

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

URŠKA KERN



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

MOTIVACIJSKI DEJAVNIKI PRIPADNIKOV Y  
GENERACIJE ZA DELO IN KARIERNI RAZVOJ

Urška Kern

Koper, 2013

Mentorica: doc. dr. Ana Arzenšek



## POVZETEK

Diplomska naloga obravnava generacijo Y, ki vstopa na trg delovne sile, njen način dela in motivacijske dejavnike. Namen zaključne projektne naloge je predstaviti motivacijske dejavnike, ki pritegnejo mlado generacijo na delovno mesto, in opredeliti razlike v vrednotnih usmeritvah. Prva tri poglavja so namenjena predstavitvi opisanega področja, v nadaljevanju so podani izsledki empiričnega dela zaključne naloge. Raziskava je bila opravljena na podlagi lastnega spletnega anketnega vprašalnika, ki so ga izpolnili 103 udeleženci. Rezultati raziskave kažejo, da je mladim danes pomembno, da jih na delovnem mestu spoštujejo, tako kot spoštujejo njihove starejše in jim dajo možnost prispevanja. Ugotovila sem, da si mladi želijo biti vključeni v odločanje, njihovo delo pa mora imeti smisel. Radi imajo fleksibilno delo, zelo pomembno je tudi, da dobijo povratno informacijo.

*Ključne besede:* generacija Y, medgeneracijske razlike na delovnem mestu, prednosti in slabosti pri delu z generacijo Y, način dela, motivacijski dejavniki za delo.

## SUMMARY

This diploma paper deals with the Generation Y, which is entering the labour market. It focuses on its ways of work and its factors of motivation. The main goal of this project was to present those factors of motivation that are compelling to the young generation, as well as to define differences between the value-related orientations. The first three chapters are dedicated to the presentation of the chosen subject while the second part brings the conclusions of the empirical study. This study was based on the original on-line questionnaire, prepared for the purpose of this research. The questionnaire was filled in by 103 participants. According to the answers of the participants, it can be concluded that today, young people give importance to the following: they want to be shown respect on the work place, similarly to their parents, they wish to be given an opportunity to contribute, they like being involved in the decision-making process and they want to feel that their work makes sense. In addition, young people value flexible work and are keen to get some feed-back information.

*Keywords:* Generation Y, intergenerational differences on the work place, advantages and disadvantages of working with generationintergenerational way of work, factors of work motivation.

UDK: 658.3\_053.6(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
1.1	Opredelitev obravnavanega problema .....	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge .....	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev .....	3
1.4	Predpostavke in omejitve zaključne projektne naloge .....	3
<b>2</b>	<b>Opis generacij</b> .....	<b>4</b>
2.1	Veterani (rojeni med letoma 1900 in 1945).....	5
2.2	»Baby boom« generacija (rojeni med letoma 1946 in 1964) .....	6
2.3	Generacija X (rojeni med letoma 1965 in 1979) .....	7
2.4	Generacija Y (rojeni med letoma 1980 in 1999) .....	8
<b>3</b>	<b>Generacija Y na delovnem mestu</b> .....	<b>9</b>
3.1	Lastnosti generacije Y .....	9
3.2	Prednosti in slabosti pri delu z generacijo Y .....	10
3.3	Motivacijski dejavniki generacije Y .....	11
3.4	Medgeneracijske razlike in podobnosti .....	13
<b>4</b>	<b>Raziskava o lastnostih generacije Y</b> .....	<b>16</b>
4.1	Opredelitev obravnavanega problema .....	16
4.2	Metodologija raziskave.....	16
4.3	Analiza in rezultati raziskave .....	16
	4.3.1 Analiza raziskave .....	16
	4.3.2 Interpretacija rezultatov .....	25
<b>5</b>	<b>Sklep</b> .....	<b>28</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>29</b>
	<b>Priloge</b>	

## **SLIKE**

Slika 1: Status anketirancev .....	17
Slika 2: Najpomembnejša življenjska področja anketirancev .....	17
Slika 3: Grafični prikaz vrednot, ki jim je generacija Y najbolj zvesta .....	18
Slika 4: Najbolj cenjena področja anketirancev .....	19
Slika 5: Lastnosti generacije .....	20
Slika 6: Najpomembnejša stvar pri delu .....	20
Slika 7: Motivacijski dejavniki pri delu .....	21
Slika 8: Odnos do dela .....	22
Slika 9: Odnos do dela in družine .....	22
Slika 10: Lojalnost pri delu .....	23
Slika 11: Dejanski način komuniciranja z generacijo Y .....	24
Slika 12: Stil dela generacije Y .....	25

## **PREGLEDNICE**

Preglednica 1: Generacije in ključne značilnosti .....	4
Preglednica 2: Bistvene razlike med generacijami .....	13



# 1 UVOD

## 1.1 Opredelitev obravnavanega problema

Beseda generacija izvira iz latinske besede *generatio* (rojstvo, družina, človeštvo, ustvarjalna sposobnost, ustvarjanje). Pojem generacija je od izvirnega pomena v smislu družine in roda v 20. stoletju dobil demografske, geneaološke in sociološke pomene (Kuljić 2007, 224).

Generacija je konstrukt in govoriti o samo petih generacijah bi bilo tako, kot da obstajajo samo te, vendar temu ni tako, saj so lahko na različnih delih sveta različne. Prebrana literatura omenja pet generacij in prvič v zgodovini so štiri generacije prisotne na trgu delovne sile. Vsaka izmed generacij je bila v zadnjih osemdesetih letih pod različnimi zgodovinskimi vplivi. Iz teh razlogov so izkušnje vsake od generacij vplivale na njihov pogled na življenje in delo (Hart 2008).

Brečko (2005, 48) opredeljuje vrednote in potrebe posameznikov, ki jih okvirno določa letnica njihovega rojstva in jih uvrščamo v sledeče štiri generacijske skupine, ki jih je danes mogoče najti na trgu delovne sile:

- generacija »veteranov«, rojena okvirno med letoma 1922 in 1943,
- generacija »otroci blaginje«, rojena v obdobju med letoma 1944 in 1960,
- generacija X, rojena okvirno med letoma 1961 in 1980,
- generacija Y, rojena v obdobju med letoma 1981 in 1997.

Po generaciji Y je bila rojena še peta generacija, in sicer tako imenovana generacija Z. Ta okvirno opredeljuje posameznike, rojene po letu 1997. Ker pripadniki te generacije še niso vstopili na trg delovne sile, je o njihovih prevladujočih vrednotah malo znanega.

Vsaka izmed generacijskih skupin se od druge razlikuje po vrsti značilnosti, ki se odražajo v vsakdanjem življenju, tudi z vidika razvoja kariere in dela v podjetju. Prevladujoče značilnosti posameznih generacijskih skupin, ki jih opredeljujejo različne raziskave, so seveda le okvir za razumevanje, saj je precej odvisno od posameznika (Podnar 2008).

Veterani verjamejo v trdo delo, lojalnost in žrtvovanje ter spoštujejo pravila. Spoštujejo hierarhijo in jo od podjetja tudi pričakujejo, prav tako pa so navajeni ukazov in avtoritativnega vodenja. »Baby-boom« generacija delo izkorišča kot sredstvo za dokazovanje svoje vrednosti, zato tudi ni presenetljivo, da so pripravljeni delati do večera in celo ob vikendih (AARP 2007). Veljajo za zelo tekmovalno in k dosežkom usmerjeno generacijo, z močno voljo po uspehu v karieri. Za generacijo X je značilno, da je precej manj usmerjena k dosežkom in da bolj ceni uravnoteženo življenje kot pa neprestano prizadevanje za uspeh (Lancaster 2004).

Navkljub kritiki profesorja angleškega jezika Marka Bauerleina (Cotto 2012), ki pravi, da je generacija Y najbolj neumna generacija, so predstavniki te generacije zelo samostojni, podjetni in se zanašajo predvsem na lastne sposobnosti. Bauerlein je zelo kritičen do generacije Y, saj pravi, da se mladina vedno bolj zateka v virtualni svet in s tem izgublja stik z javnostjo, pri čemer pa se kaže prva kolateralna škoda, in sicer pri njihovi splošni razgledanosti (Valenčič 2009).

Predstavniki generacije Y na svojem delovnem mestu nastopajo samozavestno, vztrajno, predano in usmerjeno k dosežkom. Za njih avtoriteta nadrejenih ni samoumevna. Najraje imajo samo-vodenje (AARP 2007).

Pripadniki generacije Y še vedno predstavljajo neznanko, čeprav je o njih veliko slišati. Po značilnostih in navadah se zelo razlikujejo od prejšnjih generacij, saj so se že v otroštvu soočali s številnimi informacijami in dražljaji. Od tod naj bi izhajala njihova želja po večni zabavi, tudi na delovnem mestu (Brečko 2005, 49). Zanje je značilno, da so zelo ustvarjalni, družabni in sposobni početi več stvari hkrati. Njihovo večno vprašanje je »zakaj«, povsod namreč sprašujejo o vsem (Novak 2007, 32).

Vsaka generacija je od druge precej drugačna, vendar imajo določene podobnosti, generacija Y pa je zaradi svojih značilnosti skoraj v vseh pogledih drugačna. Vzrok lahko iščemo v njihovem drugačnem načinu življenja. So otroci tehnologije, interneta in moderne glasbe (Sikirič 2007).

Armour (2005) pravi, naj se ostali pripravijo na to generacijo, saj je drugačna od vseh predhodnih. Meni tudi, da je ta generacija mlada, pametna in da hoče delati, vendar noče, da bi delo postalo njihovo življenje. Vendar drži tudi, da med posamezniki generacije obstajajo tudi precejšnje medosebne razlike.

## **1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge**

Namen zaključne projektne naloge je preučiti in opredeliti razlike v vrednotnih usmeritvah pri delu, ki nastane zaradi razlik med generacijami. Drugi namen je ugotoviti, kateri so tisti dejavniki, ki pritegnejo izbrane predstavnike generacije Y na delovno mesto in ali so ti dejavniki enaki, kot jih opisuje literatura.

Cilji zaključne projektne naloge:

- raziskati in predstaviti sedanje razmere pri delu z različnimi generacijami;
- preučiti motivacijske dejavnike, ki pritegnejo generacijo Y na delovno mesto;
- primerjati motivacijske dejavnike v teoretičnem delu z lastno raziskavo in podati ugotovitve, ki se kažejo ob primerjavi.

### **1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev**

V teoretičnem delu bom na podlagi domače in tuje strokovne literature opredelila pojme obravnavane teme. Najprej bom opredelila in opisala ostale generacije, nadaljevala bom s podrobnejšo predstavitvijo pripadnikov generacije Y, kjer bom predstavila njihove vrednote ter motivacijo, oboje bom povezala z njihovim delom in zasebnim življenjem.

V empiričnem delu bom izvedla raziskavo o lastnostih različnih generacij, izpostavila bom generacijo Y. Primarne podatke bom pridobila na podlagi lastnega anonimnega anketnega vprašalnika, ki ga bom sestavila in izoblikovala s pomočjo spletne strani Moja anketa, nato pa ga bom delila preko socialnega omrežja Facebook s prijatelji in uporabila priložnostni vzorec pridobivanja podatkov. Ciljna populacija bo 80 pripadnikov generacije Y, starih med 18 in 31 let, ki so se že znašli na delovnem mestu (redno delo ali delo preko študentskega servisa). Odgovarjali bodo na 16 zastavljenih vprašanj, pri katerih bodo označili tisti odgovor, za katerega menijo, da najbolj velja zanje. V prvem delu bodo anketiranci izpolnili svoje demografske podatke, v drugem delu sledijo vprašanja, povezana z različnimi lastnostmi/dejanji v različnih delovnih situacijah. Pridobljeni podatki bodo obdelani s pomočjo Microsoftovega programa Excel in bodo na koncu tudi grafično predstavljeni.

### **1.4 Predpostavke in omejitve zaključne projektne naloge**

Predpostavljam, da vsi izbrani anketiranci ne bodo pripravljani odgovarjati na zastavljena vprašanja, zato bom vsem anketirancem zagotovila anonimnost njihovih odgovorov.

Predpostavljam tudi, da se lastnosti pripadnikov generacije Y ne bodo popolnoma ujemale z lastnostmi, kot jih opisujejo tuja in starejša literatura ter avtorji (Lancaster 2004; Zemke, Raines in Filipczak 2000), poleg tega pa se generacije na različnih delih sveta razlikujejo med seboj, zato ameriška literatura za slovensko populacijo morda ni vedno najprimernejša.

