

**T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ**

**Z KUŞAĞININ İŞ YAŞAMINDAN
BEKLENTİLERİ KONUSUNDA BİR
ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

FULDEN BÜYÜKUSLU

İSTANBUL, 2017

**T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ**

**Z KUŞAĞININ İŞ YAŞAMINDAN BEKLENTİLERİ
KONUSUNDA BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

FULDEN BÜYÜKUSLU

Tez Danışmanı : PROF. DR. ESİN CAN

İSTANBUL, 2017

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Tezin Adı : Z Kuşağı'nın iş yaşamından beklentileri konusunda bir araştırma

Öğrencinin Adı Soyadı : Fulden Arifoğlu

Tez Savunma Tarihi :

Bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak gerekli şartları yerine getirmiş olduğu Enstitümüz tarafından onaylanmıştır.

Yard. Doç. Dr. Burak Küntay
Enstitü Müdürü
İmza

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları yerine getirmiş olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Tunç Bozbura
Program Koordinatörü
İmza

Bu Tez tarafımızca okunmuş, nitelik ve içerik açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak yeterli görülmüş ve kabul edilmiştir.

_____ Jüri Üyeleri

_____ İmza

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Esin CAN

.....

Üye

.....

Üye

.....

ÖZET

Z KUŞAĞININ İŞ YAŞAMINDAN BEKLENTİLERİ KONUSUNDA BİR ARAŞTIRMA

Fulden Büyüksulu

İnsan Kaynakları Yönetimi

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Esin Can Mutlu

Ocak 2017, 87 Sayfa

Bu çalışmanın amacı Z kuşağı bireylerinin iş yaşamından ideal kurum, ideal yönetici, ideal işte iletişim, takım çalışması, motivasyon, takım çalışması ve eğitim – gelişim konularında beklentilerini belirlemektir. Z kuşağı bireylerin bu hususlarda beklentileri sorgulanmış olup, verdikleri yanıtlar doğrultusunda analizleri yapılmıştır. Çalışma İstanbul ili, Beyoğlu ilçesinde ki okullar çevresinde Z kuşağı bireylerinin çokça vakit geçirdikleri kafe, pastane ve aktivite alanlarında 534 kişinin katılımı sonucunda anket uygulaması gerçekleştirilerek hazırlanmıştır. Araştırmanın tek bir ilçede gerçekleştirilmiş olması kısıtlarından biridir; bu sebeple elde edilen sonuçlar genelleştirilemeyebilir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Milenyum Kuşağı , Türkiye de Kuşaklar

ABSTRACT

A RESEARCH ON THE EXPECTATIONS OF THE BUSINESS LIFE OF Z GENERATION

Fulden Buyukuslu

Human Resources Management

Supervisor : Prof. Dr. Esin Can Mutlu

January 2017, 87 Page

The purpose of this study is to determine the expectations of the Z generation of the individuals in terms of business ideal, ideal manager, communication in ideal work, team work, motivation, team work and education - development. The Z generation individuals were questioned in this respect and their analyzes were made in response to the answers they gave. The study was conducted by conducting a questionnaire survey on the attendance of 534 people in café, patisserie and activity areas where Z quarter individuals spend a lot of time in the vicinity of the schools in the district of Beyoğlu, İstanbul. One of the constraints is that the research was carried out in a single district; The results obtained for this reason may not be generalized.

Key Words: Generation Z & Generation Millenium, Generations in Turkey

İÇİNDEKİLER

TABLolar.....	vii
ŞEKİLLER.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
2. KUŞAK KAVRAMI.....	3
2.1 KUŞAKLARIN SINIFLANDIRILMASI.....	4
2.1.1 Yetişkinler.....	6
2.1.2 Bebek Patlaması.....	7
2.1.3 X Kuşağı.....	9
2.1.4 Y Kuşağı.....	10
2.1.5 Z Kuşağı.....	12
2.1.6 Alpha Kuşağı.....	14
2.2 KUŞAKLARIN KARŞILAŞTIRMASI.....	15
2.3 KUŞAKLARIN TÜRKİYE NÜFUSUNDAKİ ORANLARI.....	19
2.3.1 Türkiye Nüfus Bilgileri ve Kuşaklar.....	19
2.3.2 Türkiye İşgücü ve İstihdam İçerisinde Kuşakların Yeri.....	21
3. ARAŞTIRMA.....	25
3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	25
3.2 ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER.....	25
3.3 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, KAPSAMI VE KISITLARI.....	26
3.4 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER.....	27
3.5 ANALİZ VE TESTLER.....	28
3.5.1 Tanımlayıcı İstatistikler.....	28

3.5.2 Güvenilirlik Analizi.....	31
3.5.3 Hipotez Testleri.....	32
4. BULGULAR.....	36
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	51
KAYNAKÇA.....	53
EKLER.....	58



TABLULAR

Tablo 2.1 : Çeşitli kaynaklarda yer alan kuşak sınıflandırmaları	5
Tablo 2.2 : Oblinger & Oblinger kuşak sınıflandırması	6
Tablo 2.3 : Yetişkinler kuşağı alt kırılımları	6
Tablo 2.4 : Farklı kuşakların karşılaştırma tablosu	16
Tablo 2.5 : Kuşaklar arası farklılıklar tablosu.....	17
Tablo 2.6 : Çalışma hayatında kuşaklar	18
Tablo 2.7 : Y kuşağı ile Z kuşağı farkları	19
Tablo 2.8 : Yaş grubu ve cinsiyete göre Türkiye nüfus dağılımı	20
Tablo 2.9 : Kuşakların Türkiye nüfusu içerisinde dağılımı	21
Tablo 2.10 : 2015 yılı Türkiye işgücü ve istihdam istatistikleri	22
Tablo 2.11 : Türkiye’de kuşakların işgücü ve istihdam durumları	23
Tablo 3.1 : Anket ölçeği	28
Tablo 3.2 : Cinsiyete göre sayısal ve yüzdesel dağılım	29
Tablo 3.3 : Doğum yılına göre sayısal ve yüzdesel dağılım	29
Tablo 3.4 : Öğrenim durumuna göre sayısal ve yüzdesel dağılım	30
Tablo 3.5 : Çalışma durumu sayısal ve yüzdesel dağılımı	30
Tablo 3.6 : Yaşanan iller sayısal ve yüzdesel dağılım	31
Tablo 3.7 : Güvenilirlik analizi	31
Tablo 3.8 : Korelasyon analizi	32
Tablo 3.9 : Hipotezlerin tanımlayıcı istatistikleri	33

Tablo 3.10 : Hipotezlerin bağımsız örneklem testi t-test	34
Tablo 4.1 : İdeal kurum beklentileri	38
Tablo 4.2 : İdeal yönetici beklentileri	40
Tablo 4.3 : İdeal işte iletişim beklentileri	42
Tablo 4.4 : Karar verme olguları	44
Tablo 4.5 : Takım çalışması olguları	46
Tablo 4.6 : Motivasyon unsuru	48
Tablo 4.7 : Eğitim – gelişim	50

ŞEKİLLER

- Şekil 2.1 : 1909 – 2009 yılları arasında Amerika’da gerçekleşen doğum oranları..... 8
- Şekil 2.2 : Kuşakların dağılımının yüzdesel olarak grafiği 21
- Şekil 2.3 : Türkiye’de kuşakların istihdam durumu içerisindeki yüzdesel oranları..... 23



1. GİRİŞ

Her geçen gün dünya üzerinde birçok olgu gelişmekte ve değişmektedir. Bu olgular içerisinde günümüzde en başta teknoloji gelmekte olup, teknoloji ile birlikte insanların iş yaşamları, aile yaşamları, sosyal hayatları, ekonomik beklentileri ve dünya üzerinde ekonomi, siyaset, kültür, sanat ve bilim gibi birçok alan değişiklik göstermektedir.

Geçmişten günümüze dünya üzerinde yaşanan savaşların, ekonomik buhranlar ve gelişmelerin, sanayi, bilim ve teknoloji alanında yaşanan değişimlerin ve gelişmelerin insanlar üzerinde de etkileri olmuştur. Bu sebeple farklı dönemleri yaşayan her insan topluluğunun özellikleri yaşadıkları dönemin ihtiyaçları ve yaşam koşullarına bağlı olarak değişiklikler göstermektedir. Bu durum kuşakları ve kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkartmıştır.

Dünya üzerinde yaşanan değişimler ve gelişmeler sebebi ile oluşan kuşak farkları nedeniyle, işletmeler mevcutta bulunan insan sermayesini ellerinde tutabilmek için bu değişikliklere ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Buna bağlı olarak her geçen gün işletmeler yönetim anlayışlarını ve çalışma koşullarını değiştirmeye ve iyileştirmeye yönelik çalışmalar yapmaya başlamışlardır.

Günümüzde çalışma hayatında en aktif rolü X Kuşağı ve Y Kuşağı oynamaktadır. Ancak gelecek yıllar içerisinde Z Kuşağının iş yaşamına girmesi ile aynı önceki dönemlerde Y Kuşağında olduğu gibi, bu kuşağın iş yaşamından beklentilerine göre çalışma yaşamında değişikliklerin söz konusu olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, şu an lise öğrenimine devam edip üniversiteye hazırlanan ve üniversite hayatına adım atmış meslek hayatına hazırlanan Z Kuşağı bireylerinin iş yaşamından beklentilerinin neler olduğu ve nasıl bir işletmede çalışmak istedikleri sorularına yanıt bulmak amacı ile gerçekleştirilmiştir.

Kuşaklar ile ilgili yapılan literatür araştırması ve kuşak kavramları ikinci bölümde yer almakta olup, kronolojik olarak sınıflandırılmıştır. Türkiye'nin nüfus verilerine bağlı olarak da Z kuşağının Türkiye nüfusundaki yeri ve kuşakların Türkiye nüfusunda dağılımı belirtilmiştir.

Araştırmanın önemi, modeli, hipotezleri, yöntemi ve analizine üçüncü bölümde yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırma sonuç verilerine yer verilmiştir.

Türkiye’de kuşaklar ile ilgili yapılan araştırmaların ağırlıklı olarak kuşakların tüketim tercihlerine yönelik olduğu ve pazarlama şirketleri tarafından yapıldığı görülmüştür. Yabancı kaynaklarda kuşakların çalışma hayatından beklentileri, diğer kuşaklar ile yaşadıkları çatışmalar ve bunları engellemek adına şirketlerin atması gereken adımlar ile ilgili veriler mevcut iken, Türkiye de çok az sayıda bu araştırmanın yapıldığı ve üzerine çok fazla çalışma yapılmadığı görülmektedir. Gelecekte iş hayatına girecek olan Z Kuşağı’nı anlamak adına daha fazla çalışma yapılması gerektiği görülmektedir.



2. KUŞAK KAVRAMI

Kuşaklar kuramı ilk olarak Karl Mannheim isimli bir Alman Sosyoloğu tarafından 1928 yılında yazılan kitapta ileri sürülmüştür. Günümüz kuşakları ile ilgili sınıflandırmaları içeren araştırma sonuçları ise 1991 yılında William Strauss ve Neil Howe tarafından yazılan kitapta önem kazanmış ve dünyada ki bir çok araştırmacı bu kurama “Strauss – Howe Kuşak Kuramı” adını vermiştir. Bu kurama göre kuşak üyelerinin ortak bir yaş noktası ve aynı zaman diliminde benzer deneyimleri yaşamaları gerekmektedir. Ve her yeni kuşakta bu davranış özelliklerinin değişebileceği öne sürülmektedir (William Strauss ve Neil Howe – 1991).

Kuşak kavramı bir toplumun aynı zamanda doğan yaş gruplarını ifade ederken, bir nesil ile öteki nesil arasında geçen dönemi de ifade etmektedir.

Kuşakları yalnızca doğdukları zaman aralıkları dikkate alınarak sınıflandırmak doğru olmayacaktır. Aynı zamanda kuşakları oluşturan toplulukların düşünceleri, deneyimleri ve hissettiklerinin tanımlanması da, onları sınıflandırmak için kullanılmaktadır (Adıgüzel ve diğerleri - 2014).

Türk Dil Kurumu’na göre Kuşak kavramı “Yaklaşık yirmi beş otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, jenerasyon”¹ olarak tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu’nun tanımlamalarından bir diğeri ise “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu” şeklindedir.

Jean-Calude Langree kuşak kavramını aynı tarihsel olayların içinde bulunmuş, aynı dönemi yaşamış, aynı toplumsal koşullarda sosyalle olmuş ve hatta aynı kolektif kimliğe ait olmuş bireylerin oluşturduğu topluluklar olarak tanımlamaktadır (Toruntay, 2011).

Yapılan araştırmalar sonucuna bakıldığında artık Türk Dil Kurumunda belirtildiği şekilde yirmi beş otuz yıllık yaş kümeleri değil, hemen hemen on yıllık yaş kümeleri ile farklı kuşaklar ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi ise dünya üzerinde yaşanan gelişme ve değişimlerin eski tarihlere göre daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesidir. Bu husus kuşak türlerine değinildiğinde daha net bir şekilde görülecektir.

¹ Türk Dil Kurumu , www.tdk.gov.tr , 2016

Karl Mannheim, bir toplumda kuşakların varlığından bahsedebilmek için olması gereken beş özellikten söz etmektedir. Birincisi, kültürel süreç içerisinde yeni katılımcıların ortaya çıkması; ikincisi, eski katılımcıların sürekli yok olması; üçüncüsü, bir kuşağın üyelerinin tarihsel süreçte zamansal olarak sadece belirli bir bölümüne katılabilmesi; dördüncüsü, kültürel mirasın iletilmesi; beşincisi, kuşaktan kuşağa geçişin sürekli olmasıdır (Bezirci, 2012).

Özetle, kuşakların oluşabilmesi için toplumda pek çok olay ve sosyal değişimler gerçekleşmiş olmalıdır. Savaşlar, ekonomik buhranlar, teknolojik gelişmelerin yol açtığı sosyal değişimler örnek olarak verilebilir.

Bu bölümde kuşak kavramı için yapılan tanımlamalara yer verilmiş olup, bir sonraki bölümde kuşak türleri ve özellikleri hakkında bilgiler aktarılmaktadır.

2.1 KUŞAKLARIN SINIFLANDIRILMASI

Araştırma yapılırken farklı kaynaklarda kuşak sınıflandırmalarının değişiklikler gösterdiği görülmüştür. Bunun birçok sebebi bulunmaktadır. En önemlisi dünyada yaşanan değişimler her ülkede aynı tarihlerde etkili olmadığı için kuşak sınıflandırmaları ülkelere göre de değişiklik göstermektedir.

Farklı kaynaklarda yer alan kuşak sınıflandırmaları kronolojik olarak tablo 2.1’de verilmiştir.

Tablo 2.1 : Çeşitli kaynaklarda yer alan kuşak sınıflandırmaları

Kaynaklar		Sınıflandırma			
Tapscott - 1998	-	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1975)	Dijital Kuşak (1976-200)	-
Zemke - 2000	Eski Askerler (1922-1943)	Bebek Patlaması (1943-1960)	X Kuşağı (1960-1980)	Gelecektekiler (1980-1999)	-
Howe & Strauss - 2000	Sessiz Kuşak (1925-1943)	Patlama Kuşağı (1943-1960)	13. Kuşak (1961-1981)	Milenyum Kuşağı (1982-2000)	-
Martin & Tulgan - 2002	Sessiz Kuşak (1925-1942)	Bebek Patlaması (1946-1960)	X Kuşağı (1965-1977)	Milenyumlar (1978-2000)	-
Lancaster & Stillman - 2002	Gelenekçiler (1900-1945)	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Milenyum Kuşağı (1981-1999)	-
Oblinger & Oblinger - 2005	Yetişkinler (1946 ve Öncesi)	Bebek Patlaması (1947-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Y Kuşağı (1981-1995)	Z Kuşağı (Milenyum Kuşağı) (1995-2010)

Kaynak: Reeves & Oh2008. Generational differences, in handbook of research on educational communications and technology,

Bu araştırmada en güncel kuşak sınıflandırması olarak kabul gören Oblinger & Oblinger (2005) sınıflandırması dikkate alınmıştır. Tablo 2.2’de bu sınıflandırma verilmiştir.

Tablo 2.2 : Oblinger & Oblinger kuşak sınıflandırması

Kaynaklar		Sınıflandırma			
Oblinger & Oblinger -2005	Yetişkinler	Bebek	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
	(1946 ve Öncesi)	Patlaması (1947-1964)	(1965-1980)	(1981-1995)	(Milenyum Kuşağı) (1995-2010)

Son yıllarda araştırılmaya başlanan bir yeni kuşakta Alfa Kuşağı olarak isimlendirilmekte olup, 2010 yılı sonrası doğan bireyleri kapsamaktadır. Bu konudaki araştırmalar ağırlıklı olarak Mark McCrindle tarafından yapılmıştır. Bu kuşağa da kuşak sınıflandırma başlığı altında değinilecektir.

