



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:01.06.2020 ✓Accepted/Kabul:22.10.2020

DOI:10.30794/pausbed.746241

Araştırma Makalesi/ Research Article

İşbilen Yücel, L. (2021). "Üniversiteli Gençlerin Çalışma Koşulları Tercihlerinin Konjoint Analizi İle Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama " *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 44, Denizli, ss. 245-260.

ÜNİVERSİTELİ GENÇLERİN ÇALIŞMA KOŞULLARI TERCİHLERİNİN KONJOİNT ANALİZİ İLE BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA*

Leyla İŞBİLEN YÜCEL**

Öz

Bu çalışma üniversiteli gençlerin, mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri ideal koşulların belirlenmesi amacıyla konjoint analizi uygulanarak yapılmıştır. Bugüne kadar konjoint analizi ile yapılmış olan araştırmaların, genellikle bir ürünün piyasaya sürülmeden önce tüketiciler tarafından tercih edilen özelliklere uygun olarak dizayn edildikten sonra piyasaya sürülmesini sağlamak amacıyla yapılmış olduğu görülmüştür. Fakat son zamanlarda, konjoint analizin kişiler tarafından tercih yapmalarını gerektiren sosyal olaylarda da kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu fikirden yola çıkarak, çalışma koşulları en kapsayıcı ve özet bilgi sunacak şekilde kategorilere sahip değişkenler vasıtasıyla tasarlanmış ve cevaplayıcılara yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu değişkenler; ülke tercihi (Türkiye veya yurt dışı), çalışma saatleri (tam gün mesai veya esnek çalışma saatleri), çalışma ortamı (ofiste veya ofis dışında uzaktan çalışma şeklinde) ve gelir düzeyidir(düşük gelire razı olunmayacağı düşüncesi ile gelir düzeyi orta gelir ve yüksek gelir şeklinde iki kategori halinde ele alınmıştır). Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak konjoint analiz için oluşturulmuş özel bir syntax kodu ile analiz edilmiştir. Çalışmanın birinci amacı, konjoint analizin sadece işletme ve pazarlama alanlarında ürün tasarımı yapmak değil, bunun yanı sıra, sosyal yaşamda kategorileri arasında tercih yapmayı gerektiren olguların da en çok tercih edilen ideal kombinasyonlarının konjoint analizi yöntemi ile ortaya koyulabildiğini göstermektir. Araştırmanın bir diğer amacı da, üniversitede okumakta olan ve yakın bir zamanda iş hayatına atılması öngörülen gençlerin nasıl bir çalışma ortamı tercih ettiklerini tespit etmektir. Çalışmanın başında, özellikle üniversite mezunu gençleri etkisi altına alan ve giderek artan işsizlik oranları nedeniyle büyük bir çoğunluğun yurt dışında çalışmayı tercih edebilecekleri fikrine sahip olunmasına rağmen, analiz sonucunda tam tersi bir durum ortaya çıkmıştır. Eğer yeterli imkânlar sağlanırsa ve çok mecbur kalmadıkları takdirde önceliği kendi ülkelerine verdikleri görülmüştür. Uygulanan anketin ilk bölümünde hemen her anket çalışmasında olduğu gibi demografik bilgiler kısmına yer verilmiştir. Bundan gayemiz, cevaplayıcıların tercih ettikleri çalışma koşulları ile demografik durumları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı olabilecek ilişkilerin varlığını tespit etmek olmuştur. Analiz sonucunda, cevaplayıcıların demografik özelliklerinin şu anki durumları üzerinde etkili olmuş ve olmaya devam eden bir takım anlamlı ilişkilere ulaşılmıştır ancak çalışma koşulları tercihlerinde bu özelliklerin herhangi anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür. Nasıl bir aileden, hangi bölgeden ve ne gibi imkânlarla üniversitede okuyor olurlarsa olsun gelecekte iş yaşamlarında hemen hepsinin aynı çalışma koşullarını tercih ettikleri görülmüştür. Tasarlanmış olan sekiz farklı çalışma ortamı kombinasyonu içinde en çok tercih edilen kombinasyonun; yurt içinde – yüksek gelirli – ofis dışında ve esnek çalışma saatli işler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konjoint analizi, Çalışma koşulları tercihi, Uzaktan çalışma.

*Bu çalışma; 12-14 Şubat 2020 tarihleri arasında Ankara'da Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi tarafından düzenlenen EYİ 2020 sempozyumunda sözlü olarak sunulmuştur. Ancak tam metinler kitabında yer almamaktadır.

**Dr. Öğr. Üyesi Leyla İşbilen Yücel, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü, İstatistik ABD, İSTANBUL.
e-posta:isbilen@istanbul.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-8643-7702>)

AN APPLICATION FOR DETERMINING THE PREFERENCES OF WORKING CONDITIONS OF UNIVERSITY STUDENTS WITH CONJOINT ANALYSIS

Abstract

This study was carried out by applying conjoint analysis in order to determine the ideal conditions that university students want to work after graduation. It has been observed that the researches carried out conjoint analysis to ensure that a product has been designed in accordance with the features preferred by consumers before going on sale. However, recently, it has been observed that conjoint analysis has started to be used in social events that require individuals to make choices. Based on this idea, the working conditions were designed by means of variables with categories to provide the most inclusive and summary information and then it was applied to respondents by face-to-face survey method. These variables are; preferred country (Turkey or abroad), working hours (full day of work or flexible working hours), work environment (remote working outside the office or offices) and income (based on the idea that no one will be willing to gain low-income, the income was discussed in two categories, middle-income and high income). The data obtained were analyzed with a special syntax code created for conjoint analysis using the SPSS. The first aim of the study is not only to design products in business and marketing areas, but also to show that the most preferred ideal combinations of cases that require preference among social categories can be revealed by the method of conjoint analysis. Another aim of the research is to determine what kind of working environment the young people who are studying at the university and are expected to be placed in business life in the near future will prefer. At the beginning of the study, despite the idea that a large majority would prefer to work abroad, especially due to the increasing unemployment rates which affect university graduate youth, a reverse situation emerged as a result of the analysis. It has been observed that if sufficient opportunities are provided and they do not have to, they give priority to their country. In the first part of the questionnaire, as in almost every survey study, demographic information section is included. Our aim is to identify the existence of statistically significant relationships between the working conditions and demographic status of the respondents. As a result of the analysis, the demographic features of the respondents have had an impact on their current status and some significant relationships have been reached, but these features have not been found to have any significant effect on the preferences of the working conditions. Regardless of their families' education levels, financial situations, region of residence, it is seen that almost all of them prefer the same working conditions in their future business life. In the result of conjoint analysis the ideal combination of working conditions preferred by responders is; in Turkey – with high income – remote work and flexible time.

Keywords: *Conjoint analysis, Working conditions preference, Remote work.*

1. GİRİŞ

Konjoint kelimesi consider ve joint kelimelerinden türetilmiş olup, özelliklerin birlikte göz önüne alınması, birlikte değerlendirilmesi anlamını taşımaktadır. Çok değişkenli istatistiksel bir yöntem olan konjoint analizi bazı değişkenlerin gerçek anlamda ölçülemediği ve düzeyler biçimine (niteliksel olarak) ifade edildiği durumlarda, değişkenler ve düzeylerin kendi aralarındaki ilişkilerinin araştırılması amacıyla kullanılmaktadır (Şen vd., 2004: 106). Araştırmaya konu olacak durumu etkileyen faktörler (değişkenler, özellikler) ve bu faktörlerin düzeyleri (şıkları) belirlenerek, analizin kullandığı özel bir yöntem olan ortogonal dizayn yoluyla kombinasyon kartları oluşturulur ve tüketicilerin bu kartları önem sırasına göre sıralamaları istenir. Bu şekilde elde edilen veriler kullanılarak fayda katsayıları hesaplanır ve her bir kombinasyon için fayda düzeyleri hesaplanarak, en ideal kombinasyondan hiç ideal olmayan kombinasyonun hangisi olduğuna kadar her biri için ayrı ayrı fayda skorları hesaplanmaktadır.

Konjoint analizi daha çok işletmeciler tarafından, yeni bir ürünü piyasaya sürmeden önce tüketicilerin en çok aradığı ve talep ettiği özelliklerin neler olduğunu tespit etmek amacıyla sıkça kullanılan bir yöntemdir. Böylece ürün piyasaya sürülmeden önce ürünün en çok istenilen özelliklere sahip olması yani en ideal hali ile üretime geçilmesi sağlanmaktadır. Bu yaklaşım hem üretici hem de tüketiciler açısından her anlamda bir kazan-kazan durumudur. Ortaya çıkan netice hem üreticiyi hem de tüketicileri memnun etmektedir. Bu sayede üretici kaynaklarını etkin bir şekilde doğru ürün için kanalize etmekte, tüketici de hayalindeki ürüne kavuşabilmektedir. Hiçbir araştırma yapmadan, ürünü piyasaya sürüp ne kadar sattığına bakarak ondan sonra planlama yapan üreticiler ise maalesef

kaynaklarını israf etmekte ve rekabet gücünü kaybetmektedirler. Doğru olan yaklaşım ise; bir ürünü piyasaya sürmeden hatta üretmeden önce periyodik olarak konjoint analizi yapılmasıdır. Ayrıca, eğer ürün farklı pazarlarda (ülkelerde) satışa sunulacak ise bu durumda konjoint analizi sadece bir yerde değil, ürünün piyasaya sürüleceği diğer bölgeler için de yapılmalı ve hatta gerekirse farklı değişkenler ve değişken düzeyleriyle uygulanmalıdır. Ülkeler arası kültürel farklılıklar ürün tercihlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Türkiye’de çok tercih edilen bir ürün bir başka ülkede hiç tercih edilmeyebilir veya bir takım değişiklikler yapmak suretiyle sevilen bir ürün haline getirilebilir. Başta konjoint analizi olmak üzere istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanmak, üretim öncesi ideal ürünün belirlenmesinde adeta nokta atışı yapılmasını sağlamakta, ürünün aynı şekilde üretilip dünyanın her yerinde aynı şekilde piyasaya sunumundan doğabilecek zararların da önüne geçilmesini sağlamaktadır. Bunun yanında, üreticilerin piyasa büyüklüğüne ve çeşitliliğine göre hareket etmesinde fayda vardır. Örneğin sadece İstanbul’da satılması planlanan bir ürün tasarlanıyorsa İstanbul’da yaşayan kitleden bir örneklem çekerek bu gruba konjoint analizi uygulanması yeterli olacaktır. Fakat ülke genelinde satış yapma ve hatta ihraç etme durumu var ise bu durumda yapılması gereken analizlerin sayısını ve çeşitliliğini arttırmaktır.

