

Razvoj poduzetničkih vještina i karijere Generacije y

Verica Jovanovski, OŠ Dragutina Tadijanovića

204.vukovarske brigade 24a, 32000 Vukovar, Republika Hrvatska

Studij Fizioterapije, Veleučilište Lavoslava Ružičke u Vukovaru

Županijska 50, 32000 Vukovar, Republika Hrvatska, e-mail: Verica.jovanovski@inet.hr

Sažetak

Generacija Y, takozvani *Milenijanci* rođeni osamdesetih godina dvadesetog stoljeća upravo stižu na tržište rada. Svoje formativne tinejdžerske godine proveli su u društvu u kojem poslijeratna socijalna sigurnost nije samo dovedena u pitanje nego je i potpuno razorena. Internet i treća generacija tehnologije mobilne telefonije transformiraju načine razmjena ideja i njihova kreativnog doprinosa, a društvene i ekonomske inovacije od toga uvelike profitiraju. Međutim, u mnogim zemljama mala i srednja poduzeća rade sa zastarjelom tehnologijom, niskom razinom vještina ljudskih resursa, sa slabim sustavima upravljanja i sa slabim poduzetničkim sposobnostima, bez dostupnosti odgovarajuće i pravodobne informacije, uz nedovoljno korištenje informacijske tehnologije i s lošom kvalitetom proizvoda, što sve zajedno pridonosi niskoj produktivnosti. Najveći izazov tijekom naredna dva desetljeća predstavljat će uspostavljanje metoda i stvaranje modela za razvoj malih i srednjih poduzeća te unapređenje poduzetničkih vještina kroz strukturirane obuke i izgradnju institucijskih programa. U ovome radu, stavlja se težište na prepoznavanje i razvoj poduzetničkih vještina i karijere kod učenika školskog uzrasta, te se daje prijedlog kako sustavno usmjeravati mlade ljude u stvaranju njihove karijere i budućnosti koju će graditi u poslovnom svijetu te tako postati temelj za kreativnost i inovativnost, rasadnici poduzetništva i pokretači ekonomskog rasta svoje zemlje.

ključne riječi: *Generacija Y, poduzetništvo, karijera, tržište rada.*

1. Uvod

Trenutno se na tržištu rada nalaze četiri različite generacije: tradicionalisti, velika generacija – Baby Boomera, predstavnici Generacije X i Generacija Y koja će smijeniti roditelje Baby Boomere i sasvim sigurno imati ogroman sociološki i ekonomski utjecaj u nastupajućim godinama. Različite perspektive, motivacija, stavovi i potrebe tih četiriju generacija promijenile su dinamiku radne snage.

2. Radna snaga kroz generacije

Tradicionalisti su rođeni između 1929. i 1945. godine, poznati su i kao „tiha generacija“. Oko 95% tradicionalista je umirovljeno i više nisu na tržištu rada. Mnogi su Tradicionalisti radili cijeli život samo za jednog poslodavca i bili iznimno lojalni suradnicima i poslodavcima. Imaju manje tehnološkog obrazovanja od mlađih generacija i skloniji su osobnim kontaktima više nego interakciji elektroničkom poštom i naprednom tehnologijom.

Baby boomeri rođeni su između 1946. i 1964. godine i većim dijelom su u svojim kasnim 40im, 50im i 60im godinama. Imaju razvijene karijere, pozicije moći i autoriteta. Ova je generacija segment koji predstavlja veliku većinu današnjih političkih vođa, korporativnih rukovoditelja i menadžera. Prolazili su kroz mnoge promjene u industriji i kreirali drugačiju perspektivu radnog mjesta. Često izjednačavaju plaće, visoke bonuse i duge sate rada s uspjehom i predanošću poslu. Karakterizira ih visoka razina odgovornosti, a pohvale i izazovi ih motiviraju.

Generaciji X pripadaju oni rođeni između 1965. i 1979. godine. Ova generacija označava razdoblje pada nataliteta. Nakon što su bili svjedoci vrijednosti rada svojih roditelja, pristupili su na radna mjesta s drugačijom radnom etikom i kulturom od prethodnih generacija. Oni su ambiciozni i vrijedni, cijene ravnotežu između posla i slobodnog vremena. Vole jasne radne uvjete i tradicionalno radno vrijeme. Generacija X ima poduzetnički duh i uspjela je zahvaljujući izazovu, odgovornosti i kreativnosti.

