**KUŞAKLAR ARASI ÖNEMLİ KAVRAM FARKLILIKLARI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **BOOMERS -1946-1964** | **GEN X 1965-1980** | **GEN Y 1981-1996** | **GEN Z 1997-2015** |
| **KENDİLERİNİ İFADE YÖNTEMİ** | \*İş yapma şekli hem kendilerini ifade yöntemi hem de başkalarını değerlendirme şekilleri.  \*Akranlarından etkilenmezler  \*Finansal olarak stabillerdir  \*Belirli markaları kullanmayı severler, markalara bağlıdırlar  \*Vietnam Savaşı ve televizyonun yaygınlaşması gelişimlerini etkiledi | \*Ailelerinin işleri için kendilerini nasıl feda ettiklerini gözlemleyerek büyüdüler,  \*bağımsızlık hareketlerine adapte oldular,  \*direnişçiler ve kolay adapte oluyorlar.  \*Berlin duvarının yıkılması ve bilgisayarların çıkması onların gelişiminde önemliydi | \*Teknolojik devrimlerle büyüdüler.  \*7/24 iletişim halinde olmayı ve “online” kavramı ile kendilerini ifade ederler. \*Dünyadaki “doğru” ve “yanlışları” görerek ama aileleri tarafından çok korunarak büyüdüler. \*AIDS ve internet onların gelişiminde mihenk taşıydı | \*Gen X ve GenY nin çocukalro.  \*Teknolojinin içine doğdular.  \*Bunlar için internet, iletişim, olağan ve doğal bir durum.  \*Aynı anda bir çok işi yapabilirler ,  \*bilgiye rahat ulaşıyorlar ama çabuk sıkılıyorlar.  \*Her şeyin “güncelleneceğini” düşünüyorlar. İlk “emoji” kuşağı olarak iletişimin sürekliliği gelişimlerinin bir parçasıydı. |
| **TEMEL DEĞERLERİ** | Disiplin, bağlılık, sorumluluk, otoriteye saygı, idealerinin peşinden gitme, vatanseverlik, uygunluk | Denge, inançlarda ve ırklarda çeşitlik bilincinin gelişmesi, bağımsızlık, girişimcilik, şüphecili, pratik bir yaşam şekli, kendine güvene ve yenilenmeye inanan | Yenilikçi, akıllı çalışır ama çok çalışmaz, kendine güvenen, iyimser, yüksek eğitim seviyesi, güçlü değerleri benimseyebilir. | Saygı, güven, etnik tolerans, açık fikirli, aktivist, girişimci, şüpheci,anında doyum arayışında |
| **ZAMANLARININ TEKNOLOJİSİ** | Poloroid kamera | Hesap makinalı saat | İpod | Twitter |
| **CİHAZ TERCİHLERİ** | Televizyon | Bilgisayar | Akıllı cep telefonu | Akıllı Cep telefonu |
| **ONAYLANAN ETKİLERİ** | İndirim kavramını buldular | Promosyonu buldular | Aynı gün kargo fikrini buldular | Online Yorumu ve karşılaştırmayı buldular |
| **ONAYLANMAYAN TAVIRLARI** | Yaşlı kavramını istemiyorlar | Basit anlamda ki Tanıtım ve tanıtım ile satış fikrini sevmiyorlarsevmiyorlar | Tembel olarak tanımlanabiliniyorlar, bunu sevmiyorlar | Onlara “hemen alan” deniliyor, bu yakıştırmayı sevmiyorlar |

**Y KUŞAĞI VE BOOMERS’LARI KARŞILAŞTIRALIM**

Y kuşağı şehir merkezlerinde yaşamak istiyor, ebeveynlerinin onların yaşındayken daha fazla paraları ve birikimleri vardı. Kazançlarının düşük olmasını önemsemiyorlar ama daha hızlı yönetici olmak ve terfi etmek istiyorlar Ebeveynleri sağlık olarak hastalanmamayı ve belli bir boy-kilo oranı olmasını anlarken Y kuşağı sağlıklı beslenme ve fiziksel aktiviteye önem veriyor. Ebeveynler işlerine bağlı, çalışmanın önemine inanıyor ve çalışma şekli ile kendilerini ifade ediyorlar, Y kuşağı önemli olduğunu düşündüğü bir işte çalışmak isityor, önemli işler yapıyor olarak görülmek istiyorlar. Y kuşağı evliliğe pek inanmıyor. Hemen ailevi kararlar alabiliyor. Hızlı iş değiştirebiliyorlar, hızlı ev ve mekan değiştirebiliyorlar. Ebeveynler daha sadık ve vatansever bir profildeler.

**Y KUŞAĞI VE Z KUŞAĞINI KARŞILAŞTIRALIM**

Y Kuşağı şu anda 25 ile 41 yaş aralığında olanlar, yani işlere yeni başlamış yada 15 yıllık tecrübeleri olanlar. Z kuşağı ise onların çocukları ve 25 yaş altındaki tüm gençler ve çocuklar, bu yazıda çoğunlukla lise ve üniversite öğrencileri. Gibi düşünebiliriz. Şuanda 8 yaş ve altında olanlar Z kuşağında olmalarına rağmen ayrıca Alpha Kuşağı olarak da adlandırılıyorlar. Alpha 2013 yılından sonra doğanları kapsıyor. Bu çocuklar için gelecekte çok özel dizaynlar ve gelişmeler olacağı tahmin ediliyor.

