



X, Y VE Z KUŞAĞININ İŞ ARAMA KANALLARINI KULLANMA FARKLILIKLARINA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

A FIELD RESEARCH ON THE DIFFERENCES OF THE GENERATIONS X, Y AND Z USING JOB SEARCHING CHANNELS

Bora BALUN¹, İsmail Hakkı DİNÇAY²

Öz

Özellikle ekonomik beklentiler, teknolojik gelişmeler ve sosyal değişimler kuşakların olaylara bakış açısına, düşünce yapılarına ve hemen her alana olduğu gibi bireylerin çalışma yaşamına da doğrudan etki etmektedir. Çalışma yaşamının ilk hareket noktası ise iş arama süreciyle başlamakta, bu süreçte izlenen yöntem ve tercihler kuşaklar arasında farklılıklar gösterebilmektedir. Sırasıyla x, y ve z kuşaklarının iş hayatının ilk adımı olan iş arama kanallarına bakış açıları, iş arama kanallarını nasıl kullandıkları ve bu süreci etkileyen faktörlerin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışma, İŞKUR Eskişehir İl Müdürlüğüne iş başvurusunda bulunan bireylerle gerçekleştirilmiştir. Çalışma sürecinde toplam 14 sorudan oluşan bir anket uygulanmış, elde edilen veriler IBM SPSS Statics 25 programıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda üç kuşağında iş arama süreçlerini farklı etkinlik düzeyinde kullandıkları; Z kuşağının teknolojiyi iş arama sürecinde daha etkin kullandığı; iş arama süresi uzadıkça bireylerin iş arama kanallarını daha etkin ve daha verimli kullandıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İstihdam, İşsizlik, İş Arama Kanalları, Kuşak.

Abstract

In particular, economic expectations, technological developments and social changes directly affect the perspectives of generations, their mentality, and also the working life of individuals as in almost every field. The first starting point of the working life begins with job looking process and methods and choices used during this process can differ among the generations. This study which aims to determine the perspectives of the generations x, y and z on job search channels, which is the first step of working life and how they use job search channels, and the factors affecting this process respectively, has been realized with the individuals applying for jobs to İŞKUR Eskişehir Provincial Directorate. During the study a survey of 14 questions was conducted and the data gained have been analyzed by the IBM SPSS Statics 25 programme. As a result of the research, it has been determined that all three generations use job searching processes at different levels of effectiveness; generation Z use technology in job searching process more effectively; and the longer the job searching period gets, the more effectively and more efficiently the individuals use job searching channels.

Keywords: Employment, Unemployment, Job Search Channels, Generation.

1. Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi İİBF, borabalun@karabuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4933-2271>
2. Dr., Bağımsız Araştırmacı, hakkidincay@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4608-3978>

Makale Türü **Article Type**
Araştırma Makalesi ResearchArticle

Başvuru Tarihi/Applytion Date
07.02.2022

Yayına Kabul Tarihi/Acceptance Date
15.03.2022

DOI
10.20875/makusobed.1069527

Bu makaleye atıf yapmak için:

Balun, B. ve Dinçay, İ. H. (2022). X, Y ve Z kuşağının iş arama kanallarını kullanma farklılıklarına yönelik bir alan araştırması. *MAKU SOBED*, (35), 162-178. <https://doi.org/10.20875/makusobed.1069527>

EXTENDED SUMMARY

Purpose of the Study and Research Model: This study was realized with the participation of the x, y, and z generations, who applied to İŞKUR Eskişehir Provincial Directorate to look for a job in November, 2021 and who are the basic subject of the study. The data of the study were obtained by survey method. During the study, a survey consisting of 14 questions in total was applied to equal number of participants representing the x, y, and z generations (112 participants from each generation); and in line with the answers given it is tried to determine the effective use of job searching channels, the relation between the prolongation of unemployment and the effective use of job searching channels, the relation between the gender and the effective use of job searching channels and lastly how effective these three generations use technology in the job searching process.

Analysis and Interpretation of the Data: Since the research was aimed to give reliable results, validity analysis was primarily applied. Reliability statistic of the survey, consisting of 14 questions where five-point likert scale is used and which includes 5 demographic information in total prepared for the research, was calculated by Cronbach Alpha method and Cronbach Alpha value was found as 0.724.

Findings: H0 Hypothesis: The efficient usage of job searching channels differs between each generation (x, y, and z generations). If Sig. is < 0.05 , H0 Hypothesis is accepted. In the light of data from Hypothesis obtained according to the one-way analysis of variance ($F=2.619$; $p=0.021$) as Sig. < 0.05 value is obtained, there are differences between the total scores in terms of the efficiency of generations to use job search channels. Because Sig. is < 0.05 , H0 Hypothesis is accepted.

H1 Hypothesis: There is a significant difference between the job searching period and the efficient usage of job searching channels of each three generations (X, Y, Z). If Sig. is < 0.05 , H1 Hypothesis is accepted. In the light of data from Hypothesis obtained according to the one-way analysis of variance ($F=2.145$; $p=0.020$) as Sig. < 0.05 value is obtained, there are differences between the total scores in terms of the efficiency of generations to use job search channels. Because Sig. value is < 0.05 , H1 Hypothesis is accepted.

H2 Hypothesis: There is a significant difference in terms of total score between the effectiveness of using job searching channels with regard to gender. In order to be able to determine the validity of the hypothesis, Levene Test and T Test methods were both applied according to the averages of both groups (female/male). Levene Test is accepted as a hypothesis test which is used to evaluate the equality of the variances with a variable in order to determine values for two or more groups. According to the Levene Tests results 0.391 (Sig. Value) > 0.05 is obtained. In other words, there is no difference between the genders in terms of effective using of job searching channels. H2 Hypothesis is rejected.

H3 Hypothesis: There is a difference between the effective use of technology of the each three generations. If Sig. is < 0.05 , H3 Hypothesis is accepted. In the light of data from Hypothesis obtained according to the one-way analysis of variance (ANOVA), because ($S7p=0.017$; $S8p=0.011$; $S9p=0.013$; $S12p=0.038$) Sig. < 0.05 value is obtained, the efficiency of using technology differs for all 3 generations. Because Sig. value is < 0.05 , H3 Hypothesis is accepted.

Conclusion and Evaluation: In order for the research to reveal realistic results, it is aimed to determine not only the approaches of the participants to the job searching channels but also how these three generations approach this process and how their perspectives had an effect on the point of employment.

First of all, it is determined that three generations examined are using the job searching processes at different levels of effectiveness. In particular, as the process proceeds when it is evaluated on the basis of the total scores obtained, technology is seen to be more effectively used; it is also observed that the Y generation is using job searching channels more effectively than the X generation and Z generation is using job searching channels more effectively than the other two generations and that a generation with more self-confidence and more command of the processes has begun to form.

It is observed that the hypothesis, which is the second hypothesis of the research, that individuals are using job searching channels more effectively and more efficiently as the duration of job search increases has occurred. In the evaluation realized in the hypothesis research on the gender and the effective use of job searching channels, when both individually and the three generations are together evaluated on a plural level, it is seen that there is not a significant difference in terms of gender.

Lastly, when preparing the survey questions, as a result of the analysis of the four questions particularly prepared for the H3 hypothesis, although there does not seem a significant difference between the X and Y generations in terms of effective use of technology, when the Z generation is compared with the other two generations, it is clearly seen that this generation members use technology more effectively in the job search process.

1. GİRİŞ

Kökeninde bağlanma ve etkileşim kavramlarının bulunduğu medeniyet olgusu, hızlı ve istikrarlı gelişimi içeriğinde barındırın toplumsal bir fenomendir. Fakat bu fenomen her ne kadar toplumsal gelişime paralel bir kavram olarak değerlendirilse de insanoğlunun ihtiyaç ve beklentilerinin neredeyse aynı oranda kaldığını, sadece boyut değiştirerek günümüze aktarıldığını söylemek mümkündür. Zira başlangıçta sadece beslenme, barınma, savunma, üreme gibi bireysel düzeydeki temel ihtiyaçlar yaşam beklentilerinin çeşitlenmesi, yeni gelişme ve keşiflerin toplumu dönüştürücü gücüyle birlikte yerini farklı ihtiyaç ve taleplere bırakmıştır. Süregelen bu devinim, insanoğlunun özellikle yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte toplumsal yaşam formunun ortaya çıkmasına ve bu formun önemli bir parçası olan toplumsal kurumların meydana gelmesine zemin hazırlamış, aynı zamanda bireyi hem toplumun bir parçası hem de kendini gerçekleştirmek isteyen bir “toplum üyesi” konumuna taşımıştır. Bu gelişmelerin erken dönemlerinde örneğin avcı ve toplayıcı faaliyetlerle ekonomik bir yaşam oluşturmaya çalışan insanlığı önce tarım ve hayvancılık, devamında ise ticaret ve madencilik alanlarında faaliyet göstermeye yönelmiştir. Zamanla yeni icatların bu sürece eşlik etmesi ve toplumsal ihtiyaçlarla da doğru orantılı olarak enerji kavramı ortaya çıkmıştır. Özellikle buhar gücünün icadı, devamında gelen teknolojik gelişmeler ve sanayi devrimi sonrası toplumsal düzen ve özellikle çalışma yaşamı noktasında büyük bir değişim ivmesi yakalanmış, bireyler işveren ve iş gören olarak ayrışmaya başlamıştır (Taş ve Kaçar, 2019, s. 645). Bu aşamada ortaya çıkan toplumsal değişim çizgisine eşlik eden bir diğer önemli olgu ise savaşlar olmuştur. Nitekim savaşlar da toplumsal etkileşimin önemli bir unsurunu oluşturmuştur (Şenel, 1982).

