



TÜRK TİPİ Y KUŞAĞI

TURKISH TYPE Y GENERATION

Zeki YÜKSEKBİLGİLİ¹

Öz

1980 sonrası doğumluları tarif etmek için kullanılan Y kuşağı, 2011 yılı itibari ile çalışanların %32'sinin, yönetici kademesinde ise % 20'sinin Y kuşağı mensubu olması sebebiyle iş yaşamını derinden etkileyecektir. Bu sebepler, Y kuşağının özelliklerinin belirlenmesi ve bu özelliklere göre iş hayatının şekillendirilmesi için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa kaynaklı çalışmalar, Y kuşağının temel özelliklerini belirlemiştir. Bu çalışma, Y kuşağına atfedilen özelliklerin Türkiye'deki Y kuşağı için geçerli olup olmadığını araştırmak üzere hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Y kuşağı, Y jenerasyonu, 1980 kuşağı, Yeni iş hayatı

Abstract

Born in the 1980's and later, Generation Y has started and will continue to deeply influence the business life, as %32 of the work force and % 20 of the management level professionals consist of Generation Y members by 2011 in Turkey. With respect to this influence, several studies have been done for identification of the characteristics of Generation Y and adaptation of business life to these characteristics. Especially, studies originating from the United States and Europe have identified the key characteristics of Generation Y. This study was done for the purpose of studying whether these characteristics attributed to Generation Y apply to the Generation Y in Turkey and explaining the main differences.

Key Words: Y generation, Y-gen, 1980 generation, New work life

¹Istanbul Aydın Üniversitesi Doktora Öğrencisi, yuksekbilgili@gmail.com

I. GİRİŞ

Ekonomi, demografi, siyaset bilimi, klinik psikoloji ve sosyoloji gibi farklı bilimsel alanlarda kuşaklar konusunda elli yıldan fazla çalışılmaktadır. (Alwin, D.F., McCammon, R.J., 2007; Biggs, S., 2007). Kuşaklar bu alanlarda geniş olarak incelenmiştir. Belli devrimci olaylar bireylerin paylaştıkları doğum ve onları bir arada tutan kritik gelişimsel yılların büyük etkisi olmuştur. Kuşak üyelerinin tutum ve davranışlarını etkiler, “zaman içinde birlikte yolculuk” yaparlar ve bu grupların müşterek olaylara verdikleri tepkiler şekillenir. Ayrıca aynı doğum yıllarını paylaşan bireyler birbirlerini aynı grubun üyesi olarak tanımlarken diğerlerini farklı kuşak olarak görürler. Bu nedenle aynı kuşaktan oluşan bireyler diğer kuşaklardan oluşan üyelerden ayırt edilebilir. Sadece paylaşılan yıllar değil sosyal ve tarihsel benzersiz deneyimler de, gençlerin özelliklerini kalıcı olarak etkilemiştir. (Sullivan, S.E., Forret, M.L., Carraher, S.M., Mainiero, L.A., 2009)

İş hayatını etkileyebilecek olan temel kuşaklara bakıldığında dört temel grup göze çarpmaktadır;

- 1- Gelenekseller (1925-1946 arası doğumlular)
- 2- Baby Boomers (1946-1963 arası doğumlular)
- 3- X Kuşağı (1963-1981 arası doğumlular)
- 4- Y Kuşağı (1980 sonrası doğumlular)

