



Z Kuşağının Kişilik Tiplerine Göre Kripto Paraya Olan İlginin Araştırılması*

Investigation of Generation Z's Interest in Cryptocurrency According to Personality Types

Elif KILIÇ¹ Helin ÖZCAN² Orhan POLAT³

¹ İstanbul Topkapı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri, İstanbul/Türkiye, elifkili2@stu.topkapi.edu.tr

² İstanbul Topkapı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri, İstanbul/Türkiye, helinozcan@stu.topkapi.edu.tr

³ (LEADER) Yerel Kalkınma Topluluğu Derneği, İstanbul/Türkiye, polatorhan@hotmail.com

ÖZET

Teknoloji ile doğan Z Kuşağının kripto para ile ilişkisini araştıran çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu nedenle araştırma, Z kuşağının yatkın olduğu yönleri Holland'ın altı kişilik tipi testiyle belirleyerek, kişilik tiplerine göre kripto paralara olan ilgilerini ve gelecekte kripto para ile neler yapmayı düşündüklerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada veriler online anket yöntemi ile toplanmıştır. İstanbul Topkapı Üniversitesi'nde İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi ve Mühendislik Fakültesinde eğitim gören öğrencilere anket gönderilmiştir. 400 ankete cevap alınmış 387 anket geçerli sayılmıştır. SPSS-19 ile verilerin güvenilirlik analizi yapılmış ardından frekans dağılımları ve merkezi eğilimleri incelenmiştir. Analiz sonucunda 0,934 değer aldığı saptanan ölçeğin Cronbach's Alpha değerinin yüksek derecede güvenilir olduğu bulunmuştur. Ankette yapılan Holland kişilik testi ile öğrencilerin yakın ve uzak kişilik tipleri belirlenmiştir. SPSS Ki-Kare Bağımsızlık Testi ile bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Z kuşağının kripto paranın geleceği konusunda diğer kuşaklardan ayrıldığı görülmektedir. Bu durum Z kuşağının teknoloji ile doğan bir nesil olmasına bağlanabilir. Ayrıca bu durum teknolojiye erişilmesine göre ülkeden ülkeye ve yaşadığı çevre ile gelir durumuna göre de değişiklik gösterebilir. Z kuşağı bireyleri, aynı kuşağa ait olsalar da gelir düzeyleri ve kişilik özellikleri açısından kripto para satın alma davranışlarında birbirlerinden farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi, Z Kuşağı, Holland Kişilik Testi, Kişilik Tipleri, Kripto Para

ABSTRACT

Studies exploring the relationship between Generation Z -a cohort born into the age of technology- and cryptocurrencies remain limited. Therefore, this research aims to investigate Generation Z's inclinations using Holland's six personality types test, examining their interest in cryptocurrencies based on their personality types and their potential future plans involving cryptocurrencies. Data for the study were collected through an online survey method. The questionnaire was distributed to students from the Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, and the Faculty of Engineering at Istanbul Topkapı University. Responses were received from 400 participants, of which 387 were deemed valid. The reliability analysis of the data was conducted using SPSS-19, followed by an examination of frequency distributions and measures of central tendency. The analysis revealed that the Cronbach's Alpha value of the scale, calculated as 0.934, indicates a high level of reliability. Holland's personality test in the survey was used to identify the students' proximal and distal personality types. Furthermore, the SPSS Chi-Square Test of Independence was employed to determine whether significant relationships exist between the independent and dependent variables. According to research findings, Generation Z appears to differ from other generations regarding the future of cryptocurrency. This phenomenon can be attributed to the fact that Generation Z is a cohort born into technology. Furthermore, this divergence may vary based on access to technology, as well as the individual's country, living environment, and income level. Although individuals within Generation Z belong to the same cohort, they exhibit differences in their cryptocurrency purchasing behaviors based on income levels and personality traits.

Keywords: Human Resource Management, Generation Z, Holland Personality Test, Personality Types, Cryptocurrency

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi

Başvuru Tarihi: 31 Ekim 2024

Kabul Tarihi: 25 Aralık 2024

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Sorumlu Yazar

Orhan POLAT

ARTICLE INFOS

Article History

Received: October 31, 2024

Accepted: December 25, 2024

Article Type

Research Article

Corresponding Author

Orhan POLAT

* Bu çalışma 01 Eylül-03 Eylül 2024 tarihleri arasında 13. Çukurova Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Adana'da sunulan özeti genişletilmiş halidir. Bu araştırma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı tarafından 1919Bo12303030 numaralı proje olarak desteklenmektedir.

