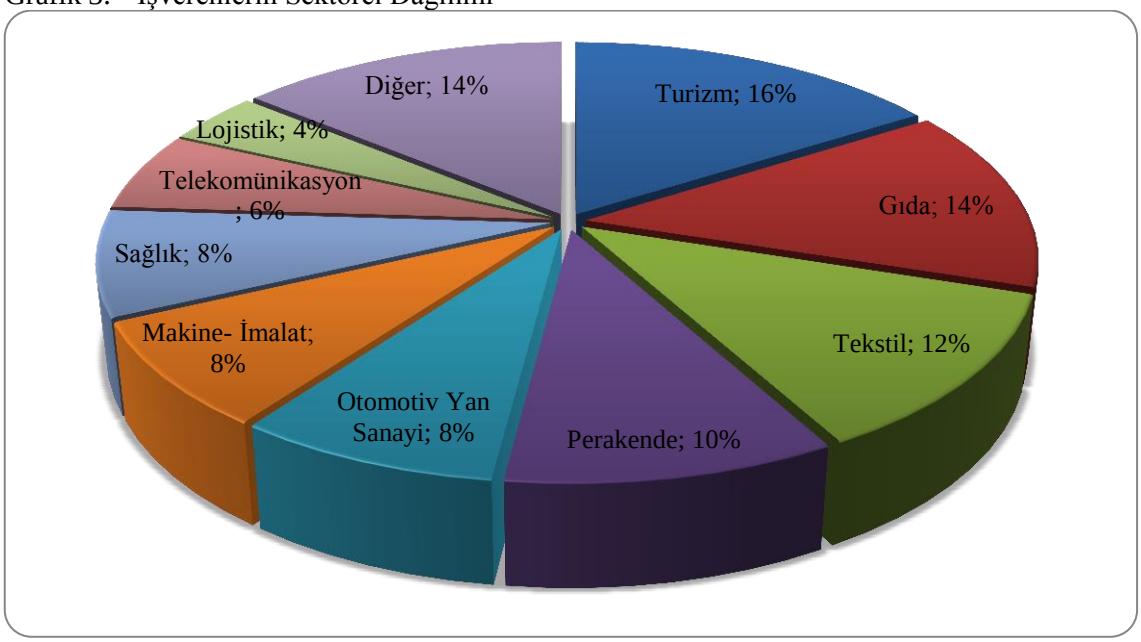
Araştırma kapsamında fuar katılımcısı toplam 50 işveren ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara; fuar organizasyonu ve fuar ziyaretçileri hakkındaki genel görüşleri, fuarın tarihsel ve mekânsal olarak uygunluğu, fuarlara katılmış olmanın katılımcı işverenlere kazandırdıkları, fuarla ilgili beklentileri, önerileri ve memnuniyetsizlikleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Sorulara verilen cevapların 5'li likert ölçeğinde 1'den 5'e kadar derecelendirilmesi istenmiştir. Derecelendirmede 5 rakamı "kesinlikle evet" 1 rakamı "kesinlikle hayır" ifadesini temsil etmektedir. Ayrıca işverenlerin sorulara ilişkin genel yorumları da kaydedilmiştir. Görüşme kapsamında elde edilen görüşme bulguları öncelikle parametrik olarak aktarılmış, dikkat çekici ifadeler/yorumlar görüşmenin yapıldığı işverenin unvanı belirtilmeden K1, K2, …. K50 şeklinde kodlanarak belirtilmiştir.

3.2.2.1.1 Fuar Katılımcısı İşverenin Analizi

a) Sektörel Dağılım

İşverenlerin %16'sı turizm, %14'ü gıda, %12'si tekstil, %10'u perakende, %8'i otomotiv, %8'i makine-imalat ve sağlık, %6'sı telekomünikasyon %4'ü lojistik ve %14'ü kimya, plastik, inşaat, tarım ve hayvancılık, mobilya ve enerji olmak diğer sektörlerde faaliyet göstermektedir.

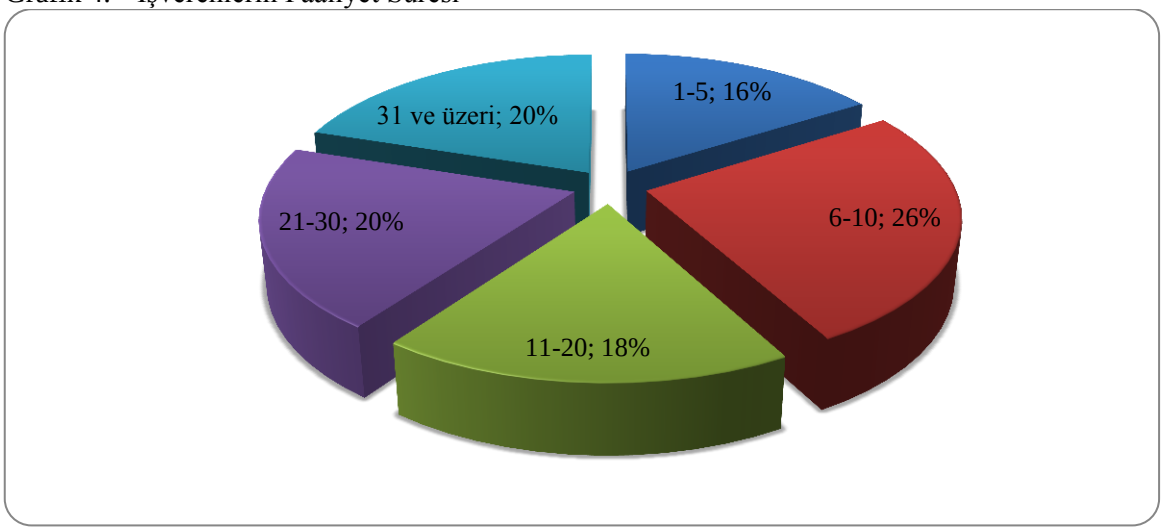
Grafik 3: İşverenlerin Sektörel Dağılımı



b) Faaliyet Süresi

İşverenlerin %16'sı 1-5 yıl, %26'sı 6-10 yıl, %18'i 11-20 yıl, %20'si 21-30 yıl ve %20'si 31 yıl ve üzeri zamandır faaliyet göstermektedir.

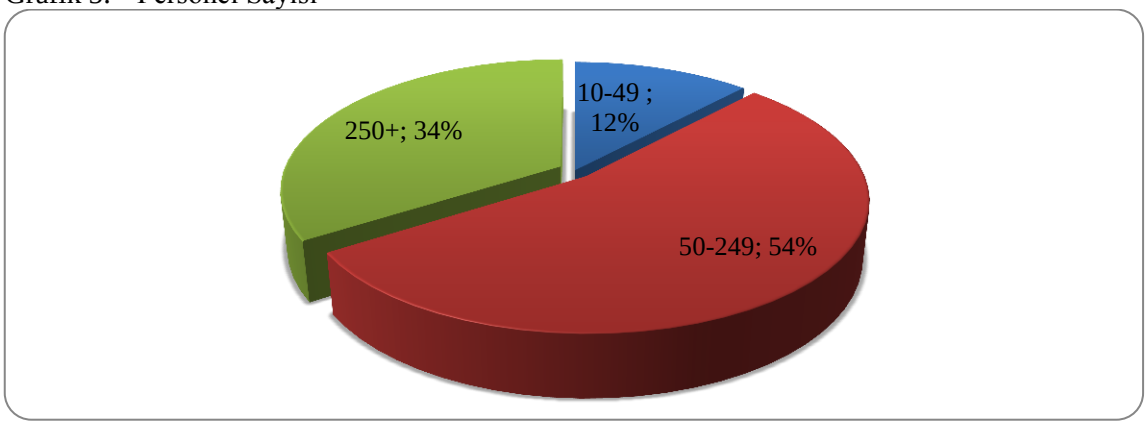
Grafik 4: İşverenlerin Faaliyet Süresi



c) Personel Sayısı

İşverenlerin %12'sinin 10-49, %54'ünün 50-249 ve %34'ünün 250 ve üzeri personeli bulunmaktadır.

Grafik 5: Personel Sayısı

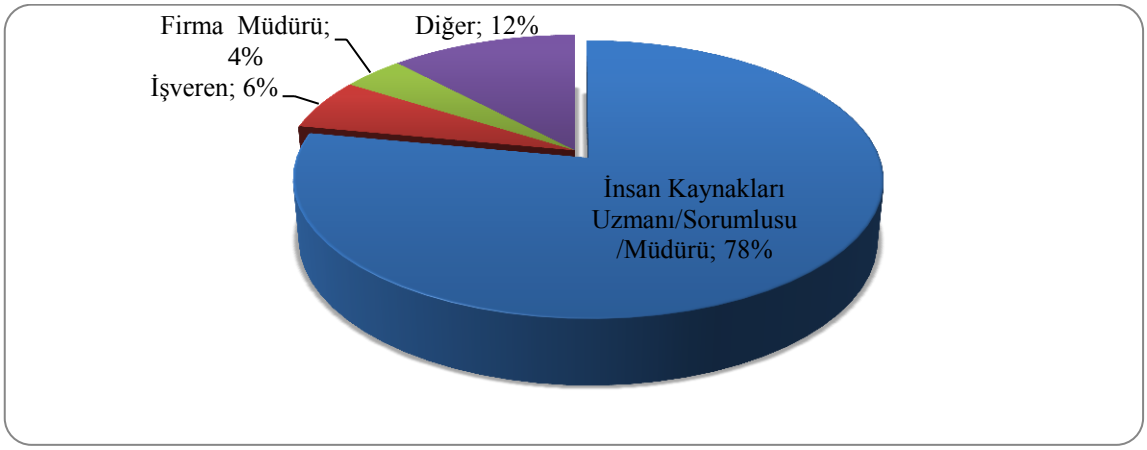


d) Firma Temsilcisinin Unvanı (Görüşülen Kişinin Unvanı)

Araştırma kapsamında görüşülen firma temsilcileri, %78'i insan kaynakları uzmanı/sorumlusu/müdürü, %6'sı bizzat işverenin kendisi olup, %16'sı firma müdürü satış pazarlama müdürü idari mali işler sorumlusu mağaza yöneticisi, yetenek

kazandırma ve iç iletişim yöneticisi müşteri yöneticisi olmak üzere diğer departman yöneticileridir.

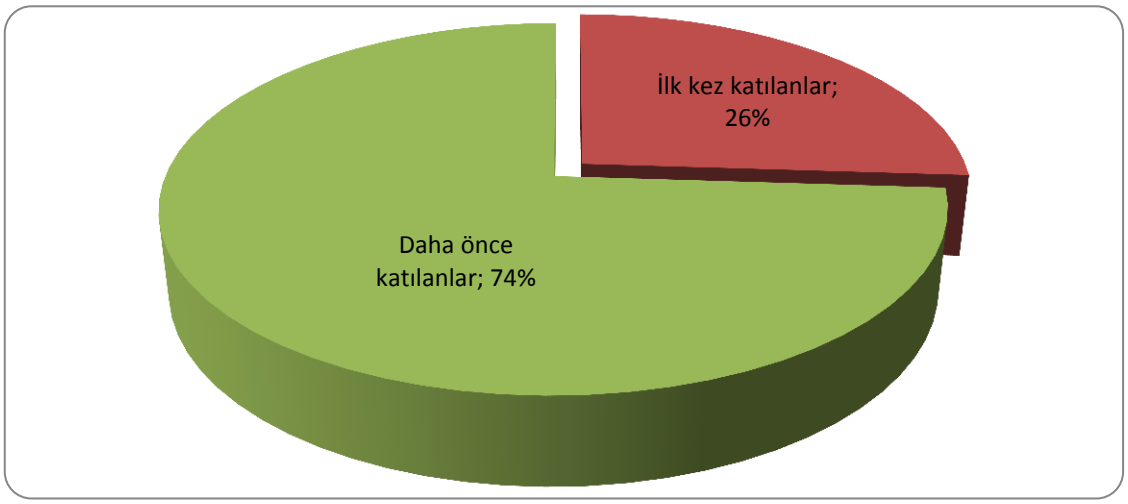
Grafik 6: Firma Temsilcisinin Unvanı



e) İşverenlerin Önceki Yıllarda Düzenlenen Fuarlara Katılımı

İşverenlerin %26'sı fuara ilk kez katılmış, %74'ü daha önce düzenlenen fuara/fuarlara katılmıştır.

Grafik 7: İşverenlerin Önceki Yıllarda Düzenlenen Fuarlara Katılımı



3.2.2.1.2 Fuar Katılımcısı İşveren Görüşlerinin Analizi

a) İşverenlerin Fuara Katılma Amacı

İşverenlerin %86'sı mevcut işgücü ihtiyacını karşılamak, %64'ü insan kaynakları portföyünü çeşitlendirmek/özgeçmiş havuzu oluşturmak, %58'i firmanın prestijini, görünürlüğünü artırmak, ürün ve hizmetleri hakkında bilgi vermek yani

tanıtım, %24'ü firmaların insan kaynakları birimleri ile ağ oluşturmak, %20'si diğer firmalar ile görüşebilmek ve iletişimi güçlendirmek, sektör hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla istihdam fuarına katıldığını belirtmiştir. İşverenlerin büyük oranda işgücü ihtiyacını karşılamak, insan kaynakları havuzunu çeşitlendirmek ve tanıtım amacıyla katıldığı dikkati çekmektedir.

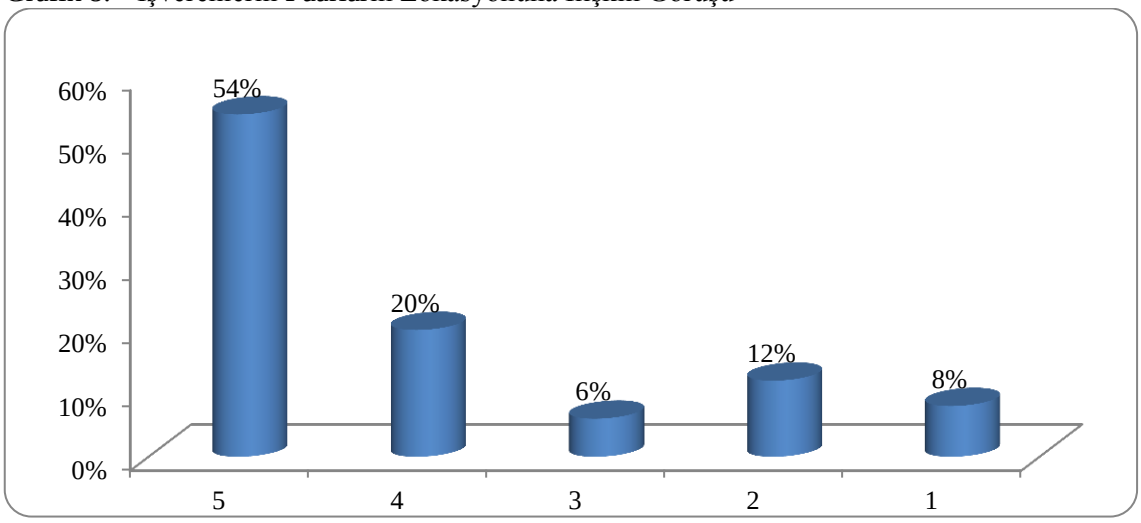
Tablo 12: İşverenlerin Fuara Katılma Amacı

Mevcut işgücü ihtiyacımızı karşılamak	86%
İnsan kaynakları portföyümüzü çeşitlendirmek /Özgeçmiş havuzu oluşturmak	64%
Firmamızın prestijini, görünürlüğünü artırmak, ürün ve hizmetlerimiz hakkında bilgi vermek /Tanıtım	58%
Firmaların İnsan Kaynakları birimleri ile ağ oluşturmak	24%
Katılımcı diğer firmalar ile görüşebilmek ve iletişimi güçlendirmek, sektör hakkında bilgi sahibi olmak	20%

b) İşverenlerin Fuarların Lokasyonuna İlişkin Görüşü

Fuar yerinin ulaşılabilir olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %54'ü 5 puan, %20'si 4 puan, %12'si 12 puan vermiştir.

Grafik 8: İşverenlerin Fuarların Lokasyonuna İlişkin Görüşü



İşverenler genel olarak fuar yerinin ulaşılabilir olduğunu düşünmektedir. Fuar yerinin ulaşılabilir olmadığını düşünen işverenlerden K37 görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

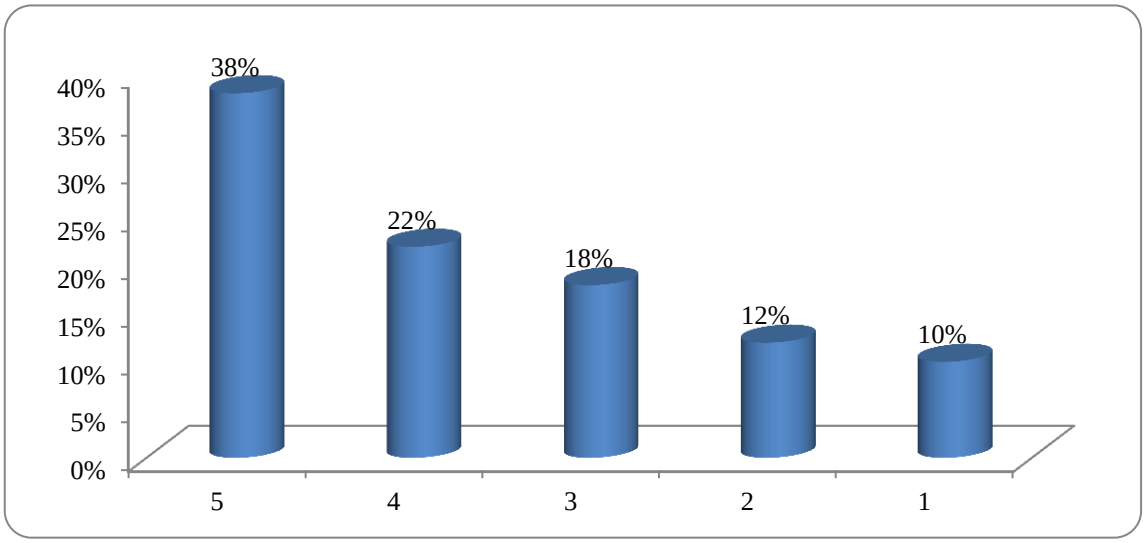
> *"Lokasyon şehir merkezinden uzak, sanayi bölgelerine ters bir bölgeden seçilmiş. İş arayanların buraya ulaşabilmesi çok zor. En az iki vesait gerekir. Zaten işsiz olan kişiler için bu çok zahmetli bir şey. Belirli noktalardan alana*

transferleri yapılabilirdi. Bu konuda da hiçbir şey yapılmamış. Önemli bir eksiklik… (K37).”

c) İşverenlerin Fuarların Fiziksel Altyapısına İlişkin Memnuniyeti

Fuarın fiziksel altyapısından memnun musunuz? Sorusuna işverenlerin %38’i 5 puan, %22’si 4 puan, %18’i 3 puan vermiştir.

Grafik 9: İşverenlerin Fuarların Fiziksel Altyapısına İlişkin Memnuniyeti

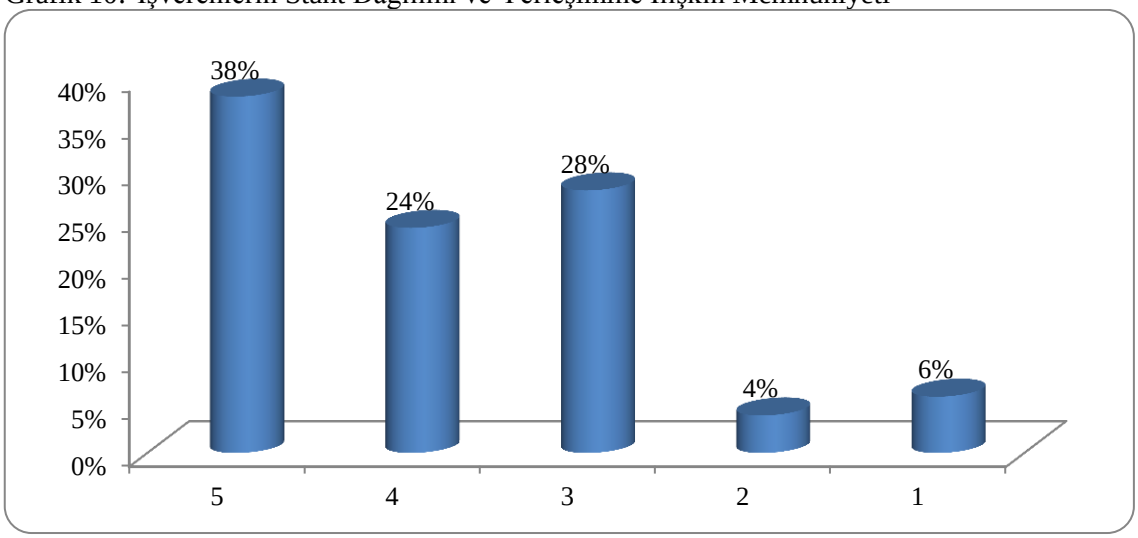


Fuarın fiziksel altyapısından memnun olmadığını belirten işverenler, ortamın çok soğuk olduğunu, internet ve elektrik bağlantılarının olmadığını, görüşmeler içi uygun alanların olmadığını, stantların çok küçük ve sıkışık olduğunu ve tuvaletlerin alana uzak olduğunu ifade etmiştir.

d) İşverenlerin Stantların Düzenine İlişkin Memnuniyeti

Stant dağılım ve yerleşiminden memnun musunuz? Sorusuna işverenlerin %38’i 5 puan,%28’i 3 puan, %24’ü 4 puan vermiştir.

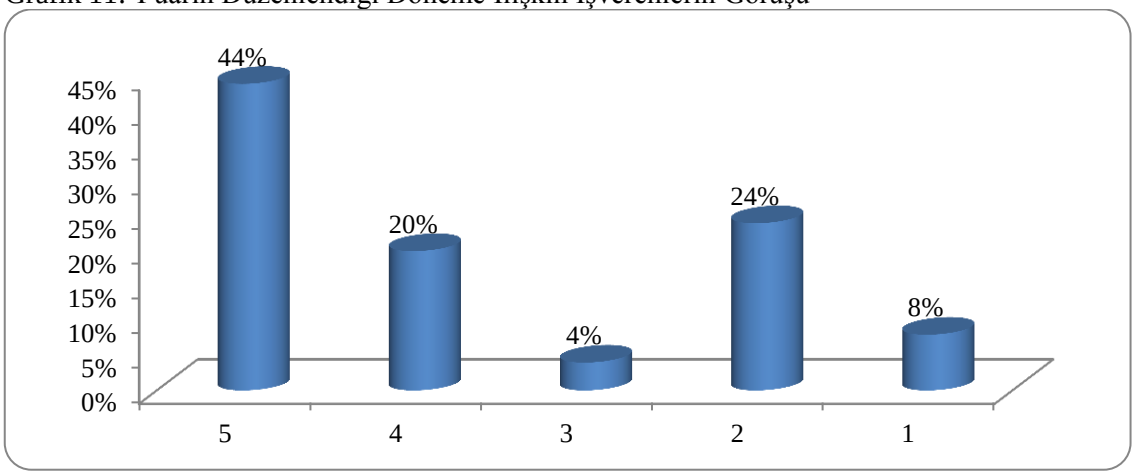
Grafik 10: İşverenlerin Stant Dağılımı ve Yerleşimine İlişkin Memnuniyeti



e) İşverenlerin Fuarın Düzenlendiği Döneme İlişkin Görüşü

Fuarın düzenlendiği dönemin ihtiyaç ve beklentileriniz açısından uygun olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin % 44'ü 5 puan, %24'ü 2 puan, %20'si 4 puan vermiştir.

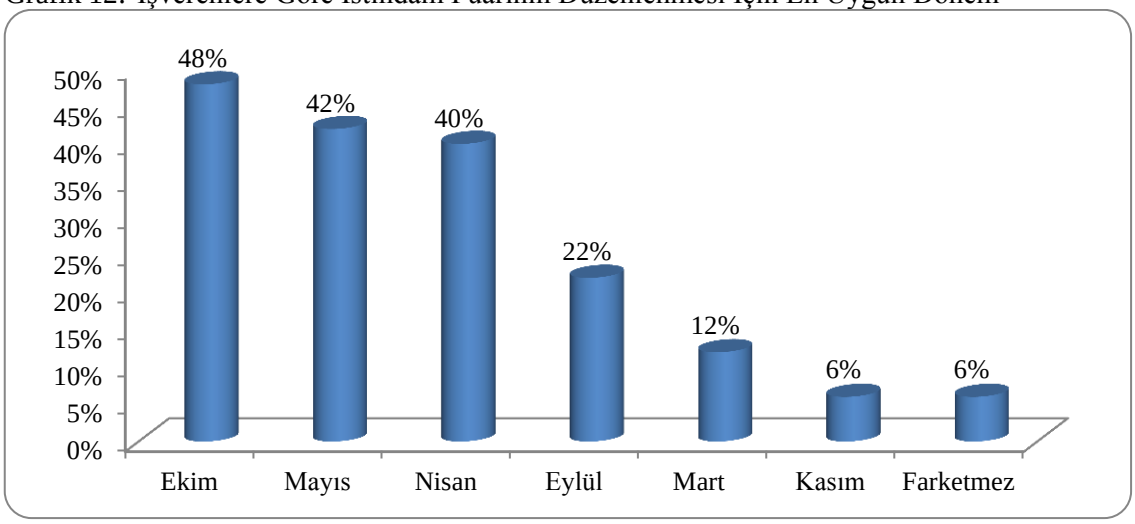
Grafik 11: Fuarın Düzenlendiği Döneme İlişkin İşverenlerin Görüşü



f) İşverenlere Göre Fuarın Düzenlenmesi İçin En Uygun Dönem

Fuar sizce hangi dönem olmalı? Sorusuna işverenlerin %48'i Ekim, % 42'si Mayıs %40'ı Nisan, %22,'si Eylül, %12'si Mart ve %6'sı Kasım olarak cevap vermiştir.

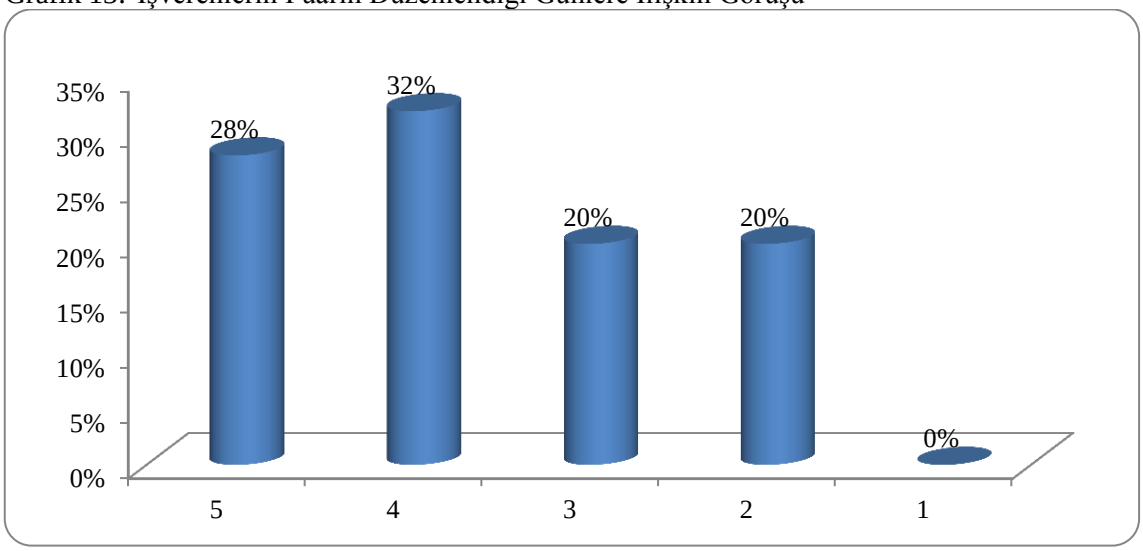
Grafik 12: İşverenlere Göre İstihdam Fuarının Düzenlenmesi İçin En Uygun Dönem



g) İşverenlerin Fuarın Düzenlendiği Günlere İlişkin Görüşü

Fuarın düzenlendiği günlerin katılım düzeyi ve verimlilik açısından uygun olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %32'si 4 puan, % 28'i 5 puan, %20'si 3 ve %20'si 5 puan vermiştir.

Grafik 13: İşverenlerin Fuarın Düzenlendiği Günlere İlişkin Görüşü



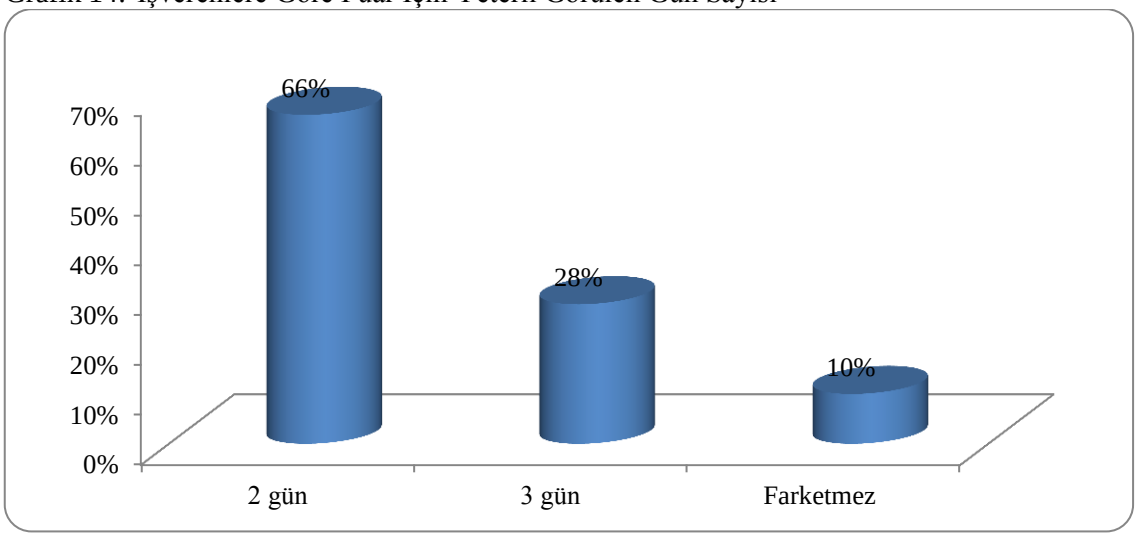
Fuar günlerinin uygun olmadığını düşünen işverenlerden K43'ün görüşleri dikkate değerdir:

> *"Fuar günlerinden biri muhakkak hafta sonu olmalı. Hafta içi ile sınırladığımızda yalnızca iş arayanlar ve öğrenciler gelebilmekte, çalışan adaylar faydalanamamaktadır. Öncelikli hedef iş arayanlar olsa bile işini değiştirmek isteyen insanların da fuara gelebilmesi düşünülerek planlama yapılmalı (K43)."*

h) İşverenlere Göre Fuar İçin Yeterli Görülen Gün Sayısı

Fuar kaç gün olmalı? Sorusuna işverenlerin %66'sı 2 gün, %28'i ise 3 gün şeklinde cevap vermiştir.