2.1.1 Yetişkinler

1946 yılı ve öncesi doğan Yetişkinler kuşağın en önemli özelliği Büyük Buhran adı ile tüm dünyayı etkisi altına almış olan işsizlik ve bu dönemde yaşanan savaşlar, kıtlık, açlık nedeni ile zorlu yaşam şartları altında yaşamış olmalarıdır. Literatüre göre bu kuşak günümüzün en yaşlı üyeleridir. 1900 – 1946 yılı arasında doğan bu kuşağın kendi içerisinde alt kırılımları bulunmaktadır. Tablo 2.3 bu kırılımları göstermektedir.

Tablo 2.3 : Yetişkinler kuşağı alt kırılımları

Sıralama	Alt Kuşaklar	Dönem
i.	Büyük Değişim Kuşağı	1900-1914
ii.	1.Savaş Kuşağı	1914-1918
iii.	Ümit Kuşağı	1918-1929
iv.	Depresyon Kuşağı	1929-1939
v.	2.Savaş Kuşağı	1939-1945

Kaynak; İzmirlioğlu, K., 2008. Konumlandırma kuşak analizi yardımıyla tüketici algılarının tespiti Türk otomotiv sektöründe bir uygulama

Yetişkinler kuşağı içerisindeki bu kırılımlar tarihsel olarak her ülkede farklılık gösterebilmektedir. Bunun sebebi ise her ülkenin yaşadığı olayların farklı tarihlerde cereyan etmiş olmasıdır.

Yaşadıkları koşullar göz önüne alındığında bu kuşak bireyleri otoriteye saygılı, uyumlu, çalışkan, güven duygusunu önemseyen bireylerdir. Bu nedenle uzun süre aynı işletmede görev almış, neredeyse emekliliğe kadar güvendikleri işletmelerde çalışmışlardır. Uzun yıllar aynı kurumda görev almış olmalarının bir diğer nedeni ise risk almayı sevmeme özellikleridir. Çalıştıkları kurumdan vazgeçememiş ve bu kurumlara kendilerini adanmışlardır. Değişimi sevmeme özellikleri sebebiyle de günümüz teknolojisine adapte olamamakta ve eski alışkanlıklarından vazgeçememektedirler.

Bu kuşak 2.Dünya Savaşı dönemine tanık olup, Almanya’da Hitlerin iktidara gelmesi, Hiroşima’ya gerçekleştirilen atom bombası saldırısı gibi diğer etkili olaylara da tanıklık etmişlerdir. Ülkemizde yaşayanlar Osmanlı İmparatorluğunun parçalanması, Kurtuluş Savaşı, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşu ve Atatürk’ün yönetimine tanıklık etmişlerdir.

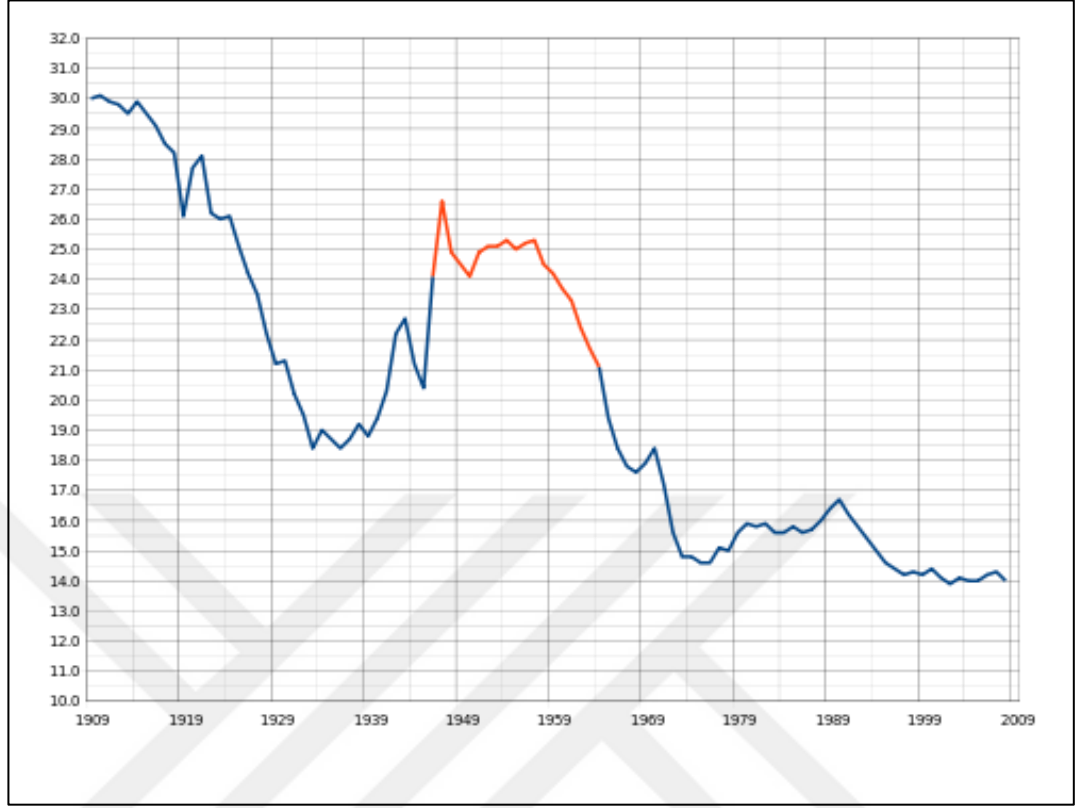
2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre yetişkinler kuşağından 4.138.854 birey ülkemizde yaşamaktadır.

2.1.2 Bebek Patlaması

1947 – 1964 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır. İkinci Dünya Savaşı’ndan hemen sonra yaşanan nüfus patlamasında doğan 1 milyar bebeğe “Baby Boomers”² ismi verilmiştir. Bu kuşak çok önemli teknolojik ve ekonomik gelişmelere tanık olmuştur (İzmirlioğlu, 2008). Bu kuşak dünya üzerinde birçok etki yaratmıştır. Bu kalabalık nüfus sayesinde ekonomi canlanmış, tüketim toplumu ortaya çıkmış, şehirlerin etrafında yeni yaşam alanları oluşmuş ve gelişmiştir.

² Bebek Patlaması

Şekil 2.2 : 1909 – 2009 yılları arasında Amerika’da gerçekleşen doğum oranları



Kaynak : United States Census Bureau , 2011.

Bu dönemde dünya üzerinde yaşanan en önemli gelişmelerden biri insan hakları ile ilgili çalışmaların başlamış olması, bilim alanında DNA molekülünün yapısının keşfedilmesi, 1959 yılında gerçekleşen Küba Devrimidir. Ayrıca bu dönemde doğanlar 1960 yılında başlayan Vietnam savaşına tanıklık etmişlerdir. Türkiye’de bu dönemde tek partili dönemden çok partili döneme geçiş, 6-7 Eylül olayları ve ihtilal dönemi yaşanmıştır. Radyonun altın çağı yine bu döneme denk gelmiştir. Türkiye’de Türkiye Radyo Televizyon Kurumu radyo yayınına başlamıştır.

Çok çalışkan olan bu kuşağın, sorumluluk duygusu fazlasıyla gelişmiştir. Yaşadıkları çocukluk döneminde babaları çalışan ve anneleri evde çocuk bakan bu kuşak bu sebeple daha gelenekselci yaklaşımlara sahiptir. Genç kuşaklara göre ekonomik kaygıları daha yüksek olan bu kuşak bu nedenle başarı ve amaç odaklı, otoriteye sadık, uyumlu ve kanaatkârdır. İş yaşamlarında daha çok işkolik gibi gözükmeye eğilimine sahip olmuşlardır. Bunun nedeni ise işe olan bağlılığın çalışma saatleri ile ölçüldüğü

düşüncesine sahip olmalarıdır. Çalışma ortamında ise takım çalışmasına, önem vermektedirler. Takım ruhu bu kuşak için önemlidir.

Bugün bu kuşağa bakıldığında yaşamları sıradan, marjinal düşüncelerden ve davranışlardan uzak, daha çok tutucu duruşlar sergiledikleri görülmektedir. Çalışma yaşamları boyunca gelecekle ilgili beklentileri emeklilikte rahat etmek ve düzenli bir hayata sahip olmak olduğundan dolayı en büyük hedefleri ev sahibi olmak ve yaşlılıklarında bakıma muhtaç kalmamaktır. Batılı toplumlarda yaşam standartlarının daha yüksek olması nedeni ile böyle bir kaygı oluşmamıştır, bunun nedeni Türkiye de yaşayanlardan çok daha önce araç ve ev sahibi olmalarıdır. Kuşak kavramları içerisinde bu kuşağın içe dönüklüğü ve duygusallığı ifade ettiği belirtilmektedir.

2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre bebek patlaması kuşağından 17.008.183 birey ülkemizde yaşamaktadır.

2.1.3 X Kuşağı

1965-1980 yılları arasında doğan bu kuşağın ismi “ex olmak”tan gelmektedir. Bunun sebebi bebek patlaması kuşağı sonrasında nüfus artışının yavaşlamasıdır (Bayhan, 2014).

Yetişkinler kuşağının ekonomik ve sosyal açıdan daha iyi bir yaşam sürmek adına daha az çocuk sahibi olmayı tercih etmeleri sonucunda bu dönemde doğum oranları düşüş göstermiştir.

Terim olarak “X Kuşağı” Kanadalı yazar Douglas Coupland’ın 1991 yılında yayınladığı “Generation X: Tales for an Accelerated Culture” kitabının ardından yaygınlaşmıştır (Demirkaya, 2015). Bu kuşak sonrası gelen Y ve Z kuşağının isimlerine de zemin hazırladığı düşünülmektedir.

Bu dönemde, kadınlar dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yoğun olarak iş yaşamına atılmaya başlamışlardır. Bu kuşak paraya daha fazla önem vermeye başlamıştır ancak hiçbir zaman para onlar için tek başına bir motivasyon aracı olmamıştır. Her zaman daha iyi kariyer imkânlarına sahip olmaya çalışmışlardır. Bu sebeple de iş yaşamlarında çalışkan, sadık, aynı işte uzun yıllar çalışan bireyler olmuşlardır. Bireyciliğe her zaman önem vermişlerdir. Bu kuşak bireyleri sorunlarını kendileri çözmeye alışmıştır.

Dünyada petrol krizlerinin ve ekonomik sarsıntıların yaşandığı bu dönemde Türkiye’de ise üniversitelerde yaşanan olaylar, sol – sağ çatışmaları önemli olaylar içerisinde yer almaktadır. Ayrıca Türkiye’de sinemanın büyük önem kazanmaya başladığı bu yıllarda televizyon evlerde yer almaya başlamıştır.

X Kuşağı kanaat duygusu yüksek bireyler olarak bilinmektedir. Bu kuşak üyeleri özgürlüklerine düşkün olmaları nedeni ile bu dönemde evlilik oranı daha düşük olmuştur, daha geç evlenme eğilimine sahip olmuşlardır.

Risk almaktan kaçınan bu kuşak üyeleri çalıştıkları dönemde kamu personeli olmanın daha sağlıklı ve güvenli olduğunu düşünmüş, özel sektörün riskli olduğu görüşüne sahip olduklarından özel sektörü gelecek açısından güvensiz olarak görmüşlerdir.

Kişisel bilgisayarların ortaya çıkışı bu kuşağın doğduğu döneme denk geldiği için teknolojiye ayak uydurmakta zorluk çekmeyen bu kuşak iletişim şekli olarak telefon ve elektronik postayı tercih etmektedir. Bu sebeple hala gelişmekte olan teknolojiyi iş ve özel yaşamlarında etkin bir şekilde kullanmaktadırlar.

İş – yaşam dengesine önem verme bu kuşak ile başlamıştır. Sonraki kuşaklarda önem derecesi giderek artmıştır.

2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre X kuşağından 16.345.982 birey ülkemizde yaşamaktadır.

2.1.4 Y Kuşağı

1981 – 1995 yılları arasında doğan bu kuşak internet ve teknoloji ile birlikte büyümüştür. Bu nedenle bu kuşağa farklı isimler verilmiştir. Bu kuşağa verilen diğer isimler; internet kuşağı, echo boomers, millennial ve nexters’dir.

Y Kuşağı terimi ilk olarak 1993 yılında kendilerinden önceki X kuşağından farklı olduklarını belirtmek için kullanılmıştır. X kuşağından tamamen farklı olan bu kuşak üyeleri küreselleşen dünyada cep telefonu, IPOD, çok kanalı televizyonlar, internet ve bunun sonucu olarak MSN, Google gibi çeşitli araçlar ile büyümüş olup aynı zamanda 11 Eylül saldırısı, Körfez Savaşı ve Irak Savaşı gibi dönemlere tanıklık etmişlerdir.

Y kuşağı üyeleri bağımsız bireylerdir. Teknolojiyi sürekli olarak kullanıyor olmaları nedeni ile istedikleri an istedikleri bilgiye ulaşabilen bu kuşak bu nedenle her şeyi

başarabileceğini düşünmektedir. Özgüvenleri yüksek olan Y Kuşağı bireyleri, kendilerine güveni oldukça yüksek, işbirlikçi ve aynı ölçüde bencillerdir. Çalışmayı seven bu kuşak bireyleri ilişkiye çok önem verdikleri için aile ve sosyal hayatına vakit ayırabilmeyi istemekte olduğundan iş – yaşam dengesine X kuşağına göre daha fazla önem vermektedir. Yapılan birçok araştırma sonucunda bu kuşağın iş yaşamında yeni bir dönüşüm başlattığı görülmektedir. Buna bağlı olarak Y kuşağı her şeyi değiştirebileceğini düşünmektedir.

Y Kuşağı, uzaktan erişim ile çalışmayı, esnek çalışma veya yarı zamanlı işlerde çalışmayı da tercih edebilmektedir. Sadakat duygusu düşük olan bu kuşak görev aldığı işletmede beklentileri karşılanmazsa kolaylıkla iş değiştirebilmektedir. Bu nedenle bugün işletmeler bu kuşağın örgütsel bağlılığını artırmak amacıyla çalışmalar yapmakta ve yürürlüğe koymaktadır. İşletmeler Y kuşağı çalışanlarının isteklerine cevap verebildikleri sürece onların yeteneklerinden faydalanabilir, bunun sonucunda da işletmelerini bir adım ileriye taşıyabilirler. İş hayatında son derece seçici bu kuşak, diğerlerinden hızlı çalışıp başarısını çabuk kanıtlama çabasındadır (Keleş, 2011).

Otoriteye saygı göstermeyen bu kuşak, görev aldıkları işletmelerde akıllarına yatmayan görevler için mantık arayabilmekte, nedenini sorgulayabilmektedir. Aynı şekilde aile içerisinde de onlara uymayan düşünceleri sorgulayabilmekte ve eleştirebilmektedirler. Önceki kuşaklara göre aile kararlarına katılımları daha yüksek olan bu kuşak üyeleri apolitik olarak değerlendirilmekte, okuyan, araştıran, yenilikçi bireylerdir. Toplumsal olaylara karşı oldukça duyarlılar.

Y kuşağı çalışırken aynı anda internette dolaşabilir, sosyal medyada arkadaşları ile paylaşımda bulunabilir. Bir işle uğraşırken aynı anda başka bir işe odaklanabilmeleri en önemli özellikleridir.

2005 yılında gerçekleştirilen Mitchell araştırmasında Y kuşağının tercihleri aşağıdaki gibi ifade edilmiştir;

- i. Değişim sağlayan ve etki bırakan,
- ii. Kendilerini ifade edebilecekleri bir iş isteyen,
- iii. Aynı anda çok işi yürütebilen,
- iv. Aktif bir şekilde olaylara dahil olma ve olayların içinde yer alma,

- v. Çalışma saatlerinde, dış görünüşte esneklik; rahat bir iş ortamı,
- vi. Takım çalışması,
- vii. İş başı eğitim,
- viii. Her şeyi hızlı ve kolay yoldan elde etme,
- ix. İş ve hayat dengesi.

2008 yılında ise Çatalkaya Y kuşağının özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;

- a. Kendini ve tercihlerini rahatlıkla ortaya koyabilme, girişimcilik,
- b. Kendilerinden ve işvereninden yüksek beklentiler,
- c. Sürekli eğitim ve öğrenme,
- d. Sorumluluk alma ve kendilerini ispat etme isteği,
- e. Daha hırslı ve çabuk yükselmeyi isteme,
- f. Rahatlığa düşkün, çalışmayı ve sosyalleşmeyi pek sevmeme,
- g. Uzun süreli sadakat göstermeme ve kolay tatmin olmama,
- h. Direkt emir almaktan ve ast olmaktan hoşlanmama,
- i. Otoriteden rahatsız olma.

