



TEKNOLOJİNİN YENİ ÇOCUĞU: K KUŞAĞI

Doç. Dr. Baran ARSLAN*

Arař. Gör. Erkan NUR**

ÖZ

Son yıllarda dünyayı etkisi altına teknolojik değişim ve gelişmeler, beraberinde nesiller arasında gerek algı gerekse duygu dünyası yönünden gözle görülür bir biçimde uçurumların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Aynı zamanda oluşan bu farklılık ile birlikte, nesiller dönemseller olarak farklı kuşaklara ayrılmıştır. Literatür incelendiğinde şimdiye kadar kuşakları dönemlerine ayırırken; Sessiz Kuşak, Baby Boomers, X, Y ve Z şeklinde ayırım yapıldığı görülmektedir. Fakat son birkaç yıldır Y ve Z kuşağından oluşan jenerasyonu tarif eden farklı bir kavram olan K kuşağı literatürde yer edinmeye başladı. 1995-2002 yılları arasında doğan bireyleri incelemek için kullanılan bu kavramı, ilk olarak tanımlayan kişi Cambridge Judge Ticaret Üniversitesi profesörü Noreena Hertz'dir. K kuşağı ismini, "Hunger Games" film serisinin ana karakteri olan, (K)atniss Everdeen'nin isminin baş harfinden almaktadır. Her jenerasyonda olduğu gibi bu jenerasyonunda kendine has özellikleri bulunmaktadır. Teknolojik açıdan fazlasıyla ilerlemiş bir dünyaya gözlerini açan K kuşağı bireyleri Y kuşağı bireylerinin aksine teknolojinin insan hayatını nasıl değiştirdiğini gözlemlemek yerine, bu ileri teknolojiyi nasıl kullanacaklarına odaklanmaktadır. Ayrıca bu jenerasyon, teknolojiye hayran kalma ve şaşırma aşamalarını çoktan geçmiş olup, dijital çağdan önceki dönemleri hatırlamadıklarından dolayı teknolojiyi hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görmekte ve aktivitelerinin çoğunu dijital ortamda gerçekleştirmektedir. Hertz bu nesli yaratıcı, üretici ve mucit olarak tanımlamaktadır. Çünkü bu nesil sadece satın almakla yetinmeyip, aynı zamanda tasarlama ve yaratma sürecinin de bir parçası olup tükettikleri ürün, hizmet ve medyaya kendi damgalarını vurmak istemektedir. Özellikle teknoloji odaklı bir devrim olan Endüstri 4.0'ın kapımızı çaldığı bu günlerde, hayata bakış açıları ve girişimci özelliklerinden dolayı diğer kuşaklardan oldukça farklı olan bu jenerasyonun kuşkusuz bundan sonraki süreçte ismi çok daha fazla duyulacaktır. Bu çalışmanın amacı, literatürde ampirik olarak yeterince incelenmemiş olan, teknolojik yenilikçilik eğilimindeki farklılıkları belirlemektir. Teknolojik gelişim ve global rekabetin hızla arttığı günümüz pazar koşulları göz önünde bulundurularak K kuşağının, yenilikçilik düşünce ve uygulamalarında diğer kuşaklara nazaran daha önemli rol oynamaları sebebiyle, saha çalışması Türkiye'de yaşayan farklı ekonomik ve kültürel kesimleri temsil edebileceği düşünülen 406 K kuşağına mensup bireylere gönüllü katılımlı olarak uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Faktör analizi, güvenilirlik analizi ve katılımcıların teknolojik yenilikçilik eğilimindeki farklılıkları belirlemek amacıyla t-testi, ve kuruskal wallis H analizi testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda K kuşağına mensup bireylerin cinsiyetleri açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Teknoloji, Teknolojik yenilikçilik, K kuşağı.

NEW CHILD OF TECHNOLOGY: K GENERATION

ABSTRACT

Technological changes and developments influenced the world in recent years, along with the required perception between generations both in terms of emotion visibly world has

* Doç. Dr., Harran Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, barslan@harran.edu.tr, ORCID NO: 0000-0001-7582-749X

** Arş.Gör., Harran Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, erkan.nur@harran.edu.tr. ORCID NO: 0000-0002-5131-4742

paved the way to the formation of a cliff. Together with this difference, generations are periodically divided into different generations. When the literature is examined, it is seen that it is defined as Silent Generation, Baby Boomers, X Generation, Y Generation and Z Generation. But for the last few years, the K generation, a different concept of Y and Z generation, has begun to take place in the literature. Noreena Hertz, professor of Cambridge Judge University of Commerce, was the first to describe this concept, which was used to study individuals born between 1995 and 2002. Generation K is based on the initials of the name of (K)atniss Everdeen, the main character of the film series "Hunger Games". Like every generation, this generation has its own characteristics. The K generation, which opens its eyes to a world that is technologically advanced, focuses on how to use this advanced technology instead of observing how people change the life of the people unlike the generation Y generations. Moreover, this generation of technology has already passed the stages of admiration and surprise, and because they do not remember the previous eras of the digital age, they see technology as an indispensable part of their lives and most of their activities are realized in digital environment. Hertz describes it as a creator, producer and inventor. Because this generation is not only about purchasing but also wants to strike its own stamps on the products, services and media that they are part of in the process of designing and creating. Specifically, technology-driven revolution that Industry 4.0 which click on our door these days, because of the life perspectives and entrepreneurial characteristics which are quite different from other generations name of the doubt in the future of this generation will be heard much more. The aim of this study is to determine the differences in the tendency of technological innovation, which have not been examined empirically enough in the literature. Of technological development and global competitiveness of the sharp increases in the current market conditions K generations in mind, innovative ideas and applications due to play a more important role than other generations, fieldwork different economic and cultural sectors which are thought to represent 406 K generations to persons belonging to voluntary participation living in Turkey . The obtained data were analyzed by SPSS program. Factor analysis, reliability analysis was performed. T-test and kuruskalH wallis H analysis test were performed to determine the differences in the technological innovation trends of the participants. As a result of the analyzes made, it is concluded that there is difference in technological innovativeness tendencies in terms of the gender of K generation individuals.

