

Makale Türü: Araştırma Makalesi

“Z KUŞAĞI” NİN ÇALIŞMA ORTAMI BEKLENTİLERİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA¹

Sinem YILDIRIMALP² Dilay GÜVENÇ³

Öz

Çalışmaya ilişkin paradigmlar geçmişte defalarca olduğu gibi, bugün de yoğun biçimde değişmektedir. Çalışma alışkanlıklarını, çalışma ilişkin tutumu, çalışma ortamından beklentileri yeniden şekillendiren değişim kaçınılmaz olmakla birlikte, algılanışı ve kabulü görecelidir. Bu kabul ve algılama kuşaklar açısından da farklılıklar göstermektedir. Bugün itibarıyla çalışma yaşamında, X ve Y kuşaklarının aktif olduğu, Baby Boomerların çekildiği ve Z kuşağının girmeye hazırlandığı bir ortam söz konusudur. Bu dönemde ağırlıklı olarak meslek seçimi yapmakta olan veya üniversite öğrencisi durumunda olan Z kuşağı, önümüzdeki kısa dönemde çalışma hayatında yerini alacaktır. Z kuşağı çalışma hayatına hazırlanırken, sorulması gereken bir soru da çalışma ortamının Z kuşağına hazır olup olmadığıdır. Öte yandan gelecek için öngörülebilir bulunabilmenin, strateji ve politika belirleyebilmenin basamaklarından birini, Z kuşağının yaşama bakışını, algı, tutum ve beklentilerini bilmek oluşturmaktadır. Mevcut çalışanlardan farklı değer, kültür, alışkanlık, inanç, tutum ve beklentilere sahip Z kuşağının çalışma ortamından beklentilerini incelemeyi amaçlayan bu araştırma, Kocaeli Üniversitesi Kandıra MYO'nun farklı bölümlerinde öğrenim görmekte olan, 2000 doğumlu, daha önce iş veya staj deneyimi bulunan üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen olgubilim deseninde, nitel bir araştırmaya dayanmaktadır. Demografik bilgiler edinildikten sonra, odak grup görüşmesi tekniği ile katılımcıların bir çalışma ortamının sahip olması gereken nitelik ve özelliklere ilişkin beklentileri belirlenmiştir. Bulgular NVİVO12 programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Z kuşağı temsilcisi katılımcıların, kuşağın özellikleri doğrultusunda bir çalışma ortamı beklentisi taşıdıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre katılımcılar, çalışma zamanı, çalışma koşulları, yönetim ve çalışma arkadaşları ile ilişkilerde esneklik, kişisel özgürlük, değer görme, işbirliği odaklı beklentilere sahipken, çalışma mekanına ilişkin konforlu, eğlenceli, ergonomik ve farklı seçenekleri barındıran ofis ortamı beklentisini taşımaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Çalışma Ortamı, Beklentiler

A RESEARCH ON THE EXPECTATIONS OF “GENERATION Z” FOR THE WORKING ENVIRONMENT

Abstract

The paradigms of the work have changed extensively, as they have been many times in the past. This change reshapes working habits, attitudes towards work and expectations from working environment. While change is inevitable, its perception and acceptance are relative. This acceptance and perception shows significant differences in terms of generations. As of today, there is an environment in which the X and Y generations are active, the Baby Boomers are withdrawn and the Z generation is preparing to enter. Generation Z, which is mainly engaged in career choice or university student, will take its place in working life in the short term. While the Z generation is preparing for working life, one question is whether the working environment is ready for the Z generation. On the other hand, one of the steps of being able to project for the future, to determine strategies and policies is to know the Z generation's view of life, perceptions, attitudes and expectations. This research, which aims to examine the expectations of the Z generation, which has different values, culture, habits, beliefs, attitudes and expectations from the current employees, with university students who were studying in different departments of Kocaeli University Kandıra MYO, who were born in 2000, who had previous work or internship experience. In the case study pattern, it is based on a qualitative

¹ Bu çalışma 2019 Güz/01-03 Kasım tarihinde Kocaeli'de düzenlenen Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi'nde özet olarak yayımlanmıştır.

² Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi Siyasal Bil. Fak., ÇEEİ, ssac@sakarya.edu.tr, orcid: 0000 0003 0171 5916

³ Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ÇEEİ, dilay.guvenc@ogr.sakarya.edu.tr, orcid: 0000-0003-1227-5311

Bu Yavına Atıfta Bulunmak İçin: Yıldırım alp, S. ve Güvenç D. (2020), Z Kuşağının Çalışma Ortamı Beklentilerine İlişkin Bir Araştırma, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 57-76

Makale Geliş Tarihi: 14/11/2019

Makale Kabul Tarihi: 27/05/2020

Makale Yayın Tarihi: 30/07/2020

research. After obtaining the demographic information, the expectations of the participants about the qualifications and characteristics of the work environment were determined with the focus group interview technique. The findings were evaluated through NVİVO12 program. As a result of the study, it was determined that the participants of the Z generation were expecting a working environment in line with the characteristics of the generation. Accordingly, the participants have the expectation of working time, working conditions, flexibility in relations with management and colleagues, personal freedom, value-seeing, cooperation-oriented, while carrying the expectation of a comfortable, fun, ergonomic and office environment with different options regarding the workplace.

Key Words: Generation Z, Work Environment, Expectations

1. Giriş

Sürekli bir şekilde değişim ve gelişimin yaşandığı dünyada, değişimi tek bir faktöre bağlı olarak açıklamak mümkün olmadığından sürece uzak veya yakından temas eden tüm değişkenlerin dikkatlice değerlendirilmesi gerekmektedir. Değişiminde çok sayıda aktörün etkili olduğu ilişki süreçlerinden biri de çalışma ilişkileridir. Sosyal, kültürel, dinsel, ekonomik, teknolojik, toplumsal birçok faktörden etkilenen çalışma ilişkilerinin tarihsel süreci incelendiğinde üç büyük kırılmadan bahsetmek mümkündür. Kendinden önceki mevcut yapının kökten değişimi ile karşımıza çıkan ve yeni yaşam biçimleri inşa eden bu devrimlerden, Neolitik Devrim Tarım Toplumunu, Endüstri Devrimi Sanayi Toplumunu ve Bilgi Devrimi de Dijital/ Bilgi Toplumunu ortaya çıkartmıştır.

İnsanın çalışma olgusuna yaklaşımının da zaman içinde değişim geçirdiğini söylemek mümkündür. Çalışma olgusuna bakışın zaman içinde yeni bilgilerle, kabulü ve reddi ile olumsuzlandığı ve yüceltildiği görülmektedir. Günümüz toplumunda bireyin yaşamı için merkez kavram haline gelen çalışma, kısa bir süre önce ise sorgulanmaya başlanmıştır. Geçmişte defalarca yaşanan paradigma değişimi bugün yeniden şekillenen dünyada tekrarlanmaktadır. Çalışmaya ilişkin bu paradigma değişimi çalışma ortamına yönelik bakışı ve beklentileri de belirlemektedir. Bu kapsamda iş yapma araç ve biçimlerinin, mekanının, yönetim anlayış ve ilişkilerinin değişimi söz konusu olmaktadır. Çalışmanın tarafları olarak işveren ve işgücü yapısının, davranış kalıplarının, karakteristik özelliklerinin de değişimde önemli etkisi bulunmaktadır. Çalışmaya ilişkin algı, tutum, alışkanlık, değer ve beklentilerin değişimi ile ortaya çıkan yeni çalışma anlayışı, o dönem mensubu olan, dönemin işgücü kitlesine yönelik karakteristik özellikler göstermektedir. Bu kitlelerin karakteristik özelliklerinin açıklanmasında kuşak teorisinden yararlanılabilmektedir.

Bu araştırma, Z kuşağını temsil ettiği düşünülen, 2000 doğumlu öğrencilerle gerçekleştirilen odak grup görüşmeleri aracılığıyla katılımcıların çalışma ortamından beklentilerini incelemeyi amaçlamaktadır.

2. Kuşak Kavramı ve Kuşakların Karakteristik Özellikleri

Kuşak kavramına ilk olarak Eski Mısır ve Yunan Uygarlıkları döneminde rastlanmakla birlikte, 1830-1840 yılları arasında Auguste Comte tarafından ele alınmıştır. Comte'un konuya ilişkin olarak, kuşağın kendinden sonraki kuşağa bırakacağı birikim ve ilerlemeyi vurgulamış olması konunun araştırma boyutundaki ilk değerlendirmesi olarak nitelendirilmektedir. 20. yüzyılda ise, sistematik olarak kuşak kavramını değerlendiren ilk sosyolog Karl Mannheim kabul edilmektedir (Sarioğlu ve Özgen, 2018:2).

Mannheim 1952 tarihli "The Problem of Generation" eserinde, kuşakları sosyolojik açıdan değerlendirmektedir. Mannheim, kuşak kavramını aynı yaş grubundaki bireyler olarak ifade etmekte ve kuşak içindeki bireylerin tarihi olaylarla birbirine bağlı olmasının önemine vurgu yapmaktadır. Mannheim kuşak içindeki bireylerin tarihi açıdan bağlanmasında aranacak öğenin ortak paylaşım olduğunu ifade etmektedir. Mannheim ayrıca bu noktada birbiri ile aynı yaşantılardan gelen bireyler ile farklı paylaşımlar yaşamış bireyler arasındaki algının da farklılaşmakta olduğunu belirtmektedir. Inglehart ise sosyal değerlerin zaman içinde gösterdiği değişimi, II. Dünya Savaşı

sonrası zenginleşmenin genç ve yaşlı kuşaklar üzerindeki etkisi üzerinden incelemektedir. Buna göre, savaşın zorluklarını yaşamayan genç kuşakların öz değerlerine daha düşük olmaları sonucunun ortaya çıktığını belirtmektedir. Kuşak kuramlarına ilişkin daha yakın dönemli bir çalışma ise, William Strauss ve Neil Howe tarafından Amerika tarihi esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Kuşakların doğum yıllarına göre sınıflandırıldığı bu çalışmada bir kuşağın belirlenmesinde aidiyet algısı, ortak inanç, davranış ve ortak mekân birlikteliğinin bulunması gerekliliği vurgulamaktadır. 1945/2005 yılları arasını konu alan bu yaklaşımın tarihi dönemleri; 1945-1964 arasındaki yükselme dönemi “Amerikan Yükselişi”, 1964-1984 arasındaki Uyanış Dönemi “Bilinç Devrimi” 1985-2005 arasındaki Çözülme dönemi ise “Kültür Savaşları” ve son olarak 2005 sonrası dönem ise “Milenyum Krizi” biçiminde adlandırılmıştır (Şalap, 2016:11-13).

