ƏMƏK MÜNASİBƏTLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ Z NƏSLİNİN GÖZLƏNTİLƏRİ

Mirzəbala POLADOV*

Xülasə: Bu araşdırmada Z nəslinin iş həyatından gözləntiləri və idarəçilərin Z nəsili ilə bağlı gözləntiləri araşdırılmışdır. Araşdırmanın məqsədi hazırda universitetdə oxuyan Z nəslidir. Fərdlərin iş həyatına başlamazdan əvvəl nə istədiklərini müəyyən etmək, menecerlərə bunu anlamağa kömək edir. Gələcək nəslin gələcək nəsildən nə gözlədiyini müəyyən etmək və beləliklə də bu iki nəslin eyni mühitdə işləməsini təmin etməklə minimum ortaq nöqtələrin tapıla biləcəyi məqamları aşkar etməkdir. Ədəbiyyatda Z nəsil ilə əlaqədar çoxlu tədqiqatlar mövcuddur. Bu araşdırma Z nəsli yalnız iş həyatından və menecerlərdən gözlədiklərini və həmçinin menecerlərin bu nəsildən ehtiyac duyduqlarını, onların nə gözlədiklərini və əhəmiyyətini ortaya qoyur. Z nəsli işləmək haqqında nəyi başa düşdükləri, gələcək iş həyatından və menecerlərindən gözləntiləri və pandemiya şərtlərin iş həyatı gözləntilərinə təsiri və menecerlər üçün Z nəsli anlayışının tərifi və gözləntiləri, iş həyatında nəyi dəyişəcəklərini düşündükləri və onların gözləntilərini qarşılamaq üçün potensiallarına inamları ortaya çıxarmaqdır. Bu araşdırma iş həyatı ilə qarşılaşmaq üzrə olan yeni nəsil və mövcud idarəçilər, eləcə də onların bir-birinə uyğunlaşması lazım olduğu müşahidə edilmişdir.

Açar Sözlər: *Əmək Münasibətləri, Z Nəsli, İş Həyatı, Rəhbərlər, İşçilər*

Generation Z Expectations in Employment Regulation

Abstract: In this study, the expectations of Generation Z from work life and the expectations of managers regarding Generation Z were investigated. The target of the study is generation Z, who are currently studying at university. Determining what individuals want before they start their working lives helps managers understand this. It is to determine what the next generation expects from the next generation and thus to discover the points where the minimum common points can be found by ensuring that these two generations work in the same environment. There are many studies in the literature about generation Z. This research reveals not only what Gen Z expects from business life and managers, but also what managers need from this generation, what they expect and what matters. What Generation Z understands about working, their expectations from their future work life and managers, and the impact of pandemic conditions on their work life expectations, and the definition and expectations of Generation Z for managers, what they think they will change in their work life, and their belief in their potential to meet their expectations. This study observed the new generation and existing managers who are about to face the working life, as well as how they need to adapt to each other.

Key Words: *Labor Relation, Generation Z, Business Life, Manager, Workers*

Giriş

Z nəsli Frensis Fukuyamanın "Tarixin sonu və sonuncu insan" əsərinin əsas mövzusudur. Təmasda olan nəsildir. Fukuyamanın fikrincə, Z nəsli tarixin sonuncu insanlarıdır. Z nəsli üçün bu gün proqnoz vermək çətin olsa da, zəruridir. Bu maraqlı nəsil texnologiyada doğulub və qısa müddətdə ona uyğunlaşmışdır. Onlar rəqəmsal inqilabçılardır. Z nəsli digər nəsillərdə də göründüyü kimi fərqli tarixlərlə müəyyən edilə bilər. Baxmayaraq ki, ümumiyyətlə 90-cı illərin əvvəlləri ilə 2000-ci illərin ortaları arasındakı dövrü əhatə edir. Z nəsli eyni yeməyi yeməkdən, eyni üslubda musiqi dinləməkdən və oxşar moda anlayışına sahib olmaqdan həzz alır, emojilərə və onların öz aralarında istifadə etdiyi dilə sahib olmağı və onlarla danışmağı sevən insan kimi onlar dünyanın ilk qlobal nəsli adına sahibdirlər. Valideynlərinin ciddi rəhbərliyi altında yaxşı təlim almış, lazım olanda fərdi dərslərə gedib, özünü ifadə etməyi, özünə inamı erkən yaşda öyrənmişdir. Çox şey öyrənmiş bu nəsil, şübhəsiz ki, gələcək iş həyatlarında menecerlərindən daimi rəy alacaq. Rəy almağı və mentorluq dəstəyi almağı gözləyən menecerlərlə işləmək üstünlük verəcək. Bugünkü müştərilər və işçilər əsasən Millennials olsa da, gələcək onun müştəriləri və işçiləri nəsil Z olacaqdır. Rəqəmsal dünyanın uşaqları olduğunuz üçün bu yeni nəsil insanların xüsusiyyətləri məlumdur. Bu tanınma ilə işəgötürənlər, menecerlər brendlərin gələcək planlarını yaxşı tərtib etməlidirlər ki, texnologiyanın və onun içində doğulan bu nəsil bu gün də tələbəlik etməkdə

