

Szerző: Póta Szilvia

A JÖVŐ ZÁLOGA? Az Y generáció

Technológiafüggő, egocentrikus, job hopper, felelőtlen, innovatív. Leggyakrabban ilyen és ehhez hasonló szavakkal találkozhatunk, ha beírjuk az internetes keresőbe az Y generáció kifejezést. A napjainkban „ezredfordulás” és „Pán Péter-generációként” is emlegetett, 22 és 37 év közötti nemzedék valahol a walkman eljövetele és a Google alapítása közötti időszakban jött világra, tagjait pedig máig egyfajta misztikus köd lengi körül. És míg a szakértői gárda azt találgatja, milyen hatással lesz majd a feltörekvő fiatalság a társadalomra és a munkaerőpiacra, addig a munkaadók számára látszólag egyre nagyobb kihívást jelent az új nemzedék bevonása, illetve megtartása.

De mi az igazság az Y generációt érintő találgatásokból?





A pszichológusok és a marketingesek körében gyakorta használt fogalmak a mára szinte közhelyé vált baby boomer, X, Y és Z generáció kifejezés, melyek köré a kutatások nyomán különféle elméleteket szőnek. Kevesen tudják azonban, hogy a modern generációelmélet alapvetően két amerikai szerzőtől, William Strausstól és Neil Howe-tól származik. Strauss és Howe Generációk című könyvében egy adott társadalmi generációt olyan személyek csoportjaként határozott meg, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon történelmi folyamatok, társadalmi trendek mentén formálódtak, tagjaikat pedig hasonló értékrend, világnézet és magatartásforma köti össze. Az elmúlt évszázadban a média előszeretettel sztereotipizált minden egyes ilyen nemzedéket – főleg, ha az éppen aktuális lelkes ifjúságról volt szó –

és ezzel számtalan tévhitnek, illetve félreértésnek is táptalajt adott.

X és Z között

Nemes Orsolya az Y generáció szakértője, a Milestone Intézet vezető trénera. Szerinte úgy tűnik, az ezredfordulás generáció sem kivétel ez alól, hiszen tagjairól elterjedt, hogy előszeretettel tolják át a munkát másokra, job hopper életformát folytatnak, vagyis gyakran váltanak munkahelyet, egocentrikusak, és tiszteletlenül viselkednek idősebb kollégáikkal szemben. „Az Y generációt többféleképpen kategorizálják a különféle szakirodalmak. A magyar vonatkozásban azonban az 1980 és 1995 között születetteket a leghelytállóbb ebbe a csoportba sorolni. De ezen belül is érdemes szűkíteni. Tehát amikor a mai kutatások, illetve felmérések az Y generációt

említik, akkor ezen általában főként a nagyvárosban élő és szellemi munkát végző fiatalokat értik” – mondta.

Mivel a digitális kor gyermekei, vagyis az Y és Z generáció egyre fontosabbá válnak a munkaerőpiacon, ezért elengedhetetlen, hogy megismerjük a munkához való hozzáállásukat. „Az Y generációt tekintve többféle kihívással szembesülhetnek a munkaadók. Egyrészt ahogyan a baby boomerek nyugdíjba vonulnak, úgy egyre nagyobb problémát jelenthet az utánpótlásuk. Másrészt ezt a nemzedéket nagyobb mobilitás jellemzi, tehát tagjai könnyebben költöznek külföldre hosszabb-rövidebb időre. Nem elhanyagolható szempont továbbá az sem, hogy technológiai fejlődés olyan, korábban nem is létező munkakörök megszületését tette lehetővé, amelyekhez ideálisan Y generációs munkavállalókra van szükség. Tehát a cégeknek jól végig kell

Az X generáció egy vertikális világban nőtt fel, ahol hierarchikusan terjedt az információ. Az Y és Z generáció viszont egy horizontális világban nevelkedett az internet hatására.

gondolniuk, hogyan kívánják megszólítani és megtartani ezeket a fiatalokat!” – folytatta Nemes Orsolya, aki szerint az Y generáció képviselői már nem csupán pénzkereseti lehetőségre vágynak, hanem olyan munkára, amelyben fejlődni tudnak. Többek között fontos számukra az is, hogy visszaadjanak valamit a társadalomnak.

Nemes Orsolya a média által hangoztatott sztereotípiák ellenére is úgy gondolja, hogy a generációk között mindössze egyetlen fontos különbség van, mégpedig az, hogy

különböző idősíkokon nőttek fel, különbözőképpen szocializálódtak, és ezért eltérő módon viszonyulnak egy-egy helyzet, szituáció megoldásához. „Az X és az Y generáció esetében két külön világról beszélhetünk. Az X és a baby boomer egy vertikális világban nőtt fel, sokkal hierarchikusabban terjedt az információ, és a munkahelyi környezet is hierarchikusan volt felépítve. Ezzel szemben az Y és a Z generáció egy horizontális világban nevelkedett az internet, illetve a technológia hatására. Vagyis ahhoz szoktak, hogy az

információ és a tudás nem feltétlenül fentről lefelé halad, hanem egymástól is elsajátítható.”

Vezetői székben

Az Y generációt gyakorta hozzák összefüggésbe a startup-ökoszisztémával. A kifejezés mára divatszóvá vált, startupot alapítani határozottan menő dolognak számít, és látszólag minden fiatal startupper akar lenni. Úgy tűnik azonban, hogy ez az elképzelés sem teljesen fedi a valóságot, legalábbis Magyarországon. A Deloitte 2015-ös felmérése szerint a megkérdezett, 18-26 év közötti egyetemi vagy főiskolás hallgatók és friss diplomások 52 százaléka inkább multinacionális cégnél képzelel el a jövőjét, az openspace munkahely, a homeoffice lehetősége és a rugalmas munkaidő miatt, és csak 8,2 százaléka válaszolt úgy, hogy saját vállalkozást indítana.

Az Amway 2016-os Globális Vállalkozói Jelentése már biztatóbb képet mutat, eszerint ugyanis a 35 év alatti magyar fiatalok közel fele (49 százalék) el tudná képzelni, hogy saját vállalkozást indít. Bár a felmérés azt mutatja, hogy a fiatalok vállalkozói kedve erősödik, Nagy Józsa Dorottya az Y2Y Business Coaching vezetője szerint sokan nem jutnak el a megvalósításig – tőke és gyakorlati tudást adó üzleti képzés hiányában. „Rengeteg fiatallal találkozunk, akik tele vannak ötletekkel, de nem tudják, ho-

si formák gyakorlati oktatása” – mondta a szakember. Véleménye szerint fontos ösztönözni az Y generációsok vállalkozói kedvét, hiszen a kreatív, adaptív, rugalmas gondolkodású fiatalok tanácsadók, mentorok, coachok segítségével fantasztikus dolgok alkotására képesek. Illetve lenne képes, ha bele merne vágni. Ezzel Nemes Orsolya is egyetért, mint mondja, a fiatal nemzedék számára rendkívül fontossá vált a mentorálás: „Az Y generáció jól tudja, milyen sokat jelent az, ha van mellettünk valaki, akinek fel tudjuk tenni a kérdéseinket, aki egyengeti a karrierünket, és tanácsokkal lát el minket.”

A startup-színtr

Az Y generációs szakértők szerint a vállalkozási formákat tekintve egyértelműen a startup-világ tűnik a legvonzóbb alternatívának a fiatalok számára. A való életben egy-egy startup vagy egy szimpla kisvállalkozás élete hasonlóan működik, mégis a startupokat egyfajta rózsaszín köd lengi körül. Turcsán Tamás Péter, a The Connect East Incubator szakmai vezetője, mentor, kommunikátor, kapcsolatépítő úgy véli, bár rengeteget beszélünk mostanában a startupokról, számos tévedés is kering a köztudatban. „Divatos ugyan startupot alapítani, de a közhiedelemmel ellentétben ez egyáltalán nem csak a fiatalok privilégiuma. Az igazság az, hogy a legsikeresebb startupperek egyáltalán nem fiatalok, s hogy egyre többet fogunk hallani majd Cleantech, Greentech, biotech, megújuló energia, smart city, fintech, robotika témában nyomuló projektek sikeréről. Az egyik alapdefiníció szerint a startup egy nagy növekedési potenciállal rendelkező, a nemzetközi piacokra készülődő, globális, robbanásszerű növekedésre kódolt vállalkozás. A startup egy bizonyos működésforma, mondhatnám életforma, amelyben az inspiráció és a problémamegoldás vágya keveredik. Vannak olyan országok, amelyek komoly gazdasági előnyt kovácsoltak már a saját startup-életükből, mi még csak építgetjük a saját ökoszisztémánkat, tanuljuk, miként is lehet eljutni a komolyabb sikerekig” – mondta.

Nincs könnyű dolguk a mai startupoknak, hiszen jelentős versenytársakkal kell szembenézniük világszerte. Mivel a startup-láz mindenhol eléggé felforgatta a hagyományos innovációt, nagyon komoly kihívások elé állítja az

„A startup egy bizonyos működésforma, amelyben az inspiráció és a problémamegoldás vágya keveredik” – mondja Turcsán Tamás Péter.

gyan álljanak neki a megvalósításnak. A job hopper, felelőtlennek tartott Y generáció van annyira biztonságkereső, hogy tagjai közül – bár folyamatosan keresik a helyüket – saját vállalkozásba azért nagyon kevesen mernek belevágni. Egyrészt nem engedhetik meg maguknak, másrészt az edukáció gyerekecipőben jár még mindig. Sok helyen továbbra is hiányzik az üzleti szimulációs játékok hosszú távú beiktatása az egyetemisták oktatásába, a vállalkozá-





Szakértőnk szerint nem elég egy jó ötlet, kiváló csapat és világszínvonalú megvalósítás is szükséges a sikerhez.

alapítókat egy nemzetközi piacra lépés. „Abban mindenki megegyezik, hogy a startup afféle tömegsport, amelyben a példaképpé váló, hatalmas sikert elérő unikornisok megszületéséhez megannyi elhulló vállalkozásra van szükség. A bukás okai között egyébként legtöbbször az érdektelenséget, a gyenge csapatot, a gyenge megvalósítást vagy a növekedési erő hiányát fedezhetjük fel. A pénzhiány csak sokadik a sorban, hiszen az egy ideig lelkesedéssel pótolható.”

A szakember azt tanácsolja a fiatal vállalkozóknak, hogy ha van egy ígéretes ötletük, először is próbálják meg azt a valóság talajára helyezni, és csak egy jól átgondolt üzleti logika kidolgozását követően vágjanak bele a megvalósításba. „Nem elég egy jó ötlet, kiváló csapat és nagyszerű, világszínvonalú megvalósítás is szükséges a sikerhez. Az ötletet megvalósítása előtt validálni kell, vagyis igazolniuk kell a létjogosultságát. Az ötletet legjobb, ha közvetlenül azokon teszteljük, akiknek a problémájára megoldást kívánunk adni. Meg kell fogalmaznod pontosan azt is, hogy kinek, miért, hogyan és mennyiért oldod meg a problémáit, kivel, miként és hogyan valósítod meg a terveidet, mert hiába a legnagyszerűbb, validált ötlet, ha nem építesz fel hozzá megvalósítási stratégiát és egy csapatot, amely képes lesz megvalósítani. Egyébként nem jutsz messzire vele.”

Példaképek

Tény, hogy a legnagyobb és legismertebb magyar startupok vezetői székében ma még X generációs vállalko-

zók ülnek – mint ahogyan a Prezi, a LogMeIn és a Ustream esetében –, az elmúlt időben azonban egyre több ígéretes Y generációs startupperrel találkozhatunk a startup-versenyek ringjében, mely inspiráló erővel hat az új nemzedékre is, így a sikeres cégek alapítói válnak példaképpé a fiatalok számára. A legígéretesebb Y generációs fiatalok által alapított startupok között említhetjük a cloudtitkosító céggé ismert Tresoritot, az interaktív, virtuális mesekönyvtárat, a BOOKR Kidset vagy a Brewie névre keresztelt, automata sörfőzőgépet.

A startupokon belül a technológiai szektor egyik üde színfoltját képezi a Párkányi Orsi és Matécsa Márti által létrehozott Join My Wedding nevű startup vállalkozás, melynek keretében az alapítók lehetőséget teremtenek arra, hogy jegyet válthassunk az Indiában megrendezett esküvőkre. Orsi 11 éve költözött ki Ausztráliába, ahol megalapította a Women As Entrepreneurs nevű női szervezetet, mely mára az ország női vállalkozóit összefogó legnagyobb szervezete. Saját bevallása alapján ő maga mindig is vállalkozói szellemű személyiség volt, és korábban többféle dologgal is próbálkozott Ausztráliában a pogácsasütéstől a gyöngyökből fűzött krokodilokra alapozott startupig.

A kint megszerzett tapasztalatait végül a Join My Weddingbe fektette, és most minden erejével azon dolgozik, hogy sikerre vigyék a startupot. Mint mondja, fél éve indult be igazán az üzlet, azóta, hogy a BBC riportot készített róluk. Orsi szerint a legnagyobb nehézséget számukra a piac kétoldalú természete jelenti, ám ez nem tántorítja el őket a folytatástól, hosszú távú céljaik között szerepel, hogy a szolgáltatást más országokra is kiterjesszék. „A startup sikere gyakran nem is azon múlik, hogy jó-e az adott ötlet, ennél ugyanis legtöbbször sokkal fontosabb az időzítés, vagyis az, hogy megfelelő időben állunk-e elő vele. A Join My Wedding szerintem ezért különleges. Hiszen a mi generációnk már nem feltétlenül tárgyakat szeretne venni, hanem élményeket, emlékeket akar gyűjteni. Mi nem úgy szeretnénk utazni, hogy megnézzük, majd lefotózzuk a legfelkapottabb turistahelyeket, hanem igazából a kultúra részévé akarunk válni.” Párkányi Orsi úgy látja, Magyarországon rengeteg a vállalkozó kedvű fiatal, rendkívül jó ötleteik vannak, a probléma csak az, hogy sokan nem mernek nagyban, globálisan gondolkodni. Szerinte fontos, hogy a fiatalok elsajátítsák a „Start small, think big!” elvet ahhoz, hogy sikeres vállalkozóvá válhassanak. ■

LEGYEN A REGGELI ROHANÁSBÓL CSALÁDI IDŐ



FORMÁLD ÁT A MINDENNAPI STRESSZT!

Vény nélkül kapható gyógyszer. Javallat: magnéziumhiány kezelésére.

A Magne B₆ segít enyhíteni a magnéziumhiány okozta feszültséget, támogatja a szervezet stressztűrő képességét.

SANOFI-AVENTIS Zrt.

1045 Budapest, Tó u. 1-5. – Tel.: (+36 1) 505 0050 – Gyógyszerinformációs szolgálat: (+36 1) 505 0055 – Web: www.sanofi.hu, www.magneb6.hu

A KOCKÁZATOKRÓL ÉS A MELLÉKHATÁSOKRÓL
OLVASSA EL A BETEGTÁJÉKOZTATÓT, VAGY KÉRDEZZE
MEG KEZELŐORVOSÁT, GYÓGYSZERÉSZÉT!