Türk Dil Kurumunca (TDK, 2019) “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişi topluluğu” şeklinde tanımlanmakta olan kuşak kavramının, ebeveynlerle ve çocuklarının doğumları arasındaki ortalama zaman aralığını belirtmekte olduğu düşünülmektedir (Serbest ve Latif, 2014:134).

Kuşak kavramına yönelik eleştiriler, ağırlıklı olarak kuşakların belirlenmesinde dikkate alınacak öğenin ne olacağı üzerinde yapılmaktadır. Genellikle aynı dönemi ifade etmedeki kolaylığı nedeniyle tercih edilen yaş aralığı, bölgesel, kültürel, ekonomik, sosyal birçok faktörün devre dışı bırakılması nedeniyle eleştirilmektedir. Kuşakları sadece doğdukları zaman dilimleri dikkate alarak sınıflandırmak yerine kuşağa mensup olanların düşünceleri, hissettikleri ve deneyimlerinin tanımlanması da gerekli ve önemli görülmektedir. Ayrıca her kuşak kendi doğru ve yanlışlarını, tecrübe ettiği önemli olay, toplumsal deneyim ve örgüt kültürü ile şekillendirmekte ve buna uygun yaşam/çalışma tarzları geliştirmektedir (Adıgüzel ve diğ., 2014:170).

Genel olarak “belli dönemlerde doğup büyüyen ve aynı yaş grubu içerisinde yer alan bireylerin sosyalleşme sürecinde benzer ilişki ağlarıyla (aile, arkadaş vb.), benzer öğretilerle (eğitim, teknoloji vb.) benzer deneyimlerle, benzer karakteristik özellikler şekillendirmeleri ve bunları davranış kalıbı haline dönüştürmeleri durumunda aynı kuşağın temsilcileri olarak kabul edilebilmektedirler. Bu durumda her kuşağın deneyim, öğreti ve ilişkileri özelinde değerlendirilmesi gerekli olmakla birlikte, genel kabul görmüş karakteristik özellikler taşıdıkları düşünülmektedir. Günümüz işgücü piyasasında aktif olarak istihdam edilmekte olan dört kuşak bulunmaktadır. Bunlar: Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarıdır. Bu kuşakların karakteristik özelliklerini bilmek çalışma yaşamını nasıl etkiledikleri ve etkileyecekleri hakkında bilgi sahibi olmak için önemlidir.

2.1. The Baby Boomer

II. Dünya Savaşı sonrası 1964 yılına kadar dünyaya gelen bireyleri kapsayan kuşak bebek patlaması veya sayıca fazla olmaları sebebiyle topluma yeniden şekil veren kuşak olarak adlandırılmaktadır (Aydın ve Başol, 2015:3). Kalabalık nüfus ile canlanan ekonominin yarattığı tüketim toplumu ve yeni yaşam alanları dönemin belli başlı gelişmeleri arasındadır. 1959 Küba Devrimi 'ne ve 1960 Vietnam Savaşı'na tanıklık eden (Büyüksulu, 2017: 19) ve üzerinde bu olayların etkilerini taşıyan kuşağın her türlü ayrımcılığa, savaşa karşı mücadele içinde olmaları ve çevreye duyarlılığının yüksek olması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu kuşağın, genellikle iki ebeveynli ailelerde, güvenli okullarda ve savaş sonrası döneminin iş güvencesi ortamında yetişen iyimser, idealist, dürüst bireyler olduğu ve çalışma yaşamına ilişkin uzun saatler sürdürülebilen iş temposu, kendini motive etme, işkoliklik, uzun süreli istihdam, sadakat, adanmışlık, fedakârlık, takım çalışması, süreç odaklılık gibi pozitif iş tutumları dikkati çekmektedir (Atılğan, 2018:4).

Bireysel özerkliğe önem veren (Aydın ve Başol, 2015:3) marjinal düşünce ve davranışlardan uzak, tutucu bir duruşları bulunan içe dönük ve duygusal bireylerden oluşan bu kuşağın çalışma

yaşamına ilişkin beklentileri ise emeklilikte rahat etme, düzenli bir hayata sahip olma, ev sahibi olma ve yaşlılıklarında bakıma muhtaç olmama etrafında şekillenmektedir (Büyüksu,2017:19). Baby Boomerlar, dünyada insan hakları hareketlerinin, radyonun altın çağının yaşandığı Türkiye’de ise ihtilal ve çok partili dönem sancılarının yaşandığı yıllarda doğan bireylerin kuşağı biçiminde de tanımlanmaktadır. Sadakat duygusu yüksek ve kanaatkâr sıfatlarını taşıyan bu kuşak, uzun dönem aynı yerde çalışabilen bir yapıya sahiptir (Adıgüzel ve diğ.,2014:172). Teknolojiden uzak olan bu kuşağın felsefesi çalışmak için yaşamaktır (Mercan, 2016:62). Otoriteye ve kurallara saygılı, iş süreçlerinde sabırlı ve yönetimi sorgulamayan bu kuşağı (Karaçetin ve Akbaş, 2019:243) X kuşağı takip etmektedir.

2.2. X Kuşağı

1965 -1979 yılları arasında doğan ve 2018 itibariyle Türkiye nüfusunun %22’sini oluşturan, petrol krizi, sağ-sol çatışmaları ve darbeler döneminin etkisinde kalan bu kuşak bugünün işletmelerinde genellikle yönetici olarak istihdam edilmektedirler (Aydın ve Başol, 2015:3-4). Yoğun bir değişim dönemi içinde yetişen kanaatkâr, toplumcu, itaatkar ve idealist olarak tanımlanan kuşak X, ayrıca, Post Boomers, tembel, kayıtsız, gölge, görünmez veya kayıp jenerasyon gibi adlarla da anılmaktadır. Sert politik çıkışları ve farklı müzik anlayışları, yaşam biçimleri ile bilinen bu bireyler saygın bir statüye sahip olma, para ve yüksek sosyalleşme ile kendilerini ifade etme gayreti içindedirler (Kaplan ve Çarıkçı,2018: 27). Durgun ekonomik piyasa, mali kısıtlamalar, azalan iş fırsatları, artan boşanma oranları, işsizlik X kuşağının mensubu olduğu dönemin belirgin gelişmeleridir (İlhan ve diğ., 2019:103).

Bireyciliği kolektivizme tercih eden, 1980li yılların belirsizlik ortamında ebeveynlerinin işten çıkarılışlarına tanık olan bu kuşak üyeleri, hayatlarını çalışmaya adanmak yerine, iş yaşantısı ve özel hayatlarını dengelemek fikri üzerine kurmaktadır (Atılğan,2018:4). İçinde yetiştikleri dönemin belirsizlikleri ve bu dönemin gelişmeleri etrafında şekillenen kuşağın çalışma hayatındaki karakteristik özellikleri, sadık, kanaatkâr, yaratıcı, sabırsız, iş odaklı, otoriteye saygılı olmaları biçiminde öne çıkmaktadır. Ayrıca daha iyi kariyer imkânları arayan ve dolayısıyla gelişen teknolojiyi kullanmak zorunda kalmasının yanında toplumsal sorunlara duyarlılığı, özgürlüğüne düşkünlüğü ve yüksek iş motivasyonu ile dikkat çekmektedir (Aydın ve Başol, 2015:3). Çalışma ortamında esneklik ve otonomiye tercih eden, değişime ayak uyduran bu kuşak, statü ve para yerine daha çok maddi olmayan öğelerle motive olmaktadır. Bilgisayar kullanmaya başlayan ilk kuşak (Gürbüz, 2015: 42) olmasının yanısıra kablolu televizyon ile tanışan ilk kuşağın da X kuşağı olması (Mercan, 2016: 62) bu kuşağın önceki kuşaklardan farklı teknolojik ilişkilerinin varlığı açısından önemlidir.

2.3. Y Kuşağı

Türkiye’nin yaklaşık %35’ini oluşturduğu tahmin edilen, doğum aralığı 1980-1994 biçiminde belirlenen Y kuşağı (İnce, 2018:106) internet kuşağı, echo boomers, millennial ve nexters gibi isimlerle de adlandırılmaktadır (Büyüksu,2017:10). Kuşaklar arası farklılığın en çok hissedildiği nesil olan Y kuşağı, teknolojik yenilikleri gören, yaşayan, bilgisayar, atari oyunları ile büyüyen, cep telefonu ile ergenlikte tanışan ve bunların yanı sıra sosyal yönü gelişmiş, iş ortamı ve mesai saatlerine ilişkin esnekliği tercih eden, kariyer yerine kendini ifade etmenin önemli olduğunu düşünen, karar almada aktif bireylerden oluşmaktadır. Bağımsızlığına düşkün, mesai saatlerini sevmeyen, iş saati değil işe odaklanmayı önemseyen Y kuşağı, bu özellikleri nedeniyle “işin bir parçası haline gelebildikleri” işleri tercih etmektedir (Taş ve diğ., 2017:1035). Y kuşağı temsilcileri, internet ve bilişim teknolojilerini yoğun biçimde ve kolayca kullanan, özgürlükçü, yenilikçi, sorgulayan, sosyal, tutumlu, girişimci, yaratıcı ve farkındalıkları yüksek, fark yaratmanın yanısıra fark edilmekten de hoşlanan, değişime açık, kurumsal esneklik talep eden, iletişim, işbirliği, takdir ve geribildirim önemseyen, hayattan zevk almayı en önemli öncelikleri sayan bireylerdir (Seymen,2017:471).