1. Giriş

Örgütlerde amaçların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi için insan kaynaklarının (İK) iyi yönetilmesi oldukça önemlidir. İK'nın iyi yönetilmediği örgütlerde devamsızlık ve iş gücü devri oranları ile iş kazaları-meslek hastalıkları, müşteri şikâyetleri, iş uyuşmazlıkları yüksek düzeylerde. Bu olumsuzlukların yaşanmaması için İK'nın örgütler tarafından iyi bilinmesi önem taşımaktadır. İK'nın tanımı ve tasnifi yapılırken kuşak kavramı öne çıkmaktadır. Kuşak kavramında, aynı dönemi paylaşan insanların, aynı sorunlarla karşılaştığı, aynı fırsatlara denk geldiği, yaşanan olay ve gelişmelerden edindikleri kazanım ve kayıplar ile benzer tepkiler gösterebildiği ifade edilmektedir. Kişilik kavramı, “bir insanı diğer insanlardan ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerin bütünü” olarak değerlendirilmektedir (Şimşek vd, 2014). Kişilik tipleri birçok bilim insanı tarafından araştırılmıştır. Kuşakları ve insanları birbirinden ayıran farklılıkları ortaya çıkaran kişilikleridir. Holland'ın altı kişilik tipi bu baskın özellikleri 90 soruya verilen cevaplarla analiz edilmektedir. İnsanlık tarihinin en başında takas yöntemiyle başlayan alışveriş, birçok değişim yaşayarak gelişmiştir (Smith, 2020). Emtia paraya, altın karşılığı olan değerli kâğıtlara, güvene dayalı itibarı paraya ve sanal ve dijital paralara doğru yol almaktadır (Aslan, 2023). Bitcoin, kripto ya da şifreli para; herhangi bir merkezi otorite ya da kuruma bağlı olmayan, dolayısıyla da denetlenmeyen ve internet ortamında kullanılan bir sanal emtiadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Z kuşağının kişilik tiplerine göre kripto paralara olan ilgisi araştıran bu çalışma, insan kaynakları yönetiminde kuşaklar, Z kuşağı özellikleri, kişilik, para ve emtia kavramlarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır.

2.1. İnsan Kaynakları Yönetiminde Kuşaklar ve Z Kuşağı

Kuşak kavramı ilk kez 1928 yılında alman Sosyolog Karl Mannheim'in yazmış olduğu kitapta geçse de, günümüz kuşaklarını kapsayan şekli Straus ve Howe tarafından kaleme alınmıştır. Bu nedenle Kuşak Kuramı, “Straus-Howe Kuramı” olarak da ifade edilmektedir. Bu kurama göre, aynı tarihlerde doğmuş ve büyümüş olan bireyler, birbirlerine yakın tutum ve davranış özelliği sergilediği ve bu davranış ve tutum özelliklerinin ortaya çıkan yeni kuşağın etkisi ile değişebileceği belirtilmektedir (Zengin, 2017: 262). Kuşak olarak ifade edilen bireylerin aynı tarihlerde doğmuş ve büyümüş olmasının yanında ortak tarihi olaylar, sergiledikleri davranışlar, kültürel öğeler, aile unsurlarında da benzer özellikler, alışkanlıklar göstermeleri gerekmektedir (Daloğlu, 2013: 31). Kuşak kavramında, aynı dönemi paylaşan insanların, aynı sorunlarla karşılaştığı, aynı fırsatlara denk geldiği, yaşanan olay ve gelişmelerden edindikleri kazanım ve kayıplar ile benzer tepkiler gösterebildiği ifade edilmektedir (Dimock, 2019). Kuşakların kronolojik olarak sınıflandırılması yapıldığında; 1925-1945 arası Sessiz Kuşak, 1946-1964 arası Bebek Patlaması Kuşağı, 1965-1979 arası X Kuşağı, 1980-1999 arası Y Kuşağı (Ayhün, 2013; Akdemir vd., 2013; Keleş, 2011; Yelkikalan ve Altın, 2010; Crumpacker ve Crumpacker, 2007; Spitznas, 1998; Seçkin, 2005) ve 2000-2013 arası Z Kuşağı (Zengin, 2017: 267; Akdemir vd., 2013) olarak ifade edilmektedir. Genel olarak kuşakların sahip olduğu özellikler farklılık göstermektedir. Sessiz Kuşak için teknolojiye dair bir özellik belirtilmezken, Bebek Patlaması Kuşağı teknolojiye uzak, X Kuşağı teknolojiye zorunlu olarak kullanan, Y Kuşağı teknoloji ile büyüyen ve Z Kuşağı ise teknolojiyle doğan bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Öz, 2015: 15-16; Zengin, 2017: 283).

Teknolojide yaşanan büyük gelişmeler, akıllı cep telefonu kullanımının yaygınlaşması, dünyayı saran internet ağı ile bilginin, hızlı yayılımı ve iletişim teknolojilerinde hızlı değişim toplumu ve

