

Y Kuşağı Değerlerinin Kariyer Tercihleri Açısından İncelenmesi*

ÖZ

Gönül KONAKAY¹

Teknolojinin kullanılması toplumsal ve bireysel yaşam biçimlerini değiştirmekte ve bunun neticesinde değişim olgusuyla, bireysel ve toplumsal değerler de değişime uğramaktadır. Bu değişimler kuşak kavramında belirgin bir şekilde artık fark edilmektedir. Günümüzde nüfusun %35'ini 1980 ve 2000 yılları arasında dünyaya gelen Y kuşağı oluşturmaktadır. İş hayatında ve yaşamımızda karşılaştığımız ve karşılaşmaya devam edeceğimiz bu kuşağın bireysel değerlerinin bilinmesi oldukça önemlidir. Araştırmanın amacı Y kuşağının bireysel değerlerinin demografik değişkenler ile olan ilişkisini incelemek ve bu değerlerin kariyer tercihlerinde etkin olup olmadığını tespit etmektir. Araştırma Y kuşağını temsil eden Kocaeli Üniversitesinin Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu'nun 2016-2017 güz dönemi Temel İşletmecilik dersi alan 405 öğrencisine uygulanmıştır. Y kuşağını oluşturan üniversite öğrencilerinin bireysel özellikleri için "Rokeach Değer Envanteri" kullanılmıştır. Değerler ölçeğinde Başkalarına Güvensizlik, Bağışlama, Güven, Dürüstlük ve İşe Adanmışlık, olarak bireysel özellikler belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni için T Testi, kariyer hedefleri, yaş, aile gelir durumu, internet kullanım süreleri, sosyal ağlarda zaman geçirme ve günlük yayın okuma süreleri değişkenleri için ANOVA Testi yapılmıştır. Y kuşağının değerlerinde araştırma grubu için literatürü destekleyen anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuşak Kavramı, Y Kuşağı, Bireysel Değerler, Kariyer.

The Effects of Entrepreneurship Productivity and Innovations in Industrial Sectors in Turkey: An Analysis with Time Series

ABSTRACT

The use of technology has been changing social and individual life styles, and as a result, with the phenomenon of change social and individual values have been changing as well. These changes are clearly noticed in the concept of generation. Today, 35% of the population is made up of generation Y, those born between 1980 and 2000. It is of great importance to know the individual values of this generation that we meet in our life and work life. The purpose of the present study is to investigate the relationship between the individual values of generation Y and demographic variables, and to find whether these values have an effect on their career choices. The study was administered to 405 generation Y students taking the Business Administration class at Hereke Ömer İsmet Uzunyol Vocational School of Kocaeli University during 2016-2017 fall term. The Rokeach Value Inventory was used for the individual characteristics of the generation Y university students. In the values scale, individual characteristics were determined as lack of confidence, forgiveness, trust, honesty, and work dedication. T-test was carried out for the gender variable, and ANOVA test was performed for career goals, age, family income, duration of internet use, time spent on social networks, and duration of daily papers (yayın??). Significant results were obtained for the values of generation Y consistent with those in the literature.

Keywords: Concept of Generation, Generation Y, Individual Values, Career.

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu

gkonakay@kocaeli.edu.tr

* Bu Makale 9-11 Mart 2018'de 1.Uluslararası İksad Sosyal Bilimler Kongresinde Bildiri olarak sunulmuş ve Özeti bildiri kitapçığında yayınlanmıştır.

1.GİRİŞ

Değerlerin değişime uğraması değer yargılarının da değişmesine neden olur. Değişim sadece kişisel ve toplumsal değerlerde yaşanmaz, örgütsel değerlerde de bir değişim süreci yaşanır (Vurgun, Öztop, 2011: 218).

Felsefenin en eski konularından biri olan “değer” (value) ilk defa Znaniecki tarafından sosyal bilimlerde kullanılmış olup (Yılmaz, 2006:50), Latince “kıymetli olmak” veya “güçlü olmak” anlamlarına gelen “valere” kökünden türetilmiştir (Vurgun, Öztop, 2011: 219).

Değerler bir kişinin veya sosyal grubun kabul ettiği standartlar, inançlar veya moral ilkelerdir (Yıldız v.d., 2013: 741). Değer en genel ve öz olarak; “belirli bir durumu bir diğerine tercih etme eğilimi” olarak tanımlanmaktadır (Tanrıverdi, 2012:196). Ferdin bulunduğu toplumsal ve ekonomik ortam onun değer tercihinin belirlenmesinde önemlidir (Lotfi v.d., 2013: 97).

İstek ve beklentiler nesilden nesile değişir bu yüzden bir kuşağa ait bir kişi diğer kuşakların bakış açılarını anlayabilir (Gursoy v.d., 2008: 450). İş değerleri konusunda insanların kafasında bir hiyerarşi olduğu düşünülmektedir. Bireyler iş ve kariyeri ile ilgili kararları alırken kendi oluşturdukları bu hiyerarşiye uyarlar (Priyca, 2014: 22). Bireylerin değer öncelikleri; onların tutumları, davranışları, sosyal deneyim ve rolleri ile ilgilidir (Ros v.d., 1999: 50). Değerler, insanları ortak hedefler doğrultusunda çalışmaya yönelten, bir araya getiren öğelerdir (Blanchard ve O’Connor, 1998).

Bu araştırmanın amacı Y kuşağının bireysel değerlerinin demografik değişkenler ile olan ilişkisini incelemek ve bu değerlerin kariyer tercihlerinde etkin olup olmadığını tespit etmektir. Her bir kuşağın değer, tutum, davranış, alışkanlık, motivasyon, otorite algısı ve liderlik beklentilerinin birbirinden farklı olduğu kabul görmektedir (Crampton ve Hodge, 2007:16). Kuşaklar arasındaki benzerlik ve farklılıklara ve bunların yönetilmesine ilişkin henüz yanıtlanmamış çok sayıda soru bulunmaktadır (Özer ve diğ.,2013:124). Araştırma Y kuşağını temsil eden Kocaeli Üniversitesinin Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu’nun 2016-2017 güz dönemi Temel İşletmecilik dersi alan 405 öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmada “Rokeach Değer Envanteri” kullanılmış ve bu ölçeğin boyutları Başkalarına Güvensizlik, Bağışlama, Güven, Dürüstlük ve İşe Adanmışlık, olarak tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkeni için T testi, kariyer hedefleri, yaş, aile gelir durumu, internet kullanım süreleri, sosyal ağlarda zaman geçirme ve günlük yayın okuma süreleri değişkenleri için ANOVA Testi yapılmıştır. Y kuşağını oluşturan üniversite öğrencilerinin bireysel özelliklerinin ölçülmesi ile elde edilen bulgular çalışma yaşamında var olacak olan bu kuşağın doğru tercihler ile çalışma hayatında var olmasına katkı sağlayacaktır.

2.KAVRAMSAL ALTYAPI

Kuşak olgusu temelde yaş kavramına dayanmaktadır. Kuşak kavramını; belirli zaman aralıklarında doğmuş, büyümüş ve yaşamını sürdürmüş, söz konusu dönemde yaşanan olaylardan etkilenmiş dolayısıyla ortak özelliklere ve bakış açılarına sahip oldukları varsayılan insan grupları olarak tanımlamak mümkündür (Zemke vd., 2013: 78). Kuşaklar arasında sadece yaş farkı değil, değer ve algılama farkı da bulunmaktadır (Lazarevic, 2012: 46).

