



Kovács Judit

X-Y-Z generáció

II. szekció

2016.09.08. (csütörtök)

16:50 – 17:30

Pimaszság vagy igazság?

A múlt év szenvedélyes vitákat generáló kérdései Y-os témában:

- Kinek kell változtatni, alkalmazkodni: X v. Y - hol az igazság?

- Meddig éri meg tolerálni?

- Miért vannak irreális elvárások (mindkét oldalon)?

29 hazai vállalat, összesen közel 500 Y generációs munkatársát kértük meg, hogy vegyen részt az országos kutatásunkban, azzal a céllal, hogy a felháborodás és a sztereotípiák helyett mérhető eredményekből építkezzünk, és amelyekből most néhány konkrét megoldás megosztására hívjuk meg szeretettel.

A Profiles International a munkahelyi kompetenciák felmérésére kifejlesztett tesztjeivel immár 2. éve kutatja a nemzetközi és hazai munkaerőpiacon a generációk közötti feszültségek okait.

Mi fán terem az Y generáció? Mi az oka annak, hogy úgy viselkednek a munkahelyen, amelyet a korábbi generációk sokszor nehezen értenek meg? A Profiles International Hungary csapata egyre gyakrabban lát karrierutakat félrefutni, és egyre több nehezen kezelhető helyzettel találkozik tanácsadói munkája során. Egyedi felméréseivel immáron második éve kutatja, hogy mi a megoldás a generációk közti feszültségekre. Beszámolunk a kutatás eredményeiről, és fényt derítünk arra, mi motiválja az 1980-1995 között született fiatal munkavállalókat, és hogy vajon ők mennyire vannak tisztában önmaguk kapacitásaival.

A Profiles International a világ egyik vezető, értékelő és fejlesztő központok bevezetésével és működtetésével foglalkozó vállalata. 1990-ben alapították az Amerikai Egyesült Államokban. Jelenleg a világ 120 országában van jelen, a hazai Profiles iroda 2000-ben egyike volt az első európai képviselteknek. Szolgáltatásain keresztül komplex megoldást nyújt a munkaerő alkalmazásának minden fázisához, legyen szó kiválasztásról, a tréning-szükségletek megállapításáról, önfejlesztéstől, coachingról vagy teljesítmény menedzsmentről.

Mennének, de közben maradnának is? Igazi csapatjátékos, de vezetni szeretne? Lelkes, de elveszti a motivációját? – fókuszban az Y generáció jellemzői

„Csapongóak, nincs bennük elég tisztelet, még meg sem érkeztek rendesen a céghez, de már vezérigazgatók szeretnének lenni, a munkaidő lejártával egy időben kiesik a toll a kezükből, túl gyakran váltanak munkahelyet”... ugyanakkor „olyan lelkesek, hihetetlen, mennyi ötletük van, csak úgy csillog a szemük, ha valami újdonságról, innovációról van szó”. Igen, ez mind-mind az Y generáció jellemzői közé tartozik. Ahhoz, azonban, hogy **a munkaerőpiacon egyre nagyobb tért nyerő Y generációval** való együttműködés hatékonyabb legyen, érdemes félre tennünk érzelmeinket, és ránézni arra, milyen környezetben szocializálódott ez a generáció, és **milyen erősségei és gyengeségei** lettek ez által, hiszen ha ezekkel tisztában vagyunk, akkor tudni fogjuk, **hogyan „szerezzük” és tartjuk meg, hogyan tanítsuk, és hogyan motiváljuk őket**. Ha ugyanis tudatosan odafigyelünk az Y generáció jellemzőire, akkor lehetőségünk nyílik kihasználni a bennük rejlő potenciált, és úgy illeszthetjük be őket a szervezetbe, hogy az nem csak nekik, hanem a már ott dolgozó X és Baby Boomer generáció tagjainak is komfortos legyen.

A mamahotelből a munkahelyre

Először is érdemes áttekintenünk nagy általánosságban, „honnan érkeztek”. Az Y generáció tagjai (szakirodalmanként eltérő lehet a születési idő meghatározása, mi az 1982-1995 között születetteket értjük az Y generáció tagjai elnevezés alatt) jellemzően **hosszú ideig élnek otthon az ún. „mamahotel”-ben**, ahol kevés feladatot kell ellátniuk, nem probléma, ha bizonyos ideig nem dolgoznak. Olyan szülők gyermekeként nőnek fel, akik saját szülei életmódja ellen lázadva elhatározták, hogy gyermekeiket nagyobb szabadságban, **több pozitív visszajelzéssel nevelik fel**, és arra fogják bátorítani őket, hogy merjenek nagyot álmodni, és bízzanak a képességeikben. Olyan egyetemekre járnak, ahol sok esetben még az idős professzorok is a tegező hangnemet preferálják, ahol náluk alig pár évvel idősebb doktoranduszok oktatják őket, és ahol a projektmunka, brainstorming sokszor olyan nagy ötletek megvalósítására irányul, ami nem feltétlenül jön majd szembe az első munkahelyükön.

