

Deloitte.



Deloitte Global 2022 Z ve Y Kuşaağı Araştırması

Ülke profili: Türkiye



Metodolojimiz:

2022 Z ve Y Kuşağı Araştırması kapsamında Kuzey Amerika, Latin Amerika, Batı Avrupa, Doğu Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Asya Pasifik genelinde 46 ülkeden ankete katılan Z kuşağından 14.808 kişinin, Y kuşağından ise 8.412 kişinin (toplam katılımcı sayısı 23.220) görüşleri alınmıştır.

Saha çalışması 24 Kasım 2021 ile 4 Ocak 2022 tarihleri arasında tamamlanmıştır.

Çalışmada belirtildiği üzere Z kuşağı katılımcılar Ocak 1995 ile Aralık 2003 tarihleri arasında, Y kuşağı katılımcılar ise Ocak 1983 ile Aralık 1994 tarihleri arasında doğmuştur.

Kilit global bulgular:

Gerek dünyanın durumu gerekse kendi gelecekleri Z ve Y kuşaklarını oldukça endişelendiriyor. Günümüzün süregelen krizleri karşısında önceliklerini yeniden gözden geçiren Z ve Y kuşakları, toplumsal değişimlere öncülük etme isteklerinin de etkisiyle günlük hayatlarında önlerine çıkan zorlukları belli bir dengeye oturtma yönünde aktif çaba sarf ediyorlar.



Hayat pahalılığı Z ve Y kuşaklarının endişeleri arasında ilk sırada yer alıyor. Ay sonunu zor getirdiğini dile getiren çoğu katılımcı rahat bir emeklilik geçirebileceğinden emin değil. Her 10 Z kuşağı katılımcısından en az dördü ve Y kuşağının üçte biri geçinebilmek için asıl işlerinin yanı sıra yarı zamanlı ya da tam zamanlı başka bir işte daha çalışıyor. Daha geniş bir toplumsal seviyede bakıldığında Z ve Y kuşakları varlık eşitsizliği konusunda büyük endişelere sahip ve ayrıca, ülkelerindeki ekonomik durumun düzeleceğinden de umutlu değil.



Birçok kişiyi hayatta kendisi için neyin önemli olduğunu yeniden gözden geçirmeye yönelten mevcut memnuniyetsizlikler, işletmelere olan güvensizlik seviyesindeki artış ve pandemi gibi çok etkisi yaratan olayların ardından ortaya çıkan **Büyük İstifa akımı** bu anlamdaki bir **kırılma noktasına ilişkin sinyaller** veriyor. Z ve Y kuşaklarının uzun süredir istediği uzun soluklu iş yeri değişikliklerine işverenlerin şimdilerde önyak olmaları gerekiyor, hatta mevcut durumu bu anlamda bir fırsat olarak görebilirler. Maaş, daha iyi bir iş/yaşam dengesi ve daha fazla öğrenme ve kendini geliştirme fırsatı listenin başında geliyor.



Esnek çalışma konusu bir öncelik olarak ortaya çıkıyor. Z ve Y kuşaklarının büyük çoğunluğu (sırasıyla %75 ve %77) hibrit ya da uzaktan çalışma modelini tercih ederken, halihazırda yarıdan daha azı bu imkanlara sahip. Esnek çalışma onlar için önemli bir konu çünkü bu şekilde tasarruf yapabileceklerini, ilgi alanlarına zaman ayırabileceklerini ve aileleriyle daha fazla vakit geçirebileceklerini düşünüyorlar. Öte yandan, işverenlerin hibrit/esnek çalışma düzenlemelerinin adil bir yapıda olmasını sağlama yönünde de çalışmaları gerekiyor.



Z ve Y kuşakları dünyanın iklim değişikliği konusunda kritik bir eşikte olduğunu düşünüyor. Z ve Y kuşaklarının neredeyse tümü (%90) çevreye olan kişisel etkilerini azaltmak için çaba sarf ediyor. Kısa vadedeki çabalarının odağında günlük hayatlarındaki ufak çaplı eylemleri yer alırken, uzun vadede ise toplumsal katılımını artırmak ve işleri daha pahalı bir hale gelebilecek olsa da büyük çaplı alışverişlerine sürdürülebilirliği dahil etmek istiyorlar. Aynı zamanda işverenlerin de iklim değişikliği konusunda harekete geçmelerini sağlamaya çalışıyorlar. Ancak, işverenlerde bu yönde ciddi bir istek olduğunu düşünenlerin oranı Z kuşağı katılımcılar arasında sadece %18 iken, Y kuşağı katılımcılar arasında yalnızca %16. Ülkelerindeki hükümetlerin bu yöndeki istekliliklerine gelince katılımcılardaki iyimserlik seviyesi bu kadar bile değil.



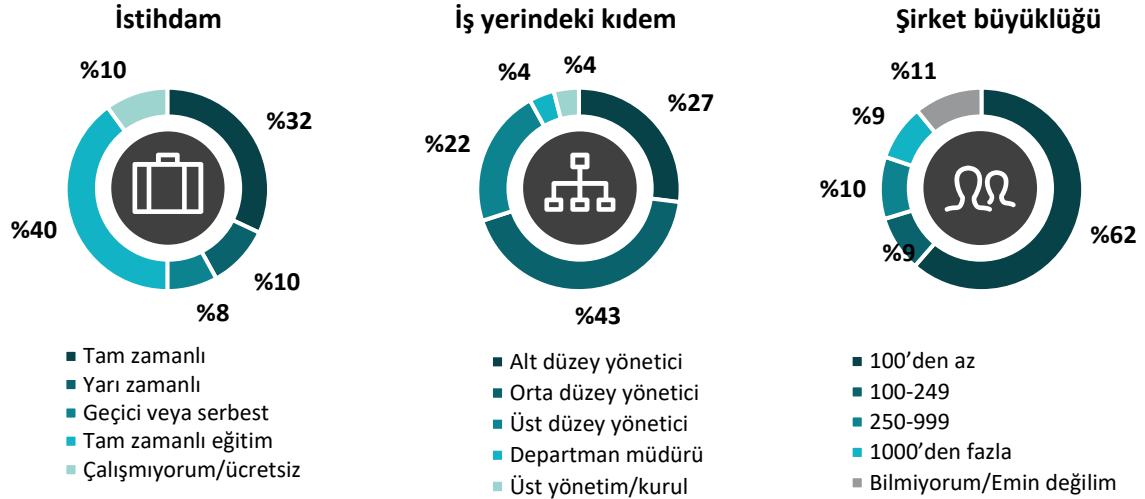
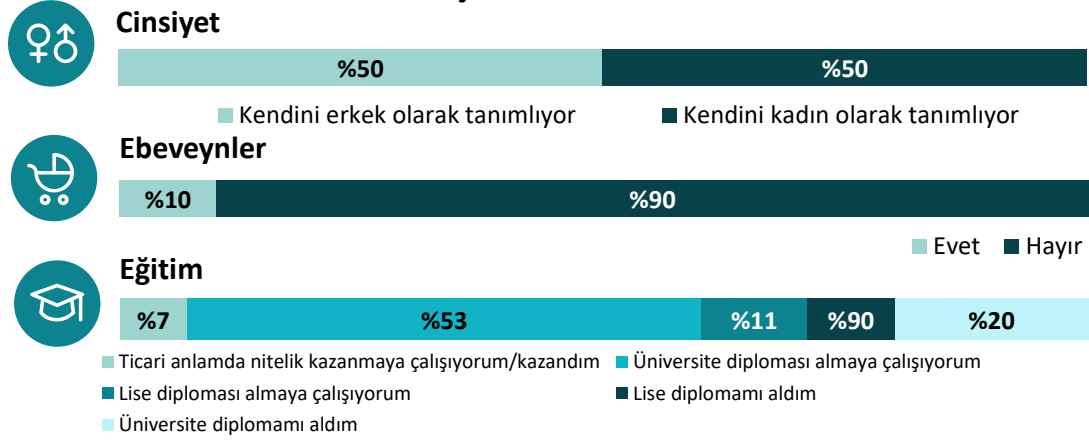
Stres ve tükenmişlik seviyeleri yüksek. Z kuşağının neredeyse yarısı her zaman ya da zamanlarının büyük kısmında kendilerini stres altında hissettiklerini söylüyor. Y kuşağında da stres seviyesi yüksek ancak geçen yıla kıyasla bir nebze düşmüş durumda. Bu arada, tüm katılımcıların yarısından fazlası iş yüklerinin getirdiği baskı nedeniyle kendilerini tükenmiş hissettiklerini söylüyor. İşverenler tarafına bakıldığında iş yeri kaynaklı sağlık sorunları konusunda bir çaba söz konusu olduğu görülüyor; katılımcıların yarıdan fazlası pandemi başladığından beri işverenlerinin iş yeri refahı ve mental sağlık konularını daha fazla dikkate aldığını söylüyor. Bununla birlikte, çoğu katılımcı bu artan hassasiyetin çalışanlar üzerinde anlamlı bir etki yarattığını düşünüyor.

