

BİREYSEL KARIYER PLANLAMADA ÖZ TANIMA ARACI OLARAK SWOT ANALİZİ: Z KUŞAĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

SWOT ANALYSIS AS A TOOL OF SELF RECOGNITION IN INDIVIDUAL CAREER PLANNING: A RESEARCH ON GENERATION Z

Öğr. Gör. Dr. Muhammet Hamdi MÜCEVHER¹

ÖZ

Kariyerini geliştirmek isteyen her bireyin kariyer planlaması yapması önerilmektedir. Bireysel kariyer planlaması, kişilerin kendi beklentileri doğrultusunda gelecek hedefleri, yetenekleri ve mesleklerinin planlanması sürecidir. SWOT Analizi, bireysel kariyer planlamada, öz tanıma aracı olarak kullanılabilir. Bu motivasyon ile yapılan çalışmada, Z kuşağı üyesi üniversite öğrencilerine ait 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Neticede, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, yetenek ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Z kuşağı öğrencilerin en güçlü ilk üç yönü, beşeri ilişkiler becerisi, sanat/spor/hobi ile uğraşma ve kararlılık iken; en zayıf ilk üç yönü ise duygularını yönetememe, yabancı dil eksikliği ve sinir/öfkedir. Buna mukabil Z kuşağının fırsat olarak gördüğü ilk üç unsur, aile desteği, sosyal sermaye ve iyi bir üniversite okumak iken; tehdit olarak gördükleri ilk üç faktör ise rakipler, işletmelerin nitelikli insan kaynağı talebi ve DGS/KPSS'yi kazanamamaktır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Kariyer Planlama, SWOT Analizi, Z Kuşağı, Kuşakların Yönetimi.

JEL Sınıflandırma Kodları: M12, D23, M14, J53.


ABSTRACT

It is recommended that every individual who wants to develop their career should make career planning. Individual career planning is the process of planning the future goals, talents and professions of individuals in line with their own expectations. SWOT Analysis can be used as a self-recognition tool in individual career planning. In the study conducted with this motivation, 251 individual SWOT analyzes of Generation Z member university students are analyzed using content analysis method. As a result, a profile about the strengths and weaknesses, abilities and competencies, opportunities and threats of Generation Z is revealed. According to the results of the research, the first three strongest aspects of Generation Z are human relations skills, dealing with arts / sports / hobbies and stability. The first three weakest aspects are the inability to manage emotions, lack of foreign language, and anger. On the other hand, the first three factors that generation Z sees as an opportunity are family support, social capital and studying a good university. The first three factors they see as a threat are competitors, the demand for qualified human resources of enterprises and not being able to win the DGS / KPSS.

Keywords: Individual Career Planning, SWOT Analysis, Generation Z, Management of Generations.

JEL Classification Codes: M12, D23, M14, J53.

* Bu çalışma 24-25.12.2020 tarihinde İnsan Kaynakları Yönetiminde Güncel Gelişmeler (İKGEÇ-I/2020) Çalıştayında sunulan ve özet metni bildiriler kitabında yayınlanmayan "Bireysel Kariyer Planlamada SWOT Analizinin Kullanımı: Z Kuşağı Örneği" başlıklı bildiri hazırlanmıştır. Çalışma için Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan E-96714346-050.99-11463 sayılı, 47/01 toplantı nolu ve 16.03.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uluborlu Selahattin Karasoy Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, mhmucevher@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

In this study, efforts have been made to facilitate the management of generations to organizations. In the study, it is aimed to create a profile about the strengths and weaknesses, abilities and competencies, opportunities and threats of Generation Z.

Design/methodology/approach:

In order to achieve this goal, 251 individual SWOT analyzes of university students from the Generation Z who are studying in Human Resources Management, Banking, Logistics and Business Administration departments were analyzed using content analysis method. In the study, homework documents, which are secondary data, were used as data collection tools. Qualitative research was used as a method. In the study, students who are members of Generation Z were studied using purposeful random sampling and convenience sampling strategies. Peer review (Creswell, 2013: 251) was used for validity in the study. For reliability, the strategies of consensus among coders (consistency analysis) and the use of multiple coders (Creswell, 2016: 253) were used. For validity, the research has been audited from beginning to end with an academic experienced in qualitative research. Within the scope of reliability, coding was carried out with an expert in order to look at the research from an external perspective and to check whether the coding was done consistently (Yıldırım and Şimşek, 2011: 272). Again, for reliability, in order to verify the research at any time (Yıldırım and Şimşek, 2011: 272), the data booklet containing the analysis stages is kept for external auditors to audit.

Findings:

According to the results of the research, the first three strongest aspects of Generation Z are human relations skills, dealing with arts / sports / hobbies and stability. The first three weakest aspects are the inability to manage emotions, lack of foreign language, and anger. On the other hand, the first three factors that generation Z sees as an opportunity are family support, social capital and studying a good university. The first three factors they see as a threat are competitors, the demand for qualified human resources of enterprises and not being able to win the DGS / KPSS.

Conclusion and Discussion:

Every individual wants to have a profession and be successful and move forward in career steps. In this case, there are some duties for individuals in career planning and management. Evaluating oneself by analyzing expectations, needs, interests, success, qualifications and deficiencies, looking after the opportunities around them, setting goals by evaluating the acquired knowledge, and determining strategies to reach the goals can be counted among the things an individual should do. At this point, SWOT analysis, business, professional and private life, career and every individual who wants to direct their future; It is a very simple technique that can be used to discover oneself and to recognize possible dangers and opportunities in the environment. People who want to recognize their strengths and weaknesses, realize their talents, successes, potentials and competencies, eliminate dangers and take advantage of opportunities should make preparations with a proactive understanding. With this aspect, SWOT analysis emerges as an option that can be used in individual career planning. There are quotations in the literature in support of the study results. Generation Y is known to be collaborative, creative, innovative and technological (Deneçli and Deneçli, 2015; Çetin and Karalar, 2016; turkishtimedergi, 2020). In addition, Taş et al. (2017: 1033-1038) stated that Generation Z is constantly learning, immediately grasps technology, performs their works quickly and regularly, uses computers and digital technology intensively and cannot imagine a life without a computer and mobile phone. He mentioned that they are individuals. In addition, it is stated in various studies that Generation Z is sensitive to social events, environment, technological developments, peace and justice (ikiletisim.wordpress, 2020; humanica, 2020). Again, being honest, knowing what they want, entrepreneurship, being sensitive to differences (turkishtimedergi, 2020) are data that are similar to other Generation Z features determined as a result of the research. Again, there are explanations that support the findings of the research, stating that Generation Z has the characteristics of impatience, infidelity, inability to communicate easily, having a low sense of belonging, being bored and giving up, frequent job changing and acting individually (Taş et al., 2017: 1033-1034, 1040; Savaş and Karataş, 2019: 232; turkishtimedergi, 2020). Generation Z is also known for being result-oriented, unsatisfied and indecisive, and preferring to live alone (humanica, 2020). In parallel with the research results, Taş et al. (2017: 1041) stated that the generation Z, which grows up under the shadow of technology and easy knowledge, is fast and hasty and wants everything, everywhere and immediately. In addition to these transmissions, Generation Z's self-centeredness, in anticipation of continuous advancement, being hasty and impatient (turkishtimedergi, 2020) are the other negative features that are conveyed about Generation Z and parallel to the research results. As seen from the research results, SWOT analysis is a very useful technique in individual career planning. Thanks to this technique, individuals not only realize their skills, shortcomings, and potentials, but also determine their future orientation by anticipating opportunities and threats. However, organizations also have duties regarding individual career planning. Especially in recent times, with the increasing demand for more democratic, free, participatory, flexible and employee-oriented organizations with opportunities for development and learning, it has become important for organizations to support individual career goals. Because, as long as individual goals and organizational goals meet at a common point (goal unity is achieved), businesses will be sustainable.

