



Generacija Y: nova snaga na tržištu rada

Kako privući, zaposliti i zadržati generaciju Y

Bez obzira da li ste spremni na njih ili ne – oni dolaze u još većem broju. Počelo je razdoblje u kojem na tržište rada dolazi generacija Y – mladi ljudi rođeni između 1981. i 1994. godine.



Renata Takač Pejnović, Elena Cvjetković

Pogledate li, kao poslodavac, dobnu strukturu svoje radne snage, možda ćete uvidjeti da obuhvaća i do četiri različite generacije: uz Y, sasvim sigurno prisutni su i predstavnici generacije X (1965.-1980.), još jedne, velike generacije – *Baby Boomera* (1946.-1964) i, u manjem broju generacije rođene prije 1946. godine. Generacija Y, ili milenijaska generacija, smije nit će Baby Boomere i sasvim sigurno imati ogroman sociološki i ekonomski utjecaj u nastupajućim godinama.

Uistinu, na američkom tržištu su još prije nekoliko godina provedena opsežna istraživanja o karakteristikama nove generacije kao dolazeće radne snage, kako bi se poslodavcima pružila prilika da se prilagode promjeni koja dolazi. Napisano je i nekoliko knjiga koje nastoje opisati GenY tragom mnogih provedenih istraživanja, i sve je vidljivije da su rezultati istraživanja primjenjivi i na hrvatske pripadnike ove generacije.

Uistinu, na američkom tržištu su još prije nekoliko godina provedena opsežna istraživanja o karakteristikama nove generacije kao dolazeće radne snage, kako bi se poslodavcima pružila prilika da se prilagode promjeni koja dolazi. Napisano je i nekoliko knjiga koje nastoje opisati GenY tragom mnogih provedenih istraživanja, i sve je vidljivije da su rezultati istraživanja primjenjivi i na hrvatske pripadnike ove generacije.

Odrasli su u doba “aktivnih roditelja” – roditelja koji su ih smatrali centrom obitelji, pratili ih i sudjelovali u njihovim aktivnostima, pružali osjećaj sigurnosti i poticaj da budu samosvjesni. Tehnologija je dio njihovog života od malih nogu, okruženi su njome i žive u skladu s njom.

GENERACIJA Y U POTRAZI ZA POSLOM

Nekoć je generacijski jaz značio da se od mladih zaposlenika očekuje puno truda i dokazivanja kako bi se pokazali dovoljno vrijednima da ih tvrtka zaposli za stalno. Sada dvadeset i nešto-godišnjaci, ravno s fakulteta, traže posao i očekuju visoke plaće, definirano radno vrijeme i dostatno slobodno vrijeme. Da, očekuju da im se plate prekovremeni sati i da ih šef inspirira kao lider. Čini Vam se zahtjevnima?

Konkretnije, ako ste poslodavac, zaista ćete morati preispitati vrijednosni sustav i kulturu tvrtke koja bi trebala odgovarati sasvim različitim željama, potrebama i stavovima pripadnika različitih generacija. Umirovljenjem *Baby Boomera* i generacijskom smjenom u korist generacije Y, *Employee Value Proposition*, ili ono što Vas čini jedinstvenim i privlačnim mjestom za rad bit će potrebno ponovo razmotriti. Nužno će trebati razmotriti organizaciju i procese, kulturu i vrijednosti tvrtke, ali i stil upravljanja.

U današnjoj situaciji, kada je Hrvatska na vrhu europske top liste zemalja s odljevom visoko educirane i mlade radne snage, kada se poslodavci žale kako je sve teže

doći do kvalitetnog radnika i kada se unutar europske unije pojavljuje trend novih nomada koji se, bez ikakvih zadržki, spremno sele iz zemlje u zemlju zbog posla, postavlja se pred poslodavce jasno i glasno pitanje: kako privući pripadnike generacije Y?

Zamislite situaciju u kojoj jedan visokoobrazovani 25-godišnjak dolazi na razgovor za posao u Vašu tvrtku. Namjeravate mu postaviti standardno i do sada tako uobičajeno pitanje: “Zašto želite raditi za našu tvrtku?”, no prije što ste ga izustili, kandidat Vama postavlja pitanje: “Što bi me navelo da se odlučim raditi za Vašu tvrtku?” Naravno, taj odgovor trebate imati unaprijed pripremljen.

TKO JE GENERACIJA Y?

Kao prvo, to više nisu dječica.

Najmlađi su u srednjoj školi, a najstariji pripadnici već su zaposlena radna snaga. Odrasli su u doba “aktivnih roditelja” – roditelja koji su ih smatrali centrom obitelji, pratili ih i sudjelovali u njihovim aktivnostima, pružali osjećaj sigurnosti i poticaj da budu samosvjesni. Tehnologija je dio njihovog života od malih nogu, okruženi su njome i žive u skladu s njom.

Njima je pružena ogromna mogućnost izbora, bogatstvo izvora informacija na Internetu, velik broj radio i televizijskih postaja i sva mobilna tehnologija daje im za pravo da ako nešto ne dobiju na jednom izvoru, odmah to nastoje pronaći na drugom. Strpljenje im nije vrlina.