* Doktorant, SOCAR Azəriqaz İstehsalat Birliyi Xaçmaz RQİİ kadrlar üzrə aparıcı mütəxəssis, mirze.poladov@list.ru

DOI :10.30546/100981.1.2024.0168

davam edir. İnternetə və texnologiya haqqında ən məlumatlı nəsil olan Z nəslinin ilk üzvləri iş həyatına qoşulmağa başlamaq üzrədir.

Aparılan araşdırmalara görə, Z nəslinin xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi təsvir olunmuşdur:

- Güclü və effektiv ünsiyyət qurandır;
- Müsbət və inklüziv mədəniyyət yaratmağa çalışır;
- Yüksək emosional intellektə malikdir;
- Davamlı mentorluq təmin edir;
- Qayğıkeş və məşğul şəxsiyyətə malikdir;
- Son dərəcə bacarıqlı hərəkət edir;
- Bərabərliyi təşviq edir (Berkup, 2014: 220).

1. Z Nəslinin İş Həyatından Gözləntiləri

Z nəsli daim bağlı olduqları, ünsiyyət qurduqları və qarşılıqlı əlaqədə olduqları bir ekosistem dünyasında yaşadığı üçün bu nəslin təxminən 40%-i uğur qazanmağın yaxşı olduğuna inanır. O hesab edir ki, bunu şəbəkə ilə etmək olar. Hər şeyin tez köhnəlib yeniləşdiyi yerdir. Dünyada böyüdükləri üçün biliklərin tez köhnələcəyini düşünürlər. Çünki biliklərini və özlərini daim yeniləməli olduqlarına inanırlar. Z nəsli iş həyatında, müəyyən bir işdə və ya sektorda qalmaq istəmir. Bu nəsil sürətli texnologiya və asan əldə edilən məlumatların kölgəsində böyümüşdür.

Etdikləri hər şeydə tələsik davranırlar. Onlar hər şeyi, hər yerdə və dərhal istəyirlər. Bu nəsil saniyələr ərzində zehnində maraq oyadan hər şeyi yükləyə bilər. Onlar bundan istifadə etməyə öyrəşiblər. Əvvəlki minilliklərə nisbətən səbiri öyrənmək onlara daha çox vaxt aparır. Yeniliklərə və dəyişikliyə olan maraqlarına görə "mən" fokusunda yaşayırlar, Bu, onların sədaqət hisslərinin aşağı ola biləcəyini göstərir. Çox səbirsiz və hər şeydən əvvəl tez darıxan nəsil saxlamaq çox çətin olacaq.