Yazın taraması yapıldığında, farklı kaynakların kuşaklar ile ilgili tarih aralıklarını ve kuşağa ait özellikleri farklı biçimlerde sınıflandırdıkları görülebilmektedir (Bakırtaş ve diğ., 2016) Zhang ve Bonk (2010), 20. Yüzyılın başından itibaren kuşakları aşağıdaki tarihlere göre:

- 1946 yılından daha önce doğanlar; Sessiz veya Olgun kuşak,
- 1946-1964 (veya 1961) yılları arası doğanlar Baby Boomer kuşağı,
- 1965-1981 veya 1961-1980 yılları arası doğmuş olanlar X kuşağı,
- 1980 veya 1982 yıllarından sonra doğan kuşağı ise Milenyum kuşağı, Y kuşağı veya İnternet kuşağı olarak adlandırmıştır (Zhang,& ve Bonk, 2010: 76-92).

Örneğin İsrail’de savaşlar kuşakların ayırımında belirleyici noktayken, ABD’de ise doğum oranları ile toplumsal etkisi büyük olan olaylar, kuşakların sınıflandırılmasında belirleyici olmuştur (Deal vd., 2010: 194).

2.1.Sessiz Kuşak (1946'dan Önce Doğanlar)

Bu kuşakta doğan insanlar II. Dünya Savaşı çıktığı yıllarda savaşa katılamayacak kadar yaşı küçük olan insanlardan oluşmaktadır ama bu insanlar aynı zamanda savaşın acısını en fazla çekmiş insanlardır (Levickaite,2010:171). Bu kuşağın kültürel öğeleri içinde geniş aileler, yerel sosyal gruplar ve yoğun komşuluk ilişkileri yer almaktadır. Bugün bu kuşağa ait kişilerin yüzde 95'i emekli olmuştur ve çok kısa zamanda gerek endüstri gerekse diğer alanlarda çalışanları kalmayacaktır (<http://www.jamesrbrett.com> Erişim Tarihi: 05.12.2012).

Sessiz Kuşak hem dünyada hem ülkemizde savaş ve buhran dönemi olduğu için bu kuşak insanları kanaatkâr, yaşam standartları (nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri) günümüzle kıyaslandığında oldukça düşük olan çalışkan kişilerdir (Erden, 2013: 97-98).

2.2. Bebek Patlaması (Baby Boomers, 1946-1964)

İsmi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bebek doğumundaki artıştan alan Baby Boomers (BB) kuşağında, 19 yıl boyunca ABD'de her 17 dakikada bir çocuk dünyaya gelmiştir. Ayrıca aynı dönemde tıptaki gelişmelerden dolayı bebek ölüm oranı da düşmüştür (Baran, 2014: 7). II. Dünya Savaşı'ndan 1964 yılına kadar doğan insanları kapsayan bir dönem olarak bu kuşakta doğan bireyler, sayıları çok fazla olmaları sebebiyle toplumu yeniden tasarlayan kuşak olarak nitelendirilmektedir (Levickaite, 2010: 173).

Bebek patlaması kuşağı (Baby Boomer) işkolik, kendi kendini motive edebilen kıdem ve sadakatlerine bağlı olarak yükseltilmeyi ve ödüllendirilmeyi bekleyen, bununla birlikte değişime direnme eğiliminde olan, dürüstlüğü izleyen kuşaklardan daha çok önemseyen, ancak daha az kararlı ve hırslı olan bir kuşaktır (Arsenault, 2004:134).

2.3.X Kuşağı

Tıpkı diğer kuşaklarda olduğu gibi doğum tarihleri birçok kaynağa göre değişmekle birlikte ilgili yazında genel olarak X kuşağının 1960 ve 1980' li yıllar arasında doğduğu bilinmektedir. Patlama kuşağının gölgesi altında büyüyen bu kuşak: "Görünmez Kuşak" (Generation Invisible/GI) ya da "Kayıp Kuşak" (Generation Lost) ve "Gölge kuşak" (Shadow Generation) olarak da adlandırılabilir.

X kuşağın üyeleri önceki kuşaktan daha çok iş-yaşam dengesi aramakta, belirsiz bir gelecek nedeniyle daha kaygılı ve daha materyalist bir yapıda, kendilerine verilen hedefleri gerçekleştirir gerçekleştirmez ödüllendirilmeyi bekleyen, terfi olanakları olduğu ve işlerini ilginç buldukları sürece çalıştıkları kurumda kalan kişilerdir. Bu kuşak üyeleri sadık, kanaat duyguları yüksek, teknolojiyi zorunlu olarak kullanmaya başlamış ve otoriteye saygılıdır (Keleş, 2011:131). Değişen dünya dinamiklerinin yansıması olan ekonomik sorunlar ile yüz yüze gelmiş, olabildiğince kanaatkâr, toplumsal sorunlar karşısında duyarlı, sadık, idealist, şüpheli ve mücadelecidirler. Teknolojik devrime denk geldiklerinden zorunlu olarak teknolojiyi kullanmaya başlamışlardır. Markaya zaafı olan ilk kuşaktır (Tekin, Akgemci, 2016:25).

2.4.Y Kuşağı

2025 yılında dünya nüfusunun %60'ının Y kuşağından oluşacağı tahmin edilmektedir (Deloitte, 2014). Günümüzde nüfusun %35'sini 1980 ve 2000 yılları arasında dünyaya gelen Y kuşağı oluşturmaktadır. Kuşağın en bilinen ismi "Y" harfinin okunuşu (vay) neden anlamına gelen "Why" (vay) sözcüğünün okunuşu ile aynı karşılığa denk gelmektedir. Bir diğer deyişle, İngilizcede her "Y Kuşağı" denildiğinde bu aynı zamanda "Neden Kuşağı" anlamına da gelmektedir (Altuntug, 2012: 206).

Y kuşağının kendinden önceki kuşaklarla olan en önemli farklılığı teknolojiye olan yatkınlıklarıdır. Bu kuşak bireyleri esnek, liberal, hevesli ve sabırsız gibi özelliklere sahiptirler (Jain ve Viswanathan, 2015: 296).

Y kuşağı, özgüven gibi bazı olumlu ve aksi de iddia ediliyor olmakla birlikte narsizm gibi bazı olumsuz kişilik özellikleriyle diğer kuşaklardan ayrılmaktadır (Deal vd., 2010:192). Bu kuşak, bağımsız olmanın yanı sıra esneklik aramakta ve iş-yaşam dengesi beklemekte, hızlı öğrenerek çoklu görevleri başarılı bir şekilde yerine getirebilmekte, geri bildirimleri en çok önemseyen ve sabırsız kişiler olarak tanımlanmaktadır (Zeeshan ve Iram, 2012:316).

Anne ve baba bağımlısı olan Y kuşağı, ebeveynlerinin yoğun ilgisi ve çocuklarıyla yüksek beklentiler içinde olmalarıyla, Y kuşağının kendilerine olan güvenlerini daha da arttırmıştır (Olson & Brescher, 2011; Simons 2010;

Özmen, 2016: 11). Bu kuşak iyi bir eğitim düzeyine sahip, materyalist bir dünyada yaşadığımızın farkında olan dolayısıyla diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında daha fazla tüketim temelli düşünen bir kuşaktır (O'Donnell, 2006).