Y kuşağı doğduklarından itibaren iç içe oldukları medya ve reklamların etkisi nedeniyle önceki kuşaklara göre marka bilinci daha yüksek bir kuşaktır. Ayrıca bu kuşağı motive eden unsurlar da diğer kuşaklardan farklılık arz etmektedir. Gelirden ziyade, sosyal yardım, esnek çalışma saatleri, kendini geliştirme olanakları gibi manevi öğelerle motivasyon sağlayan bu kuşak için takdir görmek önemli iken eleştiriye tahammülleri oldukça düşüktür. Teknolojinin beraberinde getirdiği hız, kuşağın düşünme, hareket, tüketim gibi yaşamsal pratiklerini de etkilemektedir (Aydın ve Başol, 2015:3-4). Hedef ve beklentilerinin net biçimde farkında olan, sorgulayan, çekinmeden tartışan, hırslı ve kendi düşüncelerine önem veren Y kuşağı üyeleri ilgi odağı olmaya alışkın bireylerdir (Mercan,2016). Kuşağın ilgi odağı olma eğiliminde çocuklarını kontrol altına alma ve onları diğerlerinden iyi oldukları yönünde yönlendirme söz konusudur. Helikopter ebeveyn olarak tabir edilen Y kuşağının ebeveynlik tarzında, özellikle X kuşağına mensup ebeveynlerinin rolünün önemli olduğu yaygın bir görüştür (İlhan ve diğ.,2019: 25). Twenge (2006), Y kuşağının kendilerini ve düşüncelerini önemli görmelerinin altında ebeveynlerin çocuklara her konuda seçenek sunma ve taleplerini yerine getirmesine ilişkin tutumlarının yattığını belirtmektedir. Twenge, “Ben Nesli” (2013:300) adlı eserinde ayrıca çok çalışmayı erdem olarak görmeyen bu kuşağın geleneksel yönetim biçimleriyle yönetilemeyeceğini belirterek, Y kuşağı için çalışma ilişkisinin ancak işin kendilerine ayrıcalık tanınması halinde anlamlı hale geldiğini eklemektedir (Şalap, 2016:44). Baby Boomer ebeveynlerinin gece gündüz çalıştığını görerek büyüyen nesil olan Y kuşağı için iş-yaşam dengesi önemlidir (Gaidhani ve diğ.,2019:2806). İş yaşam dengesini kurma isteğinde olan Y Kuşağı, genellikle uzaktan erişim, esnek çalışma veya yarı zamanlı çalışma gibi seçenekleri tercih etmektedir (Büyüksulu,2017: 12). Gerçekçi ve kendine güvenen, farklı etnik yapı ve kültürlerin evliliklerinde büyüyen, Y kuşağının teknoloji kullanım düzeyi diğer kuşaklara göre oldukça yüksek iken, tüketim ve hız odaklı bu kuşak için para, harcamak için kazanılmaktadır (Kuyucu, 2017:850). Arkadaş çevreleri genellikle sanal olan Y kuşağı için aile ve geleneksel değerler her şey demek değildir. Serbest zaman ve rahatlama duygusu onlar için önemlidir ve bunu gerçekleştirmek için geniş ve çeşitli faaliyetlere yönlenebilirler (Andrea ve diğ.,2016: 92). Emir almaktan, ast olmaktan, otoriteden hoşlanmayan bu yaratıcı kuşağın öne çıkan özelliklerinden biri de girişimciliğidir (Büyüksulu, 2017: 12).

2.4. Z Kuşağı

“Kuşak I”, “İnternet Kuşağı”, “Next Generation” ya da “iGen” “Instant Online” “dijital çocuklar”, “.com” olarak da adlandırılan Z kuşağı teknolojik devrime doğmuş ve onunla yaşamış bir kuşaktır. Z kuşağı farklı deneyimler, farklı bakış açıları ile diğer kuşaklardan birçok noktada ayrılmaktadır (Aydın ve Başol,2014:4). Teknolojinin içine doğan kuşak Z, tüm teknolojik gelişmelere hızlı uyum sağlamaktadır. Z kuşağı başta dijital devrime ve yarattığı dönüşüme ayrıca teknolojik ilişkilere, deneyimlere ve hatta örgütlenmeye tanık olmuşlardır. Facebook, Youtube ve Twitter gibi sosyal ağlar kanalıyla iletişim kuran bu kuşağın temsilcileri için akıllı telefonlar yaşamın bir parçası ve gerekliliğidir (Çaycı ve Karagülle,2014:190). 2000 yılı ve sonrası doğumları içeren Z kuşağı için kimliğin belirgin bir ifadesini oluşturan teknoloji ile ilişkisinin yanı sıra bu kuşak kendine güvenen, esnekliği ve kişisel özgürlüğü, fikirlerinin dinlenmesini ve şeffaflığı önemseyen, hemen onaylanmak isteyen, akıllı telefon ve internetin olmadığı bir dünyayı hiç bilmeyen, dürüst bir lider için çalışmak isteyen, mentorluğu besleyen çalışma ortamını tercih eden, sürekli eğitim ve öğretimin gerekliliğine inanan, öğrenmeyi ve mesleki gelişimi önemseyen özellikleri taşıyan, kendin yap nesli olarak da tanımlanmaktadır (Gaidhani ve diğ., 2019:92). Ayrıca Z kuşağı motivasyonu yüksek ve girişimci bir ruha sahip olmaları nedeniyle onlar için anlamı olan ve bilinen bir iş daha cazip görülmektedir. Ebeveynlerinin iş deneyimlerini izlerken takdir görmediklerine şahit olan Z kuşağı için sadakat, şirket ve çalışan arasında karşılıklı olması gereken bir öğedir. Yalnız çalışmayı tercih eden Z bireyleri, kaynaklara diğer nesillerden daha çok ve daha hızlı erişebilmektedir (Taş ve Kaçar, 2019:658-659).

İşbirlikçi, yaratıcı olarak ifade edilen kuşağın bilgisayarı kitaba, metni konuşmaya tercih etmelerinin ve yalnız yaşamayı tercih etmesi diğer kuşaklara göre farklı yönleri arasındadır (Mercan, 2016: 63). Aşırı bireyselleşme nedeniyle yalnızlık yaşayacak kuşak şeklinde (Strauss ve Howe,1991:335) ifade edilen Z kuşağına yönelik tahminler arasında azimli ve hırslı olamayacakları, çabuk sıkıldıkları için kolay vazgeçebilecekleri de yer almaktadır. Standart işleri yapmak istemeyen ve her şeyi kişiselleştirmek isteyen Z kuşağı üyelerinin ayrıca yaratıcılık, hak arama, farklı gruplarla ilişki kurma hususlarında kendilerinden önceki kuşaklardan daha başarılı olacakları düşünülmektedir (Aydın ve Başol, 2014:4). Bilgiye ulaşma kapasitesi yüksek, küçük yaşlarda eğitim almaya başlayan X ve Y kuşaklarıyla karşılaştırıldığında bireysellikleri daha yoğun, daha araştırmacı sosyalleşme yolları genellikle sanal, aynı anda birçok işi yapabilme yeteneğine sahip, gereksinimlerini karşılamada e-ticareti tercih eden olan bu kuşak değişimin çok hızlı yaşandığı bir dönemde dünyaya gelmiştir. Sosyal sorunlar, çevre, teknolojiden yaşanan gelişme, ekonomi, sosyal adalet ve eşitliğe diğer kuşaklara göre daha duyarlı olmalarıyla beraber insanoğlunun el, göz, kulak gibi motor becerileri senkronizasyonu en yüksek nesli de Z kuşağı olarak gösterilmektedir. Ne istediğini bilen, kendini rahatça ifade eden, girişimcilik isteği fazla, farklılıkların önemsendiği ve benimsendiği renkli bir çalışma yaşamı ile daha az hiyerarşi talep etmeleri gibi olumlu özelliklerine karşılık Z kuşağının sadakatsizlikleri, kolay vazgeçmeleri, ben merkezli olmalarının şirketler için sorun olabileceği düşünülmektedir (Taş ve diğ.,2017: 1039-1040).

Tarih boyunca ekonomik, dini, kültürel, sosyal alanlarda yaşanan değişim ve gelişmeler beraberinde nesiller arası farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Hangi konuda olduğu fark etmeksizin yaşanan bu değişimlerin algı, değer, tutum, beklentilerde de meydana getirdiği değişim, bir başka deyişle paradigma değişimi, farklı dönemlerde farklı tecrübeler yaşayan kuşaklar arası farklılıkların ve hatta uçurumların ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır. Çalışma ortamı açısından kuşakların özellikleri değerlendirildiğinde ve birbirleri ile karşılaştırıldıklarında giderek daha bağımsız, daha özgür, daha az çalışma isteği, otoriteye/ hiyerarşiye karşı daha az uyum, daha düşük saygı/kanaatkarlık, daha teknolojik, daha az sosyal, daha yaratıcı/yenilikçi, kendini daha çok önemseyen, işletme için kendi değerinin farkında olan kuşaklara doğru bir dönüşüm yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu özellikler çalışma zamanı, çalışma koşulları, yönetim ve çalışma arkadaşları ile ilişkiler gibi çalışma ortamı bileşenlerine yönelik tutumu ve beklentileri şekillendirmektedir. Çalışma hayatında yakın gelecekte, sanayi toplumu paradigmasını taşıyan BB lar ile 1980 sonrası dünyasında küreselleşme / teknoloji/dijitalleşme dalgası ile şekillenen bilgi toplumu paradigmalarına sahip X, Y ve Z kuşaklarının birlikte çalışacakları düşünüldüğünde, işgücü açısından parçalı bir yapıya sahip çalışma ortamının oluşması kaçınılmazdır.

Çalışma ortamına ilişkin algı ve beklentilerdeki değişimin ofis gibi çalışma mekânlarını da etkilediği izlenmektedir. Bu etkinin incelemeye ve araştırmaya değer bir etki olduğunu söylemek mümkündür. Zira günümüzde çalışma mekânlarının yeniden ve alışılmadık dışında tasarımı söz konusudur. Başlangıçta daha iyi sonuçlar elde etmek için ayarlanabilecek bir makine olarak görülen ofis anlayışı, zamanla yerini insan kaynağı/ iç müşteri memnuniyeti odaklı bir yapıya çevirmiştir. Geleneksel çalışma ortamlarındaki çalışma biçimi olan rutin işlerin, bireysel olarak gerçekleştirildiği izole yapı yerini yaratıcı, değişken, etkin ve interaktif çalışma biçimine bırakmaktadır. İletişim olanaklarının mekân birlikteliğini gereklilikten çıkardığı günümüzde, bir arada çalışma üzerine kurulu ofis anlayışı yerini, her tür mekânda çalışılabileceği anlayışına devretmektedir. Modern ofisler işgücü odaklı olmak üzere küresel rekabetin yoğunluğu altında insan kaynağının üretken, verimli ve yaratıcı, uyumlu ve mutlu olmaları ile onları elde tutma ve uzun süreli istihdamı sağlamaya yönelik ofisler şeklinde tasarlanmaya çalışılmaktadır.