Generacija Y dolazi nakon Generacije X, u anglosaksonskom području koriste se i nazivi Millennials, Next Generation i Google generation, dok se kod nas koriste nazivi Internet generacija, net generacija i Generacija Y. Rasli su u vremenu "aktivnih roditelja", desetljeću djeteta čije stavove definira psihologija i roditeljski odgoj (Tablica1.).

Tablica 1.: Usporedba generacija u Republici Hrvatskoj

Skupina	Godište	Godine (2012.)	Glavni događaji	Vrijednosti	Stanovništvo (2010.)	Zaposleni u (2010.)
Tradicionalisti	1929. - 1945.	67 - 83	Velika depresija Drugi svjetski rat	Upornost, konzervativnost, lojalnost,	713 122	3 278
Baby Boomers	1946. - 1964.	48- 66	Ekonomski procvat Liberalizacija žena Ljudska prava	Uspjeh, postignuće, ambicije, lojalnost prema vlastitoj karijeri,	1 210 233	42 9818
Generacija X	1965. - 1979.	33- 47	Hladni rat Osobna računala	Ravnoteža između posla i slobodnog vremena, individualci, odbojnost prema pravilima	913 751	47 6393
Generacija Y	1980. - 2000.	12 - 31	Tehnološki razvoj Globalno zatopljenje	Sigurnost, timski orijentirani, lojalnost prema sebi i drugima	860 407	19 9527

3. Karakteristike Generacije Y

Generacija Y je pametna, kreativna, optimistična, orijentirana na postignuća i tehnološki osviještena. Ova mlada generacija traži kreativne izazove, osobni rast i značajne karijere. Traže supervizore i mentore koji su angažirani u njihovom profesionalnom razvoju. Izvrсни su „multi-taskeri“ i preferiraju komunikaciju putem e-pošte i SMS poruka više nego „face-to-face“ interakciju. Naoružani pametnim telefonima, tabletima, prijenosnim računalima i drugim napravama, Generacija Y je uključena 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Za njih je natjecanje izgubilo mnogo od svoje privlačnosti i nisu spremni mijenjati manje radnih sati za visoku plaću, važan im je fleksibilniji rasporedi i ravnoteža između posla i slobodnog vremena. Imaju visoka očekivanja od svojih poslodavaca, traže nove izazove i ne boje se tražiti odgovore na postavljena pitanja. Generacija Y želi smislen posao, cjeloživotno učenje i usavršavanje. Kao djeca, sudjelovali su u timskim sportovima, igrama i drugim grupnim aktivnostima te cijene timski rad, traže sudjelovanje i afirmaciju svih sudionika u jednakoj mjeri. Ova djeca nisu naučila samostalno donositi ključne odluke, već su roditelji uključeni u njihov svakodnevni život i odluke. Pomažu im planirati postignuća, sudjeluju u njihovim aktivnostima i pokazuju veliko povjerenje u vrijednosti svog djeteta. Stavovi Generacije Y izravan su proizvod njihovih roditelja i nastavnika. Budući da su rođeni u doba „aktivnih roditelja“ ta su djeca rasla zaštićenija i pod nadzorom. Za razliku od svojih prethodnika koji su bili prisiljeni biti neovisni, ova djeca znaju da njihovi roditelji stoje iza njih i oslanjaju se na njih kroz osobnu i financijsku potporu.

3.1 Predodžbe hrvatske Generacije Y o budućoj karijeri

Iako je postalo uvriježeno mišljenje kako su mladi samo u potrazi za „brzom“ zaradom, istraživanje autorice ovoga rada o stavovima Generacije Y o budućem poslu i karijeri provedeno u siječnju 2012. godine nad 400 ispitanika od 19 do 24 godine s područja Republike Hrvatske, pokazuje drugačije. U ovom članku predstavljen je pregled najzanimljivijih rezultata istraživanja.

