
Tlačová správa

Dátum	20. december 2011
Kontakt	Oldřich Vaňous, manažér, Poradenstvo pre ľudské zdroje PwC Tel.: +421 (0)2 59350 661 oldrich.vanous@sk.pwc.com
	Zuzana Sehnalová, Marketing & Communications Leader, PwC Tel.: +421 (0) 2 59350 133 Mobile: +421 (0)911 357 151 zuzana.sehnalova@sk.pwc.com

Mladí zamestnanci si cenia vzdelávanie a rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom viac než peňažnú odmenu

Prieskum „Miléniová generácia v práci“ odhaľuje priority časti populácie, ktorá bude do roku 2020 predstavovať 50% pracovnej sily vo svete

„Miléniová generácia“, čiže mladí ľudia, ktorí sa narodili v období rokov 1980 – 2000 považuje vzdelávanie, rozvoj a rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom za dôležitejšie, než je finančná odmena, uvádza správa z prieskumu, ktorú vydala poradenská spoločnosť PwC.

Takmer jedna štvrtina respondentov (22%), tvrdí, že vzdelávanie a rozvoj sú benefitom, ktorý si od zamestnávateľa vážia najviac. Za ním nasleduje s 19% flexibilná pracovná doba a peňažný bonus je až na tretej priečke (14%).

Tieto zistenia vyplávajú z prieskumu „Miléniová generácia v práci“, ktorý analyzuje názory vyše 4 000 absolventov zo 75 krajín vrátane Slovenska. Správa je sondou do myslenia mladých absolventov škôl z celého sveta, ktorí po prvýkrát nastupujú do zamestnania.

Oldřich Vaňous, manažér poradenstva pre ľudské zdroje v PwC, uviedol: *„Miléniová generácia chce v živote dosiahnuť viac než ‘len prácu’ či stabilný postup na kariérom rebríčku. Náš prieskum ukazuje, že mladí ľudia sa necítia dobre v zaškatulkovanej podnikovej štruktúre. I keď je možné, že po získaní určitých životných skúseností sa bude tento prístup meniť, sú to ambiciózni a optimistickí mladí ľudia, ktorí pri ponuke práce očakávajú viac než peniaze. Pre zamestnávateľov to znamená, že sa musia prispôsobiť situácii tak, aby boli pre túto novú pracovnú silu atraktívni.“*

Málo lojality?

Z porovnania zistení podobnej správy z roku 2008 vyplýva, že hospodárska recesia v mnohých krajinách sveta má vplyv aj na myslenie novej generácie.



Miléniová generácia pristupuje k neľahkej ekonomickej situácii prakticky. Takmer tri štvrtiny z nich (72%) uviedli, že pri výbere zamestnania urobili určitý kompromis (napríklad čo sa týka mzdy, miesta výkonu práce, benefitov, odvetvia), čo môže byť pre zamestnávateľov varovaním, že v prípade zlepšenia ekonomickej situácie, sa s veľkou pravdepodobnosťou zvýši dobrovoľná fluktuácia.

Štvrtina respondentov očakáva, že počas pracovnej kariéry bude mať šesť alebo viac zamestnávateľov, a len 18% uviedlo, že plánuje zostať v súčasnej pozícii dlhodobo.

„Zamestnávateľia sa musia snažiť chápať novú generáciu a reagovať na jej požiadavky, aby si po zlepšení ekonomickej situácie mladých ľudí udržali. Takisto musia akceptovať fakt, že ‘pohyb mladej generácie’ je nevyhnutný a teda ho musia zakomponovať ho do plánovania.“ dodáva Oldřich Vaňous, manažér poradenstva pre ľudské zdroje v PwC.

Technologická generácia, ktorá nemá rada osobnú komunikáciu?

Správa PwC naznačuje, že technológie dominujú každému aspektu života ‘miléniovej’ generácie. 41% respondentov uviedlo, že radšej komunikuje elektronickou formou než osobne či telefonicky.