Gerek ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin gelişmesi gerekse de savaşların yarattığı siyasi, teknolojik ve sosyal sonuçlar toplumlararası etkileşimin önünü açmış ve toplumsal gelişim olgusuna hız kazandırmıştır. Dolayısıyla tarihin farklı dönemlerinde insanlık, yaşadığı dönemin kendine özgü yapısından etkilenmiş, içerisinde yaşanan döneme uygun ve dönemin mevcut koşullarını yansıtan iş ve yaşam tarzı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte bu sirkülasyon süreci kuşak içi ve kuşaklar arası farklılıklarla kendini daha belirgin kılmaya başlamıştır. Özellikle gelişen teknoloji ve değişim sürecinin ortaya çıkardığı doğal reaksiyon, kuşaklar arasında iş hayatında da farklılıkların doğmasına neden olurken; bu farklılıklar kuşaklar arasındaki iş arama süreçlerine de yansımıştır (Düzgün, 2020, s. 219). Nitekim teknoloji çağı olan 21. yüzyılda, literatürde X, Y ve Z olarak sınıflandırılan ve birbirinden farklı ve kendine özgü çalışma yaşamının oluştuğu 3 farklı kuşak ortaya çıkmıştır. Fakat teknolojinin gelişim hızı ve buna mukabil istihdam biçimlerinin çeşitlenmesi ile bu üç kuşağın farklılaşmış özellikleri çalışma ilişkilerinin yeniden yorumlanması ihtiyacını ortaya çıkartmıştır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak işletmeler kendilerine uygun nitelikteki personeli bulabilmek amacıyla daha seçici davranmaya başlamış ve dolayısıyla iş arama süreci daha önemli hale gelmiştir (Kavak, 2020, s. 7).

Bu bakış açısı doğrultusunda gerçekleştirilen literatür taramasında, iş hayatının ilk adımı olan “iş arama kanallarının kullanımı” konusunu her üç kuşağı bir arada karşılaştıran herhangi bir çalışmanın bulunmadığı görülmüştür. Bu tespitle bağlantılı olarak, “farklı kuşakları temsil eden bireylerin iş arama süreci ve takip ettiği yol ile metotlar arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusu çalışmamızın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Çalışmada yöntem olarak, çalışma örüntüsüyle de uygun olduğunu düşünülen nicel veri toplama araçlarından anket tekniği seçilmiştir. Bu amaçla araştırmada kullanılmak üzere 5 adet demografik bilgi içeren ve beşli likert ölçeğinin kullanıldığı 14 sorudan oluşan anket hazırlanmıştır. Araştırmanın güvenilir sonuçlar vermesi hedeflendiği için öncelikle geçerlilik analizi uygulanmıştır. Sonraki aşamada ise İŞKUR Eskişehir İl Müdürlüğüne iş başvurusunda bulunan her üç kuşağa yönelik 336 kişiye anket uygulanmıştır.

Çalışma dört bölüm şeklinde yapılandırılmıştır. Birinci bölümde kavramsal çerçeve açıklanmış, her üç kuşağın çalışma yaşamındaki özellikleri ayrı başlıklarda ele alınmış, ikinci bölümde çalışmanın amacı, yöntemi, modeli ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. Alan araştırmasına dair verilerin incelendiği üçüncü bölümde her üç kuşağın iş arama kanallarına yönelik eğilimleri, bunları nasıl kullandıklarına dair farklılıklar analiz edilerek elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: KUŞAK KAVRAMI

İnsanoğlunun yeryüzündeki varoluş çabasında çevresiyle kurduğu etkileşim ve iletişimin önemli bir yeri olmuştur. Bu etkileşim ve iletişim süreci birey-toplum endeksli davranış ve tutumlarının şekillenmesinde önemli bir rol oynamış; belirli bir zaman süreci sonucunda bireylerde ve toplumlarda benzer olaylara benzer

tepkilerin ortaya konulmasına neden olmuştur. Tüm bu etmenler ışığında, bireyler tarihsel dönem aralıklarına ayrılarak kuşak kavramını oluşturmuştur (Kağıtçıbaşı, 2016, s. 68).

Kuşak kavramının tarihsel gelişim sürecine dair ilk izlere Eski Mısır ve Antik Yunan'da (Adıgüzel vd., 2014, s. 167); çağdaş anlamdaki kuşak kavramına dair ilk çalışmalara ise 1830-1840 yıllarında Auguste Comte'ye ait çalışmalarda rastlanılmaktadır (Gürbüz, 2015, s. 43). Comte, kuşak kavramını tarihsel devinim içinde ve süreçlerden kaynaklanan toplumsal güç yapıları şeklinde tanımlamıştır. Topluların ilerlemelerinin de kuşaklara bağlı olduğunu savunan Comte, bu ilerleme sürecinin deneyimlerin aktarılması ile gerçekleştiğini öne sürmüştür (Comte, 1974, s. 21).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde kuşak kavramı; ortalama 25 ila 30 yıl civarında bir süre aralığında oluşan nesil ve birey topluluğu ifadesine ilave olarak; yine yaklaşık anlamıyla aynı yıllarda dünyaya gelmiş, aynı dönemin koşullarına, sorumluluklarına katlanmış, bilinçli olarak yaşamış kişiler şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2019). Kuşak kavramı konusunda özellikle son 50 yıllık süreçte demografi, psikoloji, ekonomi, sosyoloji ve siyaset disiplinlerinde yeni çalışmalar yapılmıştır (Alwin ve McCammon, 2007, s. 221). Bireylerin toplumun bir üyesi olduğunu kabul etmeleri ve çevrelerinden etkilenmeye başlamalarıyla birlikte yaşam tarzı noktasında çağdaşlarıyla aynı özellikleri göstermeye ve aynı beklentiler içine girmeye başlamışlardır. Ortak aidiyet duygusunu taşıyan bireyler bu süreci kendi kuşakları olarak tanımlarken, grup dışında kalan ve kendilerinden olmadıklarına inandıkları bireyleri de ayrı bir kuşak olarak tanımlamışlardır. Böylece aynı kuşak olarak addedilen gruplar sadece aynı dönemde yaşamının da ötesinde benzer ve kalıcı nitelikte ortak, sosyal ve insani değerleri paylaşmaya ve böylelikle diğer kuşaklardan ayrılmaya başlamışlardır (Lower, 2008, s. 80). Bu olgular doğrultusunda bir tanım oluşturmak gerekirse belirli bir gelişim dönemi sonucunda oluşan, kendine özgü bir gelişim çizgisine sahip ve sosyal yaşam kurallarının geliştiği aynı zamanda ve aynı çağda yaşamış bireyleri kuşak şeklinde tanımlamak mümkündür. Ayrıca her kuşak kendini diğer kuşaklardan ayıran ortak değerler sistemini oluşturan etkin güçlerin (devlet, medya, ekonomi, ebeveynler, diğer kültürler) etkisine de maruz kalmakta ve tepkimeler sonucunda kendine özgü bir yapıya ulaşmaktadır.

2.1. Kuşak Türleri ve Kuşak Farklılıkları

Kuşak kavramının sadece aynı dönemde doğan bireylerle kümelendirilmesi eksik bir sınıflandırma sematiği ortaya çıkarmaktadır. Kuşak, aynı dönem içinde doğmuş ve yaşamış olmanın yanında tecrübe, düşünce sistemleri ve olayları algılama biçimleri açısından da ortak özellikler barındıran bireyler topluluğudur (Kavak, 2020, s. 36). Kuşakların en temel ve ayırt edici özelliği bir kuşak döneminin bitmesiyle birlikte, kendine özgü ayırıcı özelliklere sahip yeni bir kuşağın başlamasıdır. Bir kuşağı ayıran, açıklayan adeta o kuşakla bütünleşmiş özellikler bulunmaktadır. Ancak bu durum o kuşakta yaşayan herkesin aynı özellikleri taşıyacağı, olaylara aynı tepkileri vereceği anlamını taşımamaktadır (Adıgüzel vd., 2014, s. 168).

İçinde yaşanan kuşağın bireyin kişilik özellikleri üzerinde birtakım etkileri bulunmaktadır. Yeni oluşan kuşakla birlikte, özellikle yeni neslin kendine has özellikleri ortaya çıkmaya başlamaktadır. Oluşan yeni kuşak gerek aynı beklentileri taşımalarından gerekse de hayata bakış açılarındaki ortaklıktan dolayı kuşak üyelerini toplumdaki diğer bireylere kıyasla kendilerine daha yakın hissederler. Hatta doğum oranları da bununla ilintilidir. Örnek vermek gerekirse Büyük Buhran döneminde kadınların doğum oranları oldukça düşük düzeyde iken, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde yaşanan zenginlik ve bolluk daha fazla çocuğun dünyaya gelmesine zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda ekonomik hayat ve sosyal yaşam koşulları nüfusun oluşumunda büyük etki meydana getirebilmektedir (Bayhan, 2014, s. 11). Bununla birlikte, bir kuşağın şekillenmesinde bireylerin içinde yaşadığı toplumun tutum ve davranışları, iletişim kanalları, etkileşimde buldukları ortak medya ve dönemin hâkim kültürel etimolojisi yeni kuşağın üzerinde büyük bir etkiye sahiptir (Twenge ve Campbell, 2008, s. 863).