2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre Y kuşağından 19.005.566 birey ülkemizde yaşamaktadır. Şekil 2.1’de de görüleceği gibi, Y kuşağı da Bebek Patlaması kuşağı gibi nüfus oranında ani bir artış oluşturmuştur. 2025 yılı itibari ile bu kuşağın nüfusun %75’ini oluşturması beklenmektedir (Kural, 2013). Buna bağlı olarak gelecekte ekonomi üzerinde etkilerinin önceki kuşaklara göre daha yüksek olması beklenmektedir.

2.1.5 Z Kuşağı

1995 – 2010 yılları arasında doğan bu kuşak için indigo çocukları, kristal çocuklar ve internet kuşağı isimleri verilmektedir. Bu kuşağın oyuncaklar yerine tablet, cep telefonu ile büyümesi nedeni ile hayatlarının büyük bir kısmını internet ve teknoloji kaplamaktadır.

Kuşaklar içerisinde motor becerileri en fazla gelişmiş olan bu kuşak, aynı anda farklı konular ile ilgilenebilmekte ve buna bağlı olarak da farklı konularda yeteneklerini geliştirebilmektedir. Aynı özellik Y kuşağında da bulunmakta ancak bu kuşakta daha gelişmiş olarak gözükmektedir. Yaratıcılığa imkân sağlanan aktivitelerden hoşlanan bu

kuşağın hafızası oldukça kuvvetlidir. Ezberlemeyi sevmeyen bu kuşak daha çok oyunlar ve eğlenceli yöntemler ile öğrenmek istemektedirler.

Çevreye duyarlı, teknolojik gelişmeleri takip eden, eşitlik ve adalet olgularına önem veren bu kuşak sosyal olaylar ile çok fazla ilgilenmemektedir.

Yapılan araştırmalarda bu kuşağın çalışma yaşamına girmesi ile birlikte birçok olguyu değiştireceği düşünülmektedir. Y kuşağından daha da fazla hız bağımlısı olması beklenen bu kuşağın çoklu iş yapabiliyor olması da beklentiler arasındadır. Hiyerarşiye soğuk duracakları ve çalıştıkları yerlerdeki organizasyon yapılarını değiştirecekleri düşünülmektedir.

2016 yılında Deloitte'nin yaptığı Milenyal anketine göre 7.700 Z kuşağı çalışanın yüzde 90'ının işlerinde yeteneklerini kullanmak istedikleri ortaya çıkmıştır.

2012 yılında Amerika'da Grail Research isimli bir araştırma şirketinin yaptığı araştırmaya göre Z kuşağı hakkında edinilen bilgiler şu şekildedir;

- i. Amerika'da 6-12 yaş arası çocukların yüzde 31'i yılbaşı hediyesi olarak IPAD istemiştir,
- ii. 12 yaşındaki kızların yüzde 20'si online alışveriş sitelerinde gezmektedir,
- iii. Cep telefonu kullanım yaşı her sene düşmektedir. 12 yaşındaki kızların yüzde 65'inde, 13-15 yaşındaki kızların ise yüzde 79'unda cep telefonu bulunmaktadır.
- iv. Gençlerin yüzde 46'sı televizyonda ne izleyeceklerini sosyal ağlardaki öneriler üzerine karar vermektedir.
- v. Çocuklar, gençler cep telefonu, bilgisayar veya sosyal ağlara bağlanabilen benzer cihazlardan uzak tutulduklarında üzülmemektedirler.

2004 yılında Amerika'da gerçekleştirilen bir başka araştırma, Kaiser Family Foundation isimli sağlık sektörüncü araştırmalar yapan şirkete ait olup bu araştırma bulgularına göre Z kuşağı için şu bulgulara yer verilmektedir;

- a. Aynı anda birden fazla şey ile uğraşabilmekteler,
- b. Yeni teknoloji ürünleri ile vakit geçirdikleri süre kadar geleneksel medya ile de vakit geçirmekteler, bir ürünü seçmeleri diğer üründen vazgeçmeleri anlamına gelmemektedir,

- c. 8-18 yaş arasındaki çocukların yüzde 73'ü günde en az 43 dakikalarını okuyarak geçirmektedirler.

Z kuşağı ile ilgili farklı bir diğer durum ise daha doğmadan çok önce gelecek bilimciler tarafından özelliklerinin tanımlanmış olmasıdır. Bugün aynı şekilde tanımlanan bir diğer kuşak Alpha kuşağıdır.

2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre z kuşağından 19.090.204 birey ülkemizde yaşamaktadır.

2.1.6 Alpha Kuşağı

Oblinger & Oblinger kuşak sınıflandırmasında yer verilmese de şu an varlığı söz konusu olan bu kuşak genel olarak 2011 itibari ile doğan bireylerdir. X,Y,Z Kuşağı isimleri sonrasında bu kuşağa Alpha kuşağı isminin verilmesinin nedeni Yunan alfabesinin ilk harfi olan Alpha harfinin uygun görülmesi olarak belirtilmektedir. Marc McCrindle'in araştırmalarına göre bu kuşak akıllı cihazları doğuştan itibaren kullanmaya başlayan, düşüncelerini saniyeler içerisinde dünya ile paylaşmanın en doğal hakları olduğunu savunacak ilk kuşak olacak. McCrindle'a göre bu kuşak sahip olduğu teknolojik imkanlar sayesinde, şimdiye kadar dünyaya gelmiş olan kuşaklar arasında en devrimsel kuşak kırılımı olacaktır.

Mevcut öngörülere göre bu kuşak ile kendisinden önceki Z kuşağı arasındaki farkında büyük olması beklenmekte.

Gelecek Bilimci Ufuk Tarhan'a göre Alpha kuşağı'nın;

- i. Aynı anda birden fazla işle meşgul olacağı,
- ii. Şu an bilinmeyen, farklı, tuhaf kişisel uzmanlık alanları geliştireceği,
- iii. Tek bir olaya dikkat kesilmeyerek, görsel, video, holografik iletişimi tercih edeceği,
- iv. Hafızalarının çok fazla veriyi tutamayacağı, az konuşacağı, gerekmediği sürece fiziksel buluşlardan hoşlanmayacağı,
- v. Sanal, robot veya hologram arkadaşları olacağı ve bireylere göre bunlarla daha iyi anlaşacağı, birebir iletişim kurmaktan çok hoşlanmayacağı, makinalar aracılığı ile iletişim kurmayı tercih edeceği,

- vi. Araştırması gereken konuları arama motorları aracılığı ile bulacağına inanacağı ve etrafındaki bireyleri sormayı reddedeceği,
- vii. Bireysel odaklı olacağı, bireysel çalışmayı tercih edeceği, yaptığı her şeyi kişiselleştireceği,
- viii. Dijital bir nesil oldukları için duygularının ani bir şekilde değişebileceği, hızlı geri bildirimler, övgü ve ödül almayı bekleyecekleri,
- ix. Her türlü otoriteyi reddedecekleri öngörülmektedir.

Sosyal bilimcilere göre ise bu kuşağın okula daha erken yaşlarda başlaması beklenmektedir.

2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Türkiye nüfus verilerine göre Alpha kuşağından 6.381.516 birey ülkemizde yaşamaktadır.

2.2 KUŞAKLARIN KARŞILAŞTIRMASI

Kuşakların ana özelliklerinde kişilikleri, davranışları ve yaşamları boyunca yaşadıkları olaylara yer verilmiştir. Bu bölümde farklı kaynaklardan alınan kuşak karşılaştırmalarına yer almaktadır.

Tablo 2.4’de kuşakların dünya üzerinde tanık oldukları ekonomi ve siyasi olaylar, teknolojik gelişmelere yer verilmiş olup ayrıca Türkiye’de yaşanan toplumsal, siyasal ve ekonomik olaylara yer verilmiştir.

Tablo 2.4 : Farklı kuşakların karşılaştırma tablosu

Yetişkinler (1946 ve Öncesi)	Bebek Patlaması (1947-1964)	X Kuşağı (1964-1980)	Y Kuşağı (1981-1995)	Z Kuşağı (1995-2010)
Dünya	Dünya	Dünya	Dünya	Dünya
-II. Dünya Savaşı -Ekonomik Buhran -“Korkmamız gereken tek şey, korkunun kendisi” -Televizyonun Doğumu	-İnsan Hakları Hareketleri -“I have a dream!” -Radyonun altınçağı	-Petrol Krizi -68 Kuşağı -“Barış” -Sinema zamanı	-Körfez Savaşı -9/11 Çalışma Saatleri -“Just do it!” -“Mesajınız var!” -İnternet -İpod -Play Station -Cep Telefonu	-11 Eylül Saldırısı -Irak Savaşı -“#occupy gezi” (Gezi parkı protestoları) -Akıllı telefonlar -Tabletler -Facebook -Twitter
Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye
-Cumhuriyet Dönemi	-İhtilal -Çok partili dönem	-Sol – sağ çatışmaları	-Terör -Refah ve kriz dönemi	-Gezi olayları -Akp’nin üç dönem iktidar seçilmesi

Kaynak : Topçuoğlu, 2007. İyi de kim bu y’ler.

Tablo 2.5’de kuşakların özellikleri ve değerleri karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Tabloda da görüleceği üzere Z Kuşağı’nın iş yaşamı ile ilgili herhangi bir bilgi yer almamaktadır. Kuşakların ana özelliklerinde de belirtildiği gibi Türkiye’de bu kuşakla ilgili çok fazla çalışma bulunmamaktadır. İş yaşamından beklentileri konusunda ise hiçbir çalışma yapılmamıştır.

Tablo 2.5 : Kuşaklar arası farklılıklar tablosu

Bebek Patlaması (1947-1964)	X Kuşağı (1964-1980)	Y Kuşağı (1981-1995)	Z Kuşağı (1995-2010)
Sadakat duyguları yüksek	Sadakat duyguları değişken	Sadakat duyguları az	İşbirlikçi
İşkolik	Otoriteye saygılı	Otoriteyi zor kabullenen	Yaratıcı
Takım çalışmasına önem veren	Topluma duyarlı	Bağımsızlığına düşkün	Teknoloji ile doğan
Kanaatkar	Kanaatkar	Çok sık iş değiştiren	
Rekabetçi	İş motivasyonları yüksek	Bireyci	
Teknolojiye uzak	Teknolojiye ilgisi düşük	Teknolojiyle büyüyen	
	Kaygılı		

Kaynak : Deneçli ve Deneçli, 2010. Nabza göre şerbet, kuşağa göre etkinlik : eğlencenin pazarlanması ve kuşaklar.

Tablo 2.6’da görüleceği üzere Z kuşağının işgücü içerisindeki oranı %0 olarak verilmiştir. Brand Map dergisine göre Z kuşağı 2001 yılı sonrasında doğanlar olarak ele alındığı için oran bu şekilde çıkmaktadır. Ayrıca Brand Map tarafından Z kuşağının özellikleri Y kuşağı ile aynı olarak verilmiştir.

Tablo 2.6 : Çalışma hayatında kuşaklar

	Yetişkinler (1947-1964)	Bebek Patlaması (1947-1964)	X Kuşağı (1964-1980)	Y Kuşağı (1981-1995)	Z Kuşağı (1995-2010)
İşgücü içerisindeki oranları	13%	26,40%	19,80%	27,70%	0%
Özellikleri	Kurallara saygı gösterme	Tatminkar	Girişimci	Başarı odaklı	Başarı odaklı
	Kurallar çerçevesinde hareket etme	Gelenekçi	Kendine güvenen	Toplumsal bilince önem veren	Toplumsal bilince önem veren
	Sadakat	Rekabetçi	Gerçekçi	İyimser	İyimser
	Çalışkan	Sessiz Kuşak	Eğlenceli	Kendine güvenen	
	İşe bağlılık	İyimser	Resmiyete fazla önem vermeyen	Farklılıklara saygılı	
	Tutumlu	İşkolik	Sonuç odaklı	Teknolojiye meraklı	

Kaynak : Brand Map Dergisi, 2016.

Tablo 2.7’de Y kuşağı ile Z kuşağı arasındaki farklara yer verilmektedir.

Tablo 2.7 : Y kuşağı ile Z kuşağı farkları

Y Kuşağı (1981-1995)	Z Kuşağı (1995-2010)
2 Ekran tercih eder	5 Ekran tercih eder
Yazılı metinle iletişimi tercih eder	Görsel iletişim kurmayı tercih ediyor
Sosyal medyada paylaşım yapar	Sosyal medyada yaratıcıdır
Şimdiki zamana odaklanır	Gelecek zamana odaklanır
İyimserdir	Gerçekçidir
Keşfedilmeyi istiyor	Başarı için çalışmayı istiyor

Kaynak : Marketo, 2014. Meet generation Z: marketing's next big audience.

2.3 KUŞAKLARIN TÜRKİYE NÜFUSUNDAKİ ORANLARI

Bu bölümde Türkiye nüfus verileri ile birlikte kuşakların sayıları, istihdam ve işgücü oranlarına tablolar ve grafikler ile yer verilmiştir.

2.3.1 Türkiye Nüfus Bilgileri ve Kuşaklar

Tablo 2.8 Türkiye İstatik Kurumu internet sitesinde yer alan adrese dayalı nüfus kayıt sisteminin 2015 yılı verileri ile oluşturulmuştur. Yaş grubu ve cinsiyet ayrımları ile birlikte toplam Türkiye nüfusu gösterilmiştir.

Tablo 2.8: Yaş grubu ve cinsiyete göre Türkiye nüfus dağılımı

Yaş Grubu	Erkek	Kadın	Toplam
0-4	3.275.520	3.105.996	6.381.516
5-9	3.252.811	3.084.908	6.337.719
10-14	3.166.860	3.000.125	6.166.985
15-19	3.382.363	3.203.137	6.585.500
20-24	3.224.168	3.089.999	6.314.167
25-29	3.178.350	3.084.899	6.263.249
30-34	3.252.171	3.175.979	6.428.150
35-39	3.134.041	3.069.282	6.203.323
40-44	2.788.425	2.764.155	5.552.580
45-49	2.337.087	2.252.992	4.590.079
50-54	2.317.534	2.315.375	4.632.909
55-59	1.843.354	1.837.816	3.681.170
60-64	3.252.811	3.084.908	6.337.719
65-69	1.100.734	1.255.651	2.356.385
70-74	737.892	888.292	1.626.184
75-79	501.411	682.335	1.183.746
80-84	339.904	470.584	810.488
85-89	128.879	261.571	390.450
90-+	34.622	93.364	127.986
Toplam	41.248.937	40.721.368	81.970.305

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, 2015 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi.

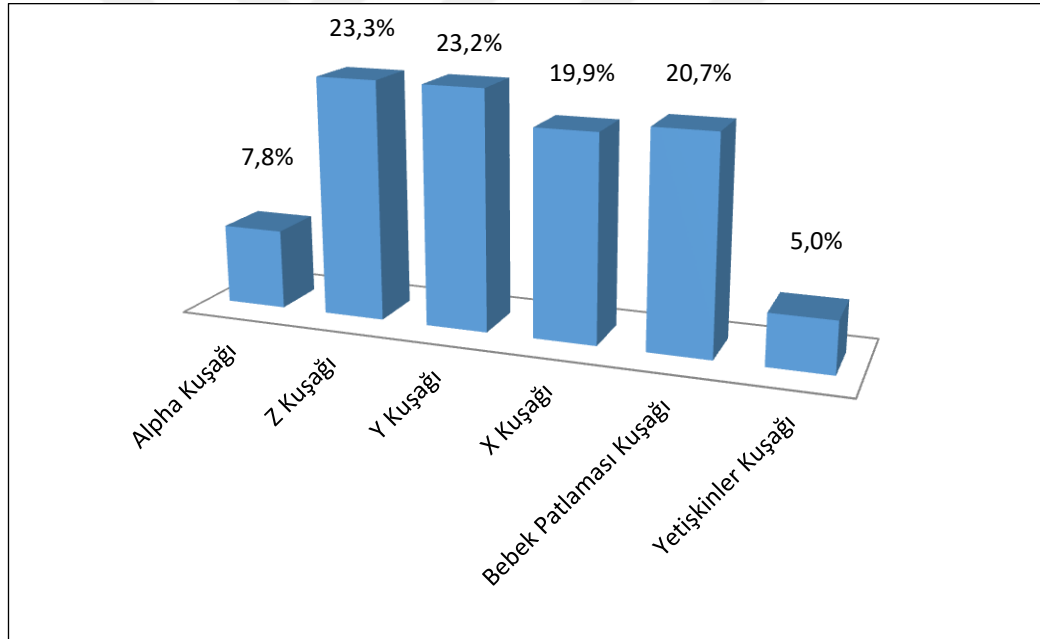
Tablo 2.8 de yer alan bilgiler aracılığı ile kuşak aralıkları bazında tablo 2.9 ve şekil 3.2 hazırlanmıştır. Burada kuşakların Türkiye nüfusundaki oranlarına da yer verilmiştir.