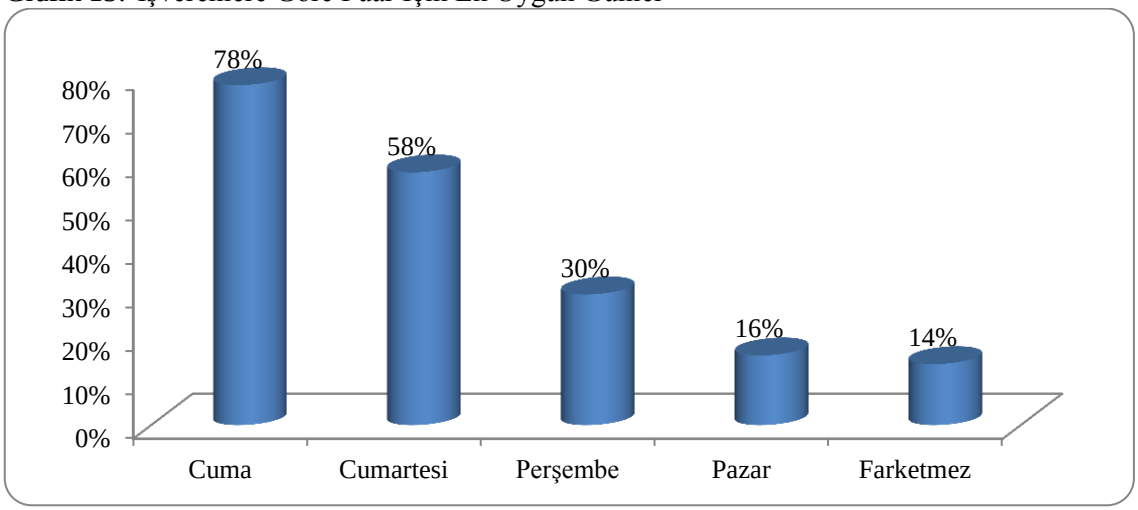
Grafik 14: İşverenlere Göre Fuar İçin Yeterli Görülen Gün Sayısı



i) İşverenlere Göre Fuar İçin En Uygun Günler

Fuar hangi günler olmalı? Sorusuna işverenlerin %78'i Cuma, %58'sı Cumartesi, %30'u Perşembe ve %16'sı Pazar şeklinde cevap vermiştir.

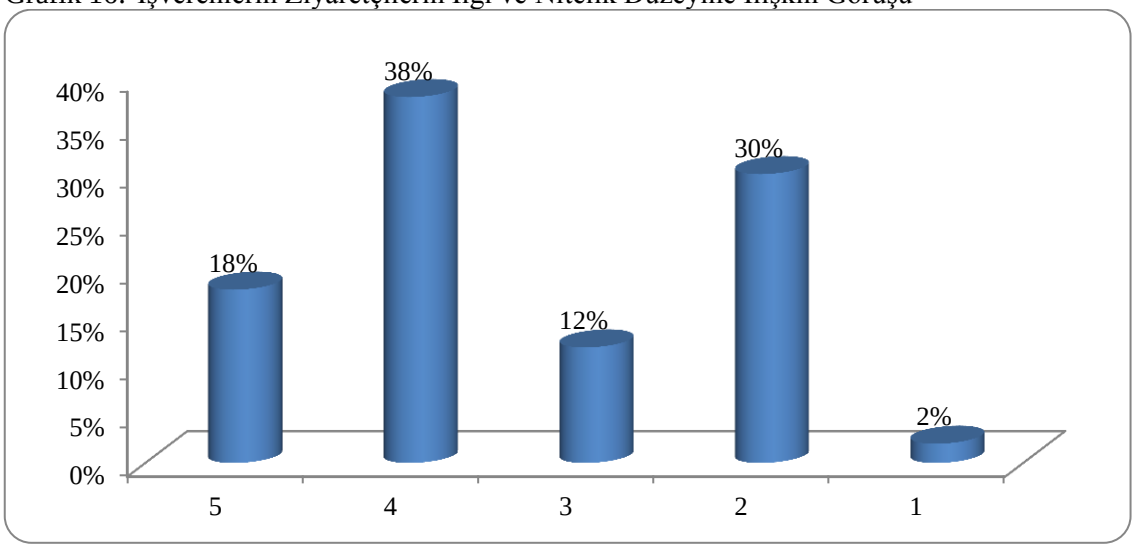
Grafik 15: İşverenlere Göre Fuar İçin En Uygun Günler



j) İşverenlerin Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyine İlişkin Görüşü

Ziyaretçilerin ilgi ve niteliklerinin ihtiyaç ve beklentileriniz doğrultusunda olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %38'i 4 puan, %30'u 2 puan, %18'i 5 puan,%12'si 3 puan vermiştir.

Grafik 16: İşverenlerin Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyine İlişkin Görüşü



Ziyaretçi profilinin ihtiyaç ve beklentileri ile örtüştüğünü ifade eden işverenlerden K47'nin sözleri dikkate değerdir:

> *"Beklentimizi karşılayacak şekilde sayısal anlamda ve nitelik bakımından yeterli katılım var, her mezuniyette ve her tecrübede aday ile temas kurma imkânı sağlıyor(K47)."*

Ziyaretçi profilinin beklentileri ile örtüşmediğini düşünen işverenlerden K17, K8 ve K32'nin sözleri dikkate değerdir:

> *"Kurumların kendini tanıtması açısından gerekli bir fuar ancak, iş arayanlar gerekli ilgiyi göstermiyor, işgücü talebine cevap verilmediğini düşünüyorum (K17)."*

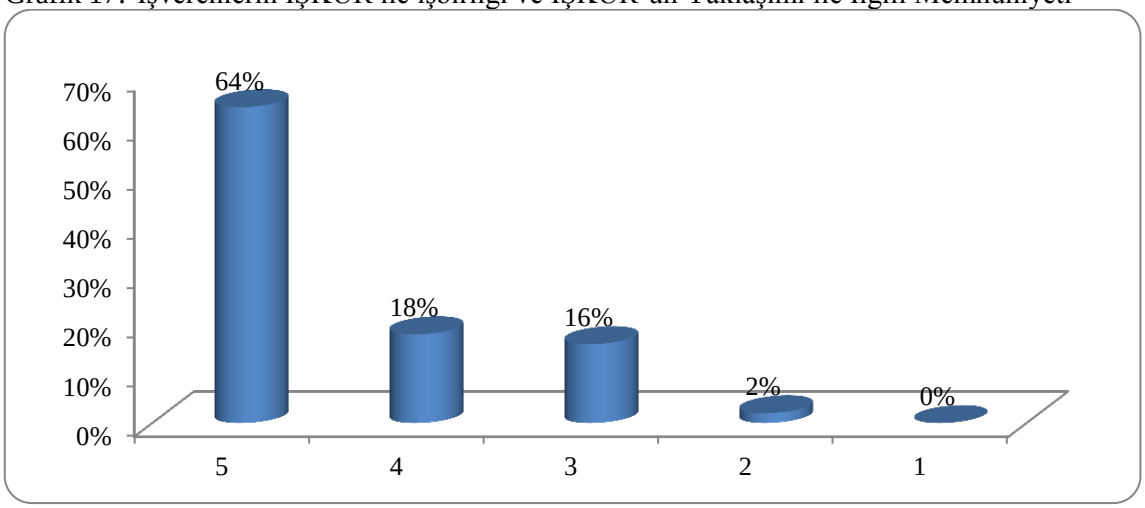
> *"Öğrencilerin fuara katılması bizi memnun ediyor ancak, çoğunlukla öğrencilerin gelmesi bizim işimize yaramadığı için verim alamıyoruz. Daha çok iş arayan kişilerin gelmesi sağlanabilir (K8)."*

> *"Ziyaretçi kitlesi bilinçsiz, tam olarak fuarın amacına ilişkin farkındalığın oluştuğunu düşünmüyorum. Amaçsızca gezip çıkan çok sayıda ziyaretçi var (K32)."*

k) İşverenlerin İŞKUR ile İşbirliği ve İŞKUR'un Yaklaşımı ile İlgili Memnuniyeti

Fuar kapsamında, fuar öncesinde ve fuar esnasında İŞKUR'un yaklaşımı, işyerinizle işbirliği düzeyi ve personelinin yaklaşımından memnun musunuz? Sorusuna işverenlerin %64'ü 5 puan, %18'i 4 puan, % 16'sı 3 puan vermiştir.

Grafik 17: İşverenlerin İŞKUR ile işbirliği ve İŞKUR'un Yaklaşımı ile İlgili Memnuniyeti



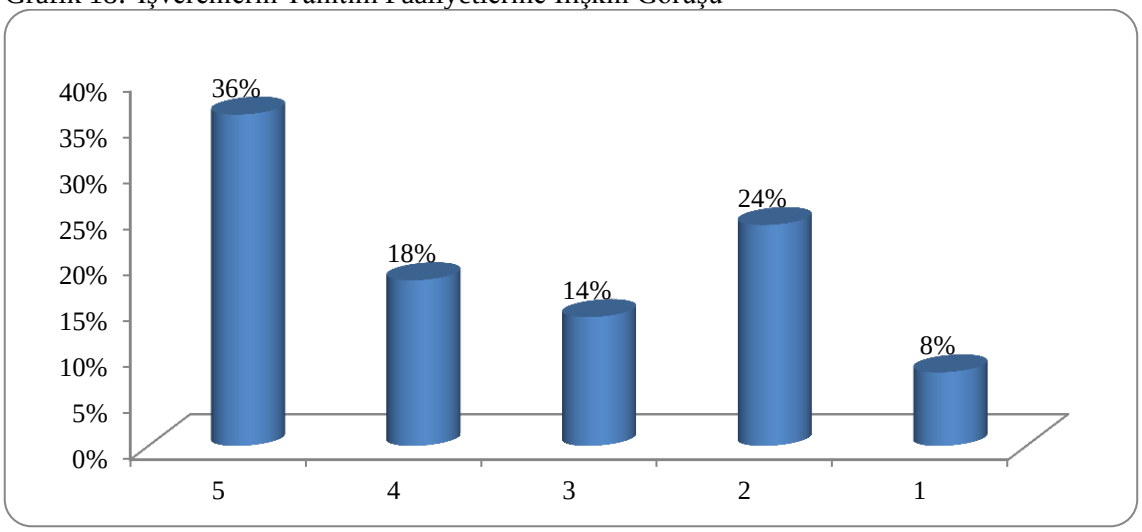
Memnuniyetini belirten işverenlerden K18, K34, K43 ve K49'un sözleri dikkate değerdir:

> *"İŞKUR personelinin ilgisi ve yönlendirmesi çok yeterli, fuar öncesinde de öyleydi, fuar süresince de… her an yanımızdalar (K18)."*
>
> *"İŞKUR personeli çok azimli çok gayretliler (K34)."*
>
> *"İŞKUR ile işbirliğimiz zaten vardı, işgücü konularında her zaman destek olan bir İŞKUR ekibi var. Fuar da bu çalışmanın bir göstergesi, çok güzel bir organizasyon (K43)."*
>
> *"İŞKUR'u hiç böyle bilmezdik. İlk katılımımız ve şaşkınlık içeresindeyiz. Bir kamu kurumunun böyle bir organizasyona ev sahipliği yapabileceğini hiç düşünemezdik. Başarılı bir organizasyon (K49)."*

l) İşverenlerin Fuar Kapsamında Yapılan Duyuru ve Farkındalık Oluşturma Faaliyetlerine İlişkin Görüşü

Fuar kapsamında yürütülen tanıtım faaliyetlerinin yeterli düzeyde yapıldığını düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %36'sı 5 puan, %24'ü 2 puan, %18'i 4 puan, %14'ü 3 puan vermiştir.

Grafik 18: İşverenlerin Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Görüşü

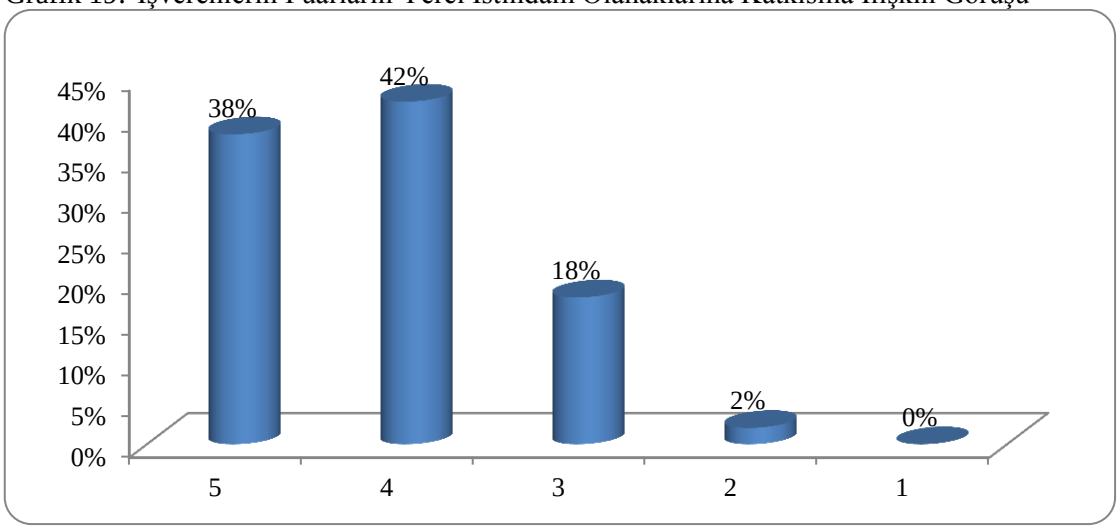


Memnuniyetsizliğini belirten işverenlerin büyük çoğunluğu fuarın reklam boyutunun çok yetersiz olduğu, emek ve para harcanarak ortaya konulan böyle önemli ve faydalı bir organizasyonun tanıtımına yeterli önem verilmediği için arzu edilen ölçüde etkin olamadığını dile getirmiştir.

m) İşverenlerin Fuarların Yerel İstihdam Olanaklarına Katkısına İlişkin Görüşü

Fuarın yerel istihdam olanaklarına katkı sağladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %42'si 4 puan, %38'i 5 puan, %18'i 3 puan vermiştir.

Grafik 19: İşverenlerin Fuarların Yerel İstihdam Olanaklarına Katkısına İlişkin Görüşü



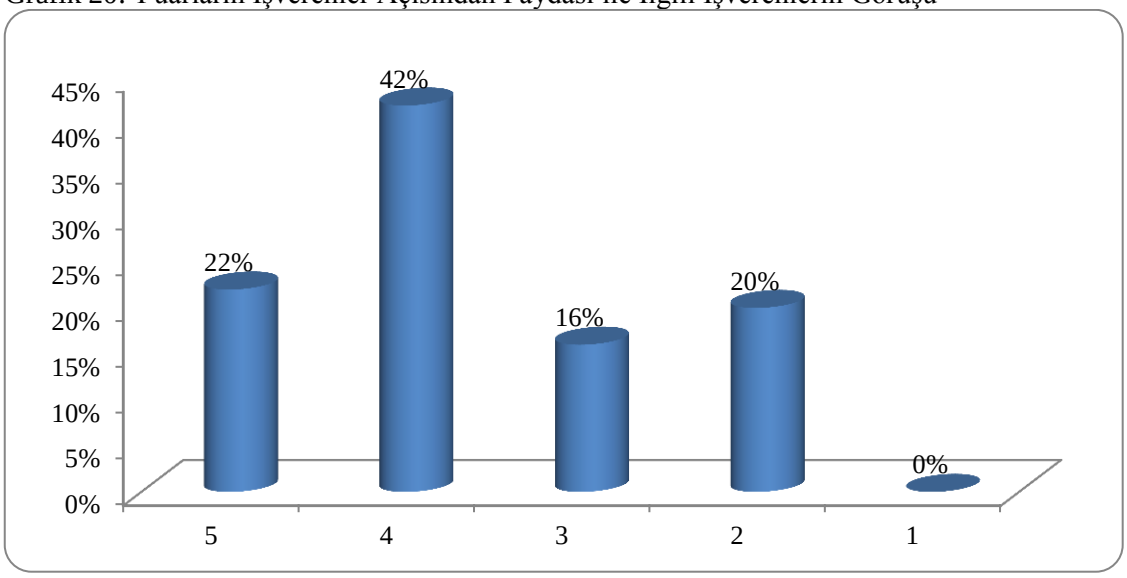
Fuarların yerel istihdam olanaklarına katkı sağladığını düşünen işverenlerden K3, K6, K48 ve K43'ün ifadeleri dikkate değerdir:

> *"Katılan herkes için oldukça faydalı, etkili ve verimli bir organizasyon* (K3)*."*
>
> *"İstihdam fuarları çok faydalı, işgücü piyasasında bilgi paylaşımının sağlandığı en kapsamlı ve etkin platform. Kesinlikle her yıl düzenlenmeli, işgücü piyasası hareketliliğine de katkı sağlıyor* (K6)*."*
>
> *"İşverenlere işçi, iş arayanlara iş bulma imkânı sağlayan, istihdam ortamını hareketlendiren yegâne fuar istihdam fuarıdır. Alanında güçlü sosyal bir projedir aynı zamanda* (K43)*."*
>
> *"Yalnızca potansiyel çalışma arkadaşlarımız ile buluşmanın yanı sıra, fuara katılan diğer firmaları tanımak, firmamızı ve ürün/hizmetlerimizi tanıtmak, firma temsilcileri ile görüşmek, bilgi paylaşımında bulunmak ve müşterilere direkt ulaşabilmek açısından da çok faydalı bir organizasyon* (K48)*."*

n) Fuarların İşverenler Açısından Faydası ile İlgili İşverenlerin Görüşü

Fuara katılımın firmanıza fayda sağladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna işverenlerin %42'si 4 puan, %22'si 5 puan, %20'si 2 puan, %16'sı 3 puan vermiştir.

Grafik 20: Fuarların İşverenler Açısından Faydası ile İlgili İşverenlerin Görüşü



Fuarın firmaları için faydalı olduğunu belirten işverenlerden K3 ve K11'in görüşleri dikkate değerdir:

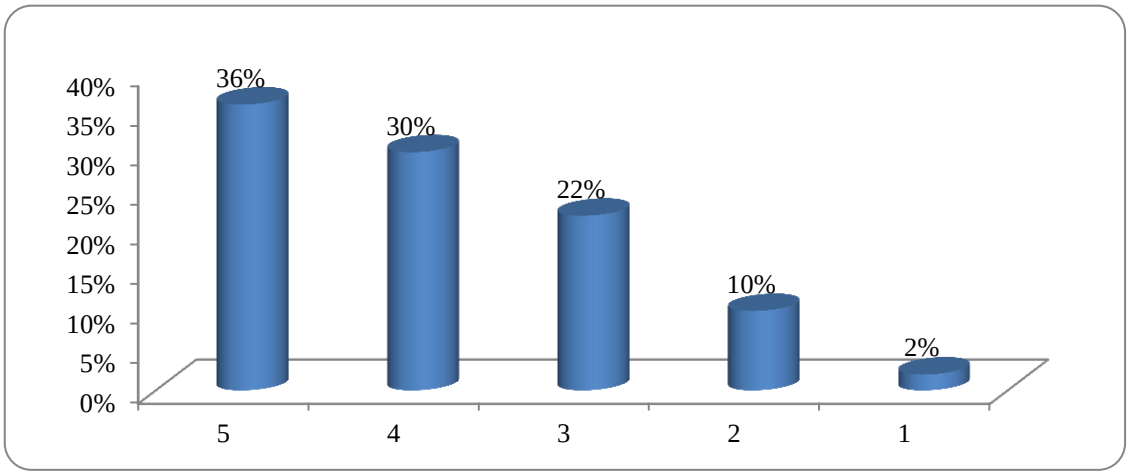
> *"Fuar süresince işgücü ihtiyacımı karşılamaya yönelik yeterince görüşme yapma imkânımız oldu. Firmamız için iyi bir tanıtım imkânı da sağladı (K3)."*

> *"Bizim açımızdan çok faydalı oldu. Hem çok sayıda aday ile görüştük hem de diğer firmaların insan kaynakları temsilcileri ile konuşma imkânı bulduk (K11)."*

o) İşverenlerin Fuar Organizasyonuna İlişkin Genel Memnuniyeti

Fuar organizasyonundan genel olarak memnun musunuz? Sorusuna işverenlerin %36'sı 5 puan, %30'u 4 puan, %22'si 3 puan vermiştir.

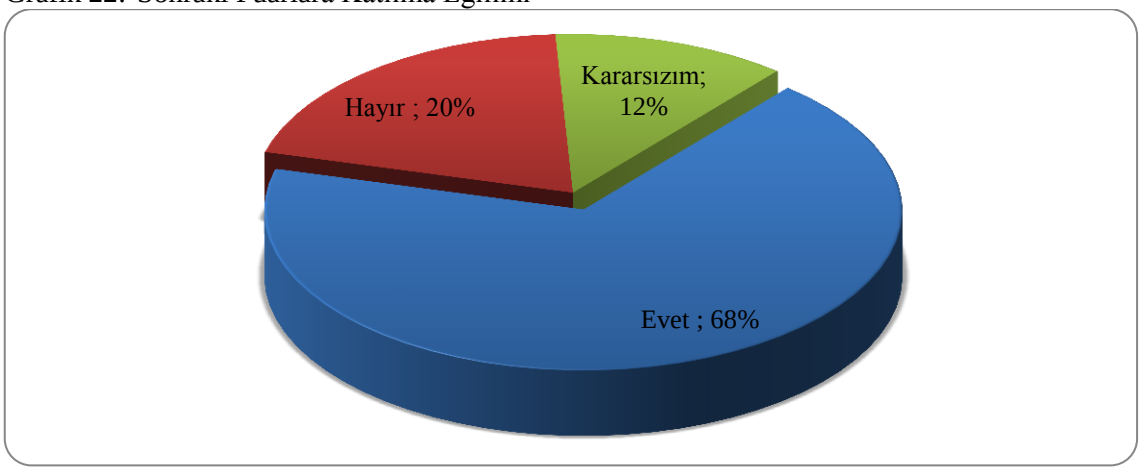
Grafik 21: İşverenlerin Fuar Organizasyonuna İlişkin Genel Memnuniyeti



p) Sonraki İstihdam Fuarına Katılma Eğilimi

Sonraki istihdam fuarlarına katılmayı düşünür müsünüz? Sorusuna işverenlerin % 68'i "evet", %20'si "hayır" ve %12'si ise "kararsızım" şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 22: Sonraki Fuarlara Katılma Eğilimi



Özetle;

Fuar katılımcısı işverenlerin profili, faaliyet gösterdikleri sektör, çalışan sayıları, faaliyet gösterdikleri yıl ve daha önceki fuarlara katılım durumları bakımından çeşitlilik gösterdiği görülmektedir.

Firma temsilcisi stant görevlilerinin %78'i insan kaynakları birim sorumlusu ve %6'sı bizzat işverenin kendisidir.

İşverenler, potansiyel personelleri ile temas kurmanın yanı sıra, firmalarını tanıtmak, diğer firmaların insan kaynakları birimleri ile iletişim ve ağ kurmak, sektördeki firmaları daha yakından tanımak amacıyla katıldıklarını belirtmiştir.

İşverenlerin, %74'ü fuar yerinin, %64'ü fuarın düzenlendiği dönemin, %56'sı ziyaretçi ilgi ve nitelik düzeyinin, %54'ü tanıtım faaliyetlerinin ihtiyaç ve beklentilerine uygun olduğunu belirtmiştir. Fuarın düzenleneceği dönem olarak güz dönemi ekim, bahar dönemi nisan ve mayıs ayları ön plana çıkmıştır.

İşverenlerin, %60'ı fuarın fiziksel altyapısından, %62'si stant dağılımı ve yerleşiminden, %82'si fuar kapsamında fuar öncesinde ve fuar esnasında İŞKUR'un

yaklaşımı, firma işbirliği düzeyi ve personelinin yaklaşımından ve %66'sı genel olarak fuar organizasyonundan memnun olduğunu belirtmiştir.

İşverenlerin, %60'ı fuarın düzenlendiği günlerin fuarın verimli geçmesine olanak sağladığını düşünmektedir. İşverenlerin, %66'sı fuarın firmaları ve %80'i yerel istihdam olanakları açısından faydalı olduğunu ifade etmiştir.

İşverenlerin %66'sı fuarın 2 gün, %28'i ise 3 gün olarak %78'i Cuma, %58'sı Cumartesi günlerinde düzenlenmesinin verimli olacağı yönünde görüş belirtmiştir.

İşverenlerin % 68'i sonraki yıllarda düzenlenecek fuarlarda yer almak istediklerini belirtmiştir.

3.2.2.2 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanların ve Görüşlerinin Analizi

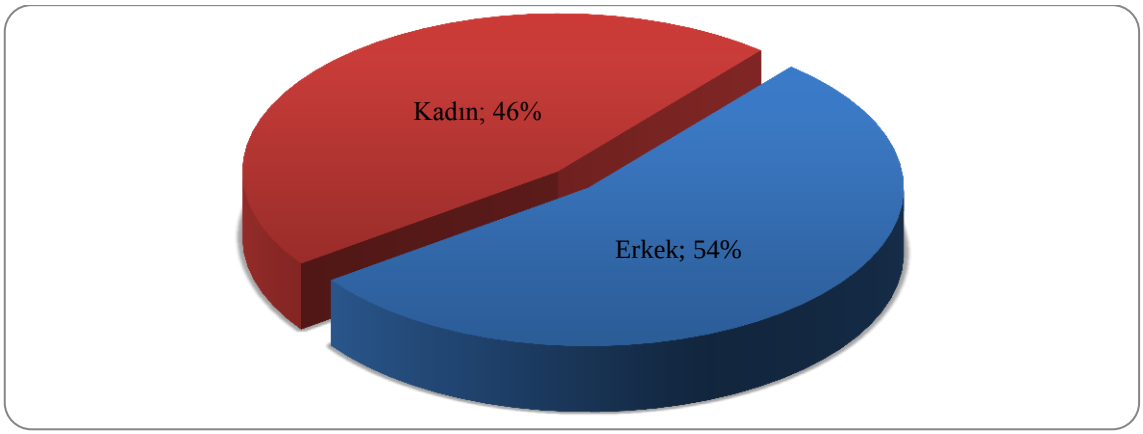
Araştırma kapsamında fuarı ziyaret eden ve görüşmeyi kabul eden toplam 150 iş arayan ile görüşme gerçekleştirilmiştir. İş arayanlara; katılma amacı, fuar organizasyonu, fuarın faydası ve işverenler hakkındaki genel görüşleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Sorulara verilen cevapların 5'li likert ölçeğinde 1'den 5'e kadar derecelendirilmesi istenmiştir. Derecelendirmede 5 rakamı "kesinlikle evet" 1 rakamı "kesinlikle hayır" ifadesini temsil etmektedir. Ayrıca iş arayanların sorulara ilişkin genel yorumları da kaydedilmiştir. Görüşme kapsamında elde edilen görüşme bulguları öncelikle parametrik olarak aktarılmış, dikkate değer ifadeler/yorumlar görüşmenin yapıldığı iş arayanın adı belirtilmeden Z1, Z2 ……Z150 şeklinde kodlanarak belirtilmiştir.

3.2.2.2.1 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanın Analizi

a) Cinsiyet

İş arayanların %54'ü erkek, %46'sı kadındır.

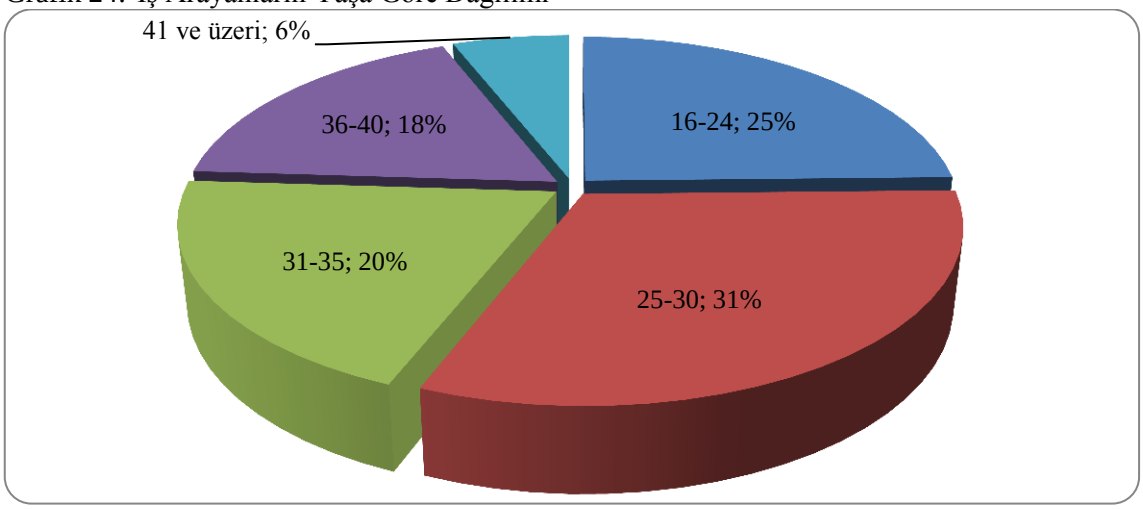
Grafik 23: İş Arayanların Cinsiyete Göre Dağılımı



b) Yaş

İş arayanların %25'i 16-24, %31'i 25-30, %20'si 31-35, %18'i 36-40 yaş aralığında ve %6'sı 41 yaş ve üzerinde bulunmaktadır.

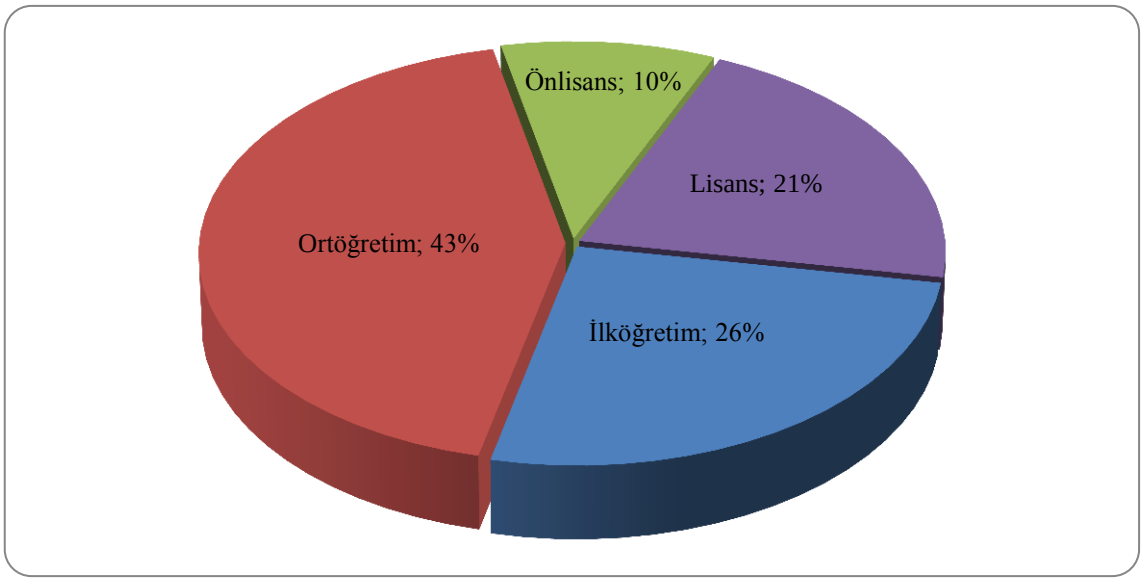
Grafik 24: İş Arayanların Yaşa Göre Dağılımı



c) Öğrenim

İş arayanların %26'sı ilköğretim, %43'ü ortaöğretim, %10'si ön lisans ve %21'i lisans mezunudur. Görüşülen iş arayanlar arasında okuryazar iş arayan bulunmamaktadır.