Kuşakların sınıflandırılması hakkında farklı kategorizasyonlar yapıldığı gözlenmiştir. Bu farklılığın arkasında yatan ana neden dünya üzerinde yaşanan değişim ve gelişim sürecinin aynı anda ve aynı şiddette gözlemlenmemesinden kaynaklanmaktadır. Ancak yapılan sınıflandırmalar incelendiğinde dünya genelinde aşağıdaki şekilde bir kuşak motifinin oluştuğu kabul görmektedir.

Tablo 1. Kuşak Sınıflandırmaları

| | Sessiz Kuşak | Bebek Patlaması Kuşağı | X Kuşağı | Y Kuşağı | Z Kuşağı |
|--------|--------------|------------------------|-----------|-----------|----------|
| Yıllar | 1925-1945 | 1946-1979 | 1965-1979 | 1980-1994 | 1995-... |

Kaynak: Ayhün, 2013, s. 93.

2.1.1. Sessiz Kuşak

1945 yılı öncesi dönemde doğmuş bireyler Sessiz Kuşak veya bir başka ifadeyle Gelenekselciler Kuşağı şeklinde tanımlanmaktadır (Kyles, 2005, s. 54). Bu kuşağın şekillenmesinde ve özellikle sessiz olarak nitelendirilmesinde Birinci Dünya Savaşı da dahil olmak üzere dünya genelinde yaşanan birçok büyük savaş ve bu savaşların yıkımlarını yaşamış olmalarının oldukça önemli bir etkisi olmuştur. Bu kuşağın, 1929 Büyük Buhranı ile ortaya çıkan kültür ve değer yargılarının şekillendirilmesiyle başladığı; İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla da bittiğini belirtmek mümkündür. Kuşağa bu ismi veren 1951 yılında yayımlanan Time Dergisidir (Adıgüzel vd., 2014, s. 170).

Her ne kadar bu kuşaktaki bireylerin tamamı aktif olarak savaşta yer almamış olsa da bu kuşağın yaşamış olduğu savaş ortamı, ekonomik şartlar ve sağlık sorunlarının meydana getirdiği etkiler veya benzeri unsurlar bu dönemin bireylerini olumsuz anlamda baskı altına almıştır. Dolayısıyla girişimcilik ve yeni keşifler konusunda da en geri kalmış kuşak olan bu grubun neden bu şekilde bir yaşam sürdüğü, içerisinde buldukları yaşam koşullarının etkisiyle doğrudan ilişkilendirilmektedir (Akdemir vd., 2013, s. 22).

Bu kuşağın iş yaşamındaki özellikleri dikkate alındığında, kuşak üyeleri iş değiştirmeyi, örgütler arası geçişkenlik süreçlerini neredeyse literatürlerinde bulundurmayan, iş hayatı anlamında hem tek bir iş yerinde sabit kalmayı tercih eden, hem de işler istendiği gibi gitmediği durumlarda da sabretmeyi bilen, bir iş yeri ve işverene bağlı kalıp orada başarılı olma noktasında tutucu düzeyde davranışlar gösteren bireylerden oluşmaktadır. İş arama anlamında da büyük oranda öncelikle aile üyelerinin, sonrasında ise arkadaş ve çevrenin yönlendirmeleriyle hareket eden, kendi başına karar vermek yerine, “büyüklerin” tercihlerini izleyen bir kuşak izleniminin oluştuğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Acılioğlu, 2015, s. 24).

2.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı

İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkardığı büyük yıkım ve devamındaki dönemi nüfus patlaması deyimiyle tanımlamak mümkündür. Bu dönemde bir milyar bebek doğmuştur. Bu olay, kuşağa adını veren Bebek Patlaması kuşağını meydana getirmiştir. Savaşın bireyler üzerindeki olumsuz etkisini yitirmesi ve ekonomik anlamda meydana gelen rahatlama doğum sayısındaki aşırı artışın sebepleri arasında gösterilebilir (Ayhün, 2013, s. 21). Günümüzde de halen varlığını sürdüren bu kuşak teknolojik değişim ve ekonomi alanında yaşanan tüm önemli değişim ve gelişmelere şahit olmuşlardır (İzmirlioğlu, 2008, s. 43).

Çalışma olgusunun varlık nedeni kabul edildiği bu kuşakta; üretme ve faydalı olduğunu hissetme düşüncesi sadece çalışma yaşamı süresiyle sınırlı kalmamış, emeklilik dönemlerinde de sürdüğü gözlenmiştir. Yaşam standartlarının gelişmesini ve daha iyi koşullarda yaşayabileceği gerçeğini çalışma yaşamının devamına bağlayan bu kuşak, sessiz kuşaktan farklı olarak sadece iş bulmayı değil, iş yaşamında da saygın ve insan onuruna yakışır davranış görme beklentisi içinde olmuştur. İş arama sürecinde sadece yakın çevreden yardım almakla kalmayıp, istihdam kurumlarını ve kamu kurumlarını da aktif olarak kullanmaya başladıkları gözlenmiştir. Çalışma hayatında sadakate, saygınlığa çok önem veren bu kuşak işverenler ve çalışma arkadaşları ile pozitif ilişkiler içinde olmaya büyük bir özen göstermişlerdir (Öz, 2015, s. 46). Yine bu kuşak çalışmasının karşılığını alıp, bunun sosyo-ekonomik yaşantısına yansımaları da görmek istediği gözlenmiştir. Bu kuşağın bireysel bazda en çok araç sahibi olan kuşak olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

2.1.3. X Kuşağı

Tarihsel bazda 1965 ile 1979 yılları arasında dünyaya gelen bireylerin oluşturduğu kuşağa X kuşağı adı verilmektedir (Kyles, 2005, s. 54). Kuşağa ismini bir önceki dönem olan bebek patlaması kuşağının aksine doğum oranlarının hızlı bir düşüş yaşaması sebebiyle “ex” kelimesinden gelmektedir. Yani bu dönemi, “doğumlar azaldı ve yeni bir kuşak oluştu” şeklinde ifade etmek mümkündür. Bu kuşak farklı olarak, ebeveynlerinin neredeyse tamamının iş dünyasında olması ya da ayrılmış bireyler olması sebebiyle daha çok koruma ihtiyacı duyan bireylerden oluşmaktadır (Demirkaya vd., 2015, s. 189).

X kuşağı üyeleri bebek patlaması kuşağının aksine aile üyelerinin tamamı çalıştığından dolayı, daha yumuşak kurallara ve daha rahat yaşam koşullarına sahip olmuşlardır. Ancak çalışma hayatının getirmiş olduğu aile üyelerinin birbirinden uzaklaşması olgusu olumsuzlukları da beraberinde getirmiş; başta aile üyeleri ve bireylere, devamında ise bireylerin devlete olan güven duygusu azalmıştır. Bu dönemde de ekonomik krizlerin boy göstermesiyle birlikte ekonomik açıdan oldukça zor bir dönem yaşayan X kuşağı

üyelerinin bu sıkıntıları özel yaşamlarına da yansımış ve kendilerini bekleyen belirsizliklerle de savaşmak zorunda kalmışlardır. Dönemin getirdiği olumsuz etkiler bireylerin zorluklarla ve yaşamla olan mücadelelerinden daha güçlü çıkmalarını sağlarken, zorluklarla mücadele etmeyi de öğretmiştir (Stillman, 2018, s. 24).

Çalışma hayatı açısından bakıldığında, bu kuşaktakilerin deneyimledikleri zorlu yaşam koşulları kendini geliştirme ve yeni deneyim kazanma arzularını geliştirmiş, farklı konu ve alanlarda daha fazla bilgi sahibi olmak isteyen bir kuşak ortaya çıkmıştır. Nitekim bu kuşaktakilerde iş bulma ve sadece hayatını idame ettirme felsefesinin ötesinde; kariyer, iş yerinde itibar kazanma, yönetime katılma gibi farklı beklenti ve amaçlara yönelim sürecinin başladığı gözlenmiştir. Ayrıca mevcut işin beklentileri karşılayıp karşılamayacağı düşüncesi de süreci aktif olarak etkileyen unsurlar arasında görülmüştür (Karaaslan, 2014, s. 47).

2.1.4. Y Kuşağı

1980-1994 yılları arasında doğan kuşak, literatürde Y kuşağı olarak kabul görmektedir. Bununla birlikte 2000 yılına kadarki dönemi de Y Kuşağı olarak kabul eden çalışmalar mevcuttur. Y kuşağı üyeleri çocuk-ebeveyn ilişkilerini, çevreyi ve olayları daha çok sorgulama eğilimindedirler. Zaten kuşağın ismi de İngilizcede yer alan why (neden) kelimesindeki Y harfinden türemiştir. Y kuşağı üyeleri merak duydukları, ilgilendikleri konuları rahatlıkla sorabilmekte ve sorgulayabilmektedir. Hatta bunun ötesinde kabul etmedikleri görüş ve düşünceler konusunda tartışabilmekte, olayları sürekli olarak eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmektedirler. Bu kuşağın ebeveynleri “helikopter ebeveynler” olarak nitelendirilmektedir. Bu kavram ebeveynlerin özellikle çocukların etrafında sürekli olarak bulunması ve onları izlemelerinden esinlenerek üretilmiştir (Willard ve Whitt, 2012, s. 31).