1. GİRİŞ

Kuşakların yönetimi, örgütleri çokça meşgul eden konulardandır. Çünkü değişen ve dönüşen dünya ile beraber kuşakların beklenti, yaşamı ve yetenekleri de farklılaşmaktadır. Z kuşağı, örgütlerde yeni yeni görev alan ve örgütlerin geleceğine yön vereceği düşünülen bir kuşaktır. Bu bakımdan örgütlerin sahip olduğu insan kaynağında önemli bir konuma oturacak ve geleceğin yöneticileri ve çalışanları olacak olan Z kuşağının tanınması, özellikleri, yetenek ve yetkinliklerinin bilinmesi, potansiyellerinin fark edilmesi ve beklentilerinin açığa çıkarılması örgütler açısından önem arz etmektedir. Nedeni şu ki, örgütler Z kuşağını cezp etmek ve elinde tutmak istiyorsa Z kuşağının çalışma hayatına dair beklentilerini karşılamak ve buna yönelik hazırlıklar yapmak zorundadır. Zira Z kuşağı, örgütlerin geleceğinde söz sahibi olmaya adaydır.

Z kuşağı, eğer uyum sağlayabilirler ise örgütlerin geleceğine yön verecek ve rekabetçi üstünlük kazanmaları hususunda fark yaratacak bir kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun farkına varan örgütlerin Z kuşağını tanıması ve yönetebiliyor olması gerekir. Örgütlerin, özellikle sahip olduğu sınırsız kariyer anlayışından ötürü Z kuşağını, bireysel kariyer planlaması konusunda destekleyerek yeteneklerinin tespiti ve potansiyellerinin açığa çıkarılması için teşvik etmesi icap etmektedir. Bu açıdan SWOT analizi, bireysel kariyer planlamasında kullanılabilir. Yetenek ve deneyimlerin tespiti, yetkinlik, potansiyel, beklenti ve gelecek yönelimlerinin açığı çıkarılması gibi konularda SWOT analizi, basit ama önemli bir stratejik araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma, hem SWOT analizinin bireysel kariyer planlamada bir öz tanıma aracı olarak kullanılabileceğini hem de Z kuşağının özelliklerini belirlemek için yapılmıştır. Çalışma sonucunda, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir görüntü sunmak amaçlanmıştır. Sunulan bu görüntünün Z kuşağının yönetimi ile ilgili örgütlere yarar sağlayacağı umulmaktadır. Özellikle Z kuşağının yönetimi, örgüte çekilmesi, kariyerlerinin planlanması ve geliştirilmesi, beklentilerinin karşılanması, hak ettikleri değerin verilmesi ve örgütteki sürekliliklerinin sağlanması açılarından bu çalışma önem arz etmektedir.

Bu motivasyon ile yapılan çalışmada, öncelikle bireysel kariyer planlaması kavramı ve adımlarına değinilmiştir. Daha sonra SWOT analizinin ne olduğu, ne işe yaradığı ve bireysel kariyer planlamasında nasıl kullanılabilmesine dair açıklamalarda bulunulmuştur. Literatür kısmında son olarak Z kuşağı ve iş yeri özelliklerinden bahsedildikten sonra çalışmada kullanılan yöntem, seçilen örneklem ve tercih edilen analiz metodu anlatılmıştır. Bulgular kısmında, Z kuşağının güçlü ve zayıf tarafları, fırsat ve tehditleri ile ilgili içerik analizi sonuçları paylaşılmıştır. Sonuç ve tartışma ile çalışma sonlandırılmıştır.

2. BİREYSEL KARIYER PLANLAMASI

Bilindiği üzere kariyer planlaması ve yönetiminin örgüt ve birey olarak iki yönü bulunmaktadır. Kariyer planlama ve yönetimde örgütlere düşen görevler olduğu kadar bireylere düşen sorumluluklar da vardır. Bu sebeple kariyer olarak ilerlemek ve gelişmek isteyen herkesin, bireysel kariyer planlaması yapması lazım gelir. Kendini tanıma, yetenek ve eksiklerini görme, potansiyelini açığa çıkarma, geleceğe dair bir vizyon çizme, bireysel kariyer planlamasıyla ilgili bireyin yapması gerekenler arasında sayılabilir (Mathis ve Jackson, 2006: 297; Aytaç, 2005: 167; Taşçı, 2004: 124-126).

Bu doğrultuda bireysel kariyer planlama, bireyin becerileri, deneyimleri, bilgi birikimi, ilgi alanları, kişilik özellikleri ve motivasyon kaynaklarının ortaya konduğu, kariyer ve meslek seçim ve seçeneklerine dair bilgi edinildiği, kariyere ilişkin amaç ve hedeflerin tanımlandığı ve bunlara ulaşmak için uygulama planlarının hazırlandığı bir süreç olarak değerlendirilebilir (Dessler, 2013: 354). Bu açıdan bakıldığında bireysel kariyer planlaması, bireyin görev ve sorumluklarının, amaç ve hedeflerinin kendi arzusu doğrultusunda planlanması (Saruhan ve Yıldız, 2012: 420) olarak da tanımlanabilir. Bu özelliği ile bireysel kariyer planlaması, işten çok bireyi odak noktasına alması, bireysel hedef ve becerileri incelemesi hasebiyle bireye özeldir (Ergun Özler, 2013: 135).

Bireysel kariyer planlamasında, kişisel beceri ve ilgileri tespit etmek, yaşam, meslek ve iş hedeflerini planlamak, alternatif kariyer seçeneklerini ve yollarını değerlendirmek ve kariyer, yaşam ve amaçlardaki değişimleri fark edip güncellemeler yapmak, bireyin üzerine düşen görevler arasındadır (Mathis ve Jackson, 2006: 297). Aytaç (2005: 167)'a göre ise bireysel kariyer planlamasında, (1) kendini tanıma (bireysel beceri ve ilgililerin ortaya konması), (2) hedeflerin planlanması (iş, görev ve yaşam hedeflerinin tespiti), (3) seçeneklerin değerlendirilmesi (alternatif meslek ve kariyer olanakları ve seçeneklerini karşılaştırma) ve (4) ilgi, amaçlarda değişim amaçları.

Bu kapsamda düşünüldüğü zaman, Tablo 1'de yer aldığı üzere; kendini değerlendirme, fırsatları tanıma, hedefleri belirleme ve planları hazırlama üzere bireysel kariyer aşamasının dört temel aşamasından bahsedilebilir (Taşçı, 2004: 124-126; Çetin, Arslan ve Dinç, 2015: 136-137);

Tablo 1. Bireysel Kariyer Planlamasının Aşamaları

1. aşama: Kendini değerlendirme	Bir kariyer planlamasında öncelikle bireyin kendisini tanıması gerekir. Bu aşamada birey, güçlü ve zayıf yönlerini, yetkinliklerini, ihtiyaçlarını, ilkelerini, yetenekleri, ilgilerini belirler.
2. aşama: Fırsatları tanıma	Bu aşamada, birey kendisi, işi, mesleği, çalıştığı örgüt ve çevresi ile ilgili fırsatları kollar ve bilgi toplar.
3. aşama: Hedefleri belirleme	Birey, 2. aşamada elde ettiği bilgileri bu adımda değerlendirip kendi özellikleri, yetenekleri ile karşılaştırarak varmak istediği hedefleri tespit eder. Bireyin bu aşamada, özellikle önce kendi güçlü ve zayıf taraflarını tanıyarak daha sonra dış çevresini analiz etmesi önemlidir. Bu aşama, bireyin gelecek vizyonunu ortaya koymasına ve daha sağlıklı kararlar almasına yardımcı olur.
4. aşama: Planları hazırlama	Bu aşamada, birey hedeflerine varmak adına alternatif yol arayışına girer ve buna ilişkin planlar hazırlar.