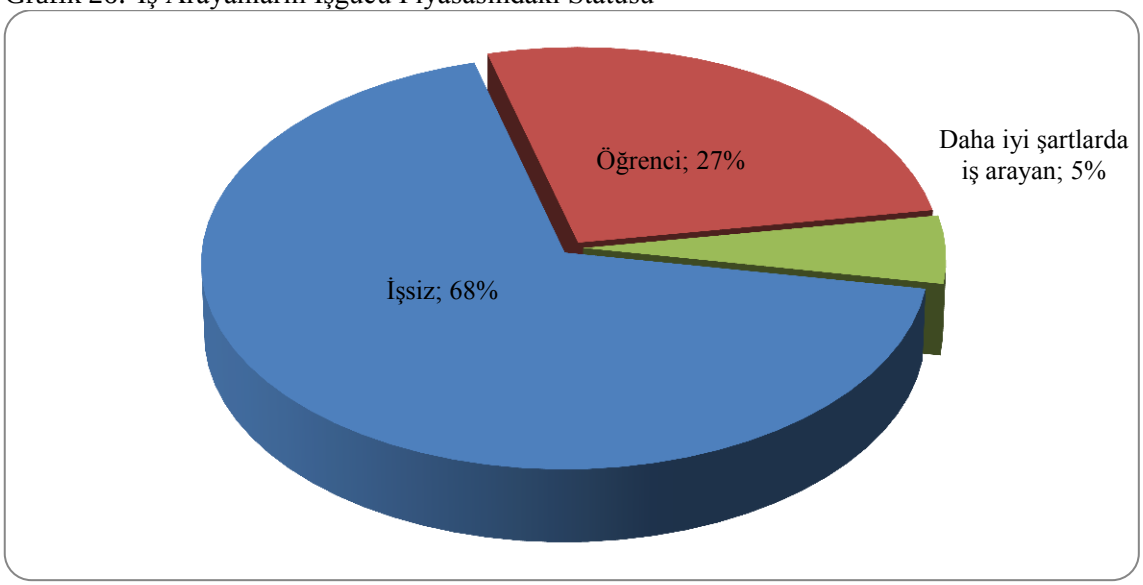
Grafik 25: İş Arayanların Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı



d) İş Arayanların İşgücü Piyasasındaki Statüsü

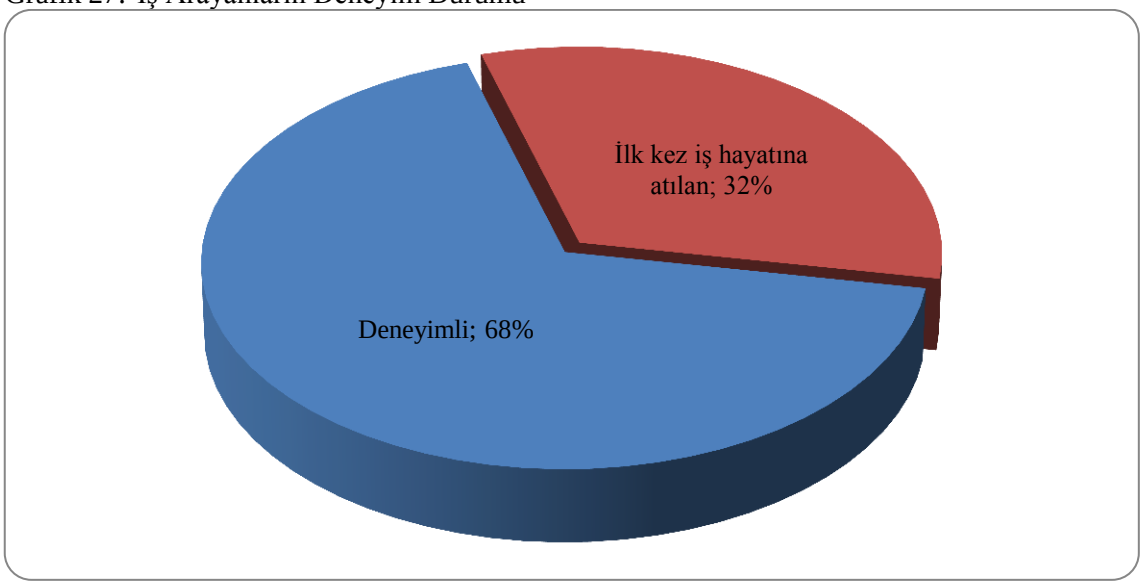
İş arayanların %68'i işsiz, %27'si öğrenci ve %5'i daha iyi şartlarda iş arayan statüsünde işgücü piyasasında yer almaktadır.

Grafik 26: İş Arayanların İşgücü Piyasasındaki Statüsü



İş arayanların 68%'lik kısmını oluşturan işsizlerin %32'sinin ilk kez iş hayatına atıldığı (deneyimsiz) ve %68'inin deneyimli olduğu görülmektedir.

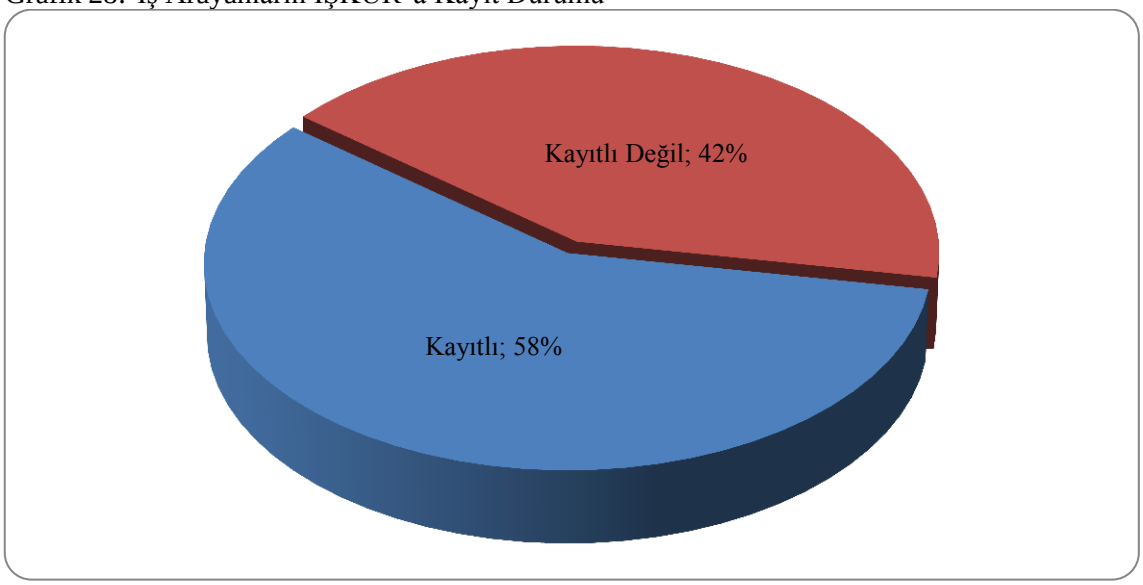
Grafik 27: İş Arayanların Deneyim Durumu



e) İş Arayanların İŞKUR'a Kayıt Durumu

İş arayanların %58'i İŞKUR'a kayıtlı , %42'si İŞKUR'a kayıtlı değildir. İŞKUR kaydı olmayanlar, kurum hizmetleri hakkında bilgi sahibi olmadıklarını, bilgi sahibi olanlar ise Kurumun kendilerine yardımcı olamayacağı düşüncesiyle başvuru yapmadıklarını ifade etmiştir.

Grafik 28: İş Arayanların İŞKUR' a Kayıt Durumu



3.2.2.2.2 Fuar Ziyaretçisi İş Arayanların Görüşlerinin Analizi

a) İş Arayanların Fuarı Ziyaret Amacı

İş arayanların %86'sı iş/staj başvurusu yapmak, %68'i firmaların açık iş pozisyonları ile ilgili bilgi edinmek, %48'i seminer, konferans, panel vb. etkinliklere katılmak, %32'si özgeçmiş oluşturma yardımı almak, %22'si İŞKUR'a kayıt yaptırmak veya kaydını güncellemek ve %18'i fuarla ilgili farkındalığını artırmak için katıldığını belirtmiştir.

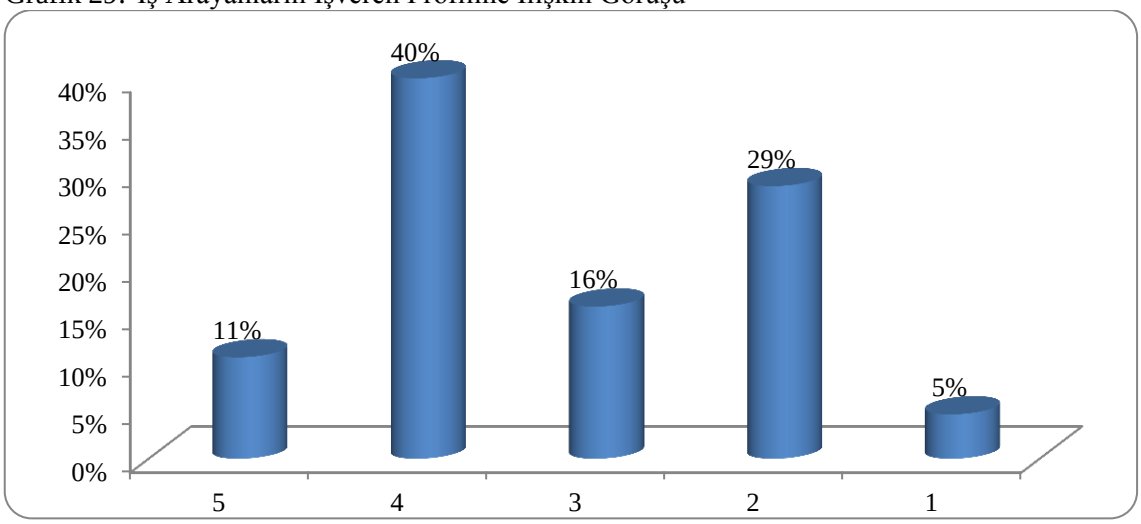
Tablo 13: İş Arayanların Fuarı Ziyaret Amacı

Ziyaret Amacı	Oran
İş / staj başvurusu yapmak	86%
Firmaların açık iş pozisyonları ile ilgili bilgi edinmek	68%
Seminer, konferans, panel vb. etkinliklere katılmak	48%
Özgeçmiş oluşturma yardımı almak	32%
Fuarla ilgili farkındalığımı artırmak	22%
İŞKUR'a kayıt yaptırmak veya İŞKUR kaydımı güncellemek	18%

b) İş Arayanların İşveren Profiline İlişkin Görüşü

İşveren profilinin ihtiyaç ve beklentilerinizi ve karşıladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna iş arayanların % 40'ı 4 puan, %29'u 2 puan, %16'sı 3 puan, %11'i 5 puan vermiştir.

Grafik 29: İş Arayanların İşveren Profiline İlişkin Görüşü



İşveren profilinin ihtiyaç ve beklentileri ile örtüşmediğini belirten iş arayanlardan Z18, Z128 ve Z137'nin görüşleri dikkate değerdir:

"İşverenler kendi reklamını yapmaya gelmiş, hiç işçi almaya niyetleri yok (Z18) ."

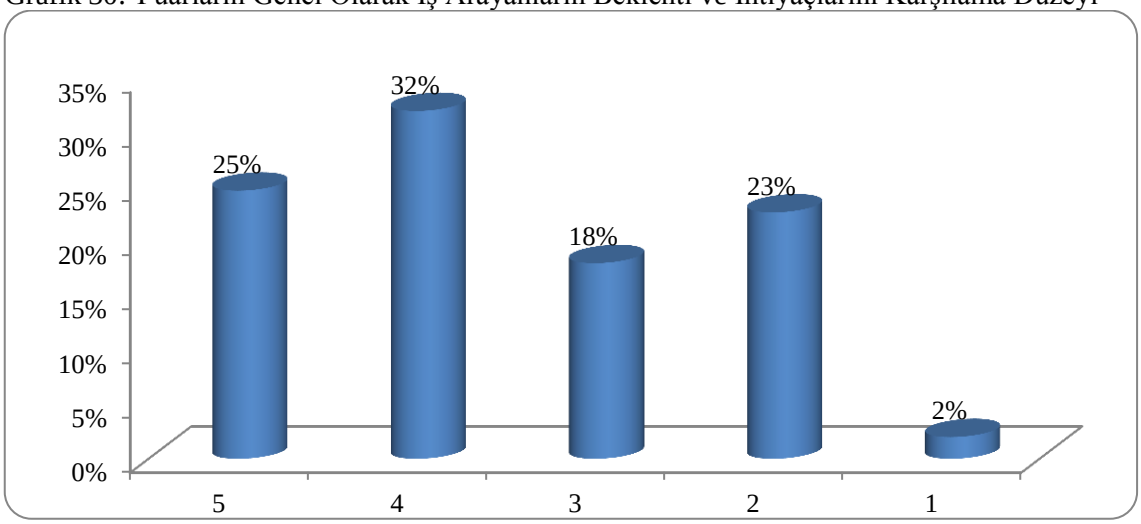
"Yeterli sayıda başvuru yapma ve görüşme imkânı bulamadım. İşverenler çok ilgili değildi (Z128)."

"İşverenler yalnızca mavi yaka için buradalar. Çoğu ile görüşme imkânım bile olmadı. Mezuniyetimi söylüyorum. Bizim ihtiyacımız yok diyorlar. Kaç tane işveren ile görüştüysem boş (Z137)."

c) Fuarların Genel Olarak İş Arayanların Beklenti ve İhtiyaçlarını Karşılama Düzeyi

Fuar organizasyonunun genel olarak beklenti ve ihtiyaçlarınızı karşıladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna iş arayanların % 32'si 4 puan, %25'i 5 puan, %23'ü 2 puan vermiştir.

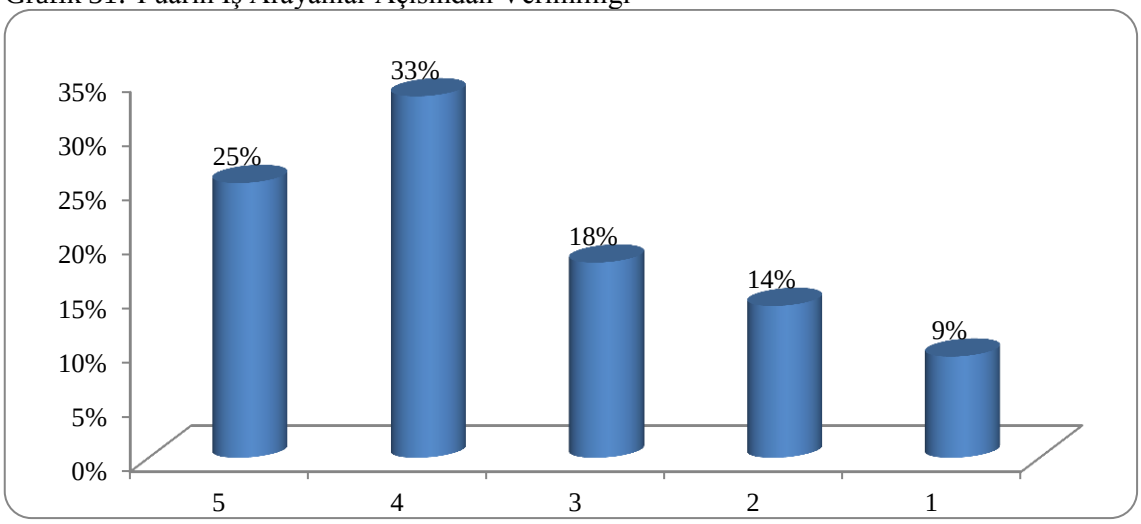
Grafik 30: Fuarların Genel Olarak İş Arayanların Beklenti ve İhtiyaçlarını Karşılama Düzeyi



d) Fuarların İş Arayanlar Açısından Verimliliği

Fuarın sizin için verimli olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna iş arayanların %33'ü 4 puan, % 25'i 5 puan, %18'i 3 puan, %14'ü 2 puan vermiştir.

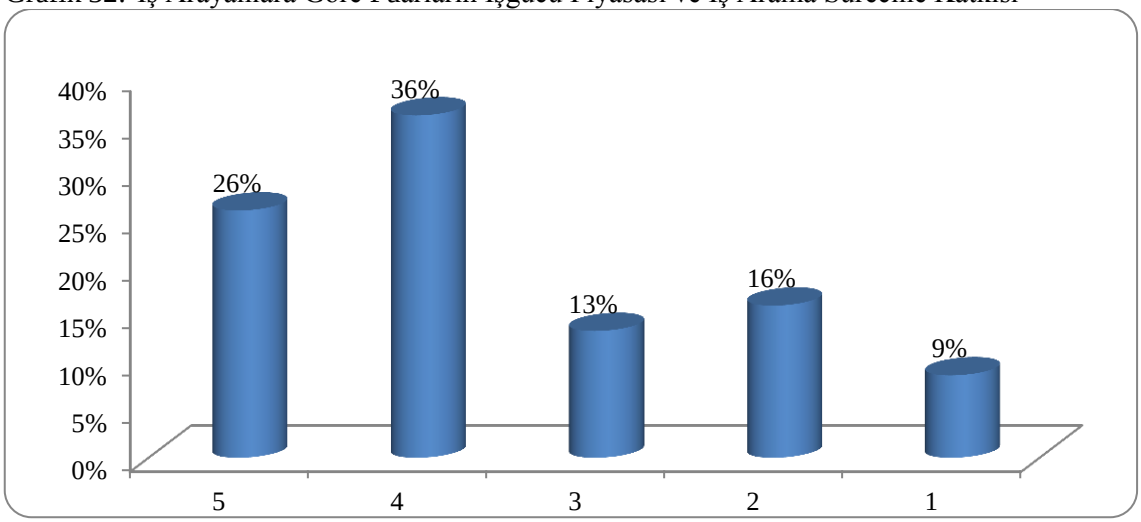
Grafik 31: Fuarın İş Arayanlar Açısından Verimliliği



e) İş Arayanlara Göre Fuarların İşgücü Piyasası ve İş Arama Sürecine Katkısı

Fuarın genel olarak işgücü piyasası ve iş arama sürecine katkısı açısından verimli olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna iş arayanların % 36'sı 4 puan, %26'sı 5 puan, %16'sı 2 puan, %13'ü 3 puan vermiştir.

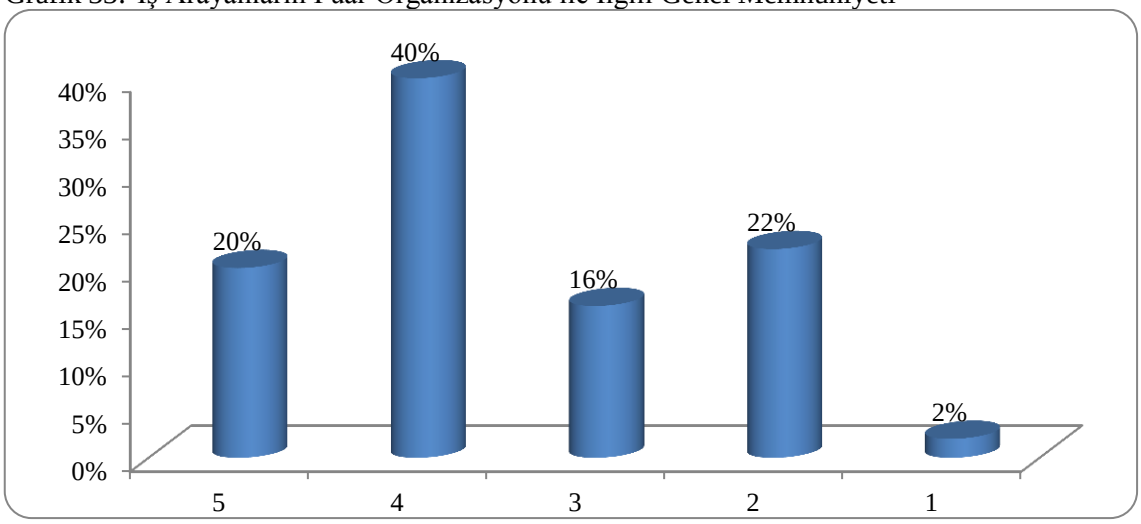
Grafik 32: İş Arayanlara Göre Fuarların İşgücü Piyasası ve İş Arama Sürecine Katkısı



f) Fuar Organizasyonuna İlişkin İş Arayanların Genel Memnuniyeti

Fuar organizasyonundan genel olarak memnun musunuz? Sorusuna iş arayanların %40'ı 4 puan, %22'si 2 puan, %20'si 5 puan, %16'sı 3 puan vermiştir.

Grafik 33: İş Arayanların Fuar Organizasyonu ile İlgili Genel Memnuniyeti



Memnuniyetini belirten iş arayanlardan Z147 ve Z17'nin ifadeleri dikkate değerdir:

> *"Bu kadar işvereni bir arada bulmam ve bu kadar sürede ziyaret edebilmem mümkün değil. Büyük firmalar burada. Onları tanıma ve kendimi tanıtabilme imkânı buldum. Hem de çeşitli etkinliklere katılarak kendimi geliştirme imkânı buldum. Çok güzel bir organizasyon (Z147)."*

> *"İŞKUR çok aktif bir kurummuş. Etkinlikler filan çok faydalı. Hepsi birbirinden değerli konuşmacıları dinlemek çok keyifli. Kişisel gelişimime de katkı sağlıyor (Z48)."*

> *"İŞKUR'a bravo, harika bir iş çıkarmış. Emeği geçenleri kutlarım… (Z49)."*

Özetle;

Fuar ziyaretçisi iş arayanların profili cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, işgücü piyasasındaki statüsü bakımından çeşitlilik göstermektedir. İş arayanların %58'inin İŞKUR'a kaydı var, %42'sinin İŞKUR'a kaydı yoktur.

İş arayanlar, iş/staj başvurusu yapmak, firmaların açık iş pozisyonları ile ilgili bilgi edinmek, seminer, konferans, panel vb. etkinliklere katılmak, özgeçmiş oluşturma yardımı almak, İŞKUR'a kayıt yaptırmak veya kaydını güncellemek amacıyla fuara katıldığını belirtmiştir.

İş arayanların %51'i işveren profilinin, %57'si genel olarak fuar organizasyonunun beklenti ve ihtiyaçlarını karşıladığını düşünmektedir.

İş arayanların %58'i fuarların kendileri için verimli olduğunu, %62'si genel olarak işgücü piyasası ve iş arama sürecine katkısı açısından verimli olduğunu düşünmektedir.

İş arayanların %60'ının fuar organizasyonundan genel olarak memnun olduğu görülmektedir.

3.2.2.3 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların ve Görüşlerinin Analizi

Araştırma kapsamında işveren dışındaki fuar katılımcısı 20 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara, katılma amacı, fuar organizasyonu, fuarın faydası ve iş arayanlar hakkındaki genel görüşleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Sorulara verilen cevapların 5'li likert ölçeğinde 1'den 5'e kadar derecelendirilmesi istenmiştir. Derecelendirmede 5 rakamı "kesinlikle evet" 1 rakamı "kesinlikle hayır" ifadesini temsil etmektedir. Ayrıca iş arayanların sorulara ilişkin genel yorumları da kaydedilmiştir. Görüşme kapsamında elde edilen görüşme bulguları öncelikle parametrik olarak aktarılmış, dikkate değer ifadeler/yorumlar görüşmenin yapıldığı katılımcının unvanı belirtilmeden D1, D2, ……,D20 şeklinde kodlanarak belirtilmiştir.

3.2.2.3.1 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların Analizi

a) İşveren Dışındaki Katılımcıların Statüsü

İşveren dışındaki katılımcıların %30'u dernek, %20'si üniversite/kariyer merkezi, %15'i ticaret ve sanayi odaları, %10'u büyükşehir belediyesi, %10'u meslek lisesi, %5'i SGK, %5'i KOSGEB ve %5'i özel istihdam bürosu olmak üzere toplam 20 kurum ve kuruluştan oluşmaktadır.

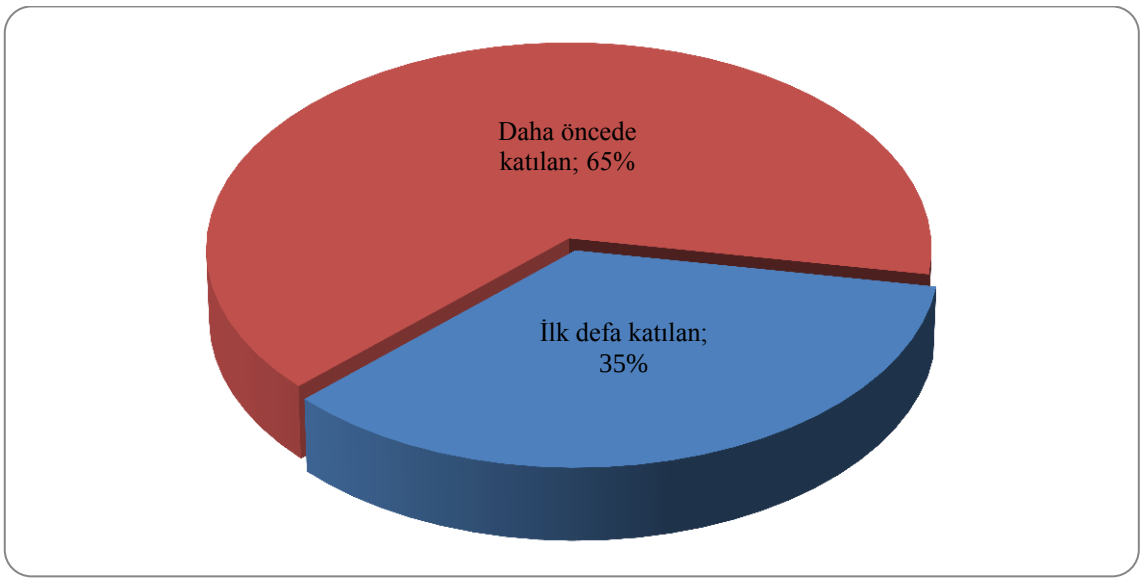
Tablo 14: İşveren Dışındaki Katılımcılar

Katılımcı Statüsü	**Katılımcı Sayısı**
Dernek	6
Üniversite/Kariyer Merkezi	4
Ticaret/Sanayi Odası	3
Büyükşehir Belediyesi	2
Meslek Lisesi	2
SGK	1
KOSGEB	1
ÖİB	1
Toplam	**20**

b) *Önceki Yıllarda Düzenlenen Fuarlara Katılım Durumu*

İşveren dışındaki katılımcıların %35'i fuarlara ilk kez katılmaktadır. %65'i önceki yıllarda düzenlenen fuarlara da katılım sağlamıştır. Fuar organizasyonunda paydaş kurum olarak katılan büyükşehir belediyesi, üniversite, ticaret ve sanayi odaları fuarlara her yıl katıldığı belirtmiştir.

Grafik 34: İşveren Dışındaki Katılımcıların Önceki Yıllarda Düzenlenen İstihdam Fuarlarına Katılımı



3.2.2.3.2 Fuar Katılımcısı İşveren Dışındaki Katılımcıların Analizi

a) *İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuara Katılma Amacı*

İşveren dışındaki katılımcıların %95'i kurum/kuruluş faaliyetlerinin tanıtımı, %65'i hem diğer katılımcılar hem de ziyaretçiler için bilgilendirme yapmak, %45'i diğer katılımcılar ile ağ oluşturmak amacıyla katıldıklarını belirtmiştir.

Ancak işveren dışındaki katılımcıların her biri özelinde katılma amacının farklılaştığı dikkati çekmektedir. Ortak noktada birleşen amaçların yanı sıra, Belediyelerin Meslek Edindirme Merkezleri ve projelerinin tanıtımını yaparak katılımcı çekmek, odaların üyeleri için özgeçmiş havuzu oluşturmak ve paylaşmak, üniversitelerin üniversite/fakülte bölümleri yüksek lisans/doktora imkânları hakkında bilgi vermek, özel istihdam bürosunun ise gelen iş arayanlardan sistemlerinde kayıtlı işverenlere yönlendirme yapmak amaçlarıyla fuara katılım gösterdiği görülmektedir.

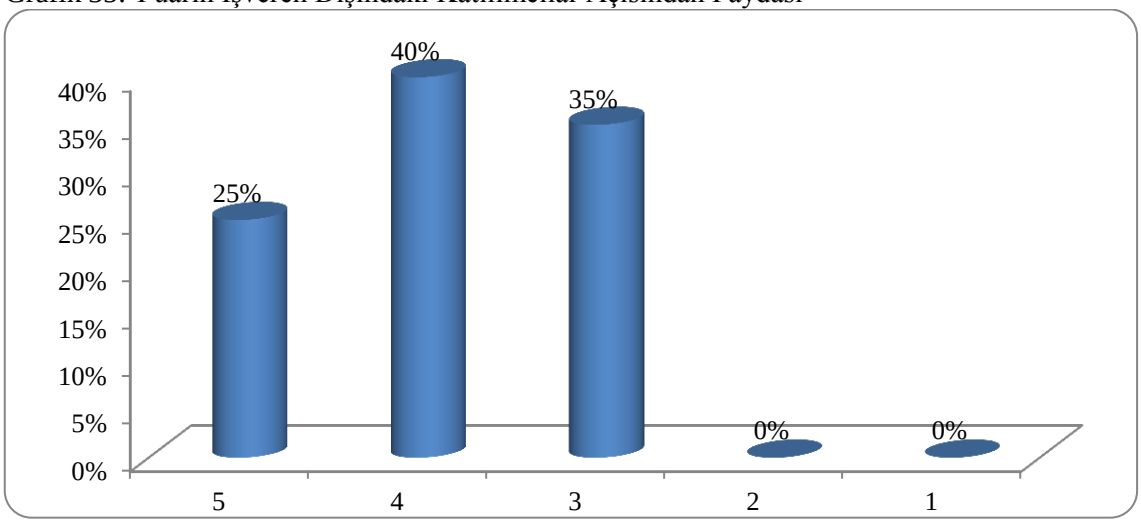
Tablo 15: İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuara Katılma Amacı

Katılma Amacı	Yüzde
Kurum/Kuruluş faaliyetlerimizin tanıtımı	95%
Hem diğer katılımcılar hem de ziyaretçiler için bilgilendirme yapmak	65%
Diğer katılımcılar ile ağ oluşturmak	45%
Paydaş kurum olarak görünürlüğü artırmak	35%
Üyelerimiz için özgeçmiş havuzu oluşturmak ve paylaşmak	30%
Yeni uygulamalarımız ile ilgili bilgi vermek	30%
Gelen iş arayanlardan sistemimizde kayıtlı işverenlere yönlendirme yapmak	20%
Meslek Edindirme Merkezleri ve projelerimizin tanıtımını yaparak katılımcı çekmek	15%
Kariyer merkezimizi tanıtmak ve bünyemizde yürütülen faaliyetleri aktarmak	10%
Mevcut bölümleri ve yeni açılan bölümleri tanıtmak	10%
Üniversite/fakülte bölümleri yüksek lisans/doktora imkânlarımız hakkında bilgi vermek	5%
Meslek ve sanat eğitim merkezlerimiz için kursiyer temin etmek	5%

b) Fuarın İşveren Dışındaki Katılımcılar Açısından Faydası

Fuara katılımın kurum/kuruluşunuz açısından fayda sağladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna katılımcıların %40'ı 4 puan, %35'i 3 puan, %25'i 5 puan vermiştir.