Tablo 2.9 : Kuşakların Türkiye nüfusu içerisindeki dağılımı

Yaş Grubu	Kuşak	Erkek	Kadın	Toplam	Oran
0-4	Alpha Kuşağı	3.275.520	3.105.996	6.381.516	7,80%
5-19	Z Kuşağı	9.802.034	9.288.170	19.090.204	23,30%
20-34	Y Kuşağı	9.654.689	9.350.877	19.005.566	23,20%
35-49	X Kuşağı	8.259.553	8.086.429	16.345.982	19,90%
50-69	Bebek Patlaması Kuşağı	8.514.433	8.493.750	17.008.183	20,70%
70-90+	Yetişkinler Kuşağı	1.742.708	2.396.146	4.138.854	5,00%
Toplam		41.248.937	40721368	81.970.305	100%

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, 2015 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi.

Şekil 2.2 : Kuşakların dağılımının yüzdesel olarak grafiği



Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Verileri, 2015.

Grafikte de görüldüğü üzere şu an Türkiye’de en yüksek orana sahip iki kuşak yer almaktadır. Y Kuşağı ve Z Kuşağı nüfus oranı içerisinde önemli bir orana sahiptir.

2.3.2 Türkiye İşgücü ve İstihdam İçerisinde Kuşakların Yeri

Tablo 2.10 Türkiye İstatistik Kurumu internet sitesinde yer alan 2015 yılı Türkiye İşgücü İstatistikleri veri tabanından analiz edilerek hazırlanmıştır.

Tablo 2.10: 2015 yılı Türkiye işgücü ve istihdam istatistikleri

Yaş Grubu	İŞGÜCÜ DURUMU			İSTİHDAM DURUMU		
	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam
15-19	1.217	568	1.785	1.027	463	1.490
20-24	1.986	1.188	3.174	1.647	902	2.549
25-29	2.793	1.355	4.148	2.483	1.118	3.601
30-34	3.071	1.360	4.431	2.847	1.191	4.038
35-39	2.880	1.319	4.199	2.680	1.175	3.855
40-44	2.585	1.177	3.762	2.394	1.076	3.470
45-49	2.077	813	2.890	1.936	752	2.688
50-54	1.654	627	2.281	1.505	585	2.090
55-59	1.029	385	1.414	944	369	1.313
60-64	618	228	846	574	224	798
65 +	543	205	748	527	204	731
Toplam	20.453	9.225	29.678	18.564	8.059	26.623

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu 2015 yılı Türkiye işgücü ve istihdam verileri.

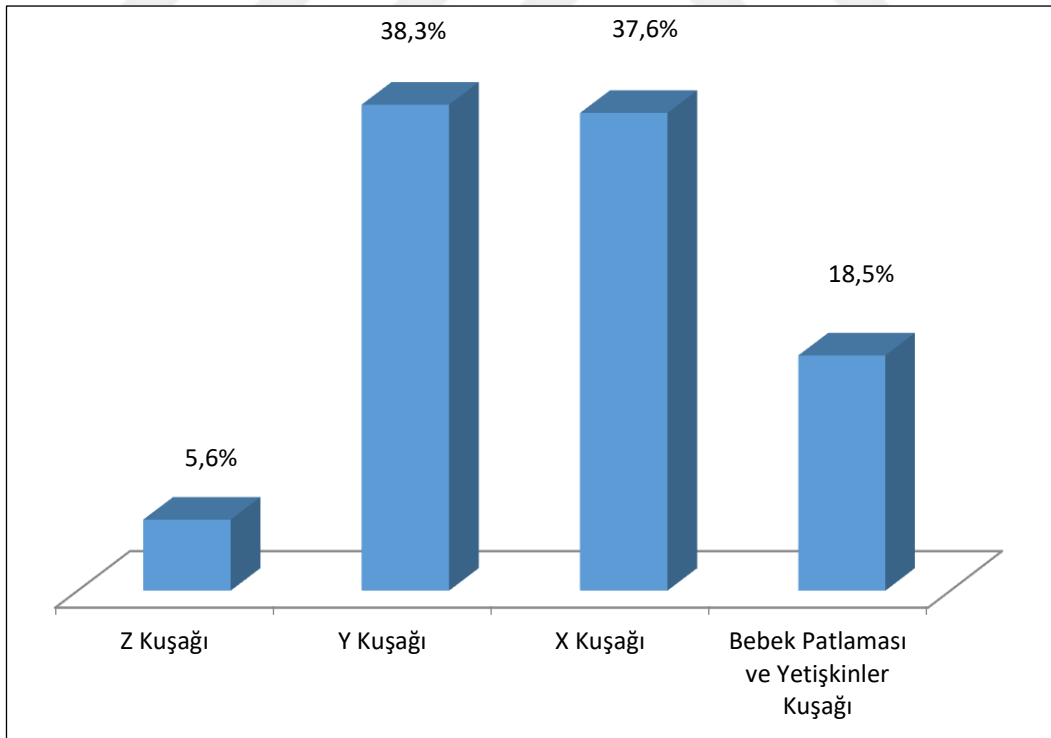
Tablo 2.10 da yer alan bilgiler aracılığı ile tablo 2.11 ve şekil 2.3 hazırlanarak kuşakların işgücü ve istihdam durumları ortaya konulmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu internet sitesinde işgücü ve istihdam durumları yaş grubu içerisinde verilirken 65 yaş ve üstü olarak belirtildiği için Bebek Patlaması kuşağı ve Yetişkinler kuşağı işgücü, istihdam durumları ayrı ayrı verilememiştir. Bu sebeple iki kuşak bir arada ele alınmıştır.

Tablo 2.11: Türkiye’de kuşakların işgücü ve istihdam durumları

Yaş Grubu	Kuşak	İŞGÜCÜ DURUMU				İSTİHDAM DURUMU			
		Erkek	Kadın	Toplam	Oran	Erkek	Kadın	Toplam	Oran
15-19	Z Kuşağı	1.217	568	1.785	6,00%	1.027	463	1.490	5,60%
20-34	Y Kuşağı	7.850	3.903	11.753	39,60%	6.977	3.211	10.188	38,30%
35-49	X Kuşağı	7.542	3.309	10.851	36,60%	7.010	3.003	10.013	37,60%
50-65 Üstü	Bebek Patlaması ve Yetişkinler Kuşağı	3.844	1.445	5.289	17,80%	3.550	1.382	4.932	18,50%
Toplam		20.453	9.225	29.678	100%	18.564	8.059	26.623	100%

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu 2015 yılı Türkiye işgücü ve istihdam verileri.

Şekil 2.3: Türkiye’de kuşakların istihdam durumu içerisindeki yüzdesel oranları



Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu 2015 yılı Türkiye işgücü ve istihdam verileri.

Şekil 2.3'te görüleceği üzere işgücü oranı içerisindeki Y kuşağı birinci sırada gelmektedir. Z kuşağı oranı ise en düşük olandır. Ancak önümüzdeki 10-15 yıl içerisinde Z kuşağının işgücü oranı içerisinde önemli bir artış göstereceği ön görülmektedir. Bu nedenle işletmelerin bu kuşağın iş yaşamından beklentilerini, değerlerini, çalışma tarzlarını anlamalı ve buna göre işletmelerini, çalışma koşullarını geliştirmelidir.



3. ARAŞTIRMA

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın amacı henüz lise ve üniversitede eğitim görmekte olan Z kuşağının iş yaşamından beklentilerinin ne olacağını ortaya koymaktır.

Kendilerinden önceki Y kuşağı için kurumların gerek örgütsel bağlılığı arttırmak gerekse Y kuşağının yeteneklerinden faydalanmak adına bu kuşağın kurumlardan beklentilerine yönelik yapmış olduğu değişiklikler bilinmektedir.

Z kuşağının Y kuşağına göre benzer özellikler taşımasının yanında farklı özellikler taşıdığı da görülmüştür. Bu araştırma da bu kuşağın iş yaşamından beklentileri ölçülerek kurumların hangi konulara daha fazla önem vermesi gerektiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yapılan literatür araştırmalarında Z kuşağının iş yaşamından beklentileri ile ilgili Türkiye’de yapılan hiçbir çalışma olmadığı gözlemlenmiştir. Yapılan çalışmaların çoğunlukla tüketim olgusu ile ilişkili olduğu ve pazarlama çalışmaları olduğu görülmüştür. Bu sebeple bu çalışma Türkiye’de yaşayan Z kuşağının özellikleri ve iş yaşamından beklentilerini ortaya çıkaran ilk çalışma niteliği taşımaktadır. Bu da araştırmanın önemini göstermektedir.

3.2 ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Araştırmada Z kuşağı öğrenci ve çalışan bireylere beklentilerindeki ideal kurum, ideal yönetici, ideal işte iletişim ile ilgili sorular ve birlikte karar verme, takım çalışması, motivasyon unsurları ile ilgili sorular sorulmuştur. Buna bağlı olarak araştırmaya katılan Z kuşağı bireylerin bu unsurlardaki beklenti oranlarının ortalaması ortaya konacaktır. Araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğunun hala eğitime devam ediyor olması nedeni ile mevcut durum ile beklentilerinin karşılaştırması yapılamamıştır. Büyük bir oranda iş yaşamına adım attıklarında mevcut durum ile beklentilerinin karşılaştırılmasının yapılması tavsiye edilmektedir.

Bu araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

- i. H₁ İdeal kurum beklentileri ortalaması önemlidir

- ii. H₂ İdeal iş beklentileri ortalaması önemlidir
- iii. H₃ İdeal yönetici beklentileri ortalaması önemlidir
- iv. H₄ Karar verme olguları ortalaması önemlidir
- v. H₅ Takım çalışması olguları ortalaması önemlidir
- vi. H₆ Motivasyon unsurları ortalaması önemlinin üzerindedir
- vii. H₇ Eğitim unsurları ortalaması önemlinin üzerindedir
- viii. H₈ Takım çalışması ve karar verme olgularında cinsiyetler arası anlamlı bir fark bulunmamaktadır.
- ix. H₉ İdeal kurum, ideal iş, ideal yönetici, motivasyon ve eğitim beklentilerinde cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

3.3 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, KAPSAMI VE KISITLARI

Bu çalışmada araştırma yöntemi olarak anket çalışması kullanılmış olup, çalışmada kullanılan anket 8 bölümden oluşturulmuştur.

İlk bölümde beş adet demografik soruya yer verilmiştir. Sonraki yedi bölümde ise sırasıyla, ideal kurum, ideal yönetici, ideal işte iletişim, karar verme olguları, takım çalışması, motivasyon, eğitim – gelişim ile ilgili beklentilerine yönelik her bir grupta altışar adet toplam kırk iki adet soru sorulmuştur. Toplamda kırk yedi adet soruya yanıt vermeleri istenmiştir.

Anket bir internet sitesi üzerinden oluşturulmuştur.³ Bağlantı adresi Z kuşağı öğrencilere mail yolu ile iletilmiştir. Ankete katılım oranının yüksek olması ve yanıtların sağlıklı olması açısından katılımcılardan ankete isim, adres, okul ve kurum bilgisi gibi kişisel veri girişi yapmaları istenmemiş olup, bu verilere yer verilmemiştir.

Anket Z kuşağının çokça vakit geçirdiği İstanbul ilinin Beyoğlu ilçesinde bulunan okulların civarındaki kafe, pastane ve aktivite alanlarında bu civarda ikamet eden ve okuyan bireylere uygulanmıştır. 2015 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre İstanbul ilinde yaşayan Z kuşağı bireylerin sayısı 3.273.391 kişidir. Aynı verilere göre Beyoğlu ilçesinde yaşayan Z kuşağı bireylerinin sayısı 49.781 kişidir. Bu sebeple bu bölgede ikamet eden kişi sayısının yüksekliği araştırmanın sınırlılığını nispeten azaltmaktadır.

³ www.surveey.com

Yapılan ankete 534 kişi katılım sağlamış olup, katılımcıların tümü Z kuşağı bireylerdir.

Anket formu ile toplanan veriler SPSS paket programının 24.0 versiyonu ile analiz edilmiştir. Verilerin yorumlanabilmesi için frekans dağılımları, güvenilirlik analizi, kolerasyon, t test analizleri yapılmıştır.

3.4 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Araştırmada Mazuki Jusoh'un 2011 yılında geliştirdiği yeni mezun çalışanların beklentileri ile mevcut durumları arasındaki farkın kurumsal bağlılığa etkilerini inceleyen makalesinin bu çalışmaya olan benzerliği nedeni ile Dr. Mazuki Jusoh ile iletişime geçilerek araştırmanın amacı ve kapsamı konusunda kendisine bilgi verildikten sonra ölçeğin kullanımı için izin alınmıştır.

Anket bireylerin iş yaşamından beklentileri etkileyen 7 faktörden oluşturulmuştur. Bu faktörler; ideal kurum, ideal yönetici, ideal işte iletişim, karar verme, takım çalışması, motivasyon, eğitim – gelişim'dir.

İdeal kurum ile ilgili bölümde bireylere, kendileri ile en fazla örtüşen kurum kültürünü tanımlamaya yardımcı olmak amacıyla hazırlanan sorular yöneltilmiş olup, kendilerine göre ideal bir kurumda olması gereken özellikleri göz önünde bulundurarak işaretlemeleri beklenmiştir.

İdeal yönetici ile ilgili bölümde bireylere, bağlı olacakları ilk yöneticide görmek istedikleri liderlik vasıflarını ölçmek amacı ile hazırlanan sorular yöneltilmiş olup, kendilerine göre ideal bir yöneticide olması gereken özellikleri göz önünde bulundurarak işaretlemeleri beklenmiştir.

İdeal iş ile ilgili bölümde bireylere, ideal işlerinde olması gereken iletişim şeklini ölçmek amacı ile hazırlanan sorular yönlendirilmiş olup, ideal işte iletişim için beklentilerini göz önünde bulundurarak işaretlemeleri beklenmiştir.

Karar verme ile ilgili bölümde bireylerin, karar verme biçimlerini ölçmek amacı ile oluşturulan sorular yönlendirilmiş olup, bugün karar vermeleri gereken bir durumla karşı karşıya olsalardı nasıl davranacaklarını düşünerek işaretlemeleri beklenmiştir.

Takım çalışması ile ilgili bölümde bireylerin, takım çalışmasına yatkınlıklarını ölçmek amacı ile hazırlanan sorular yönlendirilmiş olup, bugün takım çalışması esnasında nasıl davranacaklarını düşünerek işaretlemeleri beklenmiştir.

Motivasyon ile ilgili bölümde bireylerin, motivasyon unsurlarını ölçmek amacı ile hazırlanan sorular yönlendirilmiş olup, ideal işlerinde kendilerini nelerin motive edeceğini düşünerek işaretlemeleri beklenmiştir.

Eğitim – gelişim ile ilgili bölümde bireylerin, eğitim – gelişim unsurlarını ölçmek amacı ile hazırlanan sorular yönlendirilmiş olup, ideal işlerinde bu alanda olması gereken özellikleri düşünerek işaretlemeleri beklenmiştir.

Ankette 5’li Likert ölçeği kullanılmış olup, Tablo 3.1’de gösterilmiştir.

Tablo 3.1: Anket ölçeği

Beklenti Düzeyi	
1	Önemli Değil
2	
3	Önemli
4	
5	Çok Önemli

3.5 ANALİZ VE TESTLER

Anket sonucunda elde edilen veriler bu bölümde analiz edilecektir. Frekans dağılımları, güvenilirlik analizi ve hipotezleri sınamak için tanımlayıcı test ve t testi yapılacaktır.

3.5.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde araştırma örneğine ait demografik veriler sunulmaktadır. Sırasıyla cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma süresi ve yaşanan şehir bakımından katılımcıların frekansları ve oranları tespit edilecektir.

Tablo 3.2’de katılımcıların sayısı, yüzdesel dağılımı ve cinsiyet dağılımlarını gösterilmektedir. Buna göre katılımcı sayısı 534 kişidir. Katılımcıların 295’i kadın, 239’u erkektir.

Tablo 3.2: Cinsiyete göre sayısal ve yüzdesel dağılım

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	295	55,2	55,2	55,2
Erkek	239	44,8	44,8	100
Toplam	534	100	100	

Tablo 3.3’de katılımcıların doğum yılı bilgileri yer almaktadır. Z kuşağını araştıran bu çalışma için doğum yılı bilgisi yüksek öneme sahiptir. Literatürde 1995 yılı sonrası doğan kişiler Z kuşağı olarak sınıflandırılmıştır. Bu sebeple ankete yalnızca 1995 sonrası doğan bireylere iletilmiştir, 1995 öncesi doğan bireylere iletilmemiştir.