Az álmodozók kora

Mindez azt eredményezi, hogy **nagyon jól megtanulnak nagyot álmodni**, bízni a megérzéseikben és elképzeléseikben, ötletelni egyedül és csoportban, és végtelenül nyitottak lesznek mindenre, ami új, innovatív, több, jobb, mint amit eddig tudtak és tapasztaltak. Az internet, a 0-24 étel-ital házhozszállítás, az éjjel-nappal üzemelő tömegközlekedés és taxiszolgálat, és a last minute jegyek korában nőnek fel – nem csoda tehát, ha hozzászoknak ahhoz, hogy **amit szeretnének, az nem később, mint azonnal elérhető**. Ehhez szoknak hozzá, így nem meglepő, ha türelmetlenek lesznek, akkor is, ha munkakör-bővítésről, munkahelyi előmenetelről, fizetésemelésről, stb. lesz szó. Jól lehet azonban együtt dolgozni velük, **ha lehetőség van csapatmunkára**, rugalmas munkavégzésre, ha a szervezeti célok egy irányba mutatnak a saját (megálmodott) nagy céljaikkal, ha egyre felelősségteljesebb munkákat bízunk rájuk, és ha a szervezet tud támogató-visszajelző szerepet is betölteni – hiszen ehhez az otthoni „jóhoz” nagyon könnyű hozzászokni.

Ebben néznek fel vezetőikre

Ami viszont kisebb hangsúlyt kap szocializációjuk során, az a **tervezés** arra vonatkozóan, hogyan, milyen lépések sorozataként és mennyi idő alatt érik el azokat a nagy dolgokat, amiket megálmodtak maguknak. **És itt lehet nagy segítség számukra valaki, aki az idősebb generációk tagja.** Az Y generáció tagjai ugyanis annak ellenére, hogy sokszor megkapják a „tiszteletlen” bélyeget, igenis **felnéznek az idősebb generációk tagjaira.** Ami meglepőnek tűnhet az ő működésükben az az, hogy míg az idősebb generációk esetében a tisztelet tapasztalaton és tekintélyen alapul, és jellemzően rangidős munkatársak válnak példaképpé, addig Y generációs jellemző, hogy az emberek már sokkal inkább jellemvonásokat, karrier utakat tisztelnek. **Nem egy személyben, a pozíciója és a sok éves tapasztalata miatt tisztelnek valakit,** hanem azért, mert jó értékesítőnek tartják, példaértékű szerintük az, ahogyan a csapatot vezeti, fantasztikus előadó, vagy éppen nagyon jó szülő. Ezekből a kis „darabkákból” építik fel magukat, és rengeteg viszonyítási pontra tesznek szert az életükben. Ha tehát az idősebb generáció tagjaiban felfedeznek olyat, ami számukra tiszteletre méltó, akkor csillogó szemmel fognak tőlük tanulni, és egészen biztosan nem fogják „kivívni” maguknak a már korábban is említett „tiszteletlen” bélyeget. Annak ellenére azonban, hogy az Y generáció tagjai már sokkal szabadabban élnek, és egy rohamosan gyorsuló világban szocializálódtak, biztosak lehetünk benne, hogy ugyanúgy, ahogy velük az X és Baby Boomer generáció tagjainak, úgy **nekik is meg fog gyűlni a bajuk a Z generáció tagjaival.** Ez a generációk közti versengés, a „mi” és az „ők” éles különválasztása minden generációra jellemző, mint ahogyan az is, hogy *„minden generáció rátermettebbnek gondolja magát az előzőnél, és bölcsebbnek az utána következőnél”*(George Orwell).

Így segíthet nekik az X generáció

Az Y generációnak tehát **szüksége van az idősebb generációk bölcseire** ahhoz, hogy megtalálják és végig járják az utat megálmodott céljaikhoz. **Beszélgessünk velük, segítsük őket a tervezés fázisaiban, bízzunk az éleslátásukban és a megérzéseikben, és támogassuk őket a tapasztalatunkkal.** Ha ugyanis az Y generáció tagjai érzik az odafigyelést, és látják az idősebb generáció tapasztalata mellett a lehetőséget is, ahol ők is kipróbálhatják és megmutathatják magukat, akkor az irányukba befektetett energiáért cserébe **okos kérdéseket, lelkes, elkötelezett és tanulni vágyó, kérdésekkel és megoldási javaslatokkal érkező proaktív munkatársakra tehetünk szert.** Az ilyen munkatársak pedig nem csukják be a laptopot ha lejárt a munkaidő, de még nem készültek el a munkával, kérdeznek és kérnek, nem csak követelnek és elvárnak, készülnek és segítenek, ahol tudnak, nem váltanak munkahelyet az évszakok váltakozásával párhuzamosan, és türelmesen kivárják a sorukat a vezérigazgatói szélig.