Y kuşağı 1978 ile 2000 arasında doğanlara verilen ortak isimdir. Bu kuşak aynı zamanda internet kuşağı, echo-boomers, millennial ve nexters olarak da anılmaktadır. Bu tanımlar Y kuşağının kendisinden önce gelen kuşaklardan farkını belirtmek için kullanılmaktadır (Broadbridge, A., Maxwell, G.A., Ogden, S.M., 2007). Y kuşağı terimi ilk olarak Ağustos 1993'te o zamanın ergen gençlerini önceki X kuşağından farklı olarak tanımlamak için ortaya çıkarılmıştır (Strauss, W., Howe, N., 1992). İngilizce WHY kelimesinden gelen bu Y harfi aslında sorgulayan yapılarından dolayı bu gruba yakıştırılmıştır. Farklı araştırmacılar tarafından yapılan yeni araştırmaların da sonuçlarına dayanılarak Y kuşağı genellikle bağımsız, kendine güvenen, işbirlikçi, bencil ve çeşitlilik içeren bir kuşak olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşak teknoloji, bilgisayarlar, cep telefonları ve İnternet ile birlikte büyümüştür. Sıklıkla kendisi, iş ve hayat arasındaki ilişkiler üzerinde düşünür. Her şeyi başarabileceğine inanır, “yüksek beklentili, risk alabilen ve yüksek verimli” olduğunu düşünür. Kendi ebeveynlerinden farklı bir dünyada büyüyen ve modern teknolojiler ve tüketim toplumu ile çevrilmiş olan Y kuşağı dönüşümcüdür (Puybaraud, M., 2010). Y kuşağı

çalışanları, modern eğitim programının hayatlarına getirdiği dönüşüm sonucunda önceki kuşaktan farklı şekilde çalışmaktadır. Y kuşağı teknolojiyi yakından takip eden, çok görevli ve çevik çalışanlardır. Aynı anda farklı işler yapabilme becerisine sahiptirler, ancak bu her zaman işlerinde daha verimli olmalarını sağlamaz; iyi bir yönetime de gereksinim duyarlar. Y kuşağı genellikle ekip odaklıdır, işinde anlam arar ve öğrenmek için fırsat arar. Yeni teknolojiler daha uygun fiyatlarla piyasaları hızla istila ederken Y kuşağı yeni kavramları ve fikirleri hızla benimsemektedir (Islam, A., Cheong T.W., Desa, H., 2011). Y kuşağı güçlü bir ahlak bilincine sahip olma, vatansever olma, özgürlük için savaşımaya hazır olma, sosyal olma ve aileye ve yuvaya değer verme eğilimindedir ve ebeveynleriyle kaldıkları lise yılları boyunca bir yandan da çalışan, 7/24 bağlantı sağlanabilen ve globalleşen bir dünyada yaşayan bu kuşak, tarihteki en eğitilmiş, teknolojik bilgili ve etnik olarak en çeşitli kuşaktır, aynı zamanda keyfi kullanılabilecek daha fazla gelire sahiptir (Eisner, S., 2005). Kibar, meraklı, enerjik ve ebeveynlerine ve büyük ebeveynlerine karşı saygılı olmaya yatkındır.

Birçok araştırmacı, Y kuşağının sosyal yaşamda ve iş yaşamında bir dönüşüm oluşturduğunu belirtir, bu sebeple Y kuşağı ve iş ile olan ilişkisi incelenmelidir. İşgücünü oluşturan çalışanlarda kuşaklara bağlı değişiklikler meydana geldiğinde, kuruluşların bu değişikliklere uyum sağlaması gereklidir. İş yaşamına giren Y kuşağı da bilgi ve iletişim teknolojilerinin kurallarını yeniden yazmanın yanı sıra iş kültüründe ve organizasyonunda başka birçok değişikliği de beraberinde getirmektedir. Yeni nesil bir işgücünün var olduğu ve dünyanın her yerinde hissettirdiğini, işverenlerin ve yöneticilerin iş ortamlarını ve uygulamalarını bu yeniliklere adapte etmeleri gerektiğini belirtilmiştir (Puybaraud, M., 2010). Y kuşağı beraberinde birçok yeni teknolojiyi, sosyal iletişim ağlarını, teknoloji meraklısı bir kültürü, yeni iş uygulamalarını ve yönetim şekillerini getirmektedir. Bu kuşak mensupları iş yerlerine enerji ve yenilik getirmekte ve buna uygun iyi bir yönetim gerektirmektedir.