Bireysel kariyer planlama aşamaları takip edilirken uygun ortamın olması, destekleyici ve yönlendirici kişilerin varlığı, iyimser ve umutlu davranılması, planlama ve değerlendirmelerde bulunurken objektif ve gerçekçi hareket edilmesi, amaç ve hedeflerin açık bir şekilde ortaya konmasına özen gösterilmelidir (Ergun Özler, 2013: 136).

Tüm bunların yanında işgörenlerin kariyer planlaması konusunda inisiyatif almaları örgütlerce olumlu karşılanmaktadır. Özellikle etkin bir İK ve kariyer yönetimine sahip örgütler, işgörenlerin kendi kariyerleri konusunda sorumluluk almalarını beklemektedirler (Çetin vd., 2015: 134). Bu açıdan bakıldığında zaman SWOT analizi, çalışanların kendi potansiyellerini görmeleri, mevcut durumlarını ortaya koyabilmeleri, bir gelecek yönelimi çizebilmeleri için bireysel kariyerlerini planlama ve yönetme noktasında çalışanların kullanabileceği alternatif bir araç olabilir.

3. SWOT ANALİZİ

İngilizce strengths (güçlü yönler), weaknesses (zayıflıklar), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) sözcüklerinin baş harflerinden oluşan SWOT analizi, işletmenin bir bütün halinde mevcut durum ve tecrübesinin incelenmesi, iç çevresinin analiz edilmesiyle güçlü ve zayıf yönlerin tespiti; dış çevrenin analiz edilmesiyle fırsat ve tehditlerin ortaya çıkarılmasına yarayan (Ülgen ve Mirze, 2007: 160; Çorbacıoğlu, 2013: 15; Akdemir ve Konakay, 2013: 36; Ulukan, 2013: 106; Dinçer, 2013: 142) stratejik bir analizdir. Türkçe kısaltma olarak ise FÜTZ ya da GZFT şeklinde kullanılmaktadır. SWOT analizinin bileşenlerini Tablo 2’de görmek mümkündür.

Tablo 2. SWOT Analizi Bileşenleri

Dış faktörler	İç faktörler	
	Strengths (güçlü yönler)	Weaknesses (zayıflıklar)
	Opportunities (fırsatlar)	Threats (tehditler)

Bu analizde amaç, mevcut durumun ortaya konması, önceliklerin belirlenmesi, ilerleme ve gelişim için stratejik konuların tespit edilmesidir. Böylece fırsatların değerlendirilmesi, tehditlere karşı önlem alınması şeklinde gösterilecek refleksler tayin edilir, örgütün işlek ve esnek olup olmadığıyla ilgili tespitler yapılmış olur (Ülgen ve Mirze, 2007).

Üstünlükler, işletmenin iç çevresinin analiz edilmesiyle tespit edilen, rakiplerinden daha üstün, etkili ve verimli oldukları yetenek ve varlıkları ifade ederken; zayıflıklar, işletmenin yetenek ve varlıklarının rakiplerinden daha yetersiz, verimsiz, etkisiz, kötü olduğu durumları ifade etmektedir (Dinçer, 2013: 143; Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Kempner, 1980: 390). Yasal, teknolojik, sosyal, kültürel, demografik, ekonomik, küresel gibi uzak çevre; rakipler, müşteriler, araçlar, tedarikçiler gibi yakın çevre unsurlarından meydana gelen değişken dış çevre unsurlarının işletmeye sunduğu ve işletme için elverişli, olumlu sonuçlar ve durumlar ise fırsatlardır (Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Dinçer, 2013: 143). Fırsatların tersine tehditler, dış çevre unsurlarının değişimi neticesinde meydana gelen, işletmenin varlığını ve başarısını engelleyebilecek, işletmeyi zarara uğratacak, rekabette geri bırakabilecek, zorda bırakacak, işletmede kargaşa ve elverişsiz şartlar doğuracak ve işletme için istenmeyen durumlardır (Dinçer, 2013: 146; Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Kotler, 1984: 60).

SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan iç ve dış faktörleri birleştirerek birbirinden farklı ikili matrisler oluşturulabilir (Ulukan, 2013: 106). SWOT matrisi, (1) SO: Güçlü yönler ve fırsatlar, (2) WO: Zayıf yönler ve fırsatlar, (3) ST: Güçlü yönler ve tehditler, (4) WT: Zayıf yönler ve tehditler şeklinde dört farklı tip stratejinin geliştirilmesine imkân tanıyabilir (David, 2011: 210).

SWOT analizi, sadece işletmeler için kullanılan bir analiz değildir. Bireyler, SWOT analizini iş hayatlarını kolaylaştırmak için örgütsel amaçlı kullanabilecekleri gibi kendi hayatlarını şekillendirmek için de kullanılabilir. SWOT analizi, özellikle bireysel kariyer planlaması, yetenek ve yetkinliklerin tespiti için tercih edilebilecek bir tekniktir. SWOT analizini ile kendindeki güçlü ve zayıf yönleri tespit ederek kendini tanıyan, dışarıdan gelecek fırsatları koklayarak ve tehditleri kollayarak gerekli önlemleri alan ve hazırlıklarını yapan bir kişi, hem kendi durumunu analiz etmiş olur hem de hangi konu ya da sorunların kendisi için önemli ve öncelikli olduğunu belirlemiş olur. Bireyin başarı kazanması için öncelikle kendini değerlendirerek rekabetçi üstünlüklerini ve zayıf yönlerini belirlemesi gerekir. Daha sonra birey, amaç ve hedeflerinden faydalanarak gelecek vizyonunu şekillendirmeye çalışmalı ve bu yönde fırsat ve tehditleri listelemelidir.

4. Z KUŞAĞI

Farklı kuşakların farklı ihtiyaç ve beklentileri olduğu gibi farklı kuşağa mensup işgörenlerin de farklı kariyer ihtiyaç ve beklentileri olması doğaldır. Günümüzde örgütler, sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağını bir arada istihdam etmektedir. Bu kuşaklar içerisinde işletmelerde taze bir kan olarak varlığını göstermeye başlayan ve işletmelerin geleceğinde de söz sahibi olacağı aşikâr olan Z kuşağı dikkat çekmektedir. Ülkemizde Z kuşağına mensup bireylerin sayısının 18 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye’de genç nüfusunun yüksekliği de göz önünde bulundurulduğunda bu sayı, Z kuşağını anlamak ve yönetmek açısından ehemmiyet taşımaktadır (Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu, 2017: 1040).

Yazında daha çok 1996 ve sonrasında doğan bireyleri kapsadığı aktarılan ve M kuşağı, internet kuşağı, iGen, generation i, next generation, instant online, yeni sessiz kuşak, com kuşağı, net kuşağı, dijital yerliler/göçmenler, medya kuşağı, kristal nesil gibi farklı isimlerle anılan Z kuşağı bireyler, çoklu görev becerileri, bireysellikleri, teknolojik olmaları, pratiklikleri, eğlenceyi sevmeleri ve yalnız kalmayı tercih etmeleri gibi özellikleri ile öne çıkmaktadır (Levickaite, 2010; Strauss ve Howe, 1991: 335; Williams, 2010: 12; Toruntay, 2011: 82; Prensky, 2001; Akdemir, Konakay, Demirkaya, Noyan, Demir, Ağ, Pehlivan, Özdemir, Akduman, Eregez, Öztürk ve Balcı, 2013: 15; Taş vd., 2017: 1037). Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en önemli özellik, dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanıldığı bir zaman diliminde dünyaya gelmeleridir (Taş vd., 2017: 1033). Z kuşağına mensup kişiler, oyun, internet dünyası ve özellikle sosyal ağların kazandırmış olduğu özelliklerden dolayı bilgiye çabuk ulaşmak ve bilgiyi hemen işlemek istemektedirler (Savaş ve Karataş, 2019: 230).