## 2 OPIS GENERACIJ

Generacijo sestavlja skupina posameznikov podobne starosti, ki so doživeli enake zgodovinske dogodke v določenem obdobju. Generacije si ne moreš izbrati in ni nujno, da se zavedaš, da ji pripadaš. Posamezniki v določeni generaciji približno hkrati odraščajo, se šolajo, iščejo prvo zaposlitev in se uveljavljajo v karieri. Deljene izkušnje na določeni razvojni stopnji oblikujejo podobne lastnosti (stališča, vrednote, osebnost). Pomembno pri pojmu generacija so tudi kulturne značilnosti in zgodovinski dogodki (vojna, prihod MTV, interneta, tabličnih računalnikov). To pa lahko loči eno generacijo od druge (Boštjančič 2011, 56–57). Slovar slovenskega knjižnega jezika (SSKJ 2006) navaja generacijo kot ljudi približno iste starosti, ki živijo v istem času in imajo podobne interese, nazore. Pripadniki iste generacije razvijejo podobna stališča in prepričanja, ki temeljijo na skupnih in deljenih izkušnjah.

Literatura, ki obravnava generacije in medgeneracijske razlike, je razmeroma skromna – veliko je poljudnih in splošnih člankov, manj pa je znanstvenih.

V nadaljevanju bom na kratko opisala štiri različne generacije, ki trenutno nastopajo na trgu dela, jih razdelila po obdobjih in navedla njihove značilnosti ter razlike med njimi. Za lažje razumevanje so v tabeli 1 predstavljene posamezne generacije in njihove ključne značilnosti.

**Preglednica 1: Generacije in ključne značilnosti**

Generacija	Rojeni v obdobju	Značilnosti
Zrela (tiha) generacija – veterani	1925–1945	Delavni in predani delu, spoštujejo pravila in zakone ter nadrejene, previdni, prilagodljivi, samozadostni, staromodni, potrpežljivi, ne zapravljajo časa.
Generacija »baby boom«	1946–1964	Polni idealizma in optimizma, timsko usmerjeni, veliko jim pomeni osebna rast, skupine oblikujejo glede na podobne interese, stremijo k odličnosti in delu, pripravljeni sprejeti različne stile vodenja, cenijo izkušnje, priznanje je nagrada, delajo, dokler delo ni dokončano, še vedno velja načelo »zaposlen za vse življenje«.

Generacija	Rojeni v obdobju	Značilnosti
Generacija X	1965–1978	Potrebujejo spremembe, izbiro, zavedajo se globalnosti sveta, stremijo k vseživljenjskemu učenju, so tehnično pismeni, pragmatiki, ni jih strah napak, pri delu jih je treba usmeriti, potem se znajdejo sami, svoboda je njihova največja nagrada, stalno zahtevajo izobraževanje, sicer gredo na drugo delovno mesto, denar jim omogoča svobodo in neodvisnost.
Generacija Y	1979–1994/1999	Polni optimizma, samozaupanja, radi se mrežijo, usmerjeni k dosežkom, moralni, naivni, ambiciozni, pričakujejo sodelovanje z vodstvom, izkušnje so nepomembne, ker se svet prehitro spreminja, potrebujejo stalne in hitre povratne informacije, denar jim pomeni le sredstvo za ohranjanje življenjskega sloga, zanima jih civilna družba.

Vir: Boštjančič 2011.

## 2.1 Veterani (rojeni med letoma 1900 in 1945)

Gre za skupino ljudi, ki so jo zaznamovali druga svetovna vojna in leta pomanjkanja po njej. V Sloveniji je ta generacija odraščala v obdobju intenzivne gradnje domovine, z veliko neplačanega volonterskega dela in delovnih akcij. To je generacija radia in intenzivnih osebnih stikov. Pogoj za preživetje sta bila solidarnost in timsko delo. Zaposlitev je bila varna, ne glede na delovne rezultate. Celo nasprotno: prevelika proaktivnost in »štrljenje iz povprečja« je bilo večkrat kaznovano kot nagrajeno (Novak 2007, 31). Prav zaradi težkih časov, ki so jih ti posamezniki doživljali, postavljajo dolžnosti pred osebne užitke, saj verjamejo, da vztrajnost in potrpljenje predstavlja nagrado samo po sebi (Hart 2008).

Za generacijo veteranov naj bi veljalo, da je zelo privržena delu, ceni red in pravila, spoštuje avtoriteto, trdo delo, je potrpežljiva in pripravljena na nagrado za delo dlje časa čakati, obveznosti pa postavlja pred osebne užitke (Brečko 2005, 48). Njene vrednote so: predanost in žrtvovanje, podrejenost, trdo delo, zakon in red, spoštovanje avtoritete, potrpežljivost, nagrada za delo na dolgi rok, služba je pred zadovoljstvom, spoštovanje (Zemke, Raines in Filipczak 2000).

Spoštovanje je bilo tej generaciji položeno v zibelko in se je preneslo naprej na učitelje, nato pa na nadrejene. Veterani še vedno preferirajo avtoritativni slog, za sklepanje posla pa so pomembni osebni stiki. Sestanki so dolgi, tudi za predstavitev si vzamejo čas. S poslovnimi

partnerji govorijo diplomatsko, v konfliktu s podrejenimi pa marsikdaj avtoritarno povzdignejo glas, kar se jim večinoma ne zdi problematično (Novak 2007, 31).

Brečko (2005, 50) je v raziskavi, ki je potekala leta 2005, izpostavila 20 najpogostejših delovnih vrednot, kjer so morali sodelujoči označiti šest vrednot, s katerimi se najbolj istovetijo. Pri generaciji veteranov je ugotovila, da najbolj cenijo vrednote, kot so potrpežljivost in vztrajnost pri delu, osebnostni razvoj, čast in ugled na delovnem mestu, zahtevno delo, raznolikost dela in hkrati pripadnost ter lojalnost podjetju in dobro opravljenemu delu naj sledi nagrada.

Brečko (2005, 53) meni, da generacijo veteranov najbolj motivira izzivnost vsebine dela, možnost samostojnega dela in odločanja ter možnost izobraževanja.

## **2.2 »Baby boom« generacija (rojeni med letoma 1946 in 1964)**

Generacija otroci blaginje predstavlja posameznike, ki so bili rojeni po drugi svetovni vojni in v starostni piramidi prebivalstva v Sloveniji predstavlja največji delež. V prvih petih letih po drugi svetovni vojni se je v Sloveniji rodilo med 28. 000 in 31. 000 otrok, v obdobju med letoma 1949 do 1953 pa absolutno največ otrok, povprečno 34. 000 letno. Strokovnjaki to razlagajo kot kompenzacijo (prelaganje rojstev iz časa vojne v čas po vojni) in kot posledico spremenjenih socialnih ter ekonomskih razmer (Statistični urad Republike Slovenije 2009).

Dobo odraščanja generacije otroke blaginje sta zaznamovali sorazmerna ekonomska stabilnost in razvoj. Življenjski standard se je zvišal, krediti so bili dosegljivi vsakomur. Živel se je za tu in zdaj, brez velikih pomislekov o prihodnosti. Ljudje so se vračali iz služb dokaj zgodaj, polni moči za delo na vrtu ali v delavnici. Dilem o razpetosti med delom in družino ni bilo (Novak 2007, 31).

Pripadniki te generacije so deloholiki, ki živijo za delo in pogosto delajo doma. Poklic jih določa, radi se počutijo cenjene in potrebne. Ne ločujejo med zasebnim in delovnim življenjem, mnogi pa so za kariero žrtvovali celo zasebno življenje (Hart 2008). Vseskozi jih navdaja optimizem. Cenijo predvsem redno zaposlitev, dodatno motivacijo jim predstavljajo finančne spodbude. Potrebujejo veliko izobraževanja, da lahko sledijo vsem spremembam pri delu in uživajo v tinskem delu (Brečko 2005, 48).

Po raziskavi Brečkove (2005, 50) predstavnikom »baby-boom« generacije največ pomenijo vrednote, kot so zahtevno in izzivno delo, osebnostni razvoj na delovnem mestu, raznolikost dela ter delo, pri katerem se lahko zabavajo. Motivacijsko gledano se je za te posameznike izkazalo, da jih najbolj motivira možnost samostojnega dela in odločanja ter možnost izobraževanja.

Pripadniki te generacije se počasi že upokojujejo, tako da jih bodo na delovnih mestih kmalu nadomestili pripadniki mlajših generacij z drugačnimi vrednotami, cilji in načini delovanja.

### **2.3 Generacija X (rojeni med letoma 1965 in 1979)**

Pripadniki generacije X so potomci staršev, ki so jim kariera in materialne dobrine predstavljale poglobitveni cilj v življenju, osebno in družinsko življenje pa so zaradi tega zanemarjali. Očiten je padec tradicionalnih vrednot. Želijo si živeti v prijaznem okolju, imeti čas za družino in hobije ter imeti zahtevno in izzivno delo (Brečko 2005, 48). Je prva generacija, ki se je soočila z medijskimi vojnami, zlomi borze, brezdomstvom in porajajočimi se okoljskimi problemi. Pomanjkanje stika s starši je privedlo do tega, da so imeli vrstniki pomembnejšo vlogo pri oblikovanju njihovih vrednot (Zemke, Raines in Filipczak 2000). Generacija X se že odmika od tradicionalnih vrednot ter išče ravnotežje med družino in poklicno kariero, zvesta pa je predvsem odnosom (Štular 2011). Za njih je ključnega pomena usklajenost med delom in zasebnostjo. Pogosto celo dvomijo o uporabi pravil v organizacijah, ki jih dostikrat tudi ne upoštevajo. Cenijo prilagodljiv delovni čas ter zadovoljstvo v karieri. Sicer pa so zvesti predvsem odnosom, ki so jih stkali na delovnem mestu (Knehtl 2008).

Ta generacija je otroštvo preživela v socializmu, odrasli pa so v kapitalizmu in bi ji lahko rekli »tranzicijska generacija«. V tem obdobju je padel Berlinski zid in razpadle so komunistične države ter Jugoslavija. Naenkrat je bilo v Sloveniji potrebno skočiti iz počasnega, zaspanega socializma v hiperaktivni kapitalizem. Spremembe so se dogajale vsepovsod, največje v tehnologiji, uporabljati so se začeli osebni računalniki, ki so za vedno spremenili naravo dela. Generacija X je prva generacija, ki se je soočila s problemom ravnotežja med družino in delom. Usklajevanje dela in družine postaja vse večji izziv, zato so lahko družini prijazni pogoji dela in možnost dela od doma pomemben dejavnik pripadnosti podjetja in pri iskanju zaposlitve. Generacija se je ob tranziciji naučila tudi, da lojalnosti podjetju ne prinaša potrebne varnosti. Varnost si je potrebno ustvariti sam, z osebnim, strokovnim in finančnim razvojem, zato se pripadniki te generacije ozirajo za službami z boljšimi možnostmi za strokovni in karierni razvoj ter z dobrim plačilom. Na delovnem mestu postaja vedno bolj pomembna tudi kakovost medosebnih odnosov, saj vedno več časa preživijo skupaj (Novak 2007, 31–32).

Vrednote generacije X so predvsem raznovrstnost, ravnovesje, neformalnost, samozaupanje, varnost in globalno mišljenje (Erjavšek 2005, 59). Po raziskavi Brečkove (2005, 50) predstavnikom generacije X največ pomenijo vrednote, kot so pripadnost in lojalnost podjetju, potrpežljivost in vztrajnost pri delu, delo je pred zabavo, uravnoteženost poklicnega in družinskega življenja ter vključenost v odločanje ter oblikovanje delovnega mesta. Motivacijski dejavniki generacije X so možnost samostojnega dela in odločanja, pohvala s strani nadrejenih (Brečko 2005, 53). Pri njih se pojavi tudi težava pri spoštovanju avtoritete, ki se jim zdi neutemeljena. Redkokateri pripadnik te generacije se bo poslužil dobrikanja

nadrejenim v namen napredovanja, saj je pravičnost vrednota, ki jim veliko pomeni. Seveda, obstajajo tudi izjeme (Knehl 2008).

## **2.4 Generacija Y (rojeni med letoma 1980 in 1999)**

Prejšnje generacije so se med seboj le nekoliko razlikovale, generacija Y pa je s svojim prihodom prinesla nov način življenja. So otroci tehnologije, interneta in moderne glasbe, nagnjeni k užitkom in individualnosti (Sikirič 2007).

Generacija Y so otroci generacije »baby boom« ali generacije X. Kot najstniki so lahko jasno izražali svoje mnenje ter kljub mladosti in pomanjkanju izkušenj pričakovali kredibilen sprejem. Usmerjeni so k doseganju osebnega uspeha, obenem pa jih k temu priganjajo tudi starši (Boštjačič 2011, 58). Boštjančičeva (2011, 58) navaja, da je generacija Y prva generacija, ki se je rodila z računalnikom v hiši in ki odrašča ob navzočnosti digitalnih medijev. Tako so jim informacije dostopne 24 ur na dan, znajo jih najti in uporabiti.