3. Bir Çalışma Ortamı Bileşeni Olarak Çalışma Mekanı: Geçmişten Günümüze Ofis

Ofis kavramının kökeni dini kurumlar, hükümetler, ticaret şirketleri ve yazılı kayıtlar ya da

belgeler gerektiren kuruluşlara dayanmaktadır. İlk ofis binalarına 15.yy. da rastlanmakla birlikte çağdaş anlamda ofis 19.yy. ikinci yarısında yaşanan Sanayi Devrimi ile çalışma ve yaşam mekânlarının birbirinden ayrılması sonucu ortaya çıkan yeni bir alanı ifade etmektedir. Başlangıçta işlevleri açısından, belge ve kayıtların tutulduğu mekânlar iken elektrik, aydınlanma, hesap makinesi, telgraf, telefon, daktilo gibi teknolojilerin kullanımı ile bilginin biriktirildiği, verinin işlendiği ve bilginin üretildiği mekânlar haline dönüşmeye başladığı izlenmektedir. Uzak pazarlara ulaşmanın yanı sıra denetim ve verimliliğin artırılması amacını da taşıyan ofislerde genellikle okuryazar bireyler beyaz yakalı olarak çalışmaktadır (İmal,2008:6).

İlk ticari ofislerin ortaya çıkışında iletişim, ulaşım teknolojileriyle birlikte inşaat alanında da yaşanan gelişmelerin önemli bir katkısı bulunmaktadır. Artık çok sayıda bireysel ofise bölünmüş büyük alan, kalıcı duvarlarla ofis sahibinin statüsüne uygun büyüklüklere bölünmektedir. Genellikle şirketteki en iyi memurlar köşe ofise sahip olabiliyordu. Aynı koridora bakan çok sayıda odadan oluşan ofisler kapalı nitelikte yani gizliliği yüksek düzeydeydi. Bu ofislerin en önemli avantajları mahremiyetin artışı ve yüksek konsantrasyon iken katı hiyerarşi, düşük esneklik, işbirliği eksikliği de dezavantajları arasında sayılmaktadır (Anton, 2015:3-5).

Frank Lloyd Wriqh 1906'da New York'ta açılan Larkin Yönetim Binasındaki tasarımları ile açık ofisin doğuşunu tasarlamıştır. Havalandırmanın klima, aydınlanmanın ise flüoresan ile sağlandığı doğal ışığın ve havalandırmanın çok az olduğu bu binalarda, işçilerin dış dünya ile iletişimleri kesilmekteydi (Mansson, 2019). İyi bir ofis için en önemli kriterler arasında aydınlanabilirliğin olduğu bu dönemde, yüksek tavan/geniş pencereler ve alanı dikey olarak çoğaltan katlar yani yüksek binalar öne çıkmaktadır. Wright'ın ofis binasında kadın-erkek için tuvaletler, duş dolapları, dinlenme alanları, revir, kütüphane ve sosyal gereksinimin karşılandığı alanlar bulunması dikkat çekicidir. Kapalı ofisleri, görevleri belirli şekilde tekrarlayan hareketlere bölme mantığına dayanan Fordist/Taylorist üretim ilkelerinin yirminci yüzyıl başlarında ofise uyarlanması ile oluşturulan çalışma havuzları düzenlemesine neden olduğu görülmektedir. Taylor'un 1911 de yayınlanan Bilimsel Yönetim İlkeleri adlı kitabı, işi zaman/hareket açısından değerlendirmekte ve beyaz yakalıların saat tutularak çalıştırıldığı bu sistem kesintisiz bir iş akışının yanında yüksek düzeyde görsel denetim, daha fazla sayıda masa ve işgücü kullanımı sağlamaktadır. Aynı zamanda işin parçalanması nedeniyle kolaylaşması hem maliyeti düşürmekte hem de verimliliği ve işbirliğini arttırmaktadır. Katı hiyerarşinin yanı sıra gürültü artışı ve mahremiyet eksikliğine neden olması sistemin eleştirilen olumsuz yönlerini oluşturmaktadır. Sessiz kuşağın işbaşı yaptığı düşünülen 1950lere gelindiğinde birçok açıdan yeniden yapılanan çalışma ve çalışma alanları açık ofisin en çok eleştirilen olumsuz yönlerinin etkilerini gidermek üzerine tasarlanmaktaydı. 1950 öncesi ofislerin yerine denetim ve hiyerarşiye dayalı modeli daha esnek, daha keyifli, iletişime daha açık, mekânsal hiyerarşinin kaldırıldığı, işbirliği ve güvenin öne çıkarıldığı Bürolandschaft adı verilen açık ofisler kurulmaya başlandı (Anton, 2015:6-7).

Çalışanlar arasındaki etkileşim ve işbirliğini arttırmasıyla beraber doğal bitki ve mobilya kullanımıyla esnek bir şekilde alanı bölen daha organik modeller olarak tasarlanan bu ofisler (Mansson, 2019) “doğal ofisler” olarak adlandırılmaktaydı. Bu ortamların dezavantajları ise artan gürültü ve gizlilik eksikliğidir. Baby Boomersların iş hayatına katıldığı 1960'ın ikinci yarısında ofislerdeki serbest düzen genellikle kaldırılarak yavaş yavaş kapalı mekânlara dönüş yapılmaya başlanmıştır. Aksiyon Ofisleri, Bürolandschaft'tan farklı olarak, personel için çeşitli alternatif çalışma ayarları sunmaktaydı. Modüler sistemler olarak değerlendirilen aksiyon ofisleri daha fazla hareket özgürlüğü yanında sağladığı gizlilik açısından da önemliydi. Aksiyon ofislerinin giderek sabitlenen ve yükselen duvarları zamanla mahremiyetin arttırıldığı hücre adı verilen, genellikle 1,5-1,8 m boyunda olan yarıdan ayrılmış, kısmen kapalı çalışma alanlarının düzenlenmesine doğru şekillenmiştir. Amacın, ofis çalışanlarını, ses ve dikkat dağıtıcı öğelerden izole etmek olduğu “odacık denizi/ küp çiftlikleri” düzenli ve belirli bir yapıya sahip, kısmi gizlilik ve kısmi iletişim içeren yapılarıdır. X kuşağının işbaşı yaptığı döneme denk gelen “casual ofisler” ise, 1980lerin ikinci

yarısında farklılaşan iş dünyası, küreselleşme, rekabet, bilgisayarlaşma, hizmet sektöründeki yoğunlaşma, bilgiye dayalı işlerin artışı, proje odaklı, takım çalışması gerektiren iş sistemleri, yaratıcı endüstrilerin yaygınlaşması gibi birçok nedenle öne çıkmıştır. Geleneksel ofise göre rahat bir yapısının bulunması, merkezi şehir alanlarında konumlandırılması, 24 saat açık, çalışanların işlerini kontrol etmenin zor olması, faaliyet odaklı, tasarım ve yaratıcı düşüncenin teşvik edilmesi, kişiselleştirilmiş esnek çalışma alanlarına sahip olması gibi özellikler casual ofislerin tercih edilmesinde etkili olmuştur. 1990larda internet teknolojilerinin gelişimi, dizüstü bilgisayarlar ve iletişim teknolojilerinin ofis alanlarında yarattığı değişim sonucu ortaya çıkan “Sanal Ofis”lerde mobilize olan iş, ofisten kafeye veya eve doğru yönelmektedir. İşveren için dış kaynak ile maliyet tasarrufu ve rekabet avantajını ifade eden sistem, işgücü için ise iş/yaşam dengesi avantajı sunmaktadır. Ancak etkileşim, işbirliği eksikliği ve izolasyon hissi bu ofis yapılarının en önemli dezavantajlarıdır (Anton, 2015:8-15).

Y Kuşağı'nın çalışma hayatına başladığı ve “her yerin ofis olduğu” 2000lerde ise işgücünün çalışmayı seçebileceği alanların ofisin yanı sıra ev, kafe veya ortak paylaşım alanları biçiminde çeşitlenmesi ile işgücünün ofislerden uzaklaştığı ev- kafe ortamlarına yöneldiği bir süreç yaşanmaktadır. Şirketler, çalışma mekânı olarak ofisin rekabetçi bir pazarda en iyi yetenekleri çekmek ve elde tutmak için kullanılabilir önemli bir araç olduğunun farkına vardıkça, çalışanın rahatı ve iyiliğine odaklanmaya devam etmektedir. Ofise dönüşü sağlamak amaçlı oluşturulan renkli ofisler yeni kuşağın beklentileri doğrultusunda tasarlanmaktadır. Bu kapsamda langırt makineleri, puflar, masa tenisi ve dart tahtalarıyla yaratıcı alanlar ile eğlence ortamının bir arada olduğu ofisler yakalanmaya çalışılmaktadır. Günümüzde evlerden ilham alan modern işyerleri cazip hale gelmek ve yeni kuşak işgücünü ofise çekebilmek için tasarlanmaktadır. Bu durum alışılmış kalıpların ve tasarımın dışında yepyeni bir çalışma mekanını doğurmaktadır.

4. Yöntem

Çalışma ortamı, işin gerçekleştirilmesine ilişkin fiziksel koşulların ötesinde sosyal, ekonomik ve psikolojik beklentileri de içermektedir. Bu kapsamda çalışma zamanı, çalışma koşulları, yönetim ve çalışma arkadaşları ile ilişkiler ve çalışma mekânı gibi bileşenlerin, çalışanların ihtiyaçlarına uygunluğu ve beklentileri ile örtüşmesi hem çalışan hem de kurum açısından olumlu sonuçlar ortaya çıkaracaktır. Günümüz piyasa koşullarında kurumlar, rekabet üstünlüğünün sahip olunan insan kaynağınca belirlendiğinin farkında bir yaklaşım sergilemektedir. Bu bağlamda çalışanların aidiyet ve bağlılığını arttırmada önemli bir faktör olan çalışma ortamına ilişkin düzenlemelerin ve değişimin, yeni kuşak işgücünün özellikleri ve beklentileri doğrultusunda gerçekleştirilmesi önem kazanmaktadır. Yakın geleceğin işgücü piyasasında etkin rol oynayacak Z kuşağı üyelerinin bir olgu olarak çalışmayı nasıl değerlendirdiklerine yönelik araştırmaların yanı sıra çalışma ortamına ilişkin beklentilerinin belirlenmesi işletmelere avantaj sağlarken, yeni kuşakla iletişim ve empati kurmayı kolaylaştırması açısından da önem taşımaktadır.