Görüldüğü gibi çok farklı isimler ile anılan Z kuşağının zaman aralığı ile ilgili de tartışmalar mevcuttur. Bazı araştırmacılar, 1990’ların ortası ve 2000’li yılların sonlarında dünyaya gelenleri Z kuşağına dâhil ederken bazıları 2000’li yılından sonra doğan bütün bireyleri Z kuşağı içerisinde değerlendirmektedir (Baran, 2014: 20). Hatta yeni yeni Alfa kuşağından da bahsedilmektedir. 2010 yılından sonra doğan bireyleri ifade eden Alfa kuşağının iş yaşamı özellikleri bilinmemekle birlikte iş hayatında önemli bir değişim ve dönüşüme sebep olacağı şimdiden tahmin edilmektedir. Z kuşağının öne çıkan özellikleriyle ilgili literatür bulguları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Z Kuşağının Öne Çıkan Özellikleri

Kaynak	Z kuşağının özellikleri
Penfold, 2017	Detaylı, uzun açıklama ve metinler, zaman alıcı ya da yinelenen işleri sıkıcı bulurlar.
Twenge, 2017	Her türlü ayrımcılığa karşıdırlar.
Elmore, 2019	Girişimci, duyarlı, çoklu görev becerisine sahip ve teknoloji bağımlısı bireylerdir. Bunun yanında alaycı, özel ve özgündürler.
Palfrey ve Gasser, 2008	Dijital yerliler denme sebeplerinden birisi olarak mütemadiyen kendi nesilleri ile bağıdırlar.
Lenhart, 2013.	Sosyal medyada fazlasıyla aktiftirler.
Reeves ve Oh, 2008	Dilleri, teknolojiktir ve çok fazla teknolojiye bağımlıdırlar.
Tari, 2011	Mücadele becerileri zayıftır, sabırsızdırlar. Ancak çabuk, zeki, cesur ve lider oldukları söylenebilir. İlave olarak yeni şeyler denemeyi sevdiklerinden bahsedilebilir.
Desai ve Lele, 2017	Hızı fazlasıyla önemserler. Çoklu görevlere ve çoklu kaynaklara sahip bilgilere değer verirler.
Tabscott, 2009	İşbirliği, özgürlük, araştırma, eğlenme, güven, hız ve yaratıcılık önemli özellikleri arasındadır.

Z kuşağının işyerindeki özellikleri ise Tablo 4’te yer almaktadır (Levickaite, 2010: 73; Sladek and Grabinger, 2013: 1-11; Tabscott, 2009: 7; Çetin ve Karalar, 2016; Deneçli ve Deneçli, 2015);

Tablo 4. Z Kuşağının İşyeri Özellikleri

Yaratıcı	İşbirlikçi
Kendi kendini yönetebilen	Hızlı, pratik
Zayıf örgütsel bağlılık gösteren	Zeki
Bireysel çalışan	Esnek
Çabuk sıkılan	Sınırsız kariyer anlayışına sahip
Çalışırken eğlenmek isteyen	Öğrenme odaklı
Çoklu karar alabilen	Teknolojik
Yenilikçi	Bağımsız
Gelişim odaklı	Araştırmacı
Tecrübesiz	Gerçekçi
Çoklu görev alabilen	Lider
Farklılıklara hoşgörülü olan	Dürüst

5. YÖNTEM

Bu çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Bankacılık, Lojistik ve İşletme bölümlerinde ön lisans eğitimi gören Z kuşağına mensup 1. ve 2. Sınıf üniversite öğrencileri tarafından ders kapsamında hazırlanan ve sunulan 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu sayede Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, yetenek ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil çıkarılması amaçlanmıştır. Yapılacak çalışma ile kuşakların yönetimi konusunda örgütler için bir çıktı sunulmaya çalışılmıştır.

Nitel araştırma yaklaşımı ile yapılan çalışmada, yöntem olarak ikincil veri kullanımına başvurulmuştur. Bu kapsamda ödev dokümanlarından yararlanılmıştır. Araştırmada, kolayda örneklem seçim strateji kullanılarak Z kuşağına üye öğrenciler üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda en çok kullanılan örneklem seçim metodlarından olan kolayda (elverişli) örnekleme ise ulaşılması kolay ve hızlı, daha az maliyetli ve zaman alıcıdır ve var olan örneklemin seçilmesi esasına dayanır (Patton, 2005).

Çalışmada geçerlik için akran incelemesi (Creswell, 2013: 251); güvenilirlik için ise kodlayıcılar arası görüş birliği (tutarlılık incelemesi) ve verilerin analizinde çoklu kodlayıcıların kullanılması (Creswell, 2016: 253) stratejileri kullanılmıştır. Geçerlik kapsamında, nitel araştırmalarda deneyimli bir akademisyen ile araştırma başından sonuna kadar denetlenmiştir. Güvenirliğin sağlanması için araştırmaya dışarıdan bir gözle bakılması ve kodlamaların tutarlı bir şekilde yapılıp yapılmadığının kontrol edilmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 272). Bunun için kodlamalar, nitel araştırmalar konusunda uzman bir akademisyen ile birlikte gerçekleştirilmiştir. Yine güvenilirlik için istenildiği zaman araştırmanın teyit edilebilmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 272). Bu kapsamda, analiz aşamalarının yer aldığı veri kitapçığı, dış denetimcilerin denetleyebilmesi için muhafaza edilmektedir.

Araştırmada, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri ortaya çıkarılırken sadece Z kuşağına mensup öğrencilerin görüşlerine başvurulması, araştırmanın bir kısıtıdır. Çünkü Z kuşağının özelliklerini ortaya çıkarabilmek için farklı bakış açılarının değerlendirilmesi daha doğru olabilecektir. Yine bunun yanında katılımcıların bireysel özelliklerini değerlendirebilme yeteneği, kendileriyle ilgili algıları, bazı özelliklerini paylaşmak istememeleri ya da yüzeysel ve çarpıtarak aktarmış olma ihtimalleri, Z kuşağı özelliklerinin gerçekte olan özelliklerden farklı olabilmesi gibi bir kısıtı beraberinde getirmektedir.

Araştırma için Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan E-96714346-050.99-11463 sayılı, 47/01 toplantı nolu ve 16.03.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

6. BULGULAR

Bulgular kısmında, Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlerine ilişkin algılarının analiz edilmesi sonucu ortaya çıkan bulgulara yer verilecektir.

6.1. Güçlü ve Zayıf Yönler

Z kuşağının güçlü ve zayıf yönlerinin frekans dağılımına ilişkin bilgiler Tablo 5 ve Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 5. Z Kuşağının Güçlü ve Zayıf Yönleriyle İlgili Algıları (1. Grup*)

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Beşeri ilişkiler becerisi	101	Duygusalılık/Duygularını yönetememe	104
Sanat/spor/hobi ile uğraşma	81	Yabancı dil eksikliği	100
Kararlılık	80	Sinir/öfke	90
Öğrenme ve gelişim odaklılık	80	Korku/kaygılar	63
Sosyallik	75	Çekingenlik/utangaçlık	49
Güvenilirlik	55	Güven sorunları	47
Sorumluluk bilinci	50	Teknik yetersizlik	44
Çalışkanlık	46	Sabırsızlık	41
Mücadelecilik	44	Zayıf hafıza	41
Yenilik	39	Tembellik	39
Yardıms severlik	39	Kolay pes etme	39
Planlama becerisi	37	Asosyallik	37
Liderlik	35	Kararsızlık	35
Sabır	34	Heyecan	31
Düzen	34	İletişim sorunları	30
Teknik yetenek	33	Sağlık sorunları	26
İş tecrübesi	31	İnat	25
İkna becerisi	30	Fazla iyi niyet	25
Soğukkanlılık	29	Deneyim eksikliği	24
Girişimcilik	28	Takıntı	23
Güler yüz	28	Kıskançlık	19
İyimserlik	28	Çabuk sıkılma	18
Özgüven	27	Odaklanamama	18
Takım çalışması	26	Bencillik	18
Esneklik	26	Zamanı yönetememe	16
Sempatiklik	26	Acelecilik	16
Pratiklik	26	Karamsarlık	16
Duygu yönetimi	24	Stres	15
Eğitim ve sertifikalar	24	Ciddiyetsizlik	14
Güçlü hafıza	23	Özgüven eksikliği	12