doğal olarak kuşakları da etkilemektedir. Bu gelişmelerin içinde 1997 ile 2013 yılları arasında doğan ve dijital kuşak olarak adlandırılan Z kuşağı (Dimock, 2019), teknolojiye dayalı yaşam tarzları olan, sosyal medyayı kullanan, yaşadığı problemlerinin çözümünde teknolojiyi kullanabilecek yeteneğe sahip olan bir kuşaktır (Kapil ve Roy, 2014; Erten 2019: 191). Özgüvenleri yüksek olup kendi geleceklerini güvence altına almak isterler (Özkan ve Solmaz, 2015; Erten, 2019: 191). Bu kapsamda, özellikle teknolojik çağın merkezinde yer alan ve daha hızlı edindikleri bilgileri kullanabilme becerilerine sahip olan Z kuşağının harcama ve tasarruf konularındaki tutum ve davranışları (Gök ve Coşkun, 2020) farklılık göstermektedir. Z kuşağı ne yapacağını bilemeyen, hazcı, özgüvenli, özgürlüğüne düşkün, çabuk vazgeçen bir kuşak olarak tanınmaktadır. Fakat Z kuşağı aynı zamanda teknolojiyi çok iyi bilen birkaç işi bir arada yürüten, işleri hızlandırmayı seven bir kuşaktır. Z kuşağı için maddesel şeyler ne kadar önemliyse para da maddeye açılan kapı olarak oldukça önemlidir. Paraya sahip olma, daha fazlasını istemeye yatkın olan Z kuşağı, çalışma bakımından az, yorucu işleri tercih etmektedir. Finansal olarak da özgürlüğüne düşkün olan bu kuşak aynı zamanda teknolojinin getirdiği ve getireceği her şeyi de yakından takip ettiği gibi kripto paraları yakından takip etmektedir. Kripto parayı bir yatırım aracı mı, değişim aracı mı olarak göreceği de belirsizdir. Z kuşağının kripto paraya atfedeceği anlam ve bu anlamı nerede konumlandıracakları da kişilik özellikleri ile yakından ilişkilidir. Kripto paraya karşı olanlar olduğu gibi tüm dünyada kullanılan paraların ortadan kalkacağını ve işlerin tamamen kripto paralarda yapılacağını düşünen veya yalnızca yatırım aracı olarak görüp dönemsel olarak paraya çevirmeyi düşünenler gibi farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Dijital yaşamın bir parçası olan bu kuşağın bireyleri; düşünce tarzı, yaşam şekli, gelecek hayali ve en önemlisi kişilik yapısı olarak diğerlerinden ayrılmaktadır. Şu hâlde, söz konusu bireylerin kariyer planlamalarının da teknoloji ve rahatlık ile iç içe olması kaçınılmaz bir gerçeklik olarak değerlendirilmektedir (Taş vd. 2017: 1043). Çevrimiçi olarak nitelendirilen ve kariyer planlamalarını çevrimiçi yaşam biçimi olarak algılayan bu bireyler savaşı özelliğe sahip olmalarıyla bilinmektedirler (Ünlü ve Çiçek, 2021). Belirtildiği üzere teknoloji Z kuşağının hayatında büyük bir yer kaplamaktadır (Mert ve Neslihanoglu, 2020: 930). Kariyer planlamalarındaki değişimin ne yönde olacağı sanal paralarla ilgili araştırma sonuçlarına veri taramalarında ulaşılamamıştır. Bitcoin üretimi ve kullanımı, yüksek zekâyâ sahip ünlü kişilerin piyasaları hileli yollarla yönlendirerek yüksek kazançlar elde etmeleri, bu kişilerin yüksek zekâyâ sahip olup yüksek ahlaka sahip olmadıkları konusunda tereddütler yaratmaktadır (Alkin, 2022: 60). Ancak, Z kuşağının bu konuya ilişkin tutumları ve düşünceleri hakkında yapılmış herhangi bir araştırmaya rastlanmamaktadır.

2.2. Kişilik

Kişilik kavramı, 1930'lu yıllarda, kişilik psikolojisinin, diğer sosyal bilim alanlarından ayrılması ile birlikte incelenmeye başlanmıştır ve Latince'deki “persona” kavramına dayandırılmaktadır. Kişilik “bir insanı diğer insanlardan ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerin bütünü” olarak değerlendirilmektedir (Şimşek vd., 2014: 81). Kişiliği belirlemek için birçok test vardır ancak iş alanında kullanılan birkaç test vardır. İş gören seçiminde en çok kullanılan testler; 16PF, Beş Faktör ve Holland'ın Altı kişilik testleridir (Çetin ve Özcan, 2013: 67). Kişilik tipleri birçok bilim insanı tarafından araştırılmıştır. Kuşakları, insanları birbirinden ayıran farklılıklarını ortaya çıkaran kişilikleridir. Meslek seçimi ile kişilik arasındaki ilişkileri araştıran önemli çalışmalardan birisi de Holland Tipoloji Kuramı'dır. Bu kuramın özü, kariyer seçiminin kişiliğin göstergesi olduğu ve benzer işlerde çalışanların benzer geçişlere sahip olmalarıdır (Çetin ve Özcan, 2013: 67). İlgilendikleri/ilgilenmedikleri, yatkın oldukları veya yapmaktan hoşlandıkları şeyler üzerine düşünüldüğünde kişilerin yakın ve uzak

