



bigg

↘
WORKING CULTURE
SOLUTIONS.

thinkbigg.com

Bugün “iş” kavramının değiştiğinden söz ediliyor. Sabah dokuzda işe gidip altıya kadar masadan kalkmama devrinin sona mı erdiği tartışılıyor.

50’li yıllarda ortaya çıkan ve dünya çapında bir furyaya dönüşen Alman tarzı açık planlı ofis sistemi hâlâ tercih ediliyor olsa da, geçen 65 yıl içinde “iş” kavramına dair bir şeyler değişti.

Google, Skype gibi küresel devlerin ofisleri niçin son yıllarda popüler oldu?

"İyi" ofis

Bugünün “iyi” ofisi, sanılanın aksine ortaya bir kaydırak koymaktan ibaret değil. Günümüzde iş dünyasına giren, ve aktif bir rol alan Y kuşağı, diğer kuşaklardan son derece farklı özellik, davranış ve istekler taşıyor; dolayısıyla da bu durum iş yapma biçimlerine ve mekânlarına da yansıyor.

Peki Y kuşağı kimdir?

İsterseniz önce kuşaklardan ve özelliklerinden biraz bahsedelim.

Dünya genelinde 1965 yılı sonrasında doğan genç kuşaklar X, Y ve Z olarak ayrılıyor. Bundan öncesinde, 1946-1964 yılları arasında doğanlar 2. Dünya Savaşı’nın ardından yaşanan nüfus patlamasından isimlendirilerek “Baby Boomer”, daha öncesi ise “Sessiz Kuşak” olarak adlandırılıyor.

Genç kuşaklardan **X kuşağı**, 1965-1979 yılları arası doğan bireylerdir. Bu durumda en yaşlısı 48, en genci 34 yaşındadır. X kuşağı kurallara uyumlu, aidiyet duygusu güçlü, otoriteye saygılı, sadık, çalışkanlığa önem veren bir kuşaktır. İş yaşamlarında çalışma saatlerine uyumlu olup, iş motivasyonları yüksektir. Daha çok yaşamak için çalışırlar. Belirli çalışma süresinden sonra kademe atlayacaklarına inandıklarından sabırlıdırlar. Ayrıca bu nesil birtakım buluşlara tanıklık etmiştir. Dünyaya gözlerini merdaneli çamaşır makinesi, transistörlü radyo, kasetçalar ve pikapla açan X nesli, teknolojinin getirdiği bilgisayar ve internet dönüşümlerine adapte olmaya çalışmaktadır. Türkiye’nin %22’sini oluşturur.

Y kuşağı, 1980-1999 yılları arası doğan bireylerdir. Bu durumda en yaşlısı 33, en genci 14 yaşındadır. Kuşaklar arası farklılığın en çok hissedildiği nesil olma özelliği taşırlar. Bağımsız olmayı severler, özgürlüklerine düşkündürler. Kendisinden farklı düşünenleri eleştiri yağmuruna tutsa da kendisinden önceki kuşağın tersine, biraradalığa yatkındır. Eleştireliliği ve özgüveni, Y kuşağının bireyci olmasından kaynaklanır. Bilgisayar ve internet ile büyüdüğünden zekidir, aynı anda birden çok iş yapmaya yatkındır. Türkiye nüfusunun %35’ini oluşturur, ki bu oldukça ciddi bir orandır.

Z kuşağı ise 2000 yılı ve sonrası doğan bireylerdir; başka bir deyişle “milyenyum” neslidir. 13 yaş ve altındadır. Türkiye’nin %15’ini oluşturur. İnternet ve mobil teknolojileri kullanmayı severler, günümüzde oyuncak yerine tabletle oynayan nesildir. Teknoloji ile fazla haşır neşir olduklarından görsel algılarının ve aynı anda birden fazla konu ile ilgilenebilme yeteneklerinin gelişeceği tahmin ediliyor.

Y kuşağı, çok farklı kişisel özellikler taşımakta ve özellikle üniversiteden yeni mezun olanları kapsamaktadır. Bu durumda Y bireyleri için iş hayatına yeni giren, ya da önemli roller almaya başlamış

kuşak olarak adlandırmak doğru olur.