*İlk 30'da yer alan güçlü ve zayıf yönlere dair frekans değerleri

Başkalarıyla iyi ve ölçülü ilişkiler kurabilme, anlaşma, etkili iletişim kurabilme, farklı kültürden kişilerle uyum içinde birlikte hareket edebilme, başkalarını anlama gibi beşeri ilişkilerin sürdürülmesine ilişkin özellikler, sosyal ortamlarda gerekli beceriler içerisinde. Z kuşağına mensup üniversite öğrencileri de, kendileriyle ilgili en güçlü gördükleri ilk özellik olarak beşeri ilişkiler becerisini (f=101) ifade etmişlerdir. Z kuşağı üyesi öğrenciler, beşeri ilişkiler becerileri içerisinde; iyi ilişkiler kurma, iyi-etkin iletişim, diyalog becerisi, iyi ve güçlü ilişkiler kurma, kolay iletişim kurma, iletişimde önyargılı olmama, iyi dinleme ve anlama, karşındakine değer verme, arabuluculuk yapabilme ve güçlü aile-akraba bağları kurabilme gibi özelliklerinden söz etmişlerdir.

Z kuşağının ikinci en güçlü yönleri ise sanat/spor/hobi gibi uğraşlarıdır (f=81). Z kuşağının uğraşları arasında müzik yeteneği, sanat becerisi, el becerisi, resim, ahşap boyama, el sanatları becerisi, ustalık, tamircilik, çizim kabiliyeti, iyi yemek yapma yeteneği, iyi araba kullanma becerisi, fotoğrafçılık, futbol, basket, yüzme, atletizm, dalgıçlık ve voleybol gibi amatör ya da profesyonel sporlar ile uğraşma, hakemlik, yürüyüş yapmak ve elinden her işin gelmesi gibi uğraşlar öne çıkmaktadır.

Bir konu ya da karar üzere istikrarlı, düzenli, ölçülü bir şekilde hareket etmek, gerek özel hayatta gerekse çalışma hayatında her insanda olması gereken temel özelliklerdendir. Kararlılık olarak ifade edilebileceğimiz bu beceriyi, Z kuşağına mensup üniversite öğrencileri, üçüncü en güçlü yönleri (f=80) olarak belirtmişlerdir. Bu özellik içinde azim, tuttuğunu koparma, kafasına koyduğunu yapma, hırs, iradeli ve istikrarlı olmak ile ilgili vurgular dikkat çekmektedir.

Öğrenme ve gelişim odaklı kişilerin; hata ve başarısızlıklarından dersler çıkaran, başkalarını örnek alan, esnek, değişim, yenilik ve eleştiriye açık, geçmişe takılmayan kişiler olduğu bilinmektedir. Öğrenme ve gelişim odaklılık (f=80), Z kuşağı üyesi öğrencilerin dördüncü güçlü yönü olarak karşımıza çıkmaktadır. Z kuşağının bu özellikleri altında; eleştiriye açıklık, merak, gözlem, keşifçilik, maceracılık, hatalarından ders çıkarmak, gelişime açıklık, gezme, okuma ve araştırmayı sevme gibi ifadeler göze çarpmaktadır. Beşinci sırada yer alan sosyalliğe (f=75) ilişkin ise Z kuşağı mensupları; arkadaş canlısı, çabuk anlaşılan, konuşkan, sevecen, dost, cana yakın, sıcakkanlı, uyumlu, herkesle anlaşabilen, uysal, samimi olmak gibi özelliklerinden bahsetmişlerdir.

Duyguları tarafından çok yoğun bir şekilde etkilenme olarak nitelendirilebileceğimiz duygusallık/duygularını yönetememe (f=104), Z kuşağının en zayıf gördükleri özellikleridir. Z kuşağına üye üniversite öğrencileri, duygularını yönetememe özelliği içinde fazla duygusal, kırılabilir, alıngan, hassas, kırgın, nevroitik olduklarından, duygusal karar verdiklerinden, duygu dengesizliği yaşadıklarından, değişken kişilik ve ruh hali içinde olduklarından dem vurmushlardır.

Z kuşağının ikinci, üçüncü ve dördüncü en zayıf gördükleri yönleri olarak yabancı dil eksikliği (100), sinir/öfke (90) ve korku/kaygılar (63) dikkat çekmektedir. Z kuşağı üniversite öğrencileri sinir ve öfke ile ilgili olarak çabuk öfkelenedikleri ve sinirlendikleri, öfke ve sınırlarını kontrol edemedikleri, agresif oldukları, ani sinirsel hareketlerde bulduklarından bahsetmişlerdir. Z kuşağı öğrenciler, korku ve kaygılar kategorisinde ise gelecek kaygısı, iş bulamama korkusu, fobiler, dert etmek, olumsuz düşünceler, karanlıktan korkma, başaramama korkusu, sorumluluk almaktan korkma gibi korku ve kaygıları aktarmışlardır. Çekingenlik/utangaçlık olarak toplum önünde konuşamama, çekinme ve girişken olamamaları öne çıkmaktadır.

Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin en güçlü ve en zayıf yönleri sıralamasında 31 ile 67. sıra arasında yer alan özellikleriyle ilgili frekans değerleri ise Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6. Z Kuşağının Güçlü ve Zayıf Yönleriyle İlgili Algıları (2. Grup)*

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Doğru karar verme	23	Hayır diyememe	12
Hitabet becerisi	19	Dik başlılık	12
Hoşgörü	18	Erteleme hastalığı	12
Sorun çözme becerisi	16	Önyargı	12
Motivasyon becerisi	14	Yaşananlardan çabuk etkilenmek	11
Adaletli olmak	14	Baskıcı olmak	11
Açık sözlülük	14	Seçicilik	11
Zaman yönetimi becerisi	14	Yüksek beklentiler	10
Analitik beceri	14	Hoşgörüsüzlük	10
Kavramsal beceri	14	Sanat/hobi/el becerileri eksikliği	10
Disiplin	13	Dikkatsizlik	9
Ölçülülük	13	Düşük başarı	9
Karizma	13	Kindarlık	9
İyi niyet	13	Umursamazlık	9
Saygı	12	Ayrıntıya takılma	8
Mükemmeliyetçilik	12	Düzensizlik	8
Öngörü	11	Zararlı alışkanlıklar	8
Başarılar	11	Para israfı/tutumsuzluk	7
Nezakete	11	Hırs	7
İyi oluş	11	Narsizm	7
Sezgi	10	Plansızlık	7

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Cesaret	10	Fanatiklikler	6
Yabancı dil bilgisi	10	Öğrenmeyi/okumayı sevmeme	6
Ahlak ve maneviyat	10	Şüphencilik	5
Odaklanma becerisi	9	Zaman israfı	5
Olgunluk/hayat tecrübesi	9	Düşük motivasyon	5
Sağduyu	9	Aykırı davranışlar	5
Kendini yönetebilme	9	Değişimi sevmemek	5
Sonuç odaklılık	7	Çabuk hata yapmak	4
Özerklik	7	Patavatsızlık	4
Çok kültürlülük	6	Ölçsüzlük	4
Cömertlik	6	Cesaretsizlik	3
Sevgi	6	Fiziksel zayıflık	3
Sağlıklı yaşam	6	Ağırcahınlık	3
İtibar	4	Yüzeysel düşünme	2
Mütevazılık	2	Genel kültür/egitim eksikliği	2
Yazma/not alma	2		

*31-67. sıradaki güçlü ve zayıf yönler için frekans değerleri

Z kuşağı öğrenciler tarafından daha az sıklıkla ($f=2-23$) belirtilen güçlü ve zayıf yönler bakımından; doğru karar verme, hitabet, hoşgörü, sorun çözme becerisi, motivasyon becerisi, adalet, açık sözlülük, zaman yönetimi becerisi, analitik beceri ve kavramsal beceri gibi güçlü yönler dikkat çekmektedir. Z kuşağı öğrencilerin zayıf olarak gördükleri özellikler içerisinde ise hayır diyememe, dik başlılık, erteleme hastalığı, önyargı, yaşananlardan çabuk etkilenmek, baskıcı olmak ve seçicilik öne çıkmaktadır.

