

YENİ NESİL ÇALIŞMA TARZLARI: Z KUŞAĞI ÇALIŞMA ALANLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

NEW GENERATION WORKSTYLES: A REVIEW ON GENERATION Z WORKING AREAS

Dr. Öğr. Üyesi Pelin ÖZGÜNAY

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Sağlık Kurumları İşletmeciliği, pozgunay@gelisim.edu.tr

İstanbul / Türkiye

ORCID: 0000-0002-2146-3181

ÖZET

İş hayatı, hızlı ve sürekli değişen çevreden etkilenmektedir. Bazı ortak ve benzersiz özelliklere sahip olan z kuşağı olarak adlandırılan şimdiki nesil, önceki nesillere göre karakteristik özellikler taşımaktadır ve iş hayatında farklı pozisyonlarda görülmektedir. Dijital dünya ise Z Kuşağı'nı işe almanın ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Öte yandan dijital dünya gelişmeye, yaratmaya ve sürdürmeye devam ederken mezun üniversite öğrencileriyle bağlantılar kurmaktadır.

Z kuşağı işgücü piyasasına girmeye başladığında, özelliklerinin daha iyi anlama ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Z kuşağının iş hayatında yetkilendirme ve doğru konumlandırılması için işletmelere önemli görevler düşmektedir. Yeni çağa uyum sağlamak ve teknolojilerin, yeni nesil kullanıcıların ihtiyaçlarını anlamak için çalışma ortamları daha esnek bir şekilde değişmektedir.

Ortak çalışma hareketinin yükselişi, Z kuşağının daha fazla esneklik ve akışkanlıkları geleneksel çalışma modellerinin terk edilmesine yol açmaktadır. Yeni nesil çalışanlar bir ofiste masa aramamaktadır. Girişimci ruhlarının ön plana çıkabileceği ve sosyalleşebilecekleri, iş birliği yapabilecekleri ve benzer düşünen insanlarla yenilik yapabilecekleri çalışma alanları aramaktadırlar. Günümüz iş yerlerinin, insanların makine olmadığını ve ekranlardan, anlık bildirimlerden düzenli aralıklarla uzaklaşmaya ihtiyaç duyduğunu kabul ederken yeni teknolojinin avantajlarından da yararlanmaları gerektiğinin farkında olmaktadır. Yeni nesil ofisler özellikle düşük teknoloji, yüz yüze etkileşimi vurgulayan, ortak kullanım alanlarının yanı sıra çalışanların rahatlayabileceği ve motivasyonlarını arttırabileceği özel ortamlar yaratmaktadırlar. Bu makalenin amacı, Z Kuşağının iş hayatında nasıl bir role sahip olduğu ve Z kuşağı çalışma ortamları, iletişim ve çalışanlara sağlanan faydalar konusundaki tercihleri içerik analizi ile değerlendirmektir. Ek olarak, Z Kuşağının özelliklerinin tartışılması, firmaların mevcut ve gelecekteki milyonlarca Z Kuşağı çalışanına nasıl hazırlanmaları ve barındırmaları gerektiğine dair önerilere ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Z kuşağı, Yeni Nesil, Çalışma Ortamları

ABSTRACT

Business life is affected by the fast and constantly changing environment. The current generation, called the z generation, which has some common and unique features, has characteristic features compared to previous generations and is seen in different positions in business life. The digital world is an integral part of recruiting Generation Z. On the other hand, while the digital world continues to develop, create and maintain, it establishes connections with graduate university students.

As Generation Z begins to enter the labor market, the need to better understand their characteristics is increasing day by day. Businesses have important duties for the assignment and correct positioning of the Z generation in business life. Working environments are changing more flexibly to adapt to the new age and to understand the needs of technologies and new generation users.