Božič Špilerjeva (2010) na vprašanje, zakaj generacija Y tako ceni izpopolnjeno življenje, odgovarja, da so bili v obdobju odraščanja soočeni z informacijami o številnih vojnah, terorističnih napadih in naravnih katastrofah, ob tem pa je generacija spoznala, da je življenje nepredvidljivo in zato (lahko) tudi zelo kratko.

Po raziskavi Brečkove (2005, 50) so delovne vrednote, ki jim največ pomenijo, urejenost, red in jasna pravila, lojalnost samemu sebi, osebni razvoj, varnost zaposlitve in nagrada, ki sledi opravljenemu delu. Motivacijski dejavniki pa so možnost samostojnega dela in odločanja, možnost izobraževanja in izzivnost dela. Najmanj pa jih motivira tekmovanje s sodelavci.

Generacija Y prisega na pozitivni besednjak, zato je najučinkovitejša komunikacija z njimi tista, ki ne vsebuje nikalnic in prepovedi. Bolj kot drugi zahtevajo nedvoumno, jasno in argumentirano komunikacijo. Uporaba učenih besed pa ne prepriča pripadnikov generacije Y. Najbolj jih razjezi neiskrenost, privzdignjen glas pa jim predstavlja odraz nemoči. Nenehno seganje v besedo jih moti manj kot druge generacije (Brečko 2008a, 15).



### 3 GENERACIJA Y NA DELOVNEM MESTU

V različnih člankih lahko preberemo, kako življenjske izkušnje različnih generacij vplivajo na njihovo stališče do dela, da se oblikujejo v okviru družbe – okolje, sodelavci, starši, sodobna kultura in pomembni dogodki. Trenutno je največ zaposlenih pripadnikov generacije »baby boom«, ki se počasi upokojuje, in generacije X. Generacija Y je najmlajša med generacijami in je zato razmeroma slabo preučevana.

Pripadniki mlade generacije danes vstopajo na trg delovne sile previdno in z nizkimi pričakovanji. Zanje naj bi bilo delovno mesto »psihološko bojišče«. Usmerjeni naj bi bili zlasti vase in zavračali nadrejene, saj se oklepajo pravil (Safer 2007).

Če se osredotočimo na slovenske pripadnike generacije Y, lahko opazimo, da se nekoliko razlikuje od tuje generacije Y. Najbolj so zadovoljni, ko dobijo redno zaposlitev za nedoločen čas in možnost za razvoj kariere znotraj organizacije, s tem pa boljše delo. Želijo si priznanja in napredovanja, hkrati pa pričakujejo, da bodo kmalu po zaposlitvi v organizaciji vključeni v pomembne projekte.

#### 3.1 Lastnosti generacije Y

Njihove glavne značilnosti so samozavest, samozadostnost, inovativnost, pričakovanje hitrih nagrad in rezultatov, visoka raven civilne in globalne ozaveščenosti ter sposobnost opravljanja več nalog hkrati. Cenijo možnost osebne rasti, pridobivanja novih znanj in izkušenj, njihova osnovna vrednota je »živeti življenje« skozi zabavo, druženje ... Delo je samo »higienik za izpolnjevanje želja« (Rozman 2011).

So generacija, ki je odrasla v dobrih časih in je za razliko od drugih generacij namenila veliko svojega časa učenju. Vzgoja, ki so je bili deležni, je temeljila na pohvali in spodbudi. Zanje je značilno, da so zelo družabni in da zaupajo vase. Prijatelji jim pomenijo veliko. Njihovo večno vprašanje je »zakaj«, povsod namreč sprašujejo po vsem (Novak 2007). Kot navaja Boštjančič (2011, 59), naj bi za njih veljalo, da so najbolj zadovoljni z razvojem kariere in možnostjo napredovanja, sledi priznanje, splošno zadovoljstvo, na zadnjem mestu pa je varnost zaposlitve. Denar jim ne pomeni toliko, kot je pomenil njihovim staršem. Vrednost vidijo predvsem v novih izzivih, ki jim omogočajo večjo fleksibilnost in uporabo novih tehnologij.

Z generacijo Y prihaja drugačen pogovorni jezik, ki se meša z novimi slengovskimi izrazi, veliko je tudi kratic, simbolov, okrnjenk in okrajšav, ki jih narekuje pogosta in hkrati znakovno omejena uporaba mobilnih telefonov. Cenijo timsko delo in so navajeni na sodelovanje. Delo v timu in sodelovanje z drugimi člani je za njih večji užitek kot samostojno delo (Boštjančič 2011).

So strašansko izmuzljiva in atipična generacija, ki se ne odziva na ustaljene oblike vodenja. Radi delajo, toda nočejo, da delo postane njihovo življenje. Ta generacija na službo gleda kot na vir dohodkov za udobno življenje in preživljanje prostega časa z družino in prijatelji. Prizadevajo si za prožne službe, saj bi radi imeli drsni delovni čas. Najbolj prožna oblika zaposlitve je delo od doma (Božič Špiler 2010).

Večinoma se potegujejo za horizontalno napredovanje, saj jim tako ostane več časa za zabavo in osebno svobodo, poleg tega pa to pomeni tudi manj odgovornosti oziroma je ta porazdeljena. Hočejo prožen delovni čas in svobodo pri izbiri, kdaj in kako bodo prišli do cilja. Ne pričakujejo, da bodo v isti službi ostali za vedno, niti ne v istem poklicu. Skozi svoje aktivno življenje bodo verjetno zamenjali dva ali tri poklice.

Za določene aktivnosti so prejšnje generacije potrebovale organiziranje dolgotrajnih sestankov, pripadniki generacije Y pa za isto stvar pošljejo SMS ali dva in stvar je urejena. Sestankovanje je zanje izguba časa, saj jim vsa sodobna tehnologija, ki je bila pravzaprav narejena po njihovi meri, omogoča, da so vseskozi v stiku s komerkoli. Zato ni čudno, da pričakujejo takojšnjo informacijo o svojem delu (Božič Špiler 2010).

Sikiričeva (2007) je med lastnostmi generacije Y poudarila sedem ključnih, med katere spadajo želja po užitku in zabavi, tako v zasebnem življenju kot pri delu, individualizem, prilagodljivost novim okoliščinam, poznavanje in sprejemanje novih tehnologij, nepriznavanje avtoritet, izrazita želja po svobodi, velika radovednost in velike zahteve do sebe in drugih.

### **3.2 Prednosti in slabosti pri delu z generacijo Y**

Novakova (2007, 32) zelo nazorno opiše, kakšna je mlada generacijain kaj pričakujejo od delovnega mesta:

V delovnih okoljih pričakujejo, da jih bodo jemali resno, da bo njihovo delo smiselno in pomembno, da jih bodo vključevali v odločitve ter da se bo »vse« dogajalo hitro – koncizna in jasna navodila oziroma pričakovanja, takojšna pohvala ali korekcija, stalni novi izzivi in priložnosti, hiter dostop do človeških in drugih virov v podjetju ter seveda hitro plezanje po hierarhični in plačilni lestvici. Zaradi širine, ki jim jo je dala sodobna tehnologija, so v miselnosti marsikdaj fleksibilnejši od starejših generacij, ki so se kalile v bolj urejenih razmerah. V najboljših primerih jih zato označuje ustvarjalnost, učinkovitost, sposobnost početi več stvari naenkrat, prilagodljivost, radovednost, učljivost, odprtost do drugačnih. To, da so se navadili živeti v okolju s številnimi dražljaji, ima tudi slabosti: neobčutljivost, nepotrpežljivost, nenehno potrebo po dogajanju in zabavi, zdolgočasnost, apatičnost, neobčutljivost za sočloveka in skupnost.

Sikirič (2007) poudarja, da mladi danes nočejo biti samo številka. Želijo biti informirani o dogajanju in spremembah, poleg tega pa želijo biti vključeni tudi v odločanje. Veliko težavo

predstavljajo visoke zahteve glede plačila za svoje delo. Do sedaj so se generacije ravnale po konceptu dela, tako da delaš in si temu primerno nagrajen. Generacija Y pa je za svoje delo rada dobro plačana in je rada javno pohvaljena.

Brezigarjeva (2009) v oddaji Polnočni klub izpostavlja tri pomembne značilnosti, po katerih naj bi se generacija Y razlikovala od prejšnjih generacij:

- *Razumevanje vzročno posledične zveze.* Prejšnje generacije so zelo dobro razumele, da tisto, kar žeješ, boš nekoč tudi žel. To je veljalo tudi za delovna okolja, pri katerih je bilo jasno, da trdo delo prinese boljše službe, možnosti napredovanja, večje nagrade in tudi večje ugodnosti. Generaciji Y pa ta odnos ni samoumeven, saj so večkrat dosegli željeno brez truda. Tako tudi v delovno okolje prihajajo z velikimi pričakovanji, da bodo napredovali že naslednji mesec in da bodo dobili povišico že čez dva meseca.
- *Domnevna ravnodušnost.* Mnogi starši pripadnikov generacije Y se pritožujejo, da mladim ni nič zanimivo in da ni ničesar, kar bi jih posebej navdušilo. Ravno tako se to kaže tudi v delovnem okolju. Razumeti je potrebno, da so pripadniki generacije Y odraščali v svetu, kjer so bili dobesedno oblegani z negativnimi informacijami, predvsem s strani medijev. Generacija Y se je temu svetu prilagodila tako, da je manj občutljiva in manj dovzetna za vse te negativne informacije.
- *Služba ni prva prioriteta na lestvici vrednot generacije Y.* Prejšnje generacije so delo postavljale višje na hierarhični lestvici prioritet. Mlajšim pa so bolj pomembni prijatelji, hobiji, zelo pomembna je zabava, prosti čas. Služba pa po raziskavah pride nekje na četrto ali peto mesto vrednot.

Poleg teh treh značilnosti Brezigarjeva (2009) izpostavlja tudi nekatere prednosti generacije osemdesetih, za katere pravi, da so fenomenalne. Te prednosti so:

- *Hitrost.* Mladi so vajeni zelo hitro delati, saj se jim v življenju vse odvija zelo hitro. V taki krizni gospodarski situaciji je pogum oziroma drznost ključnega pomena, da se lahko iz situacije izvlečeš.
- *Odsotnost strahu pred spremembami.* Vse prejšnje generacije so na spremembe gledale spoštljivo. Ko pridejo v delovno okolje pripadniki generacije Y, se situacija spremeni. Ne bojijo se izzivov, novosti ali da ne bi bili kos delu, bojijo se tega, da bi se na delovnem mestu dolgočasili. Edini način, da se ne dolgočasijo, je nenehno spremenljivo delovno okolje.

### **3.3 Motivacijski dejavniki generacije Y**

Motivacija je spodbuda, da se ljudje vedejo v določeni smeri. Je učinek motiviranja, ki izhaja iz ugotovitve nezadovoljenih potreb in določitev ciljev, ki naj bi zadovoljili potrebe.

Motivacija mora biti prisotna na delovnih mestih, saj zaposleni potem svoje delo opravljajo kvalitetnejše. Podjetje mora ceniti prispevke in trud zaposlenih, saj jim s tem dajejo navdih, kar pripomore h konkurenčnosti podjetja.

Bogdan Kavčič (1995, 110-115) (v Malačič 1995) pravi, da skušamo z motivacijskimi dejavniki iz okolja vplivati na motivacijo skupin in posameznika. Z njimi ustvarjamo možnosti za zadovoljevanje potreb. Motivi pa so dejavniki, ki nam povedo, zakaj je človek nekaj storil. SSKJ (2006) jih opisuje kot nekaj, kar povzroča dejanje, spodbudo.

V nadaljevanju bom opisala motivacijske dejavnike, ki se kažejo pri delu z mlado generacijo.

Vrednote generacije Y še niso izoblikovane. Imajo veliko stopnjo samozaupanja, so neposredni, resnicoljubni, moralni, zelo družabni in radi izrazijo svoje osebno mnenje (Brečko 2008a, 13–15).

Predstavnike te generacije najbolj motivira možnost izobraževanja in izzivno delo ter možnost odločanja in samostojnega dela. Ravno tako jih motivira kreativno, zabavno delovno okolje in fleksibilen delovni čas. Enako kot prejšnje generacije pa jih najmanj motivira tekmovanje s sodelavci (Brečko 2008b, 8–10).

Nadrejeni lahko generacijo Y motivirajo s tem, da povežejo delo z njihovimi osebnimi in kariernimi cilji. Imeti morajo občutek, da lahko kljub mladosti in neizkušenosti skupaj s svojimi starejšimi sodelavci dosežejo zastavljene cilje podjetja.