Ne samo da su odrasli u doba nastajanja YouTubea, Facebooka i BlackBerryja, ova generacija je sudjelovala u toj tehničkoj revoluciji. Imali su mobitele već tijekom srednjoškolskog obrazovanja, naravno da očekuju da će im i tvrtka-poslodavac dati najsuvremeniju opremu za rad na današnjem digitalnom tržištu koje nikada ne spava.

Do sada su najobrazovanija generacija, generacija koja će donijeti nove ideje i sustave vrijednosti na tržište rada.

U svjetlu nedavnih događaja, prepoznat ćete ih kao sudionike “studentske pobune”, koja se, usudila bih se reći, uz poznavanje generacije Y mogla i predvidjeti.

POSLODAVCI, PRIPREMITE SE!

Mnogi visoko obrazovani pripadnici generacije Y očekuju visoku startnu poziciju i brzi uspon po korporativnoj ljestvici, recimo unutar prvih 6 mjeseci rada. Nećemo niti govoriti da bi ta ista korporativna ljestvica trebala biti jasna, transparentna i fer postavljena. No, oni nisu protivnici ulaganja napora u rad, jednostavno očekuju priznanje svog rada. Trenutno, ne s odgodom – onako, kako bi i trebalo biti. Još nešto: obzirom da će se vjerojatno naći u situaciji da su nadređeni ljudima koji im mogu biti djedovi ili bake, može se očekivati i generacijski sukob – koji neće dolaziti od strane generacije Y.

Za njihov izbor radnog mjesta uopće nije definiran samo plaćom, oni će prihvatiti posao ako ga zaista i žele raditi, ne zato što moraju. Njima ravnoteža privatnog i po-

Za njih izbor radnog mjesta uopće nije definiran samo plaćom, oni će prihvatiti posao ako ga zaista i žele raditi, ne zato što moraju.

slovnog nije vještina koju trebaju savladati, iz jednostavnog razloga što im je neupitna.

Kako ih privući? Iako su tehnološki napredni, cijene tehnologiju samo kada radi u njihovu korist. Vjerojatno će ih privući poslodavci koji uz *online* regrutaciju primjenjuju osobni kontakt, dodir humanosti u transparentno i etički postavljenom procesu. Željet će saznati što više specifičnih podataka o tvrtkama, mogućnostima i prilikama za osobni razvoj. Najbolje osobe za razgovor s pripadnicima generacije Y bit će pripadnici iste generacije!

Recimo da ste privukli, impresionirali i razbili tata/mama-pristup prema Vašem novom djelatniku, pripadniku generacije Y, što sada?

Ova generacija ne očekuje, prihvaća ili razumije ista pravila i postupke koje ste godinama primjenjivali na njihove prethodnike. Elementi radnog mjesta koji su ovoj generaciji važni sadrže:

- Dobre odnose s nadređenim i kolegama
- Prihvatljivu razinu plaće u odnosu na granu poslovanja i konkurentske tvrtke
- Mogućnosti za osobni razvoj
- Mogućnosti za korištenje znanja i vještina, u smislu slobode u radu i primanju priznanja za dobro obavljen posao
- Izazovne dnevne radne zadatke

- Uključenost u procese s mogućnosti davanja povratne informacije
- Fleksibilno radno vrijeme koje omogućuje zadovoljavajuću ravnotežu privatnog i poslovnog
- Radni okoliš koji ne sadrži kruta i previše formalna pravila
- Jasan plan sukcesije, razvoja osobne karijere i osobnog rasta i razvoja u smislu usavršavanja znanja i vještina
- Društveno odgovorno poslovanje

Nemojte nikada pretpostavljati da su njihov sustav vrijednosti, radna etika ili stavovi isti kao kod prethodnih generacija! Razumijevanje njihovih želja i potreba je najvažniji korak u njihovom zadržavanju u tvrtkama. Potičite njihove vrijednosti, dozvolite im da se izraze, trenirajte ih!

Budite im mentori: oni ne žele vlasništvo nad tvrtkom, žele joj doprinijeti svojim radom. Pružite im povratnu informaciju, bilo pozitivnu ili negativnu. Ako dodjeljujete zadatke, nemojte davati naređenja: njih zanimaju i razlozi koji stoje iza njih. Skeptični, koliko jesu, cijene fer odnos i etično ponašanje.

Recimo da samo imaju malo naglašenu sklonost onome čemu svi težimo: poštovanju i priznanju za svoj doprinos na radnom mjestu!

I ono što mnogi zaborave: za njih su dvije godine jako puno vremena. Prisutan je i element vjernosti svojem planu karijere, a ne tvrtki. Budite spremni na to, da će možda, i uz sve što ste poduzeli – otići, ali možda se i vratiti, zreliji i – još bolji!

PS

Najobrazovanija generacija, generacija koja će donijeti nove ideje i sustave vrijednosti na tržište rada.

toner.je.to
POKREĆE I VAŠE PISAČE

UŠTEDA 30-50%
ZARADITE!
OTKUPLJUJEMO PRAZNE TONERE I TINTE

HP SAMSUNG LEXMARK CANON EPSON XEROX BROTHER KYOCERA KONICA-MINOLTA

NARUĐBE NA 0800 404 404 / www.toner.je.to