Bu kuşak kendinden önceki kuşaklara nazaran teknolojinin nimetlerinden çok daha fazla yararlanma imkânı bulmuştur. Özellikle internetin hem sosyal hayatlarına hem de iş hayatlarına girmesiyle birlikte çağın getirdiği bu avantajı çok iyi kullanmışlar, yeni düşünceler geliştirilmesi ve yeni edinimler kazanılması noktasında verimli sonuçlar elde etmişlerdir (Howe ve Strauss, 2000, s. 359).

Bu dönemde ortaya çıkan teknolojik yeniliklere paralel olarak alternatif iletişim sistemleri ve internete ulaşım imkanlarındaki gelişmeler; Y kuşağı üyelerinin sadece devlet ve ebeveynleri eliyle verilen eğitimin dışında dış dünya ile sürekli iletişim halinde olmasını ve gelişime daha açık olmalarını sağlamıştır (Willard ve Whitt, 2012, s. 31). Bu etki iş yaşamına da yansımış, Y kuşağı üyeleri meslek ve iş tercihlerini kendileri belirleme yoluna gitmişlerdir. Fakat bu durum sadece iş tercihleriyle sınırlı kalmamıştır. Zira mevcut çalışma yaşamında bir işverene bağlı kalmaktan ziyade, beklenti gerçekleştiği zaman işin sonlandırılabilceği düşüncesi hâkim olmuştur. Çalışma yaşamına bakış açısındaki bu değişim süreci farklı çalışma yöntem ve yaklaşımları da beraberinde getirmiş; esnek çalışma, kısmi süreli çalışma, belirli süreli çalışma gibi birçok çalışma modelinin hayata geçirilmesine yön vermiştir. İş arama sürecinde bireysel ve yüz yüze görüşme yerine teknolojik yöntem ve alternatif kanalların kullanıldığı iş arama anlayışı daha yaygın hale gelmiştir. Bu durum iş arama sürecinde yeni sektörlerin doğmasına sebebiyet vermiş, artık neredeyse iş arama süreci büyük oranda internet üzerinden yapılabilecek hale gelmiştir. Bu dönemde yaşanan ekonomik krizler ve işsizlik oranlarındaki artışlar Y kuşağının “işsiz kalabilirim” korkusunu daha belirgin kıldığından, iş yaşamına sürekli endişeyle yaklaşmıştır (Eiser, 2005, s. 10).

2.1.5. Z Kuşağı

Z kuşağı, 1995 ve sonraki yıllarda dünyaya gelen bireyleri temsil eden kuşaktır. Z kuşağının yanında internet kuşağı, ağ kuşağı şeklinde de anılmaktadırlar. Buna ilave olarak suskun kuşak tanımı da literatürde kullanılmaktadır. Suskun kuşak tanımının tercih edilmesinin nedeni, bu kuşağın karşılaştıkları sosyal olaylara sözel ya da bedensel tepkiyle yanıt vermek yerine, teknolojiyi kullanarak iletişim kurup cevap vermesinden kaynaklanmaktadır (Tandoğan, 2013, s. 26).

Bu kuşak üyeleri halen gelişim çağında bulunduğundan; iktisadi, tarihi ve toplumsal değer yargılarına ilişkin davranış ve yaşam biçimlerinde önemli değişiklikler olmuştur (Altuntuğ, 2012, s. 206). Bu durumun arka planında, Z kuşağının değişikliği tercih etmekten ziyade yaşam şartlarında oluşan değişim trendi ve özellikle hızla gelişen teknolojinin bireyleri farklı tepki ve davranışa itmesi olgusu bulunmaktadır. Her ne kadar Y kuşağını da fazlasıyla etkilemiş olsa da Z kuşağı için teknoloji adeta bir yaşam biçimi halini almıştır (Ayhün, 2013, s. 103).

Teknolojinin üst düzeye ulaştığı bu dönemde bilgiye erişim ve haberleşme eylemi deyim yerindeyse bir tuşla gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Bu durum iletişim tercihlerine de yansımış, bireyler sözlü iletişim yerine, özellikle sanal ortamda ve çağın getirdiği “sosyal medya” araçlarıyla iletişim kurmayı tercih etmeye başlamışlardır. Bu kadar kısa, pratik ve kolay iletişim süreci bireysel sorunlarına hızlı çözüm getirilmesi beklentisini de beraberinde getirmiştir (Mengi, 2009). Zira değişen yaşam koşulları Z kuşağında farklı ve kendine özgü kişilik özelliklerinin oluşmasına sebep olmuştur. Bu kuşağın bireylerinde öne çıkan kişilik özelliklerini bağımsızlık ve özgür olma isteği, kendine güven, merak, eğlence arzusu, başarı isteği şeklinde sıralamak mümkündür. Bu kuşaktaki bireylerin iş hayatına dair beklenti ve istekleri sadece iş bulmanın ötesine taşmakta işin kişilik özellikleri, kariyer imkânları ve işin sağlayacağı gelir tercihlerindeki etkin faktörler olarak öne çıkmaktadır. İstek ve beklentiler bu denli yüksek olduğundan, öncelikle sanal ve online iş arama kanalları kullanılmakta ve beklentilerle uyumlu iş bulabilmek için diğer tüm kanalları da aktif olarak kullanabildikleri görülmektedir. Bu kuşakta yaşayan bireylerin ebeveynlerinin her anlamda daha bilinçli ve aile üyelerine destek olma adına daha istekli olduğu gözlenmektedir (Berkup, 2015, s. 114).

3. YÖNTEM

3.1. Çalışmanın Amacı ve Varsayımı

-Bu çalışma, “farklı kuşakları temsil eden bireylerin iş arama süreci ve takip ettiği yol ile metodlar arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusuyla bağlantılı olarak; X, Y ve Z kuşaklarının iş arama kanalları hakkındaki bilgileri, mevcut kanalların etkin kullanılıp kullanılmadığı ve teknolojik değişim ve gelişim süreci içinde her üç kuşağın iş arama sürecinde teknolojiyi ne denli etkin kullandığının ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Çalışmanın daha sonraki çalışmalara örnek ve temel oluşturması bağlamında “örnek model oluşturma stratejisi” amacıyla da hayata geçirilmiştir. İlerleyen dönemlerde bu çalışma merkezli Türkiye genelinde ya da iş arayan kriteri olarak “İŞKUR’a başvuran” kriteri olmadan bağımsız bir şekilde iş arayan, daha geniş kapsamlı kitlelere ulaşılarak çalışmanın genişletilmiş versiyonu uygulanacaktır.

-Küreselleşme ve teknolojik yenilikler her ne kadar sosyo-ekonomik açıdan toplumları benzer derecede etkilese de her ülke kendine özgü ve farklı ekonomik, sosyal, politik ve kültürel değişimler yaşamakta, bu durumun ise ülke özelinde farklı özelliklere sahip kuşakların doğmasına neden olabileceği düşünülmektedir. Fakat çalışmanın özünden uzaklaşmamak ve ayrı bir çalışmanın konusu olduğu düşünüldüğünden dolayı çalışmada, özellikle ABD başta olmak üzere gelişmiş ülke toplumları incelenerek geliştirilen X, Y ve Z kuşağı sınıflamasının, Türkiye’de de aynen geçerli olacağı varsayılmaktadır.

3.2. Araştırma Modeli

Çalışma, 2021 yılı Kasım ayı içerisinde İŞKUR Eskişehir İl Müdürlüğüne iş aramak için başvuruda bulunan ve çalışmanın temel konusu olan X, Y ve Z kuşaklarından bireylerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya bir standart oluşturması ve kapalı bölge modeli uygulaması kıstası alınarak veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Bu bağlamda homojen bir katılımcı profili oluşturmak adına “İŞKUR” üzerinden iş arayan ve bağımsız değişken olarak tekli varyans “yaş/kuşak” kriteri değerlendirme profili içine alınmıştır. Çalışmanın verileri anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Çalışma sürecinde toplam 14 sorudan oluşan bir anket X, Y ve Z kuşağını temsil eden eşit sayıdaki (her bir kuşak için 112 katılımcı) katılımcının vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda iş arama kanallarının etkin kullanımı, işsizlik süresinin uzaması ile iş arama kanallarının etkin kullanılması arasındaki ilişki, cinsiyet ve iş arama kanallarının etkin kullanımı arasındaki bağlantı ve son olarak iş arama sürecinde üç kuşağında teknolojiyi ne kadar etkin kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın temel noktası kuşaklar arasındaki iş arama becerilerini kullanma düzeyinin ölçülmesi olduğundan, anket sorularının geçerli ve güvenilir sonuçlar vermesi adına her üç kuşağı eşit sayıda temsil edecek 120’şer kişiden oluşan toplamda 360 kişiyle anket yapılmıştır. Fakat yapılan ön incelemede anket sorularının tamamını cevaplamayan, aynı soruya birden fazla cevap veren katılımcılara ait anketler araştırma kapsamından çıkarılmış ve toplamda her 3 grup için (X, Y, Z kuşağı) 112’şer katılımcının anketi değerlendirme kapsamına alınmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri aşağıda tablo halinde verilmiştir.