To generacijo lahko dodatno motiviramo tako, da ji damo možnost, da se izkažejo, in jim omogočimo izobraževanje. Zelo jih motivira tudi to, da jim dodelimo starejšega mentorja, ki jih lahko veliko nauči, ravno tako pa naj bi jim dali dokaz za njihovo kredibilnost in jim omogočili sproščeno, zabavno in fleksibilno delovno mesto (AARP 2007; Zemke, Raines in Filipczak. 2000).

CPK (2009, 18-19, po Novak 2005, 36-37) je v svojem glasilu objavil štirinajst predlogov za delo z mladimi:

- jasna informacija o družbi, njenem poslanstvu, viziji in vrednotah ter zakaj je pomemben prispevek mladega sodelavca v njej,
- jasno opredeljene pristojnosti in odgovornosti,
- čim več odprtega dialoga z nadrejenimi,
- postavljanje ciljev v sodelovanju z vodjem,
- zanimivo delo – čim več nerutinskih in neobičajnih nalog,
- pravočasna, korektna povratna informacija o dogajanju v družbi in osebni uspešnosti,
- čim več priznanj in pohval,
- dodelitev dodatnih pristojnosti kot nagrada za uspešnost,
- vključitev v procese odločanja,
- neformalni odnosi in humor na delovnem mestu,
- gibljivi delovni čas,
- ravnanje z njimi kot z enakovrednimi sodelavci,
- možnosti za nenehno izpopolnjevanje in učenje.

### 3.4 Medgeneracijske razlike in podobnosti

Medgeneracijske razlike zaznavamo v komunikacijskih slogih, odnosu do avtoritete, razumevanju timskega dela, delovni etiki in osebne odgovornosti ter v odnosu do tehnologije. Mnogi konflikti, za katere smo mnenja, da so osebne narave, so pravzaprav generacijski (Novak 2007, 30).

Število in delež starejših oseb v podjetjih narašča, soočiti pa se je treba z medgeneracijskimi razlikami, ki so sicer prisotne povsod, še bolj izrazite pa v post-tranzicijskih državah, saj so med seboj primorane sodelovati generacije, ki so odraščale v povsem različnih družbenoekonomskih sistemih. Zato se razlike še toliko bolj kažejo v vrednotah, komunikaciji, tiskem delu, odnosu do avtoritet (Černoga 2007).

V spodnji tabeli so navedene bistvene medgeneracijske razlike. Opaziti je, da so generacije med seboj zelo različne in da mlajše generacije delo jemljejo bolj za zabavo, za razliko od starejše generacije, ki pa delo jemljejo zelo resno. Najmanj zaupanja v organizacije ima generacija X, ki teži k uravnoteženosti. Za generacijo Y pa je vidno pomanjkanje lojalnosti do ostalih, stremijo pa k hitremu razvoju kariere, zato pogosto menjajo delovna mesta.

**Preglednica 2: Bistvene razlike med generacijami**

Kategorija	otroci blaginje	generacija X	generacija Y
Priljubljen način vodenja	Pripravljeni sprejeti različne stile vodenja (šef je šef).	Samo sposobni vodje so dobri.	Pričakujejo sodelovanje z vodstvom.
Vrednost izkušenj	Izkušnje so dober učitelj.	Ne govori mi, kje si bil, pokaži mi, kaj znaš.	Izkušnje so nepomembne, ker se svet prehitro menja.
Samostojnost	Ni kritično, a večina nekaj potrebuje.	Usmerite jih, potem jih pustite pri miru.	Vprašanja, vprašanja, vprašanja ...
Povratne informacije	Povratne informacije pomagajo.	Pričakujejo redne povratne informacije.	Potrebujejo stalne in hitre povratne informacije.
Nagrade	Priznanje	Svoboda je največja nagrada.	Govorica denarja
Izobraževanje	Da in ne; nekateri mislijo, da so prestari.	Vedno zahtevajo izobraževanje, če ne, gredo.	Še vedno so v stanju opravljanja izpitov.

Kategorija	otroci blaginje	generacija X	generacija Y
Delovni čas	Delali bodo, dokler ne bo delo končano, če je treba.	Naredijo svoje in gredo domov.	Delajo, dokler je potrebno ali dokler se ne naveličajo.
Uravnovešenost dela in življenja	Preprosto ignorirana	Dokler so mladi, hočejo polno užiti življenje.	So zelo zaposleni, potrebujejo veliko časa.
Lojalnost	Nekateri še vedno verjamejo: zaposlen za vse življenje.	Predani so tako kot vsi ostali.	Že delajo na strategiji izstopa.
Upravljanje z denarjem	Način merjenja uspeha	Omogoča svobodo in neodvisnost.	Le sredstvo za ohranjanje njihovega življenjskega sloga.

Vir: CPK 2009.

Ker so med nami prisotne štiri generacije, ki so med seboj različne, je potrebno vsako generacijo motivirati na drugačen način. Vsem je velika motivacija že zadovoljitev osnovnih potreb (finančna stabilnost, ustrezno plačilo za normalno življenje, stalna zaposlitev), šele nato lahko pričnemo z višjimi motivi.

Turk (2005) po raziskavi Brečkove izpostavi presenetljiv podatek, da si najmlajša generacija ne želi vertikalnega napredovanja. Po njenem mnenju naj bi bil razlog to, da si ne želijo prevzemati odgovornosti za druge posameznike. Veliko bolj jim je pomemben strokovni razvoj, kar velja tudi za generacijo X in generacijo otrok blaginje. Veliko nasprotje jim predstavljajo veterani, ki želijo napredovati ali pa sploh ne.

Ne glede na generacijske razlike pa morajo generacije v organizacijah med seboj sodelovati, si pomagati, zato je potrebno najti skupne točke – podobnosti med generacijami in s tem organizacija doseže dober rezultat.

Najbolj izstopajoča skupna značilnost je premosorazmerno naraščanje uporabe virtualnih komunikacij in posledično zmanjševanje neposredne komunikacije vzdolž različnih generacij. Bolj ko se pomikamo proti mlajšim generacijam, bolj narašča uporaba mobilnih tehnologij v komunikaciji.

Med generacijami izstopa skupna točka, da vse generacije pri reševanju konfliktov najprej posežejo po neposredni komunikaciji, kar je pozitivno.

Zanimivo je tudi opažanje, da vse bolj, ko se pomikamo proti generaciji Y, tem bolj je prisotna težnja po jasnih in nedvoumnih sporočilih v komunikaciji. Mlajše generacije si torej

želijo direktnih navodil in jasne komunikacije ter ne "nerazumljivega diplomatskega jezika". Prav tako pa tudi vse bolj zavračajo negativne komunikacije.

Dr. Danijela Brečko opozarja, da je za medgeneracijsko sodelovanje nujen aktivni pristop k spoznavanju različnih generacij. Pravi, da iz medgeneracijskih razlik lahko izvlečemo tudi prednost, in sicer medgeneracijsko sodelovanje, ki ga osebno vidi v medgeneracijskih timih in medgeneracijskem učenju (Podnar 2008). Vse te metode pripomorejo k večanju medgeneracijske solidarnosti in povezanosti. Želeni učinek je sožitje med generacijami, ko generacije s svojimi dejavnostmi pridobijo koristne izkušnje in razvijejo veščine medgeneracijskega sodelovanja. Starejši ljudje se z medgeneracijskim sodelovanjem prav tako naučijo novih veščin in se počutijo cenjene, ko prenašajo svoje znanje in izkušnje mlajšim generacijam. Učenje in sodelovanje prispevata k vrednotenju človeškega kapitala in neposredno koristita celi družbi (Cepin idr. 2012).

## **4 RAZISKAVA O LASTNOSTIH GENERACIJE Y**

### **4.1 Opredelitev obravnavanega problema**

Med preučevanjem literature sem prišla do ugotovitve, da je generacija Y drugačna od ostalih generacij in da se razlike kažejo povsod. Pri tem se mi je porajalo vprašanje, kakšne lastnosti pokaže ta generacija na delovnem mestu. Danes je generacija Y stara ravno toliko, da vstopa na trg delovne sile in se sooča s svojo prvo zaposlitvijo. Moj namen raziskave je ugotoviti lastnosti mlade generacije in najti motivacijske dejavnike, ki jo privabijo na delovno mesto, poleg tega pa ugotoviti, kakšne načine komuniciranja in sodelovanja imajo na delovnem mestu.

### **4.2 Metodologija raziskave**

V raziskovalnem delu sem se odločila za primarno zbiranje podatkov, ki sem jih dobila na podlagi lastne ankete. Anketa je sestavljena iz zaprtega tipa vprašanj, pri vsakem vprašanju pa je možen samo en odgovor. Vprašanja so razdeljena na dva sklopa. Prvi sklop zajema sociodemografske podatke, drugi sklop pa zajema vprašanja o lastnostih in odnosih mlade generacije na delovno mesto. Vprašanja so bila enaka za vse anketirance.

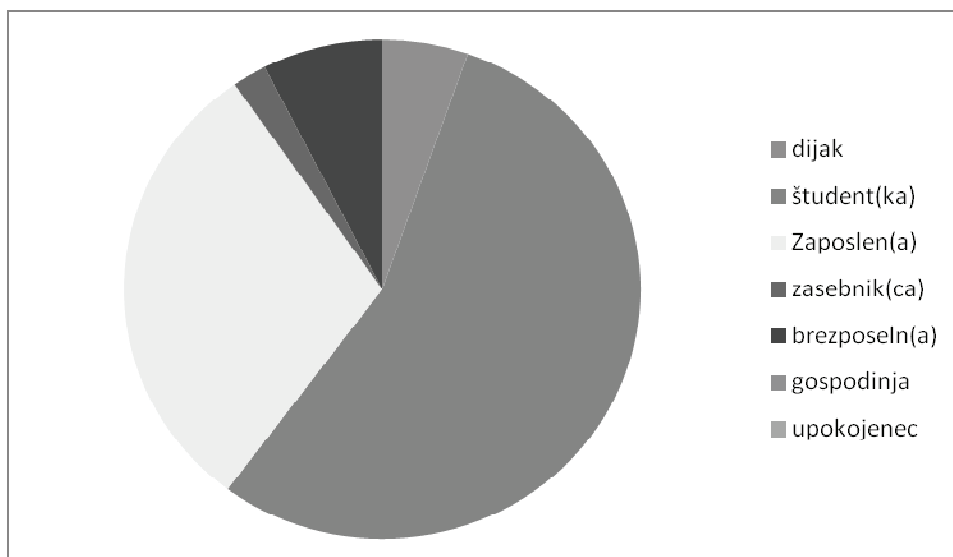
Spletno anketo sem sestavila s pomočjo spletne strani Moja anketa. Za spletno anketo sem se odločila zaradi številnih prednosti, kot so dostop do različnih skupin anketirancev, ki lahko rešujejo anketo, ko imajo čas, več odgovorov v krajšem času, nižji stroški (ni papirja), poleg tega pa ponudniki spletnih anket omogočajo zbiranje in obdelavo podatkov. Anketo sem nato delila preko socialnega omrežja Facebook za obdobje petih mesecev. Popolnoma pravilno rešenih anket je bilo ob zaprtju ankete 103 in so bile vključene v nadaljnje delo. Podatke sem nato obdelala s pomočjo spletne strani Moja anketa in s programom Microsoft Exel 2007.

### **4.3 Analiza in rezultati raziskave**

#### ***4.3.1 Analiza raziskave***

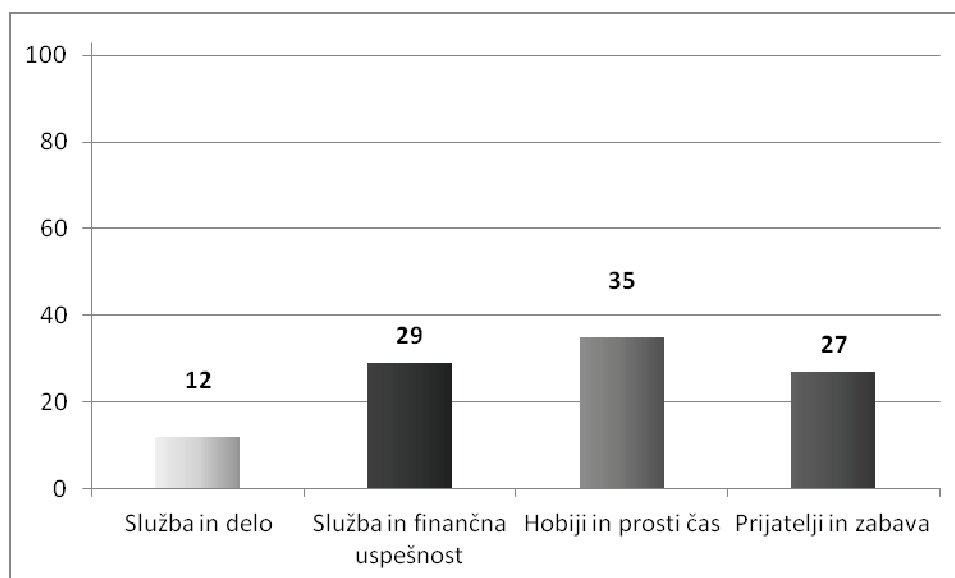
Vzorec je zajemal 103 anketirance. Anketirani se med seboj razlikujejo po starosti, spolu in izobrazbi. V anketi je sodelovalo več žensk kot moških, in sicer 86 žensk (83,5 %) in 17 moških (16,5 %), povprečna starost je bila 24,1 leta. Pripadnikov generacije Y je bilo glede na njihovo starost 101 (98,05 %). Če populacijo razdelimo po statusu, je bilo 5 % dijakov, 60,4 % študentov, 25,7 % zaposlenih, 2 % zasebnikov in 6,9 % brezposelnih (slika 1).