kişilik özellikleri ön plana çıkmaktadır. Holland'ın altı kişilik tipi bu baskın özellikleri 90 soruya verilen cevaplarla analiz edilmektedir. Bu analiz kişinin altı özellik arasında yakın ve uzak olduğu kişilik tipini göstermektedir. Bu kişilik tipleri; gerçekçi, araştırmacı, artistik (sanatçı), sosyal, girişimci ve geleneksel kişilik tipleridir (Yeşilyaparık, 2005-2007; 2008; 2023: 13-29; Holland, 1997; Perkmen ve Dağıstanı, 2012: 1047-1048). Gerçekçi (Mekaniksel- Realistic): Gerçekçi kişiliklerin en önemli özellikleri, sessiz, içe dönük, becerikli ve pratik olmaları ve somut problemleri çözme sevmeleridir. Elektronik veya mekanik cihazlar bozulduğu zaman onarmayı çok severler. Araştırmacı (Investigative): Araştırmacı kişilikler, içe dönük, sessiz, zeki ve çalışkandır, somut problemler yerine soyut problemleri çözme, problemlerin çözümü için araştırma yapmayı severler. Artistik (Sanatçı- Artistic): Artistik kişilikler, dikkatsiz ve dağınıktırlar, esnek ve özerk çalışma yöntemlerini sever, hayal güçleri ve yaratıcılıkları yüksektir, hiyerarşinin ve birbirini takip eden rutin işlerinin yoğun olduğu işlerde çalışmayı sevmeyiz. Sanatsal faaliyetlere çok ilgi duyarlar. Sosyal (Social): Sosyal kişilikler, dışa dönük, sabırlı, cömert, anlayışlı, samimi ve naziktir. İnsanlığa ve insanlara hizmet etmeyi, zorda kalanlara yardımcı olmayı sever, arkadaşlığa ve dostluğa önem verirler. Dışa dönük, sabırlı, cömert, anlayışlı, içten ve nazik bireylerdir. Girişimci (Enterprising): Girişimci kişilikler, dışa dönük, konuşkan, hırslı, ısrarcı, baskın karaktere ve üstün liderlik özelliklerine sahip ve enerjiktir, para ve makama önem verirler. Ürün ve hizmet pazarlama, reklamını yapma konusunda iyidirler. Bir amacın gerçekleşmesi için diğer insanları örgütlemeyi ve motive etmeyi severler. Geleneksel (Conventional): Geleneksel kişilikler, düzenli, titiz, sistemli, mükemmeliyetçi ve ayrıntılara çok önem verir. Birbirini takip eden rutin işleri ve ofis işlerini sıkılmadan yapabilirler. Düzenli ve hiyerarşinin olduğu işlerde başarılı olurlar (Holland, 1997; Perkmen ve Dağıstanı, 2012: 1047-1048). Genel itibarıyla meslek seçimi için de kullanılan kişilik testlerinden elde edilen bilgiler özellikle gençlere gelecekte yapmayı düşündüklerini değerlendirme fırsatı sunmaktadır. Bu testlerden yararlanarak insanlar potansiyellerinin farkına varırlar, güçlü ve zayıf yönlerini analiz ederler. Z kuşağının gelecekte özellikle teknoloji alanında algı ve farkındalık düzeyleri, toplum bilimci araştırmacıların ilgisini çekmektedir.

2.3. Para, Emtia ve Kripto Para

İnsanlık tarihinin en başında takas yöntemiyle başlayan alışveriş birçok değişim yaşayarak gelişmiştir (Smith, 2020). Emtia paraya, altın karşılığı olan değerli kâğıtlara, güvene dayalı itibari paraya ve sanal /dijital paralara doğru yol almaktadır (Aslan, 2023). Nakit para yerine geçecek kredi kartları, alışveriş kartları ile bankacılık gelişmeleri yaşanmıştır. Teknolojinin ilerlemesiyle internet bankacılığının ortaya çıkması kartların kullanımının azalmasına sebep olmuştur. Artık para alma-verme işlemleri tek tıkla uzaktan yapılmakta, yapılacak banka hesaplarına erişim için bankalara gitmeden telefon ve mobil uygulama üzerinden yapılmaktadır. Her ülkenin ayrı para birimi kullandığı gibi aynı para birimini kullanan ülkeler de mevcuttur. Fakat basılmış parayla banka parası dediğimiz "kaydi para" arasındaki fark ülkeden ülkeye 1'e 10, 1'e 30, 1'e 40 civarında seyrederken, basılmış dolar miktarı ile dünyadaki dolar cinsinden yapılan işlemler arasında ciddi bir uçurumu olduğunu göstermektedir. Merkez bankalarının karşılıksız para basması neticesinde, 2008 yılında itibarlı para birimi oluşturmak amacı ile Bitcoin ortaya çıkmıştır. Bitcoin, bir zenginleşme aracı görülerek dolandırıcılık vazifesi görmeye başlamıştır. Bitcoin üretimi ve kullanımı, yüksek zekalı ünlü insanların piyasaları hileli yönlendirme yaparak yüksek kazançlar elde etmesi, yüksek zekalı insanların yüksek ahlaka sahip olup olmadıkları konusunda tereddütlere neden olmuştur (Alkin, 2022: 60). Bitcoin, kripto ya da şifreli para; herhangi bir

merkezi otorite ya da kuruma bağlı olmayan, dolayısıyla da denetlenmeyen ve internet ortamında kullanılan bir sanal emtiadır. Kripto paralar ile kişi ya da kurumlar gerçek para ile yaptıkları gibi harcama yapabilmekte ya da para takası da yapabilmektedirler (Eğilmez, 2017; Cengiz, 2018: 90). Merkez Bankaları tarafından kontrol edilemeyen bu emtiayı denetim altına alabilmek için devletler de çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Hızlı ortaya çıkışı, hiçbir devlet, banka tarafından denetim altına alınmaması ve regülasyonların bulunmaması veya yetersiz kalması sebepleriyle kripto para olarak adlandırılan emtia kullanıcıları tarafından sıklıkla tercih edilmekte ve değerli madenlere de benzetilmektedir. Birçok kripto para zaman içinde daha az üretilmek üzere tasarlanır. Bunun da sebebi piyasa değerinin oluşturulmasıdır (Kesebir ve Günceler, 2019: 611). Şifrelenerek oluşturulan kripto paralar bilgisayar dosyasıdır. Onları değerli ve geçerli kılan sembolik olarak verilen değer ve değişim aracı olmalarıdır. Kripto paralara kıt kaynak statüsü kazandıran ise taklit edilememe ve sınırlı sayıda arz edilmelerine bağlıdır (Alpago, 2018: 413). Tamamıyla dijital bir alt yapıya sahip olan kripto paraların güvenlik zafiyeti oluşturma ihtimali insanları korkutsa da birçok kullanıcısı bulunan kripto para olarak adlandırılan sanal emtialar vardır. En çok rastlanılan sanal emtia Bitcoin iken rakip sanal emtialar vardır ve piyasaya sürülmeye devam edilmektedir. Spekülatif, ani hareketlerde bulunan sanal emtialar (paralar) çöküşlere yahut yükselişlere de sebep olabilmektedir. Dünyanın bir ucundan diğer ucuna anında ödeme yapma imkânı sunan kripto paraya ve blockchain teknolojisine dikkat kesilen herkes yeni bir oluşum olması sebebiyle ekonomik çöküşlerden korkmaktadır. İnsanların ne yapacağını kesin bir şekilde bilemediği, değer kazanıp kaybetme konusunda ucu açık bu alana girmemeleri de olağan kabul edilmektedir. Burada kripto paranın insanlar tarafından bir ödeme aracı mı yoksa yatırım aracı mı olarak görüldüğü sorusu önem kazanmaktadır. Genel olarak günümüzde insanlar tarafından agresif hareketleri göz önüne alınıp yalnızca yükseleceği düşüncesiyle yatırım aracı değeriyle hareket edilmektedir. Bir değişim aracı olarak görülmesi yani para gibi kullanabileceğimiz harcama yapabileceğimiz bir hal alması için kripto paranın herkes tarafından kullanılması, kabul görmüş olması gerekmektedir.