Ankete katılanların %37’si kadın %63’ü erkektir. Eğitim durumu açısından değerlendirildiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun (%43) ortaöğretim (lise) mezunu olduğu görülmektedir. Daha sonra sırası ile katılımcıların %28’i ilköğretim, %12’si ön lisans ve lisans, %5’i lisansüstü düzeyde eğitime

sahiptir. Yine katılımcıların %37'sinin evli, %63'ünün ise bekar olduğu görülmektedir. Son olarak araştırmaya katılan katılımcıların %44'ü 6 ay ve 1 yıl arası, %23'ü 1-2 yıl arası, %21'i 0-6 ay arası ve %12'si 2 yılı aşkın bir süredir işsiz olduğunu beyan etmişlerdir. Elde edilen veriler ve demografik bilgiler eşleştirilerek hipotez analizleri gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| | | N | (%) |
|------------------------|------------------------|-----|--------|
| Cinsiyet | Kadın | 125 | %37 |
| | Erkek | 211 | %63 |
| | Toplam | 336 | %100 |
| Yaş | 17-24 Yaş (Z Kuşağı) | 112 | %33,33 |
| | 25-39 Yaş (Y Kuşağı) | 112 | %33,33 |
| | 40 ve üzeri (X Kuşağı) | 112 | %33,34 |
| | Toplam | 336 | %100 |
| Eğitim Düzeyi | İlköğretim | 93 | %28 |
| | Ortaöğretim | 143 | %43 |
| | Ön Lisans | 40 | %12 |
| | Lisans | 40 | %12 |
| | Lisansüstü | 20 | %5 |
| | Toplam | 336 | %100 |
| Medeni Durum | Evli | 124 | %37 |
| | Bekâr | 212 | %63 |
| | Toplam | 336 | %100 |
| İş Arama Süresi | 0-6 Ay | 72 | %21 |
| | 6 Ay-1Yıl | 149 | %44 |
| | 1 Yıl-2 Yıl | 77 | %23 |
| | 2 Yıl ve Üzeri | 38 | %12 |
| | Toplam | 336 | %100 |

2.3. Araştırmanın Katılımcı Tanımları

Araştırmanın katılımcı saha hinterlandını belirlemek adına tanımlamalar yapılmıştır. Bunlar;

İş Arayan: İŞKUR aracılığıyla iş aradığını beyan eden ve en az bir kere İŞKUR Eskişehir İl Müdürlüğüne gelerek iş aradığını bildiren cinsiyet ayrımı yapılmaksızın tüm katılımcılar kapsam içinde değerlendirilmiştir.

Kuşak: Araştırmanın kapsamı dâhilinde 17-24 yaş aralığında (Z Kuşağı), 25-39 yaş aralığı (Y Kuşağı) ve son olarak olan 40 yaş ve üzeri (X Kuşağı) olarak 3 farklı gruptan oluşan gruplar incelenmiştir.

İş Arama Kanallarının Etkin Kullanımı: İş aramaya başladığı günden itibaren iş arama kanallarının kaç tanesini (aile, İŞKUR, yakın çevre, gazete, internet) kullandığını tespit etmek için kullanılan kavramdır. Ankette içinde “en çok kullandığınız iş arama kanalları” sorusuna birden fazla cevap verenler bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Teknolojinin Etkin Kullanımı: Araştırmanın temel konularından olan teknoloji ve iş arama sürecine katkılarının tespiti amacıyla ankette de yer verilen en az bir adet elektronik iş arama kanalını kullanımı, internet üzerinden uygun iş ilanlarının takibi şeklinde tanımlanmıştır.

Tüm tanımlama ve kriterlere ankette yer verilmiştir. Örneğin; Soru-8: En az 1 adet elektronik iş arama kanalına üyeyim. Soru-9: İlgilendiğim iş ilanlarını internet üzerinden takip ederim.

3.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Araştırmanın güvenilir sonuçlar vermesi hedeflendiği için öncelikli olarak geçerlilik analizi uygulanmıştır. Araştırma için hazırlanan toplam 5 adet demografik bilgi içeren ve beşli likert ölçeğinin kullanıldığı 14 adet sorudan oluşan anketin güvenilirlik istatistiği Cronbach Alpha yöntemiyle hesaplanmış ve Cronbach Alpha değeri 0,724 bulunmuştur. Elde edilen verilerin yorumlanmasında IBM SPSS Statics 25 programından yararlanılmıştır. Araştırma için tespit edilen hipotezlerin doğru bir şekilde değerlendirilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız gruplar için t testi yöntemleri uygulanmıştır. Elde edilen veriler neticesinde hipotezlerin kabul edilebilirlikleri değerlendirilmiştir.

Araştırmada uygulanan anket sorularının güvenilirliği ve elde edilen cevapların tutarlılığının tespit edilmesi amacıyla Cronbach Alpha güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Cronbach Alpha güvenilirlik analizi ilk kez 1951 yılında Lee Cronbach tarafından bulunmuştur. Akademik çalışmalarda oldukça yüksek düzeyde kabul görmüş ve uygulanmış, özellikle anket çalışmalarında elde edilen verilerin analiz edilmesi aşamasında verilerin güvenilirliğinin tespit edilmesinde büyük önem taşımaktadır. Cronbach Alpha analizi 2’li cevap sistemlerinde kodlanmayan ve likert tipi ölçeklendirme sistemlerinde kullanılan bir tutarlılık analizi yöntemidir (Dinçay, 2020, s. 388).

Tablo 3. Toplam Katılımcı Bilgileri

| | | N | % |
|------------------|--------------------|-----|-------|
| Katılımcı | Geçerli | 336 | 100,0 |
| | Hariç ^a | 0 | ,0 |
| | Toplam | 336 | 100,0 |

a. Prosedürlerdeki tüm değişkenlere göre liste

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi

| Cronbach's Alpha | Toplam Soru Sayısı |
|------------------|--------------------|
| ,724 | 14 |

Araştırmanın güvenilirlik analizi sadece araştırma için oluşturulan 14 anket sorusu için uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi için hiçbir şekilde demografik bilgilerin güvenilirliğine dair bir ölçüm ya da kıstasa kesinlikle yer verilmemiş, veri oluşturulmamıştır. Cronbach Alpha ölçeğine göre bir anket çalışmasında uygulanan soruların güvenilir olarak kabul edilebilmesi için Alpha değerinin en az 0,70 düzeyinde olması gerekmektedir. $\alpha > 0,8$ olması ise anketin yüksek düzeyde güvenilirlik arz ettiğinin göstergesidir. Cronbach Alpha değeri 0,70’den küçük olan ölçekler sonuçların analiz edilmesi bağlamında düşük güvenilir veya güvenilir olmayan ölçek şeklinde sınıflandırılmaktadır (Yıldız vd., 2018, s. 17). Yukarıdaki tablolar incelendiğinde de görüleceği üzere ankete katılan 336 katılımcıya yöneltilen anket sorularının Cronbach Alpha değeri 0,724 bulunmuş olup, güvenilirlik düzeyi yeterlidir. Yani bu ankette uygulanan soruların güvenilirlik düzeyi Cronbach Alpa değerine göre yeterli ve güvenilirdir.

Tablo 5. Normallik Analizi (Çarpıklık ve Basıklık)

| | | İstatistik | Standart Hata | |
|--------------------|---------------------------------|------------|---------------|--|
| Toplam Skor | Ortalama | 36,5744 | ,42524 | |
| | Ortalama için %95 güven aralığı | Alt Sınır | 35,7379 | |
| | | Üst Sınır | 37,4109 | |
| | %5 Trimmed Ortalama | 36,4127 | | |
| | Ortanca | 35,0000 | | |
| | Varyans | 60,759 | | |
| | Standart Sapma | 7,79478 | | |
| | Minimum | 19,00 | | |
| | Maksimum | 57,00 | | |
| | Fark | 38,00 | | |
| | Interquartile Aralık | 11,00 | | |
| | Çarpıklık Değeri | ,357 | ,133 | |
| | Basıklık | -,489 | ,265 | |
| S5 | Ortalama | 2,8036 | ,05924 | |
| | Ortalama için %95 güven aralığı | Alt Sınır | 2,6870 | |
| | | Üst Sınır | 2,9201 | |
| | %5 Trimmed Ortalama | 2,7817 | | |
| | Ortanca | 3,0000 | | |
| | Varyans | 1,179 | | |
| | Standart Sapma | 1,08591 | | |
| | Minimum | 1,00 | | |
| | Maksimum | 5,00 | | |
| | Fark | 4,00 | | |
| | Interquartile Aralık | 2,00 | | |
| | Çarpıklık Değeri | ,017 | ,133 | |
| | Basıklık | -,724 | ,265 | |
| S9 | Ortalama | 2,3542 | ,06631 | |
| | Ortalama için %95 güven aralığı | Alt Sınır | 2,2237 | |
| | | Üst Sınır | 2,4846 | |
| | %5 Trimmed Ortalama | 2,2824 | | |
| | Ortanca | 2,0000 | | |
| | Varyans | 1,477 | | |
| | Standart Sapma | 1,21539 | | |
| | Minimum | 1,00 | | |
| | Maksimum | 5,00 | | |
| | Fark | 4,00 | | |
| | Interquartile Aralık | 2,00 | | |
| | Çarpıklık Değeri | ,710 | ,133 | |
| | Basıklık | -,383 | ,265 | |

Araştırmada kullanılan anket sorularının normallik analizi için çarpıklık ve basıklık analizi uygulanmış, örneklem olarak ankette uygulanan 5. ve 9. sorular ile toplam anket puan değerleri IBM SPSS 25 programı ile incelenerek veriler analiz edilmiştir. Bu bağlamda değerlendirme kriteri olarak Tabachnick and Fidell tarafından uygulanan +1,5-1,5 değerlendirme aralığı test edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda tabloda da görüleceği üzere değerlendirme kapsamına alınan her 3 verinin çarpıklık ve basıklık değerinin +1,5-1,5 aralığında olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda anketin normallik düzeyinin araştırma için uygun olduğunu görülmüştür (Tabachnick, Fidell, 2013).