Eski kuşak çalışanlar özellikle 2008 yılından sonra büyük sayılar halinde emekli olmaya başlayarak bilgi ve deneyimlerini de beraberlerinde götürmektedir, oluşan bu açığa iyi eğitim almış Y kuşağının yeni nesil bilgi ve becerilerinin büyük talep gördüğünü, ekonomiler ve işler daha bilgiye dayalı hale geldikçe bu talebin daha da artacağını belirtilmiştir (Puybaraud, M., 2010). Bu yeni nesil işgücü henüz eski neslin yerini tamamen almaya yeterli sayıda olmasa da, sayılarının yeterli olmaması bilgi ve becerilerinin değerini daha da arttırmaktadır. Y kuşağı iş güvencesine büyük önem verse de sıklıkla iş değiştirebilen, değer odaklı, mali kazanca önem veren, ılımlı ve yenilikçi bir işgücü oluşturmaktadır.

Yapılan bir araştırmada Y kuşağı çalışanlarının gerek görev tanımlarında gerekse çalışma koşullarında esneklik beklentisi içinde oldukları sıkı denetime tabi olmalarının kendilerini güvenilmediği algısı yaratarak motivasyonlarını olumsuz etkilediği, işyerlerinde kendilerini rahat hissetmek istedikleri, çalışma ortamı ve yönetim metodunun Y kuşağı çalışanlarının motivasyonlarında önemli bir etki yarattığı tespit edilmiştir (Keleş, H.N., 2011). Aynı araştırmada; Y kuşağının üstlerinden geribildirim almalarının ve/veya üstlerinin kendilerine rehberlik etmesinin önemi ortaya konmuştur (Keleş, H.N., 2011).

Y kuşağı mensupları sosyal bilince sahip, ilişki odaklı, işbirlikçi ve öğrenmeye istekli olarak tanımlanırken, bu kuşak özellikle işle ilgili açık ve net talimatlar olmasını, iş performansıyla ilgili doğrudan geribildirim sağlanmasını, kendisine danışılmasını, yönetim kararlarına dahil edilmeyi istemektedir (McEwan, A.M., 2009). Y kuşağı çalışanları esnek, hareketli, işbirlikçi, yenilikçi ve teknoloji meraklısıdır. Iř seçiminde öğrenme olanaklarına, çalışma arkadaşlarına ve kurumsal kültüre ve değerlere öncelik verir. Y kuşağı iş yaşamından en çok Őey isteyen kuşaktır. Iř yaşamının sosyal bir yaşam ve işyerinin sosyal bir yapı olduğunu; işe gitmenin insanlarla bir araya gelme ve sosyalleşmeyle ilgili olduğunu düşünür. Ekip odaklıdır, bir ekiple birlikte ve ekip içinde çalışmaya büyük önem verir (Puybaraud, M., 2010). Bu kuşak için kişisel amaçlarını gerçekleştirmek önemli olduğu gibi dünyayı daha iyi hale getiren anlamlı bir iş yapmak ve işine bağlı çalışma arkadaşlarıyla birlikte ortak değerlerle çalışmak da önemlidir. Teknolojiye hakim olan ve teknolojik bir dünyada sosyalleşen Y kuşağı, aynı anda birden fazla iş yapma alışkanlığını da beraberinde getirmektedir, işlerini yaptığı sırada anlık iletilerle iletişimini de sürdürmektedir, kendi yetenekleri belirlendiğinde ve bu yetenekleri tümüyle kullanabileceği zorlu bir işte çalıştığında en iyi performansını ortaya koyar. Hız, etkileşim, çift yönlü iletişim ve aktif katılım Y kuşağının işe odaklanmasına yardımcı olan faktörlerdir (Eisner, S., 2005). Bu kuşak çalışanları zorlu işlerle karşılaşacağı ve bu işlerle gelişebileceği bir kariyeri olmasını ister. Sıkıcı bir iştense zorlu bir işi tercih eder ve bu beklentileri karşılanmadığında başka bir işe geçmeyi düşünebilir. Işten ayrılmaya önceki kuşaklardan daha yatkındır. Işten ayrılma sebebi olarak en çok belirtilen sebeplerden birisi o için kendisine terfi etme veya gelişme olanağı sunmamasıdır. Y kuşağı istediği gibi bir işi bulana kadar iş değiştirebileceğini düşünür. (Kelan, E.L., Gratton, L., Mah, A., Walker, L., 2009)