3. Yöntem

Araştırmanın amacı, Z kuşağının kişilik özelliklerini Holland'ın altı kişilik tipi testiyle belirleyerek, kişilik tiplerine göre kripto paralara olan ilgilerini ve gelecekte kripto para ile neler yapmayı düşündüklerini araştırmaktır. Araştırma farklı fakülte, bölümlerde eğitim alan farklı yakın ve uzak kişilik tiplerine, cinsiyete, doğum yıllarına, gelir durumuna, çalışma durumuna sahip öğrencilerin kripto paraya ilişkin görüşleri ve farklılıkları nelerdir sorularına yanıt aranarak, Z kuşağının kendileri arasındaki kişilik tiplerinin farklılığı ile kripto paraya ilişkin görüşleri karşılaştırılmıştır. Ankette Holland'ın altı kişilik tipi testinde kullanılan 90 soru ve puanlaması bağımlı değişken ve kripto para kullanımı ile bakış açısına yönelik 5 soru (kripto para deneyimi (evet-hayır), bakış açısı (olumlu-nötr-olumsuz), gelecekte nasıl gördüğü (iyi-kötü), yatırım maksatlı kullanımı (evet-hayır), kripto para (Para mıdır? Emtia mıdır?) soruları ile demografik verileri içeren 5 soru (yaş, cinsiyet, bölüm, gelir ve çalışma durumu) bağımsız değişken olarak yer almaktadır.

Araştırmada online anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Topkapı Üniversitesinde İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi ve Mühendislik fakültelerinde eğitim gören yaklaşık 2.000 olduğu varsayılarak, +/- % 5 örnekleme hatası (p=0.5; q=0.5 için), % 95 örnekleme doğruluğu için örnekleme sayısının en az 381 olması (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50) planlanmıştır. Kolayda örneklem tekniği ile iki fakültede eğitim gören öğrencilere anket gönderilmiştir. 400 adedi geri dönmüş 387 anket geçerli sayılmıştır. SPSS-19 ile

verilerin güvenilirlik analizi yapılmış ardından frekans dağılımları ve merkezi eğilimleri incelenmiştir. Analiz sonucunda 0,934 değer aldığı saptanan ölçeğin Cronbach's Alpha'sının yüksek derecede güvenilir olduğu bulunmuştur (Karagöz, 2021: 16). Ankete esas konu olan kuşakları ifade eden verilerin dağılımlarının normal olmadıkları tespit edilmiştir [Skewness (-2,761); Kurtosis (5,653)]. Bu nedenle parametrik olmayan iki değişkenli Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015: 210, 243-249; Karagöz, 2021: 460). Ankette yapılan Holland kişilik testi ile öğrencilerin yakın ve uzak kişilik tipleri belirlenmiştir. SPSS iki değişkenli Ki-Kare bağımsızlık testi ile değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını incelenmiştir.

Tablo 1

Frekans Dağılımları ile Yakın ve Uzak Kişilik Tipleri Tablosu

Doğum Yılı	Frekans	Yüzde	Cinsiyet	Frekans	Yüzde
1980-1999	37	9.6	Erkek	198	51.2
2000-2012	350	90.4	Kadın	189	48.8
Toplam	387	100	Toplam	387	100
KP Geleceği Görüşü	Frekans	Yüzde	Kripto Para (KP) Nedir?	Frekans	Yüzde
İyi	267	69	Para	146	37.7
Kötü	120	31	Emtia	241	62.3
Toplam	387	100	Toplam	387	100
KP Alma Durumu	Frekans	Yüzde	KP Yatırımı Yapma	Frekans	Yüzde
Evet	118	30.5	Evet	251	64.9
Hayır	269	69.5	Hayır	136	35.1
Toplam	387	100	Toplam	387	100
KP Düşüncesi	Frekans	Yüzde	Gelir Durumu	Frekans	Yüzde
İyi	98	25.3	Bir Asgari ücret	178	46
Kötü	64	16.5	İki Asgari ücret	64	16.5
Kararsız (Nötr)	225	58.1	Üç Asgari ücret	52	13.4
Toplam	387	100	Dört Asgari ücret ve üzeri	93	24
			Toplam	387	100
Fakülte Durumu	Frekans	Yüzde	Çalışma Durumu	Frekans	Yüzde
İİSBF	234	60.5	Tam zamanlı	65	16.8
			Kısmi Zamanlı	117	30.2
Mühendislik Fakültesi	153	39.5	Günlük İş	10	2.6
			Aile Desteği Alma	152	39.3
Toplam	387	100	Burs Alma	43	11.1
			Toplam	387	100
Bölüm Durumu	Frekans	Yüzde	Yakın Kişilik Tipi	Frekans	Yüzde
Yönetim Bilişim	198	27.9	Geleneksel	35	9
UTİ	62	16	Araştırmacı	78	20.2
HİR	24	6.2	Sosyal	152	39.3
Psikoloji	19	4.9	Girişimci	52	13.4
İşletme	21	5.4	Yaratıcı	31	8
			Gerçekçi	39	10.1
Elektrik Elektronik Mühendisliği	34	8.8	Toplam	387	100
			Uzak Kişilik Tipi	Frekans	Yüzde
			Geleneksel	134	34.6
Yazılım Mühendisliği	67	17.3	Araştırmacı	38	9.8
			Sosyal	11	2.8
Bilgisayar Mühendisliği	52	13.4	Girişimci	40	10.3
			Yaratıcı	121	31.3
Toplam	387	100	Gerçekçi	43	11.1
			Toplam	387	100