Z kuşağı öğrencilerin güçlü yönleriyle ilgili en az bahsettikleri beş özellik sırasıyla yazma/not alma, mütevazılık, itibar, sağlıklı yaşam ve sevgi iken zayıf yönleriyle ilgili en az bahsettikleri beş özellik ise sırasıyla genel kültür/egitim eksikliği, yüzeysel düşünme, ağırcahınlık, fiziksel yakınlık ve cesaretsizliktir.

6.2. Fırsat ve Tehditler

Tablo 7 ve Tablo 8’de, Z kuşağının fırsat ve tehditlerinin frekans dağılımına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 7. Z Kuşağının Fırsat ve Tehditleriyle İlgili Algıları (1. Grup)*

Fırsatlar		Tehditler	
Aile desteği	88	Rakipler	120
Sosyal sermaye	85	İşletmelerin daha nitelikli iş gücü talebi	47
İyi bir üniversite okumak	82	DGS/KPSS’yi kazanamamak	45
İyi bir bölümde okumak	74	İşsizlik	41
Yaşadığı şehrin avantajları	60	Ekonomik ve siyasi krizler	37
DGS/KPSS/ALES/PÖH/YKS fırsatları	48	Yaşadığı şehrin dezavantajları	33
Gelişim olanakları	45	Ön lisans mezunu olmanın dezavantajları	30
Kamu/özel sektör iş imkânları	37	Adaletsiz uygulamalar/kayırmacılık	26
Üniversite hayatının kazandırdıkları	36	Kötü/art niyetli insanlar	23
Stajın getirdiği fırsatlar	19	Aile desteğinin olmaması	22
İyi hocalara sahip olmak	16	Baskılar	21
Aile şirketlerinin olması	14	Okuduğu şehrin dezavantajları	20
Yeni insanlar tanıma	13	Teknolojiye ayak uyduramam/otomasyon	18
Önceden çalışılan yerler	10	Yıl kayıpları	15
Devlet destekleri	9	İkame bölümler	9

*İlk 15 sıradaki fırsat ve tehditlere dair frekans değerleri

Z kuşağı, en büyük fırsatları olarak aile desteğini (f=88) söylemektedir. Bu fırsat içerisinde ailenin maddi ve manevi desteği, ailesiyle yaşama, ailenin çevresinin geniş olması, ailenin maddi gücünün iyi olması, abi desteği, okuma için teşvik, aile huzuru, ailenin olduğu şehirde okumak, ailede bilgili ve eğitilmiş kişilerin olması, tek çocuk ya da kardeşlerinin küçük olmasından kaynaklı daha çok ilgi görme ve aile itibarı gibi vurgular vardır.

Z kuşağına üye üniversite öğrencileri, ikinci en büyük fırsatları olarak belirttikleri sosyal sermaye fırsatı (f=82) içerisinde; arkadaş çevresi, geniş çevreye sahip olma, arkadaş desteği, iyi arkadaşlara sahip olma, sevilme, çevre desteği, siyasi çevre, güvenilir-iyi arkadaşlar, iyi referanslara sahip olmak, itibar, olumlu izlenim, çevresinde yol gösterecek kişilerin olması ve destek vermesi gibi özellikleri belirtmişlerdir.

Z kuşağına mensup öğrenciler, kaliteli, başarılı bir üniversitede okuma ve iyi kütüphane, konferans, seminer, Erasmus, eğitim, etkinlikler ve uluslararası geçerli diplomaya sahip olma gibi imkânlar sunması gibi ifadelerle iyi bir üniversite okumayı (f=82) en büyük üçüncü sıradaki fırsatları olarak değerlendirirken; gelecek vaat eden bir bölümde okumak, insan kaynakları-lojistik-bankacılığa ihtiyacın artması ve iş imkânının fazla olması gibi ifadelerle ise iyi bir bölümde okumayı (f=74) en büyük dördüncü fırsatları olarak aktarmaktadırlar.

Z kuşağı, ulaşım kolay, iş imkânları geniş, büyük şehir, işletmeler fazla, okuduğum alandan firmalar var, turizm şehri, ucuz, havası temiz, trafiği rahat, sanayi şehri, yaşanabilir, sakin, hinterlandı geniş gibi ifadelerle yaşadıkları şehrin sunduğu avantaj ve imkânları (f=60), en büyük beşinci fırsatları olarak görmüşlerdir.

Buna mukabil Z kuşağına ait olan üniversite öğrencileri, tehditleri arasında ilk sırada, sayılarının artması, deneyim, dil, yetenek, diksiyon, başarı, çalışkanlık, zekâ, azim ve not gibi açılardan daha nitelikli olmaları, rekabet, şanslarının azalması, aynı bölümden çok mezun olması, mezun sayısının artması gibi vurgularla rakiplerinden (f=120) bahsetmişlerdir.

Yine Y kuşağına üye üniversite öğrencileri, işletmelerin dil, vasıf, tecrübe, fakülte mezunu olma gibi yönlerden nitelikli iş gücüne olan taleplerini (f=47), en büyük ikinci tehdit olarak görmektedirler. En büyük üçüncü tehdit olarak ise atamaların azlığı, rakiplerin fazlalığı ve daha iyi hazırlanması, puanların yükselmesi, sınavın zorlaşması, kontenjan azlığı, başvuruların fazlalığı, sınavın zorluğu ve puanların yüksekliğinden dem vurarak DGS/KPSS'yi kazamama ihtimallerinden (f=45) söz etmektedirler.

En büyük dördüncü tehdit olarak istihdam ve iş imkânlarının az olması, iş bulmadaki zorluklar, iş olanaklarının ve desteğin azlığından bahsederek işsizlik (f=41), beşinci tehdit olarak ise ambargo, terör olayları, darbe, enflasyon, pahalılık, hayat şartları, istikrarsızlık, ekonominin yetersizliği, belirsizlik, asgari ücretin düşüklüğünden dem vuran ekonomik ve siyasi krizler (f=37), Z kuşağının önündeki tehditler olarak dikkat çekmektedir.

Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin diğer fırsat ve tehditleri sıralamasında, 16 ile 27. sıra arasında yer alanlara dair frekans değerleri ise Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Z Kuşağının Fırsat ve Tehditleriyle İlgili Algıları (2. Grup)*

Fırsatlar		Tehditler	
Teknolojinin getirdiği kolaylıkları	8	Yanlış meslek seçimi	9
Nitelikli işgören arayan firmalar	7	Eğitim sistemindeki olumsuzluklar	8
Başarısız/ilgisiz rakipler	6	Ders ve sınav zorlukları	6
Yeni yerler keşfetmek	4	Okuduğu bölümün dezavantajları	5
Yurt dışındaki fırsatlar	4	Kötü arkadaşlık	4
Okuduğu şehrin avantajları	4	Referans bulamamak	4
Önceki okuduğu okulların yararları	4	Sorumluluklar	4
Yaş avantajı	4	Askerlik	2
Pozitif ayrımcılık	2	Ülkeyi tanımamak	2
Bedelli askerlik imkânı	1	Kötü kurslar/hocalar	2
Sağlıklı yaşam	1	Bürokrasi	1
		Sakatlık ihtimali	1

*16-27. Sıradaki fırsat ve tehditlere dair frekans değerleri

Z kuşağı öğrenciler tarafından daha az sıklıkla (f=1-9) belirtilen fırsat ve tehditler incelendiğinde; fırsatlar içerisinde teknolojinin getirdiği kolaylıkları, nitelikli işgören arayan firmalar ve başarısız/ilgisiz rakipler biraz daha öne çıkarken; tehditler içerisinde yanlış meslek seçimi, eğitim sistemindeki olumsuzluklar ve ders ve sınav zorlukları dikkat çekmektedir.

7. SONUÇ

Her birey, bir meslek sahibi olup başarılı olmak ve kariyer basamaklarında ilerlemek ister. Bu durumda, kariyer planlama ve yönetimi konusunda, bireylere düşen bazı görevler vardır. Beklenti, ihtiyaç, ilgi alanı, başarı, vasıf ve eksikliklerini tahlil ederek kendini değerlendirmek, etrafındaki fırsatları kollamak, edindiği bilgileri değerlendirip hedefler ortaya koymak ve hedeflere ulaşmak için stratejiler belirlemek, bireyin yapması gerekenler arasında sayılabilir (Mathis ve Jackson, 2006: 297; Dersler, 2013: 354; Çetin vd., 2015: 134).

Bu noktada, SWOT analizi, iş, meslek ve özel hayat, kariyer ve geleceğini yönlendirmek isteyen her bireyin; kendini keşfetmek ve çevredeki muhtemel tehlike ve fırsatların farkına varmak için kullanabileceği, uygulaması oldukça basit bir tekniktir. Güçlü ve zayıf taraflarını tanımak, yetenek, başarı, potansiyel ve yetkinliklerinin farkına varmak, tehlikeleri bertaraf etmek ve fırsatları değerlendirmek isteyen kişiler, proaktif bir anlayış ile hazırlıklar yapmalıdır. SWOT analizi bu yönü ile bireysel kariyer planlamasında kullanılacak bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu kapsamda ele alınan çalışmada, Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerine ait 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu sayede, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, beceri ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil ortaya çıkarılarak kuşakların yönetimi konusunda örgütler için bir çıktı sunulmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre Z kuşağına üye üniversite öğrencilerinin kendileriyle ilgili gördükleri en güçlü ilk 10 özellik, sırasıyla, beşeri ilişkiler becerisi, sanat/spor/hobi ile uğraşma, kararlılık, öğrenme ve gelişim odaklılık, sosyallik, güvenilirlik, sorumluluk bilinci, çalışkanlık, mücadele becerisi ve yenilikçi olmalarıdır. Liderlik, teknik beceri, ikna becerisi, girişkenlik, özgüven, takım çalışması, esneklik ve pratiklik gibi özellikler, Z kuşağının diğer güçlü özellikleri içerisinde göze çarpmaktadır.

Z kuşağının kendileriyle ilgili gördükleri en zayıf ilk 10 yönleri ise duygusallık (duygularını yönetememe), yabancı dil eksikliği, sinir/öfke, korku/kaygı, çekingenlik/utangaçlık, güven sorunları, teknik yetersizlik, sabırsızlık, zayıf hafıza ve tembelliktir. Z kuşağının diğer öne çıkan zayıf yönleri; kolay vazgeçme, çabuk sıkılma, iletişim sorunları, inat, odaklanamama, bencillik ve aceleciliktir.

Z kuşağının fırsat olarak gördüğü ilk 5 unsur, sırasıyla, aile desteği, sosyal sermayeleri, iyi bir üniversite okumak, iyi bir bölümde okumak ve yaşadığı şehrin sunduğu avantajlar iken tehdit olarak gördükleri ilk 5 faktör ise rakipler, işletmelerin nitelikli insan kaynağı talebi, DGS/KPSS'yi kazanamamak, işsizlik ve ekonomik/siyasi krizlerdir.

Yazında, çalışma sonuçlarını destekleyici aktarımlar vardır. Y kuşağının işbirlikçi, yaratıcı, yenilikçi ve teknolojik olduğu bilinmektedir (Deneçli ve Deneçli, 2015; Çetin ve Karalar, 2016; turkishtimedergi, 2020). Bunun yanında Taş ve diğerleri (2017: 1033-1038), Z kuşağının araştırmacı, sürekli öğrenme içinde olan, teknolojiyi hemen kavrayan, işlerini hızlı ve düzenli biçimde yerine getiren, bilgisayar ve dijital teknolojiyi çok yoğun kullanan ve bilgisayarsız, cep telefonsuz bir hayatı hayal bile edemeyen bireyler olmalarından bahsetmiştir. Ayrıca Z kuşağının, sosyal olaylara, çevreye, teknolojik gelişmeler, barış ve adalet duyarlı olduğu çeşitli çalışmalarda ifade edilmektedir (ikiletisim.wordpress, 2020; humanica, 2020). Yine dürüst olmaları, ne istediklerini bilmeleri, girişimcilikleri, farklılıklara duyarlı olmaları (turkishtimedergi, 2020), araştırma neticesinde tespit edilen diğer Z kuşağı özellikleri ile benzerlik gösteren verilerdir.

Yine araştırma bulgularını destekler nitelikte, Z kuşağının sabırsızlık, sadakatsizlik, kolay iletişim kuramama, düşük aidiyet duygusuna sahip olma, kolay sıkılma ve vazgeçme, sık iş değiştirme ve bireysel hareket etme özelliklerinin olduğunu belirten açıklamalar vardır (Taş vd., 2017: 1033-1034, 1040; Savaş ve Karataş, 2019: 232; turkishtimedergi, 2020). Yine Z kuşağı, sonuç odaklı, tatminsiz ve kararsız olmaları, yalnız yaşamayı tercih etmeleri (humanica, 2020) ile tanınmaktadır. Taş ve diğerleri (2017: 1041), araştırma sonuçlarına paralel şekilde, teknoloji ve kolay bilginin gölgesinde yetişen Z kuşağının hızlı ve aceleci olduğunu, her şeyi, her yerde ve hemen istediğinden söz etmiştir. Bu aktarımların yanında Z kuşağının ben merkezli, sürekli yükselme beklentisi

içinde, aceleci ve sabırsız olması (turkishtimedergi, 2020), Z kuşağına dair aktarılan ve araştırma sonuçlarına paralel diğer olumsuz özelliklerdir.

SWOT analizi, bireylerin güçlü ve zayıf taraflarını tanıyabilecekleri, etraflarındaki fırsat ve tehditleri görmelerini sağlayan ve mevcut durumlarını ortaya döken oldukça kullanışlı bir tekniktir. Bu teknik sayesinde bireyler, becerilerini, eksikliklerini, potansiyellerini fark ettikleri gibi fırsat ve tehditleri tahmin ederek gelecek yönelimlerini de tayin edebilmektedir.

Başarılı bir kariyer planı yapmak isteyen bireyler, güçlü yönlerini korumak ya da daha güçlü yapmak, zayıf yönlerini bertaraf etmek, fırsatlarını değerlendirmek ve tehditlerden kaçınmak ya da tehditlere karşı önlem almak adına adımlar atmalıdır. Bireysel kariyer planlaması konusunda örgütlere de düşen görevler söz konusudur. Özellikle son zamanlarda daha demokratik, özgür, katılımcı, gelişim ve öğrenme fırsatlarının olduğu, esnek ve çalışan odaklı örgütlere olan talebin artmasıyla birlikte örgütlerin de bireysel kariyer amaçlarını desteklemesi önemli hale gelmiştir. Çünkü bireysel amaçlar ile örgüt amaçları ortak bir noktada buluştuğu (amaç birliği sağlandığı) sürece işletmeler sürdürülebilir olacaktır.

