

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**DELO Z GENERACIJO Y V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ
GRADEC**

Ljubljana, november 2010

MAJA MARČINKOVIĆ

IZJAVA

Študentka Maja Marčinković izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Roberta Kašeta, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 22. novembra 2010

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 DELO Z GENERACIJO Y	2
1.1 OPREDELITEV GENERACIJE IN OPIS GENERACIJ PRED GENERACIJO Y	2
1.2 LASTNOSTI GENERACIJE Y	4
1.3 MEDGENERACIJSKE RAZLIKE	6
1.4 GENERACIJA Y NA DELOVNIH MESTIH	8
1.5 PREDNOSTI IN SLABOSTI PRI DELU Z GENERACIJO Y	9
2 RAZISKAVA O DELU Z GENERACIJO Y V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC	11
2.1 IZHODIŠČA RAZISKAVE	11
2.1.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA IN CILJEV RAZISKAVE	11
2.1.2 RAZISKOVALNE HIPOTEZE	11
2.2 NAČRT RAZISKAVE	12
2.2.1 METODA ZBIRANJA PODATKOV	12
2.2.2 SESTAVLJANJE IN TESTIRANJE VPRAŠALNIKA	12
2.2.3 PREDSTAVITEV IZBRANEGA PODJETJA IN RESPONDENTOV	13
2.3 ANALIZA PODATKOV	14
2.3.1 OPIS VZORCA	14
2.3.2 ANALIZA LASTNOSTI GENERACIJE Y	15
2.3.3 ANALIZA VPRAŠANJ O ZNAČILNOSTIH DELA S PRIPADNIKI GENERACIJE Y	15
2.3.3.1 Glavni motivatorji za delo generacije Y	16
2.3.3.2 Stališča o delu	17
2.3.4 PREVERJANJE POSTAVLJENIH HIPOTEZ	19
3 DISKUSIJA	20
3.1 KLJUČNE UGOTOVITVE	20
3.2 PRIPOROČILA ZA PRAKSO	22
3.3 VREDNOTENJE DELA IN PRIPOROČILA ZA NADALJNJE RAZISKOVANJE	23
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	26

KAZALO SLIK

SLIKA 1: PRIKAZ ARITMETIČNIH SREDIN ZA VPRAŠANJE O LASTNOSTIH GENERACIJE Y _____	15
SLIKA 2: PRIKAZ ARITMETIČNIH SREDIN ZA VPRAŠANJE O DELU Z GENERACIJO Y _____	16
SLIKA 3: PRIKAZ ARITMETIČNIH SREDIN STRINJANJA S TRDITVAMI O DEJAVNIKI MOTIVACIJE PRI DELU Z GENERACIJO Y _____	16
SLIKA 4: PRIKAZ ARITMETIČNIH SREDIN STRINJANJA S TRDITVAMI O ZNAČILNOSTIH DELA Z GENERACIJO Y ____	18

UVOD

Zadnje čase, ko vse več pripadnikov generacije Y vstopa v zaposlitvene kroge ali pa se poslužujejo dela preko študentskih servisov, se pojavlja vse več raziskav, debat, člankov neposredno v zvezi z mladimi. Vseskozi je mogoče zaslediti, da delo s pripadniki generacije Y predstavlja težavo, saj zaradi medgeneracijskega prepada in razlik pogosto prihaja do konfliktov med mladimi in pripadniki starejših generacij.

Glede na to sem se odločila, da tudi sama izpeljem raziskavo in ugotovim, če se delo z mlajšo generacijo res tako razlikuje od starejših generacij, in ali res predstavlja tolikšen problem v današnjih podjetjih. Iz tega razloga bo drugi del moje diplomske naloge namenjen raziskavi o delu z generacijo Y v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec. Zbrani podatki mi bodo omogočili ugotoviti, kako je delo z mladimi, hkrati pa bom z njimi statistično preverila predhodno postavljene hipoteze.

Namen diplomskega dela je ugotoviti dejavnike, ki pritegnejo pripadnike generacije Y na delovna mesta in jim zagotovijo dobro počutje. Cilj naloge je ugotoviti in raziskati sedanje razmere pri delu z generacijo Y. V prvem delu naloge bom analizirala stanje na samem primeru in podala nekaj koristnih predlogov v odnosu do dela z generacijo Y. V raziskavi pa bom zaposlene v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec spraševala po njihovem mnenju o odnosu in značilnostih mladih pri delu.

Diplomsko delo bom strukturirala tako, da bom najprej preučila obstoječo literaturo, ki je v povezavi z obravnavano temo. Tako bom najprej opredelila in opisala generacije, ki so nastale pred generacijo Y. Nadaljevala bom s podrobnejšo predstavitev pripadnikov generacije Y in predstavila njihove značilnosti. V okviru tega bom v nadaljevanju opredelila bistvene razlike med generacijami. Sledilo bo poglavje, ki opredeljuje delo z generacijo Y, v katerem bom skušala raziskati, kaj privlači mlade na delovna mesta in kakšna je problematika, ki se pojavlja pri delu z njimi. V analitičnem delu naloge bom najprej na kratko predstavila Hipermarket Mercator Slovenj Gradec, v katerem bom opravila raziskavo o delu z generacijo Y, saj sem tam zasledila mnogo pripadnikov generacije Y, ki pri njih opravljajo delo. Nato bom predstavila rezultate lastne raziskave o delu z generacijo Y in nazadnje podala ključne ugotovitve in predloge za delo z pripadniki Y-ov. V okviru diplomskega dela sem oblikovala štiri hipoteze o značilnostih generacije Y pri delu. Ob koncu bom hipoteze statistično preverila in o njih razpravljala.

1 DELO Z GENERACIJO Y

1.1 Opredelitev generacije in opis generacij pred generacijo Y

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, str. 224).

Trenutno je v svetu zaznati pet generacij in prvič v zgodovini so štiri generacije prisotne na trgu delovne sile. Vsaka izmed generacij v zadnjih osemdesetih letih je bila pod vplivom zelo različnih časovnih obdobij. Iz teh razlogov so izkušnje vsake izmed generacij odločilno vplivale na njihov pogled na življenje in delo. Da bi lahko razumeli vedenje do dela in življenja najmlajše izmed generacij, je potrebno najprej na kratko opisati razlike med tremi starejšimi generacijami (Hart, 2008).

Brečko (2005, str. 48) opredeljuje vrednote in potrebe posameznikov, ki so nastale v zadnjem desetletju v sledeče štiri generacijske skupine:

- generacija »veteranov«¹, rojena med 1922 in 1943,
- generacija »otroci blaginje«², rojena v obdobju 1944–1960,
- generacija X, rojena med leti 1961 in 1980,
- generacija Y, rojena v obdobju med 1981–1997.

