

Geleceğin Çalışma Hayatına Dair Umutlar ve Endişeler Araştırması 2021



pwc

Hızlı ilerleyen teknolojik gelişmeler, pandemi ve iklim krizi gibi dünyamızın içinde bulunduğu değişimler ve bilinmezlik ile birlikte iş dünyasının geleceği hakkındaki belirsizliklerin getirdiği yük her geçen gün daha da artmakta. Belirsizliklerin içinde işin geleceği, yeni iş yapış modellerinin gerektirdiği yeni becerilerin geliştirilmesi ve çalışanların nasıl hissettiğini anlamak ve bu doğrultuda gerekli stratejileri geliştirmek şirketler için en önemli başlıklardan biri haline geliyor.

Umutlar ve Endişeler Araştırması, katılımcıların gelecek beklentilerine, korkularına, mevcuttaki ve gelecekteki çalışma hayatına dair fikirlerine ışık tutuyor. Anketimiz Türkiye'nin çeşitli illerinden, yaş gruplarından, sektörlerinden ve şirketlerinden 414 kişiye ulaştı. Katılımcılar, çalışma hayatının geleceğine, bunun bireylere olan etkilerine, işverenlerden beklentilerine ve geleceğin yetkinliklerine yönelik soruları yanıtlayarak ülkemizde çalışma hayatına dair bu kapsamlı raporu oluşturmamıza katkı sağladılar.

Ankete katılanlar iş dünyasının geleceği hakkında belirgin olarak endişeli hissederken, katılımcıların büyük bir çoğunluğu geleneksel işe alım modelinin yerine "kişisel markalara" olan yönelimin iş yaşamının geleceğinde daha belirgin olacağını vurguladılar. Katılımcılara göre, teknolojinin beraberinde getirdiği risklerden daha fazla fırsat sunduğu ve dijital becerileri geliştirme noktasında Türkiye'deki iş gücünün çok daha hızlı ve etkili bir şekilde gerekli aksiyonları aldığını vurguluyor.

Araştırmamız hakkında



Farklı illerden
(25),



Farklı
sektörlerden
(29+),



Farklı
büyüklüklerdeki
şirketlerden,

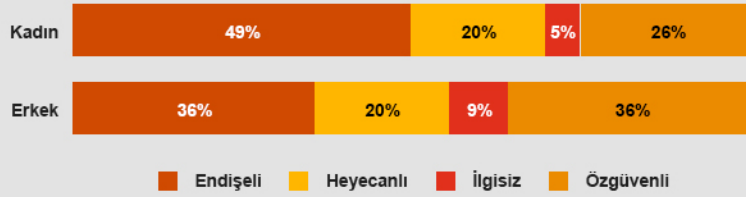


414 kişi ankete katıldı.

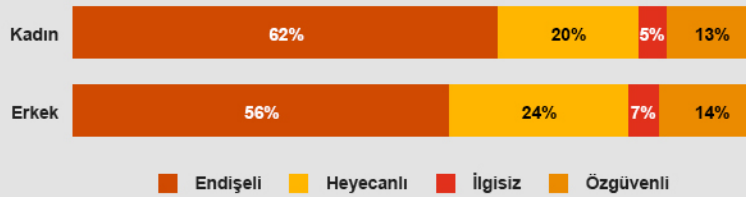
“Çalışanlar iş dünyasının geleceğini ve gelecek nesillere etkilerini düşündüklerinde daha endişeli hissediyorlar”

- > Katılımcıların %42’si işlerinin geleceği hakkında endişeli, bu oran küresel araştırma sonuçlarında %50 olarak karşımıza çıkıyor.
- > %59’u işin geleceği ve gelecek nesillere etkisi hakkında endişeli hissediyor.
- > Kadınlar iş dünyasının geleceğinin kendilerine etkileri konusunda %49 oranında endişeliyken, erkekler için bu oran %36. Kadınlar, iş dünyasının gelecek nesillere etkisi düşünüldüğünde yine erkeklere oranla daha endişeli olarak öne çıkıyor.
- > %64’ü geleneksel işe alım modelinin geçerliliğinin kalmayacağını, kısa vadede, ihtiyacı olan şirketlere/kurumlara becerilerini satacağı kişisel "marka"ları olacağını düşünüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarda %48.
- > %51’i gelecekte çok az insanın stabil, uzun dönemli işleri olacağını düşünüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında %56 olarak gözlemlenmiştir.

Soru: İş dünyasının geleceğini ve <<size>> etkilerini düşündüğünüzde nasıl hissediyorsunuz?



Soru: İş dünyasının geleceğini ve <<gelecek nesillere>> etkilerini düşündüğünüzde nasıl hissediyorsunuz?