Elementi radnog mjesta koji su ovoj generaciji važni

Generacija Y pokazala se kao izuzetno promišljena, štoviše, mnogi iz ove generacije teže stalnom poslu (63%) te fleksibilnim radnim uvjetima i zdravoj ravnoteži između rada i slobodnog vremena (51%). Naravno, žele i pristojnu plaću (47%), ali ipak više žele mogućnost razvoja na poslu kroz dodatno obrazovanje i ostale oblike osobnog razvoja (48%). Poticajan i izazovan posao očekuje njih 36%, a priliku za stručnim usavršavanjem 34%.

Predodžbe o karijeri

Cijene poslodavce koji su ujedno i mentori te tvrtke koje se baziraju na društveno odgovornom poslovanju. Što se tiče karijere, 79% ih se slaže s tvrdnjom da se karijera zaposlenika odnosi na osobne ciljeve, a ne na ciljeve poslodavca.

Napredovanje u karijeri 69% ispitanika vidi kroz mogućnost stručnog usavršavanja, 26% kroz povišice i materijalne beneficije, a samo 4% kroz upravljanje drugima. Veliki dio, njih 71%, želio bi raditi izvan granica Hrvatske, prvenstveno u razvijenim zemljama Europske unije, a čak 32% bi voljelo raditi izvan Hrvatske od jedne do duže od tri godine.

Korištenje ICT

Hrvatska Generacija Y tehnički je vrlo pismena, koriste Internet za druženje i povezivanje, a 85% ispitanika uključeno je u internetsku socijalnu mrežu Facebook, Tweeter, My Space i sl. Svi imaju mobitele, a velika većina koristi prijenosne medijske uređaje kao što su MP3 ili iPod dlanovnike.

4. Promjene u svijetu rada

Globalizacijski procesi koji dijele svijet na dvije zone, na zonu razvoja i zonu stagnacije, presudno određuju položaj pojedinih zemalja pa i njihov politički subjektivitet. „Zemlje koje ne uspiju primijeniti razvojne resurse u razvoju suvremenih tehnologija, neminovno zaostaju i postaju politički patuljci.“ (Vukšić, Bosilj; 2004.str.8). Mala i srednja poduzeća glavna su komponenta privatnog sektora. Mogu biti pokretači ekonomskog rasta, temelj za kreativnost i inovativnost. No, u mnogim zemljama mala i srednja poduzeća rade u neformalnom sektoru, tehnološki nedovoljno razvijena, s niskom razinom vještina ljudskih resursa, sa slabim sustavima upravljanja i sa slabim poduzetničkim sposobnostima, bez dostupnosti odgovarajućih i pravodobnih informacija, bez dovoljnog korištenja informacijske tehnologije, s lošom kvalitetom proizvoda i standardizacije te uz proizvodne procese štetne za okoliš i s vrlo niskom produktivnošću.

Poduzetnički stavovi definiraju se kao opći stav stanovništva jedne zemlje prema prepoznavanju prilika, osobnom poznavanju poduzetništva, davanju visokog statusa poduzetnicima, preuzimanju rizika povezanog s pokretanjem vlastitog posla i posjedovanju neophodnih vještina za njegovo pokretanje. Ključni pokretači društvene mobilnosti jesu obrazovanje i cjeloživotno učenje koje daje ljudima vještine potrebne za napredak. U skladu sa inicijativom Europske strategije za pošiljanja „Nove vještine za nove poslove“ (European Commission, 2008.) i naša vizija treba biti poduzetna i dinamična radna snaga s pravim znanjima i vještinama. Potrebno je kreirati politički okvir i poslovno okruženje u kojem bi većina zaposlenih imala mogućnosti sudjelovati u globalnom gospodarstvu kroz:

- promicanje i predviđanje potrebnih vještina u budućnosti,
- razvijanje podudarnosti između vještina pojedinca i potreba tržišta rada,
- premošćivanje jaza između svijeta obrazovanja i svijeta rada.

