

## Καριέρα και Γενιά «Υ»: Ποια είναι και πως αλλάζει το status quo της εργασιακής μας ζωής

Άρθρο της Φωτεινής Γαϊτανλή, Marketing Director του kariera.gr

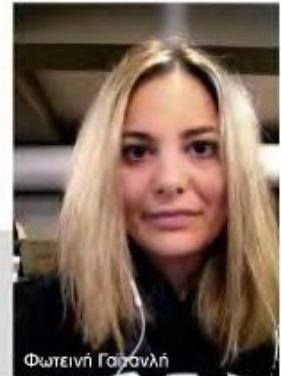


Η νέα έρευνα του kariera.gr, σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών έρχεται για να ρίξει φως σε μια ολόκληρη γενιά, την γενιά «Υ» και τους νέους όρους που διαμορφώνει στο επαγγελματικό τοπίο. Στο σημερινό Daily Fax, η Φωτεινή Γαϊτανλή, Marketing Director του kariera.gr παρουσιάζει βασικές πτυχές της έρευνας, αναλύοντας τα ευρήματά της και καταθέτοντας ενδιαφέροντα συμπεράσματα για τις τάσεις που αναμένεται να επικρατήσουν στην αγορά

εργασίας και του ανθρώπινου δυναμικού γενικότερα. Περισσότερα στη σελίδα 4.

## FORUM

ΦΩΤΕΙΝΗ ΓΑΪΤΑΝΛΗ, MARKETING DIRECTOR, KARIERA.GR

**Καριέρα και Γενιά «Υ»: Ποια είναι και πως αλλάζει το status quo της εργασιακής μας ζωής**

Φωτεινή Γαϊτανλή

Η σχέση εργοδότη-εργαζόμενου και η εργασία εν γένει έχουν πληγεί αρκετά τα τελευταία χρόνια λόγω των εξελίξεων στο ευρύτερο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον. Αυτό ώθησε πολλούς από εμάς που εμπλεκόμαστε άμεσα με την εργασιακή απασχόληση να βάλουμε στο μικροσκόπιο τα νέα δεδομένα, περιλαμβάνοντας ακόμα και τους υπαλλήλους, θέματα απόδοσης, παραγωγικότητας κ.λπ.

Για να μπορούμε όμως να μιλάμε με ρεαλιστικούς όρους θα πρέπει να μην να είμαστε σε θέση να αντιμετωπίσουμε τα προβλήματα που υπάρχουν σήμερα στον εργασιακό χώρο, αλλά ταυτόχρονα να αφουγκραστούμε αυτό που μας περιμένει αύριο. Και το αύριο είναι η Generation «Υ», η οποία ήδη μπαίνει δυναμικά στον εργασιακό στίβο και καθώς περνά ο καιρός θα εξελίσσεται επαγγελματικά όλο και περισσότερο. Με αυτή την έρευνα θελήσαμε να δώσουμε «φωνή» στους αυριανούς συναδέλφους και συνεργάτες που θα έχουμε όλοι. Σκοπός μας ήταν να εξετάσουμε με ποια κριτήρια σκοπεύουν να χτίσουν την επαγγελματική τους σταδιοδρομία, πώς θα αξιολογούν τους μελλοντικούς τους εργοδότες και σε ποιες εταιρείες θα ήθελαν να εργαστούν.