**Slika 1: Status anketirancev**

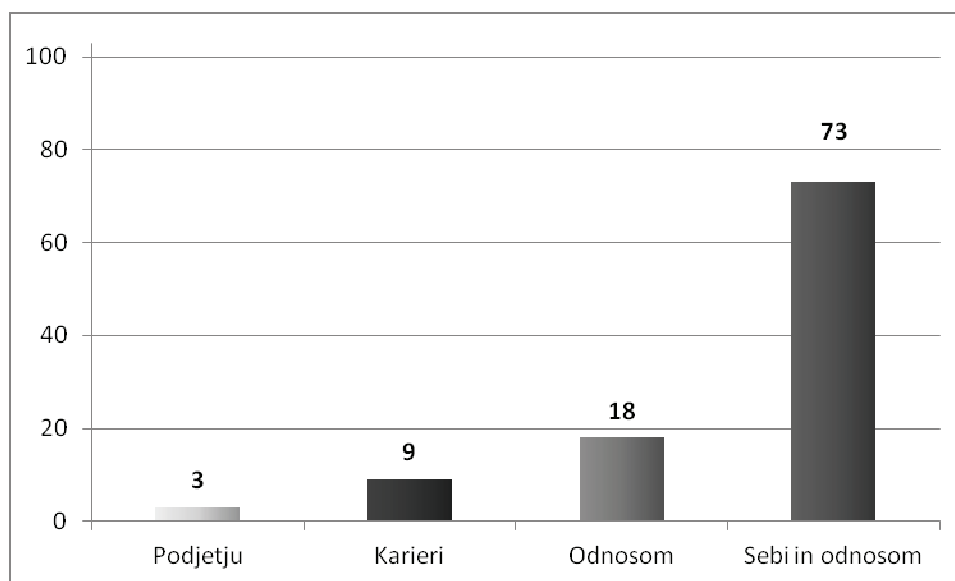
Na začetku vprašalnika sem želela izvedeti, kaj mladi generaciji v življenju največ pomeni (slika 2). Brečkova (2005, 48) opisuje, da naj bi za veterane veljalo, da so zelo privrženi delu in postavljajo dolžnost pred osebne užitke. Za »baby-boom« generacijo velja, da živijo za delo, pogosto delajo tudi doma, medtem ko je generaciji X pomembno, da imajo čas za hobije in prosti čas. Pripadniki generacije Y pa so zelo družabni, zato jim zabava in prijatelji veliko pomenijo.



**Slika 2: Najpomembnejša življenjska področja anketirancev**

Zgornja slika kaže, da razlik med odgovori ni veliko. 27 anketirancev (26,2 %) je odgovorilo, da jim največ pomenijo prijatelji in zabava, 29 (28,2 %) je najbolj pomembna služba in finančna uspešnost, 12 anketirancem (11,7 %) največ pomenijo služba in delo, največ anketirancev pa je odgovorilo, da so jim najpomembnejši hobiji in prosti čas (34 %).

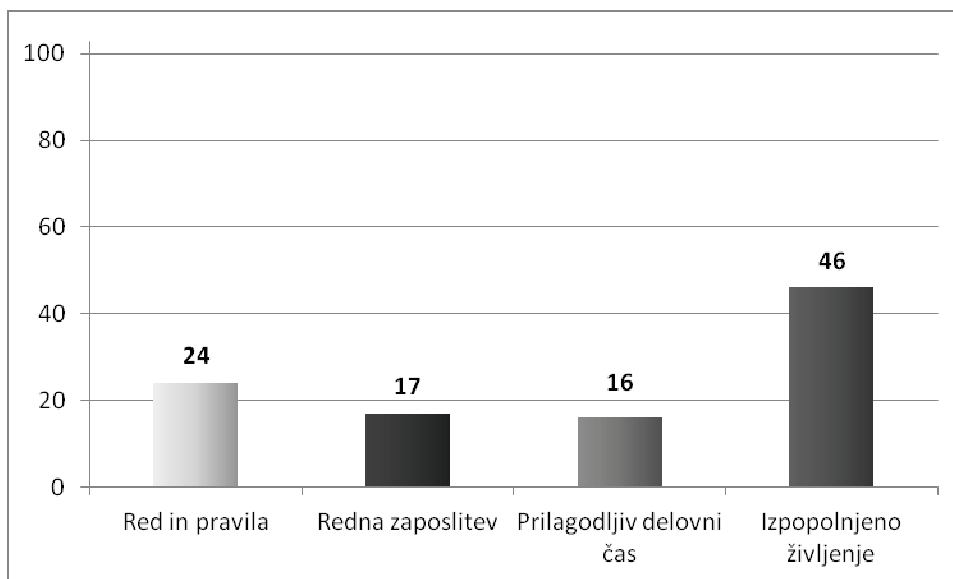
V naslednjem vprašanju sem spraševala, čemu so najbolj zvesti (slika 3).



**Slika 3: Grafični prikaz vrednot, ki jim je generacija Y najbolj zvesta**

73 anketirancev (70,9 %) je odgovorilo, da so najbolj zvesti sebi in odnosom, 18 anketirancev (17,5 %) je najbolj zvestih odnosom, 9 anketirancev (8,7 %) je zvestih svoji karieri, najbolj so zvesti podjetju le 3 anketiranci (2,9 %). Iz tega lahko sklepamo, da mladi danes gledajo na sebe in drži se jih moto, da se vse da narediti. Tako mladi generaciji ni problem povedati, če se stvari ne odvijajo tako, kot si predstavljajo. Poleg tega pa je potrebno dodati, da večina udeležencev v raziskavi ni imela redne zaposlitve, zaradi česar tudi ne morejo biti zvesti podjetju ali karieri.

V četrtem vprašanju sem želela izvedeti, kaj generacija Y pri svojem delu najbolj ceni (slika 4).

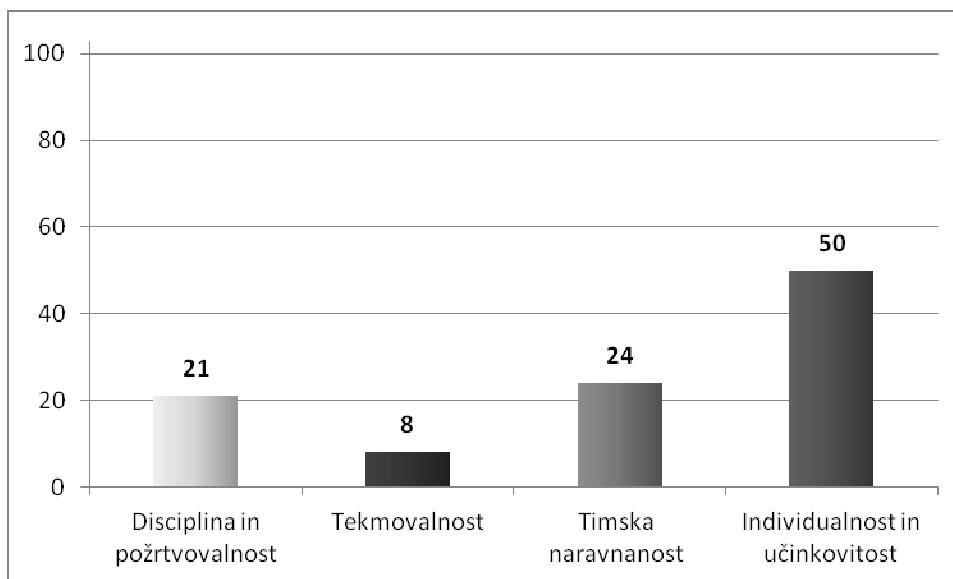


**Slika 4: Najbolj cenjena področja anketirancev**

Za veterane je značilno, da so privrženi delu in cenijo red ter pravila, pripadnikom »baby-boom« generacije pa je pomembna redna zaposlitev. Za generacijo X je ključnega pomena usklajenost med delom in zasebnostjo, zato cenijo prilagodljiv delovni čas, generacija Y pa ve, da je življenje lahko zelo kratko in nepredvidljivo, zato zelo cenijo izpopolnjeno življenje.

Iz tabele je razvidno, da izstopa odgovor izpopolnjeno življenje. Tak odgovor je namreč podalo 46 anketirancev (44,7 %). 24 anketirancev (23,3 %) pri delu najbolj ceni red in pravila, redno zaposlitev ceni 17 anketirancev (16,5 %), 16 anketirancev (15,5 %) pa najbolj ceni prilagodljiv delovni čas.

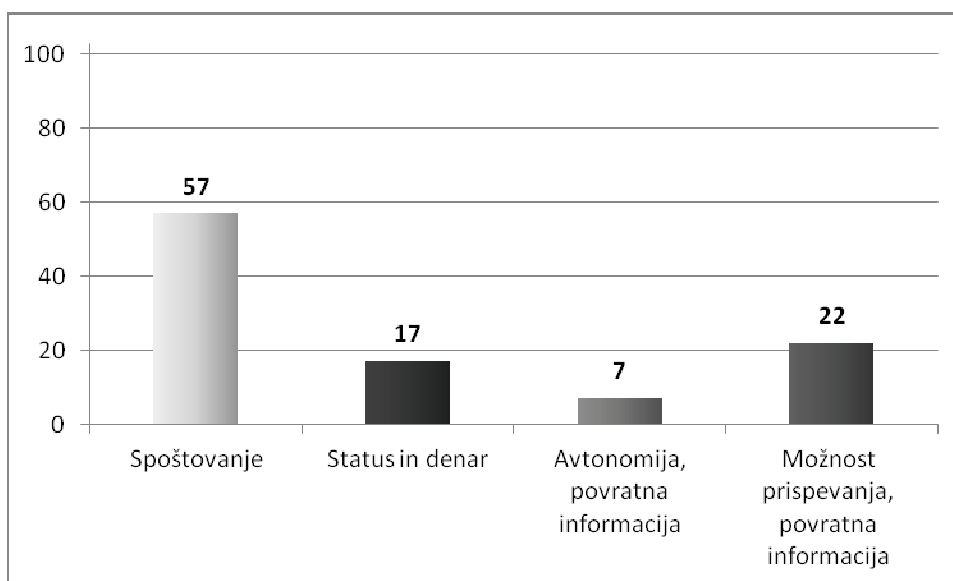
Naslednje vprašanje se je nanašalo na lastnosti, ki so tej generaciji najbolj pisane na kožo oziroma jih najbolj opišejo (slika 5).



**Slika 5: Lastnosti generacije**

Anketiranci so imeli na razpolago izbirati med lastnostmi, ki jih pripisujemo različnim generacijam. Veterani so disciplinirani in požrtvovalni, »baby-boom« generacija je tekmovalna, generacijo X najbolj opiše timska naravnost, generacija Y pa je individualna in učinkovita. Raziskava je pokazala, da mlado generacijo res najbolj opiše individualnost in učinkovitost. Tak odgovor je podalo 50 anketirancev (48,5 %). Da so timsko naravnani, je odgovorilo 24 anketirancev (23,3 %), 21 anketirancev (20,4 %) se je označilo za disciplinirane in požrtvovalne, 8 anketirancev (7,8 %) pa najbolj opisuje tekmovalnost.

Zanimalo me je tudi, kaj mladim največ pomeni pri delu (slika 6).