X kuşağı ile Y kuşağı arasındaki çatışma, kuşaklar arası farklılığın anlaşılmasından ileri geliyor. Y kuşağını “ilgisiz, disiplinsiz, dağınık, apolitik” olarak tanımlayan X ve üzeri kuşakların, Y bireylerinin farklı bakış açılarının farkında olması gerekiyor.

Y kuşağının iş anlayışı

Peki kuşaklar arası farklılığın en fazla hissedildiği Y kuşağının iş anlayışı nasıldır?

X nesline göre, Y neslinin örgütsel bağlılıkları azdır ve bu yüzden çok fazla iş değiştirdikleri söyleniyor.

Araştırma şirketi Firefish'in genç çalışanlar arasında yaptığı bir araştırmasına göre, çalışanların %75'i patronlarından memnun, hatta gururlu olmalarına karşın, %57'si 2 yıl içinde işyeri değiştirmeyi düşünüyor.

Fakat –ailelerine ve sosyal gruplarına olan bağlılıkları düşünüldüğündeki gibi- benimsedikleri bir çevrede olmalarını fazlasıyla önemsiyorlar.

Y kuşağının bireyciliği ve özgürlüğüne düşkünlüğü, işe bakışlarına da yansır.

Mesai saatinden ya da kurallardan ziyade, yapılan işi önemserler. Benimsedikleri bir işi yapmak için diğer her şeyi arka plana atabilirler.

Firefish'in araştırmasına göre, 7 kişiden biri haftada 50 saatten fazla çalışmakta sakınca görmüyor. Ve %56'sı, 3 yıl içinde yönetici olmak istiyor.

Fakat bu yöneticilik hayali, X kuşağının “terfi” hayalinden oldukça farklı: Y kuşağı otoriteyi sevmediğinden, bir an önce yönetici olmak ya da kendi işini kurmak istiyor. Y bireylerinin özgüvenleri yüksektir, kendi görüşlerine karşı olan eylemler gündeme geldiğinde hiç düşünmeden karşı koyarlar. Sosyalliğe önem verirler, internet teknolojilerini aktif kullanırlar.

Özgürlük, esneklik, sadakat ve teknoloji

Araştırma şirketi Cisco'nun 2011 yılında yapmış olduğu bir teknoloji anketine göre, 3 genç çalışandan 1'i, interneti hava, su, yiyecek ve barınak kadar önemli bir gereksinim olarak görüyor. %46'sı, kişisel telefon ve laptoplarını günlük hayatlarında en çok kullandıkları elektronik araçlar olduğunu söylüyor. 10 Facebook kullanıcılarından 7'si, Twitter kullanıcılarının %68'i iş arkadaşlarını ve patronlarını ilgili sosyal medyada takip ettiğini ve iş yazışmalarında kullandıklarını söylüyor.

Cisco'nun araştırmasından çıkan bir başka önemli sonuçta şu: 5 kişiden 2'si esnek teknoloji araçları seçimi, sosyal medya erişimi, mobilite için daha düşük bir maaş karşılığında çalışmayı kabul edeceklerini söylüyor.

Teknolojinin ilerleyişi, bugün mobilitayı mümkün kılıyor. “Masaya oturup çalışma”yı yok ederek, herkese istediği yerde çalışma olanağı sağlıyor. Y kuşağının üretici olmak için ihtiyacı

olansa tam olarak bu. Onlar seçim özgürlüğü istiyor, böylece yaptıkları işe bağlılıkları artıyor, çalıştıkları firmaya –tıpkı arkadaşlarına ya da ailelerine karşı hissettikleri gibi- sadakat duymaya başlıyorlar ve mutlu oluyorlar.

Mutlu ofisler

“Mutlu ofisler”, Y kuşağının ofisleri. Ve mutlu ofisler, çalışanlara özgürlük ve seçim hakkına sahip olması ile mümkün. Google, Skype gibi küresel devlerin başarısı aslında burada gizli.