Y kuşağı için iş-özel yaşam dengesinin önemli olduğunu belirtmiştir. Y kuşağı çalışanlarından bazıları işlerinde ilerlemek için gerekli gördüklerinden uzun saatler çalışmayı tercih etmektedirler. Y kuşağının geneli için iş-özel yaşam dengesine ilişkin en önemli unsur,

bu dengeyi istediği gibi oluşturmakta bağımsız ve esnek olabilmesidir. Y kuşağının bu bağımsızlık isteği, kendi kendini yönetme ve kendinden sorumlu olma fikirleriyle yakından bağlantılıdır. Y kuşağı işinin, kariyerinin ve hayatının kendi yönetiminde olmasını ister, ihtiyaçlarını açıkça belirtir, ömür boyu aynı işte çalışmak, gelecek için bugünden fedakârlık yapmak modası geçmiş kavramlardır. Y kuşağı bilgi ve becerilerini taze tutmak, kendini geliştirmek ve yaşamda yeni fırsatlara açık olmak ister. Çalıştığı iş, yaşamdan beklentilerini karşılamıyorsa yeni iş olanakları arar, bunu bencillik olarak değil gerçekçilik olarak görür. Ekonomik kriz gibi zor dönemlerde durum üzerinde iyice düşünüp değerlendirme yaparak işini ve özel yaşamını durumun gereklerine uyarlar. İş ve özel yaşamında dönüşüm oluşturabilir. Geçmiş deneyimlerini ve gelecekteki olasılıkları da göz önünde bulundurup değerlendirerek iş ve özel yaşamını şekillendirir (Kelan, E.L., Gratton, L., Mah, A., Walker, L., 2009). Aynı şekilde Y kuşağı için topluma katkıda bulunmanın, iyi ebeveyn olmanın, dolu ve dengeli bir hayat yaşamanın ve yaşamdan keyif almanın çok para kazanmaktan daha önemli olduğunu belirtilmiştir (Eisner, S., 2005).

Son olarak, Y kuşağı, ne zaman, nerede ve nasıl çalışacağı konusunda bağımsız olmak istemektedir. Teknolojik gelişmeler ve başka etkenler sonucunda işlerin daha mobil ve esnek hale gelmesi çalışanlara da daha fazla bağımsızlık ve esneklik sağlamaktadır. İş yerleri, iyi çalışanları kazanmak ve ellerinde tutmak için de onlara esnek çalışma olanakları sunmaktadır. Esnek çalışma, iş yeri giderlerinde önemli miktarda tasarruf da sağlayabilmektedir (McEwan, A.M., 2009).

Tüm bu özellikler göz önüne alındığında, Y kuşağı için aşağıdaki temel özellikler sıralanabilir;

TABLO 1: Y Kuşağı Temel Özellikleri

No	Özellik
1	Teknolojiyi yakından takip eder.
2	İnternet üzerinden alışveriş yapar..
3	Aynı anda birden fazla işi yapabilir
4	Farklı kaynak ve araçlardan eş zamanlı gelen bilgileri kolaylıkla kavrayabilir.
5	Özgürlük için savaşılmaya hazırdır.
6	Kendisini öğrenmeye istekli biri olarak tanımlar.
7	Aileye ve yuva bu kuşak için değerlidir.
8	Vatanseverdir.
9	İlişki odaklıdır.
10	Sosyal bilince sahiptir.
11	Kendisini işbirlikçi olarak tanımlar.
12	Sabırsızdır.