Əvvəlki işlərdə Y nəsli və ondan üç il əvvəl iş həyatında kəmər daxildi. Ancaq nəsillər qocaldıqca təqaüdçüləri 20 yaşlı gənclər əvəz edir. Təxminən 15 yaşında olan Z nəslindən olan şəxsləri işə götürməyə başladı. Hər nəslin həyatın hər anına əlavə etdiyi yeniliklər mütləq iş həyatında da öz əksini tapacaq. Hər bir yeni nəsil özünəməxsus xüsusiyyətləri ilə sürətlə inkişaf edən nəsildir. Texnologiya ilə ayaqlaşaraq, fərqli düşüncə və bacarıqlarla, əvvəlki nəsillərin vərdişlərinin dəyişdirilməsi Z nəsli fərdlərinin iş həyatından gözləntiləri ilə bağlı ilk düşünməli olduğumuz şeydir. Şübhəsiz ki, texnologiyanın içində doğulan bu nəsil texnologiyadan necə istifadə edəcəyini, nəyin lazım olduğunu biləcək. Məsələ burasındadır ki, dəyişib, təkmilləşəcək. Təbii ki, iş həyatında texnologiyadan istifadə özlərinə təklif olunan texnoloji imkanlarla işləmək istəyəcəkdir. İş həyatı seçimində Z nəslini cəlb edəcək ən əhəmiyyətli şeylər maaş və müavinətlər olacağı təxmin edilir. Bu səbəbdən iş müsahibəsi zamanı maaş və müavinət məsələlərinə diqqət yetirin. Bu nəslin nümayəndələrinə aydın cavabların verilməsi üstünlük üçün səbəb olacaqdır. Bütün bunlardan başqa şirkət onlara özlərini təkmilləşdirmək üçün imkanlar yaradacaqmı, yoxsa yox, müstəqil işləmək istəyirmi kimi şərtlərin olub-olmadığını bilmək istəyəcəklər.

2. Z Nəsli və Onun İş Həyatına Mümkün Təsirləri

Bu gün hər bir sahədə baş verən dəyişikliklər sosial, hüquqi, mədəni, təhsildir. Texnologiya və texnologiya sahələrində həyatımıza təsir edir. Bu inkişaflar sosial quruluşa da təsir edir, cəmiyyəti təşkil edən insanların gözləntilərinə, inanclarına və dəyər mühakimələrinə təsir etməklə dəyişmələrinə səbəb olur. Bu gün nəsillərarası fərqlər həmişəkindən daha çox hiss olunur. Keçmişdə az şeylə kifayətlənən və səlahiyyəti şübhə altına almayan insanlar işçi qəbul etmək əvəzinə, az ilə kifayətlənmir, lazım olanda sual verir,

daha bilikli olur, fərqli gözləntiləri və ehtiyacları olan və özünə vaxt ayırmağı vacib hesab edən yeni nəsil şirkətlərə güc gəlir.

2016-cı ildə McKinsey tərəfindən aparılan bir araşdırma göstərdi ki, bu gün insanlar ödənişlə gördüyü işlərin 45%-i texnologiyanın inkişafı ilə kompüterlə idarə olunur. O, bunun maşınlar tərəfindən avtomatik edilə biləcəyini ortaya qoydu. Buna əsasən gələcəkdə işsizliyin artacağı düşünülsə də, belə deyil. Çünki məlumdur ki, məşğulluq mühitində belə hallar əvvəllər də olub. Misal üçün makinaçıları plançılar, kassirlər və müştəri nümayəndələri əvəz edib. Z nəslin çalışacağı işlərin 65%-i dünyada hələ mövcud olmayan iş yerləridir. Əlbəttə dünyada olmayan bir iş üçün təlim planlaşdırıla bilməz. Bununla belə, insanların imkanları və onların bacarıqlarını artırmaq üçün təlimlər planlaşdırıla bilər (Tulgan, 2013: 125).

3. Z Nəslinin Rəhbərlərdən Gözləntiləri

Hər bir işəgötürən öz işçilərinin ən yüksək səviyyədə işləməsini təmin etməlidir və onların resurslardan ən səmərəli şəkildə istifadə edərək işləmələrini gözləyir. İllər boyu bu əsas təməl üzərində qurulan gözləntilər, dövrün şərtləri, iqtisadi böhranlar təsirlərindən, nəsillərin iş tərzindən və texnologiyanın istifadəsindən asılı olaraq müxtəlif yollarla. Maskalanmışdır. Z nəslinin aktiv və səmərəli işləməsi üçün onların menecerləri mütləq onlardan xahiş etməlidirlər ki, onların gözləntiləri və tələbləri olacaq. Yuxarıda göstərilən bir çox tədqiqatın mövzusu olduğu kimi, Z nəslinin işçiləri, rəhbərləri, xüsusən də azadlıqları, alacaqları maaşlar, çevik iş yerləri, texnologiyadan istifadə və kadr hüquqları məsələlərinə meydan oxuyacaq.

