

# Jak získat generaci Y

Author: SF/pb | Published: 27.11.2012

Generaci Y z 95 % představují vysokoškoláci, kteří vyrostli ve věku internetu a sociálních sítí a kteří jsou již ve svých dvaceti letech ambiciózní a technologicky zdatní. Polovina z nich má 1- 4leté pracovní zkušenosti a 7 z 10 má dokonce zkušenost se zaměstnáním v zahraničí. Pro generaci Y je také charakteristická preference rovnováhy mezi pracovním a osobním životem a zároveň vyhledávání nových příležitostí, ovšem také nechuť k dlouhodobým závazkům.

Tato generace je tvořena jedinci, kteří nejsou primárně motivováni finančním ohodnocením (i když výše platu je pro ně samozřejmě také důležitá), nýbrž touží především splnění svých profesních představ a zároveň také po tom, udělat pro společnosti v tom nejširším slova smyslu něco užitečného.

„Vzhledem k rostoucí potřebě talentovaných pracovníků se musí firmy naučit, jak je přilákat, udržet si je a rozvíjet a tak zároveň zaručit rozvoj společnosti,“ říká Jon Hill, generální ředitel společnosti Hays pro Českou republiku a Slovensko. „Aby si firma talentované jedince z generace Y udržela, musí jim nabídnout ty správné pracovní podmínky a možnost rozvoje vlastní kariéry,“ pokračuje Jon.

## Co preferují

Mezi pět nejdůležitějších faktorů při výběru zaměstnavatele podle respondentů z generace Y u nich samotných patří:

- možnost využití jazykových znalostí (58 %)
- profesní rozvoj a školení (55 %)
- mezinárodní pracovní prostředí (54 %)
- atraktivní základní plat (47 %)
- možnost kariérního postupu (46 %).

Co se ideálního pracovního prostředí týká, jsou podle respondentů výzkumu klíčové tři faktory:

- ohleduplný management a kolegové (52 %)
- přátelská atmosféra (49 %)
- rovnováha mezi pracovním a osobním životem (46 %).

Mezi dalšími důležitými parametry výběru zaměstnání byla jmenována komunikace mezi zaměstnanci a managementem, flexibilní pracovní doba, ocenění v rámci týmu a pravidelné hodnocení výkonu.

Mezi tři nejdůležitější zaměstnanecké benefity podle průzkumu patří:

- soukromá zdravotní péče (58 %)
- školení a osobní rozvoj (47 %)
- motivační bonusy (46 %).

Dále byla jmenována podpora ve studiu, sportovních aktivit a příspěvky na jídlo.

Z průzkumu vyplývá, že zaměstnavatelé musí nejen zavádět „obecné“ strategie, kterými pracovníky přilákají a udrží si je, ale musí také vzít v úvahu různé charakteristiky, preference a motivační faktory zaměstnanců patřících do generace Y. Zde totiž mají co do činění s vysoce kvalifikovanými pracovníky s mnoha zkušenostmi - pokud lidé generace Y cítí, že zaměstnavatel s nimi nesdílí stejné hodnoty, jsou v porovnání se jinými, resp. staršími generacemi mnohem ochotnější hledat si jiné zaměstnání. Generace Y se prostě nespokojí s jinými pracovními podmínkami než s těmi, které odpovídají jejím představám.

---

27.11.2012 08:36, SF/pb