



Lidské zdroje pod lupou

Generace Y: Života a práce si užijej

V červencovém čísle personální poradny jsme se zamysleli nad specifiky generace X a tzv. Husákových dětí na pracovním trhu. Nyní popojedeme o pokolení dále, kterému se nepříliš nápaditě říká „generace Y“. Mají i její příslušníci nějaké souhrnné znaky, kterými se vyznačují na svých pracovních pozicích?



Narodili se převážně v období druhé poloviny osmdesátých let, v devadesátých letech, či na přelomu tisíciletí, proto se jim často říká také milénialové. Jsou neodmyslitelně spjatí s moderními technologiemi a internetem, proto se můžete ve spojitosti s nimi setkat také s termínem iGen. To vše je samozřejmě především marketingová hra se slovíčky, tvrdým faktem ale je, že v roce 2025 bude generace Y tvořit většinou část populace v produktivním věku.

Generace jejich rodičů poměřuje svou životní spokojenost penězi, milénialové sice nejsou tak naivní, aby peníze zavrhovali, ale na žebříčku hodnot mají minimálně stejně tak vysokou životní postoj, který klasičtě latiníci stručně, leč výstižně nazvali *carpe diem*. Užijej dne, maximálně využij všechny současné příležitosti a radosti, protože čas ubíhá jedním směrem. Nežiješ, abys pracoval. Pracuješ, abys mohl krásně žít. Zaměstnání pro ně není ztrátou času, chtějí pracovat na takových pozicích, aby si i tento čas náležitě užili. Práci neberou jako nutné zlo, chtějí se v ní seberealizovat, nechat vyniknout svůj talent a kreativitu. Práce je musí vnitřně naplňovat, musejí v ní vidět smysl. Milénialům je vlastní sebevědomý a otevřený přístup, rádi vyjadřují

75 % lidí z generace Y považuje firmy za příliš zaměřené samy na sebe, namísto na zlepšování stavu společnosti.



své názory a často se nebojí jít do konfliktních situací i se svými nadřízenými, pokud jsou o své pravdě přesvědčeni. Nemají problém střídat zaměstnání. To, co pro předchozí generace mohlo být traumatizující, je pro ně hledáním nových zkušeností a lepšího finančního ohodnocení.

„Y-loni“ nechtějí být v zaměstnání pouhými loutkami, proto zavrhnou pracovní pozice v rigidních, direktivně řízených korporátech a hledají své uplatnění ve flexibilních firmách s moderním a otevřeným způsobem řízení. V pracovním životě se dožadují pohyblivé pracovní doby a občasná home office je pro ně téměř samozřejmostí. Bez moderních technologií a nových komunikačních kanálů si nedokážou představit jak svůj osobní, tak i pracovní život. Plně k práci využívají prostředky moderní komunikace. Esemeska je pro ně pojem z technologického pravěku, tlačítkový telefon muzeálním

exponátem. Žijí s pocitem, že jim moderní technologie usnadňují život a umožňují nonstop komunikaci s celým světem.

S jejich sebevědomím se pojí i kritický náhled na předchozí generaci X, která aktuálně ovládá většinu manažerských a vedoucích pozic. Tento kritický náhled se nebojí vyslovit, protože jejich víra ve vlastní schopnosti se zdá být neotřesitelná. Společnost Deloitte zveřejnila v roce 2015 o generaci Y studii, ve které uvádí, že 75 procent lidí z generace Y považuje firmy za příliš zaměřené samy na sebe, namísto na zlepšování stavu společnosti. Pouze 28 procent uvedlo, že jejich současný zaměstnavatel využívá naplno jejich potenciál. Polovina respondentů z průzkumu by přijalo o něco nižší plat, pokud by práce odpovídala jejich hodnotám, a 90 procent dotazovaných altruisticky uvedlo, že chtějí využívat své schopnosti pro dobrou věc.

V tuzemsku má tato generace oproti svým vrstevníkům ze západní Evropy několik specifik. Jejich převážná část se narodila po pádu socialismu a vyrůstala ve svobodné společnosti. Nepoznali žádná omezení v cestování, od dětství měli možnost poznávat svět a plně toho využívali. Díky tomu jim nedělají problémy cizí jazyky a běžně mají zkušenost se studiem a prací v zahraničí. To vše jsou věci, které jim dodávají patřičného sebevědomí. Jsou zvyklí na relativně vysokou životní úroveň a rozhodně z ní nechtějí slevit. Proto chtějí zajímavé a dobře placené zaměstnání, ale zároveň pro to nehodlají obětovat vše. Rozhodně ne svůj pestrý osobní život. ■

AUTORKOU TEXTU JE
Ing. Pavla Hodínková,
managing director
Agentura Dream Job s.r.o.
pavla@dream-job.cz
Tel.: +420 602 723 046