Keywords: Technology, Technological innovativeness, Generation

GİRİŞ

M.Ö. 4. yüzyılın sonları ile 5. yüzyılın başlarında yaşamış olan Herakleitos'un "*Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir*" sloganında belirttiği gibi değişim olgusu süreklilik arz eden bir durum olup, bu durumdan en fazla etkilenen canlı ise; doğasındaki sorgulama, araştırma ve öğrenme duygusundan dolayı insanoğlu olmuştur. İnsanlık tarihinin başladığı ilk günden bugüne kadar milyarlarca insan doğmuş ve ölmüştür. Bu süreçte her yeni doğan birey kendinden öncekilerden etkilenmiş ve daha sonra elde ettiği bilgi, beceri ve deneyim sayesinde kendinden sonrakileri etkilemiştir. "*Öncekiler ve sonrakiler*" olarak adlandırılan bu durum, bazı yazılı kaynaklara göre Antik Yunan, bazılarında ise Eski Mısır Uygarlığı dönemlerine kadar bu şekilde devam etmiştir. Belirtilen dönemlerde ilk kez "*Öncekiler ve sonrakiler*" olarak adlandırılan gruplar için kuşak kavramı kullanılmaya başlanmıştır.

Bilimsel yazında üzerine çok konuşulan ve çalışma yapılan konulardan biri olan kuşak kavramı için en ideal tanımı Türk Dil Kurumu yapmıştır. TDK'ya göre kuşak: *Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer*

sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu" olarak ifade edilmiştir. Tanımda dikkat çeken en önemli nokta "*aynı çağın şartları*" ifadesidir. Bu ifade geçmiş dönemlerde uzun bir süreyi temsil etmekteyken, günümüzde değişim olgusunun sunduğu bilimsel ve teknolojik yenilikler sayesinde çok daha kısa süreleri ifade etmektedir. Bilimde ve teknolojide yaşanan ve dur durak bilmeyen değişim furusu, kısa aralıklarla yeni kuşakların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Bu bağlamda, günümüzde değişimin yazın hayatına kazandırdığı yeni nesil K kuşağı olarak adlandırılmıştır. Kendinden önce gelen kuşaklardan oldukça farklı olan bu nesil, teknolojik ve bilimsel gelişmelerin zirveye ulaştığı bir dönemde dünyaya gözlerini açtıklarından teknoloji merkezli bir jenerasyonu temsil etmektedir.

Yaşadıkları dönemin gerekli gördüğü rekabet olgusundan korkmayan, hayata duygusallıktan öte daha gerçekçi ve sorgulayıcı bir gözle bakan bu nesil, teknolojiye olan yatkınlıklarından dolayı yaşanacak her türlü değişime de ayak uydurabilecek bir yapıya sahiptir.

1. Kuşak Kavramı

Kuşak kavramının tarihsel süreçteki geçmişi irdelendiğinde, bazı kaynaklarda yazılı temellerinin Antik Yunan'a, bazılarında ise Eski Mısır Uygarlığı'na kadar uzandığı görülmektedir (Joshi vd., 2011:179). Bilimsel yazın incelendiğinde ise kuşak kavramı, literatüre girdiği dönemden günümüze kadar gerek ulusal gerekse uluslararası alanlarda yapılan çalışmalarda çeşitli tanımlamalarla açıklanmaya çalışılmıştır.

Türk dilinde nesil ya da jenerasyon kelimeleri ile karşılık bulan (Köse vd., 2014: 150), kuşak kavramı; "*yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu*" şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Başka bir tanıma göre ise kuşak: Kamusal, sosyal ve ekonomik olayları içinde barındıran ve bu doğrultuda çeşitli kritik faktörlerden etkilenmiş, birlikte aynı zamanı tüketen, benzer paylaşımlarda bulunan, doğum yılları aynı veya birbirine yakın olan insan topluluğu olarak ele alınmıştır (Kupperschmidt, 2000: 66). Özer ve diğerleri (2013) ise kuşak kavramına daha geniş bir perspektiften bakmış ve kültürel değerleri de göz önünde bulundurarak kuşak kavramını; "*benzer sorumluluklar yüklenilmiş olan ortak değer, inanç, beklenti ve davranışlara sahip gruplar*" şeklinde tanımlamıştır.

Yapılan tanımlar incelendiğinde, her yazar kuşak kavramında farklı noktalara değinerek, kavramın içeriğini ve kapsamını genişletmiştir. Bu bağlamda, eskiye kıyasla günümüzde, nesiller arasındaki değişim ve gelişim süresinin de oldukça kısa olduğu düşünülecek olursa, kuşak tanımı da gelecek yıllarda ortaya çıkacak olan her yeni nesille birlikte kendisini yenileyeceğinin tahmin edilmesi zor olmayacaktır.

2. Dönemsel Olarak Kuşakların Sınıflandırılması

Konuya ilişkin ulusal ve uluslararası yazın taraması yapıldığında, hemen hemen her çalışmada farklı bir sınıflandırmanın olduğu dikkat çekmektedir. Yapılan bu çalışmalar bir bütün olarak incelendiğinde ise sınıflandırmalarda; demografik, sosyal, finansal ve teknolojik dönüşümlerin rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda bugünün işgücü şimdiye kadar beş kuşaktan oluşmaktayken (Sessiz Kuşak, Baby Boomers

Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı) son yıllarda literatürde yeni yer almaya başlayan ve bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan bir kavram olan “*K kuşağı*” ile birlikte bu sayı altıya çıkmıştır.

2.1. Sessiz Kuşak (1925-1945)

Yaşadığı dönemin yapısından dolayı yokluk ve ekonomik sıkıntılarla büyümüş ve mücadele etmiş (Strauss ve Howe, 1991:279), olan bu kuşağın, özellikle dönemlerinde yaşanan geniş çaplı savaşlardan dolayı (1. Dünya, 2. Dünya, İç Savaşlar, Kurtuluş Savaşı), kimi kaynaklarda “*Savaş Kuşağı*” olarak da adlandırıldığı görülmektedir.

Sessiz kuşak kültürel bağlamda ele alındığında ise; geniş aileler, samimi ve yoğun komşuluk ilişkilerinin kültürel yapının oluşumunda etkin olduğu görülmektedir. Yaşam felsefeleri “*yaşamak için çalışmak*” olan ve otoriteye saygı, sadakat, toplum değerlerine adanmışlık ve çok çalışma gibi etmenler bu kuşağın temel yapı taşlarını oluşturmaktadır (Gilbaugh, 2010:4).

