
Materijal 2.1.3m

Zaposleni i više generacija – generacijski sistemi vrednosti

Promena demografskih obrazaca kao posledica starenja društva čini verovatnijim da zaposleni rade u timovima sa više generacija.

Oko 2010. godine raste svest da su sistemi vrednosti ljudi koji pripadaju određenoj generaciji razlikuju. Studije mladih su ovo učinile očiglednim, iako postoji i upozorenje (čak i od strane autora takvih studija) o nediferenciranoj tipizaciji (F. Schier 2021).

Ipak, generacijska tipizacija je postala popularna u literaturi o menadžmentu i igra ulogu u pogledu brendiranja poslodavca (e.g. Dyhre, Anna/Parment, Anders 2013: Sustainable Employer Branding). Ali specifičnosti u sistemima vrednosti generacija takođe mogu da izazovu individualizaciju razvoja ljudskih resursa prema generacijskoj pripadnosti zaposlenog.

Najčešća tipizacija razlikuje X, Y i Z generaciju – generacije koje određuju radno sposobno stanovništvo današnjice.

Generacije X, Y, Z – pregled koncepta

Nekoliko studija o mladima pokazalo je da generacije daju pečat duhu jednog vremena. Kohorte sa intervalom od 10 do 15 godina izdvajaju se kao znatno različite u pogledu svojih očekivanja i stavova prema (radnom) životu. Iako je varijansa unutar jedne generacije velika, ipak postoje razlike između kohorti koje se ne mogu zanemariti.

Generacija X

Rođeni između 1966. i 1980. godine Njihovi roditelji pripadaju „bejbi bumerima“, koji su rođeni između 1956. i 1965. godine i dostigli su određeni prosperitet. Generacija X je postala korisnik onoga što su njihovi roditelji dostigli. Može ih karakterisati snažna orijentacija na potrošnju i svest o brendu. Doživeli su dolazak novih digitalnih medija kao što su e-pošta i mobilni telefon.

Konflikt Istoka i Zapada je nastao i doneo je neizvesnost i osećaj pesimizma. Za generaciju X zadovoljstvo poslom je manje važno od finansijske sigurnosti. Oni traže razdvajanje privatnog i profesionalnog života i ravnomernu ravnotežu između posla i privatnog života.

Generacija Y – “Milenijalci”

Rođeni su između 1981. i 1995. godine i u potpunosti su doživeli digitalizaciju. Generaciju Y nazivaju i „generacija-ja“, koja teži slobodi i predstavljanju na društvenim mrežama. Ipak, decentralizacija putem interneta, međusobno povezivanje različitih kultura i globalizacija u nastajanju izazvali su definitivnu toleranciju ove generacije.

Dobro obučeni ljudi, odrasli u tehnološki mobilnom svetu, dolaze u preduzeća i dovode u pitanje uspostavljene strukture. Dok je generacija X striktno razdvojila posao i privatnu sferu, generacija Y sve više pretvara koncept ravnoteže između posla i privatnog života u integraciju poslovnog i privatnog života. Oni traže samoostvarenje i u poslu. Oni su optimisti i cene nezavisnost, ali i umrežavanje i timski rad.

Zaštita životne sredine i socijalna pitanja su važni za njih i očekuju od svojih poslodavaca ekološki i održivo poslovno ponašanje.

Generacija Z

Rođeni su posle 1995. godine. Nazivaju ih i „digitalnim domorocima“ koji ne mogu da zamisle svet bez interneta. Pretraživanje informacija na mreži je nešto što se podrazumeva. Ali to takođe izaziva smanjenje raspona pažnje. Razlika između virtuelnog i stvarnog je skoro ukinuta.

U umreženom svetu, političke eskapade, poslovni propusti i društvene pritužbe postaju transparentni i generacija Z se pozicionira protiv njih. Oni vode kampanju za ljudska prava i jednakost ugroženih grupa. Koncept potrošnje se menja. U fokusu više nije posedovanje fizičkog dobra, već pristup raznovrsnim uslugama i proizvodima.

Sledeća generacija, rođena posle 2020. godine, nazvana je Alfa generacija. Još je otvoreno pitanje koje će biti njihove karakteristike.

Zaključci iz tipizacije generacija za razvoj karijere u kompaniji

Ako tražite u literaturi koncept generacija X, Y i Z, može se desiti da nađete delimično nedosledne iskaze. Nedoslednosti su delimično posledica različitog nacionalnog porekla, ali i pripadnosti određenoj društvenoj grupi i stepenu obrazovanja (F. Schier, 2021). Zbog toga se generacijska tipizacija ne može koristiti kao apodiktičko sredstvo. Ipak, korist od ovih pokušaja tipizacije generacija prema njihovim sistemima vrednosti je svest da postoje razlike između generacijskih grupa koje treba uzeti u obzir. Ovo važi i za karijerni razvoj u kompaniji i daje nagoveštaj da je za razvoj zaposlenih potreban individualizovan pristup, zasnovan na dijalogu između lidera i njegovih/njenih zaposlenih. Profesionalni savetnici za karijeru mogu igrati ulogu facilitatora.