Z kuşağının çalışma ortamına ilişkin beklentilerini tespit etmek amacıyla taşıyan bu nitel araştırma, olgubilim deseni dikkate alınarak hazırlanmıştır. Temelini bireysel tecrübelerin oluşturduğu olgubilim çalışmalarında, veri kaynakları olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek veya yansıtabilecek birey ve gruplardır. Olgubilimde, araştırılan olgunun tanımlanmasında kişinin yaşamış tecrübeleri önemli bir rol oynamaktadır (Baş ve Akturan,2017:86-89). Zira olgularla gündelik yaşamımızda olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşılaşılabilmektedir. Veri analizinin yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaya yönelik olduğu olgubilim araştırmalarında, olgu betimsel bir anlatım ile alıntılar kullanılarak tema ve örüntülerle açıklanmakta ve yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek,2016:68-72). Olgubilim araştırmalarında, veri toplanacak bireylerin bulunduğu bölgenin/yerin tespiti önemlidir. Belirlenen bölgede/yerde araştırma problemine konu olan olguyu tecrübe eden ve yaşamış tecrübesini aktarabilecek kişilere ulaşılması önemlidir (Güler ve diğ.,

2015:241-242). Bu bağlamda Z kuşağı temsilcilerine ulaşılması en kolay yer olan üniversite ortamı araştırma için uygun bulunmuştur. Yine özellikle çalışmayı tecrübe etmelerinin araştırma için önemi sebebiyle iş ve staj deneyimi olan kişilere araştırma kapsamında yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında, bir olguya ilişkin olarak belli bir tecrübeyi yaşadığı düşünülen bireylerin bir araya getirilerek, yaşanmış tecrübeleri hakkında ortak açıklamada bulunmalarını sağlayan odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesinin ortak sohbet havası oluşturma fırsatının daha ilgi çekici, verimli görüşmeler gerçekleştirme imkanı tanınması ve katılımcıların olguya ilişkin ortaklaşa nasıl algıladıklarını yakından görme olanağını vermesi (Güler ve diğ.,2015:127-128) de genç katılımcılardan oluşan araştırma için tercih edilmiştir.

Çalışmanın gerekliliği ve çalışma ortamı bileşenlerine ilişkin Z kuşağı üyelerinin değerlendirmelerinin ne olduğunu, bunlara ilişkin algılarını, beklentilerini ortaya çıkarmaya yönelik veri elde edebilmek için hazırlanan soru kılavuzunun oluşturulmasında tesadüfi olarak tespit edilmiş heterojen bir pilot grupla beyin fırtınası gerçekleştirilmiştir. Böylelikle belirlenen sorulara ilişkin alt faktörler, üniversite öğrencileri arasından farklı bölümlerde öğrenim görmekte olan, 2000 doğumlu, iş ve staj deneyimi bulunan Z kuşağı temsilcilerinden tesadüfi olarak tespit edilmiş olan 10 ar kişilik gruplar şeklindeki üç odak gruba yöneltilmiştir. Uygulamada her grup ile bir oturum gerçekleştirilmiş ve bu oturumlar ortalama 50-60 dakika aralığında sürmüştür. Oturumlarda katılımcıların demografik özellikleri ile çalışmanın gerekliliği ve çalışma zamanı, çalışma koşulları, yönetimle ilişkiler, çalışma arkadaşları, çalışma mekanı gibi çalışma ortamına ilişkin beklentileri tespiti yönelik geliştirilmiş soru kılavuzu kullanılmıştır. Katılımcılara, soru kılavuzundaki faktörlere eklemek istedikleri olması halinde yeni faktörler ekleyebilecekleri belirtilmiştir. Kayıt cihazının mevcut tutulduğu odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler, kodlama ve analizler NVIVO12 programı aracılığıyla değerlendirilmiştir.

5. Bulgular

Demografik bilgiler açısından, çoğunluğunu kadınların oluşturduğu katılımcılar için en yoğun gelir grubu, 1600-3000 aralığında görülmektedir. Öğrencilerin çoğunluğu çalışmaya devam etmekte olduğundan belirtilen gelir genellikle kendilerine aittir. Ancak daha önce çalışıp bırakmış veya staj deneyimi olan katılımcılar için gelir, ailelerinden kendilerine aktarılan biçimindedir. Katılımcıların ebeveynleri çoğunlukla X kuşağında iken ebeveynlerinin eğitim düzeyinin, ilk ve ortaokul düzeyinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Katılımcıların annelerinin önemli bir bölümü herhangi bir işte çalışmazken, babaların çoğunluğunun düzenli bir işte çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

“Çalışma”nın gerekliliği hakkında

Z kuşağı temsilcisi katılımcılara *“konforlu bir yaşam sürmeniz için çalışmanıza gerek kalmadan gelir elde edebileceğiniz bir fırsat sunulsa çalışmaya devam eder misiniz”* sorusu sorulduğunda; 23 katılımcı çalışmaya devam edeceğini belirtmiştir. Çalışmaya devam edeceğini belirten katılımcıların çalışmaya devam etme nedenleri ise farklılık göstermekle birlikte en yaygın neden olarak *“boş kalmamak”* gösterilmektedir. Z kuşağını temsil eden katılımcılar için çalışmak, boş kalmamak için yerine getirilecek bir faaliyet olarak görülmektedir.

Boş kalmamanın yanı sıra katılımcıların çalışmaya devam etme nedenleri arasında bir işe yarama duygusu yaşamak, kendini iyi hissetmek, yeni şeyler öğrenmek, sosyalleşmek, düzen ve statü sahibi olmak gibi cevaplar da yer almaktadır. Bu konudaki bazı ifadeler şu şekildedir;

“Kendim için çalışıyorum, ömrümü yatarak geçirmek istemem”

“Çalışmazsam kendimi işe yaramaz hissederim bunun için çalışırım”

“Her ortamın farklı bir tecrübesi oluyor ben yeni şeyler öğrenmek isterim”

- “Kendime hazır para yemeyi yakıştıramam”
- “Düzenli bir hayat sürmek isterim çalışmak bu düzene destek sağlıyor”
- “Kariyer yapmak isterim çalışmak sadece para değil sonuçta”
- “Başka ne yapacağımı bilemedim şimdi ben hep çalıştım çalışırım gene”
- “İşyerinde sosyalleşmek insanları tanımak isterim”

Tablo-1 Çalışmanın Gerekliliğine İlişkin Kelime Bulutu



Çalışmaya devam etmeyeceklerini ifade eden katılımcıların devam etmeme nedeni ise “gelir elde edince çalışmanın başka bir anlamı olmayacağı” yönündedir. Aynı katılımcılara, çalışmadan elde edilebilecek bir ekonomik kaynak, imkân olmaması halinde çalışmanın gerekli olup olmadığı sorulduğunda, tamamının çalışmanın gerekli olduğu yönünde fikir belirttikleri görülmektedir. Çalışmanın gerekliğine neden olarak, farklı biçimlerde olsa da “ekonomik fayda”yı içeren cevaplar verilmiştir. Z kuşağı temsilcisi katılımcıların, başkasına muhtaç olmamak, ihtiyaçlarını karşılayabilmek, ayaklarının üzerinde durabilmek, kendine yetebilmek şeklindeki farklı ifadelerinin hepsi çalışmanın “ekonomik kaynak elde etme ve para kazanmak” için gerekli olduğu sonucunu doğurmaktadır. Bu suretle katılımcıların bir kısmı, çalışmanın sadece ekonomik bir tatmin aracı olduğuna yönelik kanaate sahiptirler.

Araştırmada Z kuşağı temsilcisi katılımcıların “gelecekte çalışmayı isteyecekleri ve beklentilerine yanıt verecek olan işin hangi özelliklere sahip olması gerektiğini” belirlemek üzere;

- Çalışma zamanına ilişkin beklentilerinin ne olduğu
- Çalışma koşullarına ilişkin beklentilerinin ne olduğu
- Yönetim anlayışına ilişkin beklentilerinin ne olduğu
- Çalışma arkadaşlarına ilişkin beklentilerinin ne olduğu
- Çalışma mekânına (plaza, fabrika, ofis gibi) ilişkin beklentilerinin ne olduğu
- Çalışmayı tercih ettikleri mekânın özelliklerine ilişkin beklentilerinin ne olduğuna

yönelik sorular yöneltmiştir. Bu soruların altında beyin fırtınası sonucunda elde edilen faktörler listenmiş ve öğrencilerin bu faktörler arasında sıralama yapmaları istenmiştir. Bulgular arasında bir bağlantı kurulamamış, temalar kendi özelinde değerlendirilmiştir.

Çalışma zamanına ilişkin beklentiler

Katılımcıların zamana ilişkin beklentilerinde üç belirgin cevap ortaya çıkmıştır. Bunlar, düzenli olarak nitelendirdikleri ve derinlemesine sorulduğunda 09:00-17:00 biçimindeki “tam zamanlı işi” ifade ettikleri çalışma yaygın olmakla birlikte, esnek olarak ifade edilen “çalışma saatlerini kendilerinin organize ettiği çalışma saatlerini” ve son olarak “yarım gün olarak nitelendirdikleri part time çalışmayı” tercih ettikleri görülmektedir. Tam zamanlı çalışma cevabının yoğun olduğu katılımcılara, neden bu şekilde çalışmak istedikleri sorulduğunda ise, katılımcıların çoğunluğu tam zamanlı çalışmalarını halinde hayatlarının düzenli ve disiplinli olacağını belirtmişlerdir. Çalışma saatlerini kendileri organize etmek isteyen ve yarım gün çalışmayı tercih edenlerin ise çalışma hayatı dışında da bir yaşam olduğu düşüncesinden hareket ettikleri ve sosyal yaşamın vazgeçilmezliğine ilişkin kanaate sahip oldukları görülmektedir. Daha mutlu ve doyuma ulaşmış bir yaşam için iş dışında da zamana ihtiyacı olduğunu düşünen katılımcıların, böyle bir çalışma tarzıyla işe karşı motivasyonlarının daha yüksek olacağına yönelik de inançları bulunmaktadır. Bu durumu Z kuşağının esnekliği ve kişisel özgürlüğü önemseyen özellikleri ile açıklamak da mümkündür.