Po generaciji Y je bila rojena še peta generacija, in sicer tako imenovana generacija Z. Ta okvirno opredeljuje posameznike rojene po letu 1997. O tej generaciji še ni bilo dosti govora, saj njihove značilnosti še niso dodobra preučene. Zagotovo pa bosta internet in tehnologija predstavljala njihov poglavitni del življenja, saj že od malega rastejo ob njuni prisotnosti. Meje med generacijami še vedno niso jasno opredeljene. Različni avtorji različno opredeljujejo meje med generacijami in letnicami rojstva. Preden začnem z opisom Generacije Y je smiselno navesti tudi značilnosti generacij, ki so se izoblikovale pred to generacijo, saj se je Generacija Y razvijala in izoblikovala prav na podlagi vseh treh generacij.

Generacija »Veteranov«. Pripadniki te generacije so odrasli v času ekonomske krize, saj so doživeli in preživeli drugo svetovno vojno. Ta je terjala od njih disciplino in požrtvovalnost (Hart, 2008). Veterani spoštujejo avtoriteto, so zelo privrženi delu, ob tem pa cenijo red in pravila. Trdo delo in potrpežljivost jim nista odveč, saj so, če je potrebno, pripravljeni čakati na nagrado dlje časa. Vse te vrednote so odsev družbenega okolje, v katerem so ti posamezniki odraščali. Predstavljajo tiste pripadnike, ki so po 2. svetovni vojni vse ponovno

¹ Angleški izraz za »veterane« je Seniors

² Angleški izraz je Baby Boomers

postavili na noge. V tistem času je vladalo popolno zaupanje v družbene institucije, delo je bilo visoko cenjeno, red pa zagotovljen (Brečko, 2005, str. 48).

Posledice vojne so v tistem času prav tako vplivale na razvoj prebivalstva. Očiten je bil upad rojstev v tistem obdobju, saj so bile razmere med in po vojni negotove, večina moških pripadnikov generacije Veteranov pa je v tistem času aktivno sodelovala v vojski. Neposredne posledice obeh vojn se kažejo v porušenem razmerju med moškimi in ženskami, saj je bila umrljivost moških pripadnikov v vojnah večja kot umrljivost žensk (Statistični urad RS, 2010). Prav zaradi težkih časov, ki so jih ti posamezniki doživljali, v življenju vseskozi postavljajo dolžnosti pred osebne užitke, saj verjamejo, da vztrajnost in potrpljenje predstavlja nagrado samo po sebi (Hart, 2008).

Generacija »Otroci blaginje«. Otroci blaginje ali tako imenovana generacija »Baby Boom« predstavlja posameznike, ki so bili rojeni v povojnem času in v starostni piramidi prebivalstva Slovenije v tistem času predstavljajo največjo izboklino. V prvih letih po vojni se je v Sloveniji rodilo med 28.000 in 31.000 otrok, v obdobju od 1949 do 1953 pa absolutno največ otrok po drugi svetovni vojni, povprečno 34.000 letno. Strokovnjaki to razlagajo kot kompenzacijo (oziroma prelaganje rojstev iz časa vojne v čas po vojni) in kot posledico spremenjenih socialnih in ekonomskih razmer (Statistični urad RS, 2010).

Pripadniki te generacije so izoblikovali svoje vrednote in delovne navade v obdobju povojnega razvoja in razcveta gospodarstva (Brečko, 2005, str. 48). Na trg dela so se vključevali v kritičnih trenutkih, med sredino šestdesetih in konec sedemdesetih, ko je večina gospodarstev v Evropi že napredovala, kar je pripomoglo k pomembnim poslovnim uspehom te generacije. Trenutno je večina pripadnikov te generacije na vodilnih položajih v podjetjih, zanje pa je značilna visoka mera odvisnosti od dela (Generacija X + Y = uspeh, 2009). Pogosto so tekmovalni in orientirani v osebno dovršenost. Zanje je značilno, da so predani delu in pogosto živijo le za delo. Iz teh razlogov večkrat delajo tudi od doma. Služba oziroma poklic jih označuje, radi pa se počutijo spoštovane in cenjene. Nimajo ravnovesja med službo in življenjem (Hart, 2008). Vseskozi jih navdaja optimizem. Cenijo redno zaposlenost, dodatno motivacijo pa jim predstavljajo finančne vzpodbude. Potrebujejo veliko izobraževanja, da lahko sledijo spremembam (Brečko, 2005, str. 48). Označujemo jih za predhodnike japijev in pionirje mnogih drugih gibanj: hipijev, feminizma in podobno.

Generacija X. Pripadniki generacije X so potomci staršev, ki jim je kariera predstavljala poglavitni cilj v življenju, osebno in družinsko življenje pa so zaradi tega zanemarjali. V ta prepričanja pa sta jih prisilila tranzicija in spremenjeno mnenje o tem, da je za dobrobit družine dolžan poskrbeti le oče. To je posledično vodilo do velikanskega porasta ločitev v tem času (Turk, 2005). V tistem času je bilo zaznati kar največ ločitev v družbeni kronologiji. Iz tega razloga si pripadniki generacije X bolj kot njihovi starši želijo imeti dosti časa za družino in hobije (Brečko, 2005, str. 48). X-i predstavljajo tudi prvo generacijo, ki se je soočila z nasiljem v šolah in na televiziji, z medijskimi vojnami, zlomi borze, brezdomstvom

in z okoljskimi problemi. Zaradi pomanjkanja stika s starši pa so pomembnejšo vlogo v oblikovanju njihovih vrednot dobili vrstniki (Turk, 2005). Njihova pričakovanja glede zaslužka so nižja od pričakovanj njihovih staršev (Brečko, 2005, str. 48). Zanje je ključna usklajenost med delom in zasebnostjo. Pogosto dvomijo o uporabi pravil v organizacijah, ki jih dostikrat tudi ne upoštevajo. Cenijo prilagodljiv delovni čas in ob tem veliko prostega časa ter zadovoljstvo v karieri (Knehtl, 2008). Z veseljem sprejemajo nove izzive, pogosto postanejo samostojni podjetniki in težijo k čimbolj neformalnemu odnosu z nadrejenimi in s poslovnimi partnerji. Bolj kot to, koliko bodo zaslužili, jim je pomembno, da pri tem ne izgubijo stika s seboj (Turk, 2005).

1.2 Lastnosti generacije Y

Poimenovanje generacije Y po nekaterih podatkih izvira iz tega, ker je ta generacija naslednica generacije X, drugi viri pa razlagajo njihovo poimenovanje kot »Generation WhY«, ki nakazuje splošni karakter generacije (Generacija Y, 2007, 7. julij). Tuja literatura generacijo Y poimenuje tudi »Millennials«, »Echo Boomers«, »Internet generation«, »iGeneration« in podobno (Limpkin & Perrymore, 2009).