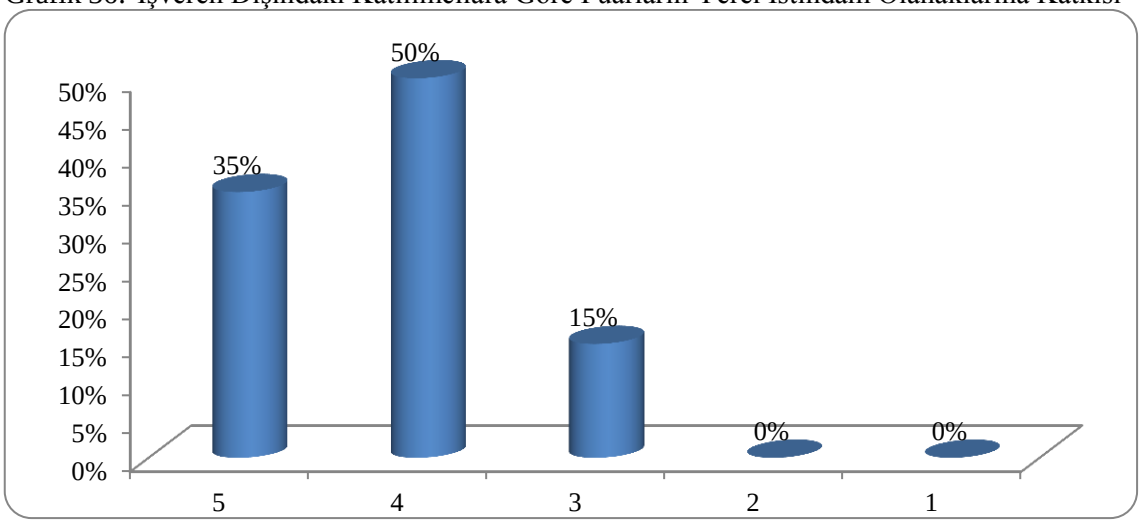
Grafik 35: Fuarın İşveren Dışındaki Katılımcılar Açısından Faydası



c) İşveren Dışındaki Katılımcılara Göre Fuarların Yerel İşgücü Piyasası Açısından Önemi

Fuarın yerel istihdam olanaklarına katkı sağlayacağını düşünüyor musunuz? Sorusuna katılımcıların %50'si 4 puan, %35'i 5 puan,%15'i 3 puan vermiştir.

Grafik 36: İşveren Dışındaki Katılımcılara Göre Fuarların Yerel İstihdam Olanaklarına Katkısı



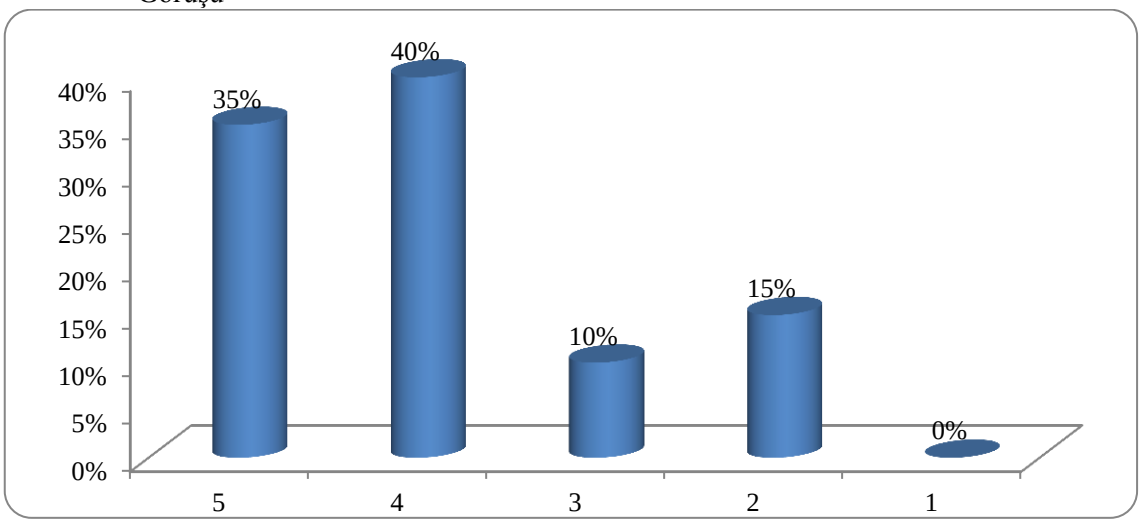
Fuarların verimli olduğunu düşünen katılımcılardan D1, D8 ve D17'nin ifadeleri şunlardır:

> *"İlimizde istihdam fuarı kültür haline gelmeye başladı. Vatandaşın en önemli sorunu işsizlik ve bu alanda bu sorunu gidermeye yönelik yapılan tek fuar (D1)."*
>
> *"Yeni uygulamalarımızı hem işverenlere hem iş arayanlara çok etkin bir şekilde aktarabilmemize olanak sağlıyor (D8)."*
>
> *"İşgücü piyasasına dinamizm katıyor, her kesimden temsilci burada, yoğun bir bilgi akışı sağlıyor. Üyelerimize de buradan aldığımız başvurular ile destek oluyoruz (D17)."*

d) İşveren Dışındaki Katılımcıların Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyi ile İlgili Görüşü

Ziyaretçilerin ilgi ve niteliklerinin beklentileriniz doğrultusunda olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna diğer katılımcılar %40'ı 4 puan, %35'i 5 puan, %15'i 2 puan vermiştir.

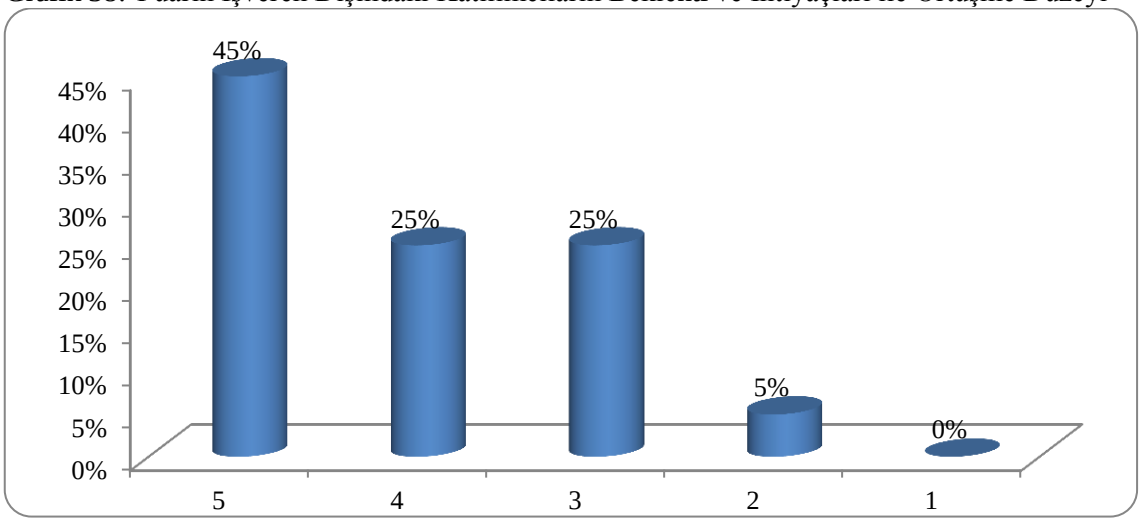
Grafik 37: İşveren Dışındaki Katılımcıların Ziyaretçilerin İlgi ve Nitelik Düzeyi ile İlgili Olarak Görüşü



e) Fuar Organizasyonun Genel Olarak İşveren Dışındaki Katılımcıların Beklenti ve İhtiyaçları ile Örtüşmesi

Fuar organizasyonunun genel olarak beklenti ve ihtiyaçlarınızı karşıladığını düşünüyor musunuz? Sorusuna katılımcıların %45'i 5 puan, %25'i 4 puan, %25'i 3 puan vermiştir.

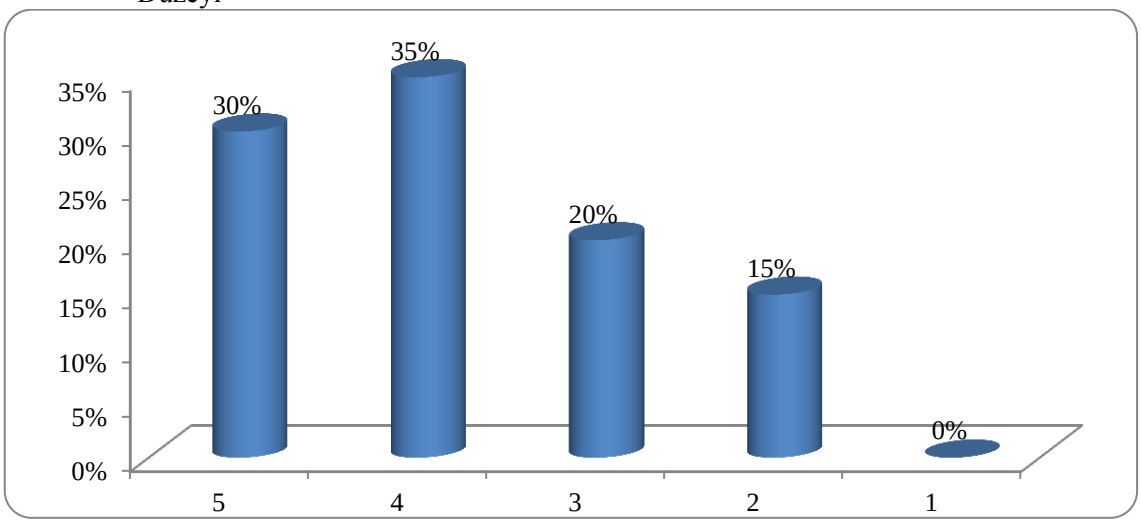
Grafik 38: Fuarın İşveren Dışındaki Katılımcıların Beklenti ve İhtiyaçları ile Örtüşme Düzeyi



f) İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuarlara İlişkin Genel Memnuniyet Düzeyi

Fuar organizasyonundan genel olarak memnun musunuz? Sorusuna katılımcıların %35'i 4 puan, %30'u 5 puan, %20'si 3 puan vermiştir.

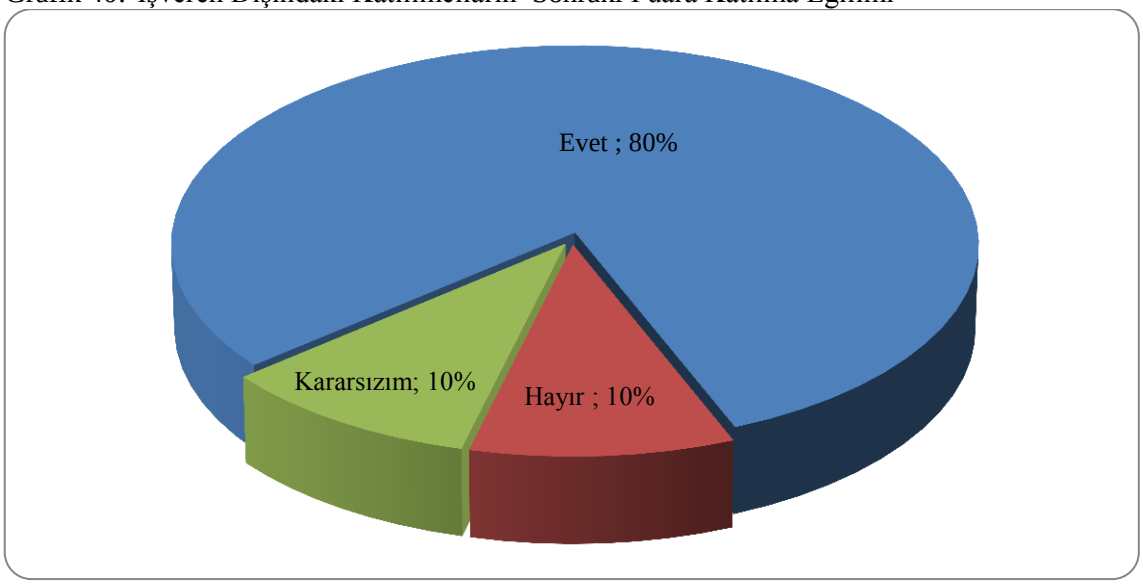
Grafik 39: İşveren Dışındaki Katılımcıların Fuar Organizasyonuna İlişkin Genel Memnuniyet Düzeyi



g) Sonraki İstihdam Fuarına Katılım Eğilimi

2016 yılında düzenlenecek istihdam fuarına katılmak ister misiniz? Sorusuna Diğer katılımcıların % 80'i "evet" , %10'u "hayır" ve %10'u ise "kararsızım" şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 40: İşveren Dışındaki Katılımcıların Sonraki Fuara Katılma Eğilimi



Özetle;

Fuar katılımcısı işveren dışındaki katılımcıların profili yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, özel istihdam bürosu ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarından oluşmaktadır. Diğer katılımcıların %65'i daha önce düzenlenen fuarlara katılmıştır.

İşveren dışındaki katılımcılar kurum/kuruluş faaliyetlerinin tanıtımı, hem diğer katılımcılar hem de ziyaretçiler için bilgilendirme yapmak, diğer katılımcılar ile ağ oluşturmak amacıyla katılmaktadır.

İşveren dışındaki katılımcıların %75'i ziyaretçilerin ilgi ve nitelik düzeylerinin beklentileri doğrultusunda olduğunu, %70'i genel olarak beklenti ve ihtiyaçlarını karşıladığını düşünmektedir.

İşveren dışındaki katılımcıların %65'i fuarın kurum/kuruluşları için faydalı olduğunu, %85'i yerel istihdam olanaklarına katkı sağlayacağını belirtmiştir. Katılımcıların %65'inin genel olarak fuardan memnun olduğu anlaşılmaktadır.

İşveren dışındaki katılımcıların %80'i gelecek yıl düzenlenecek fuarlara katılmak isteğini belirtmiştir.

Bu araştırmada yapılan görüşmelere ait verilerin analizi yukarıda aktarılmıştır. Bu bulguların araştırma sorusu ile bağlantısı, araştırmanın ana problemini çözmeye katkısı, gözlem ve görüşme verilerinin harmanlanarak bir potada birleştirilmesi bir sonraki kısımda ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

3.3 GÖZLEM VE GÖRÜŞME BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

3.3.1 Gözlem İle Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

Fuarların etkinliğine yönelik yapılan gözlemde, iller arasında uygulama birliğinin olmadığı tespit edilmiştir. Fuar etkinliğinin temel fonksiyonu olan iş arayan ve işverenleri aynı mekânda ve aynı zamanda buluşturmanın dışında uygulama yöntemlerinin her ilde farklılık gösterdiği görülmüştür. Etkinlik için kullanılan isim ve fuar kültürünün oluşup oluşmaması, düzenlenen dönemler, fuar süreleri ve günleri, organizasyon yöntemi, stant düzeni ve yerleşimi, fuar süresince yapılan etkinlikler, tanıtım araçları ilden ile farklılık göstermekle birlikte genel olarak ön plana çıkan hususlar şunlardır:

Etkinlik ismi olarak "fuar" isminin, zamanlama olarak güz döneminin, süre olarak "2 gün"ün ve gün olarak "Cuma ve cumartesi" günlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Fuarın ilişkin İİMEK'te karar alındığı, fuar yerinin ve görüşme alanlarının kapalı alanlar olarak tercih edildiği, yerel paydaşların katılımcı bir yaklaşım sergilediği ortaya çıkmıştır.

Faaliyetin planlanmasına ilişkin fuar tarihine en az 6 ay kala ile en fazla 3 hafta kala arasında değişen zaman dilimlerinde hazırlıkların sürdürüldüğü, fuar organizasyon ekibinin oluşturulduğu ve teknik destek almak amacıyla reklam, tanıtım, organizasyon, yemek firmalarından hizmet satın alındığı görülmüştür.

Açılış, fuarın basına yansıyan en önemli aşaması olduğu için bütün illerde özel önem atfedildiği dikkati çekmiştir.

Katılımcı profilinde çeşitli sektörlerden fuara katılan işverenlerin genel olarak farkındalık düzeyinin yüksek olduğu, bazı fuarlarda firmaya tahsis edilen stantla ilgili firmanın memnuniyetsizliği ya da hatır için katılmayı kabul etme gibi sebeplerle bazı firmaların sırf orada bulunmak için fuara katıldığı, fuara ve ziyaretçilere hiç ilgi göstermedikleri ortaya çıkmıştır.

Ziyaretçi profilinin işsiz, öğrenci ve daha iyi şartlarda iş arayan olmak üzere çeşitli hedef gruplardan oluştuğu, ziyaretçilerde fuar bilincinin tam olarak oluşmadığı, amaçsızca stantları gezdiği ve bazılarının yalnızca eşantiyon ürün almak için fuarı ziyaret ettiği görülmektedir.

Fuar kapsamında yapılan etkinliklere genel olarak katılımın az olduğu, ancak ünlü konuşmacıların davet edildiği fuarlarda katılımın yüksek olduğu dikkati çekmiştir.

Fuarların hepsinde İŞKUR görünürlüğüne önem verilmiş, kurumsal kimlik kılavuzuna uygun materyaller kullanılmıştır. İŞKUR stantlarında bazılarında yalnızca bilgilendirme ve yönlendirme, bazılarında kayıt yapma veya güncelleme ile danışmanlık hizmetlerinin gerçekleştirildiği de görülmüştür.

3.3.2 Görüşmeler İle Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

Görüşmede işverenlere, iş arayanlara ve işveren dışındaki katılımcılara yöneltilen sorular "fuarın işgücü piyasası ihtiyaçlarını karşılama düzeyi", " fuarın verimlilik düzeyi" ve "fuara ilişkin genel memnuniyet düzeyi"ni ölçmeye yönelik

olarak her grup için ayrı ayrı olacak şekilde gruplandırılmıştır. Her grup ve her il için ortalama puanlar elde edilmiş ve bu puanlardan yola çıkarak genel ortalama puanlara ulaşılmıştır. Görüşme sorularına verilen cevaplar 1 ile 5 arası derecelendirildiğinden, ortalamalar da bu kapsamda "1-5" aralığında hesaplanmıştır. Değerlendirmede "1: en düşük" ve "5: en yüksek" puanı temsil etmektedir.

İşverenlere yöneltilen sorulara ilişkin yapılan gruplandırma;

- İşverenlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi
- İşverenler ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi
- İşverenlerin memnuniyet düzeyi

İş arayanlara yöneltilen sorulara ilişkin yapılan gruplandırma;

- İş arayanların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi
- İş arayanlar ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi
- İş arayanların memnuniyet düzeyi

İşveren dışındaki katılımcılara yöneltilen sorulara ilişkin yapılan gruplandırma,

- İşveren dışındaki katılımcıların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi
- İşveren dışındaki katılımcılar ve yerel işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi
- İşveren dışındaki katılımcıların memnuniyet düzeyi

Genel gruplandırma,

- Genel olarak beklenti ve ihtiyaçları karşılama düzeyi
- Genel olarak verimlilik düzeyi
- Genel olarak memnuniyet düzeyi

şeklinde yapılmıştır.

Tablo 16: İşverenlerin, İş Arayanların ve İşveren Dışındaki Katılımcıların Sorulara Verdikleri Cevaplardan Elde Edilen Ortalama Puanlar

İLLER	Adana	Ankara	Aydın	Bursa	Kahramanmaraş	Kocaeli	Malatya	Manisa	Mersin	Trabzon	Genel
İŞVERENLER											
İşverenlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi	4,0	1,7	4,0	3,9	3,4	4,8	3,6	2,7	4,0	4,5	3,6
İşverenler ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi	3,9	3,0	4,4	4,7	3,0	4,5	3,9	2,8	3,8	4,3	3,8
İşverenlerin memnuniyet düzeyi	4,5	2,4	4,1	4,7	2,7	4,7	4,1	3,0	4,4	4,8	3,9
İşverenler açısından etkinlik ortalama puanı	**4,1**	**2,4**	**4,2**	**4,4**	**3,0**	**4,6**	**3,9**	**2,8**	**4,1**	**4,5**	**3,8**
İŞ ARAYANLAR											
İş arayanların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi	4,0	2,7	3,3	3,4	2,4	4,0	2,7	2,7	3,8	3,9	3,3
İş arayanlar ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi	4,1	2,4	3,4	3,8	2,5	4,1	3,2	3,1	4,1	4,2	3,5
İş arayanların memnuniyet düzeyi	3,7	2,6	4,0	3,9	3,0	4,1	3,0	2,8	3,9	3,9	3,5
İş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı	**3,9**	**2,5**	**3,6**	**3,7**	**2,6**	**4,1**	**3,0**	**2,8**	**3,9**	**4,0**	**3,4**
İŞVEREN DIŞINDAKİ KATILIMCILAR											
İşveren dışındaki katılımcıların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi	4,5	3,0	3,5	4,8	3,8	5,0	2,8	3,3	4,8	5,0	4,0
İşveren dışındaki katılımcıları ve yerel işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi	5,0	3,8	3,5	4,3	4,0	4,5	3,8	3,8	4,5	4,5	4,2
İşveren dışındaki katılımcıların memnuniyet düzeyi	4,5	2,0	3,5	4,0	3,5	5,0	3,5	3,0	4,0	5,0	3,8
İşveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı	**4,7**	**2,9**	**3,5**	**4,4**	**3,8**	**4,8**	**3,4**	**3,3**	**4,4**	**4,8**	**4,0**
GENEL OLARAK											
Genel olarak beklenti ve ihtiyaçları karşılama düzeyi	4,2	2,5	3,6	4,0	3,2	4,6	3,0	2,9	4,2	4,5	3,7
Genel olarak verimlilik düzeyi	4,3	3,1	3,8	4,3	3,2	4,3	3,6	3,2	4,1	4,3	3,8
Genel olarak memnuniyet düzeyi	4,2	2,3	3,9	4,2	3,1	4,6	3,5	2,9	4,1	4,5	3,7
Genel olarak etkinlik ortalama puanı	**4,2**	**2,6**	**3,7**	**4,2**	**3,1**	**4,5**	**3,4**	**3,0**	**4,1**	**4,4**	**3,7**

Tüm görüşme sonuçlarının yer aldığı Tablo 16 incelendiğinde şunlar söylenebilir:

- Fuar yerinin ulaşılabilirliğinin, fuarın düzenlendiği dönemin, ziyaretçilerin ilgi ve nitelik düzeyinin, tanıtım düzeyinin işveren beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamasına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın

işverenlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi" ortalama 3,6'dır. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Ankara (1,7) ilinde, en yüksek Kocaeli (4,8) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.

- Fuarın düzenlendiği günlerin uygunluğu, fuarın istihdam olanaklarına katkısı ve fuarın firmaya katkısına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın işverenler ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi" ortalama 3,8'dir. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Manisa (2,8) ilinde, en yüksek Bursa (4,7) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- Fuarın fiziksel altyapısı, stant dağılımı ve yerleşimi, İŞKUR'un yaklaşımı, işyerinizle işbirliği düzeyi ve personelinin yaklaşımına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "işverenlerin memnuniyet düzeyi" ortalama 3,9'dur. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Ankara (2,4) ilinde, en yüksek Trabzon (4,8) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- İşveren profilinin ve genel olarak fuar organizasyonunun iş arayan beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamasına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın iş arayanların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi" ortalama 3,3'tür. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Kahramanmaraş (2,4) ilinde, en yüksek Kocaeli (4,0) ve Adana (4,0) illerinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- Fuarın işgücü piyasası ve iş arama sürecine katkısı ve iş arayana katkısına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın iş arayanlar ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi" ortalama 3,5'tir. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Ankara (2,4) ilinde, en yüksek Trabzon (4,2) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- Fuara yönelik iş arayanların genel memnuniyet düzeyi 3,5'tir. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Ankara (2,6) ilinde, en yüksek Kocaeli (4,1) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- Ziyaretçilerin ilgi ve niteliklerinin ve genel olarak fuar organizasyonunun işveren dışındaki katılımcıların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamasına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın işveren dışındaki katılımcıların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi" ortalama 4'tür. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Malatya (2,8) ilinde, en yüksek Kocaeli (5,0) ve Trabzon (5,0) illerinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir

- Fuarın yerel istihdam olanaklarına katkısı ve diğer katılımcılara sağladığı katkısına yönelik alt soruların gruplandırılması ile elde edilen "fuarın işveren dışındaki katılımcılar ve işgücü piyasası açısından verimlilik düzeyi" ortalama 4,2'dir. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Aydın (3,5) ilinde, en yüksek Adana (5,0) ilinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- Fuara yönelik işveren dışındaki katılımcıların genel memnuniyet düzeyi 3,8'dir. İller kendi arasında değerlendirildiğinde en düşük Ankara (2,0) ilinde, en yüksek Kocaeli (5,0) ve Trabzon (%5,0) illerinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.
- İşverenler, iş arayanlar ve işveren dışındaki katılımcıların ortalamalarından elde edilen genel ortalama puanlar incelendiğinde; fuarın genel olarak beklenti ve ihtiyaçları karşılama düzeyi 3,7, genel olarak verimlilik düzeyi 3,8 ve genel olarak fuara ilişkin memnuniyet düzeyi 3,7'dir. Ankara ilinin her üç ortalamada en düşük, Kocaeli ilinin ise -verimlilik puanı hariç- en yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Verimlilik puan ortalaması Adana, Bursa, Kocaeli ve Trabzon illerinde 4,3 ile ortaklık arz etmektedir.

İşverenler, iş arayanlar ve diğer katılımcılar arasındaki grup içi farklılaşmanın fuara katılma amaçları ve fuardan beklentilerinin farklı olmasından kaynaklandığı, iller bazında farklılaşmanın ise illerde uygulama birliğinin olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Etkinliğin planlanması ve uygulanması sürecinde il müdürlüklerinin başvurabilecekleri yol gösterici bir mevzuat düzenlemesi olmaması, etkinlik düzenleyen ekibin herhangi bir eğitim almamış olması farklı uygulamaların gerekçesini oluşturmaktadır.

Fuar katılımcısı işverenler açısından, ziyaretçilerin ilgisi, bilgi, beceri düzeyi ve nitelikleri bakımından ihtiyaç ve beklentiyi karşılama düzeyinin yeterli olmadığı, ziyaretçiler açısından da işverenlerin ilgi ve profillerinin ihtiyaç ve beklentiyi karşılama düzeyinin yeterli olmadığı sonucu, arz ve talep uyuşmazlığının olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, nitelikli işgücünün katılımının nispeten düşük olduğu, işverenlerin de fuara çoğunlukla mavi yaka işgücü temini için katıldığı tespit edilmiştir. Bu da fuarların mavi yaka işgücü teminine yönelik düzenlendiği algısının oluşmasına neden olmaktadır.

3.4 NİTEL VE NİCEL BULGULARIN ARAŞTIRMA SORUSUNA GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

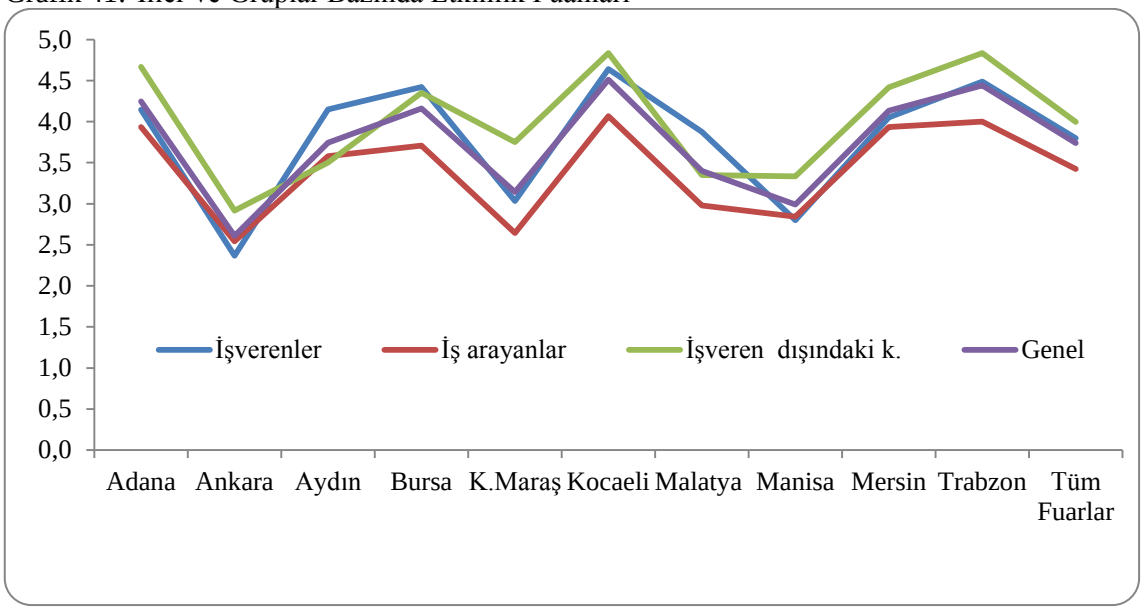
Araştırma kapsamında "İstihdam fuarları İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin midir?" sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda araştırma sonucunda elde edilen nitel ve nicel veriler incelenerek karma bir yapı içerisinde araştırma sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır.