3.5. Araştırmanın Kapsamı

-Araştırma, İŞKUR Eskişehir İl Müdürlüğüne başvuran 336 kişiyle ve bu kişilerin anket sorularına verdikleri yanıtlar ile değerlendirilmiştir.

-Araştırmanın zaman aralığı 2021 yılı Kasım ayı olarak belirlenmiş ve planlandığı gibi uygulanmıştır.

-Araştırma, iş arama kanallarının etkin kullanımı, işsizlik süresinin uzaması ile iş arama kanallarının etkin kullanılması arasındaki ilişki, cinsiyet ve iş arama kanallarının etkin kullanımı arasındaki bağlantı ve iş arama sürecinde üç kuşağın teknolojiyi ne kadar etkin kullandıklarının tespiti değerlendirme içine alınmıştır.

3.5. Araştırma Etiği

Bu araştırma için Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 10.11.2021 tarihli ve 2021/10-26 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada ortaya konulan hipotezler önceden belirlenmiş ve anket çalışması ve alan uygulaması hipotezler merkeze alınarak tespit edilmiş ve hazırlanmıştır.

H0 Hipotezi: Her üç kuşak arasında (X, Y, Z kuşakları) iş arama kanallarının kullanım etkinliği açısından anlamlı farklılık vardır.

Tablo 6. H0 Hipotezi Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

| | Ortalama | df | Ortalama | F | Sig. |
|------------------|-----------|-----|----------|-------|------|
| Gruplar Arasında | 5197,881 | 2 | 2598,940 | 2,619 | ,021 |
| Grupların İçinde | 15156,259 | 334 | 45,514 | | |
| Toplam | 20354,140 | 336 | | | |

Eğer Sig.< 0,05 ise H0 hipotezi kabul edilir. Hipotez elde edilen veriler ışığında tek yönlü varyans analizine göre (F=2,619; p=0,021) Sig. < 0,05 değeri elde edildiğinden Kuşakların iş arama kanallarını kullanım etkinliği bakımından toplam skorlar arasında farklılık vardır. Sig. Değeri < 0,05 olduğu için H0 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bağlamda üç kuşaktan hangileri arasında etkinlik farklılığı olduğu sorusuna dair aşağıdaki tablo elde edilmiş ve analiz edilmiştir.

Tablo 7. H0 Hipotezi İçin Çoklu Karşılaştırma Tablosu (Tukey HSD)

| (I) yaşınız | (J) yaşınız | Ortalama Fark (I-J) | Std. Sapma | Sig. | 95% Güvenirlilik Aralığı | |
|-------------|-------------|---------------------|------------|------|--------------------------|-----------|
| | | | | | Alt Sınır | Üst Sınır |
| 40 ve üzeri | 39-25 | -2,05357 | ,90153 | ,023 | -4,1760 | ,0688 |
| | 17-24 | -2,17857* | ,90153 | ,022 | -11,3010 | -7,0562 |
| 39-25 | 40 ve üzeri | 2,05357 | ,90153 | ,021 | -,0688 | 4,1760 |
| | 17-24 | -2,12500* | ,90153 | ,024 | -9,2474 | -5,0026 |
| 17-24 | 40 ve üzeri | 2,17857* | ,90153 | ,023 | 7,0562 | 11,3010 |
| | 39-25 | 2,12500* | ,90153 | ,022 | 5,0026 | 9,2474 |

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6'da görüleceği üzere X kuşağı ile Y ve Z kuşakları, Y kuşağı ile X ve Z kuşakları, Z kuşağı ile de X ve Y kuşakları arasında farklılık olduğu tespit edilmiş, her üç kuşağında iş arama kanallarını etkin kullanım düzeylerinin farklı olduğu görülmüştür. Bu hipotez her 3 kuşağında iş arama kanallarının etkin kullanımı bağlamında diğer 2 kuşakla bariz farklılıklarının olup olmadığı sonucu araştırılmak için oluşturulmuş ve hipotezin her 3 kuşağında kendi içinde tutarlı ve istikrarlı farklılıklarının olduğu tespit edilmiş ve hipotezin gerçekleştiği gözlenmiştir.

H1 Hipotezi: Her üç kuşağın (X, Y, Z) iş arama süresi ile iş arama kanallarının kullanım etkinliği açısından anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 8. H1 Hipotezi Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

| | Toplam | f | Ortalama | F | Sig. |
|------------------|-----------|----|----------|-------|------|
| Gruplar Arasında | 5217,433 | 2 | 1739,144 | 2,145 | ,020 |
| Grupların İçinde | 15136,707 | 34 | 45,592 | | |
| Toplam | 20354,140 | 36 | | | |

Eğer Sig.< 0,05 ise H1 hipotezi kabul edilir. Hipotez elde edilen veriler ışığında tek yönlü varyans analizine göre (F=2,145; p=0,020) Sig. < 0,05 değeri elde edildiğinden Kuşakların iş arama süreleri ile iş

arama kanallarının etkin kullanımını arasında toplam skorlar bakımından farklılık vardır. Sig. Değeri < 0,05 olduğu için H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bağlamda üç kuşaktan hangileri arasında etkinlik farklılığı olduğu sorusuna dair aşağıdaki tablo elde edilmiş ve analiz edilmiştir.

Tablo 9. H1 Hipotezi İçin Çoklu Karşılaştırma Tablosu (Tukey HSD)

| (I) Ne kadar süredir iş arıyorsunuz | (J) Ne kadar süredir iş arıyorsunuz | Ortalama Fark (I-J) | Std. Sap. | Sig. | 95% Güvenirlilik Aralığı | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------|-----------|------|--------------------------|-----------|
| | | | | | Alt Sınır | Üst Sınır |
| 0-6 ay | 6ay1 yıl | -,84070 | ,96913 | ,021 | -3,3431 | 1,6617 |
| | 1yıl-2yıl | -6,71771* | 1,10695 | ,020 | -9,5760 | -3,8595 |
| | 2 yıl ve üzeri | -11,62646* | 1,35389 | ,019 | -15,1223 | -8,1306 |
| 6ay-1 yıl | 0-6 ay | ,84070 | ,96913 | ,022 | -1,6617 | 3,3431 |
| | 1yıl-2yıl | -5,87702* | ,94768 | ,020 | -8,3240 | -3,4300 |
| | 2 yıl ve üzeri | -10,78576* | 1,22711 | ,019 | -13,9543 | -7,6173 |
| 1yıl-2yıl | 0-6 ay | 6,71771* | 1,10695 | ,022 | 3,8595 | 9,5760 |
| | 6ay-1 yıl | 5,87702* | ,94768 | ,021 | 3,4300 | 8,3240 |
| | 2 yıl ve üzeri | -4,90875* | 1,33862 | ,019 | -8,3652 | -1,4523 |
| 2 yıl ve üzeri | 0-6 ay | 11,62646* | 1,35389 | ,022 | 8,1306 | 15,1223 |
| | 6ay-1 yıl | 10,78576* | 1,22711 | ,021 | 7,6173 | 13,9543 |
| | 1yıl-2yıl | 4,90875* | 1,33862 | ,020 | 1,4523 | 8,3652 |

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

0-6 ay ile 1-2 yıl, 0-6 ay ile 2 yıl ve üzeri sürede işsiz kalma arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yine tablo incelendiğinde de görüleceği üzere X kuşağı ile Y ve Z kuşakları, Y kuşağı ile X ve Z kuşakları, Z kuşağı ile de X ve Y kuşakları arasında farklılık olduğu tespit edilmiş, her üç kuşağında iş arama süresi değiştiğinde oransal bazda farklılık göstermesine karşın iş arama kanallarını daha etkin kullanmaya çalıştıkları tespit edilmiştir.

H2 Hipotezi: Cinsiyet bakımından iş arama kanallarının kullanım etkinliği arasında toplam puan açısından anlamlı farklılık vardır.