Anket katılımcılarının %42’si işin geleceği ve kendilerine etkisi için endişelidir. İşin geleceği ve gelecek nesillere etkisine baktığımızda ise bu oran %59’a yükselmektedir. Bu sonuçlara cinsiyet dağılımında kırılımı ise, kadınların hem kendileri için hem de gelecek nesiller için erkeklere kıyasla daha endişeli olduğunu göstermektedir.

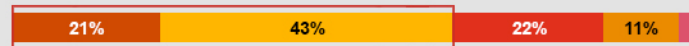
Gelecekte çok az insanın stabil, uzun dönemli (2 yıldan uzun) işleri olacak.

Küresel Sonuçlarda : %56 , Türkiye : %51



Geleneksel işe alım modelinin gelecekte geçerliliği kalmayacak - kısa vadede, ihtiyacı olan şirketlere/kurumlara becerilerimizi sattığımız kişisel "marka" larımız olacak

Küresel Sonuçlarda : %48 , Türkiye : %64



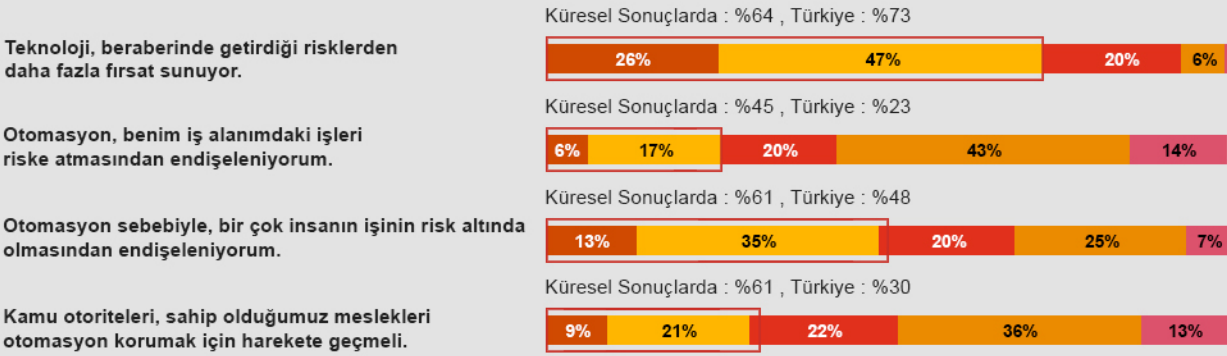
Kesinlikle katılıyorum Katılıyorum Ne katılıyorum ne katılmıyorum Katılmıyorum Kesinlikle katılmıyorum

Öne Çıkan Bilgiler

Teknolojik gelişmeler hayatlarımıza ve iş dünyasına her geçen gün daha da entegre oluyor. Bununla birlikte yeni işler ortaya çıkarken mevcut işler de değişiyor, değişim ise belirsizlik ortamına, heyecana ve endişelere sebep olabiliyor. Türkiye'deki katılımcılar işlerinin geleceği için oldukça **endişeli** hissediyorken küresel araştırma sonuçlarıdaki katılımcılar daha çok **heyecanlı ve özgüvenli** hissediyor. Ayrıca, kadınların hem kendileri için hem de gelecek nesiller için erkeklere kıyasla daha endişeli hissettiği görülüyor.

Türkiye'deki katılımcılar, yakın gelecekte işe alım modelinin değişeceğini, kişisel markalarımızla becerilerimiz doğrultusunda kurumlara bireysel hizmet vereceğimiz ve çok az insanın stabil, uzun dönemli işleri olacağını düşünüyor. Türkiye'deki iş piyasasındaki rekabetin yüksek olması, Gig (gig ekonomisi, bağımsız (freelance) çalışanların ve kendi kendinin patronu olanların yarattığı bir ekonomi modeli) işlerin artması, Z jenerasyonunun sosyal medya ve freelance işlere yatkınlığı gibi sebeplerden dolayı katılımcıların kişisel markalara olan güveni ve beklentisi küresel araştırma sonuçlarına göre daha yüksek olarak karşımıza çıkıyor.

Soru: Aşağıdaki ifadelere katılım durumunuzu belirtiniz.



"Teknolojik gelişmeler fırsatları da beraberinde getirecek"

- > Katılımcıların %30'u kamu otoritelerinin sahip oldukları meslekleri otomasyondan korumak için harekete geçmeleri gerektiğini düşünüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında %60 olarak karşımıza çıkıyor.
- > %73'ü teknolojinin beraberinde getirdiği risklerden daha fazla fırsat sunduğunu düşünüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında ise %64.
- > %68'i teknolojik gelişmelerin iş olanaklarını iyileştireceğini düşünüyor.
- > %48'i otomasyon sebebiyle birçok kişinin işinin risk altında olmasından endişe duyuyor.
- > %30'u önümüzdeki 5 yıl içerisinde işlerinin kaybolacağını düşünüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında %39.