Formallığı sevməyən Z nəsli nəzəri biliklərdən çox praktiki öyrənməyə üstünlük verir. Yaradıcılığına imkan verəcək mühitlərdə işləmək istəyəcək və əylənərkən işləmək istəyəcək tədris edən proqramlara daxil olmağı seçəcək. Özünü təkmilləşdirmək və təbii ki, özünü sübut etmək işə həvəsli olan bu nəsil mütləq öyrənmə və inkişaf imkanları təqdim edən iş yerlərinə üstünlük verəcəklər. Ədalət və bərabərlik anlayışları təbii ki, hər nəslə, eləcə də bu nəslə aid olacaq. Menecerlər Z nəslinin işi nə qədər tez başa düşə biləcəyini bilməlidirlər. Bunun dezavantajı bu nəslin tez darıxmasıdır. menecerlər bu nəslin xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq öz iş sahələrini dəyişməyə meylli ola bilərlər. Genişlənmə və dərinləmə kimi daimi dəyişiklik tələb olunacaqdır.

4. Alfa Nəsli

2010-cu ildə və sonra doğulan şəxslərə Alfa nəsil deyilir. Hər həftə 2,5 milyon fərdin daxil olduğu Alfa nəsli 2025-ci ildə 2 milyard insana çatacağı gözlənilir. X, Y və Bu nəslin Z kimi adlandırılaraq Alpha adlandırılmasının səbəbi yunan əlifbası ilə bağlıdır. 1-ci hərf, Alpha uyğun sayılır. Proqnozlara görə, bu nəslin gözləri dikilmişdir. Onlar açıldıqları andan texnologiya ilə tanış olublar. Alfa nəsli fərdləri doğulur onlar texnologiyadan istifadə etməyə başlayanda düşüncələrini saniyələr ərzində dünya ilə bölüşəcəklər. və bunun onların ən təbii haqqı olduğunu iddia edəcəklər. Sürətlə inkişaf edən texnologiya nəsilləri Z nəslinə belə təsir etdiyinə görə bu nəsillə bu nəsil (Z nəsli) arasında da böyük uçurum var. Fərqlərin olacağı gözlənilir (Danışman, 2018: 707).

5. Menecer Kimdir və O Nə Edir?

Menecer işəgötürənin məqsəd və vəzifələrinə çatmasını təmin edən vasitəçidir. Bir şirkətin bu məqsədlərə çatmaq üçün resurslara ehtiyacı olduğu qədər bunun effektiv və səmərəli koordinasiya edə bilən menecerlərə ehtiyacı var. Təşkilat, istiqamətləndirmə, nəzarət, planlaşdırma kimi idarəetmə fəaliyyətlərindən istifadə etməklə, təşkilatın məqsədlərinə çatmasına və bu məqsədlərə uyğun olmasına çalışmaq işçilərin koordinasiyalı, yeniliklərə açıq fəaliyyət göstərməsinə şərait yaratmaq, menecerlər vizyon sahibi insanlara, idarəetmə isə bütün bu fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi proseslərinə verilir (Robbins,1997: 4).

6. Uğurlu Menecer Konsepti

Menecerlərin təşkilatların uğur və ya uğursuzluğunu izah etmək bacarığı onun təsirini görmək üçün idarəetmə nəzəriyyəsində iki dominant fikir mövcuddur. Bu fikirlər "Qüdrətli İdarəetmə" və "Simvolik İdarəetmə" baxışlardır. Hər şeyə qadir idarəetmə rəy; Uğur və ya uğursuzluq halında məsuliyyət təşkilatın başında duran menecerin üzərinə düşür. Birləşdirən əlaqədir. Gözlənildiyi kimi, hər şeyə qadir baxışda Menecer hər şeyə hakimdir. təşkilatın müvəffəqiyyəti isə menecerin qəbul etdiyi qərar və təcrübələrdən asılıdır, mütənasibdir. Uğurlu hesab edilən menecerlər təşkilatın yaxşı, pis, zəif və güclü tərəflərini bilənlərdir. Fürsətləri görən və qiymətləndirən, risklərə qarşı tədbir görən və risk alan, işçilərini məqsədlərinə doğru apara bilən insanlar olmalıdır (Volmer, 2011: 552).