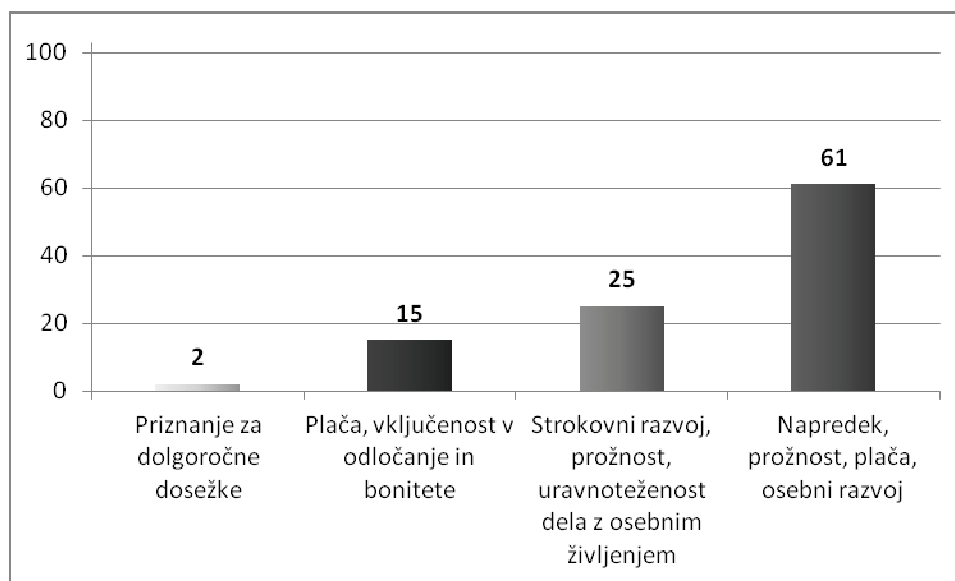


**Slika 6: Najpomembnejša stvar pri delu**

Več kot polovica mladih, kar 57 anketirancev (55,3 %), je na vprašanje odgovorilo, da jim pri delu največ pomeni spoštovanje. 22 anketirancem (21,4 %) največ pomeni povratna informacija in možnost prispevanja. Status in denar največ pomenita 17 anketirancem

(16,5 %), le 7 anketirancem (6,8 %) pa pri delu največ pomeni avtonomija in povratna informacija.

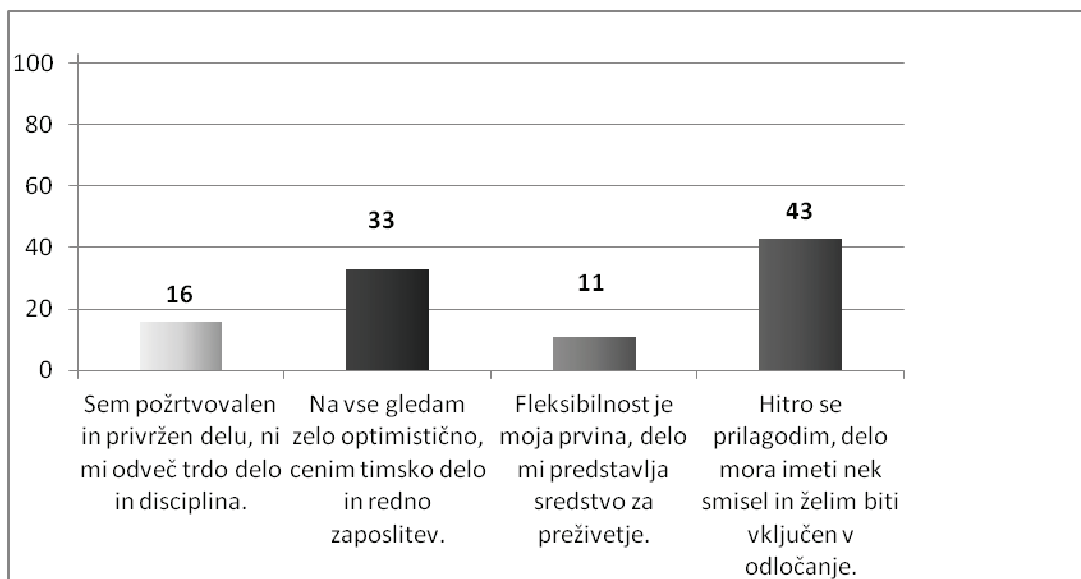
Pri sedmem vprašanju sem mlado generacijo spraševala, kaj jih pri delu najbolj motivira (slika 7).



**Slika 7: Motivacijski dejavniki pri delu**

Napredek, prožnost, plača in osebni razvoj motivira večino anketirancev, to je 61 anketirancev (59,2 %). 25 anketirancev (24,3 %) je odgovorilo, da jih pri delu najbolj motivirajo strokovni razvoj, prožnost in uravnoveženost dela z osebnim življenjem. Za 15 anketirancev (14,6 %) predstavljajo največje motivatorje plača, vključenost v odločanje in bonitete, 2 anketirancem (1,9 %) pa največje motivatorje predstavlja priznanje za dolgoročne dosežke.

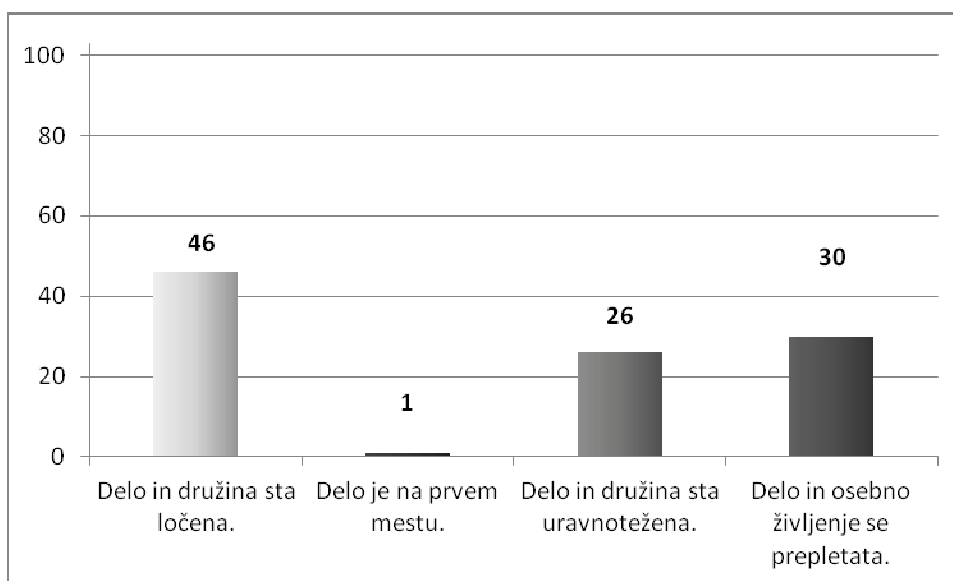
V naslednjem vprašanju sem želela izvedeti, kaj mladim predstavlja delo in kakšen je njihov odnos do dela (slika 8).



**Slika 8: Odnos do dela**

43 anketirancev (41,7 %) pravi, da mora delo imeti nek smisel in da ŕelijo biti vkljuĉeni v odloĉanje, poleg tega pa so hitro prilagodljivi. 33 anketirancev (32 %) je odgovorilo, da cenijo timsko delo in redno zaposlitev, poleg tega pa na vse gledajo zelo optimistiĉno. Da jim trdo delo in disciplina nista odveĉ, je odgovorilo 16 anketirancev (15,5 %), poleg tega so privrŕeni delu in so poŕtvovalni. 11 anketirancev (10,7 %) pa je odgovorilo, da je njihova prvina fleksibilnost, delo pa jim predstavlja le sredstvo za preŕivetje.

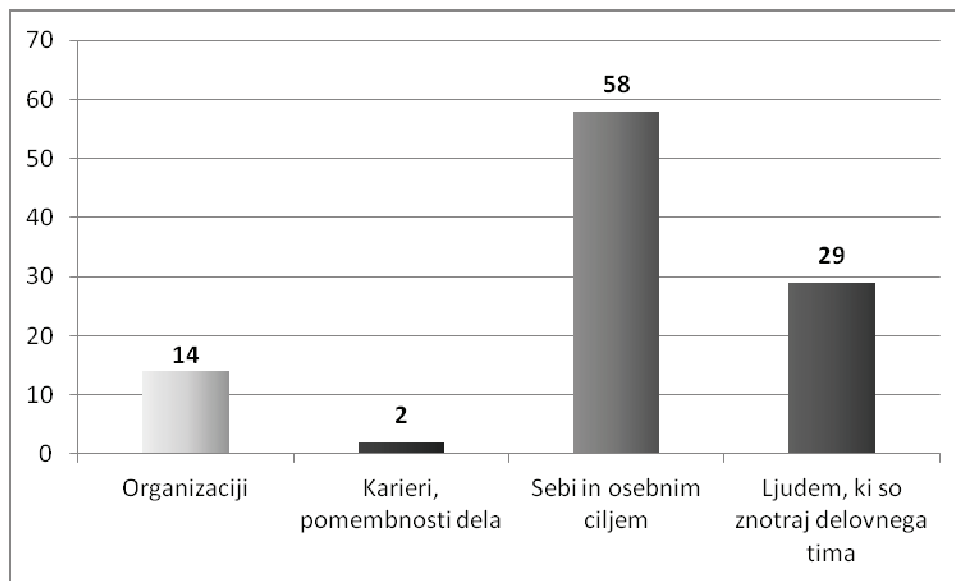
V devetem vpraŕanju so anketiranci odgovarjali, kakŕen je njihov odnos do dela in druŕine (slika 9).



**Slika 9: Odnos do dela in druŕine**

Da ločujejo med delom in družino je odgovorilo največ vprašanih, in sicer 46 anketirancev (44,7 %), 30 anketirancev (29,1 %) je odgovorilo, da se njihovo delo in osebno življenje prepletata, 26 vprašanih (25,2 %) pa je odgovorilo, da sta delo in družina uravnotežena. 1 anketirancu (1 %) pa je delo na prvem mestu. Tudi tukaj moramo pri interpretaciji rezultatov imeti v mislih strukturo vzorca; glede na to, da večina anketiranih ni v rednem delovnem razmerju, bi težko odgovorili, da jim je denimo delo na prvem mestu.

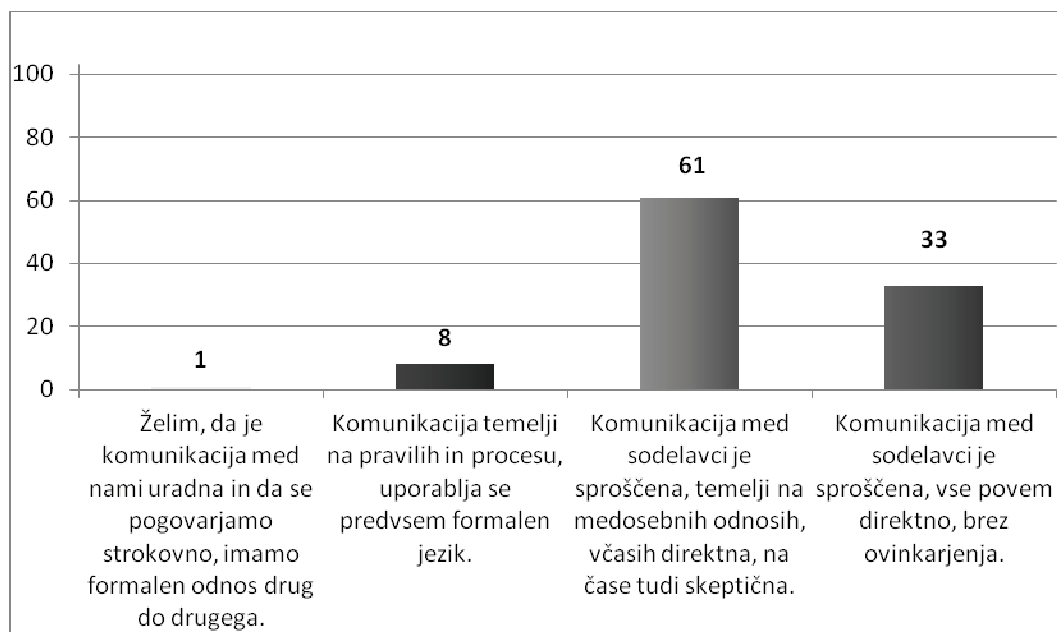
V naslednjem vprašanju sem želela izvedeti, komu so lojalni, ko govorimo o delu in organizaciji (slika 10).



**Slika 10: Lojalnost pri delu**

Več kot polovica, kar 58 anketirancev (56,3 %), je najbolj lojalna sebi in osebnim ciljem, 29 anketirancev (28,2 %) je odgovorila, da je najbolj lojalna ljudem, ki so znotraj delovnega tima. Da so lojalni organizaciji, je odgovorilo 14 anketirancev (13,6 %), karieri in pomembnosti dela pa sta lojalna le 2 anketiranca (1,9 %).

Pri enajstem vprašanju sem spraševala, kakšen je njihov način komuniciranja in kakšno komunikacijo bi si želeli imeti (slika 11).