Tablo16'da yer alan beklenti ve ihtiyaçları karşılama düzeyi, verimlilik ve memnuniyet düzeyleri üzerinden 3 grup için grup içi ve genel olarak fuarların tümü için "fuar etkinlik puanları" iller bazında ayrı ayrı ve genel olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda iller için ve genel olarak Türkiye genelinde fuarların etkinliği için şunlar söylenebilir:

- Adana için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,1, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 3,9, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 4,7 ve genel olarak verimlilik düzeyi 4,2'dir.
- Ankara için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 2,4, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 2,5, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 2,9 ve genel olarak verimlilik düzeyi 2,6'dır.
- Aydın için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,2, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 3,6, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 3,5 ve genel olarak verimlilik düzeyi 3,7'dir.
- Bursa için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,4, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 3,7, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 4,4 ve genel olarak verimlilik düzeyi 4,2'dir.
- Kahramanmaraş için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 3,0, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 2,6, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 3,8 ve genel olarak verimlilik düzeyi 3,1'dir.
- Kocaeli için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,6, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 4,1, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 4,8 ve genel olarak verimlilik düzeyi 4,5'tir.

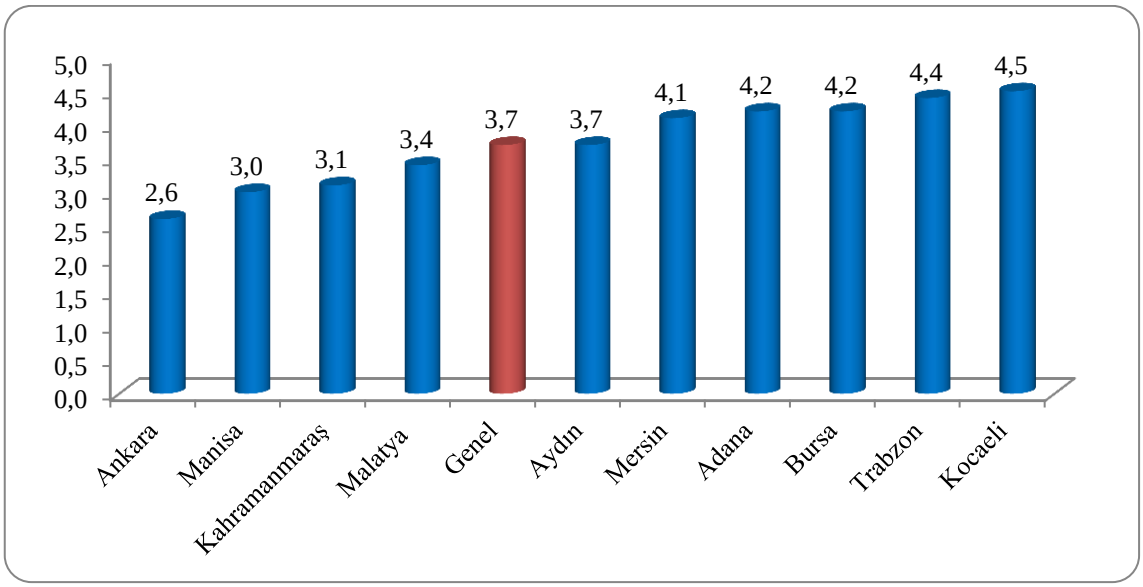
- Malatya için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 3,9, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 3,0, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 3,4 ve genel olarak verimlilik düzeyi 3,4'tür.
- Manisa için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 2,8, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 2,8, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 3,3 ve genel olarak verimlilik düzeyi 3,0'dır.
- Mersin için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,1, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 3,9, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 4,4 ve genel olarak verimlilik düzeyi 4,1'dir.
- Trabzon için işverenler açısından etkinlik ortalama puanı 4,5, iş arayanlar açısından etkinlik ortalama puanı 4,0, işveren dışındaki katılımcılar açısından etkinlik ortalama puanı 4,8 ve genel olarak verimlilik düzeyi 4,4'tür.

Grafik 41: İller ve Gruplar Bazında Etkinlik Puanları



Türkiye genelinde istihdam fuarlarının etkinliği 5 puan üzerinden 3,7'dir. Bu değer fuarların genel olarak etkin olmakla birlikte geliştirilmesine gerek olduğu anlamına gelmektedir. İller bazında ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamadan en düşük ortalamaya doğru sıralama aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Grafik 42: İller Bazında İstihdam Fuarlarının Etkinlik Puanları



Ortalamanın üzerinde kalan iller sırasıyla Kocaeli, Trabzon, Adana, Bursa, Mersin ve altında kalan iller ise sırayla Malatya, Kahramanmaraş, Manisa ve Ankara illeridir. Aydın ili Türkiye ortalaması ile aynı düzeydedir.

Fuarların ortalama etkinlik değerine göre yapılan sınıflamada ortalamanın üzerinde kalan iller olan Adana, Bursa, Kocaeli, Mersin ve Trabzon illerinde etkinlik düzeyinin nispeten daha yüksek olmasının nedenleri şöyle sıralanabilir:

- Etkinliğin planlanması ve uygulanması süreci 3 ya da 6 aylık bir zaman dilimini kapsamaktadır. Etkinlik için oluşturulan fuar hazırlık ekibinin süreci etkin bir şekilde yürüttüğü görülmektedir.
- Ekip görev dağılımının yapılması ve yapılacaklara ilişkin zaman çizelgesi doğrultusunda gerçekleştirilmesinin katkısı olduğu görülmektedir.
- Fuarın tanıtımı çeşitli reklam araçları kullanılarak yoğun bir şekilde yapılmaktadır.
- İİMEK toplantısında karar alınmış ve yerel paydaşların fuar uygulama süreci boyunca katılımı sağlanmıştır.
- Lokasyon tercihinin işverenlerin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda ve iş arayanların alana rahatlıkla ulaşabileceği yerlerden seçildiği gözlemlenmiş ve fuar alanına transferleri sağlanmıştır.
- Yerel aktörlerin sürece dâhil edilmesi, toplantılar yapılarak ortak kararlar alınmasının, fuara finansal ve lojistik destek sağlaması ve fuara inanarak

sahiplenmesinin ve sponsorların destek vermesinin önemli olduğu görülmektedir.

- İşverenlerin planlama aşamasında sürece dâhil edilmesi işverenlerin fuarı sahiplenmesine olanak sağlamıştır.
- İşverenlere fuar öncesinde fuar detaylarına ilişkin işverenleri bir araya getirerek ya da mail ile bilgilendirme yapılmasının etkili olduğu görülmüştür.
- Fuarın mekânının kalitesi, elektrik, internet gibi teknik altyapının yeterli olması, ısınma sorununun olmaması gibi etkenler memnuniyeti artırmaktadır.
- Fuar öncesinde, fuar süresince ve fuar sonrasında katılımcıların ihtiyaç duydukları her konuda ilgili bir İŞKUR personeli ile muhatap olması, soru ve sorunlarının kısa sürede çözülmesi memnuniyeti artırmıştır.
- Fuar esnasında katılımcı ve ziyaretçilerin memnuniyet ve memnuniyetsizliklerinin, eleştiri ve önerilerinin değerlendirme formları ile alınarak bir sonraki fuarda göz önünde bulundurulmasının etkili olduğu görülmüştür.

Bu illerde ziyaretçi yoğunluğunun yüksek olduğu, diğer illerde düşük olduğu görülmektedir. Yalnızca Malatya ilinde etkinlik puanı düşük olmasına rağmen ziyaretçi yoğunluğu yüksektir. Ziyaretçinin sayısal anlamda çok olması memnuniyeti etkilemekle birlikte direkt artıran bir gösterge değildir. Esas itibarıyla nicelikten ziyade katılımcı ve ziyaretçi ihtiyaç ve beklentilerinin örtüşmesi ve memnuniyetleri genel etkinlik değerini etkileyen bir unsur olmaktadır.

Bununla birlikte, stant bedeli alınıp alınmamasının, fuarın tek bir organizasyon firmasına vermek ile parça parça hizmet satın almak suretiyle yapılıp yapılmamasının etkinlik puanına etkisinin olmadığı görülmüştür. Ancak; memnuniyeti etkileyen en önemli husus firma ya da firmaların kalitesidir. Firmalar ile sürekli irtibat halinde olan ve anlaşma kapsamındaki işleri an be an takip eden il müdürlüklerinde etkinlik değerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Bu illerde katılımcı ve ziyaretçiler İŞKUR'un böyle bir organizasyonu yapıyor olmasından duydukları memnuniyeti dile getirmişlerdir. Yine aynı illerde "istihdam fuar" kültürünün diğer illere kıyasla yerleşmiş olduğu gözlemlenmiştir.

İllerin bölgesel gelişmişlik düzeylerinin fuarların etkinliğine herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Fuar kültürünün oluştuğu ve tarihsel olarak dönem

dönem kesintiye uğramakla birlikte 90'lı yıllardan itibaren fuar düzenlenen Kocaeli ilinde istihdam fuarlarının kurumsallaştığı ve organizasyon becerisinin geliştiği için, en yüksek etkinlik düzeyine sahip olmasında bu etkenlerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Manisa ilinde etkinlik puanı yüksek olan illere benzer bir düzenleme yapılmasına rağmen, il müdürlüğünde işverenin davet edilerek iş arayanlar ile görüşmesinin düzenli bir şekilde sağlanması ve işsizlik oranının oldukça düşük olması sebebiyle yeterli sayıda işverenin fuara katılım göstermesine rağmen iş arayanların fuara hiç ilgi göstermemesinden dolayı fuarlar beklenen etkiyi oluşturmamaktadır. Fuar yerinin şehir merkezine uzak olması ve fuar alanının fiziksel yetersizliği de ayrıca fuarın etkinliğini azaltmaktadır.

3.5 GÖRÜŞÜLEN GRUPLARIN GÖRÜŞ VE ÖNERİLERİ

Araştırma sürecinde görüşülen grupların fuarlara ilişkin görüş ve önerileri genel olarak şöyledir:

3.5.1 İşverenler

Fuarın, firmalar açısından ihtiyaç duydukları işgücüne erişim ve özgeçmiş havuzlarının güncellenmesi ile sektörde ve firma özelinde iş/kariyer olanaklarını aktarma imkânı sağladığı belirtilmektedir. Bunların yanı sıra fuarların, firmalar açısından tanıtım ve prestij sağladığı, yeni müşterilere doğrudan ulaşma fırsatı sunduğu, sektörde faaliyet gösteren diğer firmaları tanıma ve firma temsilcileri ile görüşme imkânı sunma gibi çeşitli kazanımlar sağladığı belirtilmektedir.

İŞKUR'un, fuarlar ile vizyonunu ve misyonunu daha iyi anlatma imkânı bularak, işgücü piyasasında daha saygın bir kurum haline geldiği, İŞKUR personelinin ilgisi ve nezaketinden dolayı duyulan memnuniyet ifade edilmektedir.

Tanıtım araçlarının çeşitlendirilmesi ve tüm yazılı, görsel, işitsel ve internet medya araçlarının özellikle sosyal medyanın daha etkin kullanılması önerilmektedir.

Fuarın, fuara katılan firma sayısı ve çeşitliliği açısından oldukça zengin olduğu ancak ziyaretçi açısından, daha fazla sayıda, daha çeşitli niteliklerde, daha ilgili ve

bilinçli ziyaretçi kitlesi tarafından ziyaret edilmesinin sağlanması, ziyaretçilere fuar öncesi fuarın amacına ilişkin farkındalık eğitimi verilmesi önerilmektedir.

Fuar kapsamında düzenlenen etkinliklerin önemli olduğu belirtilmiş ancak, daha yoğun kitlelerin dikkatini çekecek faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, daha popüler akademisyen ve konuşmacıların davet edilmesi, işverenlerin katılımı ile kariyer günü etkinliği, seminer ve panellerin yapılması önerilmektedir.

Fuarların yılda en az iki kez düzenlenmesi, istihdam ve ortak proje fırsatlarının oluşturulabileceği sektörel bazlı etkinliklerin de düzenlenmesinin faydalı olacağını ifade etmişlerdir.

Fuara ilişkin değerlendirmelerin yer aldığı bir rapor ya da derginin fuar sonrasında kendileri ile paylaşılmasını istiyorlar.

3.5.2 İş Arayanlar

Fuarların, iş arayanlar açısından bir umut olduğu, yalnızca işverenler ile görüşüp başvuru yapmanın yanı sıra etkinlikler ve bilgilendirmeler sayesinde istihdam ve işgücü piyasasına ilişkin konularla ilgili farkındalık ve bilgi düzeylerinin artmasına katkı sağladığı ifade edilmektedir.

İş arayanlar tarafından;

- Fuarların yılda bir defadan fazla düzenlenmesi,
- İşverenlerin yalnızca mavi yaka personel için değil, beyaz yaka içinde fuara katılımının sağlanması,
- Yalnızca il merkezlerinde değil ilçe mahalle köy her noktada tanıtımın yapılması,
- Canlı müzik, konser gibi daha dikkat çekici aktiviteler konulması,
- Firma ve iş arayanlar arasında danışmanların daha etkin rol alması,
- Etkinliklerin çeşitlendirilmesinin, daha donanımlı ve ünlü kişilerin davet edilmesi,
- Açık işler ve etkinlik anonslarının dijital ekran kurularak oradan takip edilmesi,

önerilmektedir.

3.5.3 İşveren Dışındaki Katılımcılar

İşveren dışındaki katılımcılar için, fuarların işgücü piyasasında ulaşılmak istenen hedef kitleye ulaşılmasının en etkin yol olduğu, bu sayede hizmetlerini aktarabildikleri, yerel işgücü piyasasının nabzını tutmak için iyi bir fırsat sağladığı belirtilmektedir.

Fuar kapsamında yürütülen tanıtım faaliyetlerinin çeşitlendirilmesinin ve tüm yazılı, görsel, işitsel ve internet medya araçlarının özellikle sosyal medyanın daha etkin kullanılmasının faydalı olacağı ifade edilmektedir.

3.6 KURUM PERSONELİNİN FUARLARA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELERİ

Araştırma kapsamında fuar düzenleyicisi kurum olması ve fuar etkinliğinin değerlendirilmesinde görüş ve önerilerinin önemli olması sebebiyle fuar organizasyon ekibinde görevli her ilden bir kişi olmak üzere 10 Kurum personeli ile yapılan görüşmelerde, görüşülen kişilere fuarların etkinliğinin değerlendirilmesine yönelik sorular yöneltilmiştir. Kurum personelinin fuarlara ilişkin değerlendirmeleri ve önerileri alt başlıklar halinde aktarılacaktır.

3.6.1 Kurum Personelinin Fuarların Etkinliğine Yönelik Olumlu Görüşleri

Kurum personelinin fuarlara ilişkin olumlu görüşleri şunlardır:

- Fuarlar istihdama katkı sağlamak amacıyla, ilgili tüm tarafların desteği ve onayı ile gerçekleştirilmekte olan en büyük sosyal sorumluluk projesidir.
- İŞKUR görünürlüğü ve saygınlığının artmasına katkı sağlıyor.
- Özel bir buluşma/buluşturma havası içerisinde düzenlenmesi sebebiyle İŞKUR'un işverenlerle olan iletişimine katkı sağlıyor.
- İstihdam fuarları kurumumun tanınırlığı ve ildeki etkisinin artırılması bakımından olumlu bir faaliyettir.
- Fuar sayesinde daha çok işveren Kurum ile işbirliği yapmaya başladı.
- Fuarlar İŞKUR'un iş yapabilme gücünü ortaya koyuyor.

- İşgücü piyasasında İŞKUR farkındalığı oluşuyor.
- Tanıtım ve reklam faaliyetleri kapsamında yürütülen yoğun çalışmalar ilimiz işgücü piyasasının hareketlenmesine olanak sağlıyor.
- Kurumda bu işle ilgilenen personelin organizasyon becerileri ve yetkinliklerin arttırılmasına katkı sağlıyor.
- İş arayanlar, işverenler, diğer kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları ile ağ oluşturulmasına olanak tanıyor.
- Tüm paydaşlar ile ortaklaşa çalışma yürütmemiz etkinliği artırıyor.
- İşverenlerin de hazırlık sürecine dâhil edilmesi etkinliğin kalitesini artırıyor.
- Fuarlar kapsamında düzenlenen seminer, konferans, panel gibi etkinlikler ile katılımcı ve ziyaretçilerin kişisel gelişimine ve kariyer yolculuklarına katkı sağlıyor.
- İşgücü piyasasını yönlendirme anlamında en önemli etkinliktir.

3.6.2 Kurum Personelinin Eleştirel ve Geliştirmeye Dönük Görüşleri

Kurum personelinin fuarların istenen etkiye sahip olamamasına ilişkin görüşleri;

- Bütçenin yetersiz olması,
- Genel Müdürlükten yeterli yönlendirmenin yapılmaması,
- Etkinlik sunumunun bir standardının olmaması ve mevzuat temelinin olmaması her birimin farklı içerikte fuar düzenlemesi,
- Hedefler kapsamında mecburiyet olarak görülmesi ve ekip-araç konusunda yeterli imkânın olmaması,
- Üst yönetimin yeterli katılımı sağlamaması,
- Yoğun bir şekilde TYP ve İEP uygulanması,
- Etkinlik tanıtım faaliyetlerinde kurumsal web sitesinin ve sosyal medyanın etkin kullanılamaması,
- Bu iş ekip işi olmasına rağmen iş birkaç kişinin üstünde kalması, etkin bir görev paylaşımı yapılmaması, çalışma ekibinin görevlendirme olmadan çalışması,
- Ünlü konuşmacıların davet edilmesinde karşılaşılan zorluklar,
- Fuar ve fuaye alanlarının bir arada olduğu bir mekan bulunamaması,
- Kurum çalışanları ve yöneticilerin fuarları yeterince sahiplenmemesi,

- Paydaşlar aktif olarak destek vermemesi,
- Fuar çıktılarının analizinin yapılmaması ve kamuoyu ile paylaşılmaması,
- Fuarlara katılan işverenler ile ziyaretçi profilinin uyumsuzluğu,
- Fuarların amacı ve hedeflerinin doğru bir şekilde aktarılamaması,
- Fuar düzenleme ekibine etkinliklere yönelik eğitimin verilmemesi,
- Etkinlik planlamasının doğru bir şekilde ve zamanında yapılmaması,
- Fuarlar için gerekli iznin TOBB'dan alınması zorunluluğunun olması sebebiyle bu kapsamda yapılan etkinlik isimlerinde farklılıkların olmasıdır.

Kurum personelinin fuarların etkinliğinin artırılmasına yönelik görüşleri;

- Bütçeler illerin kapasitesine ve büyüklüğüne göre artan oranda ihtiyaç odaklı belirlenmesi ve artırılmasının sağlanması,
- İllerdeki uygulama farklılıklarının giderilmesi için fuar etkinliği için mevzuat düzenlemesinin yapılması, iletişim strateji belgesinin fuarlara ilişkin bir bölüm içerecek şekilde güncellenmesi ve el kitabı hazırlanması,
- İllere roll-up banner, örümcek vb. gibi tanıtım materyalleri desteği verilmesi
- Genel Müdürlük bünyesinde destek ve yönlendirme için bir birim oluşturulması, bu birim tarafından danışmanlık hizmeti verilmesi ve örnek iyi uygulamaların yaygınlaştırılmasının sağlanması,
- Fuar etkinliklerine genel müdür ya da genel müdür yardımcılarının katılmasının sağlanması,
- Fuarların ilin durumuna göre seçenekli hale getirilmesi ve asgari standartları belirlenmesi,
- Yazılı, görsel basın, internet ve medya araçlarının (sosyal medya dahil) daha etkin kullanılması sağlanması,
- Kurum içerisinde ortak klasör oluşturulması, sorunlar ve uygulamaların paylaşılması,
- Fuar etkinliğine yönelik organizasyon süreci, hedef kitleye ulaşma yöntemleri gibi konularda eğitimlerin verilmesi,
- İl müdürlüklerinde iletişim fakültesi mezunu istihdam edilmesi,
- Fuar çıktılarının rapor haline getirilmesi ve tüm paydaşlar ve işverenlere dağıtılması,

- 50+ işyerlerinin yöneticilerinin davet edildiği basına açık toplantıların düzenlenmesi, üniversite ve okulların ziyaret edilmesi, fuarın amacı, hedefleri, kazanımları ile ilgili bilgilendirmeler yapılarak farkındalık artırma çalışmaların yapılması,
- İnsan kaynakları grubunun kurulması ve sürece dâhil edilmesi,
- İİMEK paydaşlarımızın fuar organizasyonunda aktif rol almasının sağlanması
- Mesaj, mail sistemi, sosyal paylaşım ağı oluşturulması gibi faaliyetlerle işverenlere yönelik toplu iletişim kanallarının geliştirilmesi,
- Ulusal düzeyde tanınan kişiler ile anlaşılarak tüm illere gitmesinin sağlanması (Genel Müdürlükçe turne düzenlenmesi gibi),
- Tüm illerde etkinlik adlarının standart kullanılması (etkinlik, buluşma, fuar, zirve gibi farklılıkların giderilmesi),
- Fuarların ilin yapısına bağlı olarak yerel ya da bölgesel olması, her yıl düzenlenme zorunluluğunun olmaması, asgari standartların belirlenerek çeşitlendirmenin ilin inisiyatifine bırakılması,
- Profesyonel organizasyon firması ile çalışılması,
- Sorunların tartışılması ve iyi uygulamaların paylaşılması amacıyla etkinlik çalıştaylarının yapılması,
- Fuarlarda istihdam, işe yerleştirme gibi sayısal sonuçlara odaklanılmaması, kurumsal görünürlüğümüze ne kadar katkı yaptığına odaklanılması,
- Stant bedeli ya da fuar katılım bedeli gibi adlarla işverenlerden bir ücret alınıp alınmayacağına ilişkin standart belirlenmesi,
- İllerde bir fuar ekibi oluşturulması ve resmi yazı ile tam zamanlı görevlendirilmesi,
- Katılımcı olarak her firmanın değil kurumsal firmaların daha çok katılımının sağlanması,
- Genel Müdürlük üst yönetiminden katılımın sağlanması,
- Üniversitelerin fuarlara olan ilgisinin ve katılımının artırılması için üniversiteler ile protokol imzalanması ve üniversite kariyer merkezleri ile işbirliğinin artırılmasıdır.

İşveren, iş arayan, işveren dışındaki katılımcılar ve Kurum personelinin değerlendirmeleri doğrultusunda fuarların geliştirilmesi ve etkinliğinin artırılmasına yönelik önerilere bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
İŞKUR TARAFINDAN DÜZENLENEN İSTİHDAM FUARLARININ GELİŞTİRİLMESİNE VE ÇEŞİTLENDİRİLMESİNE YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ

Tezin ilk üç bölümünde;

- Dünyada ve Türkiye'de kamu istihdam hizmetlerinin gelişimi ile kamu istihdam kurumlarının tanınırlığının artırılması ve hizmet gelişimi kapsamında düzenlenen etkinlikler kavramsal olarak incelenmiş, özellikle istihdam fuarları ayrıntılı biçimde ele alınmış,
- İstihdam fuarlarının yurtdışı ve Türkiye uygulamaları incelenmiş,
- İstihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkinliğine dönük olarak, nitel ve nicel araştırma tekniklerinin kullanıldığı eylem araştırması yöntemi ile alan araştırması gerçekleştirilerek, araştırma sonucunda elde edilen bulgular gözlem ve görüşme verileri analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Bu bölümde ise, istihdam fuarlarının kavramsal çerçevesi, yurtdışı uygulamaları ile Türkiye'deki uygulamalara ilişkin gözlem ve görüşme verilerinin analizinden elde edilen bulgular ışığında, İŞKUR bünyesine düzenlenen istihdam fuarlarının geliştirilmesine, etkinliğinin artırılmasına ve il müdürlükleri arasında uygulama birliğinin sağlanmasına yönelik bir model önerisi oluşturulmuştur.

Bölüm içerisinde modelin genel çerçevesi "fuar öncesi, fuar esnasında ve fuar sonrası" aşamaları kapsayacak şekilde detaylı olarak ele alındıktan sonra, İŞKUR Genel Müdürlüğü (merkez teşkilatı) için ve istihdam fuarlarının çeşitlendirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

4.1 MODELİN GENEL ÇERÇEVESİ

Seçilmiş yurt dışı uygulamalar, ikinci bölüm altında; "fuarın planlanması (fuar öncesi) , fuar esnası (uygulama süreci) ve fuar sonrası" dönemlerde yürütülen faaliyetler başlıkları altında incelenmiştir. Örnek olabilecek uygulama yöntemleri, araştırma

kapsamında elde edilen bulgular, Türkiye'deki iyi uygulama örnekleri ve eksik ya da yanlış olan uygulamalardan yola çıkılarak İŞKUR tarafından düzenlenen istihdam fuarlarının etkinliğinin artması için temelde 3 aşamadaki planlama ve kurgulamanın titizlikle yapılması gerektiği kanaatine varılmıştır.

Ancak bu aşamalara ilişkin planlamanın da öncesinde, fuarlara ilişkin algısal dağınıklığın giderilmesi ve yeknesaklığın sağlaması adına fuar etkinliği için standart bir isim belirlenmesi gerektiği düşünülmektedir.

4.1.1 Standart Bir İsim Belirleme Gerekliliği

İŞKUR tarafından fuarlar 90'lı yıllarda "İstihdam Fuarı" adı altında düzenlenmiş, son beş yıldan itibaren ise yaygın olarak "istihdam fuarı", "insan kaynakları ve istihdam fuarı" olmak üzere "istihdam ve insan kaynakları etkinliği", "istihdam ve eğitimde buluşma günleri", "insan kaynakları ve istihdam buluşması", "istihdam kariyer ve girişimcilik etkinliği", "insan kaynakları zirvesi" gibi farklı isimler altında düzenlenmektedir. İstihdam, kariyer ve insan kaynakları terimlerinin birbirleriyle ilişkili olması ve anlam bakımından "iş/çalışma" paydasında birleşmesi nedeniyle isimlendirmede bu kavramların herhangi birisinin ya da birkaçının birlikte kullanılması olağan karşılanması gereken bir durumdur. Ancak gittikçe daha fazla bütçeler ayrılan ve neredeyse tüm büyükşehirlerde her yıl yapılır hâle gelen bu etkinliklerin farkındalık oluşturma ile tanınırlık boyutu göz önünde alındığında ve bunların ulusal düzeye taşınmasının İŞKUR tanınırlığı ve marka değerine katkısı düşünüldüğünde, tüm il müdürlüklerince düzenlenecek benzer kapsamdaki bu etkinliklerin isminin de standart olmasının önemli katkılar sunacağı tartışmasızdır.

İsimlendirmenin göze ve kulağa hitap etmesi, toplumun geneline aşina kavramlar barındırması, kavram olarak kısa ve akılda kalıcı ancak anlam olarak geniş olması, İŞKUR'un ana amacını ortaya koyabilmesi vb. kriterler bu anlamda önemlidir. Nitekim incelenen yurtdışı örneklerinde isimlendirmelerin kısa, ortak, etkili, akılda kalıcı ve amacı ifade eder nitelikte olduğu görülmüştür. Yurtdışı örneklerinde "kariyer, insan kaynakları" gibi kavramlar yerine "iş, istihdam" gibi kavramların kullanıldığı görülmüştür. Ülkemiz mevcut ve geçmiş uygulamalarında da "istihdam" kavramı çok yaygın bir şekilde kullanılagelmiştir. Ön plana çıkan bu kavramın (istihdam), bilinirliği, yazıldığında göze söylendiğinde kulağa hitap etmesi, tek kelimeden oluşmasına rağmen

geniş anlam ihtiva etmesi ve İŞKUR kuruluş amacını en geniş şekilde içermesi nedeniyle kullanımının isabetli olacağı düşünülmektedir.

Etkinliklerin kapsam olarak bir fuar havasında geçtiği de dikkate alındığında, zaten yaygın olarak kullanılan "istihdam fuarı" isimlendirmesinin kullanılmasının amaca hizmet edeceği değerlendirilmektedir. Bu kavramın başına yapıldığı il ismi gelecek şekilde uzun kullanımı (Ankara İstihdam Fuarı, Manisa İstihdam Fuarı, Samsun İstihdam Fuarı…) ve kısaltmaları (ANİF, MANİF, SAMİF…) yerel ve ulusal çapta İŞKUR tanınırlığını artıracağı gibi "istihdam" konusundaki farkındalığı ve algıyı da yükseltecektir.

Ayrıca "istihdam fuarı" kavramı kullanıldığında, TOBB Yönetim Kurulu'nun 03 Kasım 2014 tarihli ve 94 sayılı Kararına istinaden, 01.01.2015 tarihinde yürürlüğe giren "Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar" kapsamında uyulması gereken süreçlerin aşılabilmesi için TOBB ile İŞKUR Genel Müdürlüğü arasında bir protokol yapılmasının ya da konuyla ilgili usul ve esasların buna göre revizyonunun yapılmasının il müdürlüklerini bürokratik bazı işlemlerden kurtarmak adına faydalı olacağı düşünülmektedir.

4.1.2 Fuar Öncesi Planlama ve Hazırlık Dönemi

4.1.2.1 Fuarın Amacı ve Hedeflerinin Belirlenmesi

Fuar etkinliğinin amacının ve ulaşılmak istenen hedeflerin il müdürlüğünce net bir şekilde belirtilmesi, etkili bir süreç başlatılması açısından önemlidir.

Fuarların çekirdek amacı; iş arayanlar, işverenler ve ilgili kurum/kuruluşları bir araya getirerek, taraflar arasında istihdam ve insan kaynakları imkânlarını ilerletmek, kurumsal ortaklıklar oluşturmak, yerel ekonomi ve istihdam ortamını hareketlendirmek ve güçlendirmek olmalıdır. Bu amaç duruma göre daha özelleştirilebilir ya da genişletilebilir ancak temelde bu çekirdek amacın gözden kaçırılmaması önemlidir.

Amacın yanı sıra alt hedeflerin belirlenmesi de sürecin sonraki adımlarının somutlaşması açısından gereklidir. Genel olarak aşağıdaki hedef listesi göz önüne alınabilir. Daha spesifik ya da daha geniş amaçlar belirlendiğinde hedef listesi de daralabilir ya da genişleyebilir:

- İş arayan ve işverenlerin ortak bir platformda buluşturulması,
- Yerel firmaların işe alım ihtiyaçlarının karşılanması/desteklenmesi,
- İş arayanlara/öğrencilere, iş/staj arama süreçlerinde destek olunması, iş dünyası ile buluşması ve başvuru ve mülakat deneyimi kazanmaları hususunda yardımcı olunması,
- İş arayanlara ve öğrencilere kariyer ve girişimcilik olanaklarına ilişkin bilgi verilmesi ile kariyer yolculuğunda farkındalık oluşturulması,
- Firmalara diğer firmalarla ve bölge halkı ile tanışma, fikir ve bilgi alışverişinde bulunma ve şirket uygulamalarını kıyaslama fırsatları sunulması,
- Yerel işgücü piyasalarının dinamik hale getirilmesi, bilgi paylaşımı ile şeffaflığın sağlanması,
- İŞKUR'un tanınırlığının artırılması,
- Hizmet çeşitliliği oluşturulması,
- İşe yerleştirmede etkinliğin sağlanması,
- İşsizliğin azaltılması,
- Firmalara diğer firmalarla ve bölge halkı ile tanışma, fikir ve bilgi alışverişinde bulunma ve şirket uygulamalarını kıyaslama fırsatları sunulması,
- Sosyal taraflar, yerel yönetimler, üniversiteler, ilgili diğer kurum ve kuruluşlar ile sanayici ve işletmeci işbirliğinde, mesleki eğitim, istihdam, girişimcilik ve insan kaynakları konusunda taraflar arasında kalıcı ve kurumsal bir iletişim mekanizmasının kurulması hedeflenmektedir.