Tablo 3.3: Doğum yılına göre sayısal ve yüzdesel dağılım

Doğum Yılı	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1995	40	7,5	7,5	7,5
1996	24	4,5	4,5	12
1997	4	0,7	0,7	12,7
1998	11	2,1	2,1	14,8
1999	55	10,3	10,3	25,1
2000	73	13,7	13,7	38,8
2001	291	54,5	54,5	93,3
2002	36	6,7	6,7	100
Toplam	534	100	100	

Tablo 3.4’de eğitim durumuna göre dağılımları yer almaktadır. Buna göre Lise öğrenimi görmekte olan Z kuşağı bireylerinin katılımının yüzde 87,6 olduğu görülmektedir. Ön Lisans ve Lisans eğitimi seviyelerindeki katılımcı oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4: Öğrenim durumuna göre sayısal ve yüzdesel dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lise	468	87,6	87,6	87,6
Ön Lisans	21	3,9	3,9	91,6
Lisans	45	8,4	8,4	100,0
Toplam	534	100	100	

Tablo 3.5 anket katılımcılarının çalışma sayısını göstermektedir. Ankete katılan 534 kişiden yalnızca 14 kişi çalışmakta olup, geri kalan 520 kişinin eğitime devam etmekte olduğu görülmektedir.

Tablo 3.5: Çalışma durumu sayısal ve yüzdesel dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çalışmıyor	520	97,4	97,4	97,4
Çalışıyor	14	2,6	2,6	100
Toplam	534	100	100	

Tablo 3.6 anket katılımcılarının yaşadıkları şehiri göstermektedir. Burada özellikle belirtilmesi gereken durum yaşadığı ili İstanbul dışı illerden seçen katılımcıların eğitimleri için İstanbul'da yaşıyor olmalarıdır. Katılımcılara anket linki iletilmeden evvel bu konu hakkında bilgi teyit edilmiştir.

Tablo 3.6: Yaşanan iller sayısal ve yüzdesel dağılım

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
ANKARA	26	4,9	4,9	4,9
ANTALYA	2	0,4	0,4	5,2
BALIKESİR	1	0,2	0,2	5,4
ÇANAKKALE	2	0,4	0,4	5,8
DİYARBAKIR	1	0,2	0,2	6,0
ISPARTA	1	0,2	0,2	6,2
İSTANBUL	476	89,1	89,1	95,3
İZMİR	19	3,6	3,6	98,9
KOCAELİ	2	0,4	0,4	99,3
SAKARYA	3	0,6	0,6	99,8
TEKİRDAĞ	1	0,2	0,2	100,0
Toplam	534	100	100	

3.5.2 Güvenilirlik Analizi

Bu bölümde ideal kurum, ideal yönetici, ideal işte iletişim, karar verme, takım çalışması, motivasyon, eğitim – gelişim ile ilgili değişkenlerin güvenilirlik analizi yer almaktadır. Güvenilirlik analizi tablo 3.7’ de gösterilmektedir.

Tablo 3.7: Güvenilirlik analizi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,948	0,951	42

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değeri Cronbach's Alpha 0,948 olarak bulunmuştur. Bu değerin Akgül (2005)'e göre sosyal bilimler açısından oldukça yüksek ve güvenilir olduğu söylenebilir.

3.5.3 Hipotez Testleri

Bu bölümde korelasyon olup olmadığı durumu incelenmiş olup, ayrıca araştırma hipotezlerinin doğruluğu ile ilgili testler yapılmıştır. Tablo 3.8 de korelasyon analizi yer almaktadır.

Tablo 3.8: Korelasyon analizi

		Correlations						
		İdeal_Kurum	İdeal_Is	İdeal_Yonetici	Karar_Verme	Takim_Calis masi	Motivasyon	Egitim
İdeal_Kurum	Pearson Correlation	1	,524**	,657**	,458**	,415**	,580**	,505**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
İdeal_Is	Pearson Correlation	,524**	1	,585**	,537**	,595**	,576**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
İdeal_Yonetici	Pearson Correlation	,657**	,585**	1	,416**	,437**	,520**	,514**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Karar_Verme	Pearson Correlation	,458**	,537**	,416**	1	,532**	,608**	,510**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Takim_Calis masi	Pearson Correlation	,415**	,595**	,437**	,532**	1	,500**	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Motivasyon	Pearson Correlation	,580**	,576**	,520**	,608**	,500**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Egitim	Pearson Correlation	,505**	,563**	,514**	,510**	,489**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	534	534	534	534	534	534	534

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3.8'de de görüleceği üzere tüm değişkenler üzerinde korelasyon bulunmaktadır.

Tablo 3.9'da H₁, H₂, H₃, H₄, H₅, H₆ ve H₇ de belirtilen hipotezlerin tanımlayıcı istatistik bulguları yer almaktadır. Bu tabloya ait açıklamalar bulgular bölümünde açıklanacaktır.

Tablo 3.9: Hipotezlerin tanımlayıcı istatistikleri

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Ideal_Kurum	534	3,7294	0,65138
Ideal_Is_Iletisim	534	3,6542	0,65328
Ideal_Yonetici	534	3,9654	0,69416
Karar_Verme	534	3,5321	0,59211
Takim_Calismasi	534	3,6108	0,73070
Motivasyon	534	4,0468	0,64327
Egitim	534	4,2397	0,66766
Valid N (listwise)	534		

Tablo 3.10’da H₈ ve H₉ da belirtilen hipotezlerin bağımsız örneklem testi, t-test istatistik bulguları yer almaktadır.

Tablo 3.10: Hipotezlerin bağımsız örneklem testi t-test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
Ideal_Kurum	Equal variances assumed	7,237	0,007	4,252	532	0,000	0,23727	0,05580	0,12765	0,34688
	Equal variances not assumed			4,190	474,652	0,000	0,23727	0,05662	0,12600	0,34853
Ideal_Is_Iletisim	Equal variances assumed	0,140	0,709	2,343	532	0,019	0,13267	0,05662	0,02145	0,24389
	Equal variances not assumed			2,340	506,136	0,020	0,13267	0,05670	0,02126	0,24407
Ideal_Yonetici	Equal variances assumed	10,573	0,001	2,825	532	0,005	0,16956	0,06002	0,05165	0,28746
	Equal variances not assumed			2,780	470,723	0,006	0,16956	0,06099	0,04971	0,28940
Karar_Verme	Equal variances assumed	1,014	0,314	0,027	532	0,979	0,00139	0,05158	-0,09993	0,10271
	Equal variances not assumed			0,027	496,125	0,979	0,00139	0,05190	-0,10057	0,10335
Takim_Calismasi	Equal variances assumed	3,194	0,074	1,229	532	0,220	0,07812	0,06356	-0,04674	0,20298
	Equal variances not assumed			1,214	480,558	0,225	0,07812	0,06435	-0,04833	0,20457
Motivasyon	Equal variances assumed	7,846	0,005	3,117	532	0,002	0,17311	0,05553	0,06402	0,28219

	Equal variances not assumed			3,065	468,627	0,002	0,17311	0,05647	0,06214	0,28408
Egitim	Equal variances assumed	18,546	0,000	2,837	532	0,005	0,16376	0,05773	0,05036	0,27716
	Equal variances not assumed			2,778	457,258	0,006	0,16376	0,05894	0,04794	0,27959

Sig.(2-tailed) sütunundaki verilerin 0,05 den küçük olması cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olduğunu, 0,05 den büyük olması ise cinsiyetler arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu konu hakkında oluşturulan hipotezlerinde doğruluğu bu tablo ile kanıtlanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada anket yolu ile elde edilen verilerin analizi yapılmış olup, tanımlayıcı istatistik tabloları, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi, bağımsız örneklem testi ile t-test analizleri yapılmıştır.

Ankete 534 kişi katılım sağlamış olup, katılımcıların tümü Z kuşağı bireylerdir. Anket uygulaması İstanbul ilinin Beyoğlu ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Lise öğrenimi görmekte olan bireylerdir. Diğer demografik özellikleri göz önüne alındığında katılımcıların yüzde 55,2 oranında kadın, yüzde 44,8 oranında erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yüzde 97,4'ü öğrenimine devam etmekte olup, kalan yüzde 2,6 oranındaki katılımcı çalışmaktadır. Katılımcıların yüzde 89,1'i ailesi ile birlikte İstanbul da yaşamakta olup, kalan yüzde 10,9 oranındaki katılımcı Lise öğrenimini tamamlamak amacı ile İstanbul'da ikamet ekmekte ancak aileleri ile birlikte yaşadıkları şehirler değişiklik göstermektedir.

Araştırmada Z kuşağı bireylere iş yaşamından beklentilerini ölçümlemek amacı ile sorular yönetilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre bulgular aşağıda başlıklar halinde verilmektedir. Sonuçlar tüm hipotezlerin doğruluğunu kanıtlamaktadır.

İdeal Kurum: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin ideal kurum ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamasına göre beklentileri 3,72 oranındadır. Bu da ideal kurum beklentilerinin likert ölçeğine göre "önemli" olarak ortaya konulduğunu göstermektedir. İdeal kurum beklentilerinin ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır.

Tablo 4.1 Z kuşağı bireylerin kendileri için ideal olan kurum içerisinde çalışanların birbirlerini önemseydiği bir kurum olmasını bekliyor. Tablodaki dağılıma bakıldığında görüleceği üzere bu oran yüzde 45,7 ile en yüksek orandır. Buna göre Z kuşağı bireylerin çalışma arkadaşlarının kendisine önem vermesini beklediği görülmektedir.

Z kuşağı bireylere ideal kurum beklentilerini ölçümlemek amacıyla müşterilerini dinleyen ve onların ihtiyaçlarına hızlıca yanıt veren bir kurumda çalışmanın önem derecesi soruldu. Burada görüleceği üzere yüzde 38,0 ile önemli olduğu sonucu alınmıştır. Z kuşağı bireyler müşterilerini dinleyen ve ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde yanıt veren kurumlarda çalışmanın kendileri açısından önemli olduğunu ifade etmektedirler.

Z kuşuğu bireyler çalışanlarının daima kurum içerisinde olanlardan haberdar edildiği bir kurumda çalışmayı önemli buluyor. Őirketin attığı adımlar, Őirket içerisinde oluşacak farklılıkların çalışanlara duyurulması, Őirketin alacağı kararların çalışanlarla paylaşılması bu kuşak için önem teşkil etmektedir.

Z kuşuğu bireyler çalışanlarının her zaman daha etkin çalışmak için çaba gösterdiği ve yeni yollar aradığı bir kurumda çalışmanın önemli olduğunu ifade etmektedirler.

İdeal kurum beklentileri içerisinde çalışanların iyi birer takım halinde görev aldığı bir kurumda çalışmak. Diğer ifadeler içerisinde ağırlıklı olarak “ok önemli” seçeneğinin işaretlendiği görülmektedir. Takım alışması ölçümlenmek için yöneltilen ifadelerin açıklamalarında da göreceğimiz üzere bu kuşak bireyleri takım çalışmasına oldukça fazla önem vermektedirler.

Tablo 4.1: İdeal kurum beklentileri**İdeal Kurum (Çalışanların birbirlerini önemsemediği bir kurumda çalışmak)**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	4	0,7	0,7	0,7
2 -	16	3,0	3,0	3,7
3- Önemli	244	45,7	45,7	49,4
4-	130	24,3	24,3	73,8
5- Çok Önemli	140	26,2	26,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların sürekli daha etkin bir şekilde çalışmanın yollarını aradığı bir kurumda çalışmak)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	11	2,1	2,1	2,6
3- Önemli	213	39,9	39,9	42,5
4-	153	28,7	28,7	71,2
5- Çok Önemli	154	28,8	28,8	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Müşterilerini dinleyen ve onların ihtiyaçlarına hızlıca yanıt veren bir kurumda çalışmak)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	11	2,1	2,1	2,6
3- Önemli	203	38,0	38,0	40,6
4-	193	36,1	36,1	76,8
5- Çok Önemli	124	23,2	23,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların iyi bir takım halinde görev aldığı bir kurumda çalışmak)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	8	1,5	1,5	1,5
2 -	9	1,7	1,7	3,2
3- Önemli	108	20,2	20,2	23,4
4-	132	24,7	24,7	48,1
5- Çok Önemli	277	51,9	51,9	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların daima kurumda olup bitenden haberdar edildiği bir kurumda çalışmak)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	4	0,7	0,7	0,7
2 -	37	6,9	6,9	7,7
3- Önemli	257	48,1	48,1	55,8
4-	157	29,4	29,4	85,2
5- Çok Önemli	79	14,8	14,8	100,0

İdeal Kurum (Çalışanların kişisel sorunları ile başa çıkabilmek adına yardım aldıkları bir kurumda çalışmak)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	16	3,0	3,0	3,0
2 -	83	15,5	15,5	18,5
3- Önemli	238	44,6	44,6	63,1
4-	127	23,8	23,8	86,9
5- Çok Önemli	70	13,1	13,1	100,0

Total	534	100,0	100,0	Total	534	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------	-------	-----	-------	-------

İdeal Yönetici: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin ideal yönetici ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamasına göre beklentileri 3,96 oranındadır. İdeal yönetici beklentilerini ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır.

Tablo 4.2 verilerine göre Z kuşağı bireyler yöneticilerinin kendileri için örnek teşkil etmesi konusunu çok önemli olarak ifade etmişlerdir. Aynı zamanda kendileri için ideal olan yöneticinin performanslarını izlemelerinin çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Z kuşağı bireyleri iş yaşamlarında yapılması gereken görevleri yerine getirdiklerinde sonucunda ne elde edeceklerini yöneticilerinden duymayı tercih etmektedir. Aynı zamanda emeklerinin karşılığında ödüllendirilebilmeleri için neler yapmaları gerektiği konusunda yöneticilerinden geri bildirim almak istediklerini ifade etmişlerdir.

Yöneticilerinden gelecek fırsatlara göre öngörülerini duymak isteyen bu kuşak için daha önemli olan bir diğer husus ise standartlara uymadıkları durumlarda ideal olan yöneticilerinin kendilerini bu konu hakkında bilgilendirmesini ve uyarması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 4.2: İdeal yönetici beklentileri**İdeal Yönetici (Yöneticim benim için örnek teşkil etmeli)**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	10	1,9	1,9	1,9
2 -	18	3,4	3,4	5,2
3- Önemli	142	26,6	26,6	31,8
4-	168	31,5	31,5	63,3
5- Çok Önemli	196	36,7	36,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim yapılması gerekenleri yaptığımda ne elde edeceğimi açıkça ifade etmeli)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	2	0,4	0,4	0,4
2 -	23	4,3	4,3	4,7
3- Önemli	211	39,5	39,5	44,2
4-	181	33,9	33,9	78,1
5- Çok Önemli	117	21,9	21,9	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim gelecek fırsatlara göre öngörülerini açıkça ifade etmeli)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	1	0,2	0,2	0,2
2 -	10	1,9	1,9	2,1
3- Önemli	174	32,6	32,6	34,6
4-	178	33,3	33,3	68,0
5- Çok Önemli	171	32,0	32,0	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim performansımı izlemeli)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	5	0,9	0,9	0,9
2 -	8	1,5	1,5	2,4
3- Önemli	101	18,9	18,9	21,3
4-	181	33,9	33,9	55,2
5- Çok Önemli	239	44,8	44,8	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim emeklerimin karşılığında ödüllendirilmem için neler yapmam gerektiğini söylemeli)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
2 -	10	1,9	1,9	3,0
3- Önemli	154	28,8	28,8	31,8
4-	190	35,6	35,6	67,4
5- Çok Önemli	174	32,6	32,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim standartlara uymayan durumlara karşı beni uyarmalı)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	8	1,5	1,5	2,1
3- Önemli	171	32,0	32,0	34,1
4-	172	32,2	32,2	66,3
5- Çok Önemli	180	33,7	33,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İşte İletişim: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin ideal işte iletişim ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamasına göre beklentileri 3,65 oranındadır. İdeal işte iletişim beklentilerini ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır. Tablo 4.3 verilerine göre Z kuşağı bireyler ideal işte olması gereken iletişim şekillerini ifade edebilmek için fikirlerini diğer kişiler ile paylaşabilmenin kendileri için çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca akıllarına gelen ilk şeyi söylüyor olmakta bu bireyler için önemlidir.

İnsanlarla konuşurken kibar ve yardımsever olmanın kendileri için çok önemli olduğunu ifade eden bu kuşak bireyleri, çalışma arkadaşlarının problemlerini dinlemenin de önemli olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır.