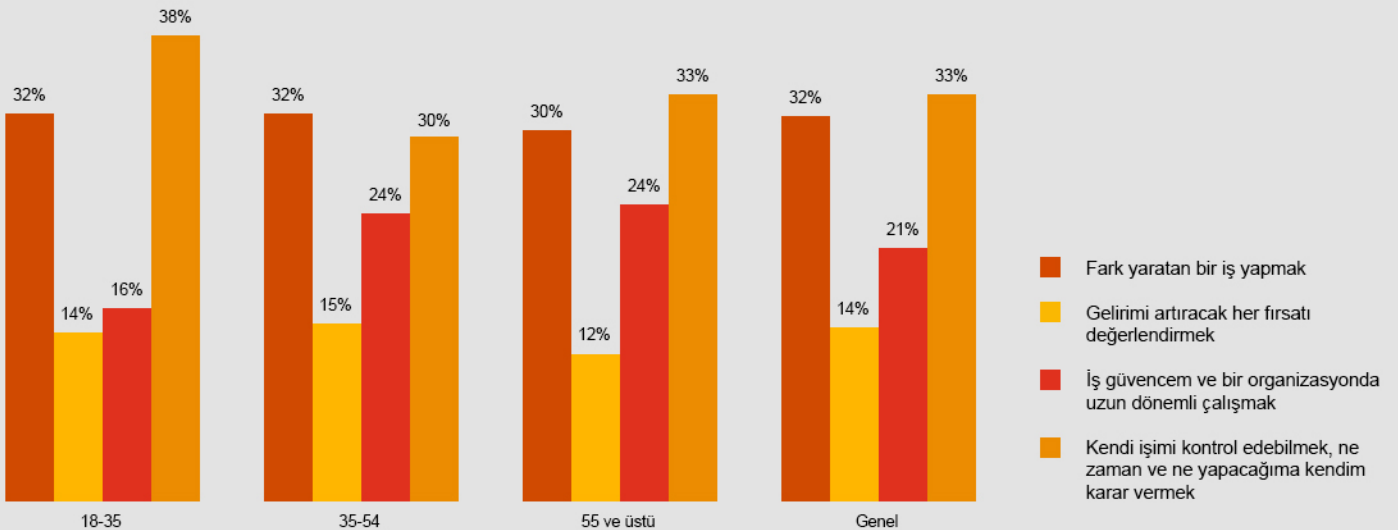
Öne Çıkan Bilgiler

Son yıllarda hayatımıza giren teknolojik gelişmeler ile birlikte iş yaşamında otomasyon ve bu otomasyonun mesleklere olası etkileri sıkça konuşuluyor. Teknolojik gelişmelerin birçok alanda olumlu yansımaları olsa da, otomasyonla birlikte mesleklerin önümüzdeki yıllarda geçerliliğini yitirme riski de artmaya devam ediyor. Katılımcıların %30'u önümüzdeki 5 yıl içerisinde işlerinin kaybolacağını düşünüyor, bu oran küresel araştırma sonuçlarına kıyasla Türkiye'de daha iyimser bir tablo çiziyor. Otomasyonla ilgili bulgulardan biri de küresel araştırma sonuçlarına kıyasla katılımcıların mesleklerin geleceğini koruma noktasında kamu otoritelerine daha az sorumluluk yüklemesi olarak karşımıza çıkıyor.

Küresel araştırma sonuçlarına kıyasla, katılımcılar teknolojik gelişmeleri daha çok fırsat olarak nitelendiriyor. Ankete katılanların %73'ü teknolojinin beraberinde getirdiği risklerden daha fazla fırsat sunduğunu düşünüyor.

“Çalışanlar hibrit çalışma modeli ve inisiyatif alabilme özgürlüğü istiyor”

- Katılımcıların %87'si Karma (hybrid) bir çalışma modeli istiyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında %72 olarak karşımıza çıkıyor.
- Katılımcıların %65'i fark yaratan bir çıktı üretebilecekleri veya inisiyatif alabilecekleri çalışma ortamları istediklerini vurgularken, sadece %14'ü gelirlerini artırmak için fırsatları değerlendirdiklerini vurgulamıştır.
- 18-35 yaş arasındaki katılımcıların %38'i kendi işini kontrol edebilmenin, ne zaman ve ne yapacağına kendisinin karar verebilmesinin gelecekte önemli bir faktör olacağını söylerken, yalnızca %14'ü gelirini arttıracak her fırsatı değerlendireceğini belirtiyor.
- İş güvencesi ve bir organizasyonda uzun dönemli çalışmak seçeneği her 3 grupta da en çok seçilen 3. seçenek olurken, en düşük seçilme oranı (%16) 18-35 yaş grubunda görülmüştür.