Používanie vlastnej technológie je v práci bežné. Tri štvrtiny respondentov uviedli, že vďaka prístupu k obľúbeným technológiám vykonávajú svoju prácu efektívnejšie. Ak porovnáme miléniovú generáciu so služobne staršími kolegami, ide pravdepodobne o prvú generáciu, ktorá lepšie ovláda kľúčový nástroj podnikania už pri nástupe do zamestnania. Technológia ich jednoznačne odlišuje od ostatných.

„Zamestnávateľia reagujú na požiadavky generácie milénia zmenou svojej politiky v oblasti IT: napríklad poskytovaním smartfónov ako jedného zo zamestnaneckých benefitov, alebo podporovaním používania sociálnych médií na pracovné účely. Možno si to ťažko pripúšťame, ale táto generácia môže naučiť zamestnávateľov o technológiách a ich využití viac, než akékoľvek formálne vzdelávacie programy. Podchytienie týchto znalostí technológií môže byť významné pre úspech organizácie v budúcnosti.“ komentuje Oldřich Vaňous.

Generačný konflikt

Kariérny rast je najvyššou prioritou miléniovej generácie, ktorá očakáva rýchly postup jednotlivými pozíciami v organizácií. 52% respondentov uviedlo, že toto je hlavný dôvod pre výber zamestnávateľa; dokonca mu dávajú prednosť pred finančným ohodnotením (44%).

Mladá generácia sa nebráni pracovať so staršou generáciou a váži si nadriadených, avšak aj tu existujú náznaky určitého napätia. 38% respondentov sa vyjadrilo, že vekovo starší predstavitelia vedenia nenadväzujú bližšie vzťahy s mladými zamestnancami a 34% si myslí, že osobné nasadenie mladých naháňa staršej generácii strach.

Oldřich Vaňous dodáva:

„Manažovanie rozdielnych názorov a potrieb ľudí viacerých generácií, od povojnovej po miléniovú, nie je ľahké. Situácia pre manažérov bude ešte zaujímavejšia, nakoľko vek odchodu do dôchodku sa predlžuje a na pracovisku sa budú stretávať sedemdesiatnici s dvadsaťpäťročnými.“

„Zamestnávateľia budú musieť pracovať na tom, aby spojili viaceré generácie – riadenie multigeneračnej pracovnej sily si vyžaduje schopné vedenie, chápanie rôznych štýlov a transparentný systém riadenia výkonu, ktorý jasne demonštruje, akým spôsobom bude výkon ohodnotený.“



Koniec

Poznámky vydavateľom:

O prieskume

Prieskumu „Miléniová generácia v práci“, ktorý uskutočnila poradenská spoločnosť PwC, sa zúčastnilo 4 364 absolventov zo 75 krajín sveta vrátane Slovenska. Respondenti dosahovali vek do 31 rokov a štúdium ukončili v rokoch 2008 až 2011. Miléniovú generáciu predstavujú mladí ľudia, ktorí sa narodili v období od roku 1980 do 2000. Miléniová generácia je početnejšia ako povojnová generácia Baby Boomu, a do roku 2020 bude predstavovať 50% celosvetovej pracovnej sily. V USA už teraz tvorí viac než polovicu pracovnej sily a v Indii predstavuje vyše polovice populácie.

O PwC

Firmy PwC pomáhajú organizáciám i jednotlivcom vytvárať tú hodnotu, ktorú hľadajú. Sme sieťou firiem v 158 krajinách s takmer 169 000 pracovníkmi, ktorí robia všetko pre to, aby poskytovali kvalitné audítorské, daňové a poradenské služby. Viac sa o nás dozviete na našej webovej stránke www.pwc.com/sk.

„PwC“ je obchodná značka, pod ktorou pôsobia a poskytujú svoje služby členské firmy spoločnosti PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Spolu vytvárajú tieto firmy sieť PwC. Každá firma v sieti je samostatným právnym subjektom a nekoná z poverenia PwCIL či akejkoľvek inej členskej firmy. PwCIL nie je zodpovedná a neručí za činy či opomenutia ktorejkoľvek zo svojich členských firiem, a nemôže ani kontrolovať uplatňovanie ich profesionálneho úsudku či ich nejakým spôsobom zaväzovať.

2011 PwC. Všetky práva vyhradené.