Y kuşağı internete daha düşkün çünkü olmadığı zamanları biliyorlar, ama Z kuşağı internetin ve iletişimin olmadığı hayatı hiç bilmiyor. Bu yüzden Z kuşağı bu teknolojik yeniliklere şükretmiyor, bunları hayatın doğal hali olarak görüyor. Halbuki Y kuşağı teknolojinin gelişimi ile büyüdü. Hem ofis işlerini gözlemledi hem online işleri. Bu yüzden Y kuşağının %34 ü online çalışmak isterken, Z kuşağında bu oran 27%. Y kuşağı bir işe girdiğinde hemen terfi etmek isityor, Z kuşağının böyle bir derdi yok. Z kuşağı hayalindeki işi bulmaya önem veriyor. Z kuşağı, Y kuşağına oranla daha fazla ailelerinin etkisi altında kalıyorlar. Çok korumacı bir ailede yetişmiş olan Y ler, yani Zlerin ebeveynleri kendi ailelerinden daha uzak yaşamayı tercih ediyor. Z kuşağı üniversitelerinin kendilerini Y kuşağına göre daha iyi yetiştirdiklerini düşünüyorlar. Z kuşağı daha iyimser, açık fikirli ve fırsatlara açık.

**İŞYERLERİNDE BAŞARI VE KUŞAKLARIN FARKLILIKLARI**

State of Work 2019 raporundan derlenmiştir;

**1. Birincil görevlerinize daha fazla zaman ayırarak üretkenliğinizi artırın.**

Yapılan anket ve çalışmalarda gözlemlendi ki ne yazık ki şu anda iş yerlerimizde yapmamız gereken iş için mesaimizin sadece %40ını harcıyoruz. Tüm gün gelen emailler ve dijital reklamlar çok vaktimizi alıyor. Gereksiz maillere cevap vermek ve gereğinden fazla uzun toplantı yapmak verimi düşürüyor. Veriler, e-postaların ve anlamsız toplantıların bilgi çalışanlarının işlerini yapmasını engelleyen şeylerin başında geldiğini gösteriyor.

Bu bağlamda daha verimli olmak için, tüm toplantılar için varsayılanı 60 dakika yerine 30 dakika ayrılması öneriliyor ve zamanla bu kısaltılmış toplantı sürelerine çalışanların alışacağı söyleniyor.

**2. Yenilik için bilinçli olarak zaman ayırın.**

Çalışanların% 64'ü, işyerlerinin düzenli olarak çalışanlarından işleri tamamen yeni bir şekilde nasıl yapabileceklerini düşünmelerini istediğini söylüyor ama buna vakit ayırtamıyor. Çalışanların % 58'i günlük işleri yaptırmaktan ötesini düşünemiyor ve vakit ayıramıyor.

İşyerlerimizde yenilik yapmak istiyoruz ama rutin işlere boğulmaktan baş kaldıramıyoruz.

Yenilik yapmak için zamana ihtiyacınız var. Bu nedenle, bir yönetim pozisyonundaysanız, ekibinizi beyin fırtınası yapmak için bolca zaman ayırmaya ve işlerini tamamen yeni bir şekilde yaparak olağanüstü hedeflere ulaşmanın yolları üzerinde düşünmeye teşvik edin. Unutmayın ki mesele meşgul görünen bir ekibe sahip olmak değil. Önemli olan, önceki beklentileri çılgınca aşan sonuçlara ulaşmaktır. Bu yenilik gerektirir.

## 3. Meslektaşlarınıza danışın.

Rapora göre,iş yerinde çalışanların % 86'tısı meslektaşlarının ne üzerinde çalıştığı konusunda net bir fikre sahip değil.

Buna ek olarak, kendini sürekli olarak işyerindeki en üretken çalışan olarak görüyor ve diğerlerini içten içe küçümsüyor. Bu sorunu çözmek için çalışanlara basit bir anket düzenleyin ve onların birbirleri hakkında farkındalık yaratmalarını sağlayın.

Diğer bir yaklaşım, ekip üyelerinin birbirinin ne kadar iş yaptığını anlayabilmeleri için herkesin yaptığı işi görünür kılmaktır. Şirketinizde gerçekleşen tüm işleri takip etmenin bir yolu varsa, ekibiniz kimin saygıyı hak edip kimin hak etmediği konusunda daha net bir fikre sahip olacaktır.

## 4. Ekibinizin bir amaç bulmasına yardımcı olun.

Çalışanlarınıza işlerinin yüzde kaçının kendileri için önemli olduğunu düşündüklerini sorun. Onların işin bir parçası olduklarına inanmalarını sağlayacak fırsatlar yaratın

## 5. Otomasyonu benimseyin.

Dijital çağda, sorunları çözmenize ve üretkenliği artırmanıza yardımcı olacak teknolojiyi benimsemelisiniz. Özellikle personel sayısı azaltacak teknoloji çözümleri kullanabileceğiniz durumları değerlendirin.  Basit görevleri otomatikleştirmek için doğru teknolojiyi bulun. Bu, ekip üyelerinize otomasyonun daha anlamlı ve stratejik işler için günlerini nasıl serbest bırakabileceğini göstermenizi sağlayacak ve bu da amaç duygusunu geliştirecektir.

**6. Modern işleri yönetmek için dijital araçlar bulun.**

Katılımcıların% 51'i bir iş yönetimi aracı kullanmadıklarını ancak kullanmak istediklerini söylüyor. Çoğunluk verilerde boğulduklarını ve verileri yeterince değerliendiremediklerini düşünüyor. Bunun ışığında, daha fazla veriye sahip olmak uğruna daha fazlasını toplamak yerine, sahip olduğunuz verileri daha iyi kullanıp kullanamayacağınıza bakın.

*Kaynak:*

[*https://www.workfront.com/blog/state-of-work-2019*](https://www.workfront.com/blog/state-of-work-2019)