Simvolik idarəetmə baxımından, uğur və ya uğursuzluq hallarında birbaşa Menecer məsuliyyət daşımır. Xarici amillər, təşkilatdan kənar qüvvələr, menecerin nəzarəti səbəb kimi digər amillər göstərilir. Menecer bu amillərlə məhdudlaşdırılır. Buna görə də simvolik idarəetmə baxışına görə, təşkilatın uğuru texnolojidir inkişaf və dəyişikliklər, siyasi və hüquqi mənsubiyyətlər, bazar vəziyyətləri, rəqiblər və s. amillər müəyyən edir. Yəni menecerin bu uğurda simvolik təsiri var. Bu, öyrənilə bilən bir bacarıqdır və menecerlər uğurlu idarəetmə üçün onu tətbiq etməlidirlər. O, beş əməli aşağıdakı kimi sadalamaq olar:

- Vaxtı düzgün idarə etmək,
- Bütün səyləri töhfə vermək üçün istiqamətləndirmək;
- Güclü tərəflərin məhsuldarlığının artırılması;
- Effektiv qərarlar qəbul etmək;
- Ən vacib vəzifələrə ən intensiv töhfə verməyə çalışmaq.

Əgər menecer uğurlu menecer olmaq istəyirsə, bunun yeganə yolu hədəflərini təyin etməkdir. onu gələcəyə yönəltməli, vizyon sahibi olmalı, düzgün strateji təhlillər aparmalıdır. burada doğru insan tərifdə nəzərdə tutulan, insanlar üçün iş istehsal etmək deyil, iş üçün təcrübəli insanları işə götürməkdir. Görüləcək iş üçün müvafiq istedada, bacarıqlara və avadanlıqlara malik insanlarla işləməkdir. Buna əsasən menecer ləyaqətə əsaslanan, ədalətli idarəetmə tərzini, qohumbazlığı və ayrı-seçkilik xarakterli davranışlardan çəkinmək lazım olduğu da vurğulanır (Çetin, 2016: 157).

7. Liderin Xüsusiyyətləri

Liderin malik olması lazım olan xüsusiyyətləri nəzərə alaraq, tədqiqatçıların liderlik tiplərinə verdiyi adları araşdırmaq kifayət edər. Bunlardan bəziləri; Özünü Liderlik, Qavranılan Liderlik, Fasilitativ Liderlik, Çox Faktorlu Liderlik, Təlimat Liderliyi, Davamlı Rəhbərlik, Mənəvi Liderlik, Situasiya Liderliyi, Strateji Liderlik, Xarizmatik Liderlik, Tam Keyfiyyətli Liderlik və Bunlar oxşar liderdən gözlənilən keyfiyyətlərlə müəyyən edilən digər liderlik növləridir.

Liderlər öz ardıcıllarını məqsəd və vəzifələri çərçivəsində düzgün istiqamətləndirirlər Onlar məsuliyyətli insanlardır. Bu məsuliyyətlərdən bəziləri aşağıdakı kimi çeşidləmək mümkündür:

- Təşkilatın məqsəd və vəzifələrini müəyyən edir,
- Komandalar formalaşdırır,
- Planlar qurur,
- Komandasını/izləyicilərini onun vizyonunu mənimsəməyə məcbur edir,
- O, qərar qəbul edəndir,
- Problemləri və pozuntuları həll etmək,
- Komandasının/izləyicilərinin yaradıcılığını artırır,
- Komandasını/izləyicilərini motivasiya edir,
- Düzgün komanda/işçiləri seçir,

- Lazımi şəraitdə səlahiyyətlər verir,
- İerarxiya və bürokratiyanı azaldır,
- Yeni liderlərin inkişafına imkan verir,
- İşçilər arasında problem və problemləri həll etmək,
- Komandasını/izləyicilərini kifayət qədər səviyyədə tanıyır,
- Öz fərdi xüsusiyyətlərini dərk edir və onları düzgün əks etdirir,
- Müxtəlif fikir və ideyaları nəzərə alır və imkanlar yaradır,
- Demokratik fəaliyyət göstərir,
- Risk götürə bilir,
- Davamlı özünü təkmilləşdirməyə açıq,
- Gələcəyə baxan,
- Tənqidi qəbul edir (Akdemir, 2014: 3).