Bu çalışmada konjoint analizi, bir ürünün ideal kompozisyonunun ne olması gerektiğinden farklı olarak, sosyal bir olgu olan çalışma ortamı tercihlerinin belirlenmesinde üniversiteli gençlerin zihinlerindeki ideal çalışma ortamının nasıl olduğunu, nelere önem verdiklerini, ele alınan değişkenler kapsamında tercih sıralamalarını ortaya koymak için kullanılmıştır.

Çalışmanın iki temel hedefi vardır. Bunlardan ilki, konjoint analizin sosyal yaşamda tercih gerektiren olgular için de uygulanabilirliğini göstermektir. Konjoint analizi, özünde, ilişkileri inceleyen ve bir yöntemdir. Eğer sosyal bir olgu tüm özellikleri kapsanarak ve en sade bir biçimde ölçülebilir nitelikte değişkenler ile ifade edilebilirse, konjoint analizinin uygulanamayacağı hiçbir sosyal olgu yoktur. Sosyal politikaların, bireylerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda oluşturulabilmesi için son derece etkili bir analiz olduğu düşünülmektedir. Yapılan çalışmalarda konjoint analizin daha ziyade ürün tasarımı ve pazar araştırmalarında kullanıldığı ancak son zamanlarda sosyal olguların analizinde de kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu çalışmanın sosyal yaşamdan alınmış bir olgunun konjoint analizi ile incelenmesi hususunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın bir diğer amacı, son zamanlarda özellikle üniversite mezunu gençleri etkisi altına alan ve her gün biraz daha yükselen işsizlik oranlarıyla karşı karşıya kaldıkları bir ortamda, gelecekte çalışmak istedikleri en ideal çalışma ortamının özelliklerinin konjoint analizi ile tespit edilmesidir. Bu amaçla, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Diş Hekimliği Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İletişim Fakültesi ve Edebiyat Fakültesi öğrencilerinden basit tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilen 352 öğrenciye yüz yüze anket yapılmıştır. İstanbul Üniversitesi öğrencilerinin ülkenin çeşitli bölgelerinden gelmiş olmaları ve İstanbul’un adeta küçük bir Türkiye tezahürü olduğu kabulünden yola çıkarak, çalışmanın sadece bir üniversitede uygulanmış olmasının subjektif bir örneklemeye yol açmadığı düşünülmektedir.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm demografik soruların yer aldığı kısımdır. Öğrencilerin ikamet ettikleri yerden, ebeveynlerinin eğitim düzeyine, kütüphaneyi kullanma sıklıklarından, yabancı dil bilme düzeyine kadar çok çeşitli sorular yöneltilmiştir. Demografik bölümün bu derece kapsamlı olarak tasarlanmasının nedeni, anketin ikinci bölümünde yer alan ve konjoint analiz ile elde edilmiş olan sekiz farklı çalışma ortamı kombinasyonunu sıraladıklarında, yapmış oldukları seçimler ile demografik durumları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkilerin olup olmadığının ortaya konmasıdır.

Anketin konjoint analizi ile elde edilmiş ve cevaplayıcıların en çok tercih ettiklerini birinci sıraya, hiç tercih etmeyeceklerini sekizinci sıraya koymalarının istendiği çalışma ortamı kombinasyonlardan oluşan ikinci kısımda çalışma ortamlarını tasvir etmek amacıyla dört değişken kullanılmıştır. Bu değişkenler; ülke tercihi (Türkiye veya yurt dışı), çalışma ortamı (ofiste veya ofis dışından uzaktan çalışma), gelir düzeyi (orta veya yüksek gelir) ve çalışma saatleri (tam gün 9-17 mesai veya esnek çalışma saatleri) olarak belirlenmiştir. Gelir düzeyi değişkeni genellikle “düşük – orta – yüksek” şeklinde ele alınmasına rağmen, hiç kimsenin düşük gelire razı olmayacağı

düşünülerek, sadece “orta ve yüksek gelir” düzeyleri tercih kategorisine konulmuştur. Değişkenlerin her biri ikişer kategoriye sahiptir. Konjoint analizin tam profil dizaynı ile uygulanması halinde $2*2*2*2=16$ tane tercih kartının (kombinasyonun) oluşturulması gerekmektedir. Fakat anketleri uygularken cevaplayıcılardan 16 farklı çalışma ortamını anlamaları, her birini akılda tutarak kendilerine göre tercih sıralamasına koymalarını beklemek oldukça zorlayıcı bir uygulama olacağı için bu çalışmada tam profil dizayn yerine indirgenmiş profil dizayn tercih edilmiştir. Cevaplayıcıların sadece 8 adet kombinasyonu sıralamaları istenmiştir. Buna rağmen veri toplama süreci tamamlandığında bazı anketlerin kombinasyon sıralamasından oluşan ikinci kısımlarında eksiklik ve yanlışlıklar tespit edilmiş, hatalı formlar kapsam dışı bırakılmış ve 315 adet anket formu üzerinden çalışmaya devam edilmiştir.

Anketleri uygularken, cevaplayıcıların, birinci bölümü (demografik sorulardan oluşan kısım) istekli bir şekilde cevapladıkları, fakat ikinci bölümde zorlandıkları, hatta bazı cevaplayıcıların cevaplamaı reddederek formu geri verdikleri durumlarla karşılaşmıştır. Fakat bu durum cevaplayıcılar açısından son derece normal ve anlaşılır kabul edilmelidir. Çünkü bahsi geçen kombinasyonları anlamak, akılda tutmak ve üstelik önem sırasına koymak anketin tam ve doğru yapılabilirliğini zorlaştırmaktadır. İşte tam da bu noktada önemle vurgulanması gereken husus, tercih sıralaması yapılacak olgunun (bizim çalışmamızda iş yaşamında tercih edilen çalışma koşulları), uzman görüşü alınarak en sade bir şekilde yani en az sayıda değişken ve değişken düzeyi ile tanımlanmasının gerekliliğidir. Çünkü konjoint analizde sıralaması yapılacak kombinasyonların sayısı, değişkenlerin düzeylerinin çarpılması ile elde edilmektedir. Gereksiz bir şekilde analize dahil edilen her değişken ve (ya) değişken düzeyi, oluşturulacak olan kombinasyon sayısını çarpan düzeyde arttırmaktadır. Aşırı düzeyde artan kombinasyon sayısı ise kombinasyonların tam ve doğru bir şekilde sıralanmasını çıkmaza sokmaktadır. Bu çalışmada bir çalışma ortamını tasvir edebilecek onlarca değişken olmasına rağmen sadece dört değişken kullanılmasının ve değişken düzeylerinin ikişer tane ile sınırlı tutulmasının sebebi budur. Aksi halde indirgenmiş dizayn kullanılsa bile yine de çok sayıda kombinasyon ortaya çıkacaktır. Esasen konjoint analizde kombinasyon sayısı baştan tespit edilip kısıtlanabilmektedir. Fakat bu durum bazı önemli kombinasyonların kapsam dışında kalmasına sebep olmakta ve yapılacak olan çalışmayı daha en başından yetersiz bir hale getirmektedir.