Osim toga, čimbenici koji utječu na produktivnost kao što su obrazovanje i obuka, pojavili su se kao ključni pokretači konkurentnosti, a privatni sektor može doprinijeti gospodarskom rastu, stvaranju radnih mjesta i nacionalnog dohotka, a time i nacionalnog napretka. U posljednjih nekoliko godina izazovi su usmjereni na pružanje usluga u razvoju karijere i ka unaprijeđenju tradicionalnih metoda profesionalnog usmjeravanja. Brze promjene u svijetu rada, složenija priroda razvoja karijere, novi koncepti karijere i rada s pojedincima dovode do sve većeg prihvaćanja pojma cjeloživotnog učenja. U današnje vrijeme od pojedinca se očekuje da postane menadžer svoje karijere (Collin i Watts, 1996.). U skladu sa tim promjenama prepoznata je potreba svakog pojedinca za vlastitim pristupom u smjernicama karijere i mogućnostima institucija i vlada da olakšaju njihove odluke (Watts, 2000). Donald Super (1992.) pošao je od širokog spektra utjecaja kao što su: obitelj, društvo, škola, socijalne politike i tržište rada te smatrao da svi zajedno djeluju na razvoj karijere pojedinca. Previše je, stoga, pojednostavljeno samo razmatranje izbora zanimanja bez razmatranja cjelokupnog života pojedinca i utjecaja okoline na njega. Superov model karijere (Tablica 2.) temelji se na uvjerenju da se samo-koncept mijenja tijekom vremena i razvija kao rezultat iskustva.

Tablica 2.: Pet razvojnih faza karijere

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	0,666667	1	0,666667	9,502538	0,003279	4,026631
Within Groups	3,648148	52	0,070157			
Total	4,314815	53				

Za sposobnost upravljanja vlastitom karijerom potrebno je stjecanje određenih vještina i znanja te razvoj sposobnosti neophodnih mladim ljudima koji započinju društvenu ili poduzetničku djelatnost. Potreban je model koji bi pravovremeno i ciljano usmjeravao mlade ljude u izbor daljnjeg obrazovanja i zapošljavanja/samozapošljavanja, povezivanje škola s gospodarskim subjektima i njihovim potrebama za konkretnim kadrovima te koji bi potaknuo razvoj poduzetništva na individualnoj razini.

U Republici Hrvatskoj svake se godine u srednje škole i fakultete upisuju učenici prema kapacitetima i mogućnostima (određenim zanimanjima) škola/fakulteta te se po njihovom završetku na tržištu samo povećava broj nezaposlenih u istim zanimanjima. Mladi ljudi nisu adekvatno informirani niti upućeni u važnost razvoja vlastite karijere niti u potrebe tržišta rada. Mnogi nastavnici nemaju dovoljno ekonomskih kompetencija da bi mogli provoditi aktivnosti usmjerene na razvoj poduzetničkih vještina kod učenika. Za implementaciju u nastavu ili kroz izvannastavnu aktivnost „Razvoj karijere“ preporučuju se metode koje omogućuju aktivno učenje. U okviru procesa izbora zanimanja posebno pospješuju razvoj ključnih kvalifikacija, naročito kompetencije orijentacije: razgovori, igranje uloga, rad u grupama, ekspertska metoda, umne mape, individualni rad na samospoznavanju, intervju, realni susreti, itd.

Primjeri tema za provođenje nastave “Razvoj karijere”:

1. *Usmjeri svoju budućnost*

Karijera servis kreiran kao pomoć u istraživanju i planiranju karijere nudi informacije o potrebama tržišta rada i stipendijama uz profesionalni pristup u smjericama karijere koje će učenicima pomoći u prepoznavanju vlastitih potencijala, znanja i vještina te će tako na što efikasniji način odabrati školu ili fakultet ili mogućnosti zapošljavanja/samozapošljavanja.

2. *Završna godina – što dalje?*

Pomoć učenicima završnih razreda u usmjeravanju i razvoju karijere, promjenama u svijetu rada, stjecanju iskustva i shvaćanju važnosti planiranja vlastite budućnosti. Za učenike završnih razreda koji se nisu odlučili nastaviti obrazovanje savjeti kako započeti privatni posao i koje djelatnosti su potrebne gospodarstvu (uvjeti otvaranje obrta/firme, mogućnosti i realizacija kredita, savjeti pri ostvarivanju ideja za vlastiti posao i sl.)