The rise of the collaborative movement, the greater flexibility and fluidity of Gen Z leads to abandonment of traditional working models. The new generation of employees is not looking for a desk in an office. They seek workspaces where their entrepreneurial spirit can come to the fore and where they can socialize, collaborate and innovate with like-minded people. While accepting that today's workplaces are not machines and need to get away from screens and push notifications at regular intervals, they are also aware that they need to take advantage of new technology. New generation offices create special environments where employees can relax and increase their motivation, as well as low-tech, common areas that emphasize face-to-face interaction. The purpose of this article is to evaluate the role of Generation Z in business life and the preferences of Generation Z about working environments, communication and employee benefits with content analysis. Additionally, the discussion of the characteristics of Generation Z aims to shed light on recommendations on how firms should prepare for and accommodate the millions of current and future Generation Z employees.

Keywords: Generation Z, New Generation, Workplaces

1. GİRİŞ

Mevcut bilgi ve iletişim teknolojileri önemli ölçüde değişmektedir. İnsanların nerede ve nasıl çalıştıkları ve iletişim kurdukları dahil olmak üzere şirketlerin faaliyetleri, teknolojik ilerlemenin birçok iş türüne olan talebi önemli ölçüde değişmektedir. Küresel pazarda yüksek nitelikli işler için talep artmaktadır ve insan sermayesini sağlamanın şirketin en önemli görevlerinden biri olduğu gerçeği önemini vurgulamaktadır. Bu ortamda, bilgi çalışmasının büyük bir kısmı çevrimiçi olarak gerçekleşmektedir. İnternette çevrimiçi bir işgücü piyasası geliştirilmektedir ve giderek artan sayıda profesyonel bu alanda bağımsız çalışmayı tercih etmektedir. Sosyal izolasyon hissine tepki olarak sanal çalışanların sayısı, ortak çalışma merkezleri son birkaç on yılda ortaya çıkmaya başlamıştır. Çalışanların kiraladıkları yeni ofis tipleri ve performans gösterebilecekleri bağımsız çalışmaları onların aynı zamanda bir topluluğun parçası olmalarının göstergesi olmuştur (Kubátová, 2016). Her kuşağın, iş ve çalışma ortamını ilgilendiren belirli değerleri, ihtiyaçları ve tutumları bulunmaktadır (Lyons ve Kuron, 2014). Bütün toplumlar kendi döneminin gereksinimlerine ve yaşam şartlarına uyum sağlamaktadır. Bütün dönemler birbiri ile farklılık göstermektedir ve bütün toplumlar kendine has değerlerini korumaya gayret etmektedir. Bu gibi değişiklikler, kuşakların ortaya çıkmasına ve dönemlere göre gelişim gösteren kuşak farklılıklarını meydana getirmiştir. Kuşakların Z kuşağıyla aralarındaki fark, teknolojinin değişim göstermesiyle birlikte gelişim gösteren algı ve hayat tarzının değişen davranış biçimleri olarak ifade edilmektedir. Bu anlamda artık iş yaşamında yakın bir zaman içinde aktif rol oynayacak olan bu kuşağın gereksinimlerine, beklentilerine ve algısal düşünce anlayışlarına yönelik çalışma biçimlerinin oluşturulması yararlı olmaktadır (Keser, 2020). Z kuşağı ise işgücü piyasasına girmeye başladığından beri onların özelliklerini daha iyi anlama ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Z kuşağının temsilcileri, gelecekteki kariyer algısı, ideal işyeri ve kariyer beklentileri gibi konular akademik olarak araştırılmaktadır (Iorgulescu, 2016).

2. Z KUŞAĞI

Kuşak çalışmaları üzerine yapılan araştırmaların çoğunda, araştırmacılar genellikle eşlik eden bir nesli tanımlamak için doğum tarihi aralıklarını ve bir dizi demografik özellikleri araştırmaktadır (Cogin, 2012). Farklı kuşakların ampirik ayrımları olsa da genellikle yaş grupları ve yaş etkileri temelinde yapılmaktadır. Kuşak tipolojisi çeşitli kaynaklarda ele alınmaktadır.