Bu çalışma, sosyal yaşamdaki olguların da ölçülebilir değişkenlerle tanımlanabilir olmaları şartı ile konjoint analizi ile incelenmesinin mümkün olduğunu ve bireylerin en yüksek faydasına yönelik sosyal politikaların üretilmesinde faydalı olduğunu göstermesi bakımından literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın ikinci bölümü olan literatür kısmında konjoint analizi ile ilgili son yirmi senede yapılmış olan çalışmalardan seçmelere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde çalışmanın yöntemi olan konjoint analizi, teorik alt yapısı ve uygulama adımları ile ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Takip eden bölüm uygulamanın yapıldığı kısımdır. Son bölüm bulgular ve tartışma kısmıdır. Bu bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular, çalışma koşulları tercihleri ile demografik değişkenler arasındaki istatistiksel bakımdan anlamlı bulunan ilişkiler ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

2. LİTERATÜR

Literatürde konjoint analizin genellikle ürün veya hizmet tasarımı için uygulandığı pek çok çalışma bulunmaktadır. Ancak konjoint analizi sadece ürün tasarımı için değil, seçimlere dayalı tercihlerin belirlenmesinde de sıkça kullanılan bir yöntemdir. Aşağıda Tablo 1’de çeşitli konjoint analizi uygulamalarına yer verilmiştir:

Tablo 1. Literatürde konjoint analizi uygulamalarına örnekler

Yıl	Yazar(lar)	Çalışmanın İçeriği
1997	Danaher, Peter J.	Uçuş konforunu her biri 3 düzeyden oluşan 3 özellik kapsamında değerlendirmiştir. $3 \times 3 \times 3 = 27$ olası kombinasyon kartının doğru bir şekilde değerlendirilip sıralanamayacağı düşünülerek 9'ar kombinasyondan oluşan 3 ayrı konjoint analiz uygulanmıştır. 3-12 saat arası uçuşları kapsayan ismi belirtilmeyen büyük bir havayolu şirketinde uygulanmıştır. Anketler inişe 45 dakika kala uygulanmıştır. Kartların oluşturulmasında uygulanan tüm kolaylaştırıcılara rağmen cevaplayıcıların %19'u sıralamanın zor ve anlaşılmaz olduğunu ileri sürerek anket formlarını iade etmişlerdir.
2004	Şen, Hülya Çemrek, Fatih	Özel dersane tercihinin yönelik bir uygulama yapmışlardır. 18 olası kombinasyon tespit ederek 459 öğrenciye uygulamışlardır. Olası kombinasyonlar 7 değişken kapsamında oluşturulmuştur. Söz konusu değişkenler şu şekilde tanımlanmıştır: X1: Öğretmenin yaşı (genç – orta yaşlı – yaşlı), X2: Etüd (var – yok), X3: Veli dersane yönetimi arasındaki ilişki (yeterli – yetersiz), X4: Verilen kaynak (yeterli değil – fena değil – yeterli), X5: Ders saati (400-450, 451-500, 501- 550), X6: Dershane ücreti (750 – 999, 1000 – 1249, 1250 – 1500), X7: Sınıf mevcudu (15 – 20, 21 – 25, 26 – 30).
2005	Schaupp, L. Christian Belanger, France	Online müşteri memnuniyetini araştırmışlardır. Her biri 3 düzeyden oluşan 3 değişken kapsamında ortalama 22 yaş civarında 188 öğrenciye anket uygulayarak konjoint analizi uygulamışlardır. Değişkenler şu şekildedir: X1: Teknolojik faktörler (güvenlik – web sitesinin dizaynı ve kullanışlı olması – mahremiyet), X2: Alışveriş faktörü (kullanışlı olması – güvenilir olması – gönderim zamanı), X3: Ürün özelliği (ticaret yapmaya elverişli olması – ürünün değeri – ihtiyaca göre uyarlanması). Cevaplayıcıların en fazla önem verdikleri hususun mahremiyet ve ikinci sırada teknolojik faktörler olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
2007	Akıncı, Eylem Deniz Bacanlı, Sevil Kıroğlu, Gülay	İstanbul indirim marketleri üzerine bir çalışma yapmışlardır. Faktör sayısı 6'yı geçtiğinde konjoint analizin yeterli olmadığını ifade ederek uyarlamalı konjoint analizi yöntemini kullanmışlardır. Şok, Dia, Tansaş, Endi ve Bim marketlerini analize dâhil etmişlerdir. Çalışma kapsamında 150 kişiye anket uygulanmış ve çalışmaya konu olan marketler içerisinde ŞOK marketin en ideal market olduğu sonucuna varmışlardır.
2011	Çevik, Osman Yiğit, Alperen M.	Ofis mobilyası tercihinin araştırmışlardır. Ülke genelinde 17 ilde 63 ofis mobilyası bayisi ile görüşmüşlerdir. Konjoint analize konu olan değişkenler şu şekildedir: X1: Fiyat, X2: Teslimat süresi, X3: Malzeme ve işçilik, X4: Servis ve garanti, X5: Tasarım ve uygunluk, X6: Marka bilinirliği şeklindedir. Bu değişkenlerin her birinin 3'er düzeyi bulunmaktadır dolayısıyla 729 mümkün kombinasyon vardır. Elbette cevaplayıcıların bu kadar çok sayıda kombinasyonu sıralaması mümkün değildir. Bu nedenle SPSS ile kombinasyon sayısı 18'e düşürülmüştür ve sonuçta ideal ofis mobilyasının marka bilinirliği yüksek, teslimat süresi 5 gün içinde olan, fiyatı ucuz, malzeme ve işçiliği orta düzeyde olan, tasarım ve uygunluğu normal olan, servis ve garantisi iyi olan kombinasyon tercih edilmiştir.
2013	Turanlı, Münevver Cengiz, Dicle Taşpınar Işık, Mert	Gazete tercihlerinin belirlenmesi amacıyla konjoint analizi uygulamışlardır. X1:Tiraj, X2: Fiyat, X3:Tür, X4:Sayfa sayısı, X5: Boyut, X6: Baskı kalitesi olmak üzere, bu özelliklerin düzeyleri göz önüne alındığında 216 mümkün kombinasyon vardır. SPSS'te bu sayı 9 kombinasyona düşürülmüş ve 48 kişiye anket uygulanmıştır. Neticede ideal gazete şu şekilde tespit edilmiştir: Tirajı 300000 üzeri, fiyatı 50 kuruştan az, türü haber, sayfa sayısı 33'ten fazla, boyutu 39 cm x52,5 cm olan ve baskı kalitesi yüksek şeklindedir.
2015	Nuraeni, Shimaditya Pradiva, Arlavianyssa Novani, Santi	Gençlerin seyahat tercihlerini araştırmışlardır. UNESCO'nun tanımı uyarınca 17-29 yaş arası "genç" olarak kabul ederek 45 kişiye anket uygulamışlardır, bu kişilerin 21'i erkek, 24'ü kadındır. Sonuç olarak en çok tercih edilen seyahat kombinasyonu uluslar arası ve sevecen, dost canlısı insanların yaşadığı ülkelere seyahat etmek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Gençler ne pahasına olursa olsun, konfor, kalite söz konusu olmaksızın, sevecen insanların olduğu yabancı ülkelere seyahat etmeyi ilk sırada seçmişlerdir.
2016	Karaarslan, Mustafa Halid Altuntaş, Başar	Kariyer tercihinin etkileyen faktör düzeylerinin önemini konjoint analizi ile belirlemişlerdir. Kariyer tercihinin belirleyen değişkenler; X1: Kariyer alanı (düzeyler: 1/ kamu, 2/özel, 3/kendi işi), X2: gelir (düzeyleri: 1/düşük, 2/ orta, 3/yüksek), X3: işin zorluğu(düzeyleri: 1/zor, 2/kolay), X4: iş yapış biçimi (düzeyleri:1/monoton, 2/monoton değil) şeklinde belirlenmiştir. 7 tane kombinasyon oluşturulmuştur. Sonuç olarak ideal kariyer tercihi 5.647'lik bir skor ile "yüksek gelirli – zor – durağan – kendi işi" şeklinde oluşturulan kombinasyon olmuştur.
2018	Yıldız, Bilal	Buzdolapların ekolojik etiketlenmesiyle ilgili bir tez çalışması yapmıştır. 5 değişken söz konusudur. Bu değişkenler; X1: Marka (Bosch – Profilo – Samsung – Vestel – Arçelik), X2: Enerji sınıfı (A+ , A++ , A+++), X3: Toplam hacim (300 lt – 500 lt – 700 lt), X4: Fiyat (3000 den az, 3001 den fazla), X5: Soğutma (no frost, low frost) şeklindedir. Bu değişkenler ve düzeyleri kapsamında $5 \times 3 \times 3 \times 2 = 180$ mümkün kombinasyon oluşmaktadır. Elbette bu kadar çok kombinasyonun doğru bir şekilde sıralanması mümkün değildir. Bu nedenle SPSS'te olası kombinasyon sayısı 33'e düşürülmüştür ve 151 kişiye anket uygulanmıştır. Neticede en ideal buzdolabının Bosch marka, A+++ enerji sınıfı, 700 lt hacimli, fiyatı 3000'den az ve no frost özelliğe sahip olan buzdolabıdır.