Y kuşağının özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Konakay ve diğ., 2015:2016) :

- 1980-2000 yılları arasında doğan çocuklar, en yaşlısı 37, en genci 17 yaşında.
- İnternet ve çok kanallı televizyon ile birlikte büyüdüler.
- Mobil ya da yüz yüze görüşme haricinde sanal görüşmeyi de tercih edebiliyorlar.
- Bu kuşağın yüzde 97'si cep telefonu kullanıyor, yüzde 20'si YouTube'u günde birkaç kere ziyaret ediyor.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 20-24 yaş arasında ortalama 9 milyon kişi var.
- Yokluk bilgileri yok, sabırsızlar.
- Bireysel yaklaşım ağırlıklı karar mekanizmasına sahipler.
- Kendine güven duyguları yüksek.
- Sadakat duyguları zayıf.
- Çok kanallı TV ile büyüdüler. İnterneti tanıyıp hemen adapte oldular.
- Kendilerini ve tercihlerini rahatlıkla ortaya koyabiliyorlar. Çekingen değiller.
- Daha girişimciler.
- Kendi fikirlerine çok önem veriyorlar ve fikirlerinin mutlak sorumlusunu istiyorlar.

3. Y KUŞAĞI İŞ DEĞERLERİ

Toplumlar yeni doğan kuşaklar ile değişmeye başlamaktadırlar. İş hayatından ayrılan kuşakların yerleri, günümüzde Y Kuşağı ile dolmaktadır. İşletmelerdeki çalışanların kuşak farklılıkları ve bu farklılıkların sergiledikleri iş değerlerinin tespiti örgütlerin iş akışlarına olumlu katkı sağlayacaktır.

Geleneksel hiyerarşiden, unvanlardan ve pozisyonlardan etkilenmeyen bu kuşağın verimli çalışabilmesi için hiyerarşi korkusundan ziyade kendisine inanan ve güvenen bir yöneticiye ihtiyacı vardır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014:176). Y Kuşağı üyeleri için iş ortamında eğlenerek çalışmak ve akranlarıyla eğlenceli iş ortamları kurmak esastır onlar için en iyi iş kendilerine kişisel tatmin sağlayan iştir (Şenturan ve Diğ., 2016: 175) Yapıları gereği değişikliklere alışkın olan bu kuşak üyeleri, herhangi bir işten ayrılıp yeni bir işe geçtiklerinde adaptasyon sıkıntısı yaşamamaktadırlar (Akdemir vd., 2013:18).

Y Kuşağı çalışanları, önceki kuşaklardan farklı olarak, kendilerini meslekleri ya da çalıştıkları örgüt ile değil, bunların dışındaki kişisel özellikleri ve yaptıkları ile özdeşleştirmektedirler (Karaaslan, 2014). Çalıştıkları örgütün sosyal sorumluluğa verdiği önem, bu alanda yürüttüğü projeler, sunduğu destekler ve tüm bunların örgütün toplumdaki imajına yansımaları bu kuşak çalışanları için önemli ve değerlidir (Özer vd., 2013: 126).

Akademik alanda gelişen ilgi ile ortaya çıkan çalışmaların odak noktası, kuşakların iş değerlerindeki farklılıkların doğru değerlendirilmesi ile geliştirilecek stratejilerin, bu 'farklılıkların neden olabileceği çatışmaların', yaratıcılığı, etkinliği artıracak biçimde sinerjiye dönüştürebileceğidir (Kupperschmidt, 2000: 65).

İş yönünden sadakat duygularının zayıf olduğu belirtilen Y kuşağı, aile ve iş yaşantısını dengelemeyi benimsemektedir. Bu yönleri, uzaktan çalışma, yarı zamanlı tip çalışma alternatiflerine sıcak bakmalarına neden olmaktadır. Hayatlarını rahat yaşamak onlar için çok önemlidir. Çalışmayı sevmekte; ancak hayatlarının sadece iş olmasını istememektedirler. Otoriteye meydan okuyan, önce ailelerini sonra da patronlarını sorgulamaktan çekinmeyen ve kısa zamanlamalarda iyi iş çıkarmaya odaklı bir kuşaktır. İş hayatlarında olduğu gibi sosyal alanlarda da son derece seçici, diğerlerinden hızlı çalışıp başarısını çabuk kanıtlama çabasındadırlar. Dönemlerinin önemli olayları da bakış açıları ile ilgili olarak değerlendirilmektedir: Körfez Savaşı, 11 Eylül, Irak Savaşı, internet, küreselleşen dünya, iPod, cep telefonu, google, msn...(Topçuoğlu, 2007: www.rd.org.tr, Erişim tarihi: 06.12.2012).

Y kuşağı üyelerinin en belirgin özelliklerinden biri işi hayatlarının en önemli parçası olarak görmemeleri, hayatlarının merkezine koymamalarıdır. Çoğu zaman işi, yaşamak için gerekli bir şeyden daha fazlası olarak görmedikleri, dolayısıyla işyerinin sunduğu tatil (boş zaman) olanaklarına çok önem verdikleri; yavaş çalışabilecekleri ve sıkı denetim altında olmayacakları işleri tercih etmektedirler. Etik konusunda ise diğer kuşaklara nazaran daha zayıf oldukları; diğer bir deyişle ahlaki kabullere uygun hareket etmedikleri gözlemlenmektedir (Twenge,2010: 203-204).

4. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Şenturan ve arkadaşları (2016) yapmış oldukları çalışmada, Y kuşağı yöneticilerinin iş değerleri algılarında etkileme ve ilerleme, özerklik ve yeteneklilik, finansal koşullar/çalışma koşulları ve de iş ilişkileri boyutlarına ait özelliklerin X kuşağına göre daha etkili olduğunu bulmuşlardır.

Dereli ve Toruntay'ın (2015) çalışmalarında X kuşağının iş değerlerinin para, sosyal statü kazanma, başarıya yönelik ödüllendirme ve bireysel çalışma tercihi gibi konular olduğu tespit etmişlerdir. Y kuşağının iş değerleri ise desteklenen yaratıcılık, olumlu ya da olumsuz geribildirim, mesleki ve kişisel gelişim, kurumun sosyal sorumluluk projelerine katkı, kurumsal imajı yüksek kurumda çalışma isteği olduğunu tespit etmişlerdir.

Özer, Eriş, Özmen'in (2013) kuşakların farklılaşan iş değerlerini tespiti yönelik araştırmalarında X kuşağı üyeleri gösteriş, hizipçilik ve kayırmacılıkta önceki kuşaklardan daha geride kalmış, işe saygı ve sadakat konusunda en zayıf olan kuşak olarak tespit edilmiştir. Fakat bu kuşak disiplinli ve katı olmada diğer kuşaklardan öndedir. Y kuşağı ise gösterişe kendisinden önce gelen kuşaklardan daha çok önem vermekle birlikte, dürüstlük ve milliyetçilik açısından geridedirler. Y kuşağı iş yaşamında en az katı olan kuşak olarak araştırmada tespit edilmiştir.