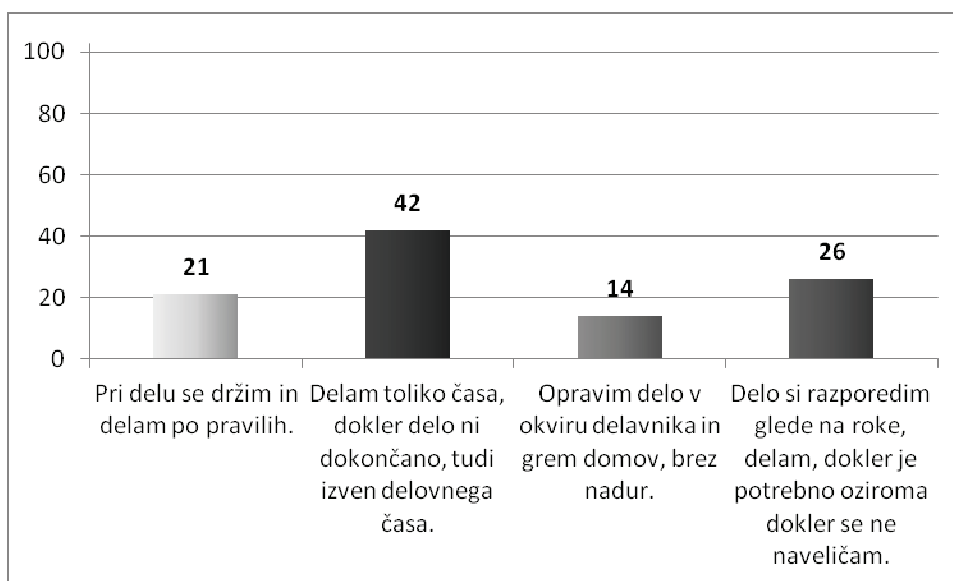


**Slika 11: Dejanski način komuniciranja z generacijo Y**

61 anketiranih ( 59,2 %), kar predstavlja veliko večino, je odgovorilo, da je pomembno, da je komunikacija med sodelavci sproščena in da temelji na medosebnih odnosih, včasih mora biti direktna. 33 anketirancev (32 %) je odgovorilo, da vse povedo direktno, brez ovinkarjenja, komunikacija med sodelavci pa je sproščena. Da uporabljajo predvsem formalni jezik, je odgovorilo 8 anketirancev (7,8 %), poleg tega pa pravijo, da njihova komunikacija temelji na pravilih in procesu. 1 anketiranec (1 %) je odgovoril, da je komunikacija med sodelavci uradna, da imajo formalni odnos in da uporabljajo strokovni jezik.

Pri zadnjem vprašanju sem želela izvedeti, kakšen je način oziroma stil dela generacije Y (slika 12).





**Slika 12: Stil dela generacije Y**

42 anketirancev (40,8 %) je odgovorilo, da delajo toliko časa, dokler delo ni končano, včasih tudi izven delovnega časa. Nasprotno od njih 14 anketirancev (13,6 %) opravi delo v okviru delavnika, nato odide domov. 26 anketiranih (25,2 %) je odgovorilo, da si delo razporedi glede na roke in delajo, dokler je potrebno oziroma dokler se ne naveličajo. 21 vprašanih (20,4 %) pa je odgovorilo, da se pri delu držijo pravil in delajo po njih.

#### **4.3.2 Interpretacija rezultatov**

Z raziskavo sem odkrila nekaj zanimivih odgovorov generacije Y. Nekatera vprašanja, ki so bila podana glede na preučeno literaturo, so se pri rezultatih ankete potrjevala, skladala z literaturo, pri drugih pa so se pokazale razlike.

Za mlade naj bi v življenju največjo pomembnost kazali prijatelji in zabava, najbolj zvesti naj bi bili sebi in odnosom, individualizem pa je tista lastnost, ki jih najbolj opiše. Do podobnih zaključkov sem prišla tudi med raziskavo, z nekaterimi odstopanji. Mladi so odgovorili, da jim največ pomenijo hobiji in prosti čas, to potrjuje tudi literatura. Stremijo k svobodnejšemu pristopu do dela (fleksibilni delovni čas, delo od doma). Tako delo jim predstavlja užitek, zato pri delu hitreje najdejo rešitev, dobijo nove ideje. V literaturi sem zasledila, da je pri mladih zelo izpostavljena lastnost, ki prejšnim generacij ni tako zelo poznana. Za njih velja, da so najbolj uspešni takrat, ko delo opravljajo individualno.

Mladi najbolj cenijo izpopolnjeno življenje, saj so v življenju spoznali, da je življenje zelo nepredvidljivo in lahko tudi (zelo) kratko. V raziskavi se je tudi pokazalo, da je največ vprašanih odgovorilo, da pri svojem delu cenijo izpopolnjeno življenje.

Ko imamo informacijo, kaj zaposlenim pri delu največ pomeni, jih lahko, s tem da jim poskušamo to zagotoviti, še dodatno motiviramo. Glede na odgovore generaciji Y pri delu največ pomeni spoštovanje, kar je značilno za generacijo veteranov, vendar pa lahko opazimo, da so takoj za tem največkrat izbrali odgovor, značilen za njih, možnost prispevanja in povratna informacija. Sklepam, da mladi, kot vse druge skupine ljudi, želijo, da se jih pri delu spoštuje ter se jih enakovredno obravnava.

Za delo so zaposleni najbolj motivirani, če znajo v njem najti smisel. V raziskavi je mlada generacija odgovorila, da jih pri delu najbolj motivira napredek, plača, fleksibilnost in osebni razvoj. Za drugi najpogostejši odgovor pa je izbrala motivacijske dejavnike, ki so sicer značilni za generacijo X. Iz tega lahko sklepamo, da generacijo Y motivirajo tudi dejavniki, ki motivirajo njihove starše. Oba odgovora vključujeta tudi fleksibilnost pri delu, na podlagi tega lahko sklepam, da mlade motivira, da je njihovo delo fleksibilno. Najmanjšo motivacijo pa jim kaže priznanje za dolgoročne dosežke. Ta odgovor naj bi bil značilen za generacijo veteranov.

Pri odnosu do dela me je zanimalo, kakšna je generacija Y na delovnem mestu in kaj pričakujejo od delovnega mesta. Generacija Y je največkrat izbrala odgovor, da mora biti delo smiselno in da želijo biti vključeni v odločanje. Kot drugi najpogostejši odgovor pa so izbrali odgovor, ki je predvsem značilen za »baby-boom« generacijo, ki pri delu ceni redno zaposlitev in timsko delo. Glede na aktualno dogajanje v gospodarstvu lahko iz odgovorov sklepam, da so mladi začeli na svet gledati z drugega zornega kota. Zavedajo se, da je življenje brez redne zaposlitve težko. Kljub takšni situaciji pa na vse gledajo optimistično. Najmanjkrat so odgovorili na alternativo, da jim delo predstavlja le sredstvo za preživetje.

Generacija Y želi imeti delo in družinsko življenje ločeno. Najmanj pogosto izbran je bil odgovor, da je delo na prvem mestu. Tudi v izbrani literaturi lahko preberemo, da je ta alternativa mladi generaciji tuja. Na podlagi rezultatov sklepam, da ima mlada generacija rada delo in družinsko življenje ločeno.

Lojalnost ni nekaj, kar zaposleni prinese v podjetje, pač pa ga zaposleni izoblikuje v času delovanja v podjetju. Predstavniki generacije Y so na vprašanje, komu si lojalni, ko govorimo o delu, največkrat odgovorili, da so lojalni sebi in osebnim ciljem. Ta odgovor je značilen za generacijo X. Kot drugi najpogostejši odgovor so podali, da so lojalni ljudem, ki so znotraj delovnega tima, kar je značilno za to generacijo. Najmanj pogost odgovor je bil, da so lojalni karieri in pomembnosti dela, kar pa je značilen odgovor za generacijo »baby-boom«.

Na vprašanje, ki se je navezovalo na stil komuniciranja, so anketiranci Y generacije največkrat odgovorili, da je komuniciranje med sodelavci sproščeno in temelji na medosebnih odnosih. Drugi najpogostejši odgovor pa je bil, da je njihov stil sproščen, brez ovinkarjenja, direkten, torej tak kot naj bi bil značilen zanje. Iz rezultatov lahko sklepam, da je stil komuniciranja med mladimi sproščen, brez ovinkarjenja in temelji na medosebnih odnosih.

Seveda moramo tudi upoštevati, da je najverjetneje pogojen z okoljem, v katerem delajo. Najmanj pogosta odgovora sta bila odgovora, ki opisujeta, da naj bi bila komunikacija uradna, stokovna ter da naj temelji na pravilih.

Pri vprašanju, ki se je navezovalo na njihov stil dela, sta bila med najpogostejšimi odgovori, eden značilen za »baby-boom« generacijo in drug značilen za njih. Pri prvem so z odgovori pokazali, da so pripravljene v službi ostati, dokler delo ni končano, zato lahko sklepam, da so anketirani ravno tako zagnani kot starejši. Z drugim odgovorom pa so povedali, da si delo raje razporejajo glede na roke. Pri tem vprašanju me je presenetilo tudi to, da je kar nekaj pripadnikov generacije Y odgovorilo, da se pri delu držijo pravil, kar je sicer značilen odgovor za pripadnike najstarejše generacije – veterane.

Seveda sem pri raziskavi naletela na slabosti lastne raziskave. Vzorec raziskave je bil razmeroma majhen, na podlagi tega sklepam, da rezultati, ki sem jih dobila, ne veljajo za celotno generacijo. Večina udeležencev v raziskavi ni imela redne zaposlitve in s tem delovnih izkušenj, iz česar sklepam, da bi v tem primeru odgovorila drugače.

## 5 SKLEP

Raziskava je podala pomembno ugotovitev, da generacijske razlike obstajajo, vendar jih ne moremo vedno pripisati določeni generaciji, ki so odraščale v istem časovnem obdobju. Sama sem mnenja, da te značilnosti niso značilnosti generacij, pač pa so to bolj značilnosti, ki jih imamo ljudje v posameznem življenjskem obdobju. Zato bi bilo dobro, da jih vodje v ključnih situacijah prepoznajo in z njimi ravnajo pravilno.

V raziskavi sem se osredotočila na generacijo Y, od katere sem želela izvedeti, kateri motivacijski dejavniki jih pritegnejo na delovno mesto in kakšno delo oziroma njihov stil dela jim odgovarja.

Z raziskavo sem ugotovila, da vse lastnosti, ki jih opisuje literatura v povezavi z generacijo Y, ne držijo. Ena izmed pomembnih ugotovitev je, da je mladim danes na delovnem mestu pomembno, da jih sodelavci spoštujejo, tako kot spoštujejo starejše in jim dajo možnost prispevanja. Zato je pomembno, da vodje oziroma managerji izkažejo spoštovanje in pomembnost zaposlenim, ne glede na kakšni poziciji so. Med pomembne ugotovitve štejem tudi to, da mlade na delovnem mestu najbolj motivirajo fleksibilnost, osebni razvoj, plačilo in možnost napredovanja. Zato je pomembno, da dobijo možnost izkoristiti katero od fleksibilnih oblik dela. Vodjem zato predlagam, da naj se ne držijo preveč strogo ustaljenih načinov dela ter dajo možnost, da zaposleni izkoristijo katero od fleksibilnih oblik dela, npr. delo od doma, gibljiv delovni čas, samozaposlitev. Prišla pa sem tudi do ugotovitve, da si mladi želijo biti vključeni v odločanje in sodelovanje, njihovo delo pa mora imeti nek smisel. Največjo uspešnost bodo pokazali takrat, ko bodo delo opravili čisto sami.

V raziskavi se je tudi pokazalo, da je lojalnost v današnjih organizacijah pri mladih, vključenih v raziskavo, šibka. Da bi jo izboljšali, je predvsem na strani vodilnih v podjetju, ki bi morali tudi z dejanji pokazati zaposlenim, kako pomembni so za uspešno delovanje podjetja.

Presenetljiv je tudi odgovor, da so mladi pripravljeni delati, dokler delo ni končano. To se ne sklada z njihovo karakteristiko, da želijo imeti delo uravnoteženo z zasebnim življenjem.

Zato je dobro, da vodstvo organizacije analizira svoje zaposlene in njihove značilnosti ter prilagodi uvajanje sprememb vsaki od generacij. Delavec, ki je s svojim delom in odnosi na delovnem mestu zadovoljen, naredi veliko več kot tisti, ki se na delovnem mestu počuti ogroženo in nespoštovano.