Bu sunumda, **Türkiye'deki Z ve Y kuşakları** ile dünyanın geri kalanındaki akranları arasında bu kilit konularda nasıl bir farklılık olduğuna yer veriliyor.

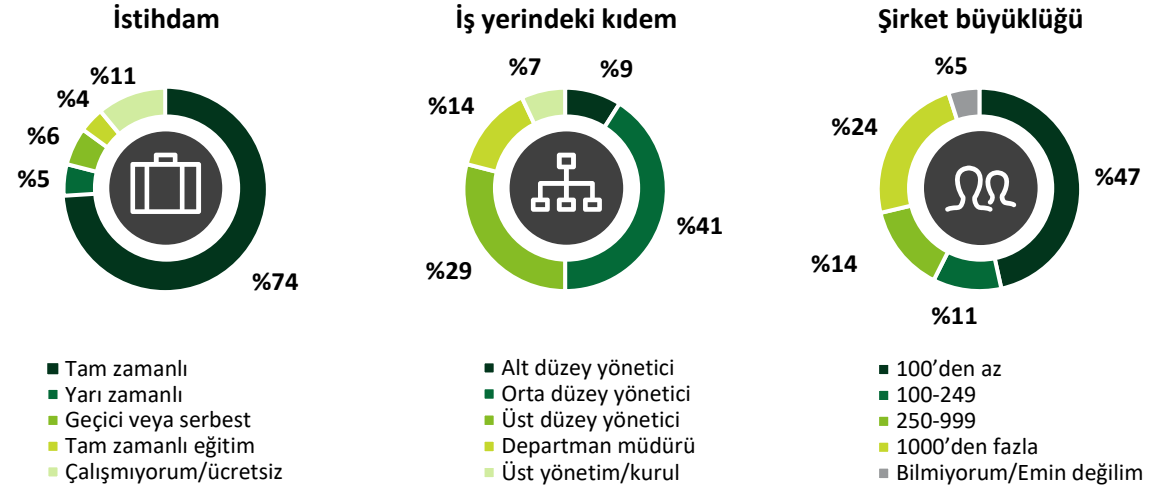
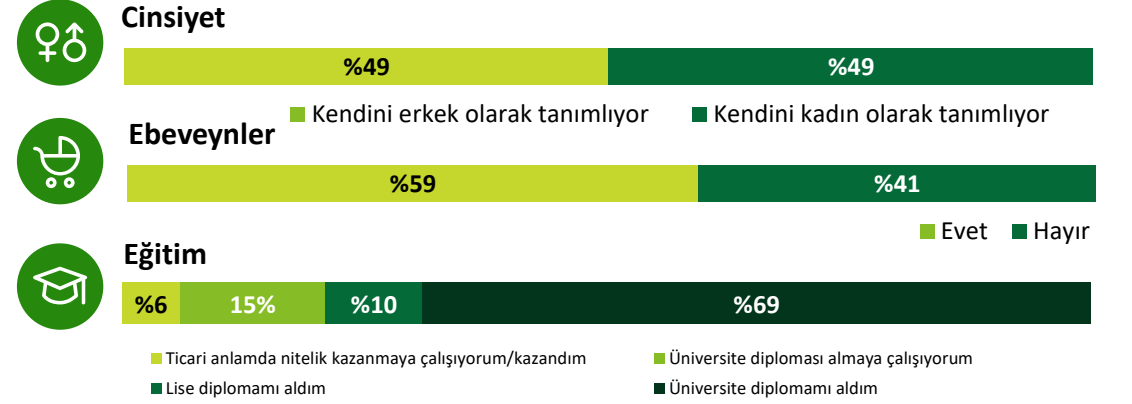


Türkiye'den toplam 500 katılımcı: 300 Z kuşağı katılımcısı, 200 Y kuşağı katılımcısı

Z KUŞAĞI PROFİLİ



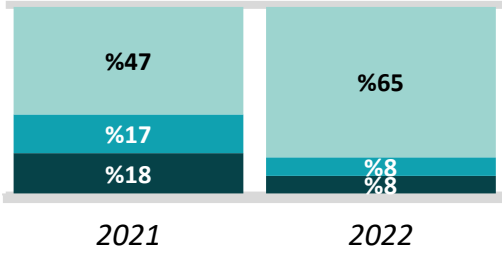
Y KUŞAĞI PROFİLİ



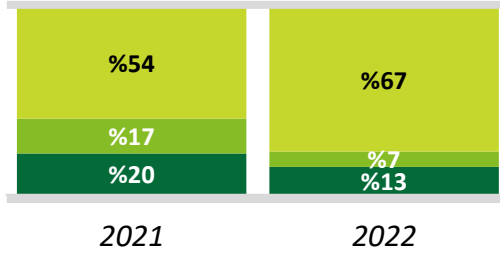


Önümüzdeki 12 ayda ülkelerindeki **genel ekonomik durumun** hangi yönde değişeceğini düşünüyorlar:

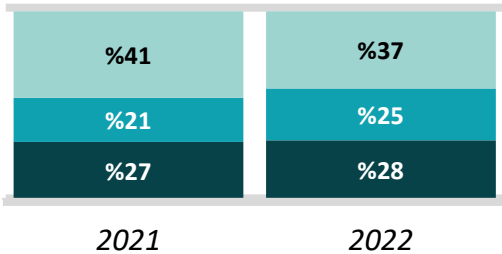
Türkiye'deki Z Kuşağı



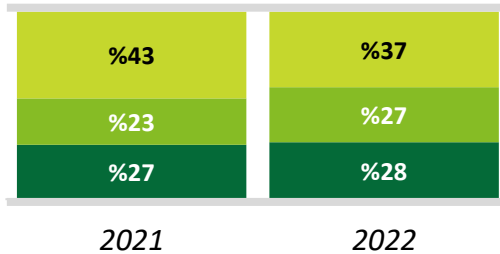
Türkiye'deki Y Kuşağı



Global Z Kuşağı



Global Y Kuşağı

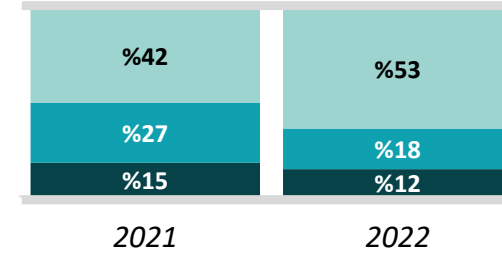


■ Kötüleſir ■ Aynı kalır ■ İyiye gider ■ Kötüleſir ■ Aynı kalır ■ İyiye gider

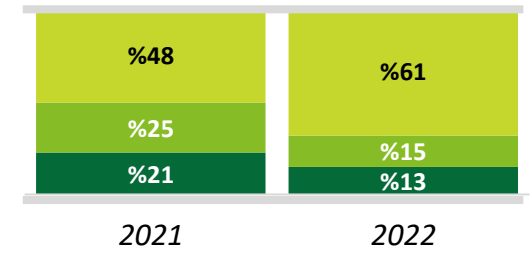


Önümüzdeki 12 ayda ülkelerindeki **genel sosyopolitik durumun** hangi yönde değişeceğini düşünüyorlar*:

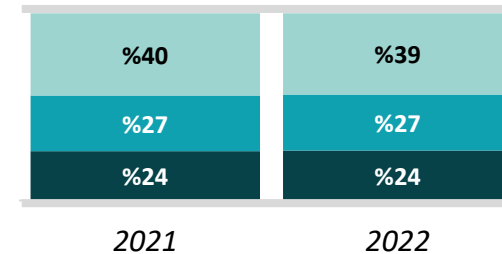
Türkiye'deki Z Kuşağı



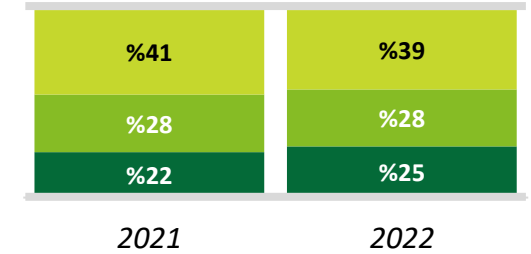
Türkiye'deki Y Kuşağı



Global Z Kuşağı



Global Y Kuşağı

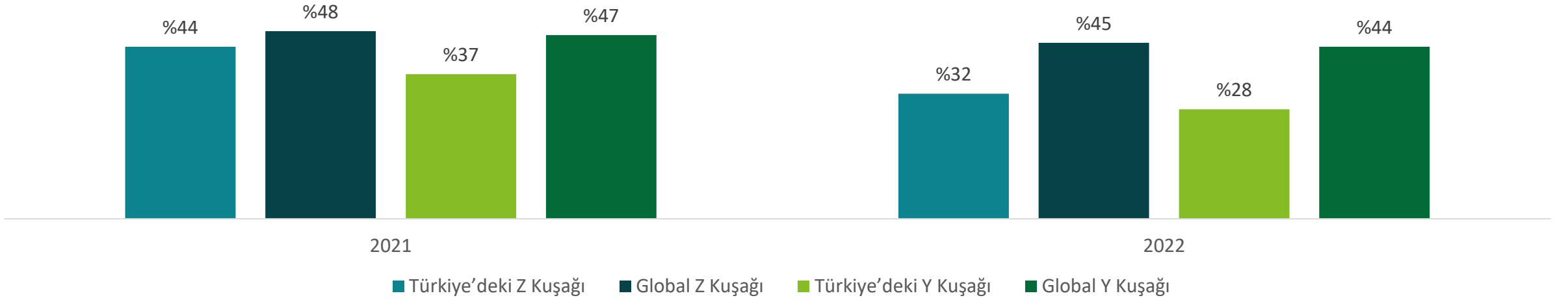


■ Kötüleſir ■ Aynı kalır ■ İyiye gider ■ Kötüleſir ■ Aynı kalır ■ İyiye gider

*Çin'de sorulmamıştır



İşletmelerin toplum üzerinde çok/makul oranda olumlu bir etkisi olduğunu düşünen katılımcıların yüzdesi:

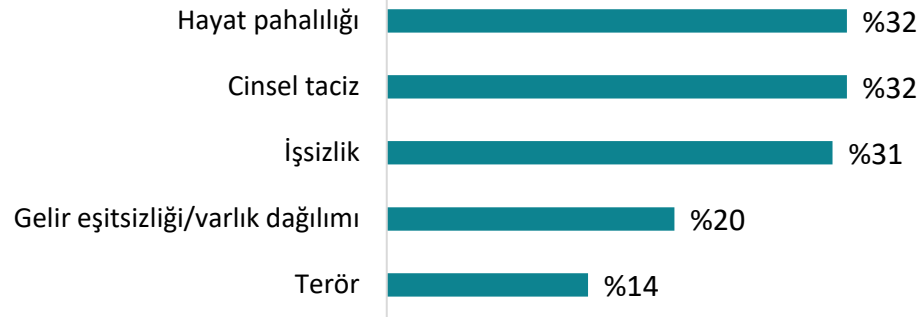


En büyük endişeler



En çok endişe yaratan ilk beş sorun:

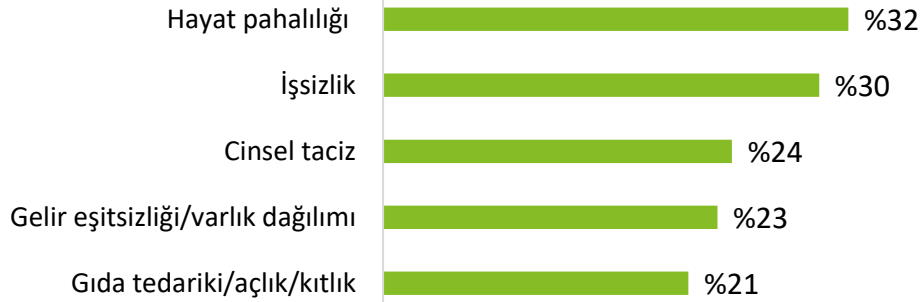
Türkiye'deki Z Kuşu



Global Z Kuşu



Türkiye'deki Y Kuşu



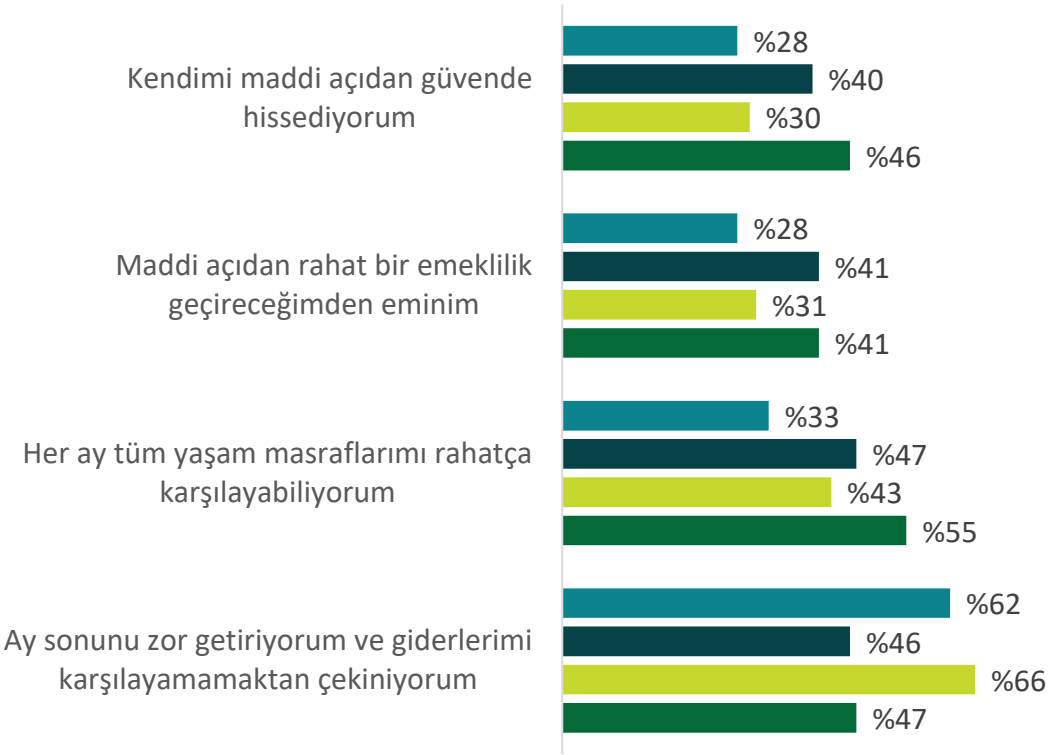
Global Y Kuşu



Finansal endişeler ve ek iş yaygınlığı



Aşağıdaki cümlelere kesinlikle katılan / katılma eğilimi gösteren kişiler:



■ Türkiye'deki Z Kuşağı ■ Global Z Kuşağı ■ Türkiye'deki Y Kuşağı ■ Global Y Kuşağı



Birçoğunun ek işi var. Asıl işlerine ek olarak yarı zamanlı ya da tam zamanlı işleri olanlar:



Türkiye'deki Z Kuşağı



Türkiye'deki Y Kuşağı

En rahat görülen ek işleri belirlemede yetersiz Z ve Y kuşağı katılımcı tabanı (<30)

İş Sadakati



İşlerinde beş yıldan fazla kalmak ya da iki yıl içinde işlerinden ayrılmak isteyenler:

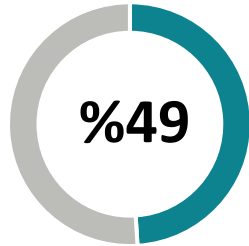
Türkiye'deki Z Kuşağı

	2021	2022
5 yıldan fazla kalma	%8	%28
2 yıl içinde ayrılma	%84	%36

Türkiye'deki Y Kuşağı

	2021	2022
5 yıldan fazla kalma	%28	%51
2 yıl içinde ayrılma	%54	%19

İşlerinden iki yıl içinde ayrılmayı isteyen katılımcılar arasından, aşağıda görülen orandaki katılımcı yeni bir iş bulmadan bunu yapabileceğini söylüyor*