Tablo 1'de görüldüğü gibi, ankete katılan öğrencilerin %90,4'ünün Z kuşağı grubunda bulundukları görülmüştür. Cinsiyet durumlarının hemen hemen aynı oranda olduğu söylenebilir. Katılımcıların %60,5 İİSBF öğrencisidir. Katılımcıların %46'ı bir asgari ücret düzeyinde aylık gelire sahipken, %50,4'ü çalışmamaktadır. En yüksek katılım yönetim bilişim sistemleri bölümünden %27,9 oranında iken en az katılım psikoloji bölümünden %4,9 oranında olmuştur. Katılımcıların %30,5'i kripto para alırken, %58,1'nin kripto paraya bakışı nötr, %62,3'i kripto parayı emtia olarak görürken, %69 kripto paranın geleceğini iyi olacağını düşünürken, %64,9'u kripto paraya yatırım

4. Bulgular

Araştırma; frekans dağılımlarına ve araştırma sorularına ilişkin bulgular bağlamında irdelenmiştir.

4.1. Frekans Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde ankete katılan öğrenciler; yaşları, cinsiyetleri, eğitim aldıkları fakülte ve bölüm durumları, kripto paralara ilişkin görüşler, gelir ve çalışma durumları, yakın ve uzak kişilik tipleri açısından sınıflandırılmışlardır. Bu değişkenlere ilişkin frekans dağılımları ile yakın-uzak kişilik tipleri Tablo 1'de verilmiştir.

yapabileceğini öngörmektedir. Son olarak Holland'ın altı kişilik tipine göre yapılan analizlerde; yakın kişilik tipinde sosyal kişilik tipi %39,3 oranında en çok orana sahip iken, yaratıcı kişilik tipi %8 oranında en az kişilik tipi olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzak kişilik tipinde ise geleneksel kişilik tipi %34,6 oranında en çok orana sahip iken, sosyal kişilik tipi %2,8 oranında en az kişilik tipi olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.2. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular

SPSS iki değişkenli Ki-Kare bağımsızlık testi ile değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. SPSS'te yapılan analizlerde elde edilen tablolarda serbestlik derecesinin 1'den büyük olduğu durumlarda (en azından iki değişkenden birisinin kategori sayısının 2'nin üzerinde olması durumunda) beklenen değeri 5'ten küçük olan hücrelerin toplam sayısı %20'sini aşmamıştır. Bu nedenle Pearson Chi-Square değerleri kullanılmıştır (Karagöz, 2021: 534-538; Gürbüz ve Şahin, 2015: 210, 243-249; Can, 2013: 343-350).

Katılımcıların doğum yılları diğer bir ifadeyle Z ve Y kuşakları ile kripto para alma durumu [$\chi^2 (1)=,232$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (1)=2,095$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (1)=,000$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur. Z ve Y kuşakları ile kripto para düşüncesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (2)=8,022$; $p<.05$]. Z kuşağının büyük çoğunluğunun kripto paraya yönelik şu an ki düşüncesi nötrdür. Z ve Y kuşakları ile kripto para geleceği arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (1)=5,951$; $p<.05$]. Z Kuşağının büyük çoğunluğu kripto paranın geleceğini iyi olarak görmektedir.

Cinsiyet ile kripto para alma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (1)=48,810$; $p<.05$]. Kadınların büyük çoğunluğunun kripto para almadıkları görülmüştür. Cinsiyet ile kripto para düşüncesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (2)=12,269$; $p<.05$]. Kadınların büyük çoğunluğunun kripto paraya yönelik şu an ki düşüncesi nötrdür. Cinsiyet ile kripto para yatırımı yapma arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (1)=9,647$; $p<.05$]. Erkeklerin büyük çoğunluğu kripto paraya yatırım yapma eğilimindedir. Cinsiyet ile kriptonun emtia veya para olması konusu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (1)=4,672$; $p<.05$]. Kadınların büyük çoğunluğu kripto paranın emtia olduğunu düşünmektedir. Cinsiyet ile kripto para geleceği arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur [$\chi^2 (1)=,277$; $p>.05$].