13	Geleceği düşünmektense şimdiye odaklanmaya eğilimlidir.
14	Zor insanlarla başa çıkma becerilerine sahip değildir.
15	Topluma katkıda bulunmak çok para kazanmaktan daha önemlidir.
16	Dolu ve dengeli bir hayat yaşamak ve yaşamdan keyif almak çok para kazanmaktan daha önemlidir.
17	Zaman ve emek yatırımı gerektiren uzun vadeli şeylerdense kısa sürede tatmin elde edebileceğim şeyleri arar.
18	İş hayatında sıklıkla iş değiştirmekte bir sakınca görmez.
19	İş hayatında mali kazanç önemlidir.
20	İş hayatında kendisine verilen talimatların açık ve net talimatlar olması önemlidir.
21	İşyerinde yönetim kararlarına dahil edilmeyi ister.
22	Esnek koşullarda çalışmayı ister.
23	İşe gitmeyi insanlarla bir araya gelmek ve sosyalleşmeyle ilgili algılar.
24	Zorlu işlerle karşılaşmayı ve bu işlerle gelişebileceği bir kariyeri tercih eder.
25	Sıkıcı bir işense zorlu bir işi tercih eder.
26	Takım çalışmasına çok değer verir..
27	Beraber çalıştığı kişilerde, mevkiye daha az, yeteneğe ve başarıya daha fazla saygı duyar.
28	Kendisine değer verildiğini hissettiği bir kuruluştaki çalışmayı daha fazla ücret alacağı bir işe tercih eder.
29	Dinleme, iletişim kurma, takım oyuncusu olma, zaman yönetimi gibi sosyal becerileri teknik ve teknolojik becerileri kadar güçlü değildir.
30	İşyerinde görev odaklı yöneticilerdense ilişki odaklı yöneticilerle çalışmayı tercih eder.
31	İşyerinde kendi performansıyla ilgili sık ve doğrudan geribildirim ihtiyacı duyar.
31	İyi bir işveren markasına sahip bir işte çalışmak önemlidir.
32	Sosyal iletişim ağıyla (Twitter, Facebook, YouTube, Google+, MSN...) işyeri sınırları içinde sürekli olarak bağlantıda olabilmek önemlidir.
33	Çalıştığı işyerinde ilerlemek için gerekli görülenden uzun saatler çalışmayı tercih eder..

1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, çeşitli uluslararası araştırmalarda Y kuşağı için belirlenen temel özelliklerin Türkiye'deki Y kuşağı için geçerli olup olmadığını belirlemektir.

2. Araştırmanın Yararı

Bu araştırmanın yararı, şirketlerin insan kaynaklarında görev alan yöneticilere ikincil kaynaklı veri sunmak, yönetim stillerini tayin etmelerine ve işyeri çalışma koşullarını belirlemelerine yol göstermektir.

3. Araştırmanın Sınırları

Bu araştırma, çeşitli uluslararası araştırmalarda Y kuşağı için belirlenen temel özelliklerin Türkiye'deki Y kuşağı için geçerli olup olmadığını belirlemek için sadece İstanbul

ili içerisinde 1980 ve sonrası yıllarda doğan kişilerin cevaplarını yorumlamaktadır. İstanbul dışındaki illerde bulunan 1980 sonrası doğan kişilerin araştırma dışına çıkartılması, araştırma maliyeti ve zamanın yetersizliğinden kaynaklanmıştır.

4. Araştırmanın Problemi ve Hipotezleri

Bu araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır;

- 1- Çeşitli uluslararası araştırmalarda Y kuşağı için belirlenen temel özelliklerin Türkiye'deki Y kuşağı için geçerli midir?
- 2- Türkiye'deki Y kuşağını oluşturan 1980 yılı sonrasında doğan bayan ve bayların temel özellikleri farklılık göstermekte midir?

Dolayısıyla, araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H₁: Uluslararası araştırmalarda Y kuşağı için belirlenen temel özellikler Türkiye'deki Y kuşağı için geçerlidir.

H₂: Türkiye'deki Y kuşağını oluşturan 1980 yılı sonrasında doğan bayan ve bayların temel özellikleri farklılık gösterir.