2.2. Baby Boomers Kuşağı (1946-1964)

Yazında, doğum tarihleri ve yaş aralıkları konusunda farklı görüşler olmasına rağmen genel olarak, 1946-1964 yılları arasında doğan nesil, Baby Boomers nesli olarak adlandırılmaktadır (Parment, 2013). Bu kuşağın en belirgin özelliği kuralcı olmasıdır. II. Dünya Savaşı sonrası dönemi kapsayan bu kuşak, özellikle savaşların sona ermesi ve halkın bir nebze olsun huzura ve rahata kavuşması ve beraberinde doğum oranlarında yaşanan büyük artışlar nedeniyle “*Baby Boomers*” kuşağı olarak adlandırılmıştır (Marangoz, 2006; Bakırtaş vd., 2016:6). Aynı zamanda bu dönemde doğanlar, kimi yazarlar tarafından, diğer kuşaklara kıyasla sayısal fazlalıklarından dolayı toplumu yeniden şekillendiren kuşak olarak da tanımlanmaktadır (Levickaite, 2010: 171). Çalışma özellikleri açısından ele alındığında ise bu kuşak bireylerinin, takım çalışmasına ve takım toplantılarına önem verdikleri görülmektedir. Ayrıca takım ruhu bu nesil için oldukça önemlidir. Bu sebeple, paylaşılan sorumluluklar, etkin iletişim ve bireysel özellikler bu neslin karakteristik yapı taşlarını oluşturmaktadır (Families and Work Institute, 2002).

2.3. X Kuşağı (1965-1980)

Bilimsel yazında X kuşağından ilk kez 1964 yılında İngiltere’de kaleme alınan bir makalede söz edildiği görülmektedir (Sujansk ve Reed, 2009: 62). X kuşağı mali, ailevi ve toplumsal bir güvensizlik içinde, hızlı değişim, büyük çeşitlilik ve sağlam geleneklerin eksikliği ile büyüdüğü için, kolektif çalışmaktan ziyade bireyci, sinik ve güven problemi yaşayan, olumsuz düşünen nesli temsil etmektedir. Diğer taraftan ise kuşağın, problem çözümede pratik yaklaşım yeteneğine sahip, teknik açıdan yeterli çeşitliliğe, değişime, çoklu göreve ve rekabete açık olduğu belirtilmektedir (Smola ve Sutton, 2002: 365). Bu kuşak döneminde dikkat çeken diğer önemli gelişmeler ise; kuşağın, çok kanallı renkli televizyon ve bilgisayar gibi teknolojinin sunduğu fırsatları, günlük hayatta görme ve kullanma avantajı elde etmiş olmasıdır (Brandon, 2014). Dönemsel olarak bu nesil, dijital dönüşüm çağının ilk yıllarına denk geldiğinden, kendinden önceki nesillere kıyasla farklılık göstermektedir. Örneğin, Pew Araştırma Merkezi tarafından 2010 yılında yapılan ankette X kuşağını temsil eden 173 bireye sorulan “*Sizin kuşağınızı*

farklı kılan unsurlar nelerdir ?” sorusuna katılımcıların %12'lik bir kısmı "Teknoloji kullanımı" (Pew Research Center, 2010: 5), cevabını vererek farklılıklarını vurguladıkları görülmektedir.

2.4. Y Kuşağı (1981-1999)

Kendisinden önce gelen kuşaklardan farklı olduğunun gösterilmesi amacıyla kimi çalışmalarda "*İnternet kuşağı, Millenial ve Nexter*" gibi çeşitli isimlerle de anılan bu neslin (Broadbidge vd., 2007), literatürde yaygın olarak "*Y kuşağı*" şeklinde yer aldığı görülmektedir. Her nesil, ortaya çıktığı dönemde yaşanan toplumsal ve küresel olaylardan etkilenmekte olup, ömürleri boyunca da bu etkinin kontrolü altında yaşamaktadır. Bu bağlamda Y kuşağı bireyleri de, 1981 sonrası döneme damga vuran olaylardan etkilenmiştir (Bakırtaş vd., 2016:8). Bu jenerasyon döneminde yaşanan toplumsal ve küresel olaylardan en dikkat çekici olanlar ise şunlardır (Kuyucu, 2016:715): 1986-Çernobil Faciası, 1989- Berlin Duvarının Yıkılması, 1991- Körfez Savaşı ve 1992- Bosna Savaşı. Yaşanan bu tarz küresel ölçekte etkili olaylar, Y kuşağı bireylerinin hayata daha fazla sorgulayıcı ve eleştiriler bir gözle bakmasına neden olmuştur.

Karakteristik özellikleri açısından ele alındığında ise Y kuşağı; bağımsız, kendine güvenen, işbirlikçi, bencil ve çeşitlilik içeren bir kuşaktır. Küresel boyutlarda etkin olmaya başlayan ve teknoloji ile birlikte büyüyen bu neslin bireyleri, iş ve hayat arasındaki ilişkiler üzerinde düşünerek her şeyi başarabileceklerine inanmaktadırlar. Yüksek beklentili, risk alabilen ve oldukça verimli olduğunu düşünen Y kuşağı bireyleri, kendi ebeveynlerine kıyasla daha farklı bir dünyada büyümüştür. Bu nedenle aynı anda birden fazla iş yapabilmeye yeteneğine sahiptirler (Yüksekbilgili, 2013: 343).

2.5. Z Kuşağı (2000 ve Sonrası)

Z kuşağı, kimi kaynaklarda 1991, kimilerinde ise 1995 ve sonrasında doğan bireyler şeklinde ifade edilse de (Kaplan,2013: 367), genel olarak 2000 yılı ve sonrası nesli temsil etmektedir. Teknoloji odaklı bir dünyaya gözlerini açtıklarından bazı çalışmalarda (Kuşak I, İnternet Kuşağı, Next Generation veya İGen) gibi isimlerle de yer aldığı görülmektedir (Levicate, 2010: 173). Strauss ve Home (1991) ise bu nesli daha farklı bir bakış açısıyla ele almış olup "*bireyselleşme odaklı ve yalnız yaşam*" kavramları çerçevesinde bir açıklama yapmıştır.

Kişisel özellikleri açısından ele alındığında ise bu kuşak, genel olarak kompleksli bir yapıya sahip değildir. GSM tabanlı, daha bireysel, yenilik üretmekten haz duyan, sonuç odaklı, güvenilir fakat tatmin edilmesi zor bir kuşaktır. Önlerindeki çoklu seçenekler ve eğlenceyi ertelemede yaşadıkları güçlükler, başarılı olma yolunda karşılıklarına çıkan en büyük engeldir. Kendi istekleri doğrultusunda ve belirledikleri koşullarda öğrenmek isterler aynı zamanda üreticiliğe izin veren etkinliklerden de hoşlanmaktadırlar (Yelkikalan vd., 2010: 502).