Konjoint analizin uygulamaları genellikle ürün tasarımına hizmet ediyor gibi görünse de, son zamanlarda trade-off lara (düzeyler arasında seçimlere) dayalı tercih sıralamasını gerektiren durumlar için de uygulanmaya başlanmıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada kullanılan yöntem konjoint analizidir. Konjoint analizi, tercih sıralaması yapmayı gerektiren, özellikleri ölçülebilir olan her türlü ürünün veya olgunun tercih sıralamasının yapılmasını sağlayan çok değişkenli istatistiksel bir yöntemdir. Örneğin piyasaya sürülecek olan bir spor ayakkabısını ele alalım. Bu ürünün satışa sunulması planlanan pazardaki hedef kitle için ne gibi özellikler taşıması gerekir? Tüketici nasıl bir ürün talep etmekte, nelere öncelik vermektedir? Fiyat mı, kullanılan materyal mi yoksa ortopedik özellikleri mi? Bu şekilde değişkenler tanımlanarak tüketicinin en fazla tercih ettiği spor ayakkabının nasıl olması gerektiği, bu değişkenlerin hangi kategorilerine önem verdikleri sorusuna konjoint analizi ile cevap bulunabilir. Değişkenler tanımlandıktan sonra her bir değişken için düzeyler(kategoriler) belirlenmelidir. Fakat bu aşama son derece dikkatli davranılması gereken bir aşamadır. Çünkü konjoint analizi bu düzeyleri kullanarak, düzey sayılarının çarpımları kadar sayıda (indirgenmiş profil dizaynında bu sayı azalmaktadır) kombinasyon oluşturmaktadır. Veri toplama aşamasında yani anket uygulanırken cevaplayıcıların bu kombinasyonları tercih etme durumlarına göre sıralamaları istenmektedir. Kombinasyon sayısı arttıkça, cevaplayıcıların bu kombinasyonları akılda tutması ve doğru bir şekilde sıralaması zorlaşmaktadır. Bu nedenle değişkenler ve değişkenlerin düzeyleri ürünü en sade ve kapsayıcı özellikleriyle ifade etmelidir. Ayakkabı örneğine geri dönersek, sözü edilen değişkenlerin düzeyleri şu şekilde tanımlanmış olsun:

$$fiyat = \begin{cases} 100-300 \\ 301-500 \end{cases} \quad materyal = \begin{cases} polyester \\ hakikideri \end{cases} \quad komfor = \begin{cases} yariortopedik \\ tamortopedik \end{cases}$$

Burada tam profil dizaynı kullanılırsa oluşacak olan kombinasyon sayısı 8'dir (=2*2*2). Tüketicilere verilecek anket formlarında aşağıdaki şekilde tanımlanmış ürün kombinasyonlarını sıralamaları istenmektedir:

Tablo 2. Spor ayakkabı örneği için konjoint analizle elde edilen kombinasyonların anket formu örneği

Kombinasyonlar	Spor ayakkabının özellikleri	Tüketicinin tercih sıralaması
K1	100 tl – 300 tl arası fiyatı olan Polyester malzemeden üretilmiş Yarı ortopedik	6
K2	100 tl – 300 tl arası fiyatı olan Polyester malzemeden üretilmiş Tam ortopedik	4
K3	301 tl – 500 tl arası fiyatı olan Polyester malzemeden üretilmiş Yarı ortopedik	8
K4	301 tl – 500 tl arası fiyatı olan Polyester malzemeden üretilmiş Tam ortopedik	2
K5	100 tl – 300 tl arası fiyatı olan Hakiki deri malzemeden üretilmiş Yarı ortopedik	5
K6	100 tl – 300 tl arası fiyatı olan Hakiki deri malzemeden üretilmiş Tam ortopedik	1
K7	301 tl – 500 tl arası fiyatı olan Hakiki deri malzemeden üretilmiş Yarı ortopedik	3
K8	301 tl – 500 tl arası fiyatı olan Hakiki deri malzemeden üretilmiş Tam ortopedik	7

*K1: Oluşturulan birinci kombinasyon demektir. Bu kombinasyonun birinci olması, en çok tercih edilen anlamına gelmemektedir. Aslında sadece konjoint analizi ile oluşturulan kombinasyonlardan bir tanesidir.

** Tüketicinin tercih sıralaması herhangi bir tüketicinin anketi doldururken yapmış olduğu temsili sıralamaya örnek olarak verilmiştir.

Tablo 2'deki temsili örnekte, tüketicinin 8 kombinasyon arasından en çok K6'yı tercih ettiği (100 tl – 300 tl arası fiyatı olan, Hakiki deri malzemeden üretilmiş, Tam ortopedik), en son tercih ettiğinin ise K3 (301tl – 500 tl arası fiyatı olan, Polyester malzemeden üretilmiş, Yarı ortopedik) olduğu görülmektedir.

Konjoint analizinin uygulanması için cevaplayıcıların her birine bu şekilde anket formları verilerek tercih sıralaması yapmaları istenmektedir. Tüm anketler cevaplandıktan sonra veri girişi yapılarak genel bir değerlendirme ile bütün katılımcılar için en ideal ayakkabı kombinasyonundan, hiç tercih edilmeyenlere doğru bir sıralama yapılmakta ve sağlanacak fayda düzeyi hesaplanmaktadır. İstenirse her bir cevaplayıcı için ayrı ayrı fayda düzeyleri de hesaplanabilmektedir.

Konjoint analizin temel amacının ne olduğu ve sürecin nasıl işlediği temsili bir örnek ile açıklanmaya çalışılmıştır. Analizin uygulama adımları ve teorik çerçevesi aşağıdaki gibidir:

Adım 1: Konjoint analizinde ilk olarak araştırma sorusunun belirlenmesi gerekmektedir. Araştırma sorusu: "Her bir faktörün ürünün toplam faydasına ne ölçüde katkısı vardır?" şeklindedir.

Adım 2: Ürün veya hizmeti etkileyen faktörler ve bu faktörlerin düzeyleri araştırmacı tarafından çalışmanın başında belirlenir.

Adım 3: Tercih fonksiyonu belirlenir. Tercih fonksiyonları değişkenlerin düzeyleri ile tercih sıralaması arasındaki ilişkileri modelleyen matematiksel formüllerdir. Üç çeşit tercih fonksiyonu vardır; Vektör fonksiyonu, İdeal nokta fonksiyonu ve parçalı (partworth) fonksiyondur. Uygulamalarda en çok tercih edilen tercih fonksiyonu parçalı fonksiyondur. Çünkü bir değişkenin fayda skorunu bulurken bu değişkenin düzeylerinin fayda katsayıları toplanarak basitçe hesaplanabilmektedir.

Adım 4: Anket tasarlanır. Anket tasarımında iki yöntem vardır. Bunlardan ilki Trade-off denilen ve özelliklerin ikili karşılaştırılmasına dayanan yöntemdir. İkili karşılaştırmalar yöntemine göre, tüketicilerden ürünün ele alınan tüm özellikler ve bu özelliklere ait tüm seçenekler arasında ikili karşılaştırmalar yapılması istenmektedir. Sıralamaya göre düzeylerin bütün kombinasyonları her defasında iki özelliği ele alınarak karşılaştırılmaktadır. Tüketicilerden, iki özellikten oluşan tablonun her hücreğine en çok tercih ettiği özellikler için 1'den başlayarak tercih sıralamalarını yazmaları istenmektedir. Özellik sayısı arttığında bu yöntemle veri toplamak oldukça güç bir hal almaktadır. Cevaplayıcıların bu özellikleri ikişer ikişer akılda tutmaları ve sıralamaları oldukça zordur. (Green ve Svinaran, 1978: 107)

Veri toplamada kullanılan bir diğer yöntem ise Full factorial dizayn veya Tam profil adı verilen ve özelliklere (faktörlere) ait tüm seçeneklerin mümkün tüm kombinasyonlarından meydana gelen kombinasyon kartlarının cevaplayıcılara sunulduğu yöntemdir. Cevaplayıcıların bu kartları en çok tercih ettikleri kombinasyona "1" değerini vererek en çok tercih etmedikleri kombinasyona doğru sıralamaları istenmektedir. Bu yöntem tercih edilecekse, ürün veya hizmeti teorik olarak etkileyen özelliklerin mümkün olan en açıklayıcı ve az sayıda olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü kombinasyon kartlarının sayısı faktör sayısı ve düzeylerine bağlı olarak çok hızlı bir şekilde artış gösterebilir. Bu nedenle tüm teoriyi kapsayan full-dizayn yerine indirgenmiş dizayn (fractional design) tercih edilmelidir.

Adım 5: Veriler toplandıktan sonra sıra fayda katsayılarının hesaplanmasına gelmiştir. Konjoint analizi her bir faktör için kısmi fayda (partworth) denilen β 'ları hesaplar. Toplam fayda yani "y", β 'ların toplanmasıyla hesaplanır. İstenirse her bir cevaplayıcı için ayrı ayrı fayda skorları elde edilebilmektedir. Fayda skorları aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır :

Konjoint analizin toplamsal modeli;

$$y_k = \mu + \sum_{j=1}^J \sum_{m=1}^{M_j} \beta_{jm} \cdot x_{jm} \quad (1)$$

μ : tüm sıralamaların ortalaması

y_k : k. kombinasyon kartının toplam faydası

β_{jm} : j. faktörün m. düzeyinin kısmi faydası (klasik OLS ile hesaplanır)

x_{jm} : dummy değişken (k. kombinasyonun j. faktörü m değerini alıyorsa 1, değilse 0)

Fayda skorları hesaplandıktan sonra, kombinasyon kartlarının fayda sıralaması yapılır. Böylelikle söz konusu ürün veya hizmete dair en ideal yani en çok tercih edilen özelliklerin birleşimi ortaya konmuş olur. Kombinasyonlara ilişkin fayda düzeyleri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$\text{Fayda} = \text{sabit} + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots \quad (2)$$

4. UYGULAMA

Bu çalışma İstanbul Üniversitesi'nde kayıtlı bulunan çeşitli fakültelerden basit tesadüfi örnekleme ile seçilmiş 352 öğrenciye anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması sonucunda bazı anket formlarının eksik ve (ya) hatalı doldurulmuş olduğu görülmüş ve bu nedenle gerekli iptaller yapılarak elde kalan 315 anket formu üzerinden konjoint analizi uygulanmıştır. Anket iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım demografik sorulardan oluşmaktadır. İkinci kısım ise konjoint analizin uygulanmasını sağlayacak olan ve 8 farklı çalışma şekli tercihinden oluşan kombinasyon kartlarının bulunduğu kısımdır.