**Η γενιά με τα περισσότερα nicknames**

Τα ευρήματα είναι πολλά και ενδιαφέροντα. Προσπαθώντας να σκιαγραφήσουμε αυτή τη γενιά, διαπιστώνει κανείς πως είναι η πρώτη γενιά στην ιστορία που έχει τόσα nicknames. Yers, Milenials, Echo-Boomers, Net Generation. Και κάθε ένα από αυτά έχει τη σημασία του. Οι Yers θέλουν να ξέρουν το «γιατί», εμβραθύνουν, εστιάζουν στις απίτες για να βρουν λύση στο πρόβλημα. Αποκαλούνται και Echo-Boomers γιατί είναι η μεγαλύτερη σε μέγεθος γενιά μετά από τους Baby Boomers και Net Generation, γιατί είναι δικτυωμένοι παντού και τεχνολογικά πιο καταρτισμένοι από κάθε άλλη γενιά. Το βλέπουμε γύρω μας ήδη. Είναι νέοι επαγγελματίες, έξυμνοι και δυναμικοί. Εξοπλισμένοι σαν αστακοί με BlackBerrys, laptops, tablets και άλλες συσκευές, η Generation «Υ» είναι plugged-in 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα και ζει ανάμεσά μας. Οι Yers θέλουν mobility στην εργασία τους, τουτάρουν και ανεβάζουν φωτογραφίες στο Instagram την ώρα της δουλειάς, αλλά ταυτόχρονα αποδίδουν κατά μέσο όρο περισσότερο από κάθε άλλη γενιά. Είναι δικτυωμένοι όχι απλά γιατί το απαιτεί η εργασία, αλλά γιατί μεγάλωσαν και ζουν μέσα στην τεχνολογία. Έτσι επικοινωνούν, με αυτό τον τρόπο πιο εκφράζονται, εκεί αγοράζουν και εκεί καταναλώνουν. Θέλουν να δουλεύουν πολύ αλλά δε θέλουν η δουλειά να είναι η ζωή τους. Είναι η γενιά που θα διοικεί ομάδες με μεγαλύτερους ηλικιακά υφισταμένους της και θα προάγεται επαγγελματικά πιο γρήγορα και εύκολα. Είναι άτομα διατεθειμένα να εργαστούν σκληρά αλλά έχουν και απαιτήσεις. Κι αυτές οι απαιτήσεις περιγράφονται, μέσα από την έρευνα, από το 80% των ερωτηθέντων σε ένα εργασιακό περιβάλλον με ήθος και δυνατότητες εσωτερικής εκπαίδευσης. Ακολουθούν η ισχυρή εταιρική κουλτούρα, η καινοτομία και το ενδιαφέρον της εταιρείας για το περιβάλλον. Πάνω από 70% των νέων θεωρεί ότι η εταιρική εικόνα είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή εργοδότη. Τα super brands επωφελούνταν πάντα ως εργοδότες από το γεγονός αυτό. Όλοι θα ήθελαν ιδανικά να εργαστούν για την Google ή την Apple. Μόνο που τώρα θα πρέπει να αποδεικνύουν έμπρακτα όλες οι επιχειρήσεις πως πέρα από ένα δυνατό brand name, είναι όντως και ιδανικοί εργοδότες. Οι Yers είναι έτοιμοι για αλλαγή πορείας ανά πάσα στιγμή, θα αποτελέσουν τον πιο δημιουργικό πυρήνα σε μια επιχείρηση, όσο τους δίνονται ευκαιρίες εξέλιξης. Δεν θα μείνουν σε μια εταιρεία για δέκα χρόνια στάσιμοι. Δεν θα τους κρατήσει για πάντα το μεγάλο brand αν δουν πως τους δίνονται αλλού προκλήσεις. Μπορεί ακόμα και να δοκιμάσουν ένα δικό τους start-up σχήμα, όπως έχουμε δει τα τελευταία χρόνια.