2.6. K Kuşağı (1995-2002)

20. yüzyılın ikinci yarısında hızını artıran ve insanoğlunun hafızasında hayranlık bırakan seviyeye ulaşan teknolojik değişim ve gelişmelerin, günümüzde altın çağını yaşadığı görülmektedir. Bilginin ve teknolojinin bir araya gelerek dinamizm oluşturması

ve bu doğrultuda yaşanan değişimlerin insanoğlunun yaşamını kolaylaştırarak, hayat kalitesini artırdığı gözlemlenmiştir. Bilimde ve teknolojiye yaşanan bu hızlı değişim süreci, öncelikli olarak bireysel değişime, bireylerin oluşturduğu değişim toplumsal değişime, toplumların oluşturduğu bu değişim ise nesillerin değişmesine zemin hazırlamaktadır. Özellikle internet ve iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler beraberinde ekonomik, kültürel, sosyal ve ideolojik yönden farklı algı ve anlam dünyasına sahip bireyleri meydana getirmektedir.

Geçmiş yıllardaki kuşaklar incelendiğinde, ortalama 70-80 yıllık ömürleri boyunca yükselme, uyanış, aydınlanma ve kriz olmak üzere 4 farklı dönemi yaşadıkları görülmektedir (Duygulu, 2018:639). Ancak günümüzde bilimde ve teknolojiye yaşanan hızlı değişim beraberinde kuşaklar arasında yaş aralıklarının daralmasına neden olmuştur. Örneğin, günlük yaşamda çocukların ebeveynlerine "*Siz beni anlamıyorsunuz, Siz farklı düşünüyorsunuz*" ya da ebeveynlerin çocuklarına "*Bizim zamanımızda böyle miydi, Şimdiki nesil çok farklı*" gibi minimum aralarında "*20-25*" yaş farkına sahip bireylerin kullandığı söylemler, artık günümüzde yaşanan değişimler sonucunda "*3-5*" yaş farkına sahip bireylerin birbirlerine karşı kullandığı ifadeler haline gelmeye başlamıştır.

Gerek sosyal yaşamda gerekse iş yaşamında aşına olduğumuz X,Y ve Z kuşaklarından sonra, 2015 yılında yazın dünyasında, yeni bir nesli tanımlayan bir kavram olan K kuşağı yer almıştır. 1995-2002 yılları arasında doğan bireyleri araştırmak amacıyla bu kavramı ilk kez tanımlayan ve yazına kazandıran, Cambridge Ticaret Üniversitesi profesörü Noreena Hertz olmuştur.

Hertz, dünyayı varoluşsal süreçte bir tehdit olarak gören bu jenerasyonu tanımlarken "*Hunger Games*" (Açlık Oyunları) film serisinin ana karakteri olan (K)atniss Everdeen'den esinlenmiştir. Çünkü dünyanın kendi fanusları olduğu düşüncesiyle büyüyen ve "*Yes we can*" nesli olarak bilinen ilk dönem milenyalere kıyasla, bu jenerasyon için var oldukları dünya, tıpkı Katniss Everdeen'in deneyimlediği gibi, fanustan ziyade Hobbes'un tasvir ettiği biçimde distopik, adaletsiz ve serttir (Bozkuş, 2017).

Hertz (2015)'de İngiltere ve Amerika'da yaşları 14-22 arasında değişen 2.000 genç kıza kapsayan çalışmasında, genç kızlara "*En büyük korkunuz nedir?*" sorusunu sorduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğu "*kişisel başarısızlık ve sevdiklerini kaybetme*" gibi bireysel cevaplar yerine; "*%75'i terör, %66'sı küresel ısınma ve iklim değişikliği, %85'i bir iş sahibi olamama ve %77'lik bir kısım ise borçlu olmadan borçluluk korkusu*" gibi daha çok toplumsal konularda yaşanan korkularını ifade etmeleri çalışma sonucunda elde edilen önemli bulgulardır.

Hertz'in K kuşağı üzerine yaptığı çalışma başta Avrupa, Amerika ve Çin medyası olmak üzere Dünya Ekonomik ve Google Zeitgeist Forum'ları gibi uluslararası platformlarda da büyük bir yankı uyandırmıştır (Gazeteekonomi Web Sayfası, 2018). Literatüre yeni girmiş bir kavram olması sebebiyle, ülkemizde son günlerde dikkatleri üzerine çekmeyi başaran K kuşağı üzerine yazılmış kısıtlı sayıda köşe yazısı vardır. Akademik anlamda ise Duygulu (2018)'de K kuşağı kapsamında doğan bireyleri, "*Yeni Medya ve İletişim Teknolojisindeki Gelişmeler*" ışığında ele almıştır.

2.6.1. K Kuşağının Karakteristik Özellikleri

Business Insider yazarlarından Will Heilpern, Hertz'in çalışması doğrultusunda K kuşağının özelliklerini şu şekilde özetlemiştir (Heilpern, 2016):

➤ **Kaygı:** Diğer kuşaklara kıyasla çevresel faktörlerin ve dış dünyanın getirdiği tehlikelerden daha fazla haberdar olan bu nesil, özellikle terörizm ve iklim değişikliği gibi toplumsal konuların yanı sıra çöküş, işsizlik, ekonomik kriz ve zorunlu göçler gibi olaylar nedeniyle oldukça karamsar bir yapıya sahiptir.

➤ **Geleneksel Kurumlara Olan Güven Sorunu:** Bu kuşağın kurumlara olan güven duygusu da diğer kuşaklara kıyasla büyük farklılık göstermektedir. Hertz'in yaptığı çalışmada bireylere sorulan "*Büyük şirketlerin doğru işler yaptığına inanıyor musunuz?*" sorusuna yetişkinlerin (diğer kuşaklarda yer alan bireylerin) %60'lık bir kısmı evet cevabını verirken, K kuşağı bireylerinin ise sadece % 6'lık bir kısmı "*evet*" cevabını vermiştir.

➤ **Cömertlik:** Hertz, bu jenerasyonun çok fazla öz-çekim (selfie) yapmasına rağmen, bencil olmadığını söylemektedir. Buna ek olarak K kuşağının, gönüllü olarak çalışmaya daha fazla vakit ayırdığını ve aynı zamanda diğer kuşaklara kıyasla gelirlerinin büyük bir kısımlarını da hayır işlerine harcadığını ifade etmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen diğer önemli bir sonuç ise bu neslin %92'lik gibi büyük bir kısmının ihtiyacı olan insanlara yardım etmenin önemine vurgu yapmasıdır. Bu bağlamda bu kuşağın, eşitsizlikten duyduğu rahatsızlığı ifade ettiği görülmektedir.

➤ **Yalnızlık:** Sosyal medya vasıtasıyla arkadaşları ile sürekli iletişim halinde olmalarına rağmen, aslında K kuşağı oldukça yalnız bir nesli temsil etmektedir. Hertz'in çalışması kapsamında elde ettiği bulgularda da %80'lik bir kısım çevrimiçi iletişim yerine yüz yüze görüşmenin önemini vurgulamıştır. Hertz ise bu durumu "*Dijital dünyada fiziksel etkileşim prim sağlıyor*" şeklinde açıklamıştır.