## LITERATURA

- AARP. 2007. *Leading a Multigenerational Workforce*. [Http://abog.ucsf.edu/ABOG/13133-DSY/version/default/part/AttachmentData/data/AARP%20Report%20Leading%20Multigenerational%20Wkforce.pdf](http://abog.ucsf.edu/ABOG/13133-DSY/version/default/part/AttachmentData/data/AARP%20Report%20Leading%20Multigenerational%20Wkforce.pdf) (27. 5. 2013).
- Armour, Stephanie. 2005. *Generation Y: They've arrived at work with a new attitude*. [Http://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y\\_x.htm](http://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y_x.htm) (22. 5. 2013)
- Boštjančič, Eva. 2011. Značilnosti generacije Y na delovnem mestu. *Revija HRM* 43 (9): 56–61.
- Božič Špiler Ksenija. 2010. *Generacija Y- drugačna delovna sila na trgu dela*. [Http://www.finance.si/280819/Generacija-Y---druga%E8na-delovna-sila-na-trgu-dela](http://www.finance.si/280819/Generacija-Y---druga%E8na-delovna-sila-na-trgu-dela) (21. 5. 2013)
- Brečko, Daniela. 2005. Generacijske razlike na delovnem mestu. *Revija HRM* 10 (3): 48–55.
- Brečko, Daniela. 2008b. Povej mi, v katero generacijo sodiš, in povem ti, kaj te motivira. *Manager* 1 (6): 6–10.
- Brečko, Daniela. 2008a. Raziskava o komuniciranju med generacijami: V iskanju medgeneracijskega sožitja. *Poslovna asistenca*. 5 (15): 10–17.
- Brezigar, Sara. 2009. *Polnočni klub: Generacija Y*. [Http://www.rtv slo.si/odprtikop/polnocni\\_klub/generacija-y/](http://www.rtv slo.si/odprtikop/polnocni_klub/generacija-y/) (3. 5. 2013).
- Cepin, Matej, Domen Uršič, Lidija Hamler, Marjana Korošec, Marjeta Mah in Jerca Bernik. 2012. *Medgeneracijsko sodelovanje v mladinskih organizacijah – priročnik za vodje skupin in organizacij*. [Http://issuu.com/socialnaakademija/docs/mgs\\_v\\_mladinskih\\_organizacijah](http://issuu.com/socialnaakademija/docs/mgs_v_mladinskih_organizacijah) (20. 6. 2013).
- Cotto, Joseph. 2012. *Mark Bauerlein, author of The Dumbest Generation: Why youth are failing*. [Http://communities.washingtontimes.com/neighborhood/life-stories/2012/sep/12/mark-baurelein-author-dumbest-generation-why-youth/](http://communities.washingtontimes.com/neighborhood/life-stories/2012/sep/12/mark-baurelein-author-dumbest-generation-why-youth/) (24.5.2013).
- Černoga, Meta. 2007. *Čakanje na "penzijo" je preteklost*. [Http://www.dnevnik.si/nedeljski/aktualno/273812](http://www.dnevnik.si/nedeljski/aktualno/273812) (27. 5. 2013).
- Erjavšek, Bojan. 2005. Generacija pri delu – Vodenje Veteranov, Bumerjev, Xerjev in Yarjev. *Kadri*, 14 (6) : 58–59.
- Hart, Jane. 2008. *Understanding Today's Learner*. [Http://c4lpt.co.uk/articles/images/understandinglearners.pdf](http://c4lpt.co.uk/articles/images/understandinglearners.pdf) (29. 4. 2013).
- Kavčič, Bogdan. 1995. Psihologija v podjetjih. V *Ekonomski vidiki kadrovske dejavnosti*, ur. Kovač Bogdan, Zvone Vodovnik, 110-115. Ljubljana: Založba mladinska knjiga.
- Knehtl, Maja. 2008. *Generacija X ljubi prosti čas, Y-i obvladajo tehnologijo*. [Http://arhiv.njena.si/kariera/priloznosti/generacija\\_x\\_ljubi\\_prosti\\_cas\\_y-i\\_obvladajo\\_tehnologijo/menu\\_id\\_90.html](http://arhiv.njena.si/kariera/priloznosti/generacija_x_ljubi_prosti_cas_y-i_obvladajo_tehnologijo/menu_id_90.html) (30. 5. 2013).
- Kuljić, Todor. 2007. *"Problem generacija": Nastanak, sadržaj i aktuelnost oglada Karla Manhajma*. [Http://komunikacija.org.rs/komunikacija/casopisi/sociologija/XLIX\\_3/03/show\\_download?stdlang=dk](http://komunikacija.org.rs/komunikacija/casopisi/sociologija/XLIX_3/03/show_download?stdlang=dk) (12.3.2013).

- Lancaster, Lynne C. 2004. *When Generations Collide: How to Solve the Generational Puzzle at Work*. [Http://www.executiveforum.com/PDFs/LancasterSynopsis.pdf](http://www.executiveforum.com/PDFs/LancasterSynopsis.pdf) (12. 3. 2013).
- Malačič, Janez in Bogomir Kovač. 1995. *Ekonomski vidiki kadrovske dejavnosti*. Ljubljana: Zveza društev za kadrovske dejavnosti Slovenije.
- Novak, Marjana. 2005. »Kako sodelovati z generacijo Y«. *Manager* + (5): 36-37
- Novak, Marjeta. 2007. Medgeneracijske razlike in vloga HRM. *Revija HRM* 19 (5); 30–35.
- Podnar, Katarina. 2008. *Mlajši ne zaupajo starejšim in starejši ne zaupajo mlajšim*. [Http://www.dnevnik.si/poslovni/zaposl/1042279258](http://www.dnevnik.si/poslovni/zaposl/1042279258) (5. 5. 2013).
- Rozman, Bor. 2011. Pogled kadrovnika na izzive oz. problematiko zaposlovanja diplomantov. V *Posvet-želje so uresničljive: Karijerne priložnosti študentov Univerze na Primorskem*, ur. Mirella Baruca in Blanka Palčič, 20-23. Zbornik Prispevkov. Koper: Univerza na primorskem..
- Safer, Morley. 2007. *The Millennials Are Coming!* Video. [Http://www.cbsnews.com/video/watch/?id=3486473n](http://www.cbsnews.com/video/watch/?id=3486473n) (6. 6. 2013).
- Sikirič, Vanesa. 2007. Samo dolgčasa ne za generacijo Y. [Http://delo.mojedelo.com/delo/zaposlovalci\\_hrcenter\\_pregled.aspx?showID=1878&pID=67](http://delo.mojedelo.com/delo/zaposlovalci_hrcenter_pregled.aspx?showID=1878&pID=67) (21. 5. 2013).
- SSKJ. *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. 2006. Ljubljana: DZS.
- Statistični urad Republike Slovenije. 2009. *Prebivalstvena piramida, Slovenija*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=2299](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2299) (27. 4. 2013).
- Štular, Suzana. 2011. *Je zvestoba odjetju le še mit?* [Http://podjetnistvo.finance.si/303958/Jezvestoba-podjetju-le-%C5%A1e-mit](http://podjetnistvo.finance.si/303958/Jezvestoba-podjetju-le-%C5%A1e-mit) (24. 5. 2013).
- Turk, Dunja. 2005. *V naših podjetjih največ pripadnikov generacije X*. [Http://finance.si/132843/V-na%C5%A1ih-podjetjih-najve%C4%8D-pripadnikov-generacije-X](http://finance.si/132843/V-na%C5%A1ih-podjetjih-najve%C4%8D-pripadnikov-generacije-X) (16. 5. 2013).
- Valenčič, Erik. 2009. *Najbolj neumna generacija*. [Http://mladina.si/48217/](http://mladina.si/48217/) (24. 5. 2013).
- Zemke, Ron, Clarie Raines in Bob Filipczak. 2000. *Generation at work: managing the clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. New York: American Management Assotiation.

## ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni!

Sem Urška Kern, študentka fakultete za management, smer management. V sklopu zaključne projektne naloge, v kateri raziskujem lastnosti generacije Y in jih primerjam z literaturo, izvajam tudi anketo. Prosim Vas za izpolnitev omenjene ankete, ki Vam bo vzela največ pet minut časa, s tem pa mi boste pomagali pri pisanju moje zaključne projektne naloge. Pri odgovorjanju na anketna vprašanja se je potrebno opredeliti za en odgovor, in sicer za tistega, ki vas najboljše (čtetudi ne v vseh situacijah) opisuje. **Hvala.**

**Anketa je anonimna!**

### 1. Spol

- a) ženski
- b) moški

### 2. Izobrazba

- a) nedokončana osnovna šola
- b) osnovna šola
- c) poklicna in srednja šola
- d) višja šola
- e) visoka in več

### 3. Starost

- a) 18 – 25
- b) 26 – 31
- c) 32 – 40
- d) 41 – 50
- e) Nad 51

### 4. Status (obkrožite izbrani odgovor)

- a) dijak
- b) študent(ka)
- c) zaposlen(a)
- d) zasebnik(ca)
- e) brezposeln(a)
- f) gospodinja
- g) upokojenec

### 5. Izmed naštetih odgovorov izberite tistega, za katerega menite, da Vam največ pomeni (možen je samo 1 odgovor).

- a) služba in delo

- b) služba in finančna uspešnost
- c) hobiji in prosti čas
- d) prijatelji in zabava

**6. Izmed naslednjih odgovorov izberite tistega, za katerega menite, da ste mu najbolj zvesti (možen je samo 1 odgovor).**

- a) podjetju
- b) karieri
- c) odnosom
- d) sebi in odnosom

**7. Izmed naslednjih odgovorov izberite tistega, ki ga pri svojem delu najbolj cenite (možen je samo 1 odgovor).**

- a) red in pravila
- b) redna zaposlitev
- c) prilagodljiv delovni čas
- d) izpopolnjeno življenje

**8. Izmed naslednjih lastnosti izberite tisto lastnost, ki Vas najbolj opiše (možen je samo 1 odgovor).**

- a) disciplina in požrtvovalnost
- b) tekmovalnost
- c) timska naravnost
- d) individualnost in učinkovitost

**9. Izmed naslednjih odgovorov izberite tistega, ki Vam pri delu največ pomeni (možen je samo 1 odgovor).**

- a) spoštovanje
- b) status, denar
- c) avtonomija, povratna informacija
- d) možnost prispevanja, povratna informacija

**10. Izmed naslednjih odgovorov izberite tistega, ki vas pri delu najbolj motivira (možen je samo 1 odgovor).**

- a) priznanje za dolgoročne dosežke
- b) plača, vključenost v odločanje in bonitete
- c) strokovni razvoj, prožnost, uravnoteženost dela z osebnim življenjem
- d) napredek, prožnost, plača, osebni razvoj

**11. Kakšen je Vaš odnos do dela, kaj Vam delo predstavlja?**

(možen je samo 1 odgovor)

- a) Sem požrtvovalen in privržen delu, ni mi odveč trdo delo in disciplina.
- b) Na vse gledam zelo optimistično, cenim timsko delo in redno zaposlitev.
- c) Fleksibilnost je moja prvina, delo mi predstavlja sredstvo za preživetje.



d) Hitro se prilagodim, delo mora imeti nek smisel in želim biti vključen v odločanje.

**12. Kakšen je Vaš odnos do dela in družine?** (možen je samo 1 odgovor)

- a) Delo in družina sta ločena.
- b) Delo je na prvem mestu.
- c) Delo in družina sta uravnostežena.
- d) Delo in osebno življenje se prepletata.

**13. Komu ste lojalni, ko govorimo o delu in organizaciji?** (možen je samo 1 odgovor)

- a) organizaciji
- b) karieri, pomembnosti dela
- c) sebi in osebnostnim ciljem
- d) Ljudem, ki so znotraj delovnega tima.

**14. Kako želite, da bi sodelavci komunicirali z Vami oziroma kakšen je Vaš stil komuniciranja?** (možen je samo 1 odgovor)

- a) Želim, da je komunikacija med nami uradna in da se pogovarjamo strokovno, imamo formalen odnos drug do drugega.
- b) Komunikacija temelji na pravilih in procesu, uporablja se predvsem formalni jezik.
- c) Komunikacija med sodelavci je sproščena, temelji na medosebnih odnosih, včasih direktna ali skeptična.
- d) Komunikacija med sodelavci je sproščena, vse povem direktno, brez ovinkarjenja.

**15. Izmed naslenjih odgovorov izberite tistega, ki najbolj opiše Vaš način oziroma stil dela** (možen je samo 1 odgovor).

- a) Pri delu se držim in delam po pravilih.
- b) Delam toliko časa, dokler delo ni dokončano, tudi izven delovnega časa.
- c) Opravim delo v okviru delavnika in grem domov, brez nadur.
- d) Delo si razporedim glede na roke, delam dokler je potrebno oziroma dokler se ne naveličam.