4.1.2.2 Fuarın Hedef Kitlesinin Belirlenmesi

Fuar ile ulaşılmak istenen hedef kitle belirlenmelidir. En geniş haliyle hedef kitle; işverenler, iş arayanlar, daha iyi şartlarda iş arayanlar, üniversite ve mesleki/teknik ortaöğretim öğrencileri, lise ve dengi okul öğrencileri, diğer kamu kurum ve kuruluşları ile meslek örgütleridir. Fuarın kapsamına göre hedef kitle daha geniş ya da daha dar belirlenebilir ancak fuarın ana hedef kitlesi olan işverenler ve iş arayanlar mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır.

4.1.2.3 Paydaşların Bilgilendirilmesi ve İİMEK'te Karar Alınması

Fuarın amacı, hedefleri ve ulaşılmak istenen hedef kitle belirlendikten sonra, il müdürlüğünce paydaşlar bilgilendirilmelidir. Ayrıca hem görüş ve önerileri alınmalı

hem de etkinliğe katılımları sağlanmalıdır. Fuarın önemini vurgulayıcı, fuarın amacını, hedeflerini, ulaşılmak istenen hedef kitle ile tahmini yer ve zamanın belirtildiği bir bilgilendirme notu/mektubu/resmi yazısı hazırlanmalı, paydaş kurumlara gönderilmeli ayrıca karar alınması için İİMEK'e sunulmalıdır. İİMEK toplantısında belirli bir tarih aralığında ilde istihdam fuarı düzenlenmesine yönelik karar alınmalıdır. Toplantıda fuarın yapılacağı döneme dair "…. yılının bahar/güz döneminde ya da … ayında istihdam fuarının yapılması" şeklinde karar alınmalıdır. Tahmini fuar tarihinden en az 6 ay öncesinde İİMEK toplantısında karar alınmış olmalıdır. Toplantıda fuarın temasının da belirlenerek karar altına alınması önem arz etmektedir.

Fuar tarihi belirlendikten sonra sisteme giriş yapılmalı ve Genel Müdürlükte ilgili Daire Başkanlığı bilgilendirilmelidir. Bu bilgilendirme, yerel düzeydeki fuarlara İŞKUR ve diğer kurumların üst düzey katılımının sağlanması ve duruma göre ulusal düzeyde tanıtımının yapılması açısından önemlidir.

4.1.2.4 Kurumsal Yapının Oluşturulması ve İşbirliği Protokolünün Onaylanması

Uygulamada fuarın yürütülmesi sürecinde destek sağlanması ve fuara ilişkin farkındalık sağlanması amacıyla "Onur Kurulu", "Yürütme Kurulu", "Düzenleme Kurulu", "Organizasyon Kurulu", " Fuar Destek Kurulu" gibi oluşumların olduğu görülmektedir. Sürecin pratik bir şekilde ilerlemesinin sağlanması amacıyla karar mekanizması olarak "Fuar Yönlendirme Komitesi" ve sahada yürütülecek faaliyetler için de "Düzenleme Ekibi"nin oluşturulmasının yeterli ve faydalı olacağı düşünülmektedir.

Oluşturulacak ekip/komisyon/komite/kurul sayısının fazlalığının, hızlı hareket edilmesi ve karar alınması gereken bir süreci sekteye uğratacağı düşünülmektedir.

4.1.2.4.1 Fuar Yönlendirme Komitesinin Oluşturulması

Fuar düzenlenmesine ilişkin İİMEK kararı alınması ile birlikte eş zamanlı olarak, İİMEK tarafından İŞKUR İl Müdürü zorunlu üye olmak üzere İİMEK üyesi kurum/kuruluşlardan oluşan bir "Fuar Yönlendirme Komitesi" oluşturulmalı ve komitede yer alacak kurumların yöneticilerinden oluşan isimler belirtilerek karar alınmalıdır. Komiteye fuar süresince yürüten faaliyetlerin takibini yapma, karar alma

noktalarında devreye girme ve sorunları çözmeye ilişkin tam yetki verilmelidir. Yönlendirme Komitesi fuar çerçevesinde alınacak tüm kararlarda ve gerçekleştirilecek tüm faaliyetlerde yetkili ve sorumlu merci olmalıdır.

4.1.2.4.2 İşbirliği Protokolünün Onaylanması

Yönlendirme Komitesince fuarın amacı ve kapsamı, protokole katılan taraflar, tarafların görev ve sorumlulukları ve protokolün süresinin belirtildiği bir protokol hazırlanmalı ve kurul üyelerinin imzasına sunulmalıdır. Protokol onaylandıktan sonra kamuoyu ile paylaşılmalıdır. Protokolde yer alan kurumların görevleri genel olarak şunlar olabilir:

Büyükşehir belediyeleri ya da belediyeler: Varsa fuar alanının ücretsiz tahsisi, ziyaretçilerin şehrin belirli noktalarından fuar alanına ulaşımının sağlanması, afiş, ilan panosu, billboard, megaboard gibi reklam araçlarının il ve ilçe merkezlerinde ücretsiz asılmasının sağlanması, fuar alanının elektrik, su gibi teknik altyapısının sağlanması ve belediye bünyesinde düzenlenen kurs ve yürütülen projelere katılan kursiyer veya katılımcıların fuara yönlendirilmesi konularında yardımcı olmak.

Üniversiteler: Fuar kapsamında düzenlenecek etkinliklerin (panel, seminer, söyleşi, konferans) hazırlanmasında konuşmacı ve/veya panelistlerin katılımının sağlanması, üniversite öğrenci ve yeni mezunlarının fuara yönlendirilmesini sağlanması konularında yardımcı olmak.

Sanayi ve/veya Ticaret Odaları: İşverenlerin katılımının ve finansal/lojistik destek sağlanması konusunda yardımcı olmak.

Diğer kurum/kuruluşlar: Katılımcı ve ziyaretçilerin yönlendirilmesi, finansal ve/veya lojistik bakımından kendi kurum/kuruluşu ile alakalı her türlü konuda yardımcı olmak.

4.1.2.4.3 Fuar Düzenleme Ekibinin Oluşturulması

Yönlendirme Komitesi tarafından işbirliği protokolü kapsamında "fuar düzenleme ekibi" oluşturulmalıdır. Düzenleme ekibi protokol kapsamında fuara katılacak kurum/kuruluşların personelinden oluşturulmalı ve bu kurul sahada

yürütülecek tüm işlerden sorumlu olmalıdır. Düzenleme ekibi düzenli aralıklarla toplanmalı fuar detayları hususunda fikir alışverişinde bulunmalıdır.

Fuar düzenleme ekibi üyelerinin her biri kendi görev alanları ile ilgili katkı sağlamalıdır. Ayrıca, aşağıda belirtildiği gibi her faaliyetin bir sorumlusu belirlenmeli ve süreç sorumlu ekip üyesi tarafından yürütülmelidir.

- Etkinlik koordinatörü, lojistik ve personel sorumlusu, işveren ve sponsor sorumlusu, tasarımcı, eğitim, panel ve seminer sorumlusu, pazarlama ve promosyon sorumlusu, sekreter ve destek personel bulunmalıdır.
- Etkinlik koordinatörü, fuarın planlanması ve uygulanması süreçlerinin tüm aşamalarından sorumlu olmalıdır.
- Lojistik ve personel sorumlusu, fuarın lokasyonu, mekanı, ekipman, malzeme ve hizmetlerin alımından sorumlu olmalıdır.
- İşveren ve sponsor sorumlusu, firmaların bilgilendirilmesi, davet edilmesi, fuar detaylarını içeren işveren kiti hazırlanması, fuar süresince her türlü ihtiyaçlarının karşılanmasının sağlanmasından sorumlu olmalıdır.
- Tasarımcı, fuar için logo ile temaların oluşturulması, tanıtım materyalleri ve tabelaların tasarlanması ve üretilmesinden sorumlu olmalıdır.
- Eğitim, panel ve seminer sorumlusu, fuar esnasında düzenlenecek seminer, panel, sertifikalı eğitimlerin içeriği ile bunları gerçekleştirecek ünlü ve alanında yetkin simaların fuara daveti ile gerekirse hizmet bedellerinin belirlenerek fuar bütçesinden ödemeleri gerçekleştirmekle sorumlu olmalıdır.
- Pazarlama ve promosyon sorumlusu, fuarın tanıtımı, halkla ilişkiler ayağının yürütülmesi, sponsor bulunması gibi faaliyetlerin yürütümünden sorumlu olmalıdır.
- Sekreter ve destek personel, genel büro ve sekretarya işlerinin gerçekleştirilmesi ile fuar üyelerine her konuda destek verilmesinden sorumlu olmalıdır.

Düzenleme ekibi tarafından ayrıntılı bir yapılacaklar ve kontrol listesi hazırlanmalıdır. Yapılacaklar listesi fuar öncesi, fuar esnasında ve fuar sonrası dönemde yapılacaklar olmak üzere her dönemi kapsayacak şekilde hazırlanmalıdır.

4.1.2.4.4 Koordinasyon ve Sekreterya

İŞKUR il müdürlüğü destek veren tüm kurumlar arasında ve iş ve işlemlerin yürütülmesinde fuar süresince koordinatör olarak koordinasyonu sağlamalıdır.

4.1.2.5 Fuar Yeri ve Zamanının Belirlenmesi

Fuarın yapılması kararı alındıktan sonra il müdürlüğünce fuar yeri ve tarihi kesinleştirilmelidir.

Fuar lokasyonu (yeri) ve alanı (salon) belirlenmesi birinci derecede önemlidir. Çünkü herkes tarafından bilinen ve çevresi ile geniş bağlantılı yerler hedef kitlenin katılımı için ikna edici olabilmektedir.

Fuar yeri belirlenirken şehir merkezinde ya da şehir merkezine yakın, herkesin rahatça ulaşabileceği, toplu taşımaya yakın, mümkünse bilinen bir bölgeden seçilmesine özen gösterilmelidir. İŞKUR'un ya da paydaş kuruluşların tesisleri ve toplu taşımanın yaygın olduğu ve yeterli park alanın mevcut olduğu yerler öncelikli olarak tercih edilmelidir.

Salon belirlenirken mutlaka yerinde incelenmelidir. Tahmini stant sayısına yetecek büyüklükte ve etkinliklerin gerçekleştirilebileceği odaları, açılışın gerçekleştirilebileceği büyük bir salonu olmalıdır. Fiyat pazarlığı sırasında elektrik, telefon, görsel-işitsel donanım, internet gibi yan hizmetlerin fiyata dâhil olup olmadığı belirlenmelidir.

Fuar tarihi okul tatilleri, resmi tatiller, dini bayramlar, üniversitelerin sınav dönemleri, bahar festivalleri, İŞKUR'un diğer etkinlikleri, fuar döneminde yeterli personel bulunması, ildeki diğer etkinlikler göz önünde bulundurularak belirlenmelidir. İlin işgücü piyasası durumuna göre bahar dönemi ya da güz dönemi uygun bir seçim olacaktır. Ancak ay olarak araştırma sonuçlarında da görüleceği üzere güz dönemi olursa ekim ayı, bahar dönemi olursa mayıs ayının tercih edilmesi önerilmektedir.

Fuar süresi 2 ya da 3 gün olmalıdır. Ancak katılımcıların devamlılığı ve ilginin sürdürülebilmesi açısından 2 gün olması önem arz etmektedir. Fuar süresince fuarın her yarım günü için ayrı en az bir etkinlik planlanmalıdır. Yalnızca iş arayanlar ve

öğrenciler değil hâlihazırda çalışan ancak işini değiştirmek isteyen, etkinliklere katılmak amacıyla gelen kişilerin de katılımını sağlamak amacıyla fuarın bir günü hafta sonunu kapsamalıdır. Araştırma bulgularında da en çok 2 ve 3 gün ile cuma ve cumartesi günlerinin olması yönünde görüşler yer almaktadır.

4.1.2.6 Bütçenin Oluşturulması ve Muhasebe İşlemleri

Fuar süresince yürütülecek faaliyetler ve etkinlikler için ortalama maliyetler kalem kalem belirtilmek üzere bir form hazırlanarak harcamalar için tahmini bir bütçe hazırlanmalıdır. Bütçe hazırlandıktan sonra, il müdürlüğü bütçesinin tahmini maliyetin ne kadarını finanse edebileceği, paydaşların sunabileceği finansal katkı miktarı, stant ücretleri, sponsor firmaların katkısı göz önünde bulundurularak yeterli olup olmadığı değerlendirilmelidir. Yeterli değil ise kaliteyi düşürmeden –örneğin daha çok sponsor firma bularak reklam maliyetlerini düşürme, yemek maliyetlerini karşılatma gibi- maliyetler azaltılmaya çalışılmalıdır. Yine de bütçenin yeterli olmaması halinde genel müdürlükten ilave ödenek tahsisi talebinde bulunulmalıdır.

Fuar için sponsor bulmak bütçeyi artırmada etkili olacaktır. Sponsor logolarının tanıtım materyallerinde, fuar alanında, eşantiyon ürünlerde kullanılması önerilmektedir.

Fuarın bütçe ve insan kaynakları planları içerisinde yer alabilmesi için, fuar tarihine bir önceki yılın son İİMEK toplantısında yani ekim ayında karar verilmiş olmalıdır.

İl müdürlüğüne tahsis edilen bütçenin dışında paydaşların, sponsorların finansal ve lojistik destekleri, stant ücretleri ve yapılan harcamaların takibi için il müdürlüğü adına hesap açılmalı, yalnızca il müdürünün tasarrufu dahilinde tüm hareketler buradan takip edilmeli veya stant kiralama bedeli, yemek bedeli, reklam bedeli, açılış ve kokteyl bedeli gibi yüksek tutardaki giderler hesap açılmaksızın sponsor veya finansal destek sağlayan kurum/kuruluşlar tarafından direk olarak ödenmesi için planlama yapılmalıdır. Böylelikle fuar düzenleme ekibi veya il müdürünün harcamalar için hesap açılmasına gerek kalmaksızın harcamaların direk olarak yapılması sağlanabilir.

Fuar alanındaki görevliler ile ziyaretçilerin sağlık sorunları ile karşılaşmaları halinde sorunların giderilmesi ve fuar alanının güvenliğinin sağlanması için ambulans, itfaiye aracı, sağlık ve güvenlik ekibi sağlanabilir. Özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir

gibi iller ile Adana, Mersin, Şanlıurfa, Hatay, Diyarbakır gibi coğrafi açıdan kritik noktalarda bulunan illerde etkinlik tarihi il emniyet müdürlüğüne resmi kanallardan bildirilerek fuar tarihinde kolluk kuvvetlerinin de ayrıca önlem alması sağlanabilir.

Ayrıca; istihdam fuarları banka hesaplarında standardizasyonun sağlanmasına yönelik, şahıs veya firmalardan katılım payı, bağış, stant ücreti, proje desteği gibi bedellerin alınıp alınmayacağı, alınan bedellerin hizmet karşılığında mı yoksa bağış olarak mı alınacağı, bu tutarların hangi banka hesabında takip edileceği, mal ve hizmet alımlarının yapılış şekli, bütçe ve muhasebeleştirme işlemlerinin nasıl yapılacağı huşularında ilişkin ilgili daire başkanlıklarının koordinasyonunda bir düzenleme yapılması ve il müdürlüklerine tahsis edilen ödeneklerin, her yıl önceki yıl fuar gerçekleşmeleri dikkate alınarak gerçek ihtiyacına göre yeniden belirlenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Bu duruma Kurum İç Denetim Başkanlığı tarafından hazırlanan 28.12.2015 tarihli 2015/11 sayılı "Kurum Merkez ve Taşra Banka Hesaplarının İncelenmesi" konulu İnceleme Raporu'nda da dikkat çekilmiştir.

4.1.2.7 Fuar Düzenleme Yöntemi

Düzenleme kuruluna destek olmak amacıyla, organizasyon, yemek, güvenlik firmaları gibi hizmet sağlayıcılardan hizmet satın alınması, profesyonel bir fuar organizasyonu için önem arz etmektedir. Kapsamı ilden ile değişmekle birlikte, stant kurulması, sökülmesi, elektrik, internet bağlantılarının yapılması, reklam- tanıtım materyallerinin hazırlanarak üretilmesi ve gerçekleştirilmesi, yiyecek-içecek ikramı, aranjman, fotoğraf çekimi, kitapçık basımı gibi işlerin yapılması için farklı firmalar ile hizmet sözleşmesi yapılabilir. Organizasyon firmalarının çok geliştiği illerde tek bir etkinlik organizasyon firması ile sözleşme yapılabileceği gibi, her hizmet için ayrı firmalardan da destek alınabilir.

Organizasyon ekibi stantların büyüklüğü ve sayısı, elektrik ve internet için priz ve kablo ihtiyaçları, masa, sandalye, stant, stant alınlığı, bilgilendirme stantları gibi mobilya ihtiyaçları, zemin planın nasıl olacağı, bilgilendirme panoları ve yönlendirme tabelaları, kayıt masası gibi ayrıntıları kararlaştırmalıdır. Ekip tarafından, salona dâhil olan ve olmayan unsurlar belirlenerek organizasyon firması ya da hizmet sağlayıcı firmalardan hangi hizmetlerin talep edileceği ayrıntılı şekilde belirlenmelidir. Ekip ayrıca, sözleşmenin hazırlanması ve imzalanmasından da sorumlu olmalıdır.

Burada önemli olan husus hizmet sağlayıcı firmaların kaliteli olması ve sözleşmede belirtilen hususların düzgün bir şekilde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğinin düzenleme kurulunca kontrolünün sağlanmasıdır.

4.1.2.8 Gündemin Belirlenmesi

Fuar gündemi için temel bir konsept geliştirilmiştir Fuar kapsamında hedef kitleleri bir araya getirmenin yanı sıra aşağıdakiler de yapılmalıdır.

4.1.2.8.1 Açılış

Fuar yönlendirme komitesi üyelerinin ve ilde faaliyet gösteren diğer kurum/kuruluş temsilcilerinin, siyasetçiler ve bürokratların katıldığı bir açılış oturumu yapılmalıdır. Açılış oturumunda fuarın önemi, amacı ve hedefleri kapsamında açılış konuşmaları gerçekleştirilmelidir.

4.1.2.8.2 Fuar Etkinlikleri ve Ekstraları

Fuar süresince çalışma seminer, konferans, paneller, kariyer günü, girişimcilik semineri, firma sunumları, sertifikalı eğitimler gibi çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmelidir. Etkinlikler çalışma hayatına ilişkin iş ve kariyer konularında ya da kişisel gelişim konularına ilişkin olabilir.

İş arama sürecine destek olacak şekilde iş arama teknikleri sunumu, özgeçmiş hazırlama, mülakat yöntemleri, kıyafet seçimi gibi farklı konulu en az iki seminer muhakkak olmalıdır.

İlde önde gelen sektörlerdeki önemli kişileri kendi sektöründeki iş ve kariyer olanaklarından bahsedebileceği bir kariyer günü oturumu yapılabilir.

İlin önemli sanayici ve iş adamalarından girişimcilik hakkında bilgi ve tecrübelerini aktaracağı girişimcilik semineri oturumu gerçekleştirilebilir.

Katılımcıların etkinliklere dâhil edilmesi motivasyonu ve fuarı sahiplenmesi açısından önemlidir. Bu nedenle etkinlikler kapsamında katılımcılar arasından isteyenler katkı sunabilmelidir. Katılımcıların bilgilendirilmesi ve daveti aşamasında seminer, sunum, sertifikalı/sertifikasız eğitim gibi katkı sunmak isteyeceği etkinlikler için katılım

formunda bilgi alınmalı, düzenleme kurulunda görüşülmeli ve gündeme alınmalıdır. Konuşmacı olarak ünlü kişilerin davet edilmesi fuara katılımı artıracaktır.

Fuar süresince yapılması gerekli etkinliklere ek olarak fuar ekstraları kapsamında, imza günü, fasıl dinletisi, halk oyunları gösterisi, çekilişler, yarışmalar, konser gibi hedef kitlenin fuara yönelimini artıracak ekstra faaliyetler planlanması önerilir. Özgeçmiş masası oluşturulması, talep edenlerin özgeçmişlerinin oluşturularak anında çıktısının verilmesi, profesyonel fotoğraf çekimi yapılarak ücretsiz verilmesi fuarın zenginleştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda, mülakat simülasyonları da yapılabilir. Gündemde yer alan her faaliyetin detaylı olarak planlanması ve onaylanması gereklidir.

4.1.2.9 İşverenlerin ve Ziyaretçilerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi

Fuarın amacına ulaşması ve başarılı olabilmesi büyük ölçüde işgücü arz ve talep dengesinin sağlamasına bağlıdır. İşverenlerin ve iş arayanların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak iş arayan ve işveren profilinin fuara katılımın sağlanması önemlidir. Fuarın konseptini ve kurulması planlanan yaklaşık stant sayısı belirlendikten sonra düzenleme kurulu katılacak firmaları belirlemelidir. Firmalar ile irtibata geçilip alınan katılım formlarından firmaların ne tür iş ve staj olanakları olduğuna dair elde edilen bilgilere doğru beceri ve deneyime sahip kişilerin fuara yönlendirilmesi sağlanmalıdır. Deneyimli işgücüne ihtiyacı olan katılımcı portföyünün olduğu fuarda yalnızca öğrencilerin davet edilmesi beklentiyi karşılamayacaktır.

4.1.2.9.1 İşverenlerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi

Fuar sonrası dönemlerde rehberlik etmek için düzenleme ekibinde bir işveren sorumlusu belirlenmesi önemlidir. Düzenleme kurulunca davet edilecek aday firma listesini belirledikten sonra işveren sorumlusunca planlama ve davet faaliyetleri yürütülmelidir. İşverenlerin çeşitli sektörlerde, büyüklüklerde, kurumsal ve yerel işgücü piyasasında olumsuz üne sahip olmayan firmalardan seçilmesine özen gösterilmelidir. Bu kapsamda faaliyetlere en az 3 ay önce başlanmalı ve işverenlerin fuara ilgi duymasını sağlayacak stratejiler geliştirmelidir.

a) Bilgilendirme ve Davet İşlemleri

İşverenlere fuarın önemini, amacını ve hedeflerini, yerini, süresini ve tarih bilgilerini, konusunu (tema), fuarın hedef kitlesini logolarıyla birlikte düzenleyen ve destekleyen kurum ve kuruluşları, işverenlerin katılması halinde elde edeceği kazanımları vurgulayan, lojistik destek, taslak gündem, stant alanları, stant görevlileri için maksimum görevli sayısı, varsa stant ücretleri, katılım formunun nereye gönderileceğine ve son ulaştırma tarihin ilişkin bilgilendirme irtibat için iletişim bilgilerinin yer aldığı davet mektubu ve ekinde yer alan katılım formunun da yer aldığı bir bilgilendirme dosyası hazırlanmalıdır. Katılım formunda, firma profili, hâlihazırda işgücü ihtiyaçları için mi yoksa gelecekte ortaya çıkacak işgücü ihtiyaçları için mi katılacaklarına, stant görevlisi firma temsilcisi olarak kimlerin katılacağına ve fuar katılımını kabul etmekle birlikte uyulması gereken hususlara ilişkin bilgilerin doldurulması talep edilmektedir. Katılımcı adayları arasından mevcut işgücü ihtiyacı olanların geri bildirimlerinin öncelikli olarak değerlendirilmesi önerilir.

Daha önceki fuarlara katılan ve fuar esnasında veya sonraki süreçte aldığı başvurulardan istihdam eden, kurumsal olan, yerel işgücü piyasasında kötü namı olmayan, fuar süresince fuar kapsamında sorumluluklarını yerine getiren işverenlerin fuara katılımı sağlanmalıdır. Daha önce fuara hiç katılmayan işverenlerin katılımına da imkân tanınmalıdır.

Hangi İŞKUR personelinin hangi işvereni ziyaret edeceği ve katılımına teşvik edeceği planlanmalı ve bilgilendirme dosyası o işverenlere elden götürülmelidir. İşverenler ile İŞKUR'un hâlihazırda işbirliği düzeyine göre elektronik posta veya faks ve telefon ile bilgilendirme yapılabilir. Firmalardan belirli bir tarih belirtilerek (tarih fuar tarihinden en az bir ay önce olmalı) katılıp katılmayacakları yönünde geri bildirimde bulunmaları gerektiği belirtilmelidir.

İl müdürleri ya da il müdür yardımcılarının diğer personeller ile birlikte ziyaretlere iştirak etmeleri kurumsal açıdan fuarlara verilen önemin bir göstergesi olarak işverenlerin katılımında ikna edici olacaktır.

b) *Alındı Bildirimi*

Geri bildirimde bulunan işverenlerin katılma / katılmama durumunu bildirir geri bildirimlerinin ilgili birime ulaştığına dair standart bir cevap metni hazırlayıp gönderilmesi işverenlerden gelecek gereksiz elektronik posta ve telefon trafiğini önleyecektir.

c) *Konfirmasyon, İşveren Veri Tabanı Oluşturma ve Ayrıntılı Bilgilendirme*

Geri bildirimde bulunan her işverenin katılacak/katılmayacak şeklinde bilgileri elektronik ortamda kayıt altına alınmalı ve fuara ilişkin sonraki bilgilendirmeler ve daha sonra düzenlenmesi planlanan fuarlarda kullanılmak üzere işveren veri tabanı oluşturulmalıdır.

Fuar tarihinden 15 gün önce katılım formu gönderen işverenlere, katılım formu gönderdikleri ve fuara ilgi gösterdikleri için teşekkür, firma için stant ayrıldığını belirten net bir ifade ve lojistik destek ile güncel gündem gibi fuar detaylarını belirten bir elektronik posta gönderilmelidir. Katılımcı firmalara stant hazırlığı, masa ve dekorasyon için öneriler verme, fuar süresince kendilerine sunulacak lojistik destek dağıtılacak malzemeler, kendilerine düşen sorumluluklar gibi konularda ilişkin sürekli bilgilendirmeler yapılmalıdır. İşverenlerin sorularının yanıtlanması ve sorunlarının giderilmesi noktasında sürekli destek verilmelidir. Böylece katılımcıları haberdar etmek onların fuara odaklanmalarını, kendileriyle ilgilenildiğini düşünmelerini ve etkinliğe ilişkin algılarının olumlu yönde pekiştirilmesini sağlayacaktır.

Ayrıca; fuar planlama ve hazırlık döneminde işverenlerin görüşlerinin alınması ve sürece dâhil olmalarının sağlanması işbirliğini geliştirecektir. Yerel düzeyde İŞKUR öncülüğünde insan kaynakları grubunun kurulmasının da fuara yönelik farkındalığın artmasına, üyesi olan işverenlerin ilgisi, katılımı ve desteğinin de artmasına olanak sağlayacaktır.

d) *Etkinlik Öncesi İşverenin Bilgilendirilmesi*

İşverenler için fuar öncesi hazırlık ve bilgilendirme etkinlikleri yapmak işverenlerin memnuniyetini artıracak iyi bir uygulama olacaktır. İşverenlerin istihdam fuarlarında beklenen etkiyi oluşturabilmelerine destek olmak için, istihdam fuarına

hazırlık, masa ve stantların düzeninin kurulması, fuar süresince Kurum tarafından sunulan lojistik desteklerin kapsamı gibi konularda fuar öncesinde işveren oryantasyon oturumu gerçekleştirilebilir. Etkinlik fiziki bir alanda buluşma şeklinde planlanamıyor ise elektronik posta ile bir bilgilendirme notunun gönderilmesi faydalı olacaktır.

4.1.2.9.2 Ziyaretçilerin Davet Edilmesi ve Katılımlarının Yönetimi

Katılımcı firmaların ihtiyaçlarına yönelik çeşitli statülerde ve nitelik düzeylerinde iş arayanların fuarı ziyaret etmesi sağlanmalıdır. Fuarın tanıtımı faaliyetleri kapsamında yürütülen çalışmalar dışında hedef kitleye ulaşmak için çeşitli uygulamalara yer verilmesi ziyaretçilerin fuara yönelimini artıracaktır.

Kuruma kayıtlı işsizler elektronik posta veya kısa mesaj gönderilerek fuara davet edilmelidir. Kurumu ziyaret eden iş arayanlar da fuar ile ilgili bilgilendirilmenin ardından fuara davet edilmelidir. İşverenlerden alınan açık işlere göre sistemden seçme yapılarak görüşme yeri olarak fuar alanı belirlenebilir.

İşsizlik ödeneğinden faydalananlar ile sosyal yardım yararlanıcıların özellikle davet edilmesi önemlidir.

İl sınırları içerisindeki yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşlarına fuar ile ilgili bilgilendirme yazısı ve ekinde afiş, broşür gibi tanıtım materyalleri gönderilmeli ve fuarın duyurulması talep edilmelidir.

Bölgedeki bütün üniversiteler ile mesleki ve teknik eğitim liselerine ziyaretler gerçekleştirilmeli, resmi yazı ile tanıtım broşürleri gönderilmeli ve fuarın duyurulması sağlanmalıdır. Okulların katılımının yönetilmesi ve uygun bir şekilde dağıtılması için ziyaret edilmesi önerilir. Okul gruplarının fuar süresine yayılacak şekilde farklı zaman dilimlerinde fuarı ziyaret etmesine yönelik planlama yapılmalıdır.

Fuar web sitesinden ziyaretçilerin online kayıt yapabilmesine olanak sağlanmalıdır.

Üniversite, AVM, hastane gibi belirli alanlarda İŞKUR stantları kurularak fuara ilişkin farkındalık oluşturma çalışmalarının kapsamı genişletilebilir.

İş arayanların fuarla ilgili farkındalıklarını ve fuardan daha çok verim almalarını sağlamaya yönelik özgeçmişlerinde rötuşlar yapma, fuarda yapılan mülakatlar ve ağ oluşturma tekniklerine ilişkin bilgilendirme, iş bulma şansını artırmak için işveren takibinin nasıl yapılacağı ve etkin bir fuar stratejisi planlanması için iş arayanlara yönelik oryantasyon etkinliği düzenlenebilir.

Fuarı ziyaret eden ziyaretçi sayısının ve profilinin net bir şekilde ortaya konulabilmesi için, bir danışma masası kurularak destek firma ile yapılan sözleşme kapsamında ya da kurum personellerinden oluşan bir ekip tarafından fuara gelen herkesin kaydı alınmalı ya da fuar alanının girişine ve çıkışına konulan turnikeler ile sayı tespit edilmelidir.