Bu tərifləri ümumiləşdirmək istəsək; Uğurlu lider, müsbət inkişaf, bunu reallaşdıran bir lider olmalıdır. Uğurlu liderlər öz izləyiciləri və komandaları ilə əlaqələr qururlar. Həmişə yaxşı davranmağa və yaxşı qarşılıqlı əlaqə qurmağa əmin olurlar. Araşdırmalara görə, iş yeri (rəhbər/həmkar) və qeyri-iş adamları (ailə/dostlar) yaradıcı şəxsə transformasiya adı altında fərdləri dəstəklədiklərini və işçilərin yaradıcı işçi qüvvəsinə müstəqil şəkildə töhfə verdiklərini onların da müsbət əhval-ruhiyyə ilə yaradıcılığa müsbət və mənalı töhfələri var.

Bu tərifl ərin işığında menecer və liderlik arasındakı fərqi açmağa çalışırıq. Müdirləri müəyyən vəzifəyə kimlərsə və müəyyən müddətə təyin edirlər. İnsanlar var, amma liderin heç bir vəzifə təyin etməsinə ehtiyac yoxdur, Özünü izləyən, nümunə götürən və izləyən insanlar tərəfindən dəstəklənərək liderlik demək olar ki, o, xüsusiyyətləri ona aid edilən şəxsdir.

8. Lider Üzvün Qarşılıqlı Əlaqələri Nəzəriyyəsi (Leader-Member Exchange Theory)

Lider-üzv qarşılıqlı əlaqə nəzəriyyəsi liderin hər bir tabeliyində olan şəxslə yaratdığı əlaqələrə və münasibətlərə diqqət yetirir. Müvafiq olaraq, liderin məhdud vaxtı, resursları və gücü var, buna görə də bu məhduddur. O, öz resurslarını bütün tabeliyində olanlara bərabər bölə bilməz. Bu səbəbdən tabeliyində olanlara qarşı fərqli davranırlar. Liderin Bu fərqli münasibət qrupların münasibət və davranışlarında fərqliliklərə səbəb olur. Misal üçün bu münasibət və davranışlar müxtəlif iş məmnuniyyəti, motivasiya, performans, mənəviyyat, tükənmişlik, davamsızlıq, dövriyyə tələbi və təşkilati öhdəlik. azalması kimi özünü göstərir (Marcus, 2008: 2045).

9. Rəhbərlərin Z Nəslindən Gözləntiləri

Yeni nəsli (Z nəsli) qəbul etmək ərəfəsində olan müəssisələr cəlb etmək və inkişaf etdirmək üçün səy göstərməlidir. İndi biznes üçün onların təşkilati strukturlarını bu nəslin xüsusiyyətlərinə uyğun formalaşdırmaq və onun psixo-sosial xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla müvafiq təşkilati mühitin yaradılması onları yaratmağın vaxtı gəldi. Müəssisələrin həyata keçirməli olduğu ən mühüm dəyişikliklərdən biri seçim prosesidir. Sosial şəbəkələrin əsas məlumat mənbəyi kimi geniş istifadəsini nəzərə alaraq, müəssisələr əldə edildikdən sonra ondan axtarış proseslərini həyata keçirmək və yeni istedadları işə götürmək üçün istifadə edirlər. Buna görə də, zənglər yalnız mətn mesajlarıdır (bu tip rabitənin istifadəçiləri olmadığı üçün e-poçt yoxdur). Eyni zamanda, şirkətlər müraciət edənlərə təqdim edə biləcəkləri karyera planını tam başa düşməlidirlər. Təfərrüatlı cəlbedici vebsaytlara sahib olmalıdır. Z nəsli seçildikdən sonra texnologiyaların mövcud olduğu iş mühitlərini seçəcək, qiymətləndirərkən onların narahatlıqlarına, şikayətlərinə və ya suallarına cavablandırar.