Tablo 1. X, Y ve Z Kuşağının İş ile İlgili Özellikleri ve Düşünceleri (Çetin ve Karalar, 2016).

<u>İş Özelliği</u>	<u>X Kuşağı</u>	<u>Y Kuşağı</u>	<u>Z Kuşağı</u>
<i>İş Etiği</i>	Dengeli	Hevesli	Daha gerçekçi
<i>İş Hakkındaki Görüş</i>	İş, bir meydanokumdur.	İş, farklılık yaratmak için yapılır.	İş, heves ve enerjiyle yapılır.
<i>Kişisel Özellikler</i>	Pratik, esnek, bireyselci, girişimci, yaşam kalitesi ile ilgili	Siyasal bilince sahip, yüksek beklentili, takım kurucu, farklılıklara karşı anlayışlı, kendine güvenen, meydan okumalara açık	Teknoloji meraklısı, erken olgunlaşan, şımartılmış, güçlendirilmiş, risk karşıtı, korunan
<i>İş ile İlgili Özellikler</i>	<ul style="list-style-type: none">-İşyeri politikalarını sevmeme- İşgörene çok bağlı olmama- Birden çok görevi aynı anda yapabilme-Eşit oranda sorumluluğa sahip olunan iş ortamını sevme-Proje yapmayı sevme-İş unvanlarından çok iş sorumluluklarına önem verme-Performansı çıktıya göre değerlendirme-Güç yapılarını sevmeme-Otoriteye karşı esnek olma-Serbest kıyafetin rahat olduğunu düşünme	<ul style="list-style-type: none">-Nedenleri bilmek isteme-Herkesin önünde övülmek isteme-Eğlenceli bir işyerinden hoşlanma-Paranın güdüleyici olmadığını düşünme-Anlık sorumluluk isteme-Zaman sınırlı küçük hedefler isteme-İş-yaşam dengesinin önemli olduğunu düşünme-Bir işletme ile uzun ömürlü bir ilişki istememe-Yeteneklerine güvenme	<ul style="list-style-type: none">-Yaratıcı ve işbirlikçi olma-Oldukça zor çevresel, sosyal ve ekonomik sorunları çözmek zorunda kalma-Kendi kendini yönlendirebilme-Bilgiyi çok hızlı işleyebilme-Daha zeki olma

Günümüz iş hayatında aktif rolleri bulunan dört kuşak bulunmaktadır. Bu kuşaklar; 1927-1945 arasında doğan gelenekselci kuşak, 1946-1964 arasında doğan bebek patlaması kuşağı, 1965-1980 yılları arasında doğan X kuşağı ve 1981-1999 arasında doğan Y kuşağı olarak sıralanmaktadır. Demografik ya da sosyolojik bakımdan bir tarih sınıflandırması olmamasına rağmen bilhassa pazarlama araştırmacıları, doğum oranlarına ilave olarak sosyal değişiklikler çerçevesinde 2000 yılından itibaren yeni bir nesil türü olarak Z kuşağını incelemişlerdir (Çetin ve Karalar, 2016).