Anket uygulamasında karşılaşılan başlıca sorun, ikinci kısımdaki kombinasyon kartlarının sıralanması olmuştur. Cevaplayıcılardan söz konusu kombinasyonları 1'den 8'e kadar, en çok tercih ettiklerini 1. sıraya, hiç tercih etmeyeceklerini 8. sıraya koyarak sıralamaları istenmiştir. Esasen bu zorluk kombinasyonları sıralamak yerine, her bir karta 0'dan 100'e kadar bir puan vermek suretiyle çözülebilmektedir. Ancak bu çalışma kombinasyonların sıralanması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Uygulamanın adımları aşağıdaki gibidir:

Adım 1: Çalışmada bahsi geçen ürün "ideal çalışma ortamı" dır.

Adım 2: Çalışma ortamı tercihlerinin konjoint analiz ile sıralanması amacıyla 4 değişken kullanılmıştır. Bu değişkenler ve ele alınan düzeyleri aşağıda Tablo 3'teki gibidir:

Tablo 3. Çalışma ortamı tercihine ilişkin değişkenler ve düzeyleri

X1 Çalışma zamanı	X2 Çalışılacak yer	X3 Gelir düzeyi	X
Tam zamanlı	Ofiste	Orta (3000 – 5000)	Yurt içinde
Esnek çalışma saatli	Ofis dışında	Yüksek (5000 ve üzeri)	Yurt dışında

Adım 3: Tercih fonksiyonu olarak parçalı (partworth) fonksiyonu kullanılmıştır.

Adım 4: Her biri ikişer düzeyden oluşan 4 değişkenimiz bulunmaktadır. Tam profil (full factorial design) yönteminde düzey sayılarının çarpımı kadar kombinasyon oluşturulmaktadır. Kombinasyon sayısı; $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 16$ 'dır. Ancak 16 kombinasyonun doğru bir şekilde sıralanması çok zordur hatta büyük ihtimalle cevaplanmış olması için cevaplanacaktır. Cevaplayıcılardan bu kadar çok sayıda kombinasyonu aklında tutması, değerlendirmesi ve bir de önem sırasına sokmasını beklemek iyimser bir yaklaşım olur. Bu nedenle SPSS programında ortogonal planı dizayn ederken kombinasyon sayısının 8 olmasına karar verilmiştir. Yani full factorial dizayn yerine indirgenmiş dizayn yöntemi (fractional design) kullanılmıştır. Bu sayede anketin uygulanması daha kolay olmuş ve daha doğru bir sıralama bilgisine ulaşmak mümkün olmuştur.

Ankette yer alan kombinasyon kartlarının SPSS'te oluşturulması şu şekilde sağlanmıştır:

Adım 1: Data – orthogonal design – generate

Açılan "Generate Orthogonal Design" penceresinde değişkenler ve düzeyleri tek tek el ile giriş yapılarak tanımlanır. "datasetname" kısmına dosyanın ismi verilir. Konjoint analiz uygularken iki farklı dosyadan veri çekmektedir. Bu dosyalardan biri de işte bu ortogonal plan dosyasıdır.

Adım 2: Dosya ismi verildikten sonra "options" kısmına girilir. "minimum number of cases to generate" kısmına $2^{(\text{değişken sayısı} - 1)}$ formülü uyarınca gerekli olan sayı yazılır, bu genellikle 8 ile 12 arasında bir sayıdır. Fakat bazı

durumlarda değişken sayısı ve düzey sayısı fazla olduğunda bu sayıyı azaltmak pek de mümkün olmamaktadır. Böyle durumlarda çok gerekli olmayan değişkenleri ve(ya) düzeylerini azaltma yoluna gidilebilir. Çünkü mümkün kombinasyon sayısının fazla olması anketlerin cevaplanma düzeyini ve tercihlerin doğru sıralanmasını olumsuz etkilemektedir. Bu işlemler yapıldıktan sonra “continue” basarak işlem sonlandırılır.

Veri giriş sayfasına dönüldüğünde mümkün kombinasyonların SPSS tarafından oluşturulduğu görülecektir.

Bu çalışmaya konu olan değişkenler kapsamında oluşturulan anket formu aşağıda Tablo 4’teki gibidir:

Tablo 4. Üniversiteli gençlerin çalışma koşulları tercihlerinin tespitine yönelik bir anket uygulaması

1. Kısım (Demografik Bilgiler)		
1. Cinsiyet		
a. Kadın b. Erkek		
2. Mezun olunan lisenin türü?		
a. Devlet lisesi b. Kolej c. Kolejde burslu olarak		
3. Aileye giren toplam aylık gelir		
a. 2000-5000 b. 5001-10000 c. 10000+		
4. İkamet edilen yer		
a. Ev (öğrenci evi, aile veya akraba yanı) b. Devlet yurdu c. Özel veya vakıf yurdu		
5. Yabancı dil biliyor musunuz?		
a. Evet b. Hayır		
6. Eğer cevabınız evet ise hangi düzeyde?		
a. Zayıf b. Orta c. İyi d. Çok iyi		
7. Annenizin eğitim düzeyi:		
a. İlköğretim b. Lise c. Üniversite d. YL, Dr		
8. Babanızın eğitim düzeyi:		
a. İlköğretim b. Lise c. Üniversite d. YL, Dr		
9. Şu an okumakta olduğunuz alanda çalışmak ister misiniz?		
a. Evet b. Hayır		
10. Okulun kütüphanesini kullanır mısınız?		
a. Evet b. Hayır		
11. Pasaportunuz var mı?		
a. Evet b. Hayır		
12. Bir yılda okuduğunuz kitap sayısı nedir?		
a. 0 – 4 b. 5 – 9 c. 10 – 14 d. 15 +		
2. kısım (Kombinasyon Kartları) Aşağıda 8 farklı çalışma ortamını betimleyen kombinasyonlar görülmektedir. Bu kombinasyonlardan en çok tercih ettiğinizi 1. Sıraya koyarak, 1’den 8’e kadar sıralayınız. (8.kombinasyon size hiç uygun olmayan çalışma koşullarını ifade etmektedir. K1, 1. Kombinasyon anlamına gelmektedir. Diğer kısaltmalar da aynı şekilde diğer kombinasyonlar için kullanılmıştır.)		
Kombinasyon	Çalışma Ortamı Seçenekleri	Sıra No
K1	ESNEK ZAMANLI - OFİS DIŞINDA - YÜKSEK GELİR - YURT İÇİNDE	...
K2	ESNEK ZAMANLI - OFİS İÇİNDE - YÜKSEK GELİR - YURT DIŞI	...
K3	TAM ZAMANLI - OFİS İÇİNDE - ORTA GELİR - YURT İÇİNDE	...
K4	TAM ZAMANLI - OFİS DIŞINDA - YÜKSEK GELİR - YURT İÇİNDE	...
K5	ESNEK ZAMANLI - OFİS DIŞINDA - ORTA GELİR - YURT DIŞINDA	...
K6	TAM ZAMANLI - OFİS DIŞINDA - ORTA GELİR - YURT DIŞINDA	...
K7	ESNEK ZAMANLI - OFİS İÇİNDE - ORTA GELİR - YURT İÇİNDE	...
K8	TAM ZAMANLI - OFİS İÇİNDE - YÜKSEK GELİR - YURT DIŞINDA	...

Anketin ilk kısmı demografik sorulardan oluşmaktadır. Bunun nedeni, çalışma ortamı tercihleri ile demografik bilgilerin arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını araştırmaktır. Anketin ikinci kısmında SPSS ortogonal design ile elde edilen 8 adet farklı çalışma ortamını tasvir etmekte olan kombinasyon kartları yer almaktadır.

Cevaplayıcıların bu kombinasyonları en çok tercih ettiklerine 1 vermek üzere, 1'den 8'e kadar sıralamaları istenmiştir. Aşağıda Tablo 5'te sadece kombinasyon kartlarının veri girişi görülmektedir.

Tablo 5. Kombinasyon kartları veri giriş penceresi

	ID	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
1	1	2	4	7	3	5	8	6	1
2	2	2	3	5	4	8	6	7	1
3	3	3	4	7	2	5	6	8	1
4	4	4	3	6	1	5	7	8	2
5	5	3	5	2	1	7	8	4	6
....								
.....								
.....								
315	315	3	5	2	4	6	8	1	7

Anket veri girişleri tam ve doğru bir şekilde yapıldıktan sonra artık konjoint analizin uygulanma aşamasına geçilebilir.

5.Adım: SPSS'te doğrudan doğruya konjoint analiz uygulanmasına imkan sağlayan bir menü veya buton bulunmamaktadır. Bu nedenle syntax penceresine gerekli kodu yazarak uygulanması gerekmektedir. Bahsi geçen kod Tablo 5'teki gibidir:

Tablo 6. Konjoint analizinin syntax kodu

```
CONJOINT PLAN='C:\Users\user\Desktop\calisma_plani.sav'  
/DATA='C:\Users\user\Desktop\calisma_data.sav'  
/SEQUENCE=K1 TO K8  
/SUBJECT=ID  
/FACTORS=zaman (DISCRETE) ortam (DISCRETE) gelir (DISCRETE) ülke (DISCRETE)  
/PRINT=ALL.
```

Kodu çalıştırmadan önce CONJOINT PLAN kısmına, ortogonal planın oluşturulduğu dosyanın ismini ve uzantısını tam ve doğru bir şekilde yazmak gerekmektedir. Bu dosyaya isim verirken diğer dosyalar ile karışmaması için içinde "plan" kelimesini kullanmak pratik fayda sağlayacaktır. Çünkü kodun çalışması için iki dosya gereklidir yani iki ayrı dosyadan veri çekilmektedir. Bu duruma dikkat edilmediği takdirde kodun yanlış yazılmış olduğu düşünülmekte, hâlbuki esas sorunun, kodu yazarken dosya adlarının ve tam künyelerinin doğru yazılmadığı göz ardı edilebilmektedir.