Ayrıca Z kuşağı bireyleri için insanlarla sohbet etmek önemliyken, anket analizi diğer bir yandan insanlara tam ve uzun talimatlar veriyor olmalarının önemli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.3: İdeal işte iletişim beklentileri

İdeal İş (Fikirlerimi diğer kişiler ile özgürce paylaşabilmeliyim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	1	0,2	0,2	0,2
2 -	4	0,7	0,7	0,9
3- Önemli	111	20,8	20,8	21,7
4-	166	31,1	31,1	52,8
5- Çok Önemli	252	47,2	47,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (Genellikle aklıma ilk gelen şeyi söylerim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	36	6,7	6,7	6,7
2 -	94	17,6	17,6	24,3
3- Önemli	219	41,0	41,0	65,4
4-	88	16,5	16,5	81,8
5- Çok Önemli	97	18,2	18,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (İnsanlarla konuşurken kibar ve yardımsever olurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	0	0,0	0,0	0,0
2 -	3	0,6	0,6	0,6
3- Önemli	126	23,6	23,6	24,2
4-	138	25,8	25,8	50,0
5- Çok Önemli	267	50,0	50,0	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (Çalışma arkadaşlarımla problemlerini dinlerim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	9	1,7	1,7	1,7
2 -	107	20,0	20,0	21,7
3- Önemli	251	47,0	47,0	68,7
4-	100	18,7	18,7	87,5
5- Çok Önemli	67	12,5	12,5	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (İnsanlarla sohbet etmekten daima keyif alırım)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	1	0,2	0,2	0,2
2 -	44	8,2	8,2	8,4
3- Önemli	240	44,9	44,9	53,4
4-	149	27,9	27,9	81,3
5- Çok Önemli	100	18,7	18,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (İnsanlara çok uzun ve tam talimatlar veririm)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	26	4,9	4,9	4,9
2 -	45	8,4	8,4	13,3
3- Önemli	237	44,4	44,4	57,7
4-	120	22,5	22,5	80,1
5- Çok Önemli	106	19,9	19,9	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin karar verme olguları için verdikleri yanıtların ortalamasına göre beklentileri 3,53 oranındadır. Karar verme olgularını ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır

Tablo 4.4 verilerine göre karar verirken duygularına ve tepkilerine güvenmenin önemli olduğunu görmekteyiz. Ayrıca karar alırken kararın ardında mantıklı bir sebep olmasından ziyade doğru olduğunu hissetmeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Makul ve sistematik bir şekilde karar alırken kendilerini rahat hissetmenin önemli olarak sonuçlandığı analize göre, tüm sonuçlar bir seçeneğin doğru olduğunu gösterse bile içine sinmediği sürece karar vermem ifadesi bu kuşak için çok fazla önem teşkil etmemektedir.

Kararlarını gerçek bilgiler sonucuna göre almaları ve içgüdülerinden ziyade daima gerçekleri dikkate alacakları hususu da bu kuşak için çok önemli olarak analiz edilmiştir.

Tablo 4.4: Karar verme olguları

Karar Verme (Karar verirken duygularıma ve tepkilerime güvenirim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	12	2,2	2,2	2,2
2 -	62	11,6	11,6	13,9
3- Önemli	293	54,9	54,9	68,7
4-	94	17,6	17,6	86,3
5- Çok Önemli	73	13,7	13,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Makul ve sistematik bir biçimde karar alırken kendimi daha rahat hissedirim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	3	0,6	0,6	1,1
3- Önemli	173	32,4	32,4	33,5
4-	183	34,3	34,3	67,8
5- Çok Önemli	172	32,2	32,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Karar alırken içgüdülerimden ziyade gerçekleri dikkate alarak karar veririm)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	2	0,4	0,4	0,4
2 -	8	1,5	1,5	1,9
3- Önemli	97	18,2	18,2	20,0
4-	155	29,0	29,0	49,1
5- Çok Önemli	272	50,9	50,9	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Karar alırken kararın ardında mantıklı bir sebep olmasından ziyade doğru olduğunu hissetmeyi tercih ederim)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	14	2,6	2,6	2,6
2 -	135	25,3	25,3	27,9
3- Önemli	264	49,4	49,4	77,3
4-	56	10,5	10,5	87,8
5- Çok Önemli	65	12,2	12,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Tüm olgular bir seçeneğin doğru olduğunu gösterse bile içime sinmediği sürece karar vermem)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	170	31,8	31,8	31,8
2 -	196	36,7	36,7	68,5
3- Önemli	81	15,2	15,2	83,7
4-	27	5,1	5,1	88,8
5- Çok Önemli	60	11,2	11,2	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Kararlarımı gerçek bilgilerin sonucuna göre veririm)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	7	1,3	1,3	1,3
2 -	5	0,9	0,9	2,2
3- Önemli	93	17,4	17,4	19,7
4-	127	23,8	23,8	43,4
5- Çok Önemli	302	56,6	56,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin takım çalışması olguları için verdikleri yanıtların ortalaması 3,61 oranındadır. Takım çalışması olgularını ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır.

Tablo 4.5 verilerine göre takım çalışması esnasında sorumluluğu alınan işin neyi başarması gerekiyorsa bu konu hakkında takım arkadaşlarının fikir birliğine varması için sorumluluk almanın bu kuşak için önem teşkil ettiği görülmektedir. Takımın gerçekleştireceği tartışmanın organize edilmesi ve karar vermesinde yardımcı olmanın aynı derecede önem teşkil ettiği görülmektedir. Toplantılarda takım arkadaşlarının farklılıkları çözmelerine etkin olarak yardımcı olacakları hususu da aynı derecede önem teşkil etmektedir.

Takım arkadaşları arasında yaşanan anlaşmazlıklara çözüm olmak, takım içerisinde herkesin sorunlarını dinlettiğine emin olmak ve toplantı notlarını alan kişi olmak bu kuşak için önemlidir.

Bu analizden anlaşılacağı üzere Z kuşağını takım çalışmasına önem veren bir kuşak olarak tanımlamak mümkündür.

Tablo 4.5: Takım çalışması olguları

Takım Çalışması (Sorumluluğunu aldığımız işin neyi başarması gerektiği hakkında takım arkadaşlarımızın fikir birliğine varması için sorumluluk alırım)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
2 -	10	1,9	1,9	3,0
3- Önemli	189	35,4	35,4	38,4
4-	224	41,9	41,9	80,3
5- Çok Önemli	105	19,7	19,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Takım arkadaşlarımızın arasında oluşan anlaşmazlıklara çözüm olan kişi ben olurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
2 -	60	11,2	11,2	12,4
3- Önemli	235	44,0	44,0	56,4
4-	155	29,0	29,0	85,4
5- Çok Önemli	78	14,6	14,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Takım içerisinde herkesin sorunlarını dinletebildiğine emin olurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	13	2,4	2,4	2,4
2 -	62	11,6	11,6	14,0
3- Önemli	258	48,3	48,3	62,4
4-	119	22,3	22,3	84,6
5- Çok Önemli	82	15,4	15,4	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Genellikle takımın gerçekleştireceği tartışmanın nasıl organize edilmesi gerektiğine karar vermeye yardımcı olurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	4	0,7	0,7	0,7
2 -	21	3,9	3,9	4,7
3- Önemli	184	34,5	34,5	39,1
4-	207	38,8	38,8	77,9
5- Çok Önemli	118	22,1	22,1	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Toplantılarımızda takım arkadaşlarımızın farklılıklarını çözmelerine etkin olarak yardımcı olurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	22	4,1	4,1	4,7
3- Önemli	180	33,7	33,7	38,4
4-	222	41,6	41,6	80,0
5- Çok Önemli	107	20,0	20,0	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Toplantıda konuşulan konulara dair notları alan kişi olmaktan hoşlanırım)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	33	6,2	6,2	6,2
2 -	71	13,3	13,3	19,5
3- Önemli	158	29,6	29,6	49,1
4-	118	22,1	22,1	71,2
5- Çok Önemli	154	28,8	28,8	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin motivasyon unsurları için verdikleri yanıtların ortalaması 4,04 oranındadır. Motivasyon unsurlarını ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir şekilde ortaya koyacaktır

Tablo 4.6 verilerine göre Z kuşağı bireylerin çalıştığı insanların arkadaş canlılığı ve yöneticilerinden aldıkları övgü motivasyonları açısından önemli olarak analiz edilmiştir. Ancak bu kuşağı daha fazla motive edecek olan şeyler ise, birşeyleri başarma şansına sahip olmaları, yeteneklerini ve becerilerini geliştirmeleri için fırsatına sahip olmaları, terfi veya daha iyi bir işe sahip olmaları ile birlikte işteki özgürlük miktarlarının da çok önemli olduğu analiz edilmiştir.

Buradan anlaşılacağı üzere bu birey özgürlüğüne düşkün, birşeyleri başardığı zaman motive olan, terfi imkanı veya daha iyi bir iş imkanına sahip olduğunda motive olan bir kuşaktır.

Tablo 4.6: Motivasyon unsuru**Motivasyon Unsuru (Çalıştığım insanların arkadaş canlılığı beni motive eder)**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	2	0,4	0,4	0,4
2 -	67	12,5	12,5	12,9
3- Önemli	237	44,4	44,4	57,3
4-	135	25,3	25,3	82,6
5- Çok Önemli	93	17,4	17,4	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Yeteneklerimi ve becerilerimi geliştirme fırsatı beni motive eder)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	0	0,0	0,0	0,0
2 -	2	0,4	0,4	0,4
3- Önemli	80	15,0	15,0	15,4
4-	150	28,1	28,1	43,4
5- Çok Önemli	302	56,6	56,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (İşteki özgürlük miktarım beni motive eder)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	0	0,0	0,0	0,0
2 -	15	2,8	2,8	2,8
3- Önemli	140	26,2	26,2	29,0
4-	158	29,6	29,6	58,6
5- Çok Önemli	221	41,4	41,4	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Birşeyleri başarma şansına sahip olmam beni motive eder)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	0	0,0	0,0	0,0
2 -	6	1,1	1,1	1,1
3- Önemli	91	17,0	17,0	18,2
4-	218	40,8	40,8	59,0
5- Çok Önemli	219	41,0	41,0	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Terfi yada daha iyi bir işe sahip olma şansı beni motive eder)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	4	0,7	0,7	1,3
3- Önemli	76	14,2	14,2	15,5
4-	107	20,0	20,0	35,6
5- Çok Önemli	344	64,4	64,4	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Yöneticimden aldığım övgü beni motive eder)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli				
Değil	9	1,7	1,7	1,7
2 -	44	8,2	8,2	9,9
3- Önemli	213	39,9	39,9	49,8
4-	142	26,6	26,6	76,4
5- Çok Önemli	126	23,6	23,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim-Gelişim: Tablo 3.10'daki analiz sonucunda da görüleceği üzere Z kuşağı bireylerin eğitim-gelişim unsurları için verdikleri yanıtların ortalaması 4,23 oranındadır. Eğitim-gelişim unsurlarını ölçmek amacıyla bireylere yöneltilen ifadeleri ayrı ayrı incelemek sonuçları daha net bir Şekilde ortaya koyacaktır.

Tablo 4.7 verilerine göre Z kuşağı bireylerinin daha fazla teknik bilgi elde edebilmeleri için kendilerine fırsat sunan bir kurum ve ürün ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi edinebilmesi için fırsatlar sunan kurumlar oldukça önemli. Ancak bu kuşak bireylerinin yeni becerilerini geliştirebilmeleri için fırsat tanıyan, terfi Őansını artırabilmeleri için fırsat tanıyan, dil becerilerini geliştirebilecekleri ve eğitimlerine devam edebilmeleri için imkan sağlayan kurumlarda çalışıyor olmak çok önemli.

Buradan anlaşılacağı üzere bu kuşak eğitim ve gelişim imkanlarına oldukça fazla önem vermektedir.

Tablo 4.7: Eğitim – gelişim

Eğitim - Gelişim (Yeni becerilerimi geliştirebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	1	0,2	0,2	0,7
3- Önemli	91	17,0	17,0	17,8
4-	182	34,1	34,1	51,9
5- Çok Önemli	257	48,1	48,1	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Terfi şansımı artırabilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	4	0,7	0,7	0,7
2 -	5	0,9	0,9	1,7
3- Önemli	71	13,3	13,3	15,0
4-	120	22,5	22,5	37,5
5- Çok Önemli	334	62,5	62,5	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Daha fazla teknik bilgi edinebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	2	0,4	0,4	0,4
2 -	9	1,7	1,7	2,1
3- Önemli	109	20,4	20,4	22,5
4-	209	39,1	39,1	61,6
5- Çok Önemli	205	38,4	38,4	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Ürün ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi edinmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	2	0,4	0,4	0,4
2 -	22	4,1	4,1	4,5
3- Önemli	144	27,0	27,0	31,5
4-	208	39,0	39,0	70,4
5- Çok Önemli	158	29,6	29,6	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Dil becerimi geliştirmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	3	0,6	0,6	0,6
2 -	21	3,9	3,9	4,5
3- Önemli	142	26,6	26,6	31,1
4-	124	23,2	23,2	54,3
5- Çok Önemli	244	45,7	45,7	100,0
Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Eğitimime devam etmem için bana gerekli imkanı sağlayan bir kurum)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1- Önemli Değil	1	0,2	0,2	0,2
2 -	3	0,6	0,6	0,7
3- Önemli	74	13,9	13,9	14,6
4-	88	16,5	16,5	31,1
5- Çok Önemli	368	68,9	68,9	100,0
Total	534	100,0	100,0	

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada her geçen gün değişen ve gelişen teknolojik, siyasal, finansal ve sosyal olaylar nedeni ile her yeni gün dünyaya gelen insanların özellikleri de buna bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Buna bağlı olarak henüz ağırlıklı olarak öğrenimine devam eden Z kuşağının iş yaşamından beklentilerinin tespit edilmesi ve işletmelerin buna yönelik çalışmalar yapması gerektiği görülmektedir. Bunun nedeni Z kuşağından önceki Y kuşağında bu ihtiyacın fazlasıyla doğmuş olduğunun görülmesidir. Y kuşağı özelliklerinden farklı özellikler sergileyen Z kuşağının isteği kendisini anlayan, taleplerine cevap veren, motivasyon unsurlarına göre çalışma koşullarını düzenleyecek, eğitim ve gelişimi açısından kendilerine imkan sağlayacak şirketlerde görev almak. Bu nedenle şirketlerin kendilerini bu alanda geliştirmeleri ve değiştirmeleri gerekmektedir. Bu kuşak bir takım özellikler bakımından Y kuşağından farklı olduğu için, Y kuşağına göre geliştirilen çalışma koşulları, motivasyon unsurları, kurum kültürleri bu kuşak ile uyumlu olmaz ise kurumların yetenek kayıpları ile karşılaşmaları kaçınılmazdır.

Çalışmada görüleceği üzere bu kuşak için oluşturulan hipotezlerin tümü doğrulanmıştır. Buna bağlı olarak bu kuşağın iş yaşamına girdiği zaman ideal kurumdan beklentileri, ideal yöneticiden beklentileri, iletişim konusunda beklentilerinin neler olduğu, karar verirken nelere önem verdiği, takım çalışmasına yatkın bireyler oldukları ve takım çalışmasında nelere önem verdikleri, motivasyon unsurlarının neler olduğu ve eğitim – gelişim alanında neler bekledikleri ortaya konulmuştur.

Z kuşağı bireyler için şunları söyleyebiliriz ki; bu bireyler eğitimlerine oldukça önem veren bireylerdir. Kendilerini geliştirebilmeleri için imkan tanıyan kurumlarda çalışmak bu kuşak için önemlidir. Karar verirken mantıklı, gerçek bilgiler sonucunda karar vermeye önem veren bu kuşak, yine de hislerini göz ardı etmemektedir.

Bu kuşak bireyleri yöneticilerinin kendilerini anlamasını, performanslarını takip etmesini, gerektiği durumlarda geri bildirim vermesini beklemekle birlikte yöneticilerinin kendileri için örnek teşkil etmesini beklemektedir.

Özgürlüklerini kısıtlamayan, diğer çalışanlarla güzel arkadaşlıklar kurabilecekleri, birşeyleri başardığında motive olabilecekleri, terfi aldığı anda motive olabilecekleri bir kurumda görev almak istedikleri analiz sonucunda görülmektedir.

Bu çalışmada özellikle demografik özellikler nedeni ile beklentiler arasında önemli oranda bir fark görülmemiştir. Yalnızca karar verme ve takım çalışması olgularında farklılık gösterdiği görülmüştür.

Kuşaklar ile ilgili bugüne kadar birçok araştırma yapılmıştır. Ancak daha önceden de belirtildiği gibi Türkiye de kuşaklar ile ilgili, özellikle Z kuşağı ile ilgili yapılan araştırmalar kısıtlıdır. Bu nedenle kuşaklar ile ilgili daha fazla çalışma yapılması önerilmektedir.