2000 ve sonrasında teknolojinin ortasında doğan, 21. yüzyılın yönetici, çalışan, üreten tarafını temsil edecek olan bu nesile internet nesili ya da kristal nesil adı verilmektedir. Teknolojinin bulunmadığı bir evreni bilmeyen, bilgisayar, akıllı telefon gibi teknolojik araçlarla sürekli çevrimiçi ortamlarla ilişki kurabilen, konuşarak değil de sosyal iletişim araçlarından emojilerle iletişim kuran bir nesil olarak ifade edilmektedir (Taş, Demirdöğmez, ve Küçükoğlu, 2017). Teknolojinin meydana getirdiği iletişim ve ulaşım pratikliğiyle haşır neşir olan bu nesil, diğerlerinden farklı olarak network, farklı ağların üyelerinden meydana gelmektedir. Sanal ortamlarda uzaktan iletişim kurabildikleri için yalnız kalmayı seçmektedirler. Buna bağlı olarak pek çok konuyla ilgilenebilme yeteneklerini ilerletebildikleri gözlemlenmektedir (Mengi, 2009). İş yaşamında eğitim seviyesi yüksek, sürekli olarak kendi gelişimini gözetken, değişime yönelen, detaylara takılmamaları ve doğru tespitte bulunabildikleri için şirketlerde etkin ve başarılı bir kuşak olmaktadır. Ekip çalışmalarına karşın bireysel çalışmayı seçen, kendilerini ifade edebilecekleri ortamlar oluşturan yaratıcı bir nesil olarak ifade edilmektedir. İşlerin şevk ve istekle yapılacağını düşünen, eğlenirken öğrenen, para kazanmanın yanı sıra iş tatminine de önem gösteren bir nesil olarak açıklanmaktadır (Taş vd. 2017). Rekabetin hızla yükseldiği çalışma hayatında işgörenler artık çok uzun yıllar aynı işte çalışmaya devam etmemektedir. Çünkü günümüzde çalışanlar ne istedikleri konusunda farkındalık kazanmış ve bu isteklere erişebilmek için bir iş değişikliği söz konusu olduğunda bu durumdan geçmişe göre daha az çekinen bireyler haline gelmişlerdir. Bilhassa özel sektörde çalışan devir hızının yüksek olmasından kaynaklı işgörenlerin daha esnek kariyer planları yapmaları gerekmektedir. Geleneksel kariyer anlayışının etkisinin azalmasıyla birlikte kariyer anlayışına yeni pencerelerden bakma zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Briscoe, Hall ve DeMuth, 2006).

3. YENİ NESİL OFİSLER

Değişim gösteren teknolojiler ve mesleklerdeki gelişmelerle birlikte ihtiyaçları karşılayan ve iş isteğini artıran bir çalışma ortamında çalışmak büyük önemlilik arz etmektedir. Bu sebeple ofis dizaynları sürekli değişerek mesleklerdeki gelişimlere uyum göstermeye çabalamaktadır. Doğru dizayn bir çalışma mekânı, çalışma verimliliğini ve kuruma bağlılığı yükselterek çalışanların üretken, dikkatli ve yaratıcı olabilmelerini olumlu yönde etkilemektedir. Yeni nesil ofis kavramı ile ortaya çıkan çalışma kültürü de yeni tasarım ölçütlerini beraberinde getirmektedir (Karakurumer ve Benli 2022). Teknolojik gelişim, yeni nesil kullanıcılarla birlikte hayatı değişim ve dönüşüme zorlamaktadır. Değişime etki eden öğelerin başında, kullanıcıların yeni ihtiyaçları gelmektedir. Küresel anlamda pek çok alanda değişimler meydana gelmektedir. Bu değişim, iş ortamlarına da sirayet etmektedir. Dünyanın farklı yerlerinde, farklı dizaynlarda ofislere rastlanmaktadır. Fakat günümüzde genel hatlarıyla globalleşen bir ofis fikri yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu ofisler, önemli bir teknolojiye sahip, büyük oranda sosyal imkanları bulunan ve çağa uyum sağlayan yeni nesil ofisler olarak ifade edilmektedir. Günümüzde sıkça rastladığımız yeni bir ofis yaklaşımı olan yeni nesil ofislerin meydana gelmesindeki kriterler şu şekilde sıralanmaktadır (Nakışcı, 2018).