Çalışma koşullarına ilişkin beklentiler

Z kuşağı temsilcisi katılımcıların çalışma koşullarına ilişkin beklentilerinde, yaygın cevabın ekonomik gerekçelerle ücret çıkması bekleniyorken, ağırlıklı olarak “izin” konusuna yer verdikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Buna göre katılımcılar tam zamanlı çalışmayı tercih etmekle birlikte dilediklerinde izin alabilecekleri, izin kullanabilecekleri bir çalışma ortamı talep etmektedirler. İzin beklentisinin yanında servis, araç, yemek gibi hizmetlerin sağlanması, sendikanın varlığı, çalışanlar için etkinliklerin düzenlenmesi hususlarına da yer verilmektedir. Çalışma koşullarına ilişkin beklentiler genel olarak değerlendirildiğinde de ağırlıklı olarak ben merkezli olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin, işlerini yapmaya dair kullanacakları araç gereçlerin varlığı ve kalitesi, işin sürekliliği ve güvenceye sahip olması gibi konulara hiç değinilmemektedir.

Tablo-2 Çalışma Koşullarına İlişkin Kelime Bulutu



Katılımcıların genel kabul olan tam zamanlı çalışma biçimini tercih etmeleri ve bunu düzenli bir hayata sahip olmak şeklinde gerekçelendirdikleri ve çalışma koşulu olaraksa dilediklerinde izin alabilecekleri bir ortamı önceliklendirmeleri Z kuşağının özellikleri ile açıklanabilir. Buna göre bu durum riski sevmeyen Z kuşağının konfor alanından çıkmamayı tercih etmesinin yanısıra iş-yaşam dengesini de önemsedikleri biçiminde değerlendirilebilir. Gerek çalışma zamanı gerekse çalışma koşullarına yönelik beklentiler birlikte değerlendirildiğinde Z kuşağının daha özgür olma ve kendi yaşamını önemseme özelliklerinin de belirleyici olduğu düşünülmektedir.

Tam zamanlı çalışmanın tercih edilmesinde gelirin yanıltıcı etki yaratıp yaratmadığını anlamak amacıyla çalışmanın tam zamanlı ve part time ya da esnek olmasının gelir açısından bir

farklılık yaratmayacağı vurgulanarak, soru tekrar yöneltildiğinde de katılımcıların yanıtının değişmediği görülmüştür.

Yönetime İlişkin Beklentiler

Z kuşağı temsilcisi katılımcılara yönetime karşı beklentileri sorulduğunda yaygın cevabın kendilerine ve fikirlerine değer verilmesi biçiminde ifade edildiği tespit edilmiştir. Katılımcılar, çalışmalarının anlam bulduğunu, değerlendirildiğini görmek, kendilerine, istek ve fikirlerine saygı duyulduğunu bilmek istemektedirler. Katılımcılar bu noktada, saygı, açıklık, gelişim, eşitlik, iletişim, çalışan memnuniyeti kavramlarına öncelik vermektedir. Bu durum katılımcıların, maddi tatminin ötesinde kişisel tatmin beklentisi içerisinde oldukları yönünde değerlendirilebilir. Nitekim çalışma koşullarına ilişkin beklentilerde de önceliğin maddi bir unsur olan ücretten ziyade dilediklerinde izin kullanabilme gibi maddi olmayan isteklere verildiği görülmektedir. Ancak verilen cevaplar da yönetimle ortak bir vizyona sahip olma gibi unsurlara yer verilmediği dikkat çekmektedir.

Katılımcıların yönetime ilişkin beklentilerine yönelik bazı ifadeler şu şekildedir;

“Bir ortamda, eşitlik ve saygı olmazsa orada bulunmam mümkün olmaz.”

“İşyerinde insan olarak kimse diğerinden üstün değil onun için bana eşit davranılmasını ve saygı duyulmasını isterim”

“Eşitlik olursa, disiplin, saygı, huzur olur”

“Fikirlerime değer verilmesi benim için önemlidir”

“İşyerinde kendimi iyi hissetmem için bana saygı duyulması gereklidir”

“Bana saygı duymayan, değer vermeyen yöneticilerle çalışmam”

Tablo-3 Yönetimden Beklentilere İlişkin Kelime Bulutu



Bu beklentiler aynı zamanda Z kuşağının hemen onaylanmak isteme, şeffaflığı ve fikirlerinin dinlenmesini önemseme, takdir görmeye yönelik özelliklerinin bir sonucu olarak da değerlendirilebilir.

Çalışma Arkadaşlarına İlişkin Beklentiler

Z kuşağını temsil eden katılımcılara çalışma arkadaşlarından beklentileri sorulduğunda en yaygın yanıt olarak birlikte çalışmak istedikleri kişilerin “eğlenceli” olması yönündeki isteklerini dile getirmişlerdir. Eğlencenin yanısıra çalışma arkadaşlarının işbirliğine yatkın, sorumluluk duygusu yüksek kişiler olması yönünde beklentilere de sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ancak çalışma arkadaşlarına yönelik beklentiler değerlendirildiğinde, katılımcıların çoğunlukla yapılan

işe, ortak başarıya, takım çalışmasına odaklı cevaplardan ziyade ben merkezli bir anlayışa sahip beklentiler ortaya koydukları dikkat çekmektedir. Buna göre katılımcılar, çalışma arkadaşından ziyade kendilerini eğlendirebilecek, stres atmalarını sağlayacak, ihtiyaç duyulduğunda kendilerinden yardımı esirgemeyecek bir arkadaş beklentisi taşımaktadırlar.

Katılımcıların çalışma arkadaşlarına ilişkin beklentilerine yönelik bazı ifadeler şu şekildedir;

“Sıkıcı insanlarla bütün gün nasıl geçer, Sosyal ve eğlenceli bir ortamda çalışmak motivasyonumu artırır”

“Molalarda güzel vakit geçirebilirim işe verimli dönebilirim”

“Kendimi yanında rahat hissedeceğim insanlarla çalışmak isterim. İşin stresinden kurtulmak için”

“Çalışma zaten sıkıcı, arkadaşlarım eğlenceli olmalı, sıkıcı bir ortam olursa insan işe gitmek istemez ki”

Tablo-4 Çalışma Arkadaşları Beklenti Kelime Bulutu

odaklı paylaşımlı
çalışma eğlenceli
sorumluluk işbirliği

İşbirlikçi ve yaratıcı olarak ifade edilen Z kuşağının renkli bir iş hayatı isteme özellikleri, çalışma arkadaşlarında öncelikli olarak eğlence ve işbirliği yönünde bir beklenti taşımaları ile açıklanabilir.

Çalışma Mekânına İlişkin Beklentiler

Z kuşağı temsilcisi katılımcıların çalışmayı tercih edecekleri mekân olarak beklentileri değerlendirildiğinde plaza, fabrika gibi alternatiflerin yanında, katılımcıların büyük bir bölümünün ofis ortamında çalışmak istedikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum, katılımcıların eğitim görmekte oldukları (halkla ilişkiler, bankacılık ve işletmecilik) bölümlerle ilişkilendirildiğinde anlamlı hale gelmektedir. “Ofis” te çalışmak isteyen katılımcılara bu ofise ilişkin özelliklerin neler olmasını bekledikleri sorulduğunda ise çok geniş bir cevap dağılımıyla karşılaşılmakta ancak cevapların eğlenceli, renkli, ergonomik, açık ofisler biçiminde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Katılımcıların çalışma mekânına ilişkin beklentilerine yönelik bazı ifadeler şu şekildedir;

“Masa düzeni ve mahremiyet benim için önemli telefon konuşmalarımı kimsenin duymasını istemem”

“Düzenli bir ofis iş yapmayı kolaylaştırır”

“Sosyalleşme ve fikir alışverişi yüksek olabileceği açık bir ofiste çalışmak isterim”

“Tek başına odada daha önce çalıştım, çok sıkıcı”

“Kendime özel bir ofis isterim, sakin olmalı.”

Tablo-5 Çalışma Mekânı Beklentisi Kelime Bulutu



Çalışma Mekânının Özelliklerine-Niteliklerine İlişkin Beklentiler

Z kuşağı temsilcisi katılımcıların ofis alanının özelliklerine ilişkin temel beklentilerinin dinlenme ve etkinlik olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum Z kuşağının özellikleri göz önüne alındığında anlamlı değerlendirilmektedir. Beklentiler; aydınlık, iklimlendirmesi iyi (sıcak-soğuk), temiz, hijyenik, güvenli ve teknolojik bir ortam olması yönünde yoğunlaşmaktadır. Bu beklentilere ilave olarak, çay-kahve, yemek, ulaşım, dinlenme/etkinlik alanı, kişisel dolap gibi istekler de yüksek düzeyde talep edilmektedir. Katılımcıların Büro/Ofis alanının özelliklerine ilişkin beklentilerine yönelik bazı ifadeler şu şekildedir;

“Çay veya kahve içemezsem kendime gelemiyorum, dikkatimi toplayamıyorum.”

“Aydınlık olmazsa motivasyonum yaşama sevincim düşüyor, uykum geliyor.”

“Düzenli bir ofis olmasını isterim daha rahat hissederim, verimliliğim artar”

“Hızlı internet ulaşım olmalı, daha hızlı çalışabilmem için”

“İşin stresinden kurtulabileceğim, mola verebileceğim, spor yapabileceğim alanlar olmalı”

Tablo-6 Çalışma Mekânının Özelliklerine-Niteliklerine İlişkin Beklenti Kelime Bulutu



21. yüzyıl çalışma ortamları artık mekan/zaman ilişkilerinin bağımsızlaştığı bir ortamda şekillenmektedir. Teknolojik gelişmelerin uzantısında her yerin ofis olduğu bu dönemde, ofislerin ve ofislerdeki çalışma ortamının tasarımı, yetenekli işgücünün ofise çekilmesinde ve istihdamında gereklilik halini almıştır. Bu noktada evden, cafeden, paylaşımlı ofislerden çalışabilme imkan ve alternatifine sahip işgücünün ofisten beklentilerinin anlaşılmasında, paradigma değişiminin yanı sıra kuşağın karakteristik özellikleri de dikkate alınmalıdır. Kendini ifade etme, farklılıklara saygı gösterme, farklı deneyimlere açık olma, kendini önemseme, özgürlüğe, esnekliğe, rahatlığa ve

renkli bir iş hayatına önem verme gibi özellikler sergileyen Z kuşağı, diğer kuşaklara göre çalışma yaşamında farklı talepleri olan bir kuşağı oluşturmaktadır. Bu durum Z kuşağı temsilcisi katılımcıların çalışma mekânına yönelik ve bir mekân olarak ofise yönelik beklentilerinde de kendini göstermektedir. Nitekim işletmelerin çalışma alanlarını yeni kuşağın talep ve beklentileri yönünde tasarladıkları dikkati çekmektedir.

