

Zacítit na Generaci Y se vyplácí

Do popředí zájmu personalistů vstupuje nový fenomén: Generace Y. Ta se vyznačuje nejvyšší výkonností v historii lidstva. Mladí lidé se chtějí neustále vzdělávat a dokážou plnit různé úkoly v mnoha odvětvích. Zároveň jim nedělá problémy přestěhovat se za prací do jakékoli jiné země na světě. V dnešní době se každá společnost chtě-nechtě dostává do konkurenčního boje o tyto mladé talenty. Musíme si proto položit otázku: Bude Generace Y pracovat pro nás nebo pro naši konkurenci? Jak si vedou společnosti v oblasti nábory mladých lidí? Změnily se náborové a adaptační procesy s nástupem Generace Y na pracovní trh? Těmito otázkami se zabýval unikátní průzkum společnosti SpenglerFox.

Zpočátku je nutné si vysvětlit, co si pod pojmem Generace Y vlastně představit: z pohledu sociologů se jedná o mladé lidi, kteří se narodili v osmdesátých a devadesátých letech. Právě oni nyní nově vstupují na pracovní trh. Liší se něčím od svých předchůdců?

Sociologové rozdělují generační vývoj posledních šedesáti let do čtyř skupin: tzv. tradicionalisté jsou ti, kteří zažili válku: mají úctu k autoritám a mezi jejich hlavní hodnoty patří bezpečnost a finanční jistota. Po konci 2. světové války (polovina čtyřicátých až polovina šedesátých let) doprovázela ekonomický růst i populační exploze, která dala jméno generaci této doby (tzv. baby boomers). Tato éra se vyznačuje velkými sociálními změnami u příslušníků této generace a následně optimismem vůči budoucnosti. Jejich děti sociologové nazvali Generací X. Díky sociálním a ekonomickým otřesům již nejsou oproti svým rodičům a prarodičům ohledně budoucího vývoje tak nadšení a zřejmě proto se mnohem více orientují sami na sebe, na své potřeby a rodinu.

Generace Y je oproti svým předchůdcům naprosto odlišná. Pro lepší pochopení je proto nutné si uvědomit, v jaké době její příslušníci vyrůstali: zažili obrovský technologický boom, který jim zpřístupnil velké množství dříve špatně dostupných informací, zároveň nikdy nezažili válku či větší krizi hodnot. Z toho důvodu se členové Generace Y vyznačují vysokým sebevědomím, nechtějí být závislí, ve svém životě vyhledávají časté změny, jsou velmi učenliví a nedělá jim problém práce s moderními technologiemi. Pro zaměstnavatele znamenají výkonnou a vzdělanou pracovní sílu, která si oproti svým rodičům nebojí prosadit své specifické požadavky: dávají velký důraz na soulad mezi pracovním a soukromým životem, v práci potřebují mít okolo sebe tým, s nímž mají výborné mezilidské vztahy, a po svém zaměstnavateli chtějí, aby se staral o životní prostředí a věnoval finanční prostředky na dobročinné účely. Pracovní nástroje jako služební mobilní telefon, automobil, drahá školení pořádaná zaměstnavatelem již berou téměř jako samozřejmost. Na jedné pracovní pozici příliš dlouho nevydrží, neustále hledají nové výzvy a možnosti, kam se dále profesně posunout a něco nového naučit.

Generace Y

- Lidé narozeni mezi lety 1977 až 2003
- Následuje po generaci X
- Bývá také označována jako Echo Boomers, Millenials, NeXters, N-Gen atd.
- William Strauss a Neil Howe tuto generaci definovali v knize *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*
- Utvářely ji mimo jiné tyto události: exploze Challengeru, výbuch Černobylu, pád Sovětského svazu, první válka v Zálivu, rozšířené využití počítačů a internetu, útok na USA 11. září 2001

Mladí lidé mohou svým zaměstnavatelům hodně nabídnout. Mezi jejich silné stránky určitě patří především výborné znalosti v oboru a schopnost plnit několik úkolů najednou. Příslušníci generace Y

se díky svému sebevědomí nebojí dělat rychle závažná rozhodnutí, nést riziko a v neposlední řadě jsou velmi flexibilní a týmově zaměřeni.

Změnili zaměstnavatelé přístup k náboru talentů s nástupem Generace Y na pracovní trh?

Společnost SpenglerFox uskutečnila mezi svými klienty ojedinělý průzkum se zaměřením na nábor, adaptaci a udržení mladých talentů pocházejících právě z Generace Y. Oslovila celkem 380 HR manažerů z různých společností, z nichž se ze 75% účastnily organizace s více než tisícovkou zaměstnanců. Něco přes polovinu respondentů tvořili personální ředitelé z regionu střední a východní Evropy, Turecka a Řecka, 27% z oblasti Ruska a bývalých zemí Sovětského svazu a 15% z regionu západní Evropy. V průzkumu bylo zahrnuto i malé procento manažerů z blízkovýchodních zemí a afrického kontinentu.

Při hledání mladých talentů využívají HR manažeři dle výsledků průzkumu nejvíce personální agentury. Některé firmy uvedly, že kvůli náboru mladých talentů upravily své webové stránky. V neposlední řadě pak také společnosti oslovují vhodné kandidáty přímo, ať už pomocí headhunterů nebo sociálních sítí. Polovina dotázaných přiznala, že jejich metoda výběru nových zaměstnanců se za poslední tři až pět let nezměnila, což má za následek, že stejné množství respondentů připustilo, že tyto techniky nejsou příliš vhodné pro zacílení na příslušníky Generace Y. Neočekávaným zjištěním bylo, že pouhá třetina respondentů uvedla, že díky vlastní náborové strategii získávají jejich společnosti opravdu ty nejlepší kandidáty na trhu.

Podle průzkumu se při oslovování mladých talentů nejvíce vyplácí využívat sociální sítě, studentské portály, partnerství s univerzitami nebo účast na jejich speciálních programech pro studenty. Kandidáty pak personalisté lákají na možnost kariérního růstu a bohatou nabídku benefitů. Oslovení HR manažeři také doporučují zapracovat na personálním marketingu, protože Generace Y klade velký důraz na atraktivitu a dobré jméno zaměstnavatele. V neposlední řadě se také objevily různé trainee programy pro absolventy.

Personalisté při náboru mladých talentů nejvíce využívají assessment centra, kompetenční metody pohovoru nebo užití modelových situací pocházejících z reálného života. Posledně jmenovaný aspekt je mezi Generací Y velmi oblíben: mladí lidé oceňují, když si mohou své vědomosti vyzkoušet v praxi a na vlastní oči vidět, k čemu slouží.

Generace Y po svých zaměstnavatelích nežádá vysoké peněžní odměny a přesčasové hodiny velmi ráda mění za čas strávený s přáteli a rodinou. HR manažeři si také uvědomují, že důraz mladých lidí na pracovní kolektiv je velký, proto se začínají orientovat na nábor přátel a rodinných příslušníků svých mladých zaměstnanců, za což tito dostávají peněžitou odměnu. Důraz na týmovost je jedním z aspektů, které napomáhají snižovat fluktuaci právě mezi zaměstnanci spadajícími do Generace Y. Firmám se vyplácí zařazení nových programů pro absolventy a zřízení speciálních adaptačních programů pro nové zaměstnance ve firmě – jde zejména o metody koučinku a mentoringu, které dle zkušeností personalistů napomáhají vzbuzovat v mladých talentech úctu k autoritě.