- Teknolojik gelişim,
- Esnek çalışma saatleri veya vardiya usulü çalışma,
- Yönetici beklentilerinin değişimi:
- Daha fazla verimli çalışma veya performansı artırma,
- Şirketi sahiplenmeyi ve bağlılığı artırma/aidiyet duygusu,
- İşyeri tasarımının iş verimini arttıran önemli bir yatırım olması,
- Rekabet ortamı,
- Simgesellik,
- Taklit olmayan özgün ve kimlikli ofis tasarımı

Yurtdışında coworking, Türkiye’de ise açık ofis sistemi ya da ortak çalışma olarak ifade edilen yeni nesil ofis anlayışında mekanlar değil, insanlar ön plana çıkmaktadır. Abonelik usulünce haftanın yedi günü yirmi dört saat açık ofis kullanımı, içecek servisi, resmi adres belirtme, toplantı gerçekleştirme, internet kullanımı, temizlik, güvenlik gibi birçok değişik hizmete ulaşılmaktadır.

Açık ofis sistemi kütüphane gibi düşünülebilmektedir. Kütüphaneden ayrılan tarafı açık ofislerde girişimciler, yeni işletmeler kuranlar, bağımsız çalışanlar gibi göreceli çalışma hayatına yeni başlamış veya kendi bir ofis tutmak yerine bu sistemi seçmiş çalışanlar bulunmaktadır. Bu yeni nesil ofis anlayışının ön plana çıkan kısmıysa kendi içinde bir çalışan ağı oluşturmaktadır. Çalışmak için gereken tasarımcıyı, metin yazarını, avukatı, bilişimciyi ve muhasebeciyi daha birçok sektör çalışanını aynı ofis çatısı altında çalıştığı için kolayca bulunabilmektedir. Bir bakıma büyük işletmelerin kapalı kadrolaşma anlayışına karşı ortaya konulmuş, yeni nesil bir çalışma sistemi olarak ifade edilmektedir (www.webteknoloji.com.tr, 2022). Ortak çalışma ortamlarını tercih edenler için hem operasyonel hem de finansal bakımdan pek çok avantajlar bulunmaktadır. Ortak çalışma alanlarının sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanmaktadır: (www.multinet.com.tr, 2022)

İletişim Ağı Fırsatları: Farklı yetenek ve uzmanlıkları bulunan çalışanların ortak çalışma ortamlarında iletişim ağlarını genişletme ve birbirleriyle çalışma imkanlarını bulabilmektedirler.

• **Ekstra Seçenekler:** Ortak çalışma ortamları işgörenlerin gereksinimlerine göre tercih edebileceği günlük, haftalık, aylık ve yıllık sürelerde hizmet alma alternatifleri sunmaktadır.

• **Düşük Maliyet:** Ofis açılışı, açılan ofisin maliyetleri ve çalışma süreçleri için gerekli diğer ofis gereksinimleri bulunmaktadır. Ortak çalışma ortamlarında işgörenlerin ise bu giderlerin hiçbirini düşünmesine gerek kalmamaktadır.

• **Prestij:** Ortak çalışma hizmetiyle ortaya konulan çalışma alanlarının olduğu bölgeler işgörelere ilave bir prestij kazandıracak nitelikte olmaktadır. Bunun yanı sıra, işgörenler ortak çalışma hizmeti sunan işletmelerin farklı bölgelerdeki çalışma alanlarından da faydalanabilmektedir.

Ortak çalışma ortamlarının işgörelere ortaya koyduğu avantajlar gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır. İşgörenlerin çalışma şekilleri ve alışkanlıklarına göre farklı olan bu dezavantajlar ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: (www.multinet.com.tr, 2022)

• **Gizlilik ve Kişisel Rahatlık:** Ortak çalışma ortamlarında işgörenler ev konforu ve rahatlığına erişemeyecekleri gibi diğer işgörenlerin tutum ve davranışlarından da rahatsız olabilmektedirler.

• **Etkinlikler ve Kalabalık:** Ortak çalışma ortamları yapısı itibariyle pek çok işgöreni bir arada bulundurmaktadır. Bu sebeple, işgörenler arasında bazı zamanlarda küçük kutlamalar veya etkinlikler yapılabilmektedir.