Hipotezde bağımsız değişken bölümünde “cinsiyetin” tercih edilmesinin özellikle ülkemizde kadınların iş gücüne katılımının oldukça düşük düzeyde olduğu hatta her iki cins arasında %10'luk bir işsizlik oranı farkı olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda aynı durumun ve farklılığın iş arama kanallarının kullanım etkinliği açısından ne düzeyde olduğunun değerlendirilmesi amacıyla mevcut hipotez oluşturulmuştur.

Araştırmada elde edilen veriler daha öncede belirtildiği üzere frekans ve yüzdelik hesaplamalar yapıldıktan sonra SPSS 25 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda H2 hipotezinin geçerliği ve standart sapma değerinin belirlenebilmesi adına veriler bağımsız örneklem T Testi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 10. Cinsiyete Göre İş Arama Kanallarının Etkin Kullanımına İlişkin T Testi Sonuçları

| Eşit Ortalamalar İçin T-Testi | | | |
|-------------------------------|--------|---------|-----------------|
| F | t | df | Sig. (2-tailed) |
| ,739 | -1,258 | 334 | ,209 |
| | -1,272 | 269,289 | ,205 |

Hipotezin geçerliğinin tam olarak tespit edilebilmesi adına her iki grubun (kadın/erkek) ortalamalara göre T Test yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre cinsiyet bakımından iş arama kanallarının kullanım etkinliği arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Yapılan analiz sonucunda kadınlar ile erkekler arasında ortalama puan olarak istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. 0,209/0,205 (Sig.değeri) > 0,05 eşit ortalamalar için T Testi değeri elde edilmiştir. Bu veriler ışığında H2 hipotezi reddedilmiştir.

H3 Hipotezi: Her 3 kuşağın da teknolojiyi kullanma etkinliği farklılık arz etmektedir (7.8.9. ve 12. sorular).

Tablo 11. İş Arama Sürecinde Teknolojiyi Kullanma Etkinliği ANOVA Analizi

| | | Ortalama Fark | df | Ortalama | F | Sig. |
|-----|------------------|---------------|-----|----------|-------|------|
| S7 | Gruplar Arasında | 108,256 | 3 | 54,128 | 5,995 | ,017 |
| | Gruplar İçinde | 391,884 | 33 | 1,177 | | |
| | Toplam | 500,140 | 36 | | | |
| S8 | Gruplar Arasında | 77,304 | 3 | 38,652 | 8,287 | ,011 |
| | Gruplar İçinde | 336,170 | 33 | 1,010 | | |
| | Toplam | 413,473 | 36 | | | |
| S9 | Gruplar Arasında | 99,542 | 3 | 49,771 | 1,926 | ,013 |
| | Gruplar İçinde | 395,313 | 33 | 1,187 | | |
| | Toplam | 494,854 | 36 | | | |
| S12 | Gruplar Arasında | 169,827 | 3 | 84,914 | 4,256 | ,038 |
| | Gruplar İçinde | 335,598 | 333 | 1,008 | | |
| | Toplam | 505,426 | 36 | | | |

Eğer Sig.< 0,05 ise H3 hipotezi kabul edilir. Hipotez elde edilen veriler ışığında tek yönlü varyans analizine (ANOVA) göre (S7p=0,017; S8p=0,011; S9p=0,013; S12p=0,038) Sig. < 0,05 değeri elde edildiğinden Her 3 kuşağın da teknolojiyi kullanma etkinliği farklılık arz etmektedir. Sig. Değeri < 0,05 olduğu için H3 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bağlamda üç kuşaktan hangileri arasında teknolojiyi etkin kullandıklarına dair aşağıdaki tabloya ait veriler elde edilmiş ve analiz gerçekleştirilmiştir.

Tablo 12. H3 Hipotezi İçin Çoklu Karşılaştırma Tablosu (Tukey HSD)

| Bağımlı Değişken | (I) yaşınız | (J) yaşınız | Ortalama Fark (I-J) | Std. Sap. | Sig. | 95% Güvenilirlik Aralığı | |
|------------------|-------------|-------------|---------------------|-----------|------|--------------------------|-----------|
| | | | | | | Alt Sınır | Üst Sınır |
| S7 | 40 ve üzeri | 39-25 | -,25893 | ,14496 | ,176 | -,6002 | ,0824 |
| | | 17-24 | -1,31250* | ,14496 | ,000 | -1,6538 | -,9712 |
| | 39-25 | 40 ve üzeri | ,25893 | ,14496 | ,176 | -,0824 | ,6002 |
| | | 17-24 | -1,05357* | ,14496 | ,000 | -1,3949 | -,7123 |
| | 17-24 | 40 ve üzeri | 1,31250* | ,14496 | ,000 | ,9712 | 1,6538 |
| | | 39-25 | 1,05357* | ,14496 | ,000 | ,7123 | 1,3949 |
| S8 | 40 ve üzeri | 39-25 | -,37500* | ,13427 | ,015 | -,6911 | -,0589 |
| | | 17-24 | -1,15179* | ,13427 | ,000 | -1,4679 | -,8357 |
| | 39-25 | 40 ve üzeri | ,37500* | ,13427 | ,015 | ,0589 | ,6911 |
| | | 17-24 | -,77679* | ,13427 | ,000 | -1,0929 | -,4607 |
| | 17-24 | 40 ve üzeri | 1,15179* | ,13427 | ,000 | ,8357 | 1,4679 |
| | | 39-25 | ,77679* | ,13427 | ,000 | ,4607 | 1,0929 |
| S9 | 40 ve üzeri | 39-25 | -,27679 | ,14560 | ,140 | -,6196 | ,0660 |
| | | 17-24 | -1,26786* | ,14560 | ,000 | -1,6106 | -,9251 |
| | 39-25 | 40 ve üzeri | ,27679 | ,14560 | ,140 | -,0660 | ,6196 |
| | | 17-24 | -,99107* | ,14560 | ,000 | -1,3338 | -,6483 |
| | 17-24 | 40 ve üzeri | 1,26786* | ,14560 | ,000 | ,9251 | 1,6106 |
| | | 39-25 | ,99107* | ,14560 | ,000 | ,6483 | 1,3338 |
| S12 | 40 ve üzeri | 39-25 | -,34821* | ,13415 | ,027 | -,6640 | -,0324 |
| | | 17-24 | -1,65179* | ,13415 | ,000 | -1,9676 | -1,3360 |
| | 39-25 | 40 ve üzeri | ,34821* | ,13415 | ,027 | ,0324 | ,6640 |
| | | 17-24 | -1,30357* | ,13415 | ,000 | -1,6194 | -,9877 |
| | 17-24 | 40 ve üzeri | 1,65179* | ,13415 | ,000 | 1,3360 | 1,9676 |
| | | 39-25 | 1,30357* | ,13415 | ,000 | ,9877 | 1,6194 |

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Yukarıdaki tablo detaylı bir şekilde incelendiğinde özellikle gruplar arasında teknolojinin etkin kullanımına dair farklılıklar olduğu görülmektedir. Şöyle ki; 40 yaş üzeri (X kuşağı) ve 39-25 yaş aralığında (Y kuşağı) 7. ve 9. sorular incelendiğinde teknolojinin etkin kullanıma dair dikkate değer bir değişim olmadığı gözlemlenmiştir. 8. ve 12. sorular açısından değerlendirildiğinde ise dikkate değer farklılıklar olduğu görülmüştür. Ancak Z kuşağı açısından tablo incelendiğinde diğer iki kuşak ile karşılaştırıldığında Sig<0,05 değeri elde edildiğinden hipotez özelleştirildiğinde Z kuşağı hem X hem de Y kuşağı bakımından teknolojiyi kullanım etkinliği farklılık arz etmektedir.

Özellikle H3 Hipotezinin değerlendirilmesi aşamasında elde edilen verilerin doğruluğu ve yapılan analizin geçerliliğinin test edilmesi amacıyla, bağımlı değişkenliği simgeleyen 4 soru için Levene Testi uygulanmıştır.

Tablo 13: Homojenlik Dağılımı

| | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|-----|------------------|-----|-----|------|
| S7 | ,176 | 2 | 333 | ,838 |
| S8 | 1,290 | 2 | 333 | ,277 |
| S9 | 1,565 | 2 | 333 | ,211 |
| S12 | 1,537 | 2 | 333 | ,217 |

H3 hipotezi için hazırlanan 4 anket sorusu için (S7, S8, S9, S12) Sig>0,05 değeri olduğu görülmüştür (.838; ,277; ,211; ,217). Elde edilen veriler neticesinde Sig>0,05 değerinin 4 anket sorusu içinde geçerli olduğu görüldüğünden H3 Hipotezi olan “Her üç kuşağın da teknolojiyi kullanma etkinliği farklılık arz etmektedir” hipotezi reddedilmemiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Eğitim sürecini tamamlayıp çalışma yaşamına adım atan her birey için ilk süreç iş arama olgusuyla karşımıza çıkmaktadır. Ancak özellikle içerisinde bulunduğumuz yüzyılda kuşak kavramı iş hayatında kemikleşmiş, sınır çizgileri belirli nesiller meydana gelmiştir. Bu durum sadece yaşam tarzı olarak değil, çalışma hayatında da etkilerini doğrudan gösteren emarelerle kendini ortaya koymuştur. Bugün 38 yaşında olan ve uzun yıllardır iş hayatının içinde olan bir Y kuşağı üyesi bir birey ile henüz iş hayatının başında olan, belki de ilk kez iş hayatına atılacak olan bir Z kuşağı üyesi bir bireyin iş arama süreci ve takip ettiği yöntem ve metotlar arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Her üç kuşağın çağın getirdiği değişen yaşam koşulları, gelişen teknoloji ve beklentilerin değişmesi ile birlikte örgüt kültürü de kendi içinde değişiklik göstermeye başlamış, bu da hem çalışma hayatını hem de iş arama kanallarının kullanımını doğrudan etkilemiştir.

