



Citrix araştırmasına göre, Z ve Y Kuşağı çalışanlar kuruluşlara yıllık 1,9 trilyon ABD doları karlılık artışı getiriyor

Diğer yandan bu araştırmayla beraber gerçekleştirilen bir fikir araştırması ise, iş liderlerinin bu önemli topluluğun nasıl ilgisini çekebileceklerini ve bu topluluğu nasıl elde tutabileceklerini bilmediklerini gösteriyor.

İstanbul, 26 Mayıs 2021 – Citrix'in yeni araştırması, Y Kuşağı ve Z Kuşağı çalışanların şirketlerin kâr haneleri üzerinde çok büyük bir etkiye sahip olduklarını ortaya koydu. Citrix, “Doğuştan Dijital” nüfus sayısıyla ve şirket kârlılığı arasındaki ilişkiyi anlamak için bir araştırma yaptırdı. Bu araştırma, bir ülkenin “Doğuştan Dijital” nüfusundaki %1’lik bir artışın, kârlılıkta %0,9’luk bir artışla ilişkili olduğunu açığa çıkardı ; bu da dünya çapında her yıl fazladan 1,9 trilyon ABD dolarına eşit bir artış demek.

Ancak bu araştırmanın beraberinde yine Citrix tarafından yaptırılan bir fikir araştırması ise; iş liderlerinin, “Doğuştan Dijital” çalışanların işten gerçek anlamda neler istediğini anlamaktan uzak olduklarını ve COVID-19 pandemisinin bu çalışanların motivasyonları ve hedefleri üzerindeki etkisini doğru şekilde öngöremediklerini gösteriyor.

ABD, Birleşik Krallık, Almanya, Fransa, Hollanda, Çin, Hindistan, Japonya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Meksika’daki büyük şirketlerde ve orta ölçekli işletmelerde çalışan 1000 iş lideri ve yaşları 18 ila 39 arasında değişen 2000 genç çalışanın katıldığı araştırmadan çarpıcı bulgular şu şekilde:

- En önemli konu iş istikrarı ve iş-yaşam dengesi – Belirsiz bir iş ortamıyla karşı karşıya kalan genç çalışanlar; en çok, kariyer istikrarı ve güvenlik (çalışanların %87’si için önem arz ediyor) ve iyi bir iş-yaşam dengesi (yine %87) gibi temel iş faktörlerine odaklanıyorlar. Bu durum; genç çalışanların, en son iş yeri teknolojisine ve eğitim fırsatlarına erişime değer verdiklerini düşünen liderler ve yöneticiler tarafından yeterince anlaşılmıyor.
- Liderler ofisin ilgi çekiciliğini abartıyor – Doğuştan Dijital çalışanların %90’ı, pandemi sonrası tam zamanlı olarak ofiste çalışmaya dönmek istemiyor ve yarısından fazlası da (%51’i) çoğunlukla veya tamamen evden çalışmayı sürdürmek istiyor. Ancak liderlerin %58’i, genç çalışanların zamanlarının çoğunu ya da tamamını ofiste çalışarak geçirmek isteyeceklerine inanıyor.
- Genç çalışanlar ve liderler farklı dijital dünyalarda yaşıyor – İş liderlerinin yalnızca %21’i Slack, WhatsApp ve benzeri anında mesajlaşma uygulamalarını iş amacıyla kullanıyor. Doğuştan Dijital çalışanlar için ise bu oran %81. Ayrıca iş liderlerinin yalnızca %26’sı bu uygulamaları iş için kullanmaktan hoşlanıyor. Buna kıyasla Doğuştan Dijital çalışanlarda ise bu oran %82.
- Şirket Amacı, genç çalışanlar için öncelik değil– İş liderlerinin %69’una kıyasla, Doğuştan Dijital çalışanların yalnızca %30’u amaca sahip olmayan bir kuruluştan ayrılacağını belirtiyor. Doğuştan Dijital çalışanların yalnızca %28’i şirket ve iş kültürünün kişiliklerini yeterince yansıtmadığını düşünürse pozisyonlarından ayrılacakken, bu oran yönetici ve liderlerde %58.