Altuntaş (2017) araştırmasında Y kuşağı bireylerinin mobil öğrenme uygulamalarını kabulünü ve kullanmasını etkileyen faktörler incelenmiştir. Teknoloji kabul ve beklenti-kabul modeli temelinde kurgulanan model, kişisel değerler değişkeni eklenerek genişletilmiş ve test edilmiştir. Modelde algılanan kullanım kolaylığının bireylerin tatmini üzerindeki etkisinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu etkinin nedeni Y kuşağının teknolojiye olan yatkınlığı, hızlı kavrama ve yeniliklere meraklı olma özelliklerine bağlanmaktadır. Algılanan faydanın tatmin üzerindeki etkisinin orta düzeyde olması ise bu kuşağın mobil öğrenme uygulamalarını kullanım amaçlarından ve bu öğrenme uygulamalarının ihtiyaçlarını karşılamada istenilen düzeyde olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Altuntaş, 2017: 100).

Bozbay ve Akturan (2017) araştırmasında Y kuşağında sık giyim alışverişi yapan tüketicilerin fiyat uzmanlığı ve prestij duyarlılıkları ara sıra ve seyrek alışverişi yapan tüketicilere oranla daha yüksek olduklarını bulmuşlardır (Bozbay, ve Akturan, 2017: 15).

Araştırmalara göre Y Kuşağı'nın önceki kuşaklara kıyasla çok para kazanmaya daha az önem verdiği, bunun yanı sıra kendisini daha fazla tatmin edecek anlamlı ve iddali işlerde, sosyal sorumluluk bilinci yüksek organizasyonlarda çalışmaya önem verildiği bildirilmektedir. Daha açık kariyer yolları, daha anlamlı iş deneyimleri ve küresel hareketlilik fırsatları Y Kuşağı'na daha cazip gelmektedir (Boztunç, 2014:33).

Kelgökmen İlic ve Yalçın (2017) araştırmalarında X kuşağı belirli sınırlar altında denetimi faydalı görürken bunun iş disiplini açısından, Y kuşağı ise yapılan geri dönüşümlerde faydalı olacağını düşünmektedir. Şirket için alınacak kararlarda çalışanların da fikri alınarak nihai karar verilmesi gerektiği inancına sahiptirler. X kuşağı üyeleri yasal yaptırımların, belirli ölçüde işin başarısında gerekli olduğu düşüncesine sahipken, Y kuşağı üyeleri bu tarz uygulamaların kişilerin motivasyonunu azaltıcı olarak tanımlamıştır. X kuşağı üyelerine göre ideal bir iş ortamı görevlerin net olarak tanımlandığı, adil ve güven esasıyla olarak tanımlarken, Y kuşağı üyeleri koçluk sisteminin uygulandığı, esnek çalışma saatlerine sahip, giyim kurallarında esneklik tanıyan ve yemek, spor, kreş gibi ek imkânları sağlayan ortamlar olarak tanımlamıştır (Kelgökmen, Yalçın, 2017: 156).

Y kuşağı gelecekte harcama eğilimleri, eğitimleri, beklentileri, tüketim ve satın alma özellikleri bakımından diğer kuşaklardan oldukça ayrılmaktadır (Kayabaşı ve diğ, 2016: 41).

Günümüzde kuşaklar, seçtikleri mesleklerde ilerlemek, para, statü ve güç kazanmak anlamına gelen kariyer kavramından kendini gerçekleştirme, tatmin olma ve saygınlık gibi özellikleri de beklemektedir. Kuşakların değerleri ile kariyer tercihlerinin nasıl olduğu, aralarında bir ilişki olup olmadığı araştırmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Öncelikle Y kuşağı değerlendirmeye alınmıştır.

5.YÖNTEM

5.1.Araştırmanın Konusu ve Amacı

Y kuşağı 1980 ile 2000 arasında doğanlardır. Bu kuşak aynı zamanda internet kuşağı, echo-boomers, millennial ve nexters olarak da anılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Y kuşağının bireysel özelliklerinin kariyer tercihleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma Y kuşağını temsil eden Kocaeli Üniversitesinin Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu'nun 2016-2017 güz dönemi Temel İşletmecilik dersi alan 495 öğrencisine uygulanmıştır. 90 tane anket eksik doldurulduğu için araştırmaya katılmamıştır. Toplamda 405 öğrenci ankete dâhil edilmiştir.

Y kuşağını oluşturan üniversite öğrencilerinin bireysel özellikleri için "Rokeach Değer Envanteri" kullanılmıştır. Değerler ölçeğinde Başkalarına Güvensizlik, Bağışlama, Güven, Dürüstlük ve İşe Adanmışlık, olarak bireysel özellikler belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni için T testi ve yaş, kariyer hedefleri ve aile gelir durumu, internet kullanım süreleri, sosyal ağlarda zaman geçirme ve günlük yayın okuma süreleri değişkenleri için ANOVA Testi yapılmıştır.

5.2.Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı etrafında oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₂: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile kariyer hedefleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₃: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₄: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile aile gelir durumu arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₅: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile internet kullanım süreleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₆: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile sosyal ağlarda zaman geçirme arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₇: Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile günlük yayın okuma arasında anlamlı farklılıklar vardır.

5.3.Araştırma Sonuçları

5.3.1.Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Demografik Analizi

Tablo 1: Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyet Analizi

Cinsiyet	N	%
Bayan	239	59,0
Erkek	166	41,0
Toplam	405	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin, % 59,0'u bayan, % 41,i erkektir. Kız öğrenciler erkek öğrencilere göre %50 daha fazladır.

Tablo 2: Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Yaş Dağılımı Analizi

Yaş	N	%
20 yaş altı	268	66,2
20-30	135	33,3
31-36	2	0,5
Toplam	405	100,0

Üniversite öğrencilerinin %0,66,2'si 20 yaş altında, %33,3'ü (20-30) yaş aralığında, % 0,5'i ise (31-36) yaş aralığındadır.

Tablo 3: Y Kuşığı Üniversite Öğrencilerinin Aile Gelir Durumları

Aile Gelir Durumu	N	%
0-1000	125	30,9
1000-2000	133	32,8
2001-3000	87	21,5
3001-5000	43	10,6
5001 ve üzeri	17	4,2
Toplam	405	100,0

Üniversite öğrencilerinin aile gelir durumları ise %30,9'u 1000TL ve altı, %32,8'si 1001-2000TL arası, %21,5'i 2001-3000TL arası, %10,6'sı 3001-5000TL arası, %4,2'si 5001 ve üzeri gelire sahiptir. Araştırma gurubunun %63,7'si 2000 TL gelirin altında olması maddi yetersizliğin oldukça yüksek olduğunu bir göstergesidir.

Tablo 4: Y Kuşığı Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Tercihleri

Kariyer Tercihleri	N	%
Kamu Sektörü	113	27,9
Özel Sektör	138	34,1
Aile Yanı	4	1,0
Kendi İşini Kurmak	130	32,1
Diğer	20	4,9
Toplam	405	100,0

Y Kuşığı üniversite öğrencilerinin kariyer hedeflerinde %27,9 'u kamu sektörünü, %34,1'i özel sektörü, %1,0'i aile işini, %32,1'i kendi işini kurmak isteğini ve %4,9'u ise başka hedefleri olduğunu belirtmiştir. Kendi işini kurma isteği olanların yüzdelik dilimde ikinci sırada yer almaları girişimcilik kültürünün Y kuşağında benimsenmeye başlamasının bir sonucudur.