O generaciji Y je veliko slišati, vendar pripadniki te generacije še vedno predstavljajo neznanko. Po značilnostih in navadah se zelo razlikujejo od vseh prejšnjih generacij. Že od malegasaj so doživljali soočenje s številnimi informacijami in dražljaji. Od tod naj bi izhajala njihova želja po večni zabavi, tudi na delovnem mestu (Brečko, 2005, str. 49). So generacija, ki je odrasla v dobrih časih in za razliko od drugih generacij namenila veliko svojega časa učenju. Zanje je značilno, da so zelo družabni in da zaupajo vase. Prijatelji jim pomenijo veliko. Njihovo večno vprašanje je »zakaj«³, povsod namreč povprašujejo o vsem (Novak, 2005, str. 36).

Prejšnje generacije so se med seboj le nekoliko razlikovale, generacija Y pa je zaradi svojih značilnosti skoraj v vseh pogledih drugačna. Vzrok se lahko išče v njihovem drugačnem načinu življenja. So otroci tehnologije, interneta in moderne glasbe (Sikirič, 2007). Odraščali so v družbi z računalniki, video igricami, mobilnimi telefoni, plesnimi drogami, MTV-jem in še z mnogimi drugimi TV-programi. Njihov vsakdanjik zajema nasilne računalniške igrice, MP3 in MP4 predvajalnike, elektronsko pošto, spletne klepetalnice, forume, bloge, filme, istospolne zveze, šolsko nasilje, elektronsko glasbo, motnje hranjenja, spolne bolezni, ločitve in podobno (Martin & Tulgan, 2001; Novak, 2005, str. 36; Zemke et al., 2000).

Vrednostni sistem se je v času njihovega odraščanja nekajkrat zamenjal – živeli so deset let v enem in naslednjih deset let v drugem ekonomskem sistemu (Novak, 2005, str. 36). Današnja mladina ceni izpolnjeno življenje, saj so v obdobju odraščanja bili soočeni s številnimi vojnami, terorističnimi napadi (9/11, Madrid, London) in naravnimi katastrofami (orkani,

³ Vprašalnica »zakaj« izhaja iz angleškega izraza »why«, kar skrajšano razlagamo kot »y«.

potresi, tsunamiji), ob tem pa so spoznali, da je življenje nepredvidljivo in zato (lahko) tudi kratko (Špiler Božič, 2010).

Za generacijo Y je družina pomembna vrednota. Večina jih je odraščala v manjših družinah in iskala nasvete svojih staršev (Bartlett, 2005, str. 14). Njihovi starši so nase prevzeli velik del odgovornosti, z njimi so se učili, delali naloge, jih vozili na treninge, krožke, ob tem pa jih pozabili naučiti odgovornosti in potrpljenja (Sikirič, 2007). Maciekowich (Teller Vision, 2005, 3) navaja, da je generacija Y cenjena po njeni individualnosti, učinkovitosti in edinstvenosti. Predstavljajo generacijo, ki je samozavestna, tolerantna, sprejema raznolikost in se zaveda pomena izobrazbe (Barlett, 2005). Vse več pripadnikov generacije Y se po končani srednji šoli odloča za nadaljevanje šolanja na višjih, visokih ali univerzitetnih šolah, kar za pripadnike prejšnjih generacij ni bilo značilno. Vse več mladih hoče višje izobrazbe in s tem posledično večja pričakovanja glede služb; pogosto so mnenja, da višje izobrazbe posledično dajejo tudi boljše službe. V Sloveniji se je tako število diplomantov do leta 2009 v primerjavi z njihovim številom v letu 1996 podvojilo (Statistični urad RS, 2010).

Sikirič (2007) je izmed lastnosti generacije Y izpostavila sedem ključnih, med katere spadajo: 1) želja po užitku in zabavi tako v zasebnem življenju kot na delovnem mestu, 2) individualizem, 3) hitra prilagodljivost novim okoliščinam, 4) poznavanje in sprejemanje novih tehnologij, 5) izrazita želja po svobodi, 6) velika radovednost in 7) velike zahteve od sebe in drugih. Vse te lastnosti v veliki meri zaznamujejo generacijo Y in predstavljajo ključne značilnosti, od katerih se mladi razlikujejo od starejših.

Trženjska agencija BBDO je pred nekaj leti raziskovala, kako živijo in kaj od življenja pričakujejo mladi Evropejci. Raziskava je prikazala osem porabniških trendov mladih Evropejcev (Šubic, 2006, str. 48–51):

➤ Življenje v gibanju

Potovanja generaciji Y predstavljajo nekaj povsem običajnega, saj je mobilnost na vrhu vrednostnega sistema za mlade. Tudi samo življenje doživljajo kot potovanje. Potovanja jim nudijo možnost nabiranja novih izkušenj o sebi.

➤ Vrnitev h koreninam

Generacija Y rada potuje, vendar se tudi rada vrača domov. Doma se počutijo varne in jim ni potrebno prevzeti odgovornosti ter odrasti. Radi se vračajo h koreninam, ker v družini in domu vidijo vir moči. Skoraj 80 odstotkov anketiranih bi se rado ustalilo, poročilo in ustvarilo družino. Verjamejo v tradicijo, ki bi jo dopolnili z moderno tehnologijo.

➤ Mešanje

Generacija Y hitro spreminja svoj življenjski slog, zanje je vse sprejemljivo. Bolj kot videz pa jim je pomembno, kako živijo in v kaj verjamejo.

➤ Slava in spoštovanje

Mladi se ne obremenjujejo s slavo. Želijo si ustvariti popolno življenje in kariero. Spoštovanje drugih si skušajo pridobiti z vrlinami, strokovnim znanjem in dosežki na določenem področju.

➤ Tehnologija

Nobena od prejšnjih generacij ni bila tako izpostavljena tehnologiji kot generacija Y. Praktično so odraščali v njeni prisotnosti, kar se odraža v njihovem hitrem načinu življenja. Moderna tehnologija jim predstavlja neskončen vir informacij, jim poenostavlja življenje in jih povezuje skupaj.

➤ Duhovnost in lepota

Mlade ne vznemirja ničesar, tudi religija ne. Zelo so dovzetni za spiritualne religije, katerih popularnost med mladimi raste, saj sta njihova življenjska cilja sreča in rast. Upada pa njihovo zanimanje za zahodne religije. Podobno kot prejšnje generacije je tudi generacija Y nezadovoljna s svojim videzom. Razlika je le v tem, da se mladi zavedajo, da lahko glede tega kaj naredijo.

➤ Novo politično udejstvovanje

Mladi so postali pragmatični, kar pomeni, da so v politiki prisotni le pri stvareh, ki so zanje pomembne.