Yeni kuşağı yakalama çabasındaki işletmeler, dinamik, sosyal, gelişimi destekleyen çalışma atmosferinin hâkim olduğu, kendini gerçekleştirme ve aidiyet hissi sunan, herkesin nasıl çalışacağını seçebildiği, farklı aktivite ve etkinliklerin sunulduğu, renkli, konforlu, ergonomik, eğlenceli vakit geçirilebilecek alanların yanı sıra proje, etkinlik ve toplantı alanlarına da sahip olma çabası içerisindedirler. Çalışma alanlarının tasarımında mimari, mobilya, donanım gibi maddi unsurların ötesinde içinde bulunulan ortamın atmosferi, konsepti ve çalışanlarda yarattığı enerji de dikkate alınmaktadır. Bu durumun son yıllarda hızla artan sanal ofisler için de geçerli olduğu görülmektedir. Fiziksel koşulların yanı sıra happy hour, farklı kahve ve çay seçeneklerine sahip olma, iş yapmada kullanılan teknolojik araçların donanımı, kalitesi gibi unsurlar da yeni kuşağın tercih ve beklentilerinde önemli bir rol oynamaktadır. Son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de farklı, modern, ihtiyaç odaklı ofislerle iç müşteri memnuniyetini artırma eğilimindeki şirketlerin sayısının giderek arttığı gözlenmektedir. Oturma grupları, açık mutfaklar hatta halıların bulunduğu ev rahatı ve konforundan ilham alan ofislerden, yürüyüş parkurları, yeşillendirilmiş, cam tavanlı aydınlık alanların bulunduğu içeride dış mekân yaratılan ofislere, salıncak, kaydırak, bardo masaları, mini golf alanları, langırt makinelerinin bulunduğu eğlence yoğun alanları içeren ofislere kadar geniş bir tasarım yelpazesinin varlığı dikkati çekmektedir.

6. Sonuç ve Tartışma

2000 yılı ve sonrasında doğanları kapsayan Z kuşağı, toplumsal yaşamın hemen her alanına girmeye hazırlanan yeni bir nüfusu temsil etmektedir. X ve Y kuşaklarının halen aktif oldukları günümüzde, alışkanlıkları ve tutumlarıyla farklılık arz ettiği izlenen Z kuşağının kendinden önceki kuşaklarla toplumsal yaşamın birçok alanını paylaşması kaçınılmazdır. Bugünün ve ağırlıklı olarak geleceğin toplumunu şekillendirecek olan Z kuşağının toplumsal yaşama ve çalışma yaşamına dair bakış açılarını, beklentilerini öğrenmek geleceğin nasıl şekilleneceğine dair tahmin yapma imkânı tanıyacaktır. Gelecek için gerçekçi öngörülerde bulunabilmek, strateji ve politika belirleyebilmek Z kuşağının yaşama bakışını, algı, tutum ve beklentilerini bilmeyi gerekli kıldığından, son dönemde Z kuşağına yönelik gerçekleştirilen araştırmalar, tüketim alışkanlıklarından sosyal medya alışkanlıklarına, öğrenme süreçlerinden tüketimlerine kadar geniş bir yelpazede gerçekleştirilmektedir. Bu araştırmalardan, Z kuşağının çalışma ortamlarındaki beklentilerine yoğunlaşan Arar ve Yüksel 2015’te gerçekleştirdikleri çalışmalarında Z kuşağının organizasyona ilişkin beklentilerini organik bir yapı, esnek çalışma zamanı ile teknolojik ve telekomünikasyon ofisleri olarak sıralamakta ve yöneticiler yerine de liderleri tercih ettiklerini göstermektedir.

Kirchmayer ve Fratričová tarafından 2017’de gerçekleştirilen bir araştırmada Z kuşağı için iş-yaşam dengesi ve işin doğallığı öncelikler arasında yer almaktadır. Bu beklentiye iş güvenliği, esnek çalışma ve gelişme fırsatları takip etmektedir. Agarwal ve Vaghela’nın 2018’de Z kuşağının çalışma değerlerine odaklanan çalışmalarında, kuşağın en önem verdiği değerlerin yardımlaşma olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Z kuşağı için bilgi paylaşımının çalışma ortamındaki eşitliğin, iş-yaşam dengesinin önemini vurguladıktan sonra Z kuşağı için iş arkadaşları ile iyi ilişkiler kurmanın ve takım halinde çalışmanın da önemli olduğu ifade edilmektedir. Gaidhani, Arora ve Sharma ise 2019’daki araştırmalarında, Z kuşağının çalışma ortamına ilişkin öne çıkan değerlendirmelerinde evde veya esnek ofislerde çalışma arzusunda oldukları vurgulanmaktadır. Kronos Workplace Institute tarafından 2019’da gerçekleştirilen araştırmada saygı ve anlık geribildirim Z kuşağının en çok motive eden öğe olduğu belirtilmektedir. Z kuşağı için teknolojinin ve iş yaşam dengesinin

öncelikli olduğunun altını çizen araştırma, Z kuşağının proje odaklı işlerde yer almayı tercih ettiğini de ortaya koymaktadır. Taş ve Kaçar ise 2019 yılında gerçekleştirdikleri X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının yönetim tarzlarına ilişkin araştırmalarında Z kuşağının otoriteyi reddetmenin yanı sıra cesaretlendirilmek ve motive edilmeyi beledikleri ifade edilmektedir. Araştırmada ayrıca Z kuşağı için teknolojinin vazgeçilmezliğine vurgu yapılarak, teknolojinin sağladığı kolaylığın işin anlamını ve işe bağlılığı arttırdığı belirtilmektedir.

Bu araştırmada elde edilen bulgularda da literatüre paralel sonuçlara ulaşılmıştır. Z kuşağı, kendilerine ve fikirlerine ilişkin değer verilmesini bekleme, eğlenceli, konforlu, etkinlik ve dinlenme alanlarına sahip alanlarda çalışma isteği, iş-yaşam dengesini ve esnekliği önceliklendirme hususlarında Z kuşağını temel alan benzer araştırmaların sonuçlarıyla uyum içindedir. Öte yandan araştırma kapsamında ulaşılan bulgular, Z kuşağına ilişkin karakteristik özellikler ile de örtüşmektedir.

Çalışmayı, boş kalmamak, kendini geliştirmek, iyi ve bir işe yarar hissetmek, sosyalleşebilmek, düzen, statü sahibi olmak için gerekli gördüğünü ifade eden katılımcılar içinde az olmakla birlikte çalışmanın sadece ekonomik fayda sağlayan bir uğraş olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Günümüz koşulları üzerinden yaptıkları değerlendirmelerde ortaklaşa değindikleri husus ise çalışmanın kişisel tatmin sağlamaya yönelik bir yanının bulunması gerekliliğidir. İnsanların işsizlik, geçim kaygısı gibi sebeplerle sevmedikleri, kişisel tatmin kaynaklarının bulunmadığı işlerde çalışıyor olmasının, çalışmaya olan motivasyonu ve verimliliği düşüreceği kanaatini taşımaktadırlar.

Katılımcıların çalışma zamanına dair beklentilerinde tam zamanlı bir işin tercih edildiği görülmektedir. Bununla birlikte çalışma saatlerini kendilerinin organize ettiği çalışma saatleri ve yarım gün çalışmaya yönelik ilginin de az olmadığı dikkat çekmektedir. Hayatın belirli bir düzen ve disiplin kazanması için tam zamanlı çalışmayı tercih edecekler katılımcıların, araştırmanın diğer sorularına verdikleri cevaplar incelendiğinde, tam gün çalışma içinde istedikleri zaman izin kullanabilme, kişisel özgürlüğe, esnekliğe sahip olma gibi beklentiler taşıdıkları izlenmektedir. Bu durumu, “çalışma hayatını riske etmeyerek belirli bir düzene sahip kılabilme ama istediği zaman istediği gibi davranabilme seçeneğini de elinde bulundurabilme” isteği şeklinde yorumlamak yanlış olmayacaktır. Katılımcıların çalışma zamanına ilişkin beklentilerini tamamlayacak şekilde, çalışma koşulları beklentilerinde de maddi unsurlardan ziyade kişisel tatmine imkân veren “izin kullanabilme” beklentisine yer verilmektedir. Katılımcılar için hem bireysel mutluluk hem de işe motivasyon açısından sosyal hayatın varlığı ve sürdürülebilirliği önemli bulunmaktadır. Bunu sağlayabilmenin koşulu olarak da kendi zamanını yönetebilme, özgür ve esnekliğe sahip olabilme beklentisi taşımaktadırlar.

Yönetimden beklentilerde de diğer bulgularla uyumlu bir şekilde değer ve saygı görme yani kişisel tatmine yönelik beklenti söz konusudur. Katılımcılar için yönetimle iletişim kurabilmek, yönetimin çalışan memnuniyetini önemsemesi anlamlı bulunmaktadır. Ancak verilen cevaplar da yönetimle ortak bir vizyona sahip olma gibi unsurlara yer verilmediği sadece kendilerini önceleyen beklentilere sahip oldukları dikkat çekmektedir. Çalışma arkadaşlarına yönelik beklentilerde de çalışma arkadaşlığını, sosyal yaşam arkadaşlığı şeklinde algıladıkları sonucuna ulaşmak mümkündür. Zira işe yönelik bir ilişki tarzından ziyade eğlenebilecekleri bir ilişkiyi ilk sıraya yerleştirdikleri görülmektedir. İşbirliği kavramından bahsetmelerine rağmen buradaki işbirliğinin bir takım çalışmasından daha çok ihtiyaç halinde kendilerine yardım, destek sunabilecek bir ilişki tarzında olması söz konusudur.

Katılımcılar eğitim aldıkları bölümün de etkisiyle çalışma mekanı olarak ağırlıklı şekilde ofis çalışmasını tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Ofisin sahip olması gereken özelliklere ilişkin beklentilerde de kuşağın özellikleri ile uyumlu bulgular elde edilmektedir. Katılımcılar çalışma arkadaşlarından beklentilerde de dile getirdikleri gibi ofisin de eğlenceli, stres yaratmayan ve

sosyalleşmeye imkan veren bir tasarıma sahip olması gerektiğini ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra kişisel bir dolaba sahip olma, spor merkezi gibi etkinlik alanlarının bulunması, üçüncü nesil kahve ve farklı yeme alışkanlıklarına cevap verebilecek seçeneklerin bulunması gibi bireysel beklentiler de ofis özellikleri arasında sayılmaktadır.