Kodun çalışması için gerekli olan bir diğer dosya ise "data" dosyasıdır, yani anket verilerinin yer aldığı dosyadır. Bu dosyaya da isim verirken içinde "data" olması karışıklıkların önüne geçecektir. Kodun SEQUENCE kısmında tercih sayısı belirtilmektedir. Kombinasyon 1, K1 olarak kısaltılmıştır ve 8 kombinasyon olduğu için "K1 TO K8" şeklinde ifade edilmiştir. Bu çalışma sayfasında en soldaki sütunda her bir cevaplayıcıyı tek tek temsil edecek şekilde ID değişkeni tanımlanmalıdır. ID, cevaplayıcı sayısı kadar değer alacaktır. Örneğin anket 100 kişiye uygulanmış ise 1'den 100'e kadar değer alacaktır. Veri girişi yaparken her bir ID (cevaplayıcı) için tercihlere verdikleri skorlar soldan sağa doğru girilmelidir. Tablo 4'e bakıldığında 1. cevaplayıcının K8'i ilk sıraya koyduğu, 2. sıraya K1, 3. sıraya K4 ve bu şekilde en son sıraya da K6'yı koymuş olduğu görülmektedir. Bahsi geçen cevaplayıcının en ideal çalışma şekli kombinasyonu K8 olduğu, hiç tercih etmek istemeyeceği çalışma şekli kombinasyonunun da K6 olduğunu görmekteyiz.

Tablo 5'teki kodun diğer kısımlarını açıklamaya devam edersek; FACTORS kısmında değişkenlerimiz yer almaktadır. Bu değişkenler bağımlı değişkeni arttırma veya azaltma özelliğine sahip olmadıklarından "discrete"

olarak tanımlanmışlardır. Eğer azaltacağı öngörülse idi o zaman “linear less”, arttırması öngörülseydi “linear more” şeklinde tanımlamamız gerekecekti. Ancak bu çalışmada tüm değişkenler nominal nitelikte oldukları için bu şekilde bir tanımlama yapılamaz. Amacımız sadece sınıflandırmak ve sıralamaktır. Son olarak da eğer tüm cevaplayıcılar için sonuç rapor isterseniz PRINT kısmına “all” yazmalısınız, şayet sadece analizin genel sonuçlarına ulaşmak istiyorsanız “summaryonly” komutunu yazmanız yeterli olacaktır.

Tüm işlemler doğru bir şekilde yapıldıktan sonra kod çalıştırıldığında değişkenler arasındaki önem düzeyleri aşağıda Tablo 7’deki gibi elde edilmiştir:

Tablo 7. Özelliklerin önem düzeyi sıralaması

Zaman	28,202
Gelir	24,943
Ortam	23,818
Ülke	23,038

Tablo 7’de, gençlerin mezun olduklarında çalışmayı istedikleri çalışma ortamı için en fazla önem verdikleri etkenin 28,202’lik önem düzeyi ile zaman (tam zamanlı veya esnek çalışma saatleri olan) olduğu, ikinci sırada 24,943’lük önem düzeyi ile gelir (orta veya yüksek gelir), 23,818’lik önem düzeyi ile çalışma ortamı (ofis içinde veya ofis dışında) ve 23,038’lik önem düzeyi ile ülke tercihinin (Türkiye veya yurt dışı) etkilediği görülmektedir. Öğrencilerin yaptıkları sıralamada ilk sıralarda yer alan kombinasyonların ağırlıklı olarak esnek çalışma saatlerine sahip işler olduğu görülmüştür.

Tablo 8’de modelin geçerliliğini gösteren Kendall’s Tau değeri 0,889 ($p=0,001$) bulunmuştur. Bu değer istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 8. Sıralama arasındaki korelasyon

Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	,951	,000
Kendall's tau	,889	,001

a. Correlations between observed and estimated preferences

Kombinasyonların sıralanması için kullanılan fayda katsayıları ise aşağıda Tablo 9’daki gibidir:

Tablo 9. Fayda katsayıları

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
zaman	tam	-,150	,230
	esnek	,150	,230
ortam	ofis	-,110	,230
	saha	,110	,230
gelir	orta	-,175	,230
	yüksek	,175	,230
ülke	Türkiye	,125	,230
	Yurt dışı	-,125	,230
(Constant)		4,500	,230

Kombinasyonların fayda düzeyleri, fayda katsayıları kullanılarak elde edilmiştir. Örneğin Kombinasyon 1’in fayda düzeyi şu şekilde hesaplanmıştır:

Kombinasyon 1 bilindiği üzere “Esnek zamanlı – Ofis Dışında- Yüksek gelir (5000 ve üzeri) – Yurt içinde” şeklinde tanımlanmıştır. Fayda düzeyini hesaplariken, söz konusu değişkenlerin kategorileri dikkate alınmalıdır. Kombinasyon 1(yani K1), değişken düzeylerine göre şu şekilde kodlanır:

K1: “-1 -1 -1 1” olduğuna göre, bu kombinasyonun fayda düzeyi;

$$0.15+0.11+0.175+0.125+4.5=5.06'dır.$$

(3)

Diğer kombinasyonların fayda düzeyleri de aynı mantıkla hesaplanmıştır.

Aşağıda Tablo 10’da kombinasyonlardaki düzeylerin kodlamaları görülmektedir:

Tablo 10. Kombinasyonların düzey kodlamaları

Kombinasyonlar	Değişkenlerin Düzey Kodları
K1: Esnek zamanlı – Ofis Dışında- Yüksek gelir – Yurt içinde	-1 -1 -1 1
K2: Esnek zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir- Yurt dışı	-1 1 -1 -1
K3: Tam zamanlı – Ofis içinde – Orta gelir- Yurt içinde	1 1 1 1
K4: Tam zamanlı – Ofis dışında – Yüksek gelir – Yurt içinde	1 -1 -1 1
K5: Esnek zamanlı – Ofis dışında – Orta gelir – Yurt dışında	-1 -1 1 -1
K6: Tam zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir – Yurt dışında	1 1 -1 -1
K7: Esnek zamanlı – Ofis içinde – Orta gelir – Yurt içinde	-1 1 1 1
K 8: Tam zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir – Yurt dışında	1 1 -1 -1

“3” nolu eşitlikten yola çıkarak aynı mantıkla elde edilen kombinasyon sıralaması fayda düzeyi büyükten küçüğe olacak şekilde aşağıda Tablo 11’deki gibidir:

Tablo 11. Kombinasyonların fayda düzeylerine göre sıralanması

Kombinasyonlar	Fayda Düzeyleri
K1: Esnek zamanlı – Ofis Dışında- Yüksek gelir(5000 ve üzeri) – Yurt içinde	5.06
K4: Tam zamanlı – Ofis dışında – Yüksek gelir (5000 ve üzeri) – Yurt içinde	4.76
K2: Esnek zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir (5000 ve üzeri)- Yurt dışı	4.59
K7: Esnek zamanlı – Ofis içinde – Orta gelir (5000 ve aşağısı) – Yurt içinde	4.49
K5: Esnek zamanlı – Ofis dışında – Orta gelir (5000 ve aşağısı) – Yurt dışında	4.46
K8: Tam zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir – Yurt dışında	4.29
K3: Tam zamanlı – Ofis içinde – Orta gelir(5000 ve aşağısı)- Yurt içinde	4.19
K6: Tam zamanlı – Ofis içinde – Yüksek gelir (5000 ve üzeri) – Yurt dışında	4.16

Tablo 11’de, gençlerin mezun olduklarında çalışmayı istedikleri çalışma ortamı için en fazla önem verdikleri etkenin “zaman” olduğu, bunu sırasıyla, gelir, çalışma ortamı ve ülke tercihinin izlediği görülmektedir. Öğrencilerin yaptıkları sıralamada ilk sıralarda yer alan kombinasyonların ağırlıklı olarak esnek çalışma saatlerine sahip işler olduğu görülmüştür. Fayda düzeyi en yüksek çalışma şekli kombinasyonu 5.06’lık fayda skoru ile K1 olmuştur. Yani en çok istenen çalışma ortamı; çalışma saatleri esnek, ofis dışında, yüksek gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. İkinci sırada 4.76’lık fayda skoru ile K4 olmuştur. K4; tam zamanlı, ofis dışında, yüksek gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. K1 ve K4 arasındaki tek fark çalışma saatleridir. Üçüncü sırada 4.59’luk fayda skoru ile K2 yer almaktadır. K2; çalışma saatleri esnek, ofis ortamında, yüksek gelire sahip ve yurt dışında olan işlerdir. Dördüncü sırada 4.49’luk fayda skoru ile K7 yer almaktadır. K7; çalışma saatleri esnek, ofis ortamında, orta gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. Beşinci sırada 4.46’lık fayda skoru ile K5 yer almaktadır. K5; çalışma saatleri esnek, ofis dışında, orta gelire sahip ve yurt dışında olan işlerdir. Altıncı sırada 4.29’luk fayda skoru ile K8 yer almaktadır. K8; tam zamanlı, ofis ortamında, orta gelire sahip ve yurt dışındaki işlerdir. Yedinci sırada 4.19’luk fayda skoru ile K3 yer almaktadır. K3; tam zamanlı, ofis içinde, orta gelire sahip ve yurt içindeki işlerdir. En son sırada yani hiç

istenmeyen çalışma ortamını temsilen 4.16'lık fayda skoru ile K6'yı görmekteyiz. K6; tam zamanlı, ofis ortamında yüksek gelire sahip ve yurt dışındaki işlerdir.