➤ Dovolj je dovolj

Mladi imajo do denarja precej tradicionalen odnos, saj ga dojemajo kot sredstvo, s katerim si lahko kupijo »izkušnje«. Imajo želje po visokem življenjskem standardu, čeprav njihov cilj ni obogateti. Bolj pomembno jim je živeti zanimivo kot pa biti bogat. Želijo imeti uravnoteženo osebno in karierno življenje.

Današnja mladina povsod po Evropi živi podobno in ima podobne poglede na življenje. So pragmatični, a ne naivni, nimajo podjetniškega duha in neradi tvegajo. Mladi večinoma vidijo stvari, ki jih zanimajo. So mnjenja, da je življenje sestavljeno iz projektov in celo nosečnost jemljejo kot še en projekt v življenju, ki te obogati. Ob tem pa so tudi zelo dobri kupci in zelo dobro vedo, kdaj se jih zavaja z lažnimi obljubami (Šubic, 2006, str. 48–49).

1.3 Medgeneracijske razlike

Vsaka generacijska skupina se od druge razlikuje po vrsti značilnosti, ki se odražajo v vsakdanjem življenju kot tudi z vidika kariere in dela v podjetju (Turk, 2005). Razlike so v veliki meri pogojene z različnimi življenjskimi okoliščinami, v katerih so generacije odraščale. Veterani so odraščali v težkih ekonomskih okoliščinah, kar se je posledično odražalo v njihovem načinu življenja. Zelo so privrženi delu in obveznosti vselej postavljajo pred osebne užitke. Otroci blaginje so odraščali v obdobju številnih gospodarskih priložnosti in vsesplošne blaginje. Podobno kot Veterani radi trdo in dolgo delajo, a želijo pri tem biti osebno vpleteni, saj je pri njih močno izražena vrednota timsko delo. X-i so otroci staršev, ki jim delo predstavlja poglobitveno stvar v življenju in iz tega razloga je pri njih zaznati očiten padec tradicionalnih vrednot. Njihova pričakovanja glede plač so nižja od pričakovanj njihovih staršev, bolj si želijo živeti v prijaznem okolju in več časa nameniti družini in hobijem.

Pripadniki najmlajše delovno aktivne generacije pa so odrasli v času informacijske tehnologije in ob kopici informacij, kar je ključno vplivalo na njihovo večno željo po zabavi

tako v prostem času kot pri delu. Za razliko od Veteranov ne veljajo za deloholike; po drugi strani se prav tako ne zanašajo, da jim bodo v podjetju (in širše) postregli s potrebnimi dodatnimi znanji, ampak samostojno razvijajo sposobnosti in znanja, kar jim zvišuje njihovo vrednost na trgu dela in viša kakovost življenja (Brečko, 2005, str. 48; Turk, 2005).

Razlike med generacijami se pogosto kažejo v vrednotah, komunikaciji, timskem delu, odnosu do avtoritet (Černoga, 2007). Vse to močno vpliva na razvoj vrednot in način delovanja posameznikov, posebej v organiziranih sistemih kot so podjetja (Vukasovič-Žontar, 2009).

V Tabeli 1 so navedene razlike med generacijami Otroci blaginje, X-i in Y-i. Opaziti je, da se generacija Y zelo razlikuje od generacije Otroci blaginje. Delo jemljejo dosti manj resno kot prejšnje generacije. Njihova pričakovanja so pogosto nerealna. Zanje izkušnje ne štejejo, venomer povprašujejo po vsem, potrebujejo stalne povratne informacije, delajo dokler se ne naveličajo, delovna mesta pa menjavajo, če so nezadovoljni.

Tabela 1: Bistvene razlike med generacijo »otroci blaginje«, generacijo »X« in generacijo »Y«

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	Skozi zahtevajo izobraževanje, če ne, gredo	Še vedno so v stanju opravljanja izpitov
Delovni čas	Delali bomo, 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	Prepogosto 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: U. Henigman U., *V poslovni svet prihaja generacija »Y«! Smo pripravljeni na nov izziv?* (2008)

1.4 Generacija Y na delovnih mestih

Pripadniki generacije Y v ospredje ne postavljajo več le kariere in kariernih ciljev. Enako pomembno jim je zasebno življenje. Meja med zasebnim in poklicnim življenjem izginja, kar je vzrok, da od zaposlitve pričakujejo več fleksibilnosti: delo za krajši čas, delo na daljavo, začasno prekinitev zaposlitve in podobno (Mifs, 2008).

Y-i so bili vseskozi v središču pozornosti, saj se je vse vrtelo okoli njih in vse je bilo narejeno kot so želeli sami. Zato se zdijo nepotrpežljivi in nagrado za vloženo delo želijo takoj. Pri odločanjih želijo sodelovati, biti informirani in deliti svoje ideje ter zamisli z nadrejenimi in sodelavci. So zelo občutljivi za pretok informacij, hočejo vedeti, kaj se v podjetju oziroma organizaciji dogaja in kaj se dogaja z njimi. Večinoma se potegujejo za horizontalno in ne vertikalno napredovanje, saj jim tako ni potrebno prevzemati odgovornosti, nadzora; le tako imajo dovolj časa za zabavo in prosti čas, ki sta zanje ključnega pomena. Vnaprej želijo biti seznanjeni, zakaj je njihovo delo ali naloga pomembna. Želijo si povratnih informacij, ker se rutine šele učijo in ker želijo, da se jih spoštuje ter upošteva (Brečko, 2005; Špiler Božič, 2010).

Večina pripadnikov starejših generacij ne more razumeti želje mladih, da se tudi na delovnih mestih morajo zabavati. Vedno želijo nove izzive pri delu, ker služba nikakor ne sme biti dolgočasna in predstavljati rutino. Svoboda je za mlade ključnega pomena, zato jim je pomembno razmerje med delom in prostim časom. Raje se odločajo za službe, ki ponujajo možnosti gibljivega delovnega časa, neformalna druženja in podobno. Pri delu se radi dokazujejo in žanjejo javno pohvalo (Sikirič, 2007).

Leta 2005 je potekla prva slovenska raziskava o generacijskih razlikah na delovnem mestu. Izsledki raziskave, ki so pokazali, da so za generacijo Y ključni dejavniki motivacije pri delu, ki so bili podobni starejšim generacijam, (Brečko, 2005, str. 53), so:

1. možnost samostojnega dela in odločanja,
2. možnost izobraževanja,
3. izzivnost dela.