II. BULGULAR:

Anket, İstanbul ilinde çalışan veya öğrenci olan, 1980 yılı sonrası doğumlu toplam 603 kişiye uygulanmıştır. Anketi cevaplayanların dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

TABLO 2: Anketleri cevaplayanların dağılımı

Doğum Tarihi	Cinsiyet	N	%
1980	Bayan	4	,7%
	Toplam	4	,7%
1981	Bayan	6	1,0%
	Bay	2	,3%
	Toplam	8	1,3%
1982	Bayan	6	1,0%
	Bay	1	,2%
	Toplam	7	1,2%
1983	Bayan	3	,5%
	Bay	1	,2%
	Toplam	4	,7%
1984	Bayan	2	,3%
	Bay	1	,2%
	Toplam	3	,5%
1985	Bayan	6	1,0%
	Bay	4	,7%
	Toplam	10	1,7%

1986	Bayan	4	,7%
	Bay	2	,3%
	Toplam	6	1,0%
1987	Bayan	2	,3%
	Bay	1	,2%
	Toplam	3	,5%
1988	Bayan	11	1,8%
	Bay	7	1,2%
	Toplam	18	3,0%
1989	Bayan	13	2,2%
	Bay	14	2,3%
	Toplam	27	4,5%
1990	Bayan	35	5,8%
	Bay	37	6,1%
	Toplam	72	11,9%
1991	Bayan	61	10,1%
	Bay	57	9,5%
	Toplam	118	19,6%
1992	Bayan	114	18,9%
	Bay	65	10,8%
	Toplam	179	29,7%
1993	Bayan	96	15,9%
	Bay	41	6,8%
	Toplam	137	22,7%
1994	Bayan	5	,8%
	Bay	2	,3%
	Toplam	7	1,2%
Toplam	Bayan	368	61,0%
	Bay	235	39,0%
	Toplam	603	100,0%

Anketi cevaplayan 603 kişinin %61'i bayan, %39'u baydır. 603 anketin tamamı geçerli olarak cevaplanmıştır.

Anketlere verilen cevaplar, güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa analizine tabi tutulmuştur. Cronbach Alfa değerinin 0,818 olduğu görülmektedir (Tablo 3). Dolayısıyla çalışmanın oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

TABLO 3: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

		N	%
Durum	Geçerli	603	100,0
	Geçersiz	0	,0
	Toplam	603	100,0
Cronbach's Alpha		N	
0,818		34	

III. SONUÇ VE ÖNERİLER

Anketlere verilen cevapların ortalamaları ve standart sapmalar Tablo 4’te gösterilmiştir. Bu sonuçlar incelendiğinde bazı konularda Türkiye’deki Y kuşağının farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır .Dolayısıyla H_1 hipotezi (H_1 : Uluslararası araştırmalarda Y kuşağı için belirlenen temel özelliklerin Türkiye’deki Y kuşağı için geçerlidir.) red edilecektir.

TABLO 4: Anket Sonuçları

Soru No.	N	En az	En çok	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
S01	603	1	5	4,07	,929
S02	603	1	5	3,00	1,344
S03	603	1	5	4,01	,902
S04	603	1	5	3,98	,828
S05	603	1	5	4,25	,949
S06	603	1	5	4,36	,811
S07	603	1	5	4,61	,802
S08	603	1	5	4,49	,875
S09	603	1	5	4,01	,978
S10	603	1	5	4,25	,827
S11	603	1	5	4,06	1,015
S12	603	1	5	3,49	1,357
S13	603	1	5	2,85	1,319
S14	603	1	5	2,44	1,318
S15	603	1	5	3,41	1,248
S16	603	1	5	3,92	1,156
S17	603	1	5	3,06	1,276
S18	603	1	5	2,37	1,250
S19	603	1	5	3,91	1,076
S20	603	1	5	4,31	,894
S21	603	1	5	4,21	,911
S22	603	1	5	3,85	1,082
S23	603	1	5	3,98	1,006
S24	603	1	5	4,17	,950
S25	603	1	5	4,12	,970
S26	603	1	5	4,19	,935
S27	603	1	5	4,11	1,026
S28	603	1	5	3,82	1,297
S29	603	1	5	2,88	1,288
S30	603	1	5	3,77	1,057
S31	603	1	5	3,81	,980
S32	603	1	5	4,19	,954
S33	603	1	5	3,66	1,230
S34	603	1	5	3,49	1,231
Geçerli N	603				