Araştırma sonucunda, katılımcıların çalışma ortamı beklentilerinde “ben merkezli yapısı”nın öne çıktığı görülmekle birlikte, Z kuşağı katılımcılarının öne çıkan beklentileri 6 tema altında sınıflandırılarak değerlendirilmiştir. Bu temalar Tablo-7 de gruplandırılmıştır.

Tablo-7 Z Kuşağı Katılımcılarının Öne Çıkan Beklentileri

Çalışma zamanına ilişkin	Düzenli /disiplinli
Çalışma koşullarına ilişkin	İş-yaşam dengesi esnekliğine sahip
Yönetim anlayışına ilişkin	Kendilerine ve fikirlerine değer verilen
Çalışma arkadaşlarına ilişkin	Eğlenceli olmaları
Çalışma mekânına ilişkin	Konforlu ofis ortamı olması
Çalışma mekânının özelliklerine-niteliklerine ilişkin	Dinlenme /etkinlik alanlarının yoğunluğu

Tamamı daha önce çalışmayı deneyimleyen katılımcılardan oluşan gruplara, beklentilerinin karşılanmadığı bir ortamda çalışmalarını nasıl hissedecekleri sorulduğunda ise, çoğunluğu mutlu olamayacaklarını belirtmektedir. Bu sonucun tüm kuşaklar için geçerli olabileceği düşünülmekle birlikte bugün sadakat anlayışı diğer kuşaklardan farklılaşan ve vazgeçebilirliği en yüksek kuşak olan Z için mutlu olmayacağı bir ortamda devam etmek mümkün görünmemektedir. Bu sonuç aynı zamanda, aslında ne istediğinin farkında ve bilincinde olan Z kuşağının çalışmaya yönelik beklentilerini karşılamamanın çok da kolay olmadığını göstermektedir.

Örneklem özelinde değerlendirildiğinde ise çalışma ortamında aradıklarını bulamamaları halinde mutsuz ve düşük verimli olacaklarını belirten meslek yüksekokulu öğrencisi katılımcıların, Türkiye’de çoğunluğunu KOBİ’lerin oluşturduğu, yönetim anlayışının kurumsallıktan uzak, yaratıcılık ve yenilikçiliğin yerine yapılan işin önemsendiği bir iş dünyasında çalışacakları düşünüldüğünde, aradıklarını bulmaları oldukça zor görünmektedir. Kendini yönlendirebilme becerisine sahip olduğu düşünülen Z kuşağının zamanla koşullara uyum sağlayacağı umut edilmekle birlikte yoğun işsizlik ortamının ve ekonomik kaygıların, katılımcıların işgücü piyasasındaki beklentilerini zamanla törpüleyebileceği de öngörülmektedir.

Katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde bugünün endişeleriyle, geleceğe yönelik beklentiler arasında gidip gelen düşüncelerin etkili olduğunu söylemek mümkündür. Zira işsizlik, yoksulluk, ekonomik sorunlar yaşama gibi olumsuzluklarla birlikte yeni mezun olmanın dezavantajlarının farkında olan katılımcılar için, erken dönemde iş sahibi olabilmek önemli görülmektedir. Bu durumda tam zamanlı, sürekli ve hatta güvenceli bir istihdam olanağı ortaya çıktığında, Z kuşağının çalışma ortamına ilişkin beklentilerinin geri planda kalacağını öngörmek mümkündür.

Belirgin olan, son dönemlerde iş hayatına girmeye başlayan Z kuşağının, mevcut iş piyasasındaki ve çalışma ortamındaki dengeleri değiştireceğidir. İşletmelerin Z kuşağının özelliklerinin, taleplerinin farkında olması ve değişime direnç göstermeden, insan kaynağının

memnuniyetine, motivasyonuna odaklanan tasarımlar ile çalışma ortamlarını düzenlemesi ve tasarlaması gereklidir. İşletmelerin, çalışma ortamlarını yeni kuşak işgücünün seçiciliği, konformist beklentileri, bireyci yaklaşımları doğrultusunda yönetmesi önem kazanmaktadır. Yeni işgücünün beklentilerine cevap verebilecek psikolojik beklentilerin giderilmesinin yanında eğlence, saygı, konfor beklentilerini önceleyen çalışma mekanına ilişkin tasarımlar ve tercihler hem işgücünün hem de işletmenin yararına olacaktır. Geleceğin çalışma yaşamında “iş yapılan yer” anlayışının değişeceği, çalışma mekânlarının yaşamsal mekânlarla bütünleşeceği ve bu değişimde teknoloji ve diğer aktörlerin yanı sıra Z kuşağının talep ve beklentilerinin de rol oynayacağı düşünülmektedir. Bu noktada kurumlar, ivedilikle değişimin yönünü tespit ederek değişimi kabul etmeli ve geleneksel çalışma ortamlarından uzaklaşarak yeni, dinamik ve esnek yapılara doğru yönelmelidir. Öte yandan akademik alanda Z kuşağının farklılıklarına ve bu farklılıkların çalışma hayatına yansımalarına ilişkin kavramsal veya ampirik çalışmalarla daha ayrıntılı değerlendirilmesi de geleceğin çalışma ortamlarına ilişkin öngöründe bulunabilme, hazırlanabilme açısından önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Adıgüzel O., Batur Z. ve Ekşili N. (2014), Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı Mobil Yakalılar, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2014/1 Sayı :19, ss.165-182.
- Agarwal H. ve Vaghela P.S. (2018), “Work Values of Gen Z: Bridging the Gap to the Next Generation”NC-2018 - National Conference on Innovative Business Management Practices in 21stCentury, Faculty of Management Studies, Parul University, Gujarat, India. 21-22 December, pp.1-17
- Anton Kotlyarov (2015), Office of History, <https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/103923/3/Book%20%20History%20of%20the%20Office.pdf> Erişim Tarihi :30.10.2019
- Arar T. ve Yüksel İ. (2015), “How to Manage Generation Z in Business Life?” Journal of Global Economics Management and Business Research, 4 (4), pp.195-202
- Atılğan Ö. (2019), İş Yaşamında Farklı Kuşaklardaki İş Güvencesizliği ve İş-Aile Çatışması Algısı, İş ve İnsan Dergisi Cilt-Sayı 6 (1): 1-12.
- Baş, T. ve Akturan, U. (2017), Nitel Araştırma Yöntemleri, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. (2016), Y and Z Generations at Workplaces, Journal of Competitiveness, Vol. 8, Issue 3, pp. 90 – 106.
- Büyüksulu F. (2017), Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Konusunda Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Çetin Aydın G. ve Başol O. (2015), X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?, Electronic Journal of Vocational Colleges, Cilt 4, Sayı 4, ss.1-15.
- Çaycı B., Karagülle A.E (2014), X Kuşağından Y Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı, İçinde A. Z. Özgür, M. Barkan, A. İşman, E. Yolcu (Editörler), International Trends and Issues in Communication & Media Conference, ss. 190–196, Dubai, UAE
- Gaidhani S, Arora, D. L. ve Sharma, B.K. (2019), Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace, International Journal of Management, Technology and Engineering Volume IX, Issue I, pp:90-106
- Güler, A., Halıcıoğlu, M.B., Taşgın, S. (2015), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara

- Gürbüz, S. (2015), Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi? İş ve İnsan Dergisi Yıl Nisan Cilt-Sayı: 2 (1), ss: 39-57
- İlhan Ü.D., Kümbül Güler B., Aksaraylı M. (2019), Çalışma Değerleri ve Örgüte Duygusal Bağlılık: X ve Y Kuşağı Mavi Yakalı Çalışanlar Üzerine Bir Çalışma, Journal of Yasar University, Cilt 14, Sayı 56, ss: 379-406.
- İmal F. (2009), Sektörel Ofis Binalarında Çalışma Mekanları ve Sosyal Alanlar, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Karaçetin M. ve Akbaş L. (2019), Yönetimin Yeni Yüzü: Z Kuşağının Yönetim Tarzı Algısı Üzerine Bir Araştırma, Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Cilt: 7 Sayı:16, ss: 239 – 255.
- Kaplan T. B. ve Çarıkçı İ.H. (2018), İş Dünyasında Jenerasyonlar: X, Y ve Z Jenerasyonları Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), ss: 25-32.
- Kirchmayer, Z. ve Fratričová. J. (2017), “On the Verge of Generation Z: Career Expectations of Current University Students”, Conference: The 29th International Business Information Management Association Conference, At Vienna Austria, Volume: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Grow, ISBN: 978-0-9860419-7-6, pp.1575-1583
- Kronos Workplace Institute (2019), “Generation Z in the Workplace”, Kronos Incorporated, <https://workforceinstitute.org/wp-content/uploads/2019/11/Full-Report-Generation-Z-in-the-Workplace.pdf>, Erişim Tarihi: 14.05.2020
- Kuyucu, M. (2017), Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2, ss: 845-872.
- Mansson H. (2019), The History of the Office: Office Trends through the Centuries, <https://hubblehq.com/blog/the-history-of-the-office>, Erişim Tarihi: 28.10. 2019
- Mercan N. (2016), X, Y ve Z Kuşağı Kadınların Farklı Tüketim Alışkanlarının Modern Dünyada İnşa Edilmesi, KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, Haziran, 2(1): 59-70.
- Latif H. ve Serbest S. (2014), Türkiye'de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı, Gençlik Araştırmaları Dergisi, Yıl: 2 Cilt: 2 Sayı: 4, ss: 134-163.
- Sarioğlu E. B. ve Özgen E. (2018), Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt: 11 Sayı: 60, ss: 1067-1081.
- Seymen A. F. (2017), Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülerini İle İlişkilendirilmesi, Kent Akademisi Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi, Cilt: 10 Sayı: 4, ss: 467-489.
- Strauss, W. ve Howe N. (1991), Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069, Quill/William/Morrow, New York.
- Şalap K. O. (2016), Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımları, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Taş H. Y. ve Kaçar S. (2019) X, Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği, Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Yıl: 9 Cilt :11 Sayı :18, ss: 643-675.
- Taş H. Y., Demirdöğmez M., Küçükoğlu M. (2017), Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri, Opus Uluslararası Toplum araştırmaları Dergisi, Yıl:7 Cilt:7 Sayı:13, ss: 1031-1048.
- Türk Dil Kurumu, "Kuşak" kelimesi, Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/?kelime>, Erişim Tarihi:31.10.2019
- Twenge, Jean M. (2006), Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled-and More Miserable Than Ever Before, NewYork. <http://homepages.se.edu/cvonbergen/files/2012/12/You-Can-Be-Anything-You-Want-to-Be1.pdf>, Erişim Tarihi:29.10.2019