3. *Međunarodna tržnica je* radionica koja bi pomogla učenicima u procijeni osobnog i obiteljskog financijskog upravljanja koji je važan faktor u usmjeravanju karijere i to predočavanjem pozitivnih primjera razvijenih zemalja, utjecaj njihovih kultura, vlada i gospodarskog sustava na razvoj karijere pojedinaca.

Koristi koje mogu imati jesu poznavanje međunarodne trgovine i važnih međunarodnih gospodarskih pitanja te uvid u načine na koje razvijene zemlje vode gospodarsku politiku i koja je važnost suradnje sa zemljama u regiji.

4. *Tvrtka* je program koji bi učenicima dao priliku da se pripreme za rad simuliranjem vođenja vlastite tvrtke uz podršku volontera (savjetnika) iz gospodarstva.

Radionica bi imala za cilj razviti sposobnosti i analizirati motivacije učenika o dobiti od usmjerenog ulaganja te uspostaviti kvalitetne financijske navike.

Uz simulaciju stvarnih uvjeta rada tvrtke i podršku savjetnika, učenici sa svojim mentorima (nastavnicima, stručnim suradnicima) mogu raditi projekte i pripremati elaborate o vlastitoj poduzetničkoj ideji.

Nastava „Razvoj karijere“ u svojim različitim vidovima izvođenja ima za cilj osposobljenost učenika pri odlučivanju u procesu izbora zanimanja i smjeru buduće karijere. Može pomoći mladim ljudima u samospoznaji i razvoju vlastite karijere, utjecati na razvoj nužnih i ključnih kompetencija za kasniju karijeru (razvoj kritičkog mišljenja, sposobnosti odlučivanja i cjeloživotnog učenja) te doprinijeti jačanju osobnosti i formiranju poduzetničke inicijative.

5. Umjesto zaključka

U svibnju 2012. godine, *Jutarnji list* je u magazinu *Svijet* objavio prilog „30 ispod 30 – Novi hrvatski poredak“ u kojem je prikazan godišnji odabir trideset mlađih od trideset godina koji će promijeniti sve. Oni su najperspektivniji predstavnici hrvatske Generacije Y koji su uočili priliku te svoje znanje, sposobnosti i ideje pretočili u poduzetničku snagu.

Među njima su programeri, biznismeni, dizajneri, glumci, redatelji, sportaši, maslinari, izumitelji, menadžeri, odvjetnici, kuhari, umjetnici, a prijepis intervjua s nekima od njih u zaključku ovoga rada potvrđuje opisane karakteristike Generacije Y i budućnosti koju planiraju za sebe.

(Matija K.(25), i Marko D.(25)), programeri, Farmeron – web site koji poljoprivrednicima omogućava bolje upravljanje farmama. „Naš je plan širiti poslovanje na nova tržišta i razvijati nova rješenja. Za sada se želimo posvetiti isključivo Farmeronu pa planiramo razvijati postojeći sustav s lepezom specijaliziranih softvera“.

(Mate R.(24)), izumitelj, okupio je mali tim stručnjaka, počeo proizvoditi komponente za automobile. Uskoro je njegov stari BMW e30 postao Rimac e-M3 i bio prvi automobil kojem je u prometnoj dozvoli pod stavkom zemlje podrijetla pisalo Hrvatska. „Jednom mi je na utrci benzinski motor otkazao poslušnost i tada sam odlučio napraviti automobil na struju.“

(Sandi C.(28)), maslinar, s 13 godina brinuo se za 30 stabala maslina, danas na 25 hektara ima 6100 stabala od kojih godišnje proizvede oko 8 tisuća litara maslinova ulja. „Sa sadnjom smo završili, želimo i dalje postizati kvalitetu ulja i povećati proizvodnju te jednog dana sagraditi vlastitu uljaru. I naravno, želimo se širiti na inozemnom tržištu, u pregovorima smo s Japanom i SAD-om“.

(Daniel A.(25) i Tomislav G.(25)), programeri, marketinški stručnjaci još kao adolescenti počeli su se baviti programiranjem te izradili nekoliko sustava i pokrenuli nekoliko portala, ali biznis je doslovno eksplodirao kada su u dobi od 23 godine osnovali iStudio, agenciju za promociju na društvenim mrežama. Danas imaju tvrtku s 30 zaposlenika i vode kampanje na Facebooku za 100 moćnih brendova iz Hrvatske i zemalja regije. „Imamo sav potreban „know-how“, velik tim, resurse, znanje, reference i možemo konkurirati bilo kojoj social media agenciji na zapadu. Vrlo smo cijenjeni i imamo mnogo potencijala. Ovaj dio nam je naročito drag, jer izvozimo kvalitetne usluge te barem malo pridonosimo gospodarskoj situaciji u Hrvatskoj.“

Development of Entrepreneurial Skills And Career of Generation Y

Abstract

Generation Y, the so-called Millenian's born in the eighties of the twentieth century are just coming to the labour market. They spent their formative teenage years in a post-war society in which social security was not only questioned, but completely destroyed as well. The internet and the third generation of the mobile-phone technology transform the way of the exchange of ideas and their creative contribution and the social and economic innovations benefit greatly from it. However, in many countries, SMEs work with outdated technology, low-skill human resources, weak management and entrepreneurial skills, unavailability of adequate and timely information, insufficient use of information technology, poor product quality, which altogether contribute to low productivity.

The biggest challenge over the next two decades will be the establishment of methods and the creation of a model for the development of small and medium enterprises and promotion of entrepreneurial skills through structured training and institutional building programs. In this paper, emphasis is placed on identifying and developing entrepreneurial skills and careers of students of school age. It suggests how to systematically guide young people in shaping their own careers and future that will build the business world and may become the basis for creativity and innovation, nurseries of entrepreneurship and the engines of economic growth in their countries.

Keywords: *Generation Y, entrepreneurship, careers, the labour market.*

Literatura

1. Asthana, A.(2008). Generation Y: they don't live for work.. they work to live, The Observer: Main section,preuzeto:<http://www.guardian.co.uk/money/2008/may/25/workandcareers.worklifebalance>, ve-ljača 2012.
2. Bistričić, A.; Agatić, A.; Trošić N.(2011). Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća, Scientific Journal of Maritime Research • 25/1(2011) • str./pp. 145-158
3. Carree, M.; Thurik, R.(2005). Understanding the role of entrepreneurship for economic growth, Faculty of Economics and Business Administration, University of Maastricht, Rotterdam, Netherlands
4. Collin, A.; Watts, A.G. (1996). The death and transfiguration of career – and of career guidance?
5. British Journal of Guidance and Counselling, 24, (395-398).
6. European Commission (2008). European Qualifications Framework for lifelong learning.
7. (preuzeto:http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/eqf_en.htm,2012.)
8. Kane,S.(2008).About.comGuide,(preuzeto:<http://legalcareers.about.com/od/practicetips/a/Generatio.htm>, ožujak, 2012.)
9. Schroer, W.J.(2012.). Social librarian, Bringing the Power of Social Marketing to Library Professionals (preuzeto:<http://www.socialmarketing.org/newsletter/features/generation1.htm>, ožujak, 2012.)
10. Super, D. A. (1992). Toward a comprehensive theory of career development. In D. H. Montross & C. J. Shinkman (Eds.), Career development: Theory and practice (pp. 35-64). Springfield, IL: Charles C Thomas.
11. Strauss,W.; Howe, N.(2007). The Next 20 Years: How Customer and Workface Attitudes Will Evolve, preuze-to: <http://download.2164.net/PDF-newsletters/next20years.pdf>, ožujak, 2012
12. Vukšić, Bosilj:"Upravljanje znanjem i promjene poslovnih procesa", Ekonomski fakultet Zagreb, 2004., str.8)
13. Watts, A. G. (2000). The new career and public policy. In A. Collin, & R. A. Young (Eds.), The future of career (pp. 259-275). Cambridge: Cambridge University Press.
14. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, prijedlog: Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014., Zagreb, svibanj 2010.