- Refah gündemde hızla yükselecek – Günümüz liderlerinin %90'ı şirket kârlılığının en önemli öncelik olduğunu söylerken; Doğuştan Dijital çalışanların %83'ü, liderlik düzeyine ulaştığında çalışanların refahına öncelik vereceğini belirtiyor.
- Çalışanlar daha fazla teknoloji yatırımına gerek olduğunu düşünüyor - Doğuştan Dijital çalışanların %67'si pandemiyle birlikte, kuruluşlarının, dijital teknolojiye daha fazla yatırım yapması gerektiğine inanırken, iş liderlerinin yalnızca %22'si durumun bu şekilde olduğu kanaatinde.

“Bu sonuçlar esasında bir uyarı işaretidir”

Citrix Türkiye Ülke Müdürü Serdar Yokuş, araştırma sonuçlarına dair şunları söyledi: “Doğuştan Dijital nesil, yakın geleceğin üst düzey yöneticileridir. 2035 yılı kadar erken bir tarihte şirketlerin, işletmelerin, kurumların ve dolayısıyla küresel ekonomilerin kaderi onların ellerinde olacak. Bu araştırma, iş liderleri için ‘doğuştan dijital’ olan çalışanları tam olarak anlamadıkları ve onları anlayabilmek için vakit ayırmaları gerektiği konusunda yapılan bir uyarı işaretidir. Yeni nesil liderlerin ilgilerini çekmek ve onları elde tutmak için, kuruluşların bu yeni nesil liderlerin başarılı olacakları esnek, verimli ve katılımcı çalışma ortamına yatırım yapmaları gerekecek.”

Doğuştan dijital çalışanların işten neler istedikleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için [bu linki tıklayarak](#) The Born Digital Effect araştırmasının ücretsiz bir kopyasını indirebilirsiniz.

Araştırma Hakkında

Araştırma metodolojisi, Citrix'in desteğiyle Man Bites Dog tarafından geliştirilmiştir. Ekonomi modellemesi çalışması Oxford Analytica danışmanlık şirketi, bağımsız fikir araştırması Coleman Parkes araştırma şirketi tarafından gerçekleştirilmiştir. Ekonomi modellemesi: Doğuştan Dijital (yaşları 18-40 arasında değişen, yüksek beceri düzeylerine sahip, dijital ortam hakkında bilgi sahibi çalışanlar şeklinde tanımlanmıştır) nüfusun şirket kârlılığıyla ilişkisine yönelik tahminlerde bulunmak üzere beş aşamalı bir ekonomi modeli oluşturuldu. Söz konusu model, bu ilişkiye yönelik 53 ülkede şirket düzeyinde tahminlerde bulundu. Bu ilişkiyi sonrasında Fransa, Almanya, Hollanda, Birleşik Krallık, Meksika, ABD, BAE, Çin, Hindistan ve Japonya'daki sonuçları vurgulamak için kullandık. Fikir araştırması: 2020 ve 2021 yıllarında hem büyük ve köklü şirketlerde, hem de orta ölçekli pazar işletmelerinde çalışan 2000 Doğuştan Dijital bilgi çalışanıyla (750 Z Kuşağı ve 1250 Y Kuşağı) ve 1000 iş lideriyle görüşmeler gerçekleştirdik. Katılımcılar Fransa, Almanya, Hollanda, Birleşik Krallık, Meksika, ABD, BAE, Çin, Hindistan ve Japonya'dandı. Araştırmanın odak noktası şu sektörler oldu: finansal hizmetler, sağlık ve yaşam bilimleri, profesyonel hizmetler, üretim ve perakende.

1FAVÖK (Faiz, Amortisman, Vergi Öncesi Kâr) marjı açısından kârlılık

#