➤ **Yaratıcılık:** Genç neslin bir şeyler üretmeyi, icat etmeyi ve tasarlamayı sevdiği aynı zamanda bunları da seslerini duyurmanın bir yolu olarak benimsedikleri gözlemlenmiştir.

2.6.2. Teknoloji-K Kuşağı İlişkisi

K kuşağı bireylerinin terörizm, ekonomik krizler, eşitsizlik, iklim değişikliği ve göç gibi insan yaşamını derinden etkileyen toplumsal olayların yaşandığı bir dönemde hayata gözlerini açmalarına rağmen, yine aynı dönemde, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin zirveye ulaşmış olması, bu jenerasyonun sahip olduğu en büyük avantajdır. Bu nedenle K kuşağının, teknolojiye bakış açıları ve teknolojiden beklentileri, diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında aralarında büyük bir farklılık olduğu görülmektedir.

Teknolojik gelişmeler karşısında oldukça şaşkın davranışlar sergileyen ve bu değişimlerin insan hayatını nasıl farklılaştırdığını araştıran diğer kuşaklara, özellikle de Y kuşağına kıyasla K kuşağı bireyleri, teknoloji açısından oldukça ilerlemiş bir dünyaya gözlerini açtıklarından, teknolojiyi çevre ve dünya için nasıl daha fazla etkin ve yararlı kullanacaklarını bilmektedirler (Hertz, 2015).

Teknolojinin iletişim alanında en büyük icadı olan ve X kuşağının son dönemlerinde Avrupa'da piyasaya sunulan mobil telefonlar, daha sonraki süreçte yine teknolojinin, Y jenerasyonu döneminde insanlığın kullanımına sunduğu internet ile bir araya gelerek, K kuşağı döneminde akıllı telefonların hayatımıza girmesine zemin hazırlamıştır. Bu nedenle bu jenerasyonun akıllı telefonlara karşı bakış açıları ve tutumları da oldukça farklıdır.

Akıllı telefonlar onlar için haberleri, ailelerini ve arkadaşlarını temsil etmekte olup, ulaşılabilir olmak K kuşağı bireyleri için varoluş anlamı taşımaktadır. İnternete her an bağlı olmak, kötü olaylardan da aynı anda haberdar olmak anlamına gelmektedir. Önceki kuşaklardaki yaşlılarının normalde izlemeyeceği ya da okumayacağı tüm haberlere timeline'da maruz kalmaları, bu kuşağı, dünyadaki tüm fırsatların kendisini beklediğini sanan önceki kuşaklardan farklı olarak daha gerçekçi ve karamsar yapmaktadır (Azanpa, 2017).

Girişimcilik özellikleri nedeniyle aynı anda birden fazla işe odaklanabilen ve son derece sosyal olan K kuşağı, dijital çağdan önceki dönemi hatırlamamaları nedeniyle faaliyetlerinin çoğunu dijital ortamlarda gerçekleştirmektedir (Bozkuş, 2017). Özellikle teknolojik inovasyonun sunduğu web tasarım, nanoteknoloji, biyoteknoloji, web yazılım, nesnelerin interneti gibi yeni teknolojik atılımlara uyum sağlama konusunda da sıkıntı yaşamayan K kuşağı bireyleri, günümüzde özellikle uluslararası arenada boy gösteren şirketler tarafından arzulanan ve talep edilen insan kaynağını temsil ettiği söylenebilir.

İTÜ ARI Teknokent Genel Müdür Yardımcısı Gökçe Kabak, önceki nesilleri dijitalleşme sürecinde göçebe olarak ifade ederken, K kuşağı jenerasyonunu ise dijitalleşme sürecinin içinde büyümesinden dolayı "*dijital dünyanın yerlileri*" olarak tanımlamakta olup, bu özelliklerinden dolayı da dünyadaki insan kaynakları açısından bu neslin çok değerli konumda olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda K jenerasyonu bireylerinden işe alım yapacak şirketlerin de bu jenerasyonun değerlerini, önceliklerini bilmeleri ve şirket vizyonlarını onlarla birlikte oluşturmaları gerektiğine değinen Kabak'ın, şirketler açısından K kuşağının taşıdığı öneme vurgu yaptığı görülmektedir (Gazeteekonomi Web Sayfası, 2018).

Teknolojinin getirdiği değişim ve yenilikleri uyum ve uygulama sürecinde de çok fazla zorlanmayan bu jenerasyon, örgütlerde dijital kültürün oluşturulmasında da aktif rol alma çabasıdadır. Hertz'in çalışmasında belirttiği gibi; "*Bu kuşak; yaratıcı, üretici ve mucit bir nesli temsil etmekte olup sadece satın almakla yetinmeyip, tasarlama ve oluşturma sürecinin bir parçası olup tükettikleri ürünlere, hizmetlere ve medyaya kendinden de bir şeyler katmak istiyor.*" Özellikle, "*Endüstri 4.0*" ya da teknoloji tabanlı adıyla, "*dijital dönüşüm*" çağını yaşadığımız bu günlerde, geleceğin dünya düzeninde K kuşağının önemi daha da artacaktır.

3. Teknolojik Yenilikçilik

Kamien ve Schwartz (1982) göre yenilik, yeni olan bir ürün veya yeni olan bir süreçle neticelenen, temel araştırmadan, buluş ve bu buluşu geliştirme ve ticarete dökülmesine kadar olan kısmı kapsayan bir süreçtir. Schumpeter (1934)'e göre yenilik; yeni bir fikrin, ticari faaliyetlerde uygulamaya dönüşmesi sürecindeki tüm eylemleri

kapsamaktadır. Hult ve diğerleri (2004)'e göre yenilikçilik kavramı, yenilik ile meşgul olmadır. Yenilikçilik, yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni fikirlerin vb. süreçlerin desteklenmesi eğilimini yansıtmaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Teknolojik yenilikçilik ise; ekonomik olarak gelişmeyi, verimliliği ve üretkenliği arttıran, ve sonuçta ekonomik olarak gelişimi hızlandıran bir mekanizmadır (Antoncic vd., 2007).