Tablo 5: Y Kuşığı Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımları

İnternet Kullanımı	N	%
1-2 saat	101	24,9
3-4 saat	112	27,7
5-6 saat	42	10,4
Cepten Sürekli Bağlı	150	37,0
Toplam	405	100,0

Y Kuşığı üniversite öğrencilerinin internet kullanımı %24,9 'u 1-2 saat, %27,7'si 3-4 saat, %10,4'ü 5-6 saat, %37 'si cepten sürekli bağlı olarak internet kullanmaktadır. Y kuşağının internete düşkünlüğü yüzdelik dilimde ilk sırayı cepten sürekli bağlı olan Y kuşağı oluşturmaktadır.

Tablo 6: Y Kuşığı Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağlarda Kalma Süreleri

Sosyal Ağlarda Kalma Süresi	N	%
1-2 saat	155	38,3
3-4 saat	98	24,2
5-6 saat	34	8,4
Cepten Sürekli Bağlı	118	29,1
Toplam	405	100,0

Y Kuşığı üniversite öğrencilerinin %38,3 'ü 1-2 saat, %24,2'si 3-4 saat, %8,4'ü 5-6 saat, %29'1'i cepten sürekli bağlı olarak sosyal ağlarda kalmaktadır.

Tablo 7: Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Günlük Yayın Okuma Saatleri

Günlük Yayın	N	%
1 saat	213	52,6
2 saat	100	24,7
3-4 saat	26	6,4
5-6 saat	17	4,2
Hiç	49	12,1
Toplam	405	100,0

Y kuşağı üniversite öğrencilerinin %52,6 'sı 1 saat, %24,7'si 2 saat, %6,4'ü 3-4 saat, %4,2' si 5-6 saat ve %12,1'i ise hiç olarak günlük yayın okuma durumlarını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Y Kuşağı Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeninin Değerler Ölçeğinin Güvensizlik Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Güvensizlik Faktörü	Bayan	238	2,3715	,89070	1,497	,135
	Erkek	166	2,5129	,96238		

Tablo 8'e göre güvensizlik faktörü soruları için Levene's testi sonuçları; $F=2,251$, $P=0,135$ $P> 0,05$ olduğu için varyanslar eşittir. $P=(0, 135)>0,05$ olduğu için Güvensizlik faktörü soruları cinsiyete göre farklılık göstermez.

Tablo 9: Y Kuşağı Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeninin Değerler Ölçeğinin Bağışlama Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Bağışlama Faktörü	Bayan	239	2,9657	,83535	2,168	,031
	Erkek	166	3,1675	,97665		

Tablo 9'a göre bağışlama faktörü soruları için Levene's testi sonuçları; $F=5,277$, $P=0,031$ $P< 0,05$ olduğu için varyanslar eşit değildir. $P=(0, 031) <0,05$ olduğu için Güvensizlik faktörü soruları cinsiyete göre farklılık gösterir. Erkeklerin ortalamasının $X_{ort.}=3,1675$, bayanların ortalamasından $X_{ort.}=2,9657$ daha yüksek olduğu görülüyor.

Tablo 10: Y Kuşağı Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeninin Değerler Ölçeğinin Güven Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Güven Faktörü	Bayan	238	4,4084	,52701	2,211	,028
	Erkek	166	4,2819	,59128		

Tablo 10'a göre güven faktörü soruları için Levene's testi sonuçları; $F=2,151$, $P=0,028$ $P< 0,05$ olduğu için varyanslar eşit değildir. $P=(0, 028) <0,05$ olduğu için Güven faktörü soruları cinsiyete göre farklılık gösterir. Bayanların ortalamasının $X_{ort.}=4,4084$, erkeklerin ortalamasından $X_{ort.}=4,2819$ daha yüksek olduğu görülüyor.

Tablo 11: Y Kuşağı Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeninin Değerler Ölçeğinin Dürüstlük Faktörünün Farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
Dürüstlük Faktörü	Bayan	237	4,1656	,73267	1,686	,093
	Erkek	166	4,0331	,80554		

Tablo 11'e göre dürüstlük faktörü soruları için Levene's testi sonuçları; $F=2,372$, $P=0,093$ $P> 0,05$ olduğu için varyanslar eşittir. $P=(0, 093)>0,05$ olduğu için dürüstlük faktörü soruları cinsiyete göre farklılık göstermez.

Tablo 12: Y Kuşağı Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeninin Değerler Ölçeğinin İşe Adanmışlık Faktörünün Farklaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	p
İşe Adanmışlık Faktörü	Bayan	238	3,8950	,70207	,743	,458
	Erkek	166	3,8414	,72074		

Tablo 12’ye göre işe adanmışlık faktörü soruları için Levene’s testi sonuçları; $F=,024$, $P=0,458$ $P>0,05$ olduğu için varyanslar eşittir. $P=(0,458)>0,05$ olduğu için işe adanmışlık faktörü soruları cinsiyete göre farklılık göstermez.

Yapılan t testi sonucunda H_1 hipotezi KABUL edilmiştir. Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılıklar vardır. Y Kuşağı Erkeklerin ortalamasının $X_{ort.}=3,1675$, bayanların ortalamasından $X_{ort.}=2,9657$ daha yüksek olduğu değerler ölçeğinin bağışlama boyutu açısından tespit edilmiştir. Y kuşağı bayanların ortalamasının $X_{ort.}=4,4084$, erkeklerin ortalamasından $X_{ort.}=4,2819$ daha yüksek olduğu değerler ölçeğinin güven boyutu açısından tespit edilmiştir. Diğer üç boyut olan güvensizlik, dürüstlük ve işe adanmışlık faktörlerinde farklılık bulunmamıştır.

Yapılan ANOVA testi sonucunda Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile yaş, kariyer hedefleri, aile gelir durumu, internet kullanım süreleri, sosyal ağlarda zaman geçirme ve günlük yayın okuma süreleri değişkenleri ile ilişki tespit edilememiştir. $H_2, H_3, H_4, H_5, H_6, H_7$ hipotezi RED edilmiştir.

Değerler ölçeğinin KMO değeri ,824’dür. Bu değer değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun mükemmel seviyede olduğunun göstergesidir. Anket sorularının Cronbach’s Alpha değeri ,673’ dur.

Tablo 13: Y Kuşağı Öğrencilerin Değerler Ölçeği Faktör Yükleri Tablosu

FAKTÖR ADI	SORU	İFADELER	FAKTÖR AĞIRLIKLARI	FAKTÖR AÇIKLAYICILIĞI
BAŞKALARINA GÜVENSİZLİK	D10	Diğer insanların fikirlerini dinlemektense kendimi onlarla karşı karşıya kalmış buluyorum.	,698	19,062
	D8	Hiç kimseye güvenemem.	,683	
	D4	Özür dilemek bana göre değildir.	,672	
	D12	Dürüstlük ve bütünleşme ev dışında gerekli değildir.	,660	
	D21	Başkalarına güvenmenin eski moda olduğunu düşünüyorum	,621	
	D36	Kin tutarım	,586	
	D31	Bence özür dilemek zayıflık işaretidir	,559	
BAĞIŞLAMA	D28	Geçmişte bana yanlış davranmış olan birini affederim.	,802	13,317
	D43	Hata yapan insanları affedebilirim.	,729	
	D14	Biri benim duygularımı incittiğinde affedebilirim.	,725	
	D49	“Affedebilir ve unutabilirim”	,717	
	D6	Bir şeyi yapacağımı söyleyip de yapmayan insanları affedebilirim.	,650	
GÜVEN	D44	Kendimi dürüst biri olarak görürüm.	,761	8,477
	D47	Güvenilir biriyim	,696	
	D39	İnsanlar bana güvenir.	,690	
	D45	İnsanların itimat ettiği biriyimdir	,646	
	D52	Kendimi sadık bir kişi olarak tanımlarım	,539	
DÜRÜSTLÜK	D22	Kendi hatalarım hakkında dürüst olabilirim.	,735	6,119
	D13	Dürüstlük benim için en üstün önceliği sahiptir.	,683	
	D15	Kendimi disiplinli biri olarak görüyorum.	,634	
	D37	Biriyle paylaşımında bulununca kendimi iyi hissederim	,735	
İŞE ADANMIŞLIK	D54	İşverenimin başarılı olduğunu görmeye kendimi adadım	,712	5,413
	D34	Adanmış bir çalışanıam.	,710	
	D50	Nitelikli bir çalışma ortamına kendimi adamaktayım.	,630	
			TOPLAM	52,389

Tablo 13'e göre anket soruları değerler ölçeğinin açıklayıcılığının %52,467'sini gerçekleştirmiştir.