Najmanj motivacije pa jim je predstavljalo tekmovanje s sodelavci. Raziskava je ugotavljala tudi vrednote, ki so pri delu ključnega pomena. Rezultati so pokazali, da so delovne vrednote mladih precej drugačne kot pri starejših generacijah. Generacija Y je svoje delovne vrednote razvrstila takole (Brečko, 2005, str. 50):

1. nagrada naj sledi opravljenemu delu;
2. urejenost, red in jasna pravila;
3. lojalnost in pripadnost podjetju;
4. zahtevno in izzivno delo;
5. osebni razvoj;
6. varnost zaposlitve oziroma delovnega mesta.

Mladim se zdi pomembno ustrezno plačilo za opravljeno delo in varnost zaposlitve, saj je veliko delovno sposobnih pripadnikov generacije Y brezposelnih in po končanem študiju pristanejo na zavodu za zaposlovanje (Brečko, 2005, str. 50–53). Turk (2005) navaja ostanke socializma kot enega izmed razlogov zakaj je stalnost in varnost zaposlitve pri mlajših generacijah tako cenjena. Številni starši so celo življenje imeli samo eno službo in če so jo zaradi prehoda v kapitalizem izgubili, je to porušilo njihov sistem vrednot, zaradi česar tudi njihovi otroci (današnja mladina) težko sprejemajo bolj kapitalistične vrednote.

1.5 Prednosti in slabosti pri delu z generacijo Y

Zaradi različnih generacijskih značilnosti posameznikov je možno zaznati medgeneracijske konflikte, ki nastanejo pri delu. Starejše generacije zaznavajo težavnost dela z mladimi, ker jim zaradi njihove svojeglavosti, individualnosti, nepotrpežljivosti, zdlgočasnosti, drugačnosti dostikrat nasprotujejo v razmišljanjih in dejanjih.

Kar mnoge starejše na vodilnih položajih moti, je to, da mladi ne dajejo veliko na avtoriteto. Tudi z nadrejenimi želijo imeti neformalne odnose in predvsem odprti dialog. Problem predstavljajo tudi njihova nadrealna pričakovanja glede plačila za opravljeno delo. Velikokrat imajo zelo visoke zahteve glede plačila, kar pa pri prejšnjih generacijah ni bilo opaziti, saj so razumele koncept dela tako, da postopoma z izkušnjami in delom napreduješ po hierarhični lestvici navzgor ter si temu primerno nagrajen. Generacija Y pa tega ne dojema enako, ker so jim v življenju starši nudili veliko in s tem prevzemali odgovornosti nase (Sikirič, 2007).

Y-i so vajeni konstantne povratne informacije. Ne bodo čakali vso leto na redne letne pogovore, da dobijo ustrezne povratne informacije; saj se brez njih počutijo izgubljene in brez smeri. Od nadrejenih pričakujejo mentorstvo, jasno želijo vedeti, kaj morajo delati in kako dobro opravljajo zastavljena dela (Špiler Božič, 2010).

Brezigarjeva (2009) izpostavlja tri posebno pomembne značilnosti pripadnikov generacije Y, po katerih se razlikujejo od drugih generacij: *razumevanje vzročno posledične zveze*, *domnevna ravnodušnost* in *prioritetna lestvica generacije Y*.

Razumevanje vzročno posledične zveze. Prejšnjim generacijam je bilo razumljivo, da se trud nekoč obrestuje. To je veljalo tudi za delovna okolja, pri katerih je bilo jasno, da trdo večletno delo prinese boljše službe, možnosti napredovanja, večje nagrade pa tudi večje ugodnosti. Generaciji Y pa ta dejstva niso samoumevna kot predstavnikom starejših generacij, ker so večkrat brez truda dosegli želeno. Omogočeno jim je vsega v izobilju. Tako tudi prihajajo v delovna okolja z velikim pričakovanjem, da bodo napredovali že v enem mesecu in da bodo dobili povišice že čez dva tedna.

Domnevna ravnodušnost. Za generacijo Y je značilna ta njihova domnevna ravnodušnost. Te ne zaznavamo samo v delovnem okolju, ampak se mnogi starši pripadnikov generacije Y

pritožujejo, da mladim nič ni zanimivo in da ni ničesar, kar bi jih posebej navdušilo. Kar je tu treba izpostaviti, je to, da so pripadniki generacije Y odraščali v svetu, kjer so bili dobesedno »bombandirani« z negativnimi informacijami s strani medijev, in to so informacije, ki ustvarijo nek stres, zaskrbljenost, negotovost in pri vseh drugih generacijah. Generacija Y se je temu svetu prilagodila tako, da je pač manj občutljiva in manj pozorna na vse te negativne informacije, saj le tako lahko v takem svetu lažje preživijo.

Služba ni prioriteta na lestvici prioritet generacije Y. Prejšnje generacije so delo postavljale visoko na hierarhično lestvico prioritet. Mlajšim pa so bolj pomembni prijatelji, velik poudarek dajejo hobijem, zabavi in predvsem prostemu času. Služba pa po dosedanjih raziskavah zaseda šele četrto, peto mesto prioritet.

Po drugi strani pa Brezigarjeva izpostavlja tudi nekatere prednosti generacije osemdesetih, ki so po njenem mnenju fenomenalne. Te prednosti so: *hitrost* in *odsotnost strahu pred spremembami*.

Hitrost. Mladi so vajeni hitrosti na vseh koncih in krajih. Vse v življenju se jim dogaja zelo hitro, kar posledično pomeni, da so tudi navajeni hitro delati. V taki krizni gospodarski situaciji, kot je sedaj, pa je pogum oziroma drznost ključnega pomena, da se lahko iz te situacije izvlečeš.

Odsotnost strahu pred spremembami. Vse prejšnje generacije so se v večji ali manjši meri upirale spremembam in nanje gledale s spoštljivostjo, distanco. Te spremembe so pri generaciji Y neke druge narave. Ko Y-i pridejo v delovna okolja, se ne bojijo izzivov, novosti, ali da ne bi zmogli dela; bojijo se tega, da bi se na delovnem mestu dolgočasili. To posledično pomeni, da bi morala biti vsaka služba, vsako delovno mesto, ki naj bi bilo zanje atraktivno, tako, da se ne bi dolgočasili. Edini način, da se ne dolgočasio, pa je konstantno dogajanje sprememb. To za organizacije predstavlja zelo velik izziv: podjetja morajo ves čas spreminjati in preoblikovati delovna mesta, zaposleni morajo hitro napredovati (ne več na vsakih pet let, tri leta, ampak na šest mesecev). To predstavlja popolnoma drugačno dinamiko v podjetjih.

Današnja mladina je zelo raznolika, zato se njihove potrebe in želje razlikujejo. Delodajalci bodo morali namenjati vse več pozornosti mladim, slediti njihovim spremembam in posledično uvajati spremembe na delovnih mestih, če bodo hoteli obdržati mlade dolgočasno.