4.1.2.10 Katılımcı ve Ziyaretçi Kiti

Katılımcı ve ziyaretçi kitleri hedef kitlenin fuar süresince ihtiyaç duyabileceği yönlendirici bilgileri ve değerlendirme formlarını içeren bir dosyadır.

Katılımcı kitinde; fuarın tanımı ve kısaca amacı, etkinlik detayları, fuar alanının krokisi, fuar değerlendirme formu, fuar süresince yapılan görüşmeler, alınan başvurular ve işe yerleştirmelere ilişkin istatistiklerin girilebileceği bir form ve fuar sonrasında bir yıllık süre içerisinde fuar esnasında başvuru yapanlardan işe alınanların il müdürlüğüne bildirilmesine yönelik bilgilendirme yazısı olmalıdır. Maliyeti düşürmek adına elektronik posta ile fuar tarihinden önce de oluşturulan veri tabanı üzerinden elektronik posta ile katılımcılara gönderilebilir.

Ziyaretçi kitinde; fuarın tanımı ve kısaca amacı, katılımcı firmaların ismi, profilleri ve açık işleri, stant yerleşim planı, fuar gündemi ve fuar süresince sunulan lojistik destek, ziyaretçilerin fuardan maksimum fayda sağlayabilmesi amacıyla hazırlanan fuar ipuçları –istihdam fuarından fayda sağlamak için 20 ipucu gibi- ve fuar değerlendirme formu olmalıdır.

4.1.2.11 Fuar Etkinliklerinde Konuşmacıların Katılımının Yönetimi

Fuarın içeriği sadece iş arayan-işveren görüşmelerinin yapıldığı bir platform olmayıp yerel/ulusal düzeyde tanınmış işadamları, kişisel gelişim uzmanları, yazarlar davet edilerek, davet edilenlerin deneyimlerini, bilgi birikimlerini öğrencilere/işsiz

vatandaşlara aktararak kariyer yolculuğunda bir farkındalık oluşturulması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, çeşitli konularda alanında uzman kişiler davet edilmelidir. Ziyaretçilerin ilgisini çekmek açısından davet edilecek kişilerin niteliği ve ünlü olması önemlidir. Ünlü konuşmacıların daveti için fuar tarihi belirlenir belirlenmez harekete geçilmeli ve konuşmacılar davet edilmelidir.

4.1.2.12 Fuar Alanı (Salon) ve Stantlar İle İlgili Ayarlamaların Yapılması

Fuar alanında yönlendirme tabelalarının olması fuara katılan herkesin rahatlıkla ulaşmak istediği noktaya erişiminde kolaylaştırıcı olacaktır. Stantların işverenlerin birer görseli istenerek dekore edilmesi, masa ve sandalye gibi tüm mobilyaların, stant alınlıklarının standart olması fuarın profesyonel bir görünüme ulaşması için önemlidir.

Salonun ısıtma-soğutma, aydınlatma, elektrik, internet, ses-görüntü ayarlamaları gibi teknik donanım açısından yeterli olması sağlanmalıdır.

Salonun önemli noktalarına büyük ekranlar yerleştirilerek, açık iş ilanları, etkinlik duyuruları gibi bütün anonsların ekranlardan takip edilmesi sağlanabilir.

4.1.2.13 Fuarın Duyurulması/Tanıtılması

Hedef kitlenin fuara katılımı noktasında ikna etmek ve etkinliğe yüksek katılım sağlamak için iyi bir pazarlama ve tanıtım gereklidir. İş arayanlara ve işverenlere etkinliğe neden katılmaları gerektiği, kazanımlarının ne olacağı net bir şekilde aktarılmalıdır. Fuarları iyi bir şekilde tanıtmak ve duyurmak etkinliğin başarıya ulaşmasını sağlayacak en önemli unsurlardır.

Bu kapsamda tanıtım ve duyuru araçlarının çeşitlendirilmesi farklı bölgelerdeki farklı hedef kitlelere bir şekilde ulaşılmasını sağlayacaktır. Yalnızca şehir merkezinde değil ilçe ve köylerde de fuarın tanıtımının yapılması önemlidir.

Yazılı, görsel basın ve medya araçları ile internet ve sosyal medya etkin kullanılmalı, el ilanları, broşürler, posterler, afişler hazırlanarak şehrin birçok noktasına asılmalı ve dağıtılmalı, fuar ile ilgili kararın alınmasından itibaren basın duyuruları hazırlanarak etkinliğin gündemde olması sağlanmalıdır. Etkinlik web sayfası

hazırlanması ve fuar organizasyonuna ilişkin detaylarının buradan paylaşılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Fuar etkinliği için tasarlanan ve kullanılan malzemelerin benzer formatta olması kolaylıkla fark edilebilir bir görsel kimlik oluşturulmasına olanak sağlayacaktır. Tanıtım ve duyuru faaliyetlerinde kullanılacak araçların hepsinde aynı formatın kullanılması akıllarda kalıcılığı artıracaktır. Duyuru ve tanıtım faaliyetleri etkinlik tarihine bir ya da iki hafta kala yoğunlaştırılmalıdır.

4.1.2.14 Fuarda İŞKUR'un Görünürlüğü

Fuar etkinliğinin önemli amaçlarından birisi de İŞKUR'un tanınırlığının artırılmasıdır. Bu amaçla İŞKUR kurumsal kimliği tanıtım ve duyuru araçlarında, süslemelerde yani her alanda ön planda olmalı, aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir.

a) İŞKUR Standı

Ziyaretçileri karşılamak, kayıtlarını almak ya da güncellemek, danışmanlık yapmak, fuar ve Kurum hizmetleri hakkında bilgi vermek, firmalara yönlendirmek amacıyla, kurumsal kimliğe uygun tanıtım materyalleri (örümcek, roll-up, kırlangıç, poster, afiş vb.) ile donatılmış belirgin ve iyi tasarlanmış bir İŞKUR standı kurulmalıdır.

Stantlarda görselliği zenginleştirmek için, boydan boya standın arka tarafı ve/veya masa ve var ise bankolara giydirme yapılabilir. Ayrıca, LED ekranlar kullanılabilir. LED ekranlarda sürekli olarak İŞKUR kamu spotlarının ve tanıtım videolarının yayımlanması kurumsal imaj açısından oldukça etkili olacaktır. İŞKUR portalına endeksli ve vatandaşın T.C. kimlik numarasını girerek doğrudan özgeçmişini çıktı ortamında alabileceği kiosklar kurulabilir.

b) İŞKUR Hizmetleri

İŞKUR hizmetlerini tanıcı materyaller kullanılmalı ve açılışta İŞKUR hizmetlerini tanıtan bir sunum gerçekleştirilmelidir.

c) Firma Stantlarında İŞKUR

Stantlarda İŞKUR logolu kırlangıç gibi bir tanıtım materyali yer almalıdır. Ayrıca firma temsilcileri ile birlikte stantlarda mümkün ise bir iş ve meslek danışmanı görevlendirilebilir.

d) İŞKUR Personeli

Fuar süresince İŞKUR personellerinden oluşturulan bir ekip oluşturularak, stantların düzeni, masa ve sandalyelerin yeterli olup olmadığı, firma temsilcilerinin yerlerinde olup olmadığı katılan firmaların eksiklikleri, alanın temizliğinin yapılıp yapılmadığının kontrolü, güvenliği, ses, aydınlatma, internet bağlantıları, yiyecek-içecek ikramına ilişkin faaliyetlerin kontrolü, yaka kartlarının dağıtımı gibi konularda kontroller yapılmalı ve eksikliklerin tespit edilerek giderilmesi sağlanmalıdır.

İŞKUR personeli ziyaretçi ve katılımcıların sorularının cevaplanması ve sorunlarının giderilmesi noktasında azami gayret göstermelidir. Bu tavır İŞKUR'a yönelik imajı olumlu yönde etkileyecek, hedef kitlenin memnuniyetini artıracaktır.

e) Yaka Kartlarında İŞKUR

Firma temsilcileri ve İŞKUR personeli için yaka kartları hazırlanmalı yaka kartlarında İŞKUR logosu görünür olmalıdır. Firma temsilcileri ve İŞKUR personeli için yaka kartlarında ayrı renklerin kullanılması önerilmektedir.

f) İŞKUR Logolu Promosyonlar

Promosyonlar etkili bir tanıtım ve pazarlama aracı olduğundan fuar süresince İŞKUR logolu, kalem, bloknot, anahtarlık, şapka gibi promosyon ürünlerinin dağıtılması oldukça önemlidir. Böylece, fuarı ziyaret edenler nezdinde İŞKUR farkındalığının oluşması sağlanabilecektir.

Fuar etkinliğinde en önemli aşama planlama ve hazırlık dönemidir. İyi bir planlama ve hazırlık dönemi başarılı bir fuar organizasyonunu da beraberinde getirecektir.

4.1.3 Fuar Esnasında

Fuar esnasında dikkat edilecek hususlar şunlardır:

- Fuar açılışından hemen önce kontrol listesinden gerekli kontroller yapılarak eksiklikler giderilmelidir.
- Teknik altyapı ve donanımın doğru çalıştığından ve basın mensuplarının fuar alanında olduğundan emin olunmalıdır.
- Katılımcılar, ziyaretçiler ve diğer katılımcı ve davetliler karşılanmalı, gerekli yönlendirme ve lojistik destek sağlanmalıdır.
- Fuar süresince her faaliyetin planlandığı zamanda ve biçimde gerçekleşmesi sağlanmalıdır.
- Katılımcı ve ziyaretçi kiti içinde dağıtılan değerlendirme formların toplanması sağlanmalıdır.

4.1.4 Fuar Sonrası

Fuar etkinliği sona erdikten sonra gerçekleştirilmesi gereken bazı faaliyetler aşağıda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

4.1.4.1 Ekip Üyeleri İle Toplantı

Etkinlikten hemen sonra etkinlik organizasyonuna dâhil olan düzenleme kurulu üyeleri ve il müdürlüğü personelinin katılımı ile düzenlenecek bir toplantıda, fuarın olumlu ve olumsuz yönleri ile değerlendirilmesi ve kayıt altına alınması gelecekte düzenlenecek etkinliklerde referans olabilecektir.

4.1.4.2 Geri Bildirim ve Raporlama

Etkinliğin değerlendirilmesi fuarın başarısını analiz etme ve gelecekte düzenlenecek fuarların geliştirilmesi ve daha başarılı fuarların düzenlenmesi açısından çok önemlidir. Bu kapsamda değerlendirme formlarının analizi sistemlerin ve süreçlerin sürekli ve olarak iyileştirilmesine yardımcı olacaktır. Bu nedenle fuara katılan katılımcı ve ziyaretçilerin fuara ilişkin memnuniyet ve tatmin düzeyini ölçmek için kullanılması önem arz etmektedir.

Değerlendirme formlarında bulunan verilerin analizleri ile ankete katılanların görüş ve önerilerinin, örnek teşkil edecek başarı hikâyelerinin ve iyi uygulamaların, sürece dâhil olan katılımcı ve ziyaretçilerin profilinin özetlendiği sonuçların ana hatlarıyla ele alındığı bir nihai rapor hazırlanmalıdır. Fuar süresince yürütülen faaliyetler ve form değerlendirmelerinin dergi formatında basılması ve yayımlanması bir sonraki etkinliğe kadar etkinliğin akıllarda kalıcı olmasını sağlayabilir. Rapor ve/veya derginin bütün katılımcılar ile paylaşılması geri bildirimlerinin önemsendiği algısı oluşturacaktır. Fuarın değerlendirilmesine yönelik hazırlanan rapor ya da derginin bir kopyası Genel Müdürlüğe gönderilmelidir.

4.1.4.3 İstatistiki Bilgilerin Alınması ve Kurum Sistemine Girişi

İşverenlerden fuar süresince görüşülen, başvuru yapan ya da işe alınan /staja kabul edilen iş arayanların sayısına ilişkin veriler fuar esnasında ya da en geç fuarın bitiminden bir hafta sonra alınmalıdır.

Etkinliğe ilişkin istatistiki bilgilerin toplanması üzerine katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı, başvuru ve görüşme sayısı, işe yerleştirme ya da staj kabul sayısı, fuar kapsamında düzenlenen etkinlik ve ekstra sayısı, etkinliklere katılan kişi sayısı, fuar tarihi, yeri, bütçesi gibi veriler sisteme girilmelidir. Fuara ilişkin verilerin sisteme doğru bir şekilde aktarılmasının sağlanmasına yönelik Genel Müdürlük tarafından kontroller gerçekleştirilmelidir.

4.1.4.4 Teşekkür Mektuplarının Gönderilmesi

Fuar sürecine dâhil olan katılımcı ve etkinlik davetlilerine katılım ve katkılarından dolayı teşekkür mektupları gönderilmesi kurumsal bir duruş sergilemek açısından önemlidir.

4.1.4.5 Fuar Çıktılarının Kamuoyu İle Paylaşılması

Fuar boyunca yapılan tüm faaliyetlerin görselleri fuar web sitesinden paylaşılmalıdır. Ayrıca yönlendirme komitesi tarafından bir basın bülteni hazırlanmalı ve kamuoyu ile paylaşılmalıdır.

İŞKUR'un isim ve logosunun yer aldığı fuar etkinlikleri İŞKUR'un imajını etkilemektedir. Bu sebeple her etkinliğin profesyonelce yürütülmesi ve İŞKUR'a olumlu katkıda bulunması önemlidir.

4.2 GENEL MÜDÜRLÜĞE (MERKEZ TEŞKİLATI) ÖNERİLER

Fuarların, bu bölüm altında ortaya konmaya çalışılan model çerçevesinde, etkinleştirilerek daha nitelikli hale gelmesi için, sadece uygulayıcı durumdaki il müdürlüklerinin değil merkez teşkilatının da alması gereken tedbirler olduğu düşünülmektedir. Bu kısım altında, merkez teşkilatının fuarların daha etkin uygulanması için alabileceği tedbirlere dönük öneriler ortaya konulmaktadır.

Öneri 1. İl müdürlüklerinde fuar etkinliğinden sorumlu personele, fuar etkinliğine yönelik eğitimler verilmesinin, çalıştaylar yapılarak sorunların tartışılması ve iyi uygulamaların paylaşılmasının sağlanması önerilmektedir.

Öneri 2. Genel Müdürlükte fuar için ödenek tahsis işlemleri, fuar düzenleme ile ilgili illere danışmanlık, fuarlara merkezden katılımın sağlanması, fuar tarihlerinin ve sonuç raporlarının sisteme girilmesinin takibi, raporların incelenmesi, fuarda kullanılacak her türlü materyalin kurumsal kimliğe uygunluğunu sağlanması, fuarların zamanında ve etkin bir şekilde yapılmasına ilişkin danışmanlık gibi konularda rehberlik sağlayacak **"Genel Müdürlük Koordinasyon Ekibi"** oluşturulmalıdır.

Öneri 3. Kurum içinde ortak klasör oluşturulmalı, fuar ile ilgili sorunlar ve uygulamaların paylaşılması sağlanmalıdır.

Öneri 4. Fuarlara ilişkin asgari standartların ve uygulama usul ve esaslarının belirlendiği genel bir mevzuat düzenlemesinin yapılması ve yönlendirici rehber kitap hazırlanması önem arz etmektedir.

Öneri 5. Büyükşehirler dışındaki illerde de yerel veya bölgesel düzeyde fuar etkinliği düzenlemesinin yaygınlaştırılması için destek verilmelidir.

Öneri 6. Fuar bilgileri giriş ekranlarının daha kapsamlı bilgilerin sistemden çekilmesine olanak sağlayacak şekilde güncellenmesi ve veri tabanından raporlamanın düzgün yapılabilmesi için fuar takvimine göre il müdürlüklerinin veri girişlerinin takibi yapılmalıdır.

Öneri 7. İl müdürlüklerine tahsis edilen bütçenin artırılmasının fuar konseptinin çeşitlendirilmesine katkısı olacağı düşünülmektedir.

Öneri 8. Fuar etkinliğinin muhasebe işlemlerinin nasıl yapılacağına dair bilgilendirme notu hazırlanmalı ve bilgilendirme yapılmalıdır.

Öneri 9. Fuar açılışında Genel Müdürlük üst yönetimden bir yöneticinin katılması yerel düzeyde yapılan bir etkinliğin Genel Müdürlük düzeyinde de sahiplenildiği algısını oluşturacaktır. Genel Müdürlükte görev yapan diğer personelin katılımı da katılımcılar nezdinde olumlu bir izlenim oluşturacaktır.

Öneri 10. Fuarların kamuoyunda farkındalığını artırmak için, tanıtım ve bilgilendirmeye yönelik animasyon film, sesli video, kamu spotları hazırlanmalıdır.

4.3 İSTİHDAM FUARLARININ ÇEŞİTLENDİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

Fuarların istenen etkinlik düzeyine erişmesi ve iller arası belirli bir standarda kavuşması sonrasında, farkındalığın pekiştirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması, fuarların içerik ve konsept olarak sürekli geliştirilmesine ve çeşitlendirilmesine bağlıdır. Bu anlamda da alınabilecek tedbirlere dönük bazı tavsiyeler aşağıda yer almaktadır:

Öneri 1. Üniversite kariyer merkezlerince yalnızca üniversite öğrenci ve mezunlarına yönelik düzenlenen kariyer günleri/fuarlarına İŞKUR'un katılım sağlaması ve Kurum hizmetlerini tanıtırken istihdam fuarlarının tanıtımı da yapılarak nitelikli işgücünün fuarlara katılımı sağlanmalıdır. Ayrıca, üniversite kariyer merkezleri ile il müdürlükleri arasında ağ oluşturması, hedef kitlelere ulaşılması ve katılımının sağlanması gibi konularda destek sağlanmasına yönelik bir işbirliği protokolü yapılmalıdır. İŞKUR kariyer fuarlarına kariyer merkezlerinin temas kuramadığı işverenlerin davet edilmesini sağlayabilir, kariyer merkezleri üniversite öğrenci ve mezunlarının istihdam fuarlarına yönlendirilmesini sağlayabilir. İstihdam fuarları ve kariyer fuarları arasında bağ kurulmasının etkinliğin artırılmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Öneri 2. İstihdam fuarlarının sektörel, hedef kitle, işveren ya da holding ve meslek bazında gerçekleştirilmesinin fuarlara ilişkin algının pekiştirilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Bütün il müdürlükleri tarafından yılın belirli dönemlerinde gerçekleştirilecek bu mini fuarlar hemen işgücüne ihtiyacı olan işverenler "istihdam buluşması" adı verilmelidir. Bu buluşmalarda özel istihdam bürolarının katılımı ve işbirliği sağlanabilir.

- Sektörel bazda düzenlenen fuarlar: "Belirli bir sektörde faaliyet gösteren az sayıda firma ile ilgili sektörde çalışmak isteyen iş arayanların belirli bir zamanda ve mekânda bir araya getirildiği" bir etkinlik olarak tanımlanabilir. Örneğin; turizm sezonunun açıldığı dönemde "turizm sektöründe istihdam buluşması" adıyla küçük bir seminer ya da toplantı salonunda basının davet edildiği bir etkinlik olabilir.
- Hedef kitle bazlı düzenlenen fuarlar: Tüm iş arayanlara yönelik değil, belirli bir gruba yönelik ve ilgili hedef kitleden istihdam etmek isteyen işverenlerin katılımı ile düzenlenen etkinlik olarak tanımlanabilir. Engelli, kadın, göçmen, 45 yaş üstü gibi işgücü piyasasında dezavantajlı konumunda bulunan kitlelere yönelik düzenlenmesinin verimlilik düzeyini artıracağı düşünülmektedir. Örneğin, "engellilere yönelik istihdam buluşması"
- Meslek bazında düzenlenen fuarlar: Belirli bir meslek sahibi iş arayanlar ile o meslekte işgücü ihtiyacı olan işverenlerin bir araya geldiği bir etkinlik şeklinde tanımlanabilir. Örneğin, "mühendislere yönelik istihdam buluşması"
- İşyeri ya da holding bazında düzenlenen fuarlar: Bir işyeri ya da bir holding bünyesinde faaliyet gösteren birden fazla işyerinin farklı pozisyonlarda işgücü ihtiyacını karşılamaya yönelik düzenlenebilir. Örneğin, "X holding istihdam buluşması"

Öneri 3. İşsizlik ve istihdam sorunları ile ilgili olarak kamuoyunda gerekli duyarlılığı sağlamak, işsizliği azaltıcı, istihdamı artırıcı yeni ve etkin politikalar saptamak, ilgili kesim ve kuruluşların sorunun çözümüne daha fazla katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla ulusal düzeyde İstihdam Haftası (20-26 Mayıs) etkinlikleri gerçekleştirilmelidir. Hafta süresince özellikle Ankara, İstanbul, İzmir gibi büyükşehirlerde toplantı, seminer, sergi, panel gibi etkinlikler yapılmalıdır. İstihdam fuarlarının İstihdam Haftası içinde düzenlenmesi ulusal düzeyde

yüksek bir farkındalık oluşturacaktır. Fuarların bu hafta ya da en azından mayıs ayı içerisinde düzenlenmesi için gayret gösterilmelidir.

Öneri 4. İstihdam Haftası içinde yılda bir defa olmak üzere İstanbul ilinde ulusal düzeyde "Ulusal İstihdam Fuarı" gibi fuar düzenlenmesi ve ulusal düzeyde iş arayan ve işverenlerin buluştuğu, bunun yanı sıra, konser, konferans, ünlü konuşmacıların seminerleri, istihdam ve işsizlik konularında panel, zirve, oturumların düzenlendiği, yarışma, çekiliş gibi çok çeşitli faaliyetlere yer verilen etkinlikler düzenlenebilir.

Öneri 5. Özel istihdam büroları ile işbirliği halinde fuarlar düzenlenebilir.

Öneri 6. Gelişen teknoloji ile birlikte sanal fuarların yaygınlaşması sağlanmalıdır. Sanal fuarlar ilk aşamada, nitelikli işgücünün ve kurumsal işverenlerin buluşturulmasına yönelik kurgulanmalı, zamanla kapsamı genişletilmelidir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

"İstihdam Fuarlarının İŞKUR'un Tanınırlığı ve Hizmet Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi ve İŞKUR İçin Öneriler" isimli bu tezde; kamu istihdam hizmetlerinin dünyada ve Türkiye'de gelişimi, kamu istihdam kurumlarının değişen sosyo-ekonomik koşullar ve işgücü piyasalarına paralel olarak gelişen görevlerine kısaca değinilmiştir. Kamu istihdam kurumlarının ve İŞKUR'un tanınırlığının artırılması ve hizmet gelişimi kapsamında düzenlenen etkinlik türlerine yer verilmiş, bunlardan en yaygın uygulama alanı bulan ve geniş kapsamlı olan istihdam fuarları üzerinde durulmuştur. Gelişmiş ülkelerde ve uluslararası arenada fuarlar, iş ve işçi bulmaya aracılık ve kamu istihdam kurumlarının tanıtımı açısından önemli bir araç olarak değerlendirildiğinden; uygulama örnekleri kapsamında EURES, Almanya, Hollanda ve Fransa'da düzenlenen istihdam fuarlarına ilişkin uygulamalar ve düzenlemeler ayrıntılı incelenmiştir. Ayrıca; 2011'dan itibaren yaygın bir şekilde düzenlenen istihdam fuarlarının gerçekten amacına ulaşıp ulaşmadığı, İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin olup olmadığı sorularından hareketle yürütülen alan araştırmasında, öncelikle yukarıdaki sorulara cevap verilmesi, sonrasında ise sunulan öneriler ile istihdam fuarlarının geliştirilmesi ve etkinliğinin artırılmasına katkıda bulunulması amaçlanmıştır.

Kamu istihdam kurumları, 20. yüzyıl başlarında işsizliğin toplumsal ve ekonomik etkilerine ilişkin duyarlılıkların sonucu olarak işgücü piyasalarında bilgi akışının sağlanması ve iş ve işçi bulmaya aracılık faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi misyonundan hareketle kurulmuştur. 90'lı yıllardan itibaren değişen işgücü piyasalarına uyum sağlayabilmek amacıyla hizmet yelpazesini genişleten kamu istihdam kurumları, tanınırlığını artırmaya ve hizmet gelişimine katkı sağlamaya yönelik çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimler kapsamında iş arayan ve/veya işverenleri belirli bir mekânda ve zamanda buluşturmaya yönelik kurgulanan etkinlikler yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Bu kapsamda düzenlenen etkinlikler, iş arayanlara yönelik iş kulüpleri ve grup çalışmaları, işverenlere yönelik işveren grup toplantıları, işveren çalıştayları, işverenler günü etkinlikleri, insan kaynakları grupları/kulüpleri ve insan kaynakları zirveleri/buluşmaları ile her iki hedef kitleye yönelik iş/istihdam fuarları ve kariyer günleri şeklinde sıralanabilmektedir. Zamanla çeşitlilik ve nitelik bakımından kapsamı genişleyen etkinlikler, günümüzde temel

hizmetlerin aktifleştirilmesi, kurumların nihai amacı olan işsizliğin önlenmesi ile istihdamın korunması ve geliştirilmesi faaliyetlerine yardımcı olmaları noktasında önemli roller üstlenmeye devam etmektedir.

Ülkemizde de İŞKUR değişim ve yeniliklere uyum sağlayarak, hizmet kalitesi ve çeşitliliği ile işsizlikle mücadelede etkin rol oynayan, işgücü piyasasında öncü ve saygın bir kurum olmak vizyonu ile işsizliği azaltmak ve işgücü piyasasında var olan istihdam olanaklarını geliştirerek artırmak amacıyla, temel hizmetlerini geniş kitlelere tanıtmayı ve Kurum'a yönelimi artırmayı hedefleyen benzer girişimlerde bulunmuştur. Bu girişimler kapsamındaki etkinlikler, kurumsal tanınırlığın artırılmasına ve hizmet gelişimine katkıda bulunmaktadır. Söz konusu etkinlikler iş arayanlara yönelik grup görüşmeleri, sınıf görüşmeleri, meslek tanıtım günleri, girişimcilik seminerleri ve iş kulüpleri, işverenlere yönelik işveren grup toplantıları, işveren çalıştayları, insan kaynakları grupları ve insan kaynakları zirveleri ile her iki hedef kitleye yönelik kariyer günleri ve istihdam fuarları şeklinde sıralanabilmektedir.

Kamu istihdam kurumlarının işgücü piyasasında tanınırlığına katkı sunan ve hizmet gelişimi açısından oldukça önemli bir yere sahip olan "istihdam fuarları" hedef kitlenin bütününe yönelik uygulanan en kapsamlı etkinlik olması nedeniyle etkinlikler arasında önemli bir yere sahiptir. Türkiye'de de "istihdam fuarları" İŞKUR öncülüğünde yerel istihdam dinamiklerini harekete geçiren, işgücü piyasası ile doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olan her kesimden kişi/kurumları bir araya getiren en kapsamlı etkinlik olarak göze çarpmaktadır.

1990'lı yıllardan itibaren düzenlenmekte olan istihdam fuarları, etkinliklerin yaygın görülen bir türü olarak, iş arayanlar ve işverenler arasındaki bağlantıyı sağlayan temel unsurlardan olup, iki tarafın da arama stratejilerini çeşitlendirmektedir. Fuarlar işverenlerle iş arayanları belirli bir zamanda ve mekânda bir araya getiren, bu kesimlerin birbirleriyle doğrudan temas kurmalarına olanak sağlayan bir etkinliktir. Fuarların amacı; iş arayanlar ile işverenleri buluşturmak suretiyle, iş arayanların iş imkânlarına, işgücü ihtiyacı olan işverenlerin ihtiyaç duydukları işgücüne kolaylıkla ulaşmasını sağlamaktır. Aracılık faaliyetinin yanı sıra fuarlar, fuara katılan işverenler ve diğer kurum/kuruluşların kurumsal tanıtımlarını yapmalarına ve katılımcılar arasında ağ oluşturarak uzun dönemli işbirliğine katkı sağlamaktadır. Yine fuarlar ile fuarı ziyaret eden iş arayanlar nezdinde çalışma hayatı konularına ilişkin farkındalık oluşması

sağlanmakta, iş arayanların bireysel ve kariyer gelişimlerine katkı sunulması amaçlanmaktadır. Kamu istihdam kurumları açısından ise fuarların amacı, kurumların aracılık hizmetlerini daha etkin bir şekilde yürütmelerini, işgücü piyasasında bilgi akışını sağlayarak simetrik bilginin oluşmasına katkıda bulunmalarını, hizmetlerini tanıtmalarını ve kurumsal tanınırlıklarını artırmalarını sağlamaktır.

Fuarlar genellikle metropol alanlarda, yılda bir kez, bir yada birkaç gün süreli düzenlenmekte, salon olarak fuaye alanlarının olduğu kongre ve merkezleri ve fuar yeri açısından ulaşımın rahat olduğu merkezi bölgeler tercih edilmekte, etkinliği cazip hale getirmek için fuar kapsamında çalışma hayatı ve kişisel gelişim konularında seminer, panel, konferans gibi etkinlikler ile çekiliş, konser gibi ekstralara yer verilmektedir.

Fuarların uygulanma süreci ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Fuarlar, kamu istihdam kurumlarının yapılanma biçimlerine göre, bölgesel ya da yerel düzeyde düzenlenebilmektedir. Fuarlar ziyaretçi hedef kitle açısından değerlendirildiğinde, tüm iş arayanların katıldığı herkesi kapsayan bir fuar düzenlenebileceği gibi, engelli, uzun süreli işsiz, kadın, genç, göçmen gibi belirli gruplara yönelik spesifik fuarlar da düzenlenebilmektedir. Katılımcı hedef kitle açısından değerlendirildiğinde, fuarlar sektör ayrımı olmaksızın karma bir grup işverenin katılımı ile düzenlenebileceği gibi sınıflandırılmış işveren gruplarının katılımı ile sektör bazlı da düzenlenebilmektedir.

Fuarların iş arayanlar, işverenler, kamu istihdam kurumları ve diğer kurum/kuruluşlar açısından önemli avantajları bulunmaktadır. Bu tür etkinliklerde, iş arayanlar ve firma çalışanları arasında etkileşim ve bilgi paylaşımı sağlanmakta, taraflar arasında ilk izlenimler oluşmaktadır.

Fuarların organizasyon şekline göre yüz yüze ya da sanal fuarlar olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Yüz yüze fuarlar işverenlerin ve iş arayanların fiilen fuara katılımıyla gerçekleştirilen fuarlardır. 2000'li yılların başında yeni bir fenomen olarak ortaya çıkan sanal fuarlar ise geleneksel fuarlardan farklı olarak iş arayanların ve işverenlerin sanal ortamda görüşmelerine izin vermekte, her iki tarafa da zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır.