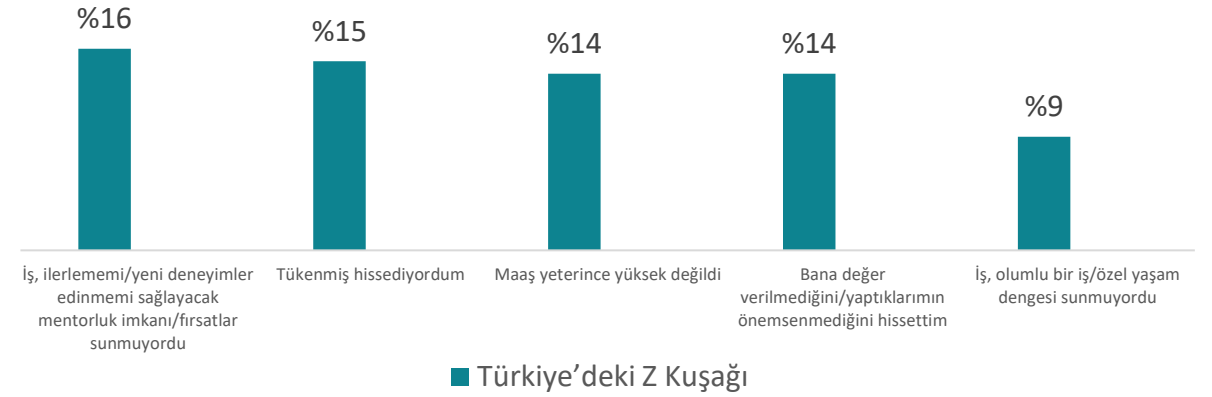


Türkiye'deki Z Kuşağı

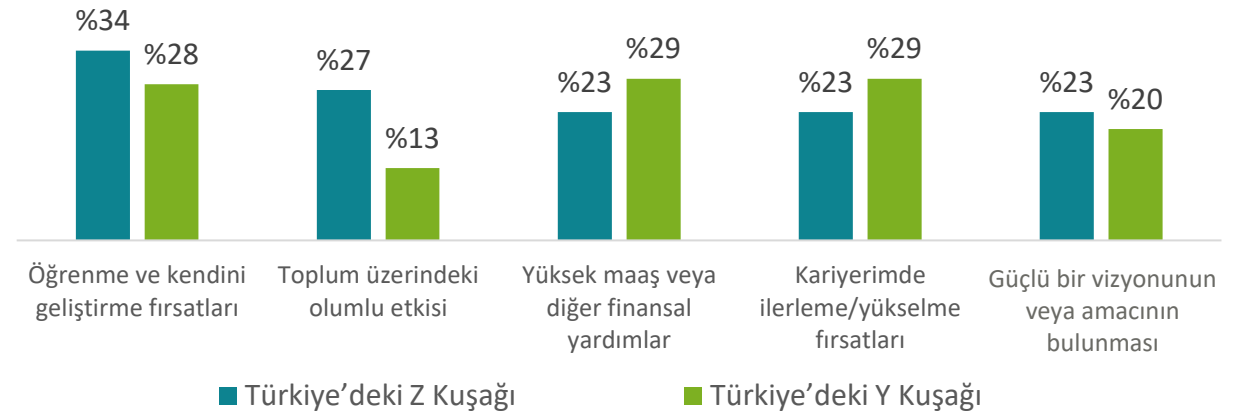
*Dikkat - düşük Z kuşağı tabanı (49) ve
** Y kuşağı sonuçlarını belirlemede yetersiz katılımcı tabanı (<30)



Z kuşağının en önemli istifa sebepleri**



Z ve Y kuşaklarının bir şirkette çalışmaya ilişkin en önemli nedenleri:



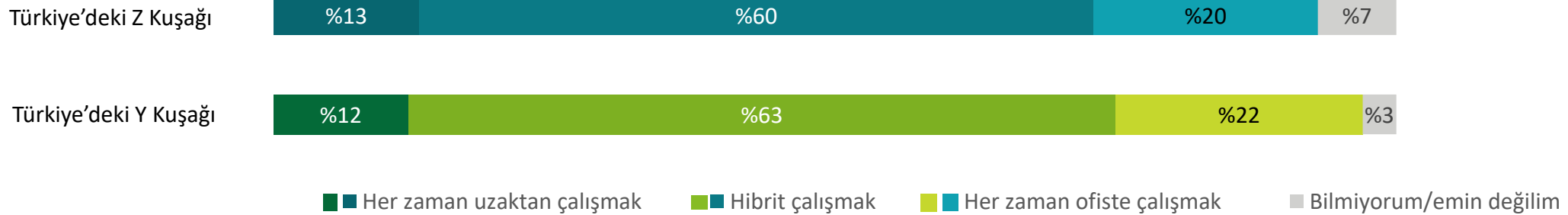
Hibrit çalışma düzenlemelerine yönelik artan talep



Mevcut çalışma düzenleri:



Tercih edilen çalışma düzenleri:



*Burada belirtildiği üzere hibrit çalışma düzenlemeleri uzaktan ve şirkette çalışmanın 50/50 olması ya da uzaktan çalışmanın şirkette çalışmaktan daha fazla olması (veya tam tersi) fark etmeksizin uzaktan ve şirketten çalışmanın her türlü birleşimi anlamına gelir.

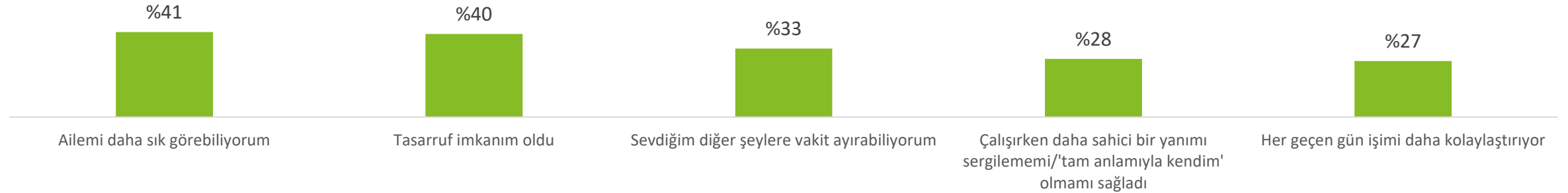
Uzaktan çalışmanın etkisi



Türkiye'deki Z kuşu için uzaktan çalışmanın en önemli 5 etkisi:



Türkiye'deki Y kuşu için uzaktan çalışmanın ilk 5 etkisi:



Z ve Y kuşakları esnek çalışmayı iş/özel yaşam dengesini iyileştirecek bir fırsat olarak görüyor



Türkiye'deki Z kuşu yetkili olsaydı iş/özel yaşam dengesini iyileştirmek için şu girişimlere öncelik verirlerdi:



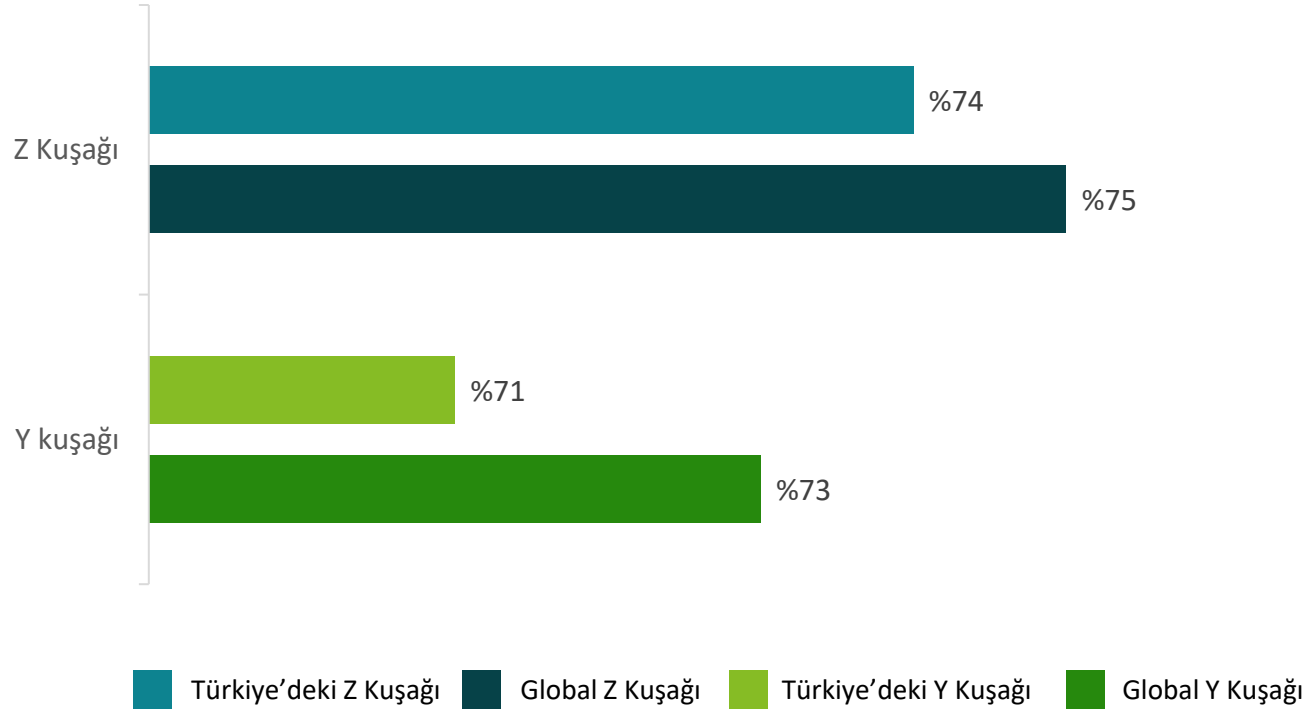
Türkiye'deki Y kuşu yetkili olsaydı iş/özel yaşam dengesini iyileştirmek için şu girişimlere öncelik verirlerdi:



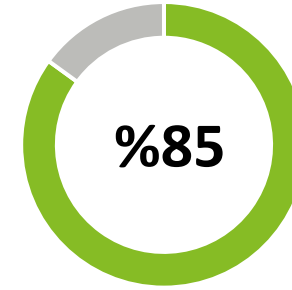
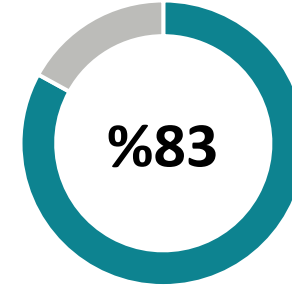
Çevre: Belirsiz gelecek



İklim değişikliğine müdahale konusunda dünya kritik bir eşikte ve gelecek açısından ortada iki seçenek var (*kesinlikle katılıyor veya katılma eğilimi gösteriyor*):



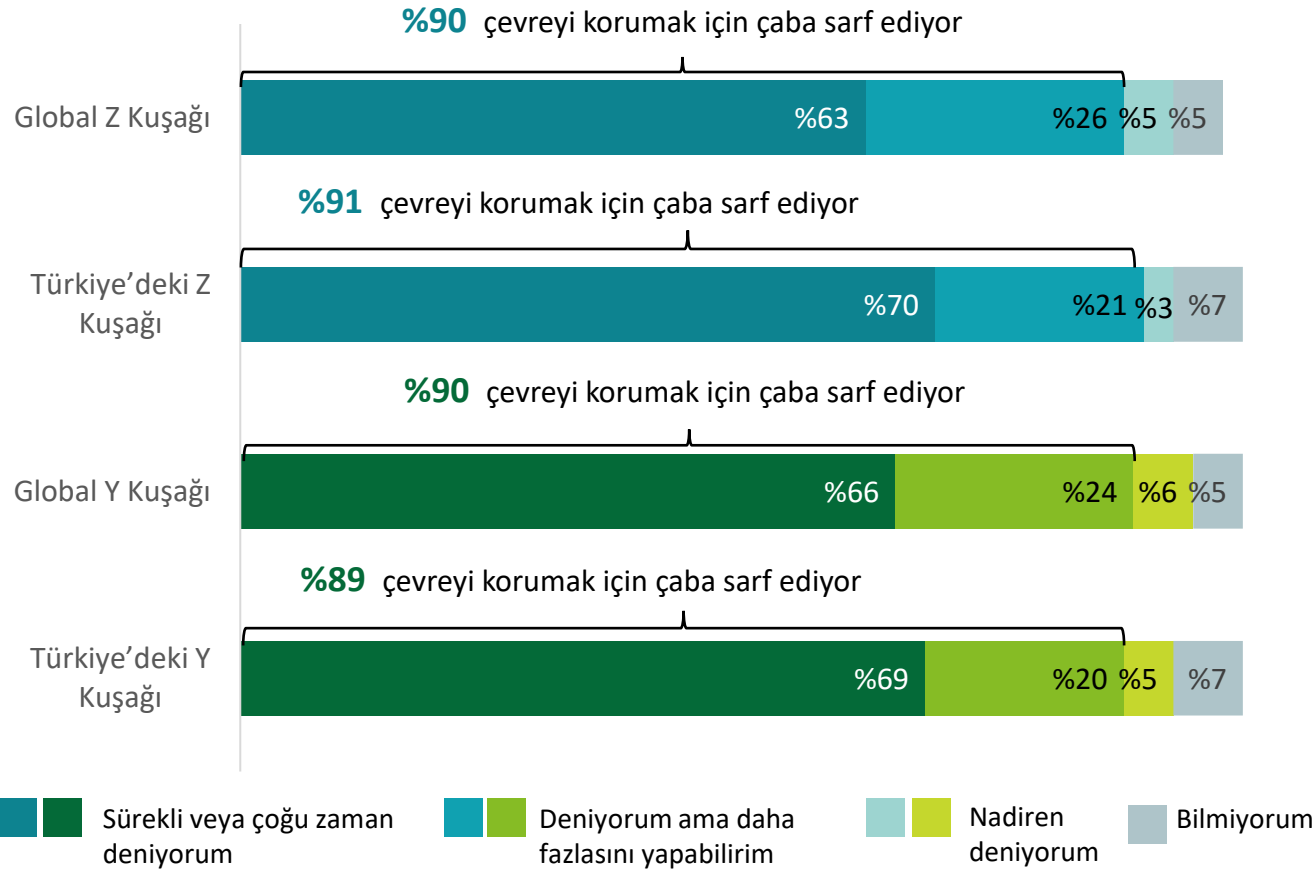
Son 12 ayda en az bir şiddetli hava olayından bizzat etkilenenler:



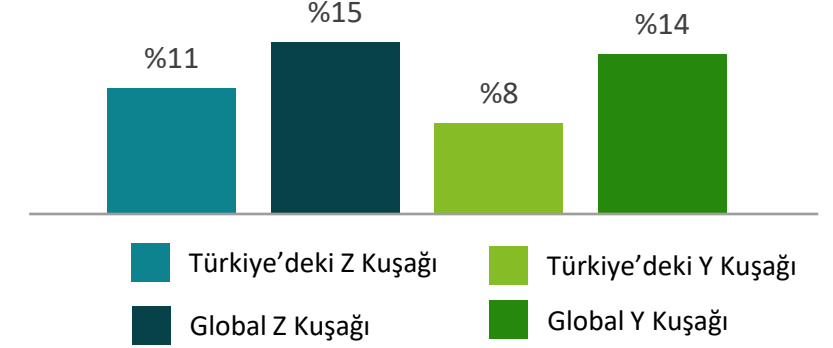
Çevre: Harekete geçme odaklılığı



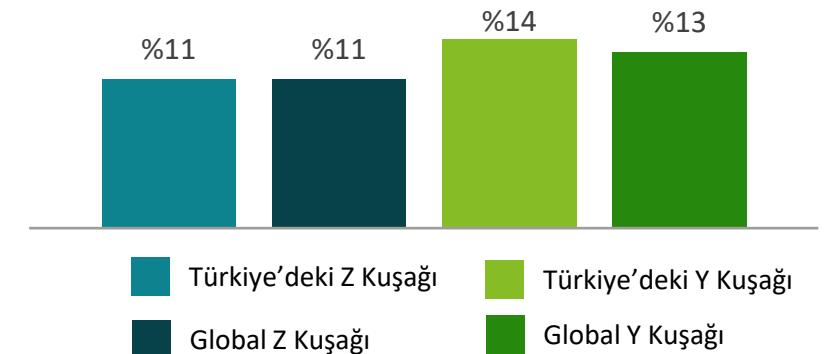
Çevreye yönelik kişisel etkilerini en aza indirmeyi deneyenler:



Büyük şirketlerin iklim değişikliğiyle mücadeleye ilişkin önemli/somut eylemlerde bulunduğuna kesinlikle katılanlar:



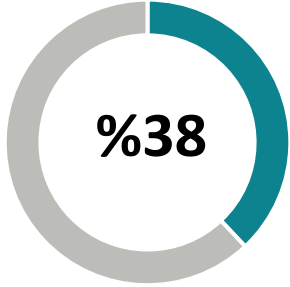
Ülkelerindeki hükümetin iklim değişikliğiyle mücadeleye son derece bağlı olduğunu düşünenler:



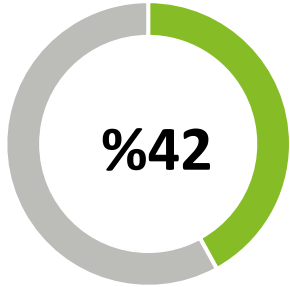
Çevre: İşverenlerinin ne yapmasını istiyorlar?



Kendilerinin ve çalışma arkadaşlarının iklim değişikliği konusunda harekete geçmeleri yönünde işverenleri üzerinde baskı oluşturduklarına kesinlikle katılan / katılma eğilimi gösterenlerin yüzdesi:



oranında Türkiye Z kuşuğu
karşısında **%48** oranında
global Z kuşuğu



oranında Türkiye Y kuşuğu
karşısında **%43** oranında
global Y kuşuğu



Türkiye'deki çalışan Z ve Y kuşuğu katılımcılara göre şirketlerinin iklim değişikliğiyle mücadeleye yardımcı olmada daha fazla kaynak ayırması gereken alanlar:



Sürdürülebilirlik odaklı çalışan yardımları (Z kuşuğunun %17'si, Y kuşuğunun %12'si)



Çalışma/ofis alanlarında tek kullanımlık plastik ürünlerin yasaklanması (Z kuşuğunun %13'ü, Y kuşuğunun %13'ü)



Daha iyi çevresel seçimler yapmaları konusunda çalışanlara teşvik sağlanması (Z kuşuğunun %13'ü, Y kuşuğunun %10'u)



Ofis alanlarının daha yeşil olacak şekilde yenilenmesi (Z kuşuğunun %12'si, Y kuşuğunun %11'i)

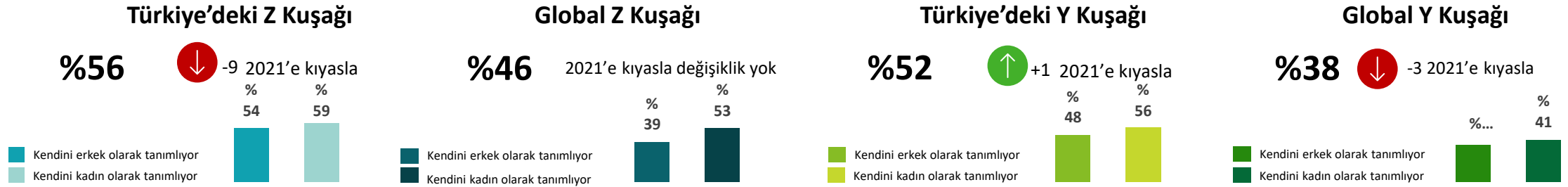


İş seyahatlerinin azaltılması (Z kuşuğunun %12'si, Y kuşuğunun %7'si)

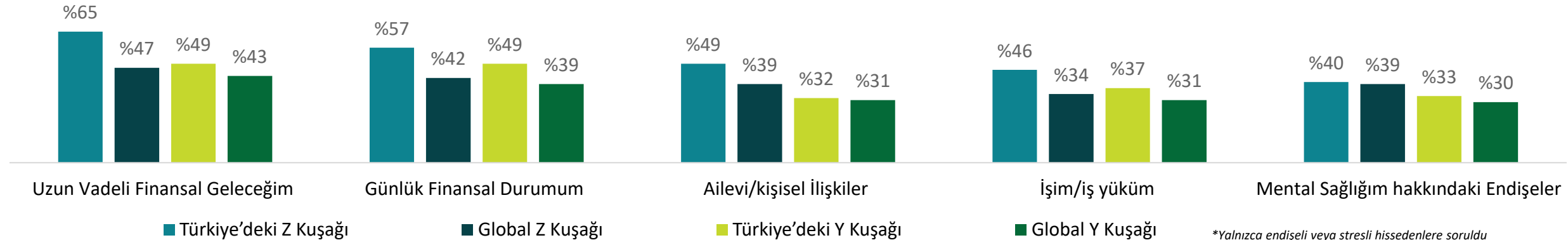
Stres seviyesi özellikle Z kuşağında yüksek



Her zaman veya zamanın büyük kısmında endişeli ya da stresli hissettiğini söyleyen katılımcıların yüzdesi:



Aşağıdaki faktörlerin endişe ve stres duygularını çokça artırdığını söyleyen katılımcıların yüzdesi:*



*Yalnızca endişeli veya stresli hissedenlere soruldu

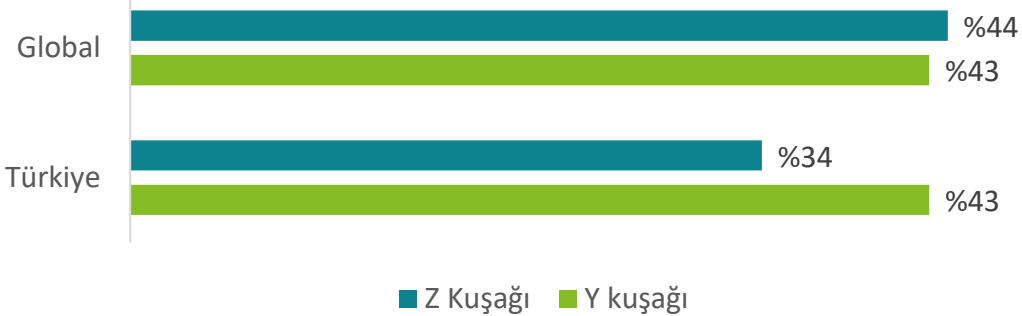
Tükenmişlik ve iş yeri mental sağlığını iyileştirmeye yönelik çabalar