• **Tek Tip Ortam:** Fiziki ortam şeklinde ortak çalışma ortamları tek tip olabilmektedir. Bu sebeple, büyük firma ve marka yoğunluklu işgörenler için ortak çalışma yetersiz olabilmektedir. Fakat belli başlı ortak çalışma hizmeti veren şirketler kişiye ve gereksinimine özel mekânlar dizayn ederek bu dezavantajı yok edebilmektedirler.

İş yaşamı bilhassa da son iki yılda hızla ilerleyen büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Farklı mesleklerden pek çok büyük firmanın merkezinde küçülmeler görülürken bölgesel ofislerin ve evden çalışanların sayısı hızlı bir şekilde artmaktadır. Hem Türkiye’de hem de global anlamda gözlemlenen bu hızlı değişimle sadece çalışılan mekânlar değil, çalışma kültürü de dönüşüm geçirmektedir. Hibrit, uzaktan çalışma ve ofis içi çalışma düzenlerini bir araya getiren yeni nesil bir çalışma anlayışı olarak ortaya çıkmaktadır. Hibrit çalışma anlayışında, belli bir plan çerçevesinde, işgörenler haftanın belirlenmiş olan günlerde ofiste, belirlenmiş olan bazı günleri evde veya arzu ettikleri herhangi bir yerde çalışmaktadırlar. İşletmeler, bu sistemi kapasitelerine ve gereksinimlerine uygun farklı şekillerde uygulayabilmektedirler (www.workinton.com, 2022).

4. Z KUŞAĞI ÇALIŞMA ALANLARININ VE KARIYER HEDEFLERİNİN İNCELENMESİ

Teknolojinin hızla artış gösterdiği günümüz global dünyasında toplumlar, insanlar ve firmalar hızla artan değişimin içerisinde geçmektedirler. Bu hızlı değişimden çalışanların kariyer hedefleri ve planları da önemli bir biçimde etkilenmektedir. Büyük bir rekabetin yaşandığı iş yaşamında başarılı olmak isteyen kişiler koşulların ortaya koyduğu özellikleri kazanmaya ve yeni kariyer planları oluşturmaya gayret etmeleri gerekmektedir (Çetin ve Karalar, 2016).

Z kuşağı çevrimiçi ortamları aktif kullanan bir platformu oluşturmaktadır ve çevrimiçi alışveriş oranı en yüksek olan Z kuşağı olmaktadır. Z kuşağının çevrimiçi alışveriş talebi pandemiden sonra yüzde 62 oranında artış göstermiştir. Tabii ki, Y kuşağı çevrimiçi alışverişte bu grubu takip etmektedir. Pandemiden sonra çevrimiçi alışverişe talep eskiye göre X kuşağında da artış göstermiştir. E-ticaret şirketlerinin önemli hedef kitlelerinden biri olan Z kuşağı dijital olan ilgisiyle e-ticaret şirketlerinin kampanya ve pazarlama faaliyetlerinde önemli bir kitleyi temsil etmektedir (www.ticimax.com, 2022). Z kuşağı yaşları dolayısıyla çalışma yaşamında henüz aktif rol almaya da kariyer hayatlarını şekillendirmek üzere hazırlık aşamasında yer almaktadır. Bazıysa staj ya da erken dönem iş deneyimleriyle çalışma hayatında yeni yeni varlık göstermeye başlamıştır. Teknolojinin tam ortasına doğan ve teknolojiyle birlikte gelişip büyüyen bu nesil diğer kuşaklardan teknolojinin önemli ölçüdeki etkisiyle büyük oranda farklılaşmaktadır. Bu sebeple bu neslin kariyer beklentileri incelenirken diğer kuşaklardan bağımsız düşünmek gerekmektedir.