Teknolojik yenilik; bilginin bulunması, geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, bu bilginin yayılması, ve yeni ürünlere dönüştürülmesi sürecidir. Bu süreç, bireylerin sahip olduğu teknolojik bilgi birikimi ile ortaya çıkan problemleri çözme, planlama ve karar verme gibi konularda aktif olmalarını gerektirir (Gattiker, 1987: 17). Bireyin kendi alanına ilişkin teknolojik gelişmeleri takip etmesinin yanı sıra, bunu iş süreçlerine uygulaması önemlidir. Örneğin, bir tamirci sürekli benzinli araç tamir eder, dizel araçlar ile ilgili kendini geliştirmese mevcut pazarı sürekli küçülecektir.

Porter (1990) bireylerin, teknolojik konulara pozitif ilgisinin ve yeteneklerinin ölçülmesi, yani “*yenilikte yetkinlik kazanma*” için gerekli olan bireysel altyapının belirlenmesinin önem arz ettiğini ifade etmiştir. Bireylerin bazı teknolojileri öğrenme ve kendi alanlarında kullanma konusunda sarf edecekleri çaba ile birlikte, bazı yeteneklere de sahip olmaları gerekmektedir. Bireylerin teknolojik yenilikçilikte yetkinliklerinin artması beklenen konular şunlardır (Eren, 2010:20);

- Eksikliğini hissettiği bir konuya teknolojik bir çözüm bulmaya uğraşması ve fikir üretmesi,
- Yeni ve gelişmiş ürünler, üretim yöntemleri ve hizmetler için fikir geliştirmesi,
- Yapılabilirliğini görmek için aklına gelen çözümleri gerçekleştirmeye çalışması,
- Tekniğe ve tasarıma ilgi duyması,
- Fikirlerini çalışır prototiplere çevirebilmesi,
- Mevcut bilgi birikimini arttırmak ve düşündüğü herhangi bir teknolojik çözümün var olup olmadığını belirlemek için internet, kütüphane vb. kaynaklardan araştırma yapması,
- Sorun yaşanan bir konuya çözüm bulmak için teknik altyapısını nasıl kullanacağını farkında olması ve ürettiği çözümleri rahatlıkla bir projeye dönüştürebilmesi,
- Düşüncelerini yakınında bulunan bireylerle paylaşması.

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı K kuşağındaki bireylerin demografik farklılıkları bağlamında teknolojik yenilikçilik eğilimlerindeki farklılıkları belirlemektir.

4.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın ana kütlesini Türkiye’de yaşayan K kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Örnek kütlesini ise zaman ve maliyet kısıtlarının yanı sıra kolay ulaşılabilir olmaları nedeniyle Şanlıurfa’da yaşayan K kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Araştırma için gerekli olan veriler basit tesadüfi örneklem metodu kullanılarak yüz

yüze ve internetten anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anketler 01.06.2018 ile 01.07.2018 tarihleri arasında yapılmıştır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde teknolojik yenilikçilik eğilimini ölçmek için Eren (2010) tarafından geliştirilen 9 maddelik ölçek yer almaktadır. İkinci bölümde; katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı ve toplam geliri gibi 6 demografik faktörü kapsayan sorulara yer verilmiştir. Anket formu K kuşağı olarak ifade edilen 1995-2002 yılları arasında doğmuş 406 kişiye uygulandı.

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimleri demografik faktör grupları bağlamında farklılık gösterir.

H1a: K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimleri cinsiyet faktörü bağlamında farklılık gösterir.

H1b: K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimleri medeni durumu bağlamında farklılık gösterir.

H1c: K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimleri eğitim durumu bağlamında farklılık gösterir.

H1d: K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimleri toplam hane gelir durumu bağlamında farklılık gösterir.

4.5. Verilerin Analizi

Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan anket K kuşağına mensup 406 kişiye uygulanmıştır. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada ölçeğin alt boyutlarını belirlemek amacıyla Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğin belirlenmesi için Cronbach Alpha Testinden yararlanılmıştır. Teknolojik yenilikçilik eğilimi açısından cinsiyet ve medeni durum grupları arasında bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi analizi yapılmıştır. Teknolojik yenilikçilik eğilimi açısından gelir durumu ve eğitim durumu grupları arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Kruskal Wallis H Testinden yararlanılmıştır.

4.6 Araştırmanın Bulguları

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

	Sıklık	Yüzdeler		Sıklık	Yüzdeler
Cinsiyet			Eğitim Durumu		
Kadın	245	60,3	Lise	175	43,1
Erkek	161	39,7	Önlisans	23	5,7
Toplam	406	100			

			Lisans	208	51,2
			Toplam	406	100
Medeni Durum			Toplam Hane Geliri		
Evli	32		1000 TL ve altı	47	11,6
Bekâr	374	7,9	1001-2000 TL	82	20,2
Toplam	406	92,1	2001-3000 TL	170	41,9
			3001-4000 TL	36	8,9
		100	4001-5000 TL	29	7,1
			5001 TL ve üstü	42	10,3
			Toplam	406	100

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri incelenecek olursa, katılımcıların 245'i (%60,3) kadın, 161'i (%39,7) erkek bireylerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin devam eğitim durumunun yüksek olduğu görülmektedir. En büyük grubu lisans düzeyinde eğitimi olan bireyler oluşturmaktadır (%51,2). Toplam hane gelir grupları içerisinde en büyük payı 2001 – 3000 TL arasında gelire sahip olanlar oluşturmaktadır (%41,9). Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde 32'sinin (%7,9) evli, 374'ünün (%92,1) bekar olduğu görülmektedir.

4.7. Araştırmanın Güvenirliliği ve Faktör Analizi

Faktör analizi, veriler arasındaki ilişkilere dayanarak, bu verilerin daha anlamlı ve özet biçimde sunulmasını sağlayan bir analiz türüdür. Faktör analizinde amaç, çok miktardaki değişken sayısının değişken seti içindeki karşılıklı ilişkiyi araştırarak azaltmaktır (Proctor, 2003:292).

KMO (örnekleme yeterliliği istatistiği) ve Bartlett's Test of Sphericity (Bartlett küresellik testi) değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını gösterir. Eğer Bartlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık derecesinden düşük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki vardır. KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir en alt sınırı 0,50'dir (Sipahi ve diğerleri., 2006:79).

Teknolojik yenilikçilik eğilimi ile ilgili olan veri setinin faktör analizine uygunluğunu test eden KMO değeri (0,917) faktör analizi yapılabilmesi için uygun ve mükemmel bir değerdir. Yine aynı amaca hizmet eden Bartlett testi significance = 0,00 olduğundan ve $p < 0.05$ olması koşulunu sağladığından verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. K kuşağındaki bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimlerini ölçmek amacıyla uygulanan faktör analizi sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin tek boyut altında toplandığı görülmektedir.