**Προσαρμοστικότητα**

Το πιο σημαντικό κρύβεται σε μια λέξη. Προσαρμοστικότητα. Η Γενιά «Υ» προσαρμόζεται στο περιβάλλον και τις αλλαγές του πιο γρήγορα από κάθε άλλη γενιά και αυτό είναι το κλειδί σήμερα. Είναι η γενιά που δε θέλει πια στερεότυπα στον εργασιακό χώρο ή σχήματα command-and-control και απενοχοποιεί εργασιακές συμπεριφορές και στάσεις ζωής. Αισθάνεται υπεύθυνη για την πορεία και την επιτυχία της καριέρας της. Κάθε αποτυχία θεωρείται για τους Yers μια ευκαιρία για να προσπαθήσουν ξανά. Αυτό από μόνο του είναι καθοριστικό. Οι Echo-Boomers δεν θα εναποθέσουν την επαγγελματική τους εξέλιξη στον Manager τους, αλλά θα προσπαθούν διαρκώς να δημιουργούν οι ίδιοι ευκαιρίες για να αναπτύξουν το επαγγελματικό τους status quo, τη δικτύωσή τους εντός και εκτός οργανισμού, να εμπλακούν σε νέα εργασιακά «κωάρφια» και να αναπτύξουν νέες συνεργασίες. Μη τους υποτιμήσετε και μην τους αγνοήσετε. Είναι η γενιά που έχει μπει στον εργασιακό στίβο με τα περισσότερα προσόντα από κάθε άλλη και ήδη έχει

δεχτεί μεγάλο πλήγμα λόγω της κρίσης που αποδυναμώνει αρκετά τη νεανική απασχόληση. Με τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης θα είναι όλο και πιο εμφανείς οι αλλαγές. Η γενιά με το σύνδρομο του Peter Pan (λόγω της κρίσης αδυνατεί να εγκαταλείψει την οικογενειακή εστία νωρίς) φέρει μαζί της δώρα που κανείς δεν πρέπει να φοβάται. Μαζί με την κρίση και όσα μαθαίνουμε πιο είμαστε σε θέση να αναδιοργανωθούμε και να προσαρμοστούμε όλοι στα νέα δεδομένα. Εργαζόμενοι και εργοδότες.

**Πρόκληση η προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων**

Ως προς τη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, κάποιες γενικές κατευθυντήριες γραμμές που προκύπτουν βάσει της έρευνας αφορούν στη σημασία τόσο της προσέλκυσης όσο και της διατήρησης και ανάπτυξης των νέων υπαλλήλων. Ως προς την προσέλκυση νέων ταλέντων πρέπει συστηματικά να προβάλλουν τις ευκαιρίες μάθησης και ανάπτυξης καριέρας που προσφέρει ο οργανισμός τους. Να υπάρχει σωστή διαχείριση της εταιρικής εικόνας μέσα από την προβολή των εταιρικών αποτελεσμάτων και του καλού ονόματος και της φήμης της εταιρείας. Να δίνεται έμφραση στο ταίριασμα του υποψήφιου με τις αξίες του οργανισμού και να προβάλλεται η κουλτούρα της εταιρείας ως προς την «εργασιακή ασφάλεια» που παρέχει. Όσον αφορά στη διατήρηση και την ανάπτυξη, θα πρέπει να δοθεί έμφραση στο σχεδιασμό έργων με προκλήσεις, στην ύπαρξη συστημάτων προγραμματισμού και ανάπτυξης καριέρας με ενεργή συμμετοχή των νέων στο σχεδιασμό της, ενθάρρυνση της συμμετοχής σε διατηρητικά έργα, δημιουργία career paths, κόβητο και οριζόντια μέσα στην επιχείρηση, καθώς και προγράμματα εξασφάλισης προσωπικής – εργασιακής ζωής. Η γενιά «Υ», προς έκπληξη πολλών, δίνει μεγάλη έμφραση στις ηθικές αξίες, οπότε αν μην εκληφθεί πως έρχεται για να ακυρώσει κάθε τι παλιό ή εδραιωμένο. Έρχεται όμως να το αμφισβητήσει και να το αλλάξει προς το καλύτερο, όπου αυτό απαιτείται. Κάθε οργανισμός πλέον θα πρέπει να προσαρμοστεί για να υποδεχτεί μια γενιά πολλά υποσχόμενη, σε μια εποχή που εργασιακά χωλαίνει και να την εξελίξει δημιουργώντας και ενισχύοντας το εργασιακό περιβάλλον προς όφελος όλων.