Araştırma sırasında, özellikle Tablo 5’te belirtilen konularda Türkiye’deki Y kuşağının farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır;

TABLO 5: Türkiye'deki Y kuşağının farklılık gösterdiği konular

Soru No	Soru İçeriği	N	Ortalama
S02	İnternet üzerinden alışveriş yaparım.	603	3,00
S12	Kendimi sabırsız biri olarak tanımlarım.	603	3,49
S13	Geleceği düşünmektense şimdiye odaklanmaya eğilimliyimdir	603	2,85
S14	Zor insanlarla başa çıkma becerilerine sahip değilim.	603	2,44
S15	Benim için topluma katkıda bulunmak çok para kazanmaktan daha önemlidir.	603	3,41
S17	Zaman ve emek yatırımı gerektiren uzun vadeli şeylerdense kısa sürede tatmin elde edebileceğim şeyler ararım.	603	3,06
S18	İş hayatına atıldığımda sıklıkla iş değiştirmemde bir sakınca görmem.	603	2,37
S29	Dinleme, iletişim kurma, takım oyuncusu olma, zaman yönetimi gibi sosyal becerilerim teknik ve teknolojik becerilerim kadar güçlü değildir.	603	2,88
S34	Çalıştığım işyerinde ilerlemek için gerekli görülenden uzun saatler çalışmayı tercih ederim.	603	3,49

Tablo 6, sorulara verilen cevapların cinsiyete göre dağılımını göstermektedir. Bu dağılım soru bazında incelendiğinde, cinsiyete göre verilen cevapların arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, cevapların ortalamaları karşılaştırıldığında, bayanların cevaplarının ortalamasının 3,793079 olduğu ve bayların cevaplarının ortalamasının ise 3,804130163 olduğu gözlenmektedir. Bu durumda H_2 hipotezi (H_2 : Türkiye'deki Y kuşağını oluşturan 1980 yılı sonrasında doğan bayan ve bayların temel özellikleri farklılık gösterir.) de red edilecektir.

TABLO 6: Sorulara Verilen Cevapların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Cinsiyet	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
S01	Bayan	368	4,03	,879	,046
	Bay	235	4,13	1,000	,065
S02	Bayan	368	2,91	1,337	,070
	Bay	235	3,14	1,346	,088
S03	Bayan	368	3,96	,897	,047
	Bay	235	4,10	,905	,059
S04	Bayan	368	3,93	,839	,044
	Bay	235	4,06	,806	,053
S05	Bayan	368	4,22	,889	,046
	Bay	235	4,29	1,038	,068
S06	Bayan	368	4,43	,767	,040
	Bay	235	4,26	,865	,056
S07	Bayan	368	4,68	,749	,039
	Bay	235	4,51	,869	,057
S08	Bayan	368	4,52	,767	,040
	Bay	235	4,44	1,021	,067