Tablo 14: Y Kuşağı Öğrencilerinin Değerler Ölçeğinin Faktörlerinin Ortalamalarının Analizi

	N	X	s.s.
GÜVENSİZLİK	404	2,4296	,92228
BAĞIŞLAMA	405	3,0484	,90029
GÜVEN	404	4,3564	,55710
DÜRÜSTLÜK	403	4,1110	,76534
İŞE ADANMIŞLIK	404	3,8729	,70940

Tablo 14'e göre araştırmada üniversite öğrencilerinin değerler ölçeğinde birinci sırada (Xort.=4,36) ile güven faktörü gelmektedir. İkinci sırada (Xort.=4,11) ile dürüstlük, üçüncü sırada (Xort.=3,87) ile işe adanmışlık, dördüncü sırada (Xort.=3,04) ile bağışlama ve son olarak (Xort.=2,43) ile başkalarına güvensizlik gelmektedir.

Tablo 15: Y Kuşağı Öğrencilerinin Değerlerinin Başkalarına Güvensizlik Boyutunun Ortalamalarının Analizi

SORU	İFADELER	N	X	s.s.
D8	Hiç kimseye güvenemem.	405	2,8222	1,27155
d10	Diğer insanların fikirlerini dinlemektense kendimi onlarla karşı karşıya kalmış buluyorum.	405	2,5901	1,27811
d4	Özür dilemek bana göre değildir.	405	2,3951	1,37947
d12	Dürüstlük ve bütünleşme ev dışında gerekli değildir	405	2,0469	1,38781
d21	Başkalarına güvenmenin eski moda olduğunu düşünüyorum.	405	2,5926	1,47401
d36	Kin tutarım	405	2,5457	1,46781
d31	Bence özür dilemek zayıflık işaretidir	405	2,0198	1,43320

Tablo 15'e göre Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin başkalarına güvensizlik boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Hiç kimseye güvenemem" (Xort.=2,82) ve en az katıldıkları ifadenin ise " Bence özür dilemek zayıflık işaretidir." (Xort.=2,02) olduğu belirlenmiştir. Y Kuşağı özür dilemekten hoşlanmayan, başkalarına güvensiz, korumacı ailede yetişen bir kültürün bireyleri olduklarını verdikleri cevaplarla göstermişlerdir.

Tablo 16: Y Kuşağı Öğrencilerinin Değerlerinin Bağışlama Boyutunun Ortalamalarının Analizi

SORU	İFADELER	N	X	s.s.
d28	Geçmişte bana yanlış davranmış olan birini affederim.	405	3,0370	1,29588
d43	Hata yapan insanları affedebilirim.	405	3,2025	1,12949
d14	Biri benim duygularımı incittiğinde affedebilirim.	405	2,9802	1,21444
d49	"Affedebilir ve unutabilirim"	405	3,2420	1,23510
d6	Bir şeyi yapacağımı söyleyip de yapmayan insanları affedebilirim.	405	2,7802	1,18514

Tablo 16'ya göre Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin bağışlama boyutunda en çok katıldıkları ifadenin "Affedebilir ve unutabilirim" (Xort.=3,24) ve en az katıldıkları ifadenin ise " Bir şeyi yapacağımı söyleyip de yapmayan insanları affedebilirim." (Xort.=2,78) olduğu belirlenmiştir. Y kuşağı başkalarına karşı hatada hoşgörül bir kuşak olduğunu belirtmiştir.

Tablo 17: Y Kuşığı Öğrencilerinin Değerlerinin Güven Boyutunun Ortalamalarının Analizi

SORU	İFADELER	N	X	s.s.
d44	Kendimi dürüst biri olarak görürüm.	405	4,3630	,86122
d39	Güvenilir biriyim	405	4,4642	,77193
d47	İnsanlar bana güvenir.	405	4,4593	,79382
d45	İnsanların itimat ettiği biriyimdir	405	4,0321	,85101
d52	Kendimi sadık bir kişi olarak tanımlarım	405	4,4667	,70851

Tablo 17'ye göre Y kuşığı öğrencilerin değerler ölçeğinin güven boyutunda en çok katıldıkları ifadenin “Kendimi sadık bir kişi olarak tanımlarım” ($X_{ort.}=4,47$) ve en az katıldıkları ifadenin ise “İnsanların itimat ettiği biriyimdir.” ($X_{ort.}=4,03$) olduğu belirlenmiştir. Y kuşığı başkalarına karşı kendini güven veren bir birey olarak kendini görmektedir.

Tablo 18: Y Kuşığı Öğrencilerinin Değerlerinin Dürüstlük Boyutunun Ortalamalarının Analizi

SORU	İFADELER	N	X	s.s.
d22	Kendi hatalarım hakkında dürüst olabilirim.	405	4,1827	1,04654
d13	Dürüstlük benim için en üstün önceliğe sahiptir.	405	4,2765	1,14216
d15	Kendimi disiplinli biri olarak görüyorum.	405	3,6988	1,12273
d37	Biriyle paylaşımda bulununca kendimi iyi hissederim	405	4,2765	,99383

Tablo 18'e göre Y kuşığı öğrencilerin değerler ölçeğinin dürüstlük boyutunda en çok katıldıkları ifadeler “Dürüstlük benim için en üstün önceliğe sahiptir.” ($X_{ort.}=4,28$) ve en az katıldıkları ifadenin ise “Kendimi disiplinli biri olarak görüyorum.” ($X_{ort.}=3,70$) olduğu belirlenmiştir. Y kuşığı başkalarına karşı dürüst biri olarak kendini nitelenmiştir.

Tablo 19: Y Kuşığı Öğrencilerinin Değerlerinin İşe Adanmışlık Boyutunun Ortalamalarının Analizi

SORU	İFADELER	N	X	s.s.
d54	İşverenimin başarılı olduğunu görmeye kendimi adadım	405	4,1160	,93283
d34	Adanmış bir çalışanıam.	405	3,5185	1,07066
d50	Nitelikli bir çalışma ortamına kendimi adamaktayım.	405	3,9877	,88572

Tablo 19'a göre Y kuşığı öğrencilerin değerler ölçeğinin işe adanmışlık boyutunda en çok katıldıkları ifadeler “İşverenimin başarılı olduğunu görmeye kendimi adadım.” ($X_{ort.}=4,12$) ve en az katıldıkları ifadenin ise “Adanmış bir çalışanıam.” ($X_{ort.}=3,52$) olduğu belirlenmiştir. Y kuşığı çalışma ortamından memnunsu işe kendisini adadığını ifade etmiştir.