Katılımcıların eğitim aldıkları fakülte ile kripto para alma durumu [$\chi^2 (1)=,093$; $p>.05$], kripto para düşüncesi [$\chi^2 (2)=,431$; $p>.05$], kripto para geleceği [$\chi^2 (1)=,123$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (1)=,072$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (1)=,136$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

Katılımcıların eğitim aldıkları bölüm ile kripto para alma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (7)=15,402$; $p<.05$]. Psikoloji, bilgisayar mühendisliği, halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü öğrencilerinin büyük çoğunluğunun kripto para almadıkları görülmüştür. Katılımcıların eğitim aldıkları bölüm ile kripto para düşüncesi [$\chi^2 (14)=16,500$; $p>.05$], kripto para geleceği [$\chi^2 (7)=11,839$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (7)=11,521$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (7)=8,508$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

Gelir kategorisi ile kripto para alma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (4)=15,838$; $p<.05$]. Bir ve iki asgari ücret düzeyinde geliri olanların büyük çoğunluğunun kripto para almadıkları görülmüştür. Gelir kategorisi ile kripto para düşüncesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (8)=16,611$; $p<.05$]. Bir asgari ücret düzeyinde geliri olanların büyük çoğunluğunun kripto paraya yönelik şu an ki düşüncesi nötrdür. Gelir kategorisi ile kripto para geleceği [$\chi^2 (4)=3,712$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (4)=4,733$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (4)=4,258$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

Çalışma durumu ile kripto para alma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (4)=17,142$; $p<.05$]. Çalışmadan aile ve burs desteği ile eğitim görenlerin büyük çoğunluğunun kripto para almadıkları görülmüştür. Çalışma durumu ile kripto para düşüncesi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (8)=24,081$; $p<.05$]. Çalışmadan aile ve burs desteği ile eğitim görenlerin büyük çoğunluğunun kripto paraya yönelik şu an ki düşüncesi nötrdür. Çalışma durumu ile kripto para geleceği [$\chi^2 (4)=2,163$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (4)=,615$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (4)=3,488$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

Katılımcıların yakın kişilik tipleri ile kripto para alma durumu [$\chi^2 (5)=3,860$; $p>.05$], kripto para düşüncesi [$\chi^2 (10)=11,778$; $p>.05$], kripto para geleceği [$\chi^2 (5)=1,830$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (5)=7,594$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (5)=8,646$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

Katılımcıların uzak kişilik tipleri ile kripto para alma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır [$\chi^2 (5)=15,685$; $p<.05$]. Uzak kişilik tipleri gerçekçi, sosyal ve girişimci olanların büyük çoğunluğunun kripto para almadıkları görülmüştür. Katılımcıların uzak kişilik tipleri ile kripto para düşüncesi [$\chi^2 (10)=13,986$; $p>.05$], kripto para geleceği [$\chi^2 (5)=6,788$; $p>.05$], kripto para yatırımı yapma [$\chi^2 (5)=4,456$; $p>.05$], kriptonun emtia veya para olması konusu [$\chi^2 (5)=4,246$; $p>.05$] arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

5. Sonuç ve Tartışma

Z kuşağının büyük çoğunluğunun kripto paraya yönelik şu an ki düşüncesi nötr iken kripto paranın geleceğine yönelik düşüncesi ise olumludur. Bu durum kripto paraların geleceğin yatırım yapılabilir araçlar arasında olacağını göstermektedir. Kadınların büyük çoğunluğu kripto para almamıştır ve büyük çoğunluğunun şu an ki düşüncesi ise nötrdür. Erkeklerin büyük çoğunluğu kripto paraya yatırım yapma eğilimindeyken, kadınların büyük çoğunluğu kripto paranın, para değil emtia olduğunu düşünmektedir. Kadınların erkeklere göre kripto para konusunda daha temkinli olduğu ve daha çok bilgi sahibi olduğu sonucuna ulaşılabilir. Katılımcıların eğitim aldıkları fakülte ile kripto para soruları arasında anlamlı ilişki yoktur. Eğitim aldıkları bölüm ile kripto para soruları arasında yalnız kripto para alma arasında anlamlı ilişkinin; psikoloji, bilgisayar mühendisliği, halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü öğrencilerinin kripto para almama yönünde olduğu tespit edilmiştir. Gelir kategorisi bir ile iki asgari ücret düzeyinde olanların ve çalışmadan aile ile burs desteği eğitim görenlerin büyük çoğunluğu kripto para almamıştır. Bir asgari ücret düzeyinde geliri olanların ve çalışmadan aile ile burs desteği eğitim görenlerin büyük çoğunluğu şu an kripto paraya karşı nötr düşüncededir. Uzak kişilik tipleri gerçekçi, sosyal ve girişimci olanların büyük çoğunluğu kripto para almamıştır. Elde edilen bulgular ve sonuçlara göre; Z kuşağının kripto paraya ilgisinin artacağı fakat yakın kişilik tiplerine göre kripto para arasında anlamlı ilişkilerin olmadığı görülmektedir. Aynı zamanda, uzak kişilik tiplerine göre gerçekçi, sosyal ve girişimci olanların kripto para alma deneyimi yaşamadıkları öngörülmektedir.

Son yıllarda sıklıkla araştırma konusu yapılan kuşaklar kavramında, Z kuşağının kripto paranın geleceği konusunda diğer kuşaklardan ayrıldığı görülmektedir. Bu durum Z kuşağının teknoloji ile doğan bir nesil olmasına bağlanabilir. Ayrıca bu durum teknolojiye erişilmesine göre ülkeden ülkeye ve yaşadığı çevre ile gelir durumuna göre de değişiklik gösterebilir. Z kuşağı bireyleri, aynı kuşağa ait olsalar da gelir düzeyleri ve kişilik özellikleri açısından kripto para satın alma davranışlarında birbirlerinden farklılık göstermektedir.