Zanimalo me je, ali je to res. Iz tega razloga sem se tudi sama odločila izpeljati raziskovalni del moje naloge v enem izmed podjetij, ki se ukvarjajo s trgovino na drobno, natančneje v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec, kjer sem zasledila dosti pripadnikov generacije Y. Izvedeti sem hotela predvsem, kaj so ključni elementi, ki pritegnejo mlade na delovna mesta, in kaj je tisto, kar jih odvrača.

2 RAZISKAVA O DELU Z GENERACIJO Y V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC

2.1 Izhodišča raziskave

2.1.1 Opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave

Med preučevanjem literature sem prišla do zaključka, da se generacija Y v dosti pogledih razlikuje od generacij pred njimi. Ob tem se mi je pojavilo vprašanje, kakšno pa je delo z generacijo Y. Ravno sedaj je ta generacija stara toliko, da se soočajo s prvimi zaposlitvami ali pa so v fazi menjave službe. Želim izvedeti, kako se na delovnih mestih občuti ta medgeneracijska različenost, ali predstavlja delo z mladimi težavo ali le kako obliko zabave, drugačnosti.

Namen moje raziskave ja pridobiti informacije o delu z generacijo Y. Opredelila sem tudi štiri pglavitne cilje moje raziskave:

- ugotoviti, kakšne so lastnosti pripadnikov generacije Y,
- ugotoviti, kakšno je delo z generacijo Y,
- ugotoviti ključne motivatorje in delovne vrednote pri zagotavljanju zadovoljstva generacije Y pri delu,
- ugotoviti, če držijo predhodno zastavljene hipoteze o delu z generacijo Y.

2.1.2 Raziskovalne hipoteze

Na podlagi prebrane literature in po lastni presoji sem izoblikovala štiri raziskovalne hipoteze. Nanašajo se predvsem na delo z generacijo Y in težave oziroma novosti, ki se pojavljajo pri delu z njimi.

Hipoteza 1: Starejše generacije menijo, da generacija Y obvlada informacijsko tehnologijo. To hipotezo sem oblikovala na podlagi medgeneracijskih razlik, ki zaznamujejo generacije. Le generacija Y je odraščala ob prisotnosti tehnologije. Internet jim je bolj stvaren kot svet, v katerem živijo (Sikirič, 2007). Tehnologija pa je v zadnjih letih zaznamovala svet. Zato starejši menijo, da so pripadniki generacije Y kompetentni pri delu s tehnologijo in so mnenja, da z njeno pomočjo lažje opravljajo delo.

Hipoteza 2: Generacijo Y pri delu zelo motivira možnost samostojnega dela in odločanja. Pri tej hipotezi sem si pomagala z izsledki raziskave (Brečko, 2005, str. 53), ki izpostavlja samostojno delo in odločanje kot ključni motivacijski element za pripadnike generacije Y.

Hipoteza 3: Generaciji Y je pri delu pomembna varnost in finančna stabilnost zaposlitve. To hipotezo sem oblikovala na podlagi osmih kariernih sider, ki jih je v svoji dvanajstletni longitudinalni študiji razvil Shein (1990). Četrto sidro je sidro varnosti in stabilnosti in prav mladi posamezniki iščejo dela, ki jim nudijo finančno stabilno in predvidljivo delovno okolje. Iz tega razloga sklepam, da je mladim varnost službe pomembna, saj so še vedno v fazi iskanja ali menjavanja službe. Veliko jim pomeni, da imajo redno službo, stabilni vir prihodka, ki jim omogoča ugodje v življenju in pridobivanje novih izkušenj. Najbolj pa je to izrazito v sedanjem obdobju recesije, saj je težko najti zaposlitev in redni prihodek.

Hipoteza 4: Generaciji Y je pri delu pomembna zabava.

Podpora za to hipotezo izvira iz tega, da mladi vseskozi hrepenijo po zabavi tako med prostim časom kot v službah. Služba mora biti zabavna, kar pa mnogi starejši vodilni in zaposleni v podjetju nikakor ne morejo razumeti (Sikirič, 2007).

2.2 Načrt raziskave

2.2.1 Metoda zbiranja podatkov

V raziskovalnem delu diplomske naloge sem se odločila za primarno zbiranje podatkov. Podatke sem pridobila na podlagi anketiranja. Odločila sem se za pisno anketo, pri čemer bodo populacijo sestavljali vsi zaposleni v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec in pripadniki generacije Y, ki bodo rešili le vprašnji 5 in 6 (glej *Prilogo 1*).

2.2.2 Sestavljanje in testiranje vprašalnika

Vprašalnik sestavljajo vprašanja, ki se navezujejo na tri dele. Prvi del sestavlja vprašanje, ki se nanaša na lastnosti današnje mladine. To vprašanje predstavlja nekak uvod, ki nakazuje drugačnosti generacije Y. Naslednji sklop vprašanj proučuje delo z generacijo Y, njihove prednosti in slabosti ter ključne dejavnike, ki privlačijo mlade na delo. Zadnji sklop vprašanj pa sestavljajo štiri demografska vprašanja. Vprašalnik je podan v Prilogi 1. Sestavljen je iz vprašanj zaprtega tipa.

Pri sestavljanju vprašalnika sem upoštevala več različnih dejavnikov in na podlagi tega skušala snovati vprašanja na način, pri katerem bi anketiranci odgovorili na vsa vprašanja in da bi jim le-ta bila razumljiva. Ob tem sem bila posebej pozorna na sledeče stvari:

- *dolžina vprašalnika*. Z dolžino sem hotela preprečiti, da bi anketiranec postal ob reševanju ankete utrujen ali bi se naveličal reševanja ankete.
- *razumljivost vprašanj*. Pozorna sem bila na to, da vprašanja niso bila kompleksna ali dvoumna, kar bi lahko zmedlo anketirance.

- *zaporedje vprašanj.* Vprašanja so si sledila v smiselnem vrstnem redu. Pričela sem z bolj splošnimi vprašanji o generacijah, sledila pa so konkretna vprašanja o generaciji Y in delu z njimi.

Po končanem sestavljanju vprašalnika sem testirala vprašalnik tako, da sem ga razdelila petim prijateljem, ki so ga rešili in podali svoje mnenje in predloge za izboljšavo. Na podlagi tega sem vprašalnik izboljšala.

2.2.3 Predstavitev izbranega podjetja in respondentov

V raziskavo sem zajela vse zaposlene v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec, zato bom na kratko predstavila Skupino Mercator.