Kısmi fayda skorları β 'lar klasik doğrusal regresyon analizi ile de tahmin edilebilirler. Bağımlı değişken; sıralama (rank), bağımsız değişkenler ise değişken düzeylerinin kodlamaları olacak şekilde konjoint analizin hesapladığı kısmi fayda skorlarının aynısı elde edilmektedir. Bu konuyu biraz daha açmaya çalışalım. Full factorial design matrisi Tablo 10'daki düzey kodları ve Tablo 11'deki sıralamaya (rank) bakılarak aşağıda Tablo 12'deki gibi oluşturulmuştur:

Tablo 12. Fractional design matrisi

1	1	1	1	-1
4	-1	1	1	-1
2	1	-1	1	1
7	1	-1	-1	-1
5	1	1	-1	1
8	-1	-1	1	1
3	-1	-1	-1	-1
6	-1	-1	1	1

8x5'lik matrisin ilk sütunundaki değerler kombinasyonların sıra (rank) değerleridir. Klasik regresyon analizinde bu sıralama y bağımlı değişkenine tekabül etmektedir. Daha önce de "2" nolu eşitlikte gösterildiği üzere "y" toplam fayda anlamına gelmektedir. Diğer sütunlardaki değerler ise sırasıyla X1, X2, X3 ve X4 bağımsız değişkenleridir. Klasik regresyon analizi uygulandığında SPSS'in konjoint analiz yaparak hesapladığı kısmi fayda skorları ve toplam fayda bu şekilde de hesaplanabilir. Ancak görüldüğü üzere bunun pek de pratik bir yöntem olduğu söylenemez.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

315 üniversiteli öğrenci ile yapılan anket çalışmasında cevaplayıcıların %53.7'si kadın, %46.3'ü erkektir. %79'u devlet lisesinden, %15.2'si kolejden, %5.7'si kolejde burslu olarak okuyup mezun olmuşlardır. %52.1'i düşük gelirli, %37.8'i orta gelirli, %10.2'si yüksek gelirli ailelere mensupturlar. %81.6'sı evlerde (öğrenci evi, akraba veya kendi ailesinin evi), %10.2'si devlet yurdunda, %8.3'ü özel veya vakıf yurtlarında ikamet etmektedirler. %23.5'i zayıf düzeyde, %51.1'i orta seviyede, %16.2'si iyi seviyede, %9.2'si çok iyi seviyede herhangi bir yabancı dil bilmektedir. Anket uygulanırken yüz yüze yöntem kullanıldığı için aslında "zayıf" düzeyde bilenlerin hiç bilmediği, "orta" düzeyde biliyorum diyenlerin birkaç cümle kurabildikleri görülmüştür. Bu nedenle esasen ankete katılanların yalnızca %25.4'ünün yabancı dil bildiğini söyleyebiliriz. Yabancı dil öğrenmek sadece ailenin vizyonu ile ilgili bir kavram değildir. Maalesef devlet okullarında öğretilen yabancı dil son derece yetersizdir. Maddi olanakları yeterli olmayan öğrenciler yabancı dil öğrenmeden üniversiteye gelmekte ve üniversitede de öğrenmeden mezun olmaktadır. Cevaplayıcıların annelerinin %48.3'ü ilköğretim, %37.8'i lise, %11.1'i üniversite, %2.9'u yüksek lisans veya doktora mezunudur. Babalarının %36.2'si ilköğretim, %37.1'i lise, %22.9'u üniversite, %3.8'i yüksek lisans veya doktora mezunudur. Babaların annelerden daha eğitilmiş oldukları görülmektedir. %80'i mezun olduğu alanda çalışmak istemekte, %20'si başka bir alan düşünmektedir. %75.6'sı okulun kütüphanesini kullanmaktadır. Kullanmıyorum diyenlerin büyük bir çoğunluğu ise hiçbir zaman yer bulamadıkları için gitmekten vazgeçtiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin dörtte birine tekabül eden bu oran, yeni ilave çalışma ortamlarının oluşturulması hususunu gözler önüne sermektedir. Bir yılda öğrencilerin %23.5'i 0-5 arası, %28.6'sı 5-10 arası, %18.4'ü 10-15 arası, %29.5'i 15'ten fazla kitap okumaktadırlar. "0-5" arası kategoriye görmezden gelirsek, öğrencilerin %75'inin iyi bir seviyede kitap okuyucusu oldukları söylenebilir.

Değişkenler arası bağımsızlık incelemesi amacıyla uygulanan, yokluk hipotezi "değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur" şeklinde kurulan Ki-kare testleri sonucunda yokluk hipotezinin reddedildiği yani aralarındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı bulunduğu ilişkiler şu şekilde sıralanabilir;

Düzenli bir şekilde okul kütüphanesini kullananların K3'ü tercih etmedikleri tespit edilmiştir (K3: tam zamanlı – ofis içinde – yüksek gelir – yurt dışı). Düzenli olarak kütüphaneye gitmenin kendine değer katmak ve geleceğe dair daha sağlam adımlarla daha vizyoner bir bakış açısına ulaşmak bakımından çok önemli bir alışkanlık olduğu

göz önüne alındığında, bu alışkanlığa sahip olan öğrencilerin yüksek bir gelir sağlayacak olmasına rağmen, tam zamanlı mesai gerektiren, ofis ortamında ve yurt dışında çalışmayı tercih etmedikleri görülmüştür.

Bir yılda 12’den fazla kitap okuyanların K3’ü tercih etmedikleri tespit edilmiştir(K3: tam zamanlı – ofis içinde – yüksek gelir – yurt dışı). Düzenli olarak kütüphaneye giden öğrenciler için yapılan yorumlar bir yılda 12’den fazla kitap okuyan öğrenciler için de geçerlidir.

Cinsiyet ile bir yılda okunan kitap sayısı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kadınların bir yılda 10’dan fazla kitap okuma oranı %54.4 iken, erkek öğrencilerde bu oran %40.41’dir. Erkeklerde yılda 4’ten az kitap okuyanların oranı %59.58’dir. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla kitap okumaktadırlar. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Annenin eğitim düzeyi ile mezun olunan lisenin türü arasındaki ilişki anlamlıdır. Annenin eğitim düzeyi yükseldikçe çocuğunu devlet lisesine gönderme oranı düşmektedir. Çalışmaya katılan cevaplayıcılardan, anneleri yüksek lisans ve(ya) doktora yapmış olanların tamamı kolej mezunudur. Bunun tersi doğru değildir, yani kolej mezunu olanların tamamının annesi yüksek lisans ve(ya) doktora yapmış değildir.

Mezun olunan lise türü ile pasaport sahibi olma arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Devlet lisesi mezunlarının %27.71’inin, kolej mezunlarının %54.16’sinin, kolejde burslu olarak okuyup mezun olanların ise %55.55’inin pasaportu vardır.

Gelir düzeyi ile yabancı dil bilme düzeyi arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Ailesi düşük gelire sahip (5000 ve aşağısı) gençlerin iyi düzeyde yabancı dil bilme oranı %14.6, orta gelirli (5000 – 10000) ailelerin %33.61, yüksek gelirli ailelerin çocukları için bu oran %65.62’dir.

Annenin eğitim düzeyi ile ailenin sahip olduğu gelir arasındaki ilişki anlamlıdır. Yüksek tahsilli bir annenin ailesinin düşük gelirli olma oranı %4.26, orta gelirli olma oranı %18.48, yüksek gelirli olma oranı %46.87’dir.

Babanın eğitim düzeyi ile ailenin sahip olduğu gelir arasındaki ilişki anlamlıdır. Yüksek tahsilli bir babanın ailesinin düşük gelirli olma oranı %14.02, orta gelirli olma oranı %36.13, yüksek gelirli olma oranı %56.25’tir.

Gelir düzeyi ile pasaport sahibi olma arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Düşük gelir sahiplerinin %17.07’sinin, orta gelirli olanların %44.53’ünün, yüksek gelirli olanların ise %75’inin pasaportu vardır.

Annenin eğitim düzeyi yükseldikçe çocuğun yabancı dil bilme düzeyi yükselmektedir. İlköğretim mezunu annelerin çocukları %17.76, lise mezunu annelerin çocukları %24.36, üniversite mezunu annelerin çocukları %28.5, yüksek tahsilli annelerin çocukları ise %88.89 oranında çok iyi düzeyde yabancı dil bilmekteyler. Benzer bir durum babanın eğitim düzeyi ile de paralel sonuçlar vermiştir. Babanın eğitim düzeyi yükseldikçe çocuğun yabancı dil bilme düzeyi yükselmektedir. Aradaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. İlköğretim mezunu babaların çocukları %2.63, lise mezunu annelerin çocukları %3.41, üniversite mezunu annelerin çocukları %16.66, yüksek tahsilli annelerin çocukları ise %83.33 oranında çok iyi düzeyde yabancı dil bilmekteyler.