Kaynakça

- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ. ve Balcı, O. (2013). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 11-42.
- Alkin, E. (2022). *İktisada Yeniden Giriş*, İstanbul: Destek Yayınları,
- Alpago, H. (2018). Bitcoin'den Selfcoin'e Kripto Para. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi* (IBAD), 3(2): 411-428. <https://doi.org/10.21733/ibad.419462>
- Aslan, R. (2023). Kripto Para Sistemi ve Geleceği: SWOT Analizi ile Bir Değerlendirme, *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 7(1): 46-66. doi: 10.29329/ijiasos.2023.535.4.
- Ayhün, S.E. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1): 93-112.
- Can, A. (2013). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cengiz, K. (2018). En Popüler Kripto Para Birimi: Bitcoin, *Bandırma Onyediyünlü Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 87-100
- Crumpacker, M. ve Crumpacker, J.M., (2007). Succession Planning and Generational Stereotypes: Should HR Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Factor or a Passing Fad?, *Public Personnel Management*, Volume: 36, Issue: 4: 349-369.
- Çetin, C. ve Özcan, E.D. (2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul: Beta Basım.
- Daloğlu, E.S. (2013). *Çalışma Algısı Üzerine Kuşaklararası Bir Analiz*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dimock, M. (2019). Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins, *Pew Research Center*, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> Erişim Tarihi: 01.09.2024.
- Eğilmez, M. (2017). *Kendime Yazılar: Kripto Paralar, Bitcoin ve Blockchain*, <https://www.mahfiegilmez.com/2017/11/kripto-paralar-bitcoin-ve-blockchain.html>, Erişim Tarihi: 01.09.2024.
- Erten P. (2019). Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1): 190- 202.
- Gök, B. ve Coşkun, A. (2020). Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma, *International Journal Of Cultural And Social Studies* (Intjcss) 6 (1): 356-366.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F., (2015), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz* (2. baskı), Ankara: Seçkin.
- Holland, J. L., (1997). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments* (3rd edition), Psychological Assesment Resources, Odessa, FL.
- Kapil, Y. ve Roy, A. (2014). A Critical Evaluation Of Generation Z At Workplaces, *International Journal of Social Relevance & Concern*, 2 (1): 10-14.
- Karagöz, Y. (2021). *SPSS-AMOS-META Uygulamalı Nicel-Nitel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, (Güncellenmiş 3. Basım), Ankara: Nobel.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2: 129-139.
- Kesebir, M. ve Günceler, B. (2019). Kripto Para Birimlerinin Parlak Geleceği. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (17): 605-626.
- Mert, G. ve Neslihanoglu, S. (2020). Y Kuşağının Kariyer Algısı ve Gelecek Beklentisi: Kocaeli Organize Sanayi Bölgesi Örneği, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2): 927-945.
- Öz, Ü. (2015). *XYZ Kuşaklarının Özellikleri ve Y Kuşağının Örgütsel Bağlılık Düzeyi Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkan, M. ve Solmaz, B. (2015). The Changing Face of The Employees-Generation Z and Their Perceptions of Work (A Study Applied to University Students). *Procedia Economics and Finance*, 26: 476-483.
- Perkmen, S. ve Dağıstanlı, Ö. (2012). Kimler Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Olmalı? Meslek Kişiliği Yaklaşımı. *Education Sciences*, 7(4): 1045-1053. <https://doi.org/10.12739/10.12739>.
- Seçkin B., S. (2005). Biz Kuşağı Geliyor, Capital, <https://www.capital.com.tr/ekonomi/makro-ekonomi/biz-kusagi-geliyor>, Erişim Tarihi: 23.12.2024.
- Smith, A. (2020). *Ulusların Zenginliği* (Seçmeler), Çev. Şükrü Alpogut, İstanbul: Say Yayınları.
- Spitznas, T. J. (1998). Generation X: Why So Glum?, *Fairfield County Business Journal*, Volume: 37, Issue: 50: 1.
- Şimşek İşliyen, F. (2020). Dijital Çağda Bilginin Değişen Niteliği ve İnfobezite: Z Kuşağı Üzerine Bir Odak Grup Çalışması. *Selçuk İletişim*, 13 (1): 246-272.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A. ve Akgemici, T. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. 8. Baskı., Konya: Eğitim Yayınevi.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M., Küçükkoğlu, M. (2017), Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13): 1031-1048.
- Ünlü, G. ve Çiçek, H. (2021). Z Kuşağının A ve B Tipi Kişilik Özelliklerinin Bireysel Kariyer Planlamalarına Etkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 20(45): 694-723.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yelkikalan, N. ve Altın E. (2010). Farklı Kuşakların Yönetimi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2: 13-17.
- Yeşilyaprak, B. (2005-2007). İleri Meslek Danışmanlığı, PDR Doktora Programı Ders Notları ve Uygulama Raporları, Ankara Üniversitesi.
- Yeşilyaprak, B. (2008). *Eğitimde Rehberlik Hizmetleri* (16. baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yeşilyaprak, B. (2023). *Özellik- Faktör ve Holland'ın Kuramları*. Ankara Üniversitesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Anabilim Dalı, <https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/74/files/b elgeler/meslekigelisimkuramlari.pdf>, Erişim tarihi: 20.05.2023.
- Zengin, Y. (2017). X-Y-Z Kuşakları. (Ed.), B. Akdemir, *İnsan Kaynakları Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar*, İstanbul: Beta Basım.