Tablo 2: Teknolojik Yenilikçilik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

Maddeler	Yük Değerleri	Açıklanan Varyans %
-----------------	--------------------------	------------------------------------

Teknolojik gelişme ve yenilikleri takip eder ve kullanırım.		
Eksikliğini hissettiğim bir konuya teknolojik bir çözüm bulmaya uğraşırım.	742	
"Şöyle bir sistem olsa iyi olur" diye aklımdan geçirdiğim teknolojik çözümlerin var olup olmadığını internet, kütüphane vb. kaynaklardan araştırırım.	735	
Yapılabilirliğini görmek için yazılım veya donanım teknolojileri kullanarak aklıma gelen çözümleri gerçekleştirmeye çalışırım.		62,578
Sorun yaşanan bir konuya çözüm bulmak için teknik altyapımı nasıl kullanacağımı düşünürüm.	781	
Düşüncelerimle ürettiğim çözümleri rahatlıkla bir projeye dönüştürebilirim.		
Bu düşünceleri paylaştığım çevremdeki insanlardan olumlu yönde tepkiler alırım.	706	
Tasarıma ilgi duyarım.		
Beğendiğim bir teknolojik çözümün nasıl yapıldığıyla ilgili fikirler oluşturabilirim.	814	
	702	
	757	
	748	
	842	

KMO = 0,917 Toplam Açıklanan Varyans = 62,578

Tablo 3: Teknolojik Yenilikçilik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,899	9

Güvenirlik analizi için en çok tercih edilen yöntem Cronbach Alfa yöntemidir. Bu yöntemde alfa katsayısı hesaplanmaktadır. Katsayı, bir ölçekteki k sorunun varyansları toplamının genel varyans oranlanması ile elde edilir. Alfa, standart değişim ortalamasıdır ve 0 ile 1 arasında değişmektedir. Sosyal araştırmalarda alfa değerinin 0,70 seviyelerinde olması güvenilirlik için yeterli görülmektedir. (Nakip, 2006:146). Eğer; Cronbach Alpha $.00 < \alpha < .40$ ölçek güvenilir değil, $.40 < \alpha < .60$ ölçeğin güvenilirliği düşük, $.60 < \alpha < .80$ ölçek oldukça güvenilir ve $.80 < \alpha < 1.00$ ölçek yüksek derecede güvenilir (Altunışık ve diğerleri, 2005:115). Çalışmada elde edilen verilerin toplam Cronbach Alpha değeri 0.972'dir. Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

4.8. Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 4: Cinsiyete Göre Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Yönelik t-Testi Sonuçları

		Mean		Sig.
Kadın	45	3,6889	2,194	,002*
Erkek	61	3,7067		

*p<0,05

K kuşağına mensup bireylerin cinsiyetlerine göre teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yapılan t-testi analizi sonucunda $p = ,002 < ,005$ olmasından dolayı katılımcıların cinsiyetleri açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. H_{1a} hipotezi desteklendi. Yapılan analiz sonucunda erkeklerin kadınlara oranla daha fazla teknolojik yenilikçilik eğiliminde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 5: Medeni Duruma Göre Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Yönelik t-Testi Sonuçları

		Mean		Sig.
Evli	32	3,7272	405	,934

Bekâr	74	3,6856		
--------------	----	--------	--	--

*p<0,05

K kuşağına mensup bireylerin medeni durumlarına göre teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Medeni duruma göre yapılan t-testi analizi sonucunda $p = ,934 > ,005$ olmasından dolayı katılımcıların medeni durumları açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_{1b} hipotezi reddedildi.

Tablo 6: Eğitime Göre Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Yönelik Kuruskal Wallis H Testi Sonuçları

Eğitim	
Ki Kare df	3,291
Asymp.Sig.	2,621

*p<0,05

Eğitim durumu değişkenlerinin gözlem sayıları 30'un altında olduğu için parametrik olmayan testlerden Kuruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan değer $p = ,621 > 0,05$ olmasından dolayı K kuşağına mensup katılımcıların eğitim durumları açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_{1c} hipotezi reddedildi.

Tablo 7: Toplam Hane Gelirine Göre Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Yönelik Kuruskal Wallis H Testi Sonuçları

Gelir	
Ki Kare	5,883
df	5
Asymp.Sig.	,441

*p<0,05

Toplam hane geliri değişkenlerinin gözlem sayıları 30'un altında olduğu için parametrik olmayan testlerden Kuruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan değer $p = ,441 > 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların gelir durumları

açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_{1d} hipotezi reddedildi.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, internetten anket yolu ile bireylerin demografik farklılıkları bağlamında teknolojik yenilikçilik eğilimlerindeki farklılıkları belirlemek amacıyla yapıldı. Bu amaçla, K kuşağına mensup bireylerden oluşan bir örnek kütle üzerinde araştırma yapıldı. Literatürde hem K kuşağı bireylerine yönelik çalışmaların yok denecek kadar az olması hem de teknolojik yenilikçilik konusuna ilişkin yapılmış ampirik çalışmaların azlığı çalışmanın çift taraflı olarak önemini ortaya koymaktadır.

Teknolojik yenilikçilik eğilimi açısından cinsiyet ve medeni durum grupları arasında farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla T-testi yapılmıştır. Teknolojik yenilikçilik eğilimi açısından gelir durumu ve eğitim durumu grupları arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Kruskal Wallis H Testinden yararlanılmıştır. K kuşağındaki bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde demografik faktörler bağlamında bir farklılık olup olmadığına yönelik yapılan analizler sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri bakımından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan analiz sonucunda erkeklerin kadınlara oranla daha fazla teknolojik yenilikçilik eğiliminde olduğu belirlenmiştir

Bu çalışmanın kısıtlarından biri araştırmada yöntem olarak anket yönteminin kullanılmış olmasıdır. Bir diğer kısıt ise örneklemin K kuşağına mensup bireyleri kapsamasıdır. İleriki çalışmalarda farklı yöntemler ile farklı örneklem grupları üzerinde yapılması sonuçların genelleştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir.

Türkiye’de yenilikçilik konusu ile ilgili ampirik ve kavramsal çalışmalar yapılmış olmasına rağmen ulusal ve uluslararası boyutta K kuşağına mensup bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimlerindeki farklılıkları belirlemeye yönelik herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Bunun nedeni teknolojik yenilikçilik kavramı ile ilgili kavramsal çalışmaların daha yeni yeni yapıyor olmasıdır. Araştırmanın bilimsel katkısı, özellikle toplumlarda yenilik konusunda öncülük yapan tüm kurum ve kuruluşlara ve konu ile yakından ilgilenen akademisyenlere elde edilen bulgular ile rehberlik edilebilecek olmasıdır.