Öne Çıkan Bilgiler

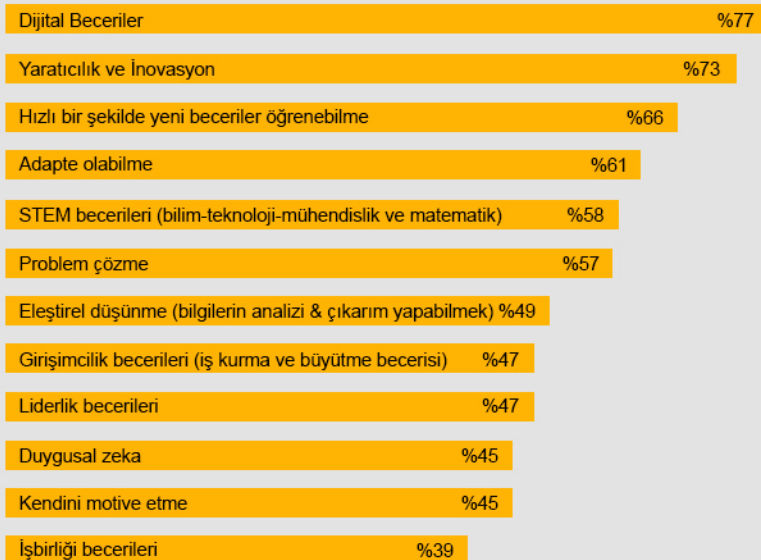
Pandemi ile birlikte iş dünyası birçok köklü değişikliğe sahne oldu. Şirket öncelikleri, operasyon modelleri ve çalışma modelleri değişirken çalışanlar için de iş-yaşam dengesi, anlamlı bir iş yapmak gibi konular öncelikli olmaya başladı ve “wellbeing” önemli bir konu olarak şirket stratejilerinde ve gündemlerinde yerini aldı. Katılımcıların bu konuda verdikleri cevapları yaş gruplarına göre kategorize ettiğimiz zaman farklı sonuçlar karşımıza çıkıyor. 18-35 yaş grubu, gelirlerini artırmaktansa kendi işini kontrol edebilmeyi, 35-54 yaş grubu ise fark yaratan bir iş yapmayı önceliklendiriyor. 18-25 yaş grubunun ise iş güvencesi ve bir organizasyonda uzun dönemli çalışmayı diğer yaş grupları ile kıyaslandığında daha az tercih ettiği gözlemlenmiştir.

Pandemi ile yaygınlaşan evden çalışma modelinin, evdeki sorumlulukların farklılaşması nedeni ile kadınları ve erkekleri farklı etkilediği birçok araştırma ile ortaya konulmuştur. Anket sonuçlarına göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla tamamen sanal çalışmayı daha fazla tercih ettiği gözlemlenmiştir.

“Çalışanlar becerilerini yeniden geliştirmek istiyor”

- > %89'u gelecekte de iş sahibi/çalışabilir durumda olabilmek için yeni beceriler öğrenmeye veya tamamen yeniden eğitim almaya hazır olduğunu söylüyor. Küresel araştırma sonuçlarında ise bu oran %77 olarak karşımıza çıkıyor.
- > Katılımcıların %60'ından fazlası; dijital becerilerin, yaratıcılık ve inovasyonun, hızlı bir şekilde yeni beceriler öğrenebilmenin ve adapte olabilmenin gelecekte ön plana çıkacağını düşünüyor.
- > Küresel araştırma sonuçlara göre katılımcıların %74'ü sahip olduğu becerileri yenilemenin kendi sorumluluğu olduğunu düşünürken, bu oran Türkiye'de %63 olarak öne çıkıyor.
- > Katılımcıların %48'i pandemi sürecinde dijital becerilerini geliştirdiğini söylüyor. Bu oran küresel araştırma sonuçlarında %40.

Soru: Sizce bu becerilerden hangileri gelecekte ön plana çıkacak?



Öne Çıkan Bilgiler

Teknolojik gelişmeler, yeni iş yapış modelleri ve pandemi ile birlikte çalışanların iş hayatlarında ihtiyaç duydukları beceriler de değışmeye başladı. Bu gelişmeleri yakalamak ve iş dünyasında yetkin seviyeye ulaşmak için çalışanlar farklı stratejiler izledi. Bu doğrultuda, araştırmamızın öne çıkan bulgularından biri de, küresel araştırma sonuçlarıyla kıyaslandığında Türkiye'de çalışanların beceri gelişiminde kamu otoritelerinden beklentisinin daha az olmasıdır.

Türkiye'deki çalışanlar da bu becerileri öğrenmek ve kendilerini yeni koşullara hazırlamak için önemli adımlar attı. Katılımcıların %89'u bu becerileri öğrenmeye hazır olduklarını vurguluyor ve bu sonuç küresel araştırma sonuçlarına göre oldukça yüksek.