S09	Bayan	368	4,01	,952	,050
	Bay	235	4,00	1,019	,066
S10	Bayan	368	4,28	,788	,041
	Bay	235	4,20	,884	,058
S11	Bayan	368	4,13	,974	,051
	Bay	235	3,95	1,069	,070
S12	Bayan	368	3,47	1,361	,071
	Bay	235	3,51	1,354	,088
S13	Bayan	368	2,79	1,323	,069
	Bay	235	2,95	1,310	,085
S14	Bayan	368	2,40	1,258	,066
	Bay	235	2,49	1,409	,092
S15	Bayan	368	3,44	1,200	,063
	Bay	235	3,35	1,320	,086
S16	Bayan	368	3,97	1,124	,059
	Bay	235	3,84	1,202	,078
S17	Bayan	368	2,96	1,294	,067
	Bay	235	3,22	1,234	,081
S18	Bayan	368	2,34	1,227	,064
	Bay	235	2,42	1,286	,084
S19	Bayan	368	3,88	1,041	,054
	Bay	235	3,97	1,128	,074
S20	Bayan	368	4,33	,901	,047
	Bay	235	4,27	,883	,058
S21	Bayan	368	4,21	,914	,048
	Bay	235	4,21	,908	,059
S22	Bayan	368	3,85	1,092	,057
	Bay	235	3,86	1,069	,070
S23	Bayan	368	4,02	,971	,051
	Bay	235	3,92	1,059	,069
S24	Bayan	368	4,19	,927	,048
	Bay	235	4,13	,985	,064
S25	Bayan	368	4,13	,932	,049
	Bay	235	4,11	1,029	,067
S26	Bayan	368	4,20	,910	,047
	Bay	235	4,18	,975	,064
S27	Bayan	368	4,11	1,037	,054
	Bay	235	4,12	1,010	,066
S28	Bayan	368	3,80	1,318	,069
	Bay	235	3,85	1,265	,083
S29	Bayan	368	2,78	1,248	,065
	Bay	235	3,03	1,336	,087
S30	Bayan	368	3,76	1,053	,055
	Bay	235	3,77	1,064	,069
S31	Bayan	368	3,87	,967	,050
	Bay	235	3,71	,993	,065
S32	Bayan	368	4,22	,944	,049
	Bay	235	4,15	,971	,063
S33	Bayan	368	3,73	1,166	,061
	Bay	235	3,54	1,318	,086
S34	Bayan	368	3,39	1,228	,064
	Bay	235	3,66	1,221	,080

Türkiye’de 2011 yılı itibari ile çalışanların %32’sinin, yönetici kademesinde ise % 20’sinin Y kuşağı mensubu olması dolayısıyla, birçok firma iş süreçlerini bu yeni kuşağın özellikleri ve beklentilerine göre şekillendirmeye çalışmaktadır. Bu araştırmanın bulguların ışığında, Türk tipi bir Y kuşağının varlığından söz edilebilir. Dolayısıyla, Y kuşağı ile ilgili çalışma yapan şirketlerin, iş süreçlerini bu kuşağa uyumlu hale getirirken, yurt dışında yaygın olarak kullanılan çalışmaları doğrudan ithal etmek yerine, özellikle Türk tipi Y kuşağının özelliklerini belirleyip, bu özellikleri göz önüne alarak uygulamaları uyarlamaları daha başarılı sonuçlar elde etmelerine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Alwin, D.F., McCammon, R.J.,2007. "Rethinking generations", Research in Human Development, Vol. 4 No.3-4
- Biggs, S., 2007. "Thinking about generations: conceptual positions and policy implications", Journal of Social Issues, Vol. 63 No.4
- Broadbridge, A., Maxwell, G.A., Ogden, S.M., 2007, “Experiences, perceptions and expectations of retail employment for Generation Y”, Career Development International, Volume 12, Number 6
- Eisner S., 2005. “Managing Generation Y”. SAM Advanced Management Journal, 70(4), 4-15
- Islam, A., Cheong T.W., Desa, H., 2011. “A Study on ‘Generation Y’ Behaviours at Workplace in Penang”, Australian Journal of Basics and Applied Sciences, 5 (11)
- Kelan, E.L., Gratton, L., Mah, A., Walker, L., 2009. “The Reflexive Generation: Young Professionals’ Perspectives on Work”, Career and Gender. London Business School.
- Keleş, H.N., 2011. “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Bahçeşehir Üniversitesi, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 3, Sayı 2
- McEwan, A.M., 2009. “Generation Y: Coming to A Workplace Near You.”, The Smart Work Company Ltd
- Puybaraud, M., 2010. “Generation Y and the Workplace: Annual Report 2010”. Global Workplace Innovation
- Sullivan, S.E., Forret, M.L., Carraher, S.M. ve Mainiero, L.A., 2009, “Using the Kaleidoscope Career Model to Examine Generational Differences in Work Attitudes”, Fairfield University Digital Commons, Fairfield
- Strauss, W., Howe, N., 1992. “Generations: The History of America’s Future”, 1584 - 2069, Quill
- <http://www.thesmartworkcompany.com/pdf/GenY.pdf>, Erişim tarihi: 11 Ocak 2011