Bu çalışma yalnızca Z kuşağı bireyleri kapsamaktadır. Ancak şu an bu kuşaktan sonra tanımlanmış olan bir kuşakta Alpha kuşağıdır. Bu kuşak ile ilgili Türkiye de çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle bir diğer öneride bu kuşak ile ilgili çalışma yapılması yönündedir.

Z kuşağı ile ilgili yapılan bu çalışma yalnızca bir ilçede uygulanmıştır. Bu araştırmanın bir kısıtıdır. Bu sebeple daha kapsamlı bir çalışma yapılması bir diğer öneridir.

Türkiye de yer alan şirketlerin Z kuşağı ile ilgili bir çalışma yapıp yapmadığı konusunda da bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu alanda da çalışma yapılması bir diğer öneridir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Akgül, A. & Çevik, O., 2005. *İstatiksel analiz teknikleri "SPSS"te işletme yönetimi uygulamaları*". Ankara: Emek Ofset, 2.baskı
- Atabek, E., 2006. *Kuşatılmış gençlik*. İstanbul : Alkım Yayınevi.
- Atak, N., 2016. *X y z kuşakları ve kuşaklar arası farklılık yönetimi*. İstanbul : Nobel Akademik Yayıncılık
- Barutçugil, İ., 2011. *Kültürlerarası farklılıkların yönetimi*. İstanbul : Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri LTD.ŞTİ.
- Barutçugil Ğ., 2004. *Stratejik insan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim
- Başal, A., 2014. *Ş kuşağı Türkiye de yeni kuşaklar kuşak çatışmaları ve iş dünyası için çözüm önerileri*. İstanbul : Akın Başal Yayınları
- Bissola, R. ve Imperatori, B., 2010. Generation y at work: the role of e-hrm in building positive work attitudes. *Proceedings of the third european academic workshop on elektronik human resource management*. Germany : Bamberg, pp.379-399
- Burnett, J., 2008. *Generations: The time machine in theory and practice*. Farnham, Surrey, GBR: Ashgate Publishing Group
- Büyüköztürk, Ş., 2009. *Sosyal birimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi, 10. baskı
- Coomers M. D. & DeBard, R., 2004. *Serving the millennial generation: new directions for student services*. Jossey-Bass, San Fransisco, California
- Karp H., Fuller C., Sirias D., 2002. *Bridging the boomer xer gap : creating authentic teams for high performance at work*. Palo Alto, CA: Davies-Black Pub.
- Lancaster, L.C. & Stillman D., 2002. *When generations collide, who they are, why they clash, how to solve the generational puzzle at work*, Collins Business, New York
- Lüküslü, D., 2014. *Türkiye'de gençlik miti 1980 sonrası Türkiye gençliği*. İstanbul : İletişim Yayınları.
- Reeves, T.C. & Oh, E., 2008. *Generational differences, in handbook of research on educational communications and technology*, .M.Spector, M.D.Merrill, J.V.Merrienboer, M.P.Driscoll, (Eds.). 3th ed. Athens, Georgia
- Türk, A., 2013. *Y Kuşağı*. İstanbul : Kafekültür Yayıncılık.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, R. 1999. *Generations at work: managing the clash of veterans, boomers, Xers, and nexters in your workplace*. New York: AMACOM

Sürekli Yayınlar

- Adıgüzel, O., Batur, Z.H. 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*. **1** (19), ss.191-206.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H. ve diğerleri., 2013. Y kuşağının kariyer algısı kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. **2** (2), ss.11-42.
- Albayrak, A. ve Özkul, E., 2013. Y kuşağı turistlerin destinasyon imaj algıları üzerine bir araştırma. *Electronic Turkish Studies, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. **8** (6), ss.15-31.
- Altundağ, N., 2012. Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. **11** (11), ss:18-29.
- Aydın, G.Ç. ve Başol, O., 2014. X ve y kuşağı çalışmanın anlamında bir değişme var mı?. *Elektronik Journal of Vocational Colleges*. **4** (4), ss:1-15.
- Ayhün, S. E., 2013. Kuşaklar arası farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. **21** (2), ss:93-112.
- Bayhan, V., 2014. Milenyum veya y kulağı gençliğinin sosyolojik bağlamı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*. **2** (3), ss:8-25.
- Becerikli, Y. S., 2013. Kuşaklararası iletişim açısından yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ileri yaş grubu üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. **1** (44), ss:19-31.
- Coley, D.C., 2009. Leading generation y. *The Education Digest*. **74** (9), pp:20-23.
- D'Netto, B., ve Ahmed, E., 2012. Generation y human resource management implications. *Journal of Business and Policy Research*. pp:1-11.
- Engin, H.B., 2014. Tüketen gençlik kültürü pazarlama kuşatması altındaki milenyum kuşağı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*. **2** (3), ss:26-55.
- Erikson, T.J., Alsop, R., Nicholson, P., and others., 2009. Gen y in the workforce. *Harvard Business Review*. **87** (2), pp:43-49.
- Ertan, B., 2014. Gezi parkı direnişi ve yeni Türkiye. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*. **12** (47), ss:58-77.
- Gürbüz, S., 2015. Kuşak farklılıkları mit mi gerçek mi?. *İş ve İnsan Dergisi*. **2** (1), ss:39-57.
- Keleş, H.N., 2011. Y kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. **3** (2), ss:129-139.
- Kuyucu, M., 2014. Y kuşağı ve facebook y kuşağının facebook kullanım alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. **35** (35), ss:240-250.
- Martin, C.A., 2005. From high maintenance to high productivity what managers need to know about generation y. *Industrial and Commercial Training*. **37** (1), pp:39-44.
- Mazuki, J., Simun M. & Chong S.C., 2011. Expectation gaps, job satisfaction and organizational commitment of fresh graduates. *Emerald Group Publishing*. **53** (6), pp:515-530
- Özer, S.P., Eriş, E.D. ve Özmen, T.N.Ö., 2013. Kuşakların farklılaşan iş değerlerine ilişkin emik bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (38), ss:123-142.
- Soulez, C. Ve Soulez, S., 2013. Generation y preferences for employer brand benefits. *Euram 2013 (European Academy of Management) Conference*. pp:1-19.

- Tufan, İ. Ve Yazıcı, S., 2009. Yaşlılıkta kuşaklararası ilişkiler. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*. **20** (1), ss:47-50.
- Tükel, İ., 2014. Tüketimin yeni aktörleri : y kuşağı. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*. ss:1-22.
- Ülker, H., 2013. Y kuşağı da neyin nesi?. *Cumhuriyet Bilim Teknoloji Dergisi*. (1395), ss:1-4.
- Yücebalkan, B. ve Aksu, B., 2013. Potansiyel işgücü olarak y kuşağının transformasyonel liderlerle çalışabilirliğine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. **5** (1), ss:16-32.
- Yüksekbilgili, Z., 2013. Türk tipi y kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. **12** (45), ss:342-353.



Diğer Yayınlar


- Akpınar, G., (2007). Farklı kuşaklardaki bireylerin teknolojiyi algılama ve kullanma durumları. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Anıl, H., (2011). Kültürel değişme açısından kuşaklar arası çatışma (aşkan ve Dumlupınar mahallesi örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canpolat, B., 2009, Siz hangi kuşağın insanısınız?, http://blog.milliyet.com.tr/Siz_hangi_kusagin_insanisiniz_/Blog/?BlogNo=206574 [erişim tarihi 24.04.2016].
- Ceylan, A., (2014). X ve y kuşağı öğretmenlerin ideal liderlik algıları fatih ilçesi ilköğretim okullarında bir uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalık, Ç., 2016, *Z jenerasyonu istatistiklere değil bireylere odaklanma zamanı*, <http://www.entekik.com.tr/single-post/2016/11/14/Z-jenerasyonu> [erişim tarihi 05.09.2016].
- Ekmekcioğlu, T., 2015, x y z peki ya sonra? generation alpha , <http://www.tuanaekmekcioglu.com/x-y-z-peki-ya-sonra/> [erişim tarihi 10.10.2016].
- Etlican, G., (2012). X ve y kuşaklarının online eğitim teknolojilerine karşı tutumlarının karşılaştırılması. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi
- Halbert, G.D., 2006, Will the baby boomers wreck the market?, <http://www.profnutures.com/printarticle.php/448/> [erişim tarihi 05.09.2016].
- İşçimen, D., (2012). Y kuşağı çalışanlarının iş yaşamından beklentilerinin karşılanma düzeyi ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişki ve bir örnek uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İzmirluoğlu, K., (2008). Konumlandırmada kuşak analizi yardımıyla tüketici algılarının tespiti Türk otomotiv sektöründe bir uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuru, İ., (2014). Y kuşağı ve iş yaşam dengesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Marketo, 2014, *Meet generation z marketing's next big audience*, <http://blog.marketo.com/2014/08/meet-generation-z-marketings-next-big-audience-infographic.html?fullsize=/wp-content/uploads/2014/08/Generation-Z-Marketings-Next-Big-Audience.png> [erişim tarihi 10.10.2016].
- McCrinkle, M., 2014, *What comes after generation z? introducing generation alpha*, <http://www.mccrinkle.com.au/the-mccrinkle-blog/what-comes-after-generation-z-introducing-generation-alpha> [erişim tarihi 17.10.2016].
- Pwc, 2015, *İş hayatında y kuşağı gençler artık yönetici olmaya başladı*, <http://www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2015-basin-bulteni/is-hayatinda-y-kusagi-gencler.html> [erişim tarihi 26.04.2016].
- Sterbenz, C., 2015, *Here's who comes after generation z – and they'll be the most transformative age group ever*, <http://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2> [erişim tarihi 17.10.2016].
- Topçuoğlu, C., (2007). İyi de kim bu y'ler?, <http://www.rd.org.tr/ayinsozu/AyinSozuAgustos.pdf> , [erişim tarihi 17.10.2016]

- Toruntay, H., (2011). Takım rolleri çalışması x ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Williams, A. 2015, *Meet alpha the next next generation*, http://www.nytimes.com/2015/09/19/fashion/meet-alpha-the-next-next-generation.html?_r=2 [erişim tarihi 17.10.2016].
- Womanist, 2015, *İşte karşınızda Z kuşağı*, <http://www.womanist.net/tr/p-9167/iste-karsinizda-z-jenerasyonu.html> [erişim tarihi 24.04.2016].
- Ünal, A.T., 2013, *Nesiller ayrılıyor x y ve z nesilleri*, <http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html> [erişim tarihi 14.02.2016].
- Yiğit, Z., (2010). X ve y kuşaklarının örgütsel tutumlar açısından incelenmesi ve bir örnek olay. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel, Y.P., 2016, *Alfa bebekleri doğurmaya hazır mısınız?*, <http://www.sabah.com.tr/pazar/2016/08/28/alfa-bebeklerini-dogurmaya-hazir-misiniz> , [erişim tarihi 10.10.2016].

EKLER



EK 1 – Anket



Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

Merhaba,

T.C. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yüksek Lisans Programı bitirme tezi için hazırlanan **"1995 - 2010 yılları arasında doğmuş olarak tanımlanan Z Kuşağı'nın İş Yaşamından Beklentileri"** ne ilişkin değerlendirme anketine hoşgeldiniz.

8 ana bölümden oluşan bu değerlendirme anketini doldurma süreniz 10-15 dakika aralığında olacaktır. Vakit ayırdığınız ve katkıda bulunduğunuz için şimdiden teşekkür ederim.

Not : Envantere girmiş olduğunuz veriler bilimsel araştırma amacıyla kullanılacak olup, hiçbir kurum yetkilisi tarafından görüntülenmeyecektir. Vermiş olduğunuz yanıtlar diğer değerlendirmeler ile birlikte analiz edilecek olup, sonuçları toplu bir şekilde değerlendirilecektir.

[Devam](#)



Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

0 25 50 75 100



Cinsiyetiniz

Kadın
 Erkek

Doğum Yılı

Öğrenim Durumunu?

Yaşadığınız Şehir

Şu an çalışıyor musunuz?

Yanıtınız evet ise kaç yıldır çalışmaktasınız?

Evet
 Hayır

Survey.com [Devam](#)

100 25 50 75 100

Lütfen aşağıdaki soruları size göre ideal yöneticiyi düşünerek yanıtlayınız

Bu bölüm, sizin bağlı olacağınız ilk yöneticinin liderlik vasıfını ile ilişkilidir, size göre ideal yöneticide olması gereken özellikleri göz önünde bulundurarak işaretleyiniz.

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Yöneticim benim için örnek teşkil etmeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticim yapılması gerekenleri yaptığımda ne elde edeceğimi açıkça ifade etmeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticim gelecek fırsatlara göre öngörülerini açıkça ifade etmeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticim performansımı izlemeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticim emeklerimin karşılığında ödüllendirilmem için neler yapmam gerektiğini söylemeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticim standartlara uymayan durumlara karşı beni uyarmalı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Surveey.com

Geri Devam

100 25 50 75 100

Lütfen aşağıdaki soruları size göre ideal işinizde olması gereken iletişim şeklini düşünerek yanıtlayınız

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Fikirlerimi diğer kişiler ile özgürce paylaşabilmeliyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnsanlarla konuşurken kibar ve yardımsever olurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnsanlarla sohbet etmekten daima keyif alırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Genellikle aklıma ilk gelen şeyi söylerim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışma arkadaşlarımdan problemlerini dinlerim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnsanlara çok uzun ve tam talimatlar veririm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Surveey.com

Geri Devam



Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

Bu bölüm, sizin karar verme biçiminizi ölçmek amacı ile hazırlanmış olup lütfen bugün karar vermeniz gereken durumlarda nasıl davranacağınızı düşünerek yanıtlayınız.

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Karar verirken duygularına ve tepkilerine güvenirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Makul ve sistematik bir biçimde karar alırken kendimi daha rahat hissedirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karar alırken içgüdülerimden ziyade gerçekleri dikkate alarak karar veririm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karar alırken kararın ardında mantıklı bir sebep olmasından ziyade doğru olduğunu hissetmeyi tercih ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tüm olgular bir seçeneğin doğru olduğunu gösterse bile içime simmediği sürece karar vermem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kararlarımı gerçek bilgilerin sonucuna göre veririm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Surveey.com

Geri

Devam



Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

Bu bölüm, sizin takım çalışmasına yatkınlığınızı ölçmek amacı ile hazırlanmış olup lütfen bugün bir takım çalışması esnasında nasıl davranacağınızı düşünerek yanıtlayınız.

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Sorumluluğunu aldığımız işin neyi başarması gerektiği hakkında takım arkadaşlarımın fikir birliğine varması için sorumluluk alırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Takım arkadaşlarımın arasında oluşan anlaşmazlıklara çözüm olan kişi ben olurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Takım içerisinde herkesin sorunlarını dinletebildiğine emin olurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Genellikle takımın gerçekleştireceği tartışmanın nasıl organize edilmesi gerektiğine karar vermeye yardımcı olurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toplantılarımızda takım arkadaşlarımın farklılıklarını çözümlerine etkin olarak yardımcı olurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toplantıda konuşulan konulara dair notları alan kişi olmaktan hoşlanırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Surveey.com

Geri

Devam

Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

Bu bölüm, sizin motivasyon unsurlarınızı ölçmek amacı ile hazırlanmış olup lütfen ideal işinizde sizi nelerin motive edeceğini düşünerek yanıtlayınız.

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Çalıştığım insanların arkadaş canlılığı beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeteneklerimi ve becerilerimi geliştirme fırsatı beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşteki özgürlük miktarım beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Birşeyleri başarma şansına sahip olmam beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terfi yada daha iyi bir işe sahip olma şansı beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticimden aldığım övgü beni motive eder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Surveev.com](#) [Geri](#) [Devam](#)

Lütfen aşağıdaki soruları size göre ideal kurumunu düşünerek yanıtlayınız

Bu bölüm, sizin çalışmayı isteyeceğiniz ideal kurumunu tanımlamaya yardımcı olmak amacı ile hazırlanmış olup, size göre ideal kurumda olması gereken özellikleri göz önünde bulundurarak işaretleyiniz.

	1- Önemli Değil	2 -	3- Önemli	4-	5- Çok Önemli
Yeni becerilerimi geliştirebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terfi şansımı artırabilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daha fazla teknik bilgi edinebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ürün ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi edinmem için bana fırsatlar sunan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dil becerimi geliştirmem için bana fırsatlar sunan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eğitime devam etmem için bana gerekli imkanı sağlayan bir kurum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Z Kuşuğunun İş Yaşamından Beklentileri Envanteri

Çalışmaya vermiş olduğunuz katkı için teşekkürlerimi sunarım.