6. BULGULAR

Araştırmanın bulguları hipotezlerin kabul ve redleri aşağıdaki gibidir:

- Yapılan t testi sonucunda H_1 hipotezi KABUL edilmiştir. Y kuşığı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılıklar vardır. Y Kuşığı Erkeklerin ortalamasının $X_{ort.}=3,1675$, bayanların ortalamasından $X_{ort.}=2,9657$ daha yüksek olduğu değerler ölçeğinin bağışlama boyutu açısından tespit edilmiştir. Y kuşığı bayanların ortalamasının $X_{ort.}=4,4084$, erkeklerin ortalamasından $X_{ort.}=4,2819$ daha yüksek olduğu değerler ölçeğinin güven boyutu açısından tespit edilmiştir. Diğer üç boyut olan güvensizlik, dürüstlük ve işe adanmışlık faktörlerinde farklılık bulunmamıştır.

- Yapılan ANOVA testi sonucunda Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin boyutları ile yaş, kariyer hedefleri, aile gelir durumu, internet kullanım süreleri, sosyal ağlarda zaman geçirme ve günlük yayın okuma süreleri değişkenleri ile ilişki tespit edilememiştir. $H_2, H_3, H_4, H_5, H_6, H_7$ hipotezi RED edilmiştir.
- Araştırmada üniversite öğrencilerinin değerler ölçeğinde birinci sırada (Xort.=4,36) ile güven faktörü gelmektedir. İkinci sırada (Xort.=4,11) ile dürüstlük, üçüncü sırada (Xort.=3,87) ile işe adanmışlık, dördüncü sırada (Xort.=3,04) ile bağışlama ve son olarak (Xort.=2,43) ile başkalarına güvensizlik gelmektedir. Korumacı aileler tarafından yetiştirilen bu kuşak başkalarına güvensiz bir kuşaktır, araştırma sonucu bunu destekler niteliktedir.
- Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin başkalarına güvensizlik boyutunda en çok katıldıkları ifadenin “Hiç kimseye güvenemem” (Xort.=2,82) ve en az katıldıkları ifadenin ise “ Bence özür dilemek zayıflık işaretidir.” (Xort.=2,02) olduğu belirlenmiştir. Y kuşağı özür dilemekten hoşlanmayan, başkalarına güvensiz, korumacı ailede yetişen bir kültürün bireyleridir.
- Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin bağışlama boyutunda en çok katıldıkları ifadenin “Affedebilir ve unutabilirim” (Xort.=3,24) ve en az katıldıkları ifadenin ise “ Bir şeyi yapacağımı söyleyip de yapmayan insanları affedebilirim.” (Xort.=2,78) olduğu belirlenmiştir. Araştırma grubumuzdaki Y kuşağı başkalarına karşı hatada hoşgörülü bir kuşak olduğunu belirtmiştir.
- Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin güven boyutunda en çok katıldıkları ifadenin “Kendimi sadık bir kişi olarak tanımlarım” (Xort.=4,47) ve en az katıldıkları ifadenin ise “ İnsanların itimat ettiği biriyimdir.” (Xort.=4,03) olduğu belirlenmiştir. Y Kuşağı başkalarına karşı kendini güven veren bir birey olarak görmektedir.
- Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin dürüstlük boyutunda en çok katıldıkları ifadeler “Dürüstlük benim için en üstün önceliğe sahiptir.” (Xort.=4,28) ve en az katıldıkları ifadenin ise “ Kendimi disiplinli biri olarak görüyorum.” (Xort.=3,70) olduğu belirlenmiştir. Y kuşağı başkalarına karşı dürüst biri olarak kendini nitelmiştir.
- Y kuşağı öğrencilerin değerler ölçeğinin işe adanmışlık boyutunda en çok katıldıkları ifadeler “İşveremin başarılı olduğunu görmeye kendimi adadım.” (Xort.=4,12) ve en az katıldıkları ifadenin ise “ Adanmış bir çalışanım.” (Xort.=3,52) olduğu belirlenmiştir. Y kuşağı çalışma ortamından memnunsa işe kendisini adadığını ifade etmiştir.

Araştırma gurubunun %63,7’si 2000 TL gelirin altında olması maddi yetersizliğin oldukça yüksek olduğunun bir göstergesidir. Kendilerine çeşitli fırsatlarda gelecekte ne yapmak istedikleri sorulduğunda büyük bir çoğunluk devlet memuru olma eğiliminde olduğunu ifade etmektedir. Kariyer tercihlerinde kendi işini kurmak isteyenlerin yüzdesi ikinci sırada yer almıştır. Ancak tüm öğrencilerin devlet memuru olması mümkün değildir.

7.SONUÇ VE TARTIŞMA

Y Kuşağının karakteristik özellikleri var oldukları kültürün sosyal ve ekonomik koşullarına göre değişim göstermekle birlikte, en belirgin özellikleri teknolojiye son derece hâkim bir kuşak olmalarıdır. Y kuşağı hiyerarşi içerisinde çalışmayı sevmeyen, iş hayatına atılır atılmaz kendi işlerinin patronu olmayı isteyen ve para harcamak için çalışan kuşaktır. Araştırma sonuçlarımızda kariyer tercihlerinde Y Kuşağının girişimcilik eğiliminin ilk tercih nedeni olmamasının nedeni ekonomik durumun yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Ekonominin düzelmesinde lokomotif görevini üstlenen girişimcilerin artması için kendilerine güvenen bu nesile yönelik eğitim ve öğretim programlarının hazırlanması, işletmecilik derslerinde başarılı ve başarısızlıkla sonuçlanan girişimcilik örneklerine yer verilmesi gerekmektedir. Araştırma sonuçlarında Y Kuşağı başkalarının yaptığı hataya hoşgörü ile karşılık verebildiğini vurgulamıştır. Bunun da sebebi korumacı, helikopter ebeveyn olarak nitelenen aileler tarafından yaptıkları hataların hoşgörü ile karşılanmasıdır. Y kuşağı hatalar karşısında özür dilemeyi sevmeyen bir nesildir. Korumacı ailelerin başkalarından gelecek olan tehlikelere karşı yapmış olduğu telkinler, Y Kuşağını başkalarına güvensiz fakat kendine güvenen bir kuşak yapmıştır. Araştırma sonuçları bu yargıyı destekler niteliktedir.

Bu çalışmada, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksekokulunun Y kuşağını temsil eden Temel İşletmecilik

dersi alan öğrencilerinin değerleri araştırılması yapılmıştır. Araştırmanın sadece Kocaeli Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılması araştırmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır. Başka üniversitelerde Y kuşağı değerlerine yönelik araştırmalar yapılarak kuşakların değerleri ve beklentilerine yönelik karşılaştırmalar yapılması diğer araştırmacılara önerilir. Farklı kuşaklar kariyer tercihleri açısından incelenerek kuşaklar arasındaki farklılıklar incelenebilir.

KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, O., BATUR, H. Z., & EKŞİLİ, N. (2014). "Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19), 165-182.
- AKDEMİR, A., KONAKAY, G., DEMİRKAYA, H., NOYAN, A., DEMİR, B., AĞ, C., PEHLİVAN, Ç., ÖZDEMİR, E., AKDUMAN, G., EREGEZ, H., ÖZTÜRK, İ., & BALCI, O. (2013). "Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması", Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2), 11-42.
- ALTUNTAŞ B. (2017). "Y Kuşağının Mobil Öğrenme Uygulama Tercihini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi", İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 6 89-104.
- ALTUNTUĞ, N. (2012). "Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 203-212
- ARSENAULT, P.M. (2004). "Validating Generational Differences: A Legitimate Diversity and Leadership Issue", The Leadership and Organization Development Journal, 25:124-141.
- BAKIRTAŞ H., DİVANOĞLU S.U., AKKAŞ C., (2016). Y kuşağı, Farklı Ne? Neyi, Niçin, Nasıl Alır ya da Aldırır?, Ekin Yayınevi, Bursa.
- BARAN M., (2014). "Y Kuşağının Zorunlu Askerlik Hizmetinden Beklentilerinin Analizi", Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Savunma Kaynakları Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- BLANCHARD, K. VE O'CONNOR, M. (1998). Değerlerle yönetim. (Çev: K. Ay). İstanbul: Epsilon.
- BOZBAY Z., AKTURAN U., (2017). "Cinsiyet ve Alışveriş Davranışının Fiyat Algılamaları ile İlişkinin Saptanması: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma." *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*. Jul, Vol. 54 Issue 629, 87-101.
- BOZTUNÇ, N. (2014). Y Kuşağını Elde Tutabilme Üzerine Bir Çalışma, Bitirme Projesi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- CRAMPTON, S.M., VE HODGE, J.W. (2007). "Generations in the Workplace: Understanding Age Diversity", The Business Review Cambridge, 9(1):16-23.
- DEAL, J.J, ALTMAN, D.G VE ROGELBERG, S.G. (2010). "Millennials at Work: What We Know and What We Need To Do (if anything)", Journal of Business Psychology, 25:191-199.
- DELOÏTTE MİLLENİAL SURVEY, (2014).
- DERELİ, B., & TORUNTAY, H. (2015). Örgütlerde kuşakların iş değerleri, motivasyon ve mentorluk kavramlarına dayalı yönetimi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, No: 03(05).
- ERDEN A.S. (2013). "Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar Ve Örgütsel Yansımalar", Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(1), 93-112.
- GURSOY, D., MAİER, T.A., VE CHİ, C.G. (2008). Generational Differences: An Examination Of Work Values And Generational Gaps İn The Hospitality Workforce. International Journal Of Hospitality Management, 27(3), 448-458.
- JAİN, V. VE VİSWANATHAN, V. (2015). Choosing and using mobile apps: A conceptual framework for Generation Y. Journal of Customer Behaviour, 14(4), 295-309.
- KAYABAŞI A., TAŞKIN E., KAYIK M. (2016). "Y Kuşağının Türk Ve Yabancı Firmalara Yönelik Algıları: Çok Boyutlu Ölçekleme İle Analizi", Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 49 , (29-45)
- KELGÖKMEN İLİC, D., YALÇIN, B., (2014). "Y Jenerasyonunun Farklılaşan İş Değerleri Ve Liderlik Algılamaları" Journal of Yasar University, 12/46, (136-160).
- KONAKAY, G., AKDEMİR, A., ERGEN, B., SOLMAZTÜRK, A., GÜRER, A., AKTÜRK, F., GÖKDEMİR, O., YALMAÇ, Ö., SEZEN, S., YAVUZ, S. TIN, U., (2015). "Üniversite Öğrencilerinin Akademisyen ve Ebeveyn Etkileşimleri Işığında Liderlik Modeli Belirlenmesinde Karizma ve Entelektualite Etkisinin Araştırılması", *İşletme Araştırmaları Dergisi* 7/1, 205-235.

- KUPPERSCHMIDT, B.R. (2000). "Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management", *The Health Care Manager*, 19(1):65-76.
- LAZAREVIC, V., (2012). "Encouraging brand loyalty in fickle generation Y consumers", *Young Consumers*, 13(1), pp. 45-61.
- LEVICKAITE R., (2010). "Generations X Y Z: How Social Networks Form The Concept Of The World Without Borders The Case Of Lithuania", *Limes*, Vol: 3, No: 2, 170-183.
- LOTFI, A., KABIRI, S., GHASEMLOU, H. (2013). "Değerler Değişimi Ve Kuşaklararası Çatışma: İnan Khoy Kenti Örneği", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14.2.
- O'DONNELL, J., (2006). Gen Y sits on top of consumer food chain; they're savvy shoppers with money and influence. *USA Today*, 11: 3B.
- ÖZER, P.S., ERİŞ, E., D., & ÖZMEN, Ö.N.T. (2013). "Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 123-142.
- PRYCE, J. WORK VALUES, (2014). "A Formidable Domain Within The Context Of People's Lives", *Value, Transvaluation And Globalization Special Issue*, 13.2, 20-35.
- ROS, M., SCHWARTZ, S., & SURKISS, S. (1999). "Basic Individual Values, Work Values And The Meaning Of Work. *Applied Psychology*", *An International Review*, 48 (1), 49- 71.
- S. SENTURAN, Ş., KOSE A., DERTLİ E. M., BASAK S., SENTURK N., (2016). "X ve Y Kuşağı Yöneticilerinin İş Değerleri Algısı ve Farklılıkları Üzerine İnceleme", *Business and Economics Research Journal*, Volume 7 Number 3 pp. 171-182
- TANRİVERDİ H., (2012). "Kişilik Özelliklerinin İş Değerlerine Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Hastane Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Vol.16, No.2, Pp.189-210
- TEKİN İ.Ç., AKGEMCİ T., (2016) "Y Kuşağı Çalışanların İş Değerlerinin Araştırılması: Konya İli Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama", *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1 Sayı 2 (15-22).
- TOPÇUOĞLU, M.C., (2007). "İyi de Kim Bu Y'ler", <http://www.rd.org.tr/ayinsozu/AyinSozuAgustos.pdf>, (06/12/2012).
- TWENGE, J. M., CAMPBELL, S. M., HOFFMAN, B. J. VE LANCE, C. E. (2010). "Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing", *Journal of Management*, 36 (5), 1117-1142
- VURGUN, L., ÖZTOP S., (2011). "Yönetim Ve Örgüt Kültüründe Değerlerin Önemi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.16, S.3, s.217-230.
- YILDIZ, M., DİLMAÇ, B. & DENİZ, M.E. (2013). "Analysis Of The Relation Between SelfEsteem And Values Held By Candidate Teachers", *Elementary Education Online*, Vol. 12, Issue 3., 740-748.
- YILMAZ, K. (2006). "İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerine Göre Kamu İlköğretim Okullarında Bireysel ve Örgütsel Değerler ve Okul Yöneticilerinin Okullarını bu Değerlere göre Yönetme Durumları", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- ZEESHAN, A. VE IRAM, A. (2012). "Generational Diversity: Strategies to Bridge The Diversity Gap", *International Journal of Engineering and Management Science*, 3(3):315-318.
- ZEMKE, R., RAİNES, C., & FİLİPCZAK, B. (2000). *Generations at work: Managing the clash of veterans, boomers, Xers and nexters in your workplace*. American Management Association, New York.
- ZHANG K. & BONK C. J., (2010). *Generational learners ve e-learning Technologies. Handbook of research on practices and outcomes in e-learning: issues and trends*. USA: IGI-Global, 76-92.
- <http://www.jamesrbrett.com> Erişim Tarihi: 05.12.2012).