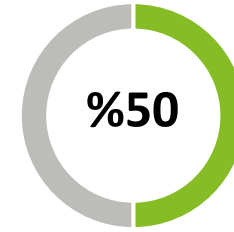
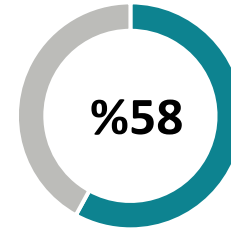
İş yüklerinin yoğunluğu/gereklilikleri yüzünden tükenmiş hissedenlerin yüzdesi (kesinlikle katılıyor/kısmen katılıyor):



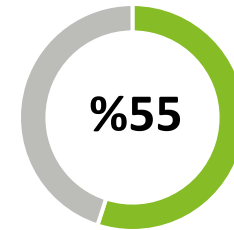
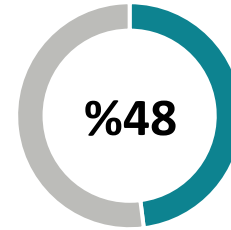
İş yüklerinin getirdiği baskı nedeniyle şirketlerinden yakın zamanda ayrılan birçok kişi olduğunu söyleyenlerin yüzdesi (kesinlikle katılıyor/kısmen katılıyor):



İş yeri refahı ve mental sağlığın pandemi başladığından beri işverenlerince daha dikkate alındığı konusunda hemfikir olanların yüzdesi (Kesinlikle katılıyor/kısmen katılıyor):



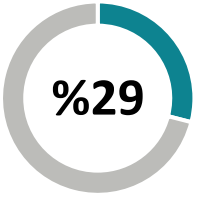
Şirketlerinin artık mental sağlık konusuna daha çok eğildiğini ancak bu durumun çalışanlar üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığını söyleyenlerin yüzdesi (Kesinlikle katılıyor/kısmen katılıyor):



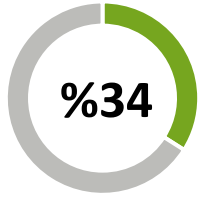
İş yerinde, mental sağlık konusu hala konuşulmuyor



Stresli veya endişeli olduklarını veya yaşadıkları mental sağlık sorunlarını doğrudan yöneticilerine açıkça belirtme konusunda kendilerini rahat hissetmeyenlerin yüzdesi:



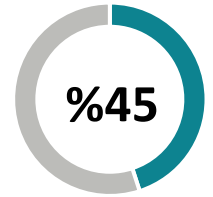
oranında Türkiye Z kuşu



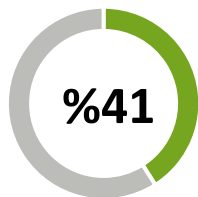
oranında Türkiye Y kuşu



Stres veya endişe nedeniyle işe ara verenlerin yüzdesi:



oranında Türkiye Z kuşu



oranında Türkiye Y kuşu



Stres veya endişe nedeniyle geçmişte işe ara vermiş katılımcılar işverenlerine aşağıdaki gerekçeleri sunmuşlar:

Türkiye'deki Z Kuşu

■ Onlara endişe/stres kaynaklı olduğunu söyledim ■ Farklı bir gerekçe sundum ■ Söylememeyi tercih ediyorum/bilmiyorum



Türkiye'deki Y Kuşu

■ Onlara endişe/stres kaynaklı olduğunu söyledim ■ Farklı bir gerekçe sundum ■ Söylememeyi tercih ediyorum/bilmiyorum



Millz Mood Monitor



Millz Mood Monitor ile katılımcıların hisleri ölçülüyor ve sonuç olarak Z ve Y kuşaklarının, dünyanın ve buldukları yerlerinin daha iyiye gideceğine yönelik iyimserlik seviyelerinin yıllık bir resmini ortaya konuyor.

*Puanlar aşağıdaki beş konuya dair sorulara verilen yanıtlara dayanmakta olup bu puanların toplanmasıyla sıfır (tamamen kötümser) ve yüz (tamamen iyimser) arasında bir oran elde ediliyor.

Ekonomik durum

Sosyopolitik durum

Kişisel maddi durum

Çevre

İşletmenin genel topluma etkisi

0

Olumlu hiçbir şey yok

50

Yarı oranda ilerleme kaydettiğimiz düşünülüyor

100

Her şey olumlu

Z KUŞAĞI:

Türkiye'deki Z kuşağı:

21



-8 puan

Kendini kadın olarak tanımlıyor:

17



Kendini erkek olarak tanımlıyor:

25



Global Z kuşağı:

36

Değişim yok

Kendini kadın olarak tanımlıyor:

33



Kendini erkek olarak tanımlıyor:

40



Y KUŞAĞI:

Türkiye'deki Y kuşağı:

19



-7 puan

Kendini kadın olarak tanımlıyor:

18



Kendini erkek olarak tanımlıyor:

22



Global Y kuşağı:

35

+1 puan



Kendini kadın olarak tanımlıyor:

32



Kendini erkek olarak tanımlıyor:

39





Deloitte kelimesi bir veya daha fazla Deloitte Touche Tohmatsu Limited'i ("DTTL"), onun küresel üye firmalar ağını ve bunların ilgili kuruluşlarını (hep birlikte "Deloitte şirketi") ifade eder. DTTL ("Deloitte Global" olarak da bilinir) ve her bir üye firması ve ilişkili kuruluşlar yasal olarak ayrı ve bağımsız kuruluşlardır ve üçüncü taraflar açısından birbirlerini sorumlu kılamaz ya da bağlayamazlar. DTTL ve her bir DTTL üye firması ve ilişkili kuruluş birbirlerinin değil sadece kendilerinin eylemleri ve ihmallerinden sorumludur. DTTL müşterilere hizmet sunmaz. Daha fazla bilgi için lütfen www.deloitte.com/about adresine bakın.

Bu bildirim sadece genel bilgiler içerir ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), onun küresel üye firmalar ağı ya da ilişkili kuruluşları (hep birlikte "Deloitte şirketi") bu bildirim aracılığıyla hiçbir şekilde profesyonel tavsiyeler ya da hizmetler vermemektedir. Mali durumunuzu veya işletmenizi etkileyebilecek herhangi bir karar vermeden veya herhangi bir işlem yapmadan önce nitelikli bir profesyonel danışmana başvurmalısınız.

Bu bildirimdeki bilgilerin doğruluğu veya tamlığı ile ilgili bir beyan, garanti ya da taahhüt (aleni ya da zımni) verilmez ve DTTL, onun üye firmaları, ilişkili kuruluşları, çalışanları ya da acenteleri bu bildirimde güvenen bir kişiyle doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantılı oluşabilecek herhangi bir kayıp ya da hasardan sorumlu ya da yükümlü tutulamaz. DTTL ile üye firmalarından her biri ve ilişkili kuruluşları yasal olarak ayrı ve bağımsız kuruluşlardır.

© 2022. Bilgi için Deloitte Touche Tohmatsu Limited ile iletişime geçebilirsiniz.