Fuarların amaç ve kapsamlarına göre altı türü bulunmaktadır. Genel Kabul Görmüş Fuarlar/Halk Fuarları; katılımcı ve ziyaretçi yelpazesinin oldukça geniş olduğu

ve “istihdam fuarı” denildiğinde çoğu kişinin aklına ilk gelen ve en yaygın olarak düzenlenen tipik fuar türüdür. Fuarların; bilişim ya da mühendislik gibi belirli bir sektöre yönelik düzenlenen İhtisas Fuarları; profesyonel mesleklerde mesleki deneyime sahip adayların yarıştığı Mesleki Fuarlar, piyasa koşullarına ya da belirli bir sektörde işgücü açığının doğmasına bağlı olarak daha dar bir kapsamda düzenlenen Tek Konulu Fuarlar, çeşitli pozisyonlarda çok sayıda iş olanaklarına sahip birçok departman ve birimden oluşan büyük işverenlerin, departman ve insan kaynakları yöneticileri ile katılarak farklı pozisyonlardaki işgücü ihtiyacını anlık olarak karşılamak üzere düzenlenen Tek İşveren Fuarları /Şirket Özel Fuarları ile henüz iş deneyimi olmayan yeni mezunlar ya da işgücü piyasasına yeni giriş yapmış iş arayanlara yönelik düzenlenen Giriş/Başlangıç Seviyesi Fuarları gibi çeşitleri de bulunmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde ve uluslararası arenada fuarlar, iş ve işçi bulmaya aracılık ve kamu istihdam kurumlarının tanıtımı açısından önemli bir araç olarak değerlendirildiğinden; EURES, Almanya, Hollanda ve Fransa örneklerinde düzenlenen istihdam fuarlarına ilişkin uygulamalar ve düzenlemeler ayrıntılı incelenmiştir. Bu kapsamda EURES tarafından düzenlenen European Job Days istihdam fuarı konsepti genel olarak, Almanya kamu istihdam kurumu tarafından düzenlenen Jobaktiv ve Jobaktiv Light istihdam fuarı konsepti, Hollanda kamu istihdam kurumu tarafından düzenlenen Werkdriedaagse ve Speeddaten istihdam fuarı konsepti ve Fransa kamu istihdam kurumu tarafından düzenlenen Forum istihdam fuarı konsepti detaylı olarak incelenmiştir. Almanya ve Hollanda örneklerinde daha bireysel, Fransa örneğinde ise daha işbirlikçi bir yapının hâkim olduğu göze çarpmaktadır. Almanya, Fransa ve Hollanda fuarlarına ilişkin, fuar öncesi- planlama ve hazırlık dönemi, fuar esnasında ve fuar sonrası yürütülen faaliyetler olmak üzere detaylı bir süreç planlamasının yapıldığı tespit edilmiştir. Fuar hazırlıklarına yaklaşık 6 ay önce başlandığı, organizasyonun her aşamasında yapılması gerekenler ve sorumlu kişilerin net bir şekilde belirlendiği ve kontrolünün sağlandığı, fuarları daha cazip kılmak adına fuar kapsamında çeşitli etkinlik ve ekstralara yer verildiği, bütçenin yeterli olduğu gözlemlenmiştir.

Türkiye uygulamasında ise İŞKUR tarafından düzenlenen fuarlar, fuarların tarihsel gelişimi, amaçları, avantajları ve önemi başlıkları altında incelenmiştir. 1990’lı yıllarda fuarlar işverenleri ve üniversite öğrencilerini bir araya getiren bir etkinlik olarak ortaya çıkmış, zamanla her kesimden iş arayanları ve işletmeleri buluşturan bir etkinlik

olarak kurumsallaşmıştır. Fuarlar 2011'den itibaren yoğun bir şekilde ve daha geniş bir içerikle uygulama alanı bulduğundan ülkemizde istihdam fuarlarının tarihsel gelişimi 2011 öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönem halinde ele alınmıştır.

Ülkemizde düzenlenen fuarların ana amacı ile iş hedef kitle nezdindeki amaçları uluslararası yazın ile paralellik göstermektedir. Temel olarak iş arayanlar, işverenler ve ilgili kurum/kuruluşları bir araya getirerek, yerel ekonomi ve istihdam ortamını hareketlendirmek ve güçlendirmek amacına yönelik kurgulanan fuarlar, çalışma hayatının tüm aktörlerini bir araya getiren tek ve en önemli etkinlik olarak İŞKUR'un ulusal ve yerel düzeyde işgücü piyasasını yönlendiren önemli ve etkin bir aktör konumunda faaliyetlerini sürdürmesine önemli katkı sunmaktadır.

Tez kapsamında ulusal ve uluslararası literatürde yapılan araştırmalar neticesinde istihdam fuarları ya da istihdam fuarlarının etkinliğinin değerlendirilmesine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. İŞKUR il müdürlükleri tarafından her yıl düzenlenen istihdam fuarlarının zaman ve maliyet açısından ağırlığı büyük olmakla birlikte, hedeflenen amaca ulaşılıp ulaşılmadığı tahminlerden ve söylemlerden öteye geçememektedir.

İstihdam fuarları İŞKUR'un tanınırlığı ve hizmet gelişimi açısından etkin midir?" sorusuna yanıt bulmak amacıyla nitel ve nicel araştırma tekniklerinin bir arada kullanıldığı eylem araştırması yöntemi ile alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Eylem araştırması bir kurumda çalışan yönetici, uzman, planlamacı gibi bizzat uygulamanın içinde olan bir uygulayıcının doğrudan kendisinin ya da bir araştırmacı ile birlikte gerçekleştirildiği ve uygulama sürecine ilişkin sorunların ortaya çıkarılması ya da hâlihazırda ortaya çıkmış bir sorunu anlama ve çözmeye yönelik sistematik veri toplamayı ve analiz etmeyi içeren ve kurumda yapılan işlerin niteliğinin yükseltilmesine katkı sunan bir araştırma yaklaşımı olduğundan araştırmacı tarafından tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamında 2015 yılı içerisinde istihdam fuarı düzenlenen 22 ilden Adana, Ankara, Aydın, Bursa, Kahramanmaraş, Kocaeli, Malatya Manisa, Mersin ve Trabzon illerinde düzenlenen 10 istihdam fuarına katılım sağlanmıştır. İki aşamalı yürütülen bu çalışmada gözlem tekniği ile fuarlar incelenmiş, yüz yüze görüşme tekniği ile fuarın hedef kitlesi olan katılımcılar ve ziyaretçiler ile sahada etkinliğin uygulayıcısı olan Kurum personellerinin değerlendirmeleri alınmıştır. Veri toplama yöntemi olarak

gözlem ve yüz yüze görüşme tekniklerinin birlikte kullanılması, gözlem ile elde edilen bulguların görüşmeler yoluyla elde edilen bulgular ile desteklenmesine olanak sağlamıştır. Araştırmanın uygulaması ve uygulamaya dair bulgular gözlem ve görüşme verilerinin analizi ve değerlendirilmesi şeklinde ortaya konulmuştur.

Fuarların etkinliğine yönelik yapılan gözlemde, iller arasında uygulama birliğinin olmadığı tespit edilmiştir. Fuar etkinliğinin temel fonksiyonu olan iş arayan ve işverenleri aynı mekânda ve aynı zamanda buluşturmanın dışında uygulama yöntemlerinin her ilde farklılık gösterdiği görülmüştür. Etkinlik için kullanılan isim ve fuar kültürünün oluşup oluşmaması, düzenlenen dönemler, fuar süreleri ve günleri, organizasyon yöntemi, stant düzeni ve yerleşimi, fuar süresince yapılan etkinlikler, tanıtım araçları gibi hususların ilden ile farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir.

Görüşmelerde işverenlere, iş arayanlara ve işveren dışındaki katılımcılara yöneltilen sorular "fuarın işgücü piyasası ihtiyaçlarını karşılama düzeyi", " fuarın verimlilik düzeyi" ve "fuara ilişkin genel memnuniyet düzeyi"ni ölçmeye yönelik olarak her grup için ayrı ayrı olacak şekilde gruplandırılmış, her grup ve her il için ortalama puanlar elde edilmiş ve bu puanlardan yola çıkarak genel ortalama puanlara ulaşılmıştır.

İşverenler, iş arayanlar ve işveren dışındaki katılımcılar arasındaki grup içi farklılaşmanın fuara katılma amaçları ve fuardan beklentilerinin farklı olmasından kaynaklandığı, iller bazında farklılaşmanın ise illerde uygulama birliğinin olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Etkinliğin planlanması ve uygulanması sürecinde il müdürlüklerinin başvurabilecekleri yol gösterici bir mevzuat düzenlemesi olmaması, etkinlik düzenleyen ekibin herhangi bir eğitim almamış olması farklı uygulamaların gerekçesini oluşturmaktadır.

Fuar katılımcısı işverenler açısından, ziyaretçilerin ilgisi, bilgi, beceri düzeyi ve nitelikleri bakımından ihtiyaç ve beklentiyi karşılama düzeyinin yeterli olmadığı, ziyaretçiler açısından da işverenlerin ilgi ve profillerinin ihtiyaç ve beklentiyi karşılama düzeyinin yeterli olmadığı sonucu, arz ve talep uyuşmazlığının olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca; nitelikli işgücünün katılımının nispeten düşük olduğu, işverenlerin de fuara çoğunlukla mavi yaka işgücü temini için katıldığı bulgusu, fuarların mavi yaka

işgücü teminine yönelik düzenlendiği algısının oluşmasının gerekçesini açıklamaya katkı sunmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen nitel ve nicel verilerin incelenerek karma bir yapı içerisinde araştırma sorusu ekseninde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Fuarın beklenti ve ihtiyaçları karşılama düzeyi, verimlilik ve memnuniyet düzeyleri üzerinden 3 grup için grup içi ve genel olarak fuarların tümü için "fuar etkinlik puanları" iller bazında ayrı ayrı ve tüm fuarlar için ortak bir puan olarak hesaplanmıştır. Araştırma bulguları ve verilerin değerlendirilmesi sonucu tüm fuarlar için "fuar etkinlik puanı" 5 puan üzerinden 3,7 olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına ilişkin temel bir kıstas olarak bu bulgudan hareket edildiğinde ve araştırma kapsamında görüşülen kişilerden elde edilen nitel veriler ile kurum personelinin değerlendirmeleri göz önüne alındığında, fuarların genel olarak etkin olduğu ancak geliştirilmesi gerektiği söylenebilmektedir. İller bazında ele alındığında ise, ortalamanın üzerinde kalan iller sırasıyla Kocaeli, Trabzon, Adana, Bursa, Mersin ve altında kalan iller ise sırayla Malatya, Kahramanmaraş, Manisa ve Ankara illeridir. Aydın ili Türkiye ortalaması ile aynı düzeydedir. Ayrıca; Kocaeli fuarının (4,5) ile en yüksek, Ankara fuarının (2,6) ile en düşük etkinlik puanına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde, istihdam fuarlarının kavramsal çerçevesi, yurtdışı uygulamaları ile Türkiye'deki uygulamalara ilişkin gözlem ve görüşme verilerinin analizinden elde edilen bulgular ışığında, İŞKUR bünyesine düzenlenen istihdam fuarlarının geliştirilmesine, etkinliğinin artırılmasına ve il müdürlükleri arasında uygulama birliğinin sağlanmasına yönelik bir model önerisi oluşturulmuştur. Örnek olabilecek uygulama yöntemleri, araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Türkiye'deki iyi uygulama örnekleri ve eksik ya da yanlış olan uygulamalardan yola çıkılarak İŞKUR tarafından düzenlenen istihdam fuarlarının etkinliğinin artması için temelde 3 aşamadaki planlama ve kurgulamanın titizlikle yapılması gerektiği kanaatine varılmıştır. Ancak bu aşamalara ilişkin planlamanın da öncesinde, fuarlara ilişkin algısal dağınıklığın giderilmesi ve yeknesaklığın sağlaması adına fuar etkinliği için standart bir isim belirlenmesi gerektiği düşünülerek tüm fuarlar için "istihdam fuarı" nın kullanılması önerilmiştir.

Bölüm içerisinde modelin genel çerçevesi "fuar öncesi, fuar esnasında ve fuar sonrası" aşamaları kapsayacak şekilde detaylı olarak ele alındıktan sonra, İŞKUR Genel

Müdürlüğü (merkez teşkilatı) için ve istihdam fuarlarının çeşitlendirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Fuar öncesi planlanma ve hazırlık dönemi etkinliğin başarıya ulaşmasında en önemli basamağı oluşturmaktadır. Etkili bir planlama kapsamında aşağıdaki faaliyetlerin gerçekleştirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir:

- Fuarın amacı ve hedefleri ile hedef kitlesi belirlenmelidir.
- Paydaşlar bilgilendirilmeli ve İİMEK'te karar alınması sağlanmalıdır.
- Fuar Yönlendirme Komitesi ve Fuar Düzenleme Ekibi gibi kurumsal yapının oluşturulması ve taraflar arasında işbirliği protokolünün onaylanması sağlanmalıdır. Protokolde büyükşehir belediyeleri ya da belediyeler, üniversiteler, sanayi ve /veya ticaret odaları ile diğer kurum/kuruluşların finansal ve lojistik yönden sağlayacakları katkı açıkça belirtilmelidir.
- Fuarın tarihi, fuar yeri ve salon dikkatle belirlenmelidir. Fuar tarihi tatiller, sınavlar gibi ziyaretçilerin iştirakini engellemesi muhtemel hususlar göz önünde bulundurularak, fuar yeri herkesin rahatlıkla ulaşabileceği bölgelerden ve salon katılımcı ve ziyaretçileri kapsayacak şekilde yeterli büyüklükte ve fuaye alanlarının olduğu salonlardan seçilmelidir.
- Fuar düzenleme ekibine destek olmak amacıyla, organizasyon, yemek, güvenlik firmaları gibi hizmet sağlayıcılardan hizmet satın alınması süreçlerine karar verilmelidir.
- Açılış ve fuar kapsamında düzenlenen etkinlik ve ekstralarının yer aldığı fuar gündemi oluşturulmalıdır.
- İşverenlerin ve ziyaretçilerin davet edilmesi ve katılımlarının yönetilmesi sağlanmalıdır. Hedef kitlenin fuar süresince ihtiyaç duyabileceği yönlendirici bilgileri ve değerlendirme formlarını içeren katılımcı ve ziyaretçi kitleri hazırlanmalıdır.
- Fuar etkinliklerine konuşmacı olarak davet edilenlerin katılımlarının yönetimi sağlanmalıdır.
- Hedef kitleyi fuara katılımı noktasında ikna etmek ve etkinliğe yüksek katılım sağlamak için iyi bir pazarlama ve tanıtım gereklidir. İş arayanlara ve işverenlere etkinliğe neden katılmaları gerektiği, kazanımlarının ne olacağı

net bir şekilde aktarılmalıdır. Fuarları iyi bir şekilde tanıtmak ve duyurmak etkinliğin başarıya ulaşmasını sağlayacak en önemli unsurlardır.

- Fuar etkinliğinin önemli amaçlarından birisi de İŞKUR'un tanınırlığının artırılmasıdır. Bu amaçla İŞKUR kurumsal kimliği her alanda ön planda olmalıdır. Bu kapsamda, görsel açıdan zengin materyallerle donatılmış, büyük bir İŞKUR standı hazırlanmalıdır. İŞKUR hizmetlerini tanıtıcı materyaller kullanılmalı ve açılışta İŞKUR hizmetlerini tanıtan bir sunum gerçekleştirilmelidir. Firma stantlarında İŞKUR logolu kırlangıç gibi bir tanıtım materyali yer almalıdır. Firma temsilcileri ve İŞKUR personeli için İŞKUR logolu yaka kartları hazırlanmalıdır. Promosyonlar etkili bir tanıtım ve pazarlama aracı olduğundan fuar süresince İŞKUR logolu, kalem, bloknot, anahtarlık, şapka gibi promosyon ürünlerinin dağıtılması oldukça önemlidir.

Fuar esnasında her faaliyetin planlandığı zamanda ve biçimde gerçekleşmesi sağlanmalıdır. Bunun için İŞKUR personellerinden oluşacak bir ekip eksikliklerin tespiti ve giderilmesinin sağlanmasında aktif görev almalıdır.

Fuar sonrasında ekip üyeleri ile toplantı düzenlenmesi ile katılımcı ve ziyaretçilerden alından soru formlarının analizinin yapılması suretiyle etkinliğin değerlendirilmesi ve sonraki etkinlikler için referans olabilecek hususların belirlenmesi önemlidir. Fuarın başarısı hedef kitlenin memnuniyeti ile doğru orantılıdır.

Etkinliğe ilişkin istatistiki bilgilerin toplanması üzerine katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı, başvuru ve görüşme sayısı, işe yerleştirme ya da staj kabul sayısı, fuar kapsamında düzenlenen etkinlik ve ekstra sayısı, etkinliklere katılan kişi sayısı, fuar tarihi, yeri, bütçesi gibi veriler sisteme girilmelidir. Fuar sürecine dâhil olan katılımcı ve etkinlik davetlilerine katılım ve katkılarından dolayı teşekkür mektupları gönderilmesi kurumsal bir duruş sergilemek açısından önemlidir.

Değerlendirme formlarında bulunan verilerin analizleri ile ankete katılanların görüş ve önerilerinin, örnek teşkil edecek başarı hikâyelerinin ve iyi uygulamaların, sürece dâhil olan katılımcı ve ziyaretçilerin profilinin özetlendiği sonuçların ana hatlarıyla ele alındığı bir nihai rapor/dergi hazırlanmalı ve kamuoyu ile paylaşılmalıdır.

İdeal bir istihdam fuarı modelinin diğer bir bileşeni, fuarların etkinliğinin artırılmasına yönelik Genel Müdürlük tarafından gerçekleştirilmesi önerilen hususlardan oluşmaktadır. İl müdürlüklerinde etkinlik organizasyonundan sorumlu personele eğitim verilmesi, fuarlara ilişkin danışmanlık yapılması amacıyla Genel Müdürlük Koordinasyon Ekibinin oluşturulması, Kurum içinde sorunların ve iyi uygulama örneklerinin paylaşıldığı ortak klasör oluşturulması, fuarlara ilişkin asgari standartların ve uygulama usul ve esaslarının belirlendiği genel bir mevzuat düzenlemesinin yapılması ve yönlendirici rehber kitap hazırlanması, büyükşehirler dışındaki illerde de yerel veya bölgesel düzeyde fuar etkinliği düzenlemesinin yaygınlaştırılması için destek verilmesi, fuar bilgileri giriş ekranlarının daha kapsamlı bilgilerin sistemden çekilmesine olanak sağlayacak şekilde güncellenmesi, il müdürlüklerine tahsis edilen bütçenin artırılması, fuarların kamuoyunda farkındalığını artırmak için, tanıtım ve bilgilendirmeye yönelik animasyon film, sesli video ve kamu spotlarının hazırlanması, fuar açılışında Genel Müdürlük üst yönetimden bir yöneticinin katılımının sağlanması önemlidir.

İstihdam fuarlarının istenen etkinlik düzeyine erişmesi ve iller arası belirli bir standarda kavuşması sonrasında, sürdürülebilirliğinin ve farkındalığının sağlanmasının, fuarların içerik ve konsept olarak sürekli geliştirilmesine ve çeşitlendirilmesine bağlı olduğu düşüncesiyle, modelin son kısmında fuarların çeşitlendirilmesine dönük bazı temel önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler temelde; hedef kitle, yöntem, içerik vb. hususlarda çeşitlendirme ve geliştirmeyi öngörmektedir.

Konusu, kavramsal çerçevesi, araştırma yöntemi, kurulan model ve sunulan öneriler ile tezin öncelikle İŞKUR'un uygulamalarına katkı sağlayacağı, yapılacak benzer kapsamdaki araştırmalar için de bir basamak oluşturacağı düşünülmektedir

[Mal ve hizmet piyasasındaki bir ürün veya hizmet, iyi bir tanıtımla hedef kitle nezdinde farkındalık oluşturulması ölçüsünde gelişir ve yüksek standartlara ulaşır. Modern kamu istihdam kurumlarında olduğu gibi, İŞKUR için de hedef kitle nezdinde farkındalık oluşturmanın önemli araçlardan biri istihdam fuarlarıdır. Etkili istihdam fuarlarının İŞKUR'un tanınırlığını ve hedef kitle nezdindeki farkındalığını artıracağı, İŞKUR'un işgücü piyasasında öncü kurum haline gelerek iş arayanların ve işverenlerin ilk başvuru adresi olması amacına büyük katkılar sunacağı düşünülmektedir.]

KAYNAKÇA

Kitap ve Makaleler

AB; **2014 AB İstihdam Planı.**

Alpaslan, İdil Bilgiç ve Ozan Acar; "Kamu İstihdam Kurumlarının Yapıları ve İyi Ülke Uygulamaları", **İstihdam Araştırmaları Serisi,** İŞKUR, 2014.

Ata, Namık; "İşsizlikle Mücadele Devam Edecek", **İŞKUR İstihdamda 3İ Dergisi,** Sayı 4, Ankara 2011.

Başterzi, Süleyman ve Mehmet Ali Şuğle; **İstihdam ve Danışmanlık Hizmetlerinin Hukuksal ve Toplumsal Yönleri**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyasal Yayıncılık, Ankara 1999.

Bilgin, Zehra Esra; **Özel İstihdam Büroları ve Türkiye'deki Görünümü**, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa 2007.

Bowman, Mike; "5 Ways to Draw More Applicants to Your Job Fair Booth", https://www.recruiter.com/i/5-ways-to-draw-more-applicants-to-your-job-fair-booth/

Büyüköztürk, Şener vd.; **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Pegem Yayıncılık, 19.Baskı, Ankara 2015.

Fırat, Zerrin Yöney; "İstihdam Hizmetlerinin Değişen Yapısı ve Özel İstihdam Büroları", **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, Cilt 3, Sayı 1, Bursa 2001.

Fırat, Zerrin Yöney; "Üniversitelerde Düzenlenen İstihdam Fuarları ve İstihdam Haftası", **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1, Bursa 1999.

Fuller, Andy; "Partnerships Among Employment Services"**, European Job Mobility Laboratory**, Alphametrics Ltd., UK 2011.

Gianguilio, Elizabeth A; **Job Fairs**, Jeffrey H. Greenhaus, Gerard A. Callanan (Ed.) in **Encyclopedia of Career Development**, 2006.

Godwyn, Mary ve Jody Hoffer Gittell; **Sociology of Organizations Structures and Relationships**, Sage Publications Ltd., USA 2012.

Görücü, İbrahim; "Türkiye'de İstihdam Hizmetlerinde Değişim ve Uygulama Sonuçları", **Kamu- İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi**, Cilt 10 Sayı 2, Ankara 2008.

Hansen, Fay; "Far From Obsolete, Career Fairs Are a Low-cost Way for Firms to Hire Quickly and Fill Pipelines", **Workforce Management**, 2006, Vol. 85 Issue 4.

ILO; **Policy Brief 5 - The Role Of Employment Services In Supporting The Labour Market,** 2012, s.1.

Iman, Faizah; **The Advantages of Attending Job Fairs**, http://work.chron.com/advantages-attending- job-fairs-8568.html.

İŞKUR, **Dünden Bugüne İŞKUR (1946-2011),** Ankara 2011.

Job and Career Fairs; http://www.jobmonkey.com/jobfairs/

Job Fair Extras; http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/

Krueger, Brian D.; **Job Fair Success, in College Grad Job Hunter,** 2008.

Kurumu, 1. Baskı, Ankara, 2002

Kurumu", **Sosyal Siyaset Konferansları**, İstanbul Üniversitesi Yayınları, Yayın No:4566, İstanbul, 2005.

Liemt, Gijsbert Van; “Private Employment Agencies in The Netherlands, Spain and Sweden”, **Sectoral Activities Department-Working Paper No. 290**, International Labour Office, Geneva, 2013. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--sector/documents/publication/wcms_231420.pdf,.

Mexico Employment Plan, Mexico 2014.

Nessler, Mike; “Three Ways Virtual Technologies Are Making a Difference in HR”, **Employment Relations Today (Wiley) ,** Sayı 40, 2013.

OECD; **International Migration Outlook 2014.**

OECD; **The World of Public Employment Services Challenges, Capacity and Outlook For Public Employment Services in The New World of Work,** OECD Publications, 2015.

Online and Virtual Job Fairs; http://www.jobmonkey.com/jobfairs/online/

Özden, Mehmet Cemil; **Bireysel Kariyer Yönetimi-1 İş Yaşamına Hazırlık,** Ankara 2015.

Sayın, Ali Kemal; "Emek Piyasasını Düzenleyen Uluslararası Normlar”, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 48, İstanbul 2004.

Sayın, Ali Kemal; “Değişen Emek Piyasasında Kamu İstihdam Hizmetinin Önemi”, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 56, İstanbul 2009.

Sayın, Ali Kemal; “İstihdam Hizmetlerinin Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Türkiye İş

Sayın, Ali Kemal; **Emek Piyasasında Aracılık ve Özel İstihdam Büroları, Türkiye İş**

Selek, Cihan; “4857 Sayılı İş Kanunu Döneminde İş ve İşçi Bulmaya Aracılık Faaliyetleri”, **TUHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi**, Cilt 21, Sayı 5 – 6, Ankara 2008.

Selek, Cihan; **Türkiye’de İş ve İşçi Bulmaya Aracılık Faaliyetleri ve Özel İstihdam Büroları,** Yüksek Lisans Tezi, Haziran 2005.

Sowa, Frank, Nancy Reims ve Stefan Theuer; **Employer Orientation in The German Public Employment Service**, Sage Publications Ltd., 2015.

Sttreisguth, Tom; “Pros&Cons of Job Fairs”, http://work.chron.com/pros-cons-job-fairs-1261.html

Thuy, Phan, Ellen Hansen ve David Price; **Değişen İşgücü Piyasasında Kamu İstihdam Hizmeti**, ILO Yayınları, Cenevre 2001, s.10-15.

Tuchman, Fanice; **Labor-Employer Group Boosts Safety and Business Skills,** The McGraw-Hill Companies, USA 2015.

Uçkan, Banu; “Türkiye’de İş Aracılığı Hizmetlerinin Tarihsel Gelişim Sürecinde Kamu Tekelinin Kırılması”**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 1, Eskişehir 2005.

USAID; **Job Fair Toolkit: A Practical Guide and Best Practices for Organizing, Conducting and Attending Job Fairs**, 2007.

WAPES; **Public Employment Services in the World Mission, Structure and Activities**, 2011, http://www.wapes.org/en/system/files/eng_survey_rapport.pdf

Whitaker, Mary; “What is The Difference Between a Career and a Job Fair?”, http://www.ritecareers.com/what-is-the-difference-between-a-career-and-a-job-fair/

World Bank, **Portraits of Labour Market Exclusion**, Washington 2015.

Yate, Martin; “How Job Seekers Sould Use Job Fairs?”, http://www.forbes.com/sites/nextavenue/2014/07/08/how-job-seekers-should-use-job-fairs/

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek**; Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,** Seçkin Yayıncılık, 9. Baskı, Ankara 2013.

Mevzuat ve Kurumsal Raporlar

ILO; **88 Sayılı İş ve İşçi Bulma Servisi Kurulması Hakkında Sözleşme,** 9 Temmuz 1948.

İŞKUR, **Aktif İşgücü Hizmetleri Genelgesi (2013/1).**

İŞKUR, **Girişimcilik Semineri Faaliyet Raporu.**

İİBK; **1991 Yılı Faaliyet Raporu.**

İİBK; **1996 Yılı Faaliyet Raporu.**

İİBK; **1997 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2006 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2007 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2008 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2009 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2010 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2015 Yılı Faaliyet Raporu.**

İŞKUR; **2006-2008 İş Planı.**

İŞKUR; **2011-2015 Stratejik Planı.**

İŞKUR; **İşlemler El Kitabı 9.Bölüm - İş Arayan ve İşverenlere Yönelik Hizmetler.**

İŞKUR; **İşlemler El Kitabı 11.Bölüm - İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetleri.**

İŞKUR; **Meslek Tanıtım Günleri Rehberi.**

İŞKUR; **2008-2012 Stratejik Planı.**

İŞKUR; **2011-2015 Stratejik Planı.**

İŞKUR; **2013-2017 Stratejik Planı.**

İŞKUR; **8. Genel Kurul Raporu.**

4904 Sayılı Türkiye İş Kurumu Kanunu, RG. 5.7.2003-25159.

İnternet Kaynakları

http://www.pole-emploi.org/accueil/

http://www.right.com/wps/wcm/connect/right-us-en/home/thoughtwire/categories/career-work/what-is-a-virtual-career-fair/

http://www.forbes.com/sites/nextavenue/2014/07/08/how-job-seekers-should-use-job-fairs/

http://careerrocketeer.com/2011/11/now-hiring-the-value-of-virtual-job-fairs.html

https://ec.europa.eu/eures/public/en/eures-services

https://www.europeanjobdays.eu/en/about

https://www.arbeitsagentur.de

https://www.pole-emploi.org/clubrh/index.htm

http://www.quintcareers.com/career-job_fair-dos-donts.html

http://www.careercalling.at/en/?careercalling

http://www.businessinsider.com/how-employers-can-benefit-from-job-fairs-2014-3

https://purpleleap.wordpress.com/2011/11/04/importance-of-job-fair/

https://www.recruiter.com/job-fair/

http://www.jcfswinnipeg.org/documents/sevenreasonstoattendajobfair.pdf

http://www.careerealism.com/job-fairs-tips/

http://www.uwv.nl/overuwv/index.aspx

Diğer Kaynaklar

Avila, Zulum; e-mail.

Aydemir, Yücel; e-mail.

Aydemir, Yücel; Sözlü Görüşme.

Germond, Anne-Laure; e-mail.

İŞKUR; İç Denetim Başkanlığı 28.12.2015 tarihli 2015/11 sayılı "Kurum Merkez ve Taşra Banka Hesaplarının İncelenmesi" Konulu İnceleme Raporu

İŞKUR; İŞKUR Event Management Guideline, Advice and Guidance For Succesfull Event Management, Technical Assistance To Active Employment Measures Project II, March 2010.

Land, Madeleine; e-mail.

MEMO/08/577, Brüksel, 2008.

Mission Repor; Career Days Istanbul, 2013.

Nixon, Mike; "Job Fairs Boost Public İmage More Than Employment", St. Louis Daily Record (MO) ,2006.

Öncel, Sefer; e-mail.

Öncel, Sefer; Sözlü Görüşme.

Skiöld, Lena; e-mail.

ÖZGEÇMİŞ

15.07.1982'de Aydın'da doğan Meltem ANDUSE, ilk ve orta öğrenimini Aydın'da tamamladı. 2005 yılında İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Halen Ankara Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim dalında Yüksek Lisans yapmaktadır. 2006 yılında Türkiye İş Kurumu Karaman İl Müdürlüğü'nde memur olarak göreve başladı. 2011 yılında yapılan Görevde Yükselme Sınavını kazanarak 2012 yılında Türkiye İş Kurumu Aydın İl Müdürlüğü'ne Şef olarak atandı. 2013 yılında Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü'nün açmış olduğu İstihdam Uzman Yardımcılığı sınavını kazanarak istihdam uzman yardımcısı olarak göreve başladı. Halen Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü İstihdam Hizmetleri Dairesi Başkanlığı'nda görev yapmaktadır. Evli ve bir çocuk annesidir.