Alman araştırma şirketi Fraunhofer’in anketine göre, çalışanların yalnızca %39’u gün içinde aynı masada oturarak çalışıyor.

Üstelik bu çok-alternatiflik, yaratıcılığı da tetikliyor.

MIT’nin araştırmasına göre, yaratıcı fikirlerin %80’i kişiler arası iletişimle ortaya çıkıyor ve farklı bölümlerden insanlarla karşılaşmalar, yaratıcı fikirleri üç kata kadar çoğaltıyor.

Y kuşağı, sosyalliğe önem veriyor ve teknoloji bugün özgürlüğü sağlasa da, yüz yüze iletişim önemini korumaya devam ediyor, iyi bir ofis, mekânda bunu yansıtabilmesi oranında “iyi” oluyor.

Bir Y kuşağı ofisi olarak ING Bank Genel Müdürlüğü

Yeni ofislerini tasarladığımız ING Bank Genel Müdürlüğü’nde bir atölye çalışması yaptık. Mevcut ofislerinde nelerden memnun, nelerden memnuniyetsiz olduklarını sorduk ve hayal güçlerini harekete geçirecek ve bunların mekânsal karşılıklarını kurgulayabileceğimiz çalışmalar uygulamalarını istedik. CEO’su 36 yaşında olan, çalışan yaş ortalaması ise 32 olan ING Bank Genel Müdürlüğü, Y kuşağının kontrolü ele aldığı prestijli bir şirket. Ve katılımcılarının %75’i Y kuşağından olan atölyeden oldukça ilginç sonuçlar çıktı. Katılımcılar %80’e varan oranlarda mevcut havalandırma, aydınlatma, renk düzeni, masa düzeni, mekân organizasyonu vb. durumlardan memnun değil, yarısından fazlası toplantı odaları sayısını ve kurgusunu yetersiz buluyor, yarısı ofis içinde sosyalleşebileceği alanlara ulaşmayı zor buluyor, dörtte üçü gün içinde odaklanmak için yalnız kalabileceği mekânlar arayışında, %90’ı gün içinde farklı mekânlarda çalışabilme olanağı istiyor.

Atölyenin bir başka çarpıcı sonucu ise hiyerarşi üzerinedi. Yüz yüze yaptığımız görüşmelerde, yöneticiler de dahil olmak üzere çalışanların neredeyse tümü, ayrı bir oda, daha büyük bir masa gibi mevki göstergelerini yalnızca alan kaybı olarak gördüğünü belirtti ve birlikte çalışmayı tercih ettiklerini söyledi.

Aynı ofisi yenden tasarlamak: Deloitte Türkiye Genel Müdürlüğü

Bir başka çalışma olaraksa, Deloitte Türkiye Genel Müdürlüğü’nü anmalıyız. Deloitte’un Sun Plaza’da yer alan ofisi de 2006 yılında tarafımızca yapılmıştı. 2014 yılı sonunda Maslakno/1 Plaza’da taşındıkları yeni ofislerini Bigg olarak tasarladık. Arada yalnızca 8 yıl olmasına karşın, iki ofisi karşılaştırdığımızda hayli kayda değer farklar görüyoruz. Bu, 2000’li yılların iletişim çağında yaşadığımız değişim hızıyla açıklanabilir.

Bu karşılaştırmaya da bakıldığında, günümüz ofislerinin özelliklerini şekilde listelemek mümkün:

- Küreselleşme
- Sanallaşma
- Mobilite
- Çeşitlilik
- Sürdürülebilirlik
- Bilgi akışı
- Yetenek avcılığı, proje bazlı birliktelikler, dışarıdan çalışma

Son söz

İnsanların güvenlik, aidiyet, amaç sahibi olma, kendisini değerli hissetme gibi temel ihtiyaçları var ve iyi bir çalışma mekânı tüm bunları karşılayabilmeli. Bir ofis tasarlıyorsanız, topluluk hissi ve aidiyeti ön plana alarak, merkeze insanları koymalısınız. Mutlu ofislerin anahtarı burada.