Barhate ve Dirani (2021), Z kuşağının kariyer hedeflerini etkileyen faktörleri; içsel, dışsal, kariyer beklentileri ve algılanan kariyer olarak açıklamaktadır. Araştırmaya göre Z kuşağı, tutumlarına, kendi algılarına, ilişkilerine ve motivasyonlarına dayalı kariyerlere sahip olmayı arzulamaktadır. Her ne kadar iş yerinde ilişkiler önemli olsa da Z kuşağının takım halinde çalışmayı tercih edip etmedikleri araştırmanın bulgularına göre netlik kazanmamaktadır. Bazı çalışmalar Z kuşağının ekip halinde çalışmayı seçtiğini ortaya koyarken, diğer araştırmalar Z kuşağının hedeflere ulaşmak istediklerinde daha özgüvenli ve bireysel olduklarını ortaya koymuştur. Barhate ve Dirani (2021)'ye göre, dışsal olarak Z kuşağı, motivasyonlarını çevrelere, ailelerine ve kuruluşlarına dayandırmaktadır.

Fodor ve Jaeckel (2018) ise iş yeri seçimine ilişkin tercihleri Z kuşağını temsil eden gençler üzerinde incelenmiştir. Araştırmalarında; Z kuşağını temsil eden gençler tarafından algılanan başarı kavramı ve ideal işyerinin arzu ve beklentileri incelenmiştir. Sonuçlara göre esnek bir iş yeri teklifi, gelişim fırsatları ve görevler kapsamındaki çeşitlilik, çalışanlar için ideal iş yerini temsil etmektedir. Yine araştırmaya katılan gençler, takım halinde çalışmayı, bir yere ait olmayı sevmektedirler. Olumlu geribildirim ve takdir çaba göstermelerine sebebiyet vermektedir. Öte yandan birçok genç ebeveynlerini örnek alarak başarılı olmayı amaçlamaktadırlar. Birçoğu internetten bilgi toplamaktadır. Bu da çevrimiçi dünyadaki zamanları ve ilişkilerini de orada şekillendirdiklerini açıklamaktadır. Özellikle temel değerler açısından benzerlikler olsa da, Z kuşağının değer algısı dolayısıyla işe ve başarıya yaklaşımları önceki kuşaklara göre farklılık göstermektedir. Kılınç ve Varol, (2021)' in Z kuşağının kariyer algılarını ve beklentilerini incelemek amacıyla yaptıkları araştırmada, yöneticiler, liderler ve eğitimciler etkin bir şekilde Z kuşağını geleceğe hazırlamak istiyorlarsa; onların temel özelliklerini, motivasyonel ihtiyaçlarını ve davranışlarını doğru bir şekilde anlamaları gerektiğini açıklamaktadır. Umar, (2021) araştırmasında, Z kuşağı için geçerli ve kabul edilebilir bir kariyer planlama modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmaya göre Z kuşağının, dijital teknoloji çağına kendine özgü ve önceki kuşaktan farklı özellikleriyle hakim olan kuşak olması sebebiyle kariyer planlamasının özel olarak hayata geçirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

5. SONUÇ

Teknoloji ve sosyal platformların bireylerin etkileşim şeklini yeniden tanımladığı bu modern çağda, mücadelelerle dolu kariyer dinamikleri belirsiz durumlarla karşı karşıya kalmaktadır. İş kaybı, işteki değişiklikler gibi ortaya çıkan sorunlar sistem ve değişen çalışma kültürü, erkenden tahmin edilmesi gereken yeni sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunları öngörmek için Z kuşağının kariyer uyumuna sahip olması gerekmektedir. Kariyer kişilerin yaşamında önemli bir yere sahip olmaktadır. Bu sebepten uzun vadede kişi ilerisi için hedeflediği bir kariyere sahip olmak istemektedir. Bu kariyer hedefine yakın yıllar içerisinde Z kuşağı kişileri de çalışma hayatına katılması beklenmektedir.