Bu araştırmada öncelikle literatür taraması yapılmış, çalışma kapsamına alınan üç kuşağın da (X, Y, Z) yaşadıkları dönemin bireyler üzerinde nasıl bir etki oluşturduğu, meydana gelen sosyo-psikolojik ve teknolojik gelişmelerin bireylerin çalışma hayatında, iş arama kanallarında farklı etkiler oluşturduğu gözlenmiştir. Özellikle dönemler arasında geçişler başladıkça daha çok özgüveni olan, çevresini ve yaşadığı toplumun, sahip olduğu çağın imkânlarını daha iyi düzeyde ve etkin kullanan kuşakların olduğu gözlenmiştir.

Çalışmada anket soruları belirlenirken öncelikle iş arama sürecine etki eden faktörler dikkate alınmış, aynı zamanda ankete katılan katılımcıların iş arama süreçleri hakkında ne kadar bilgi sahibi oldukları ölçülmek istenmiştir. Araştırmanın gerçekçi sonuçlar ortaya koymasına adına sadece katılımcıların iş arama kanallarına dair yaklaşımları değil, aynı zamanda her üç kuşağın da bu sürece nasıl yaklaştığı ve bakış açılarının işe yerleşme noktasında nasıl bir etkisinin olduğu tespit edilmek istenmiştir.

İlk olarak, incelenen üç kuşağında iş arama süreçlerini farklı etkinlik düzeyinde kullandıkları tespit edilmiştir. Özellikle süreç ilerledikçe toplam elde edilen skorlar bazında değerlendirildiğinde teknolojinin daha etkin kullanılabilir hale geldiği, Y kuşağının X kuşağına göre, Z kuşağının da diğer iki kuşağa göre iş arama kanallarını daha etkin kullandığı, özgüveni daha fazla, süreçlere daha hâkim bir neslin oluşmaya başladığı gözlenmiştir. Bunda az önce bahsettiğimiz içinde yetişilen kuşağın kendisine özgü doğal kültürel örgüsünün etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Araştırmanın ikinci hipotezi olan iş arama süresi uzadıkça bireylerin iş arama kanallarını daha etkin ve daha verimli kullandıkları hipotezinin de gerçekleştiği gözlenmiştir. Hipotezin gerçekleşmesine etki eden unsurlar dikkate alındığında bireylerin işsizliğin getirdiği psikolojik baskılar, gelir kayıpları, sürecin zaman kaybına neden olduğuna dair olumsuz düşünceler bireylerin iş arama kanallarını daha etkin bir şekilde kullanmalarına sebep olduğu söylenebilir. Nitekim her üç kuşak (X, Y, Z) için de yapılan istatistikî veriler doğrultusunda aynı sonuçların elde edildiği gözlenmiştir.

Cinsiyet ve iş arama kanallarının etkin kullanımına dair hipotez araştırmasında yapılan değerlendirmede gerek tekil olarak gerekse üç kuşağın çoğul bir düzlemde değerlendirmesi yapıldığında cinsiyet açısından iş arama kanallarının etkin kullanımı noktasında dikkate değer düzeyde herhangi bir farklılık bulunmadığı görülmüştür.

Son olarak anket soruları hazırlanırken H3 hipotezine dair özel olarak hazırlanan dört sorunun analizi neticesinde her ne kadar X ve Y kuşakları açısından teknolojinin etkin kullanımına dair dikkate değer bir farklılık bulunmasa da Z kuşağının diğer iki kuşakla karşılaştırması yapıldığında bariz bir şekilde bu kuşak üyelerinin teknolojiyi iş arama sürecinde daha etkin şekilde kullandıkları görülmüştür.

Gelişen yaşam koşulları ve çalışma hayatının değişen kuralları dikkate alınarak hazırlanan bu çalışma her üç kuşak üyesinin bir arada değerlendirilip iş arama sürecini ne derece etkin şekilde değerlendirdikleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu bağlamda çalışma hem kuşaklar arasındaki farklılıkları hem de değişen çalışma koşulları ve işverenlerin farklı beklentileri anlamında iş arama sürecinin nasıl şekillendiğine ve farklı kuşakların bu süreçleri nasıl yönettiğine dair ışık tutması adına da hazırlanmış ve çıkarımlar yapılmıştır. Ayrıca çalışmada İŞKUR'un iş arama becerileri eğitimine daha büyük kitlelere ulaşarak devam etmesinin, bu süreçte eksiliği bulunan bireylerin kendilerini tamamlama adına daha fazla çaba sarf edilmesinin gerekliliği gözlenmiştir. Çalışmada iş hayatına katılan Z kuşağı son kuşak olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma gerek bu alanda yapılabilecek diğer çalışmalara ışık tutması, gerekse Z kuşağından sonra gelen Alpha kuşağının bu süreci nasıl şekillendirebileceğine dair öncülük etmesi, diğer kuşaklarla farklılık gösterip göstermediğinin ortaya konulması açısından da faydalı olacağı düşünülmektedir.



Bu araştırma için Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 10.11.2021 tarihli ve 2021/10-26 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Makale ile ilgili notlar

Makale araştırma ve yayın etiğine uygun olarak hazırlanmıştır. Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Araştırmanın yazarları araştırmanın tüm süreçlerinde eşit oranda katkıda bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Acıloğlu, İ. (2015). *İşte Y Kuşacı*. Elma Yayınevi.
- Adıgüzel, O., Batur, H., Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşacı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.
- Akdemir, A., Konakay, G. ve Demirkaya, H. (2013). Y Kuşacının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.
- Alwin, D., F. ve McCammon, R., J. (2007). Rethinking Generations. *Research in Human Development*, 4(3), 219-237.
- Ayhün, S. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 11-93.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşaca Tüketim Olgusu ve Geleceđin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Bayhan, V. (2014). Milenyum veya Y Kuşacı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 8-25.
- Berkup, S., B. (2015), *Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Comte, A. (1974). *The Crisis of Industrial Civilization: The Early Essays of Auguste Comte*. Heinemann Educational.
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. ve Atan, Ö. (2015). Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7, 172-193.
- Dinçay, İ., H. (2020). İŞKUR Tarafından Düzenlenen Meslek Edindirme Kurslarının Etkinliği: Eskişehir Örneği. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 373-397.
- Düzgün, A. (2020). Y ve Z Kuşaklarının İş Hayatından Beklentilerinin Karşlanması. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 218-241. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.734483>
- Eiser, S. (2005). Managing Generation. *Advanced Management Journal*, 70(4), 4-15.
- Gürbüz, S. (2015). Generational Differences: Myth or Reality? Turkish Military Academy Defence Sciences Institute. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1), 39-57. <https://doi.org/10.18394/iid.80342>
- Howe, N. ve Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Random House.
- İzmirlioğlu, K. (2008). *Konumlandırma Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketici Algılarının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Muđla Üniversitesi.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2016). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. Evrim Yayınevi.
- Karaaslan, S. (2014). *Kuşaklararası Farklılıkları Örgütler Üzerinden Anlamak: Bir Alan Araştırması*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Kavak, A., B. (2020). *Z Kuşacı Çalışanlarının Çalışma Deđerlerinin Belirlenmesine Yönelik Ankara İlinde Bir Alan Araştırması*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çankaya Üniversitesi.
- Kyles, D. (2005). Managing Your Multigenerational Workforce. *Strategic Finance*, 87(6), 51-74.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5), 80-84. <https://doi.org/10.4037/ccn2008.28.5.80>

- Mengi, Z. (11 Ekim 2009). BB, X, Y ve Z Kuşakları Birbirinden Çok Farklı. *Hürriyet İK*.
- Öz, Ü. (2015). *XYZ Kuşaklarının Özellikleri ve Y Kuşağının Örgütsel Bağlılık Düzeyi Analizi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Stillman, D. ve Stillman J. (2018). *İşte Z Kuşağı Genç Kuşak İşyerini Nasıl Dönüştürüyor?* Ülkü Yayınevi.
- Şenel, A. (1982). *İlkel Topluluktan Uygur Topluma Geçiş Aşamasında Ekonomik Toplumsal Düşünsel Yapıların Etkileşimi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 504.
- Tandoğan, A. (2013). 2000 yılı Sonrası Doğmuş İnternet Çağı Çocukları Z Kuşağı Çocukları. *Genç Haber Dergisi*, 1(1), 26-34.
- Taş, H., Y. ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(11), 643-675. <https://doi.org/10.26466/opus.554751>
- Twenge, J., M. ve Campbell, S., M. (2008). Generational Differences in Psychological Traits and Their Impact on The Wokplace. *Journal of Managerial Psychologys*, 23(8), 862-877. <https://doi.org/10.1108/02683940810904367>
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 14-28.
- Willard, A. ve Whitt, J. (2012). *Predicting the Character Traits of Future Generations*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Saint Louis Üniversitesi.