Yabancı dil bilme düzeyi ile okul kütüphanesini kullanma arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. İyi düzeyde yabancı dil bilenlerin kütüphaneyi kullanma oranı %65 iken, yabancı dili zayıf olan öğrencilerde bu oran %77.97’dir. Bu bulgu şaşırtıcı gibi görünse de, yabancı dil bilmenin imkânlarla ilgili olduğu düşünülürse, bu durumda çalışma ortamı çeşitliliği bakımından yüksek gelirli aile çocuklarının kütüphane dışında da bir çok imkânı olması, yabancı dil bilmeyen öğrencilerin ise genellikle dar gelirli aile çocukları olması nedeniyle çalışacak başkaca ortamları olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çalışma koşulları tercihleri ile elde edilen bulgular ise şöyle sıralanabilir; cevaplayıcıların mezun olduklarında çalışmayı istedikleri çalışma ortamı için en fazla önem verdikleri etkenin “zaman” olduğu, bunu sırasıyla, gelir, çalışma ortamı ve ülke tercihinin izlediği görülmektedir. Öğrencilerin yaptıkları sıralamada ilk sıralarda yer alan kombinasyonların ağırlıklı olarak esnek çalışma saatlerine sahip işler olduğu görülmüştür. Fayda düzeyi en yüksek çalışma şekli kombinasyonu 5.06’lık fayda skoru ile K1 olmuştur. Yani en çok istenen çalışma ortamı; çalışma saatleri esnek, ofis dışında, yüksek gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. İkinci sırada 4.76’lık fayda skoru ile

K4 olmuştur. K4; tam zamanlı, ofis dışında, yüksek gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. K1 ve K4 arasındaki tek fark çalışma saatleridir. Üçüncü sırada 4.59'luk fayda skoru ile K2 yer almaktadır. K2; çalışma saatleri esnek, ofis ortamında, yüksek gelire sahip ve yurt dışında olan işlerdir. Dördüncü sırada 4.49'luk fayda skoru ile K7 yer almaktadır. K7; çalışma saatleri esnek, ofis ortamında, orta gelire sahip ve yurt içinde olan işlerdir. Beşinci sırada 4.46'luk fayda skoru ile K5 yer almaktadır. K5; çalışma saatleri esnek, ofis dışında, orta gelire sahip ve yurt dışında olan işlerdir. Altıncı sırada 4.29'luk fayda skoru ile K8 yer almaktadır. K8; tam zamanlı, ofis ortamında, orta gelire sahip ve yurt dışındaki işlerdir. Yedinci sırada 4.19'luk fayda skoru ile K3 yer almaktadır. K3; tam zamanlı, ofis içinde, orta gelire sahip ve yurt içindeki işlerdir. En son sırada yani hiç istenmeyen çalışma ortamını temsilen 4.16'luk fayda skoru ile K6'yı görmekteyiz. K6; tam zamanlı, ofis ortamında yüksek gelire sahip ve yurt dışındaki işlerdir.

Cevaplayıcıların demografik durumları ile çalışma ortamı tercihleri arasında hiçbir anlamlı ilişki bulunmamıştır. Hangi bölgeden gelirse gelsinler, ebeveynlerinin eğitim düzeyi, gelir düzeyi, bitirdikleri lise ne olursa olsun geleceğe dönük hedeflerinde hepsi eşit ve aynı şekilde benzer şeyleri talep etmektedirler. Fakat demografik bulgular arasında bazı ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Ebeveynlerin eğitim düzeyinin yükselmesinin çocuğunun ikamet ettiği yerden, yabancı dil bilme düzeyine, pasaport sahibi olup dünyaya açılmasına kadar çok etkili olduğu, ancak annenin eğitim düzeyinin yüksek olmasının çocukların sahip oldukları imkânlarla nüfuz etmesi yani fark yaratması bakımında babanın eğitim düzeyinin yüksek olmasından çok daha etkili olduğu görülmüştür. Yüksek tahsilli annelerin özellikle de haneye giren gelir ve çocukların yabancı dil bilme konularında istatistiksel olarak fark yaratmakta oldukları görülmüştür.

6. SONUÇ

Bu çalışma son yıllarda özellikle üniversite mezunu gençleri tehdit eden ve her gün daha da yükselen işsizlik oranlarının olduğu bir ortamda, gençlerin zihinlerinde yarattıkları, gelecekte çalışmak istedikleri çalışma koşullarının, iş tercihinde öncelik verdikleri unsurların belirlenebilmesi için konjoint analizi uygulanarak yapılmıştır. Genel olarak işletme ve pazarlama alanlarında ürün tasarımı ve pazar araştırması için kullanılan konjoint analizi yönteminin, eğer doğru bir şekilde, ölçülebilir değişkenler ile tanımlanabilirse, sosyal olgular için de uygulanabilir olduğu gösterilmeye çalışılmıştır. Konjoint analizin sosyal olgular üzerindeki uygulamalarının bireylerin önceliklerine yönelik, en üst düzeyde fayda sağlayabilecek sosyal politikaların geliştirilmesinde yol gösterici olacakları düşünülmektedir. Örneğin bu çalışmada en çok tercih edilen çalışma şeklinin; çalışma saatleri esnek, ofis dışında (uzaktan çalışma), yüksek gelir getiren ve yurt içindeki işler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dünyada yükselen bir trend olan uzaktan çalışma (remote work) kavramının gençlerimizi de etkisi altına aldığı, artık 9-17 mesaili işlerin, fiziki olarak ofiste bulunmayı gerektiren işlerin tercih edilmediği, bunun yerine ofis dışından esnek saatlerle çalışmayı tercih ettikleri görülmüştür. Ayrıca, eğer ideal koşullar sağlanırsa kesinlikle ilk önceliği kendi ülkelerine vermektedirler. Hâlbuki, gençlerin ilk fırsatta yurt dışına kaçma hayalleri kurduklarına dair medyada pek çok haberle karşılaşmaktayız. Bu haberlerin türetilmiş olduğu araştırmaların çerçevesi, örnekleme, kullanılan bilimsel metodları ise ya çok yüzeysel olarak bir cümle ile geçiştirilmekte, çoğu zaman ise hiç bahsedilmemektedir. Gerçek kişilerle ve bilimsel bir şekilde yapılan bu çalışmada ise tam tersi bir şekilde, sanılanın ve(ya) zannettirilmek istenilenin aksine, gençlerimizin yurt dışı özentsine sahip olmadıklarını, hatta çok mecbur kalmadıkça yurt dışında çalışmayı tercih etmeyecekleri görülmüştür. Yapılan tercih sıralamalarında yurt dışı seçeneğinin yer aldığı kombinasyonların en son sıralarda kalmıştır.

Ülkemizin geleceği ve en temel unsuru olan gençlerin tercihleri politika yapıcılar ve işverenler tarafından göz önüne alınmalı ve bu doğrultuda imkânlar sağlanması için gerekli adımlar atılmalıdır. Çok yakın bir zamanda mezun olacak bu gençler özgürlükçü bir zihniyete sahip, fiziki olarak bir mekâna veya zamana bağlı olmadan çalışmak istemektedirler. Pandemi sürecinde adeta bir provası yapılmak durumunda kalınan uzaktan çalışma kavramının bundan sonra çok boyutlu bir şekilde araştırmalara konu olacağı ve tartışılacağı düşünülmektedir. Pandemiden önce yapılan bu çalışmanın bulguları salgın koşullarının olmadığı normal zamanlarda bile tam mesaili ofis çalışması gerektiren işlerin gençler tarafından tercih edilmediğini ortaya koymuştur. Bu durum çok yakın bir gelecekte çalışma ortamlarının ve koşullarının değişeceğinin kaçınılmaz olduğunu göstermektedir.

Kaynaklar

- Akıncı, E. D.; Bacanlı, S.; Kiroğlu, G. (2007), "Uyarlamalı Konjoint Analizi ve İstanbul İndirimMarketleri Üzerine Bir Uygulama", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), 1-11.
- Behdioğlu, S.; Çilesiz, N. (2017), "Akademisyenlerin Kongre Tercih Kriterlerinin Konjoint Analizi İle Belirlenmesi", *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:18, Sayı:1, ICEBSS 2017 Özel Sayı, 23-37.
- Çevik, O.; Yiğit, A. M. (2011), "Konjoint Analizi ile Ofis Mobilyası Tüketicilerinin Tercihlerinin Belirlenmesi", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 105-110.
- Danaher, P. J. (1997), "Using Conjoint Analysis to Determine the Relative Importance of Service Attributes Measured in Customer Satisfaction Surveys", *Journal of Retailing*, 73 (2), 235 - 260.
- Green, P. E.; Srinivasan, V. (1978), *Conjoint Analysis in Consumer Research :Issues and Outlook*, 5(September), 103-123.
- Karaarslan, M. H.; Altuntaş, B.(2016), "Kariyer Tercihini Etkileyen Faktör Düzeylerinin Öneminin Konjoint Analizi ile Belirlenmesi", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(24659), 1972–1988.
- Nuraeni, S.; Pradiva, A.; Novani, S. (2015), "Understanding Consumer Decision-Making in Tourism Sector : Conjoint Analysis", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 312 – 317.
- Turanlı, M.; Cengiz, D.T.; Işık, M. (2013), "Konjoint Analizi İle Gazete Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, Sayı:19: 1-26.
- Schaupp, L. C.; Belanger, F. (2005), "A Conjoint Analysis of Online Consumer Satisfaction", *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL. 6, NO.2, 95–111.
- Şen, H.; Çemrek, F.(2004), «Konjoint Analizi ve Özel Dershane Tercihine Yönelik Bir Uygulama», *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 5 Sayı: 2, 105-120.
- Yıldız, B. (2018). *Eko Etiketlerin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri: Buzdolabı Eko Etiketlerinin Konjoint Analizi ile İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).