Birkaç yıl içerisinde bu neslin çalışma hayatında yerini almaya başlayacağı ve Y kuşağı ile beliren farklı değer yargılarının devamı, Z kuşağı bireyleri tarafından sağlanması beklenmektedir (Metin ve Kızıldağ, 2017). Bu araştırma, Z kuşağına temel olabilecek kariyer yeterliliklerini ve Z kuşağının yeni nesil çalışma alanlarını literatür çerçevesinde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Teknolojideki hızlı gelişmeler, artan çalışan devir oranları, beceri eksiklikleri ve şu anda işgücüne giren en genç nesil olan Z kuşağından değişen beklentiler göz önüne alındığında, kuruluşlar kariyer açısından dirençli bir işgücü geliştirmenin önemini kabul etmektedir. Kuruluşlar, Z kuşağı yeteneğini en üst düzeye çıkarmak için nesillere uygun yönetim uygulamalarını stratejik olarak tasarlayarak, değişen ekonomide rekabetçi kalabilmek için iş sürdürülebilirliklerini destekleyebilir.

KAYNAKÇA

Barhate, B., & Dirani, K. M. (2021). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*.

Briscoe, J. P., Hall, D. T., & DeMuth, R. L. F. (2006). Protean and boundaryless careers: An empirical exploration. *Journal of vocational behavior*, 69(1), 30-47.

Cogin, J. (2012). Are generational differences in work values fact or fiction? Multi-country evidence and implications. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(11), 2268-2294.

Çetin, C., & Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 157-197.

Fodor, M., & Jaeckel, K. (2018). What does it take to have a successful career through the eyes of generation Z-based on the results of a primary qualitative research. *International Journal on Lifelong Education and Leadership*, 4(1), 1-7.

<https://abapsikoloji.com/bugunun-genci-z-kusagi-nasil-bir-kariyer-istiyor/>, (Erişim Tarihi: 01 Ekim 2022).

<https://multinet.com.tr/blog/inovasyon-girisimcilik/coworking-nedir-avantajlari-ve-dezavantajlari-nelerdir>, (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2022).

<https://www.ticimax.com/blog/z-kusaginin-ozellikleri-ve-is-hayatindan-beklentileri>, (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2022).

<https://www.webtekno.com/kolektif-house-benzeri-acik-ofisler-h108435.html>, (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2022).

<https://www.workinton.com/hibrit-ofis>, (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2022).

Iorgulescu, M. C. (2016). Generation Z and its perception of work. *Cross-Cultural Management Journal*, 18(1).

Karakurumer, D., & Benli, A. C. (2022). Yeni Nesil Ofis Tasarımlarının İncelenmesi. *Tasarım+ Kuram*, 18(35), 131-156.

Keser, E. (2020). Yeni nesil çalışma alanları iç mekân değerlendirilmesi," yemeksepeti park" ofisi (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

KILINÇ, E., & VAROL, F. (2021). A Research on Post-Covid-19 Career Perception and Business Life Expectations of Generation Z: The Case of the Tourism and Business Faculties. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 573-594.

Kubátová, J. (2016). Work-related attitudes of Czech generation Z: International comparison. *Central European Business Review*, 5(4), 61.

Lyons, S., & Kuron, L. (2014). Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 35(1), 139-157.

Mengi, Z. (2009). Bb, x, y ve z kuşakları birbirinden çok farklı. *Hürriyet İK*, s.14.

Metin, S., & Kızıldağ, D. (2017). Kuşakların Kariyer Beklentilerinin Farklılaşması: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(40), 340-363.

- Nakışcı, G. (2018). Ofis iç mekân tasarımında rengin kullanımı (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Taş, H.Y. Demirdöğmez, M. Küçükoğlu, M. (2017). Geleceđimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 7(13).
- Umar, N. F. (2021). Digital Career Planning Models for Z Generation. Indonesian Journal of Educational Studies, 23(2), 91-100.