EK 2 – Spss Tabloları Tanımlayıcı İstatistik

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
İdeal_Kurum	534	3,7294	,65138
İdeal_Is	534	3,6542	,65328
İdeal_Yonetici	534	3,9654	,69416
Karar_Verme	534	3,5321	,59211
Takim_Calismasi	534	3,6108	,73070
Motivasyon	534	4,0468	,64327
Egitim	534	4,2397	,66766
Valid N (listwise)	534		

İdeal Kurum (Çalışanların birbirlerini önemseddiği bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	4	,7	,7	,7
	2 -	16	3,0	3,0	3,7
	3- Önemli	244	45,7	45,7	49,4
	4-	130	24,3	24,3	73,8
	5- Çok Önemli	140	26,2	26,2	100,0
Total		534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Müşterilerini dinleyen ve onların ihtiyaçlarına hızlıca yanıt veren bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	11	2,1	2,1	2,6
	3- Önemli	203	38,0	38,0	40,6
	4-	193	36,1	36,1	76,8
	5- Çok Önemli	124	23,2	23,2	100,0
Total		534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların daima kurumda olup bitenden haberdar edildiği bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	4	,7	,7	,7
	2 -	37	6,9	6,9	7,7
	3- Önemli	257	48,1	48,1	55,8
	4-	157	29,4	29,4	85,2
	5- Çok Önemli	79	14,8	14,8	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların sürekli daha etkin bir şekilde çalışmanın yollarını aradığı bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	11	2,1	2,1	2,6
	3- Önemli	213	39,9	39,9	42,5
	4-	153	28,7	28,7	71,2
	5- Çok Önemli	154	28,8	28,8	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların iyi bir takım halinde görev aldığı bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	8	1,5	1,5	1,5
	2 -	9	1,7	1,7	3,2
	3- Önemli	108	20,2	20,2	23,4
	4-	132	24,7	24,7	48,1
	5- Çok Önemli	277	51,9	51,9	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal Kurum (Çalışanların kişisel sorunları ile başa çıkabilmek adına yardım aldıkları bir kurumda çalışmak)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	16	3,0	3,0	3,0
	2 -	83	15,5	15,5	18,5
	3- Önemli	238	44,6	44,6	63,1
	4-	127	23,8	23,8	86,9
	5- Çok Önemli	70	13,1	13,1	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal Yönetici (Yöneticim benim için örnek teşkil etmeli)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	10	1,9	1,9	1,9
	2-	18	3,4	3,4	5,2
	3- Önemli	142	26,6	26,6	31,8
	4-	168	31,5	31,5	63,3
	5- Çok Önemli	196	36,7	36,7	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal Yönetici (Yöneticim yapılması gerekenleri yaptığımda ne elde edeceğimi açıkça ifade etmeli)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	2	,4	,4	,4
	2-	23	4,3	4,3	4,7
	3- Önemli	211	39,5	39,5	44,2
	4-	181	33,9	33,9	78,1
	5- Çok Önemli	117	21,9	21,9	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal Yönetici (Yöneticim gelecek fırsatlara göre öngörülerini açıkça ifade etmeli)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	1	,2	,2	,2
	2-	10	1,9	1,9	2,1
	3- Önemli	174	32,6	32,6	34,6
	4-	178	33,3	33,3	68,0
	5- Çok Önemli	171	32,0	32,0	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal Yönetici (Yöneticim performansını izlemeli)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	5	,9	,9	,9
	2-	8	1,5	1,5	2,4
	3- Önemli	101	18,9	18,9	21,3
	4-	181	33,9	33,9	55,2
	5- Çok Önemli	239	44,8	44,8	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal Yönetici (Yöneticim emeklerimin karşılığında ödüllendirilmem için neler yapmam gerektiğini söylemeli)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
	2 -	10	1,9	1,9	3,0
	3- Önemli	154	28,8	28,8	31,8
	4-	190	35,6	35,6	67,4
	5- Çok Önemli	174	32,6	32,6	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal Yönetici (Yöneticim standartlara uymayan durumlara karşı beni uyarmalı)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	8	1,5	1,5	2,1
	3- Önemli	171	32,0	32,0	34,1
	4-	172	32,2	32,2	66,3
	5- Çok Önemli	180	33,7	33,7	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal İş (Fikirlerimi diğer kişiler ile özgürce paylaşabilmeliyim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	1	,2	,2	,2
	2 -	4	,7	,7	,9
	3- Önemli	111	20,8	20,8	21,7
	4-	166	31,1	31,1	52,8
	5- Çok Önemli	252	47,2	47,2	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal İş (İnsanlarla konuşurken kibar ve yardımsever olurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 -	3	,6	,6	,6
	3- Önemli	126	23,6	23,6	24,2
	4-	138	25,8	25,8	50,0
	5- Çok Önemli	267	50,0	50,0	100,0
	Total		534	100,0	100,0

İdeal İş (İnsanlarla sohbet etmekten daima keyif alırım)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	1	,2	,2	,2
	2 -	44	8,2	8,2	8,4
	3- Önemli	240	44,9	44,9	53,4
	4-	149	27,9	27,9	81,3
	5- Çok Önemli	100	18,7	18,7	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (Genellikle aklıma ilk gelen şeyi söylerim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	36	6,7	6,7	6,7
	2 -	94	17,6	17,6	24,3
	3- Önemli	219	41,0	41,0	65,4
	4-	88	16,5	16,5	81,8
	5- Çok Önemli	97	18,2	18,2	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (Çalışma arkadaşlarımlın problemlerini dinlerim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	9	1,7	1,7	1,7
	2 -	107	20,0	20,0	21,7
	3- Önemli	251	47,0	47,0	68,7
	4-	100	18,7	18,7	87,5
	5- Çok Önemli	67	12,5	12,5	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

İdeal İş (İnsanlara çok uzun ve tam talimatlar veririm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	26	4,9	4,9	4,9
	2 -	45	8,4	8,4	13,3
	3- Önemli	237	44,4	44,4	57,7
	4-	120	22,5	22,5	80,1
	5- Çok Önemli	106	19,9	19,9	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Karar Verme (Karar verirken duygularıma ve tepkilerime güvenirim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	12	2,2	2,2	2,2
	2 -	62	11,6	11,6	13,9
	3- Önemli	293	54,9	54,9	68,7
	4-	94	17,6	17,6	86,3
	5- Çok Önemli	73	13,7	13,7	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Karar Verme (Makul ve sistematik bir biçimde karar alırken kendimi daha rahat hissederim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	3	,6	,6	1,1
	3- Önemli	173	32,4	32,4	33,5
	4-	183	34,3	34,3	67,8
	5- Çok Önemli	172	32,2	32,2	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Karar Verme (Karar alırken içgüdülerimden ziyade gerçekleri dikkate alarak karar veririm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	2	,4	,4	,4
	2 -	8	1,5	1,5	1,9
	3- Önemli	97	18,2	18,2	20,0
	4-	155	29,0	29,0	49,1
	5- Çok Önemli	272	50,9	50,9	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Karar Verme (Karar alırken kararın ardında mantıklı bir sebep olmasından ziyade doğru olduğunu hissetmeyi tercih ederim)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	14	2,6	2,6	2,6
	2 -	135	25,3	25,3	27,9
	3- Önemli	264	49,4	49,4	77,3
	4-	56	10,5	10,5	87,8
	5- Çok Önemli	65	12,2	12,2	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Karar Verme (Tüm olgular bir seçeneğin doğru olduğunu gösterse bile içime sinmediği sürece karar vermem)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	170	31,8	31,8	31,8
	2 -	196	36,7	36,7	68,5
	3- Önemli	81	15,2	15,2	83,7
	4-	27	5,1	5,1	88,8
	5- Çok Önemli	60	11,2	11,2	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Karar Verme (Kararlarımı gerçek bilgilerin sonucuna göre veririm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	7	1,3	1,3	1,3
	2 -	5	,9	,9	2,2
	3- Önemli	93	17,4	17,4	19,7
	4-	127	23,8	23,8	43,4
	5- Çok Önemli	302	56,6	56,6	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Takım Çalışması (Sorumluluğunu aldığımız işin neyi başarması gerektiği hakkında takım arkadaşlarımızın fikir birliğine varması için sorumluluk alırım)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
	2 -	10	1,9	1,9	3,0
	3- Önemli	189	35,4	35,4	38,4
	4-	224	41,9	41,9	80,3
	5- Çok Önemli	105	19,7	19,7	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Takım Çalışması (Takım arkadaşlarımızın arasında oluşan anlaşmazlıklara çözüm olan kişi ben olurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	6	1,1	1,1	1,1
	2 -	60	11,2	11,2	12,4
	3- Önemli	235	44,0	44,0	56,4
	4-	155	29,0	29,0	85,4
	5- Çok Önemli	78	14,6	14,6	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Takım Çalışması (Takım içerisinde herkesin sorunlarını dinletebildiğine emin olurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	13	2,4	2,4	2,4
	2 -	62	11,6	11,6	14,0
	3- Önemli	258	48,3	48,3	62,4
	4-	119	22,3	22,3	84,6
	5- Çok Önemli	82	15,4	15,4	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Genellikle takımın gerçekleştireceği tartışmanın nasıl organize edilmesi gerektiğine karar vermeye yardımcı olurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	4	,7	,7	,7
	2 -	21	3,9	3,9	4,7
	3- Önemli	184	34,5	34,5	39,1
	4-	207	38,8	38,8	77,9
	5- Çok Önemli	118	22,1	22,1	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Toplantılarımızda takım arkadaşlarımın farklılıklarını çözmelerine etkin olarak yardımcı olurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	22	4,1	4,1	4,7
	3- Önemli	180	33,7	33,7	38,4
	4-	222	41,6	41,6	80,0
	5- Çok Önemli	107	20,0	20,0	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Takım Çalışması (Toplantıda konuşulan konulara dair notları alan kişi olmaktan hoşlanırım)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	33	6,2	6,2	6,2
	2 -	71	13,3	13,3	19,5
	3- Önemli	158	29,6	29,6	49,1
	4-	118	22,1	22,1	71,2
	5- Çok Önemli	154	28,8	28,8	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Çalıştığım insanların arkadaş canlılığı beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	2	,4	,4	,4
	2 -	67	12,5	12,5	12,9
	3- Önemli	237	44,4	44,4	57,3
	4-	135	25,3	25,3	82,6
	5- Çok Önemli	93	17,4	17,4	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Yeteneklerimi ve becerilerimi geliştirme fırsatı beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 -	2	,4	,4	,4
	3- Önemli	80	15,0	15,0	15,4
	4-	150	28,1	28,1	43,4
	5- Çok Önemli	302	56,6	56,6	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (İşteki özgürlük miktarım beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 -	15	2,8	2,8	2,8
	3- Önemli	140	26,2	26,2	29,0
	4-	158	29,6	29,6	58,6
	5- Çok Önemli	221	41,4	41,4	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Birşeyleri başarma şansına sahip olmam beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 -	6	1,1	1,1	1,1
	3- Önemli	91	17,0	17,0	18,2
	4-	218	40,8	40,8	59,0
	5- Çok Önemli	219	41,0	41,0	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Motivasyon Unsuru (Terfi yada daha iyi bir işe sahip olma şansı beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	4	,7	,7	1,3
	3- Önemli	76	14,2	14,2	15,5
	4-	107	20,0	20,0	35,6
	5- Çok Önemli	344	64,4	64,4	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Motivasyon Unsuru (Yöneticimden aldığım övgü beni motive eder)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	9	1,7	1,7	1,7
	2 -	44	8,2	8,2	9,9
	3- Önemli	213	39,9	39,9	49,8
	4-	142	26,6	26,6	76,4
	5- Çok Önemli	126	23,6	23,6	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Eğitim - Gelişim (Yeni becerilerimi geliştirebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	3	,6	,6	,6
	2 -	1	,2	,2	,7
	3- Önemli	91	17,0	17,0	17,8
	4-	182	34,1	34,1	51,9
	5- Çok Önemli	257	48,1	48,1	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Eğitim - Gelişim (Terfi şansımı artırabilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Önemli Değil	4	,7	,7	,7
	2 -	5	,9	,9	1,7
	3- Önemli	71	13,3	13,3	15,0
	4-	120	22,5	22,5	37,5
	5- Çok Önemli	334	62,5	62,5	100,0
	Total		534	100,0	100,0

Eğitim - Gelişim (Daha fazla teknik bilgi edinebilmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- nemli Değil	2	,4	,4	,4
	2-	9	1,7	1,7	2,1
	3- önemli	109	20,4	20,4	22,5
	4-	209	39,1	39,1	61,6
	5- çok önemli	205	38,4	38,4	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (rn ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi edinmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- nemli Değil	2	,4	,4	,4
	2-	22	4,1	4,1	4,5
	3- önemli	144	27,0	27,0	31,5
	4-	208	39,0	39,0	70,4
	5- çok önemli	158	29,6	29,6	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Dil becerimi geliştirmem için bana fırsatlar sunan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- nemli Değil	3	,6	,6	,6
	2-	21	3,9	3,9	4,5
	3- önemli	142	26,6	26,6	31,1
	4-	124	23,2	23,2	54,3
	5- ok önemli	244	45,7	45,7	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

Eğitim - Gelişim (Eğitimime devam etmem için bana gerekli imkanı sağlayan bir kurum)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- nemli Değil	1	,2	,2	,2
	2-	3	,6	,6	,7
	3- önemli	74	13,9	13,9	14,6
	4-	88	16,5	16,5	31,1
	5- çok önemli	368	68,9	68,9	100,0
	Total	534	100,0	100,0	

EK 3 – Spss Tabloları Tanımlayıcı T Test – Cinsiyet Bazında

T-Test

Group Statistics

	Cinsiyetiniz	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ideal_Kurum	Kadın	295	3,8356	,59935	,03490
	Erkek	239	3,5983	,68937	,04459
Ideal_Is	Kadın	295	3,7136	,64620	,03762
	Erkek	239	3,5809	,65587	,04242
Ideal_Yonetici	Kadın	295	4,0412	,63998	,03726
	Erkek	239	3,8717	,74648	,04829
Karar_Verme	Kadın	295	3,5328	,57691	,03359
	Erkek	239	3,5314	,61156	,03956
Takim_Calismasi	Kadın	295	3,6458	,69023	,04019
	Erkek	239	3,5676	,77707	,05026
Motivasyon	Kadın	295	4,1243	,58981	,03434
	Erkek	239	3,9512	,69306	,04483
Egitim	Kadın	295	4,3130	,60027	,03495
	Erkek	239	4,1492	,73371	,04746

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval Lower
Ideal_Kurum	Equal variances assumed	7,237	,007	4,252	532	,000	,23727	,05580	,12765
	Equal variances not assumed			4,190	474,652	,000	,23727	,05662	,12600
Ideal_Is	Equal variances assumed	,140	,709	2,343	532	,019	,13267	,05662	,02145
	Equal variances not assumed			2,340	506,136	,020	,13267	,05670	,02126
Ideal_Yonetici	Equal variances assumed	10,573	,001	2,825	532	,005	,16956	,06002	,05165
	Equal variances not assumed			2,780	470,723	,006	,16956	,06099	,04871
Karar_Verme	Equal variances assumed	1,014	,314	,027	532	,979	,00139	,05158	-,09993
	Equal variances not assumed			,027	496,125	,979	,00139	,05190	-,10057
Takim_Calismasi	Equal variances assumed	3,194	,074	1,229	532	,220	,07812	,06356	-,04674
	Equal variances not assumed			1,214	480,558	,225	,07812	,06435	-,04833
Motivasyon	Equal variances assumed	7,846	,005	3,117	532	,002	,17311	,05553	,06402
	Equal variances not assumed			3,065	468,627	,002	,17311	,05647	,06214
Egitim	Equal variances assumed	18,546	,000	2,837	532	,005	,16376	,05773	,05036
	Equal variances not assumed			2,778	467,258	,006	,16376	,05894	,04794

EK 4 – Spss Tabloları Korelasyon

		Correlations						
		İdeal_Kurum	İdeal_Is	İdeal_Yonetici	Karar_Verme	Takim_Calis masi	Motivasyon	Egitim
İdeal_Kurum	Pearson Correlation	1	,524**	,657**	,458**	,415**	,580**	,505**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
İdeal_Is	Pearson Correlation	,524**	1	,585**	,537**	,595**	,576**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
İdeal_Yonetici	Pearson Correlation	,657**	,585**	1	,416**	,437**	,520**	,514**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Karar_Verme	Pearson Correlation	,458**	,537**	,416**	1	,532**	,608**	,510**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Takim_Calis masi	Pearson Correlation	,415**	,595**	,437**	,532**	1	,500**	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Motivasyon	Pearson Correlation	,580**	,576**	,520**	,608**	,500**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	534	534	534	534	534	534	534
Egitim	Pearson Correlation	,505**	,563**	,514**	,510**	,489**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	534	534	534	534	534	534	534

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).