KAYNAKÇA

ALTUNIŞIK, Remzi, ÇOŞKUN, Recai , BAYRAKTAROĞLU, Serkan, YILDIRIM, Engin (2005), "*Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*", Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

ANTONCIC, Bostjan, PRODAN, Igor, HISRIC, D. Robert, SCARLAT, Cezar, (2007), "Technological Innovativeness and Firm Performance in Slovenia and Romania", *Post-Communist Economies*, III, 19: 281-298.

AZANPA, Ö. Nergis, (2017), "Yeni Nesil K Kuşağı Çocukları", <https://psikologbiranne.com/?p=333>. Erişim Tarihi: 04.09.2018.

BAKIRTAŞ, Hülya, DİVANOĞLU, U. Sevilay, AKKAŞ, Cemil, (2016), "**Y Kuşağı Fark Ne ? Neyi, Niçin, Nasıl Alır ya da Aldırır?**", Bursa: Ekin Yayınevi.

BOZKUŞ, Fatoş, (2017), "K Kuşağı Üretime Dahil Olmak İstiyor", <http://www.ekonomist.com.tr/yonetim-kariyer/k-kusagi-uretime-dahil-olmak-istiyor.html>. Erişim Tarihi: 25.08.2018.

BRANDON, Emily, (2014), "The Youngest Baby Boomers Turn 50", US News & World Report. Retrieved from <http://money.usnews.com/money/retirement/articles/2014/06/16/the-youngest-baby-boomers-turn-50>. Erişim tarihi: 09.08.2018.

BROADBRIDGE, M. Adelina, MAXWELL, A. Gillian, OGDEN, M. Susan, (2007), "Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y", **Career Development International**, XII, 6: 523-544.

DUYGULU, Serap, (2018), "Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan İletişime Etkisi", **TRT Akademi**, III, 6: 632-652.

EREN, Hakan, (2010), "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi", **Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Ankara.

FAMILIES AND WORK INSTITUTE, (2002), "**Generation and Gender in the Workplace**", USA: American Business Collaboration.

GATTIKER, E. Urs, (1987), "**Technological Innovation and Strategic Human Resource Management: Developing a Theory**".

HEILBERN, Will, (2016), "Here's What You Should Know About "Generation K"-The Teens Shaped by Terrorism, Technology and Anxiety", <https://www.businessinsider.com/what-you-need-to-know-about-generation-k-2016-4>, Erişim Tarihi: 26.08.2018.

HERTZ, Noreena, (2015), "Generation K: What it Means to be A Teen", <http://www.noreena.com/wp-content/uploads/2015/04/Generation-K.jpg>. Erişim Tarihi: 25.08.2018

<http://www.gazeteekonomi.com/kariyer/iste-k-kusaginin-ozellikleri-h366030.html>, Erişim Tarihi: 25.08.2018

HULT, G. Tomas, M., HURLEY, F. Robert, KNIGHT, A. Gary, (2004), "Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance", **Industrial Marketing Management**, V, 33: 429-438.

JOSHI, Aparna, DENCKER, C. John, FRANZ, Gentz, (2011), "Generations in Organizations", **Research in Organizational Behavior**, 31: 177-205.

KAMIEN, I. Morton, SCHWARTZ, L. Nancy, (1982), "**Market Structure and Innovation**", Cambridge University Press.

KAPLAN, Burçin, (2013), "C Kuşağı Tüketici Davranışları ve C Kuşağına Yönelik Pazarlama Stratejileri: Türkiye'de GSM Sektörünün Bu Kuşağa Yaklaşımı", **Kafkas Üniversitesi 18. Ulusal Pazarlama Kongresi**, 19-22 Haziran, Kars: 365-383.

KÖSE, Sevinç, ORAL, Lale, TETİK, T. Hilmiye, (2014), "Y Kuşağının Birinci ve İkinci Yarısında İş Değerlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma", **HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, Bahar, 3: 149-165.

KUPPERSCHMIDT, R. Betty, (2000), "Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management", **The Health Care Manager**, I, 19: 65-76.

KUYUCU, Mihalis, (2016), "Üniversitede Eğitim Gören Y Kuşağı Öğrencilerinin Radyo Formatları Tercihini", **Journal of International Social Research**, IX, 46: 713-730.

LEVICKAITE, Rasa, (2010), "Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World without Borders (The Case of Lithuania)", **LIMES: Cultural Regionalistics**, III, 2: 170-183.

LUMPKIN, G. Tom, DESS, G. Gregory, (1996), "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance", **Academy of Management Review**, I, 21: 135-172.

NAKİP, Mahir (2006), **"Pazarlama Araştırmaları Teknikleri ve (SPSS Destekli) Uygulamalar"**, Ankara: Seçkin.

ÖZER, S. Pınar, ERİŞ, D. Engin, TİMURCANDAY ÖZMEN, N. Ömür, (2013), "Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Ekim, 38: 123-142.

PARMENT, Anders, (2013), "Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping Behavior, Buyer Involvement and Implications for Retailing", **Journal of Retailing and Consumer Services**, II, 20: 189-199.

PEW RESEARCH CENTER, (2010), "Millenials: A Portrait of Generation Next", <http://www.pewsocialtrends.org/files/2010/10/millennials-confident-connected-open-to-change.pdf>. (Erişim tarihi, 09.08.2018).

PORTER, E. Michael, (1990), "The Competitive Advantage of Nations", **Competitive Intelligence Review**, I, 1: 14-14.

PROCTOR, Tony (2003), **"Pazarlama Araştırmasının Temelleri. İclem Er (Çeviren)"**, İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

SCHUMPETER, A. Joseph, (1934), **"The Theory of Economic Development. (Translation of Second German Edition by Redvers Opie)"**, Cambridge: MA, Harvard.

SİPAHİ, Beril, YURTKOLU, E. Serra, ÇİNKO, Murat (2006), **"Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi"**, İstanbul: Beta Yayınları.

SMOLA, K. Wey, SUTTON, D. Charlotte, (2002), "Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for the New Millennium", **Journal of Organizational Behavior**, IV, 23: 363-382.

STRAUSS, William, HOWE, Neil, (1991), **"Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069"**, New York: Quil William Morrow.

SUJANSKY, Joanne, FERRI-REED, Jan, (2009), **"Keeping the Millennials: Why Companies are Losing Billions in Turnover to this Generation-and What to do about It"**, John Wiley & Sons.

YELKİKALAN, Nazan, AKATAY, Ayten, ALTIN, Emel, (2010), "Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci", **Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, XIV, 20: 399-506.

YÜKSEKBİLGİLİ, Zeki, (2013), "Türk Tipi Y Kuşağı", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, XLV, 45: 342-353.