Araştırmada, sadece öğrencilerin görüşlerine başvurulmuştur. Bu araştırma açısından bir kısıt oluşturmaktadır. Bundan sonraki yapılacak araştırmalarda bireysel görüşlerin yanında, çoklu ve farklı yönlerden Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin daha sağlıklı değerlendirilmesi adına bu kişilerin ailelerinin, arkadaşlarının, derlerine giren hocalarının ya da çalışıyorlar ise yöneticilerinin ve çalışma arkadaşlarının görüşlerine başvurulabilir.

Bu çalışmada, Z kuşağına üye üniversite öğrencilerine “Güçlü ve zayıf yönleriniz, tehdit ve fırsatlarınız nedir?” sorusu sorularak Z kuşağının bireysel özellikleri ile ilgili bir sonuç elde edilmiştir. Başka bir araştırma ile “Nedir? sorusuna “Neden?” sorusu da eklenerek hem Z kuşağı ile ilgili daha güçlü çıkarımlar elde edilebilir hem de bireysel özelliklerine yükledikleri anlamlar ve bu özelliklerin altında yatan nedenler ortaya çıkarılabilir.

Bu çalışmanın yapılmasında motivasyon kaynaklarından birisi Z kuşağının yönetimi konusunda kolaylık sağlaması adına örgütlere bir çıktı sunmaktır. Örgütler, Z kuşağının güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit özelliklerine göre onları daha iyi anlayabilir, yönlendirebilir, motive edebilirler.

Araştırma sonuçlarına göre Z kuşağının güçlü çıkan yönlerinden hareketle örgütler, Z kuşağına mensup işgörenlerin kendilerini geliştirebilecekleri, beşeri ilişkiler becerilerini gösterebilecekleri, daha fazla öğrenebilecekleri, sorumluluk ve inisiyatif alabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, becerilerini sergileyebilecekleri, sanat, spor ya da hobiler ile uğraşabilecekleri, güvenildiklerini hissedecekleri, mücadeleciler ve yenilikçi çalışma ortamları oluşturarak onları daha çok motive edilebilir ve cesaretlendirilebilirler.

Yine örgütler, Z kuşağının zayıf yönlerinin ortadan kaldırılması, törpülenmesi ya da azalması adına Z kuşağına; duygularını yönetebilmeleri, sinir, sabır, öfke, kaygı kontrolü ve güven sorunu için eğitimler ya da destekleyici uygulamalar, yaptıkları işlere dair uzmanlık sahibi olabilecekleri teknik eğitimler, yabancı dil öğrenebilecekleri kurslar, utangaçlık ve çekingenliklerini atmak için toplum içinde konuşma, sunum yapma ya da sorumluluk alma gibi fırsatlar sunabilirler.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, A. ve Konakay, G. (2013). Stratejik analiz: Dış ve iç çevre analizi. A. Akdemir ve İ. C. Ulukan (Ed.), *Stratejik yönetim içinde* (22-45), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ ve Balcı, O. (2013). Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.

- Aytaç, S. (2005). *Çalışma yaşamında kariyer*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Baran, M. (2014). Y kuşağının zorunlu askerlik hizmetinden beklentilerinin analizi. Yüksek Lisans Tezi, Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Savunma Kaynakları Yönetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Çetin, C., Arslan, M. L. ve Dinç, E. (2015). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi (Journal of Administrative Sciences)*, 14 (28), 157-197.
- Çorbacıoğlu, S. (2013). Stratejik yönetim. S. Sözen (Ed.), *Yönetim bilimi-II* içinde (2-30), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. N.J: Pearson-Prentice Hall.
- Deneçli, E. ve Deneçli, S. (2015). Nabza göre şerbet, kuşağa göre etkinlik: Eğlencenin pazarlanması ve kuşaklar. *Pİ Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 40, 29-33.
- Desai, S. P. ve Lele, V. (2017). Correlating internet, social networks and workplace- a case of generation Z students. *Journal of Commerce & Management Thought*, 8(4), 802-815.
- Dessler, G. (2013). *Human resources management*. USA: Pearson.
- Elmore, T. (2019). *Six defining characteristics of generation Z*. Erişim adresi: <https://growingleaders.com/blog/six-defining-characteristics-of-generation-z/>, (18.04.2021).
- Ergun Özer, D. (2013). Performans değerlendirme ve kariyer yönetimi. R. Geylan ve H. Z. Tonus (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (110-156), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Humanica. (2020). *Kuşakları anlamak ve yönetmek*. Erişim adresi: <http://www.humanica.com.tr/kusaklari-anlamak-yonetmek/>, (01.01.2021).
- İK ve İletişim. (2020). *Z kuşağı gümbür gümbür geliyor*. Erişim adresi: <https://ikiletisim.wordpress.com/2014/09/03/z-kusagi-gumbur-gumbur-geliyor/>, (01.01.2021).
- Kempner, T. (1980). *A handbook of management*. Middlesex: Penguin Book.
- Kotler, P. (1984). *Pazarlama yönetimi*. E. Yaman (Çev.), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Lenhart, A. (2013). *Teens, social media, and privacy: Reputation management, third party access, and exposure to advertising*. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/06/25/teens-social-media-and-privacy-reputation-management-third-party-access-exposure-to-advertising/>, (18.04.2021).
- Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). *LIMES: Cultural Regionalistics*, 3(2), 170-183.
- Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (2006). *Human resources management*. USA: Thomson South Western.
- Palfrey, J. ve Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Patton, M. Q. (2005). *Qualitative research*. New York: John Wiley and Sons.
- Penfold, R. (2017). *Your Next Hire Is Already Employed*. Erişim adresi: <https://info.jobbio.com/gen-z-ebook/>, (17.04.2021).
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generational differences. *Handbook of research on educational communications and technology*, 3, 295-303.
- Saruhan, Ş. C ve Yıldız, M. L. (2012). *İnsan kaynakları yönetimi*. Bursa: Alfa Yayınları.
- Savaş, S. ve Karataş, S. (2019). *Z kuşağı öğrencisini tanımak*. Ankara: Eğitim Yöneticileri ve Uzmanları Derneği Yayınları.

- Sladek, B. S. ve Grabinger, A. (2016). *Gen Z: The first generation of the 21st century has arrived!*. Erişim adresi: https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-d11.pdf, (15.11.2020).
- Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: Perennial.
- Tabscott, J. (2009). *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital*. Boston: McGraw-Hill Education.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri, *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi (International Journal of Society Researches)*, 7 (7), 13, 1031-1048.
- Taşçı, D. (2004). Kariyer yönetimi. R. Geylan (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tari, A. (2010). *Az Y és mögötte a Z generáció*. Erişim Yeri: http://www.budapestedu.hu/data/cms47443/okopannon_tari.pdf, (18.04.2021).
- Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: X ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turkishtimedergi. (2020). *Z kuşağı iş hayatına adımını atıyor*. Erişim Adresi: <http://www.turkishtimedergi.com/insan-kaynaklari/ve-z-kusagi-is-hayatina-adimini-atiyor/>, (04.01.2021).
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy- and completely unprepared for adulthood and what that means for the rest of us*. New York: Atria Books.
- Ulukan, İ. C. (2013). Stratejilerin analizi ve seçimi. A. Akdemir ve İ. C. Ulukan (Ed.) *Stratejik yönetim* içinde (104-128), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2007). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Williams, S. (2010). Welcome to generation Z. *B&T Magazine*, 60 (2731), 12.