Sürət kimi qəbul edilə bilər (psixo-sosial xüsusiyyət) bu gənc istedadları saxlamaq istəyən müəssisələr tərəfindən nəzərə alınmalıdır. Z nəslinin üzvlərini cəlb edərkən və saxlayarkən təşkilatlar bəzi nüansları nəzərə almalıdırlar. Tələb olunan başqa bir element

elastiklikdir. Çeviklik yalnız çevik iş saatları demək deyil. Təşkilatlar hər şeyi ənənəvi üsuldan fərqli şəkildə edirlər Onlar istəkli olmalıdırlar. Məsələn, Z nəslinin üzvləri qısa hesabata üstünlük verirlər. Eyni zamanda, belə hesabatlar adətən istifadə etdikləri smartfon kimi smartfonlarda hazırlanır. Onun nəqliyyat vasitəsi ilə paylanmasına üstünlük verəcəklər. Bəzi müəssisələr daxili məlumatların işlənməsi barədə məlumat verir. Artıq platformaları vasitəsilə paylaşdıqları çap mətnindən uzaqlaşdıqları görünür (Puiu, 2017: 65).

Nəticə

Bu araşdırmada aparılan dərin müsahibələrdə Z nəsli ilə bağlı idarəçilərin ağlına ilk gələn anlayışlar bunlardır: virtual dünya/internet və eyni tip hesab edilə bilən sosial media və texnologiya uşaqları. Ədəbiyyatda bu nəslin texnologiya dahiləri/yerliləri (rəqəmsal geeks / yerlilər) olduğu tapıntıları ilə üst-üstə düşür və menecerlərin verdiyi cavablar da Z nəslinin iş yerindəki problemləri texnologiya ilə həll edəcəyini düşündüklərini göstərir. Bu vəziyyət tədqiqatın müddəalarından biri olan Təklif 1-dən yaranır; "Menecerlər, Z "Bizim nəsildən sürət və texnologiya baxımından böyük gözləntilərimiz var." ifadəsini təsdiqləyir.

Müsahibələrə qatılan menecerlərin çoxu Z nəslinin gözləntiləri üçün hazırlanmış olduqlarını və kifayət qədər imkanlara malik olduqlarını bildirdi. Onlar nəsli yaxşı tanıyırlar və beləliklə, onlar nəsil münaqişələrini minimuma endirmək qabiliyyətinə malik olduqlarını, onlara səbirli olduqlarını, başa düşdüklərini və dinlədiklərini, heç bir ünsiyyət probleminin olmadığını və əllərindən gələni etdiklərini. Bununla da ibrətamiz olduqlarını bildirdi. Bu nəticə tədqiqatın təkliflərindən biridir Təklif 2; "Menecerlər qərəzli və ya təmkinli davrana bilər." Z nəsli seçim edərək iş həyatına hazırdır" təsdiq edir. Əksər işçilər, yaşlarından asılı olmayaraq, başqalarından daha çox itkidən qorxurlar. Səbəblərə (məsələn, güc və status) görə istənilən dəyişikliyə qarşı çıxır. Buna görə də işçilərin nəsil demoqrafiyası iş dəyərlərində əsas ziddiyyətdir. Münaqişənin mənbəyi olduğu və iş yerindəki fikir ayrılıqlarının daha çox səbəb olduğu iddiasını təkzib edir. Şəxsi gündəmlərdən, eqoizmdən və fərdlərin yerinə yetirilməmiş məqsədlərindən mənşəyini vurğulayır.

Bütün işçilər həmkarlarının və rəhbərlərinin onlara dəyər verməsini istəyirlər Onlar təhlükəsiz və ahəngdar bir yerdə işləmək istəyirlər. Bundan əlavə, onların aydın karyera yolları var. Texnoloji sərişte və bacarıqlarını inkişaf etdirmək, düzgün qərarlar qəbul etmək üçün təlim keçmək, onlar performanslarına görə dərhal rəy və mükafat vermək və almaq istəyirlər. Bunlar həm gənc, həm də yaşlı işçilərin ümumi ehtiyacları və gözləntiləridir.

Müsahibələrdə Z nəsli iştirakçılarından iş həyatı ilə bağlı gözləntiləri soruşulub. İlk üçlükdə olanlar: (1) Dost/yaxşı, anlayışlı həmkarlar (2) Yaxşı maaş / əməyə görə mükafat almaq (3) Hörmət / status. Əslində bir növ bu gözləntilər bəziləri həm də menecerlərdən gözlənilənləri nəzərdə tutur (sülh, mənəvi cavab, təzyiq olmaması, hörmət, məsuliyyət və s.). Bu nəticə təkliflərdən T3; "Z nəsli iş həyatından yaxşı maaş gözləyir" sözü təsdiq edir.

Z nəslini idarə edəcəklərə məsləhət vermək; Bu rəqəmsal nəsil üçündür. Onları tanıyın və onların sahibkarlıq tərəflərini inkişaf etdirin, onlara sadəcə iş verməkdən çəkinin. Unutmayın ki, onlar helikopter valideynləri tərəfindən böyüdülüb və onları həvəsləndirmək üçün mükafat verməkdən çəkinməyin. Rəqəmsal uşaq olsalar da, üz-üzə ünsiyyət qurmaq və onlara eşitmək və qayğı göstərmək üçün seçin. Onlar həm həyatda, həm də məktəb həyatında kömək etməyə çox meylli nəsildir. Unutmayın, inanın ki, bu nəsil işləri çox asanlaşdıracaq.

Hər kəs razılaşır ki, insanlar xoşbəxt olduqları yerlərdə/işlərdə daha yaxşı işləyirlər. Menecerlər hesab edirlər ki, özlərini təqdir olunduğunu və başa düşüldüyünü hiss edən işçilər daha çoxdur Onlar dəfələrlə bunun məhsuldar, səmərəli və hətta daha sağlam olduğunu müşahidə ediblər. Menecerlər və rəhbərlər öz bölmələrində işçilər arasında harmoniyanın təmin edilməsində mühüm rol oynayırlar. Bununla belə, bir çox menecerlər nəsil və şəxsiyyət məsələlərinə dair heç bir təlim almırlar. Fərqlər münaqişə mühitinə çevrilə bilər. Menecerlər və liderlər İşçilər arasında müxtəlif növ münaqişələr üçün çox nəsil/yeni nəsil təlimləri

perspektiv təmin edəcək. Menecerlər işçilərin fərdi ehtiyaclarını daha yaxşı başa düşürlər və bu işdə onlara kömək etsələr, bu yeni nəsli uğurla idarə edəcəklər.

ƏDƏBİYYAT

Akdemir, A. (2014). *Meslek Yüksekokulları İçin İşletmeciliğin Temel Bilgileri*. Umuttepe Yayınları 2-3.

Akşit, B. & Gündüz, Ş. (2018). "Student-president reverse mentoring at universities: Maltepe University case". *Yükseköğretim Dergisi*, 8(3): 346-356.

Bencsik, A. & Machova, R. (2016). "Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management". *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance*, 42.

Bencsik, Andrea, Machova, Renata. (2016). "Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management". *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance*, 42.

Berkup, S. B. (2014). "Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19): 218-229.

Çetin, C. (2016). "X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28): 157-197.

Danışman, A. Ş. (2018). "X ve Y Kuşaklarının Dışarıdan Kahvaltı Satın Alma Davranış Farklılıkları". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı): 707-728.

Marcus, C. (2008). "Generation Z: Bullied and blighted by mental illness, meet the savvy teens that don't exist". The Sun Herald, 14.

McCaffree, J. (2007). "Attracting and keeping volunteers in your organization". *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 107(12): 2045-2047.

Puiu, S. (2017). "Generation Z-An educational and managreial perspective". *Young Economists Journal/Revista Tinerilor Economisti*, 14(29): 62-72.

Robbins, P. S. (1997). *Fundamentals of Management: Essential Concepts and Application*. Prentice-Hall, 4.

Tulgan, B. (2013). "Meet generation Z: The second generation within the giant" Millennial" cohort". Rainmaker Thinking, 125.

Volmer, J. N. (2011). "Reciprocal Relationships between Leader–Member Exchange (LMX) and Job Satisfaction: A Cross-Lagged Analysis". *Applied Psychology*, 60(4): 552-545.