Skupina Mercator predstavlja eno največjih in najuspešnejših trgovskih verig v jugovzhodni Evropi. V Sloveniji predstavlja vodilno trgovsko verigo in hkrati največje slovensko podjetje, ki se vseskozi uveljavlja na tujih trgih. Zaposleni v Mercatorju s strokovno storitvijo in nasmehom gradijo poosebljen odnos do ljudi, ki jim izkazujejo zaupanje in se radi vračajo k njim (http://www.mercator.si/o_mercatorju). Vizija podjetja Mercator »Biti vodilna trgovska veriga z živili in izdelki za dnevno rabo v gospodinjstvu (market program) v Jugovzhodni Evropi« je poglobitni strateški cilj Hipermarketa Mercator Slovenj Gradec in celotne Skupine Mercator; cilj je še predvsem ohraniti položaj vodilnega trgovca z izdelki za vsakdanjo rabo (Letno poročilo, 2007, str. 27–28).

Mercator center Slovenj Gradec je pričel obratovati 9. novembra 2000. Ob Hipermarketu Mercator posluje v sklopu trgovskega centra še 19 lokalov, kakor je zapisano na njihovi spletni strani (http://www.mercator.si/prodajna_mesta/mercator_centri/mc_slovenj_gradec). Delovanje Hipermarketa Mercator Slovenj Gradec je usmerjeno v zadovoljstvo njihovih potrošnikov. Obravnavajo jih kot posameznike s svojevrstnimi željami, pričakovanji, potrebami, izkušnjami in osebnostmi.

Raziskavo sem opravila v trgovini, kjer so anketirani pisno odgovarjali na zastavljen vprašalnik, ob morebitnih nejasnostih pa sem jim pomagala. Vprašanja 3 in 4 (glej Prilogo 1) sem ponudila tudi pripadnikom generacije Y. Njihove odgovore sem zbrala s pomočjo spletne strani www.surveymonkey.com. Ciljno populacijo sem v sodelovanje pri anketi povabila preko elektronske pošte in Facebook-a. Anketa je potekala med 21. 8. 2010 in 27. 8. 2010. Kot menijo Strauss, Frost (2001, str. 112) in Tavčar (2000, str. 49), so pomanjkljivosti pri spletnem anketiranju predvsem:

- težave z vzorčenjem,
- pristranskost zaradi samoizbire,
- identiteta udeležencev,
- neiskreni odgovori,
- večkratno sodelovanje in

➤ možne tehnične težave.

Velikost mojega vzorca je bila 126 enot (porabnikov), od tega je bilo 26 zaposlenih v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec, 100 anketiranih pa je bilo pripadnikov generacije Y. V vzorec sem zajela tudi pripadnike generacije Y, ki opravljajo študentsko delo v Mercatorju in predstavljajo generacijo Y.

2.3 Analiza podatkov

Zbrane podatke sem s pomočjo programa Microsoft Excel 2003 prenesla v programski paket SPSS 18.0, s katerim sem izračunala absolutne in relativne frekvence ter razne opisne statistike. Izračunane podatke sem nato prenesla v Microsoft Excel 2003, s pomočjo katerega sem izdelala tabele in grafe.

2.3.1 Opis vzorca

Vzorec je zajemal 126 enot. Anketirani se med seboj razlikujejo po starosti, spolu in izobrazbi. V anketi je sodelovalo več žensk kot moških. Od 126 anketiranih je vprašalnik izpolnilo 98 (77,8 %) žensk in 28 (22,2 %) moških, od tega je med 26 zaposlenimi bilo 18 (69,2 %) ženski in 8 (30,8 %) moških, med 100 pripadniki generacije Y pa 80 (80 %) žensk in 20 (20 %) moških.

Starost anketiranih je bila raznolika, razen pri pripadnikih generacije Y, pri katerih je bila postavljena starostna omejitev, ki je bila predpogoj za reševanje vprašalnika. Ti so torej vsi bili stari med 16 in 30 let, povprečna starost je bila 23 let. Pri anketnem vprašalniku, ki je bil sestavljen za anketiranje zaposlenih, sem zaradi raznolikosti v starosti oblikovala štiri starostne razrede. Največ anketiranih se je uvrstilo v razred od 30 do 39 let (42,3 %), sledil mu je razred od 40 do 49 let (38,5 %). Razred od 50 do 59 (11,5 %) je naslednji po zastopanosti, najslabše zastopan pa je bil razred od 20 do 29 let (7,7 %).

Naslednja demografska spremenljivka je bila stopnja končane izobrazbe. Vsi zaposleni (100 %) so imeli v času anketiranja dokončano poklicno ali srednjo šolo. Med pripadniki generacije Y je prav tako večina anketiranih imela v času anketiranja dokončano poklicno ali srednjo šolo (71 %). Sledijo jim tisti z dokončano visokošolsko ali univerzitetno izobrazbo (21 %) in tisti z osnovno šolo (11 %). Najslabše zastopane kategorije pa so višja šola (1 %) in magisterij (1 %). Noben anketiranec nima dokončanega doktorata.

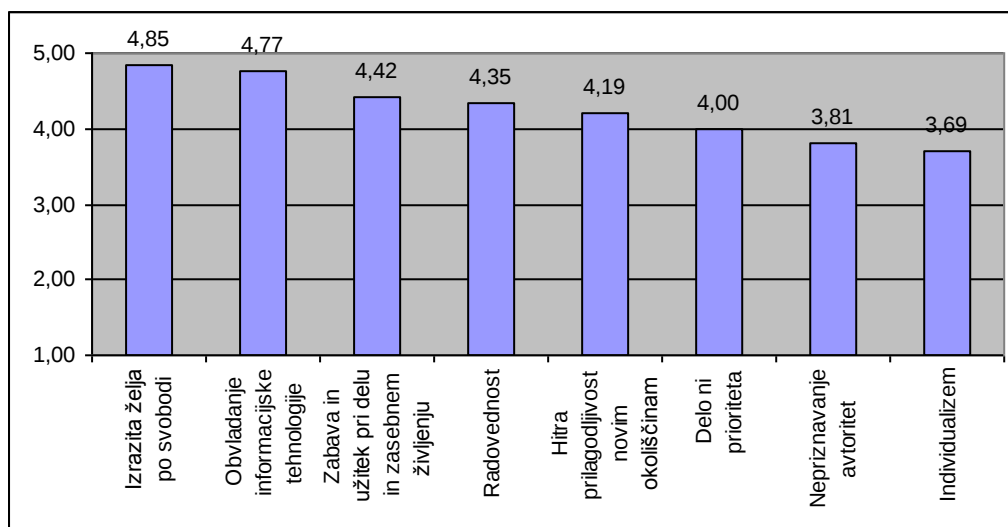
Zadnja demografska spremenljivka je preverjala oddelek dela, ki ga opravljajo zaposleni. Največ enot (26,9 %) opravlja delo na blagajni, v informacijah ali trafiki. Sledijo oddelki kruha in peciva, mesnice, delikatese ter skladišča in pijače (vsak po 11,5 %). Slabše zastopani so oddelki tekstila, kozmetike ter sadja in zelenjave (vsak 7,7 %) in oddelek mlečnih izdelkov (3,8 %).

2.3.2 Analiza lastnosti generacije Y

V nadaljevanju predstavljam rezultate, ki se nanašajo na vprašanje o lastnostih današnje generacije Y. S tem vprašanjem sem skušala ugotoviti, kako je mnenje pripadnikov starejših generacij o tem, kaj je za mlade bolj in kaj manj značilno.

Spodnji graf (Slika 1) prikazuje povprečna strinjanja vprašanih z navedenimi trditvami. Iz spodnjega grafa je razvidno, da so anketirani mnenja, da je za pripadnike generacije Y najbolj značilna izrazita želja po svobodi, saj je povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo 4,85. Po mnenju zaposlenih je tudi obvladanje informacijske tehnologije ena izmed značilnosti, ki je zelo tipična za generacijo Y, saj je povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo znašala 4,77. Kot značilnost, ki najmanj zaznamuje pripadnike Y-ov, pa so anketirani označili nepriznavanje avtoritet (3,81) in individualizem z najnižjo stopnjo strinjanja, in sicer s 3,69 v stopnjah strinjanja na lestvici od 1 do 5.

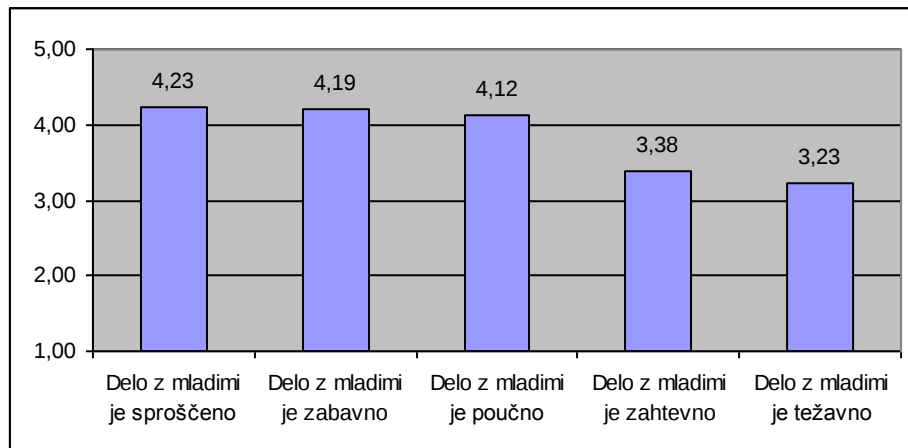
Slika 1: Prikaz aritmetičnih sredin za vprašanje o lastnostih generacije Y



2.3.3 Analiza vprašanj o značilnostih dela s pripadniki generacije Y

Sledila so vprašanja, ki se nanašajo na značilnosti pri delu s pripadniki generacije Y. S tem vprašanjem sem želela preveriti, kako je po mnenju zaposlenih delo z Y-i. Kot kažejo aritmetične sredine na Sliki 2, so se vprašani sorazmerno podobno strinjali s trditvami, da je delo z mladimi sproščeno, poučno in zabavno. S trditvijo, da je delo z mladimi sproščeno, so se vprašani najbolj strinjali, saj je povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo 4,23. Slika 2 prikazuje, da so se anketirani zelo strinjali tudi s trditvama, da je delo z mladimi zabavno in poučno, saj je povprečna vrednost strinjanja s trditvama 4,19 (zabavno) in 4,12 (poučno). Najmanj pa so se vprašani strinjali s trditvijo, da je delo z mladimi težavno, vendar je še vedno značilna trditev, saj je povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo 3,23.

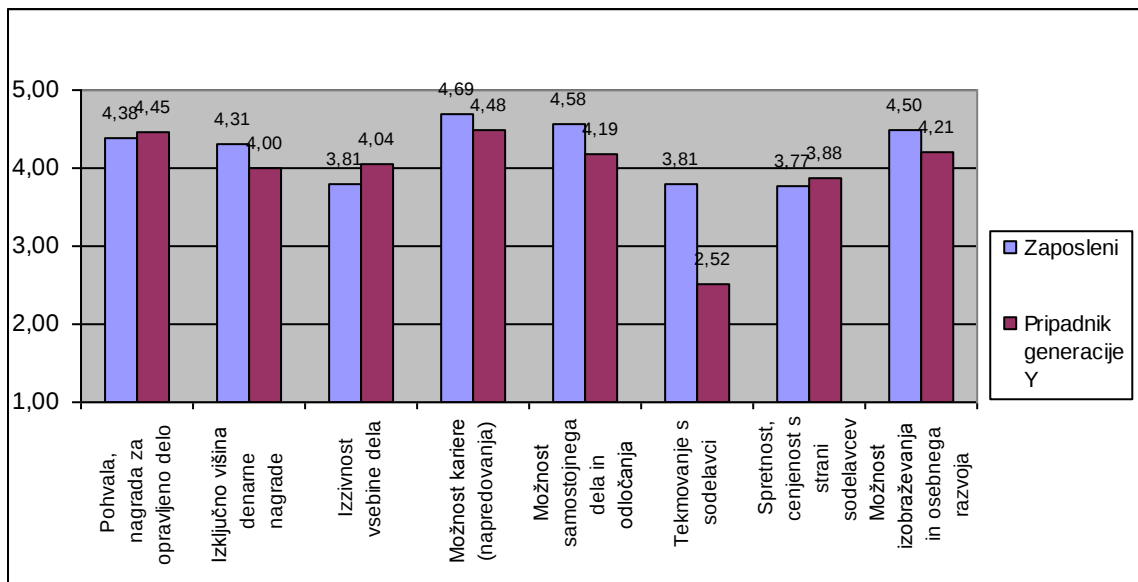
Slika 2: Prikaz aritmetičnih sredin za vprašanje o delu z generacijo Y



2.3.3.1 Glavni motivatorji za delo generacije Y

V nadaljevanju sem anketiranim postavila vprašanje, s katerim sem želela preveriti, kateri so glavni dejavniki, ki bolj ali manj motivirajo mlade pri delu. Vprašanje sem zastavila zaposlenim v Mercatorju Slovenj Gradec in pripadnikom generacije Y, saj sem želela ugotoviti razlike v mnenju anketiranih skupin.

Slika 3: Prikaz aritmetičnih sredin strinjanja s trditvami o dejavnikih motivacije pri delu z generacijo Y



Slika 3 prikazuje primerjavo aritmetičnih sredin strinjanja zaposlenih in pripadnikov generacije Y o dejavnikih motivacije generacije Y pri delu. Razvidno je, da so se tako zaposleni kot pripadniki generacije Y v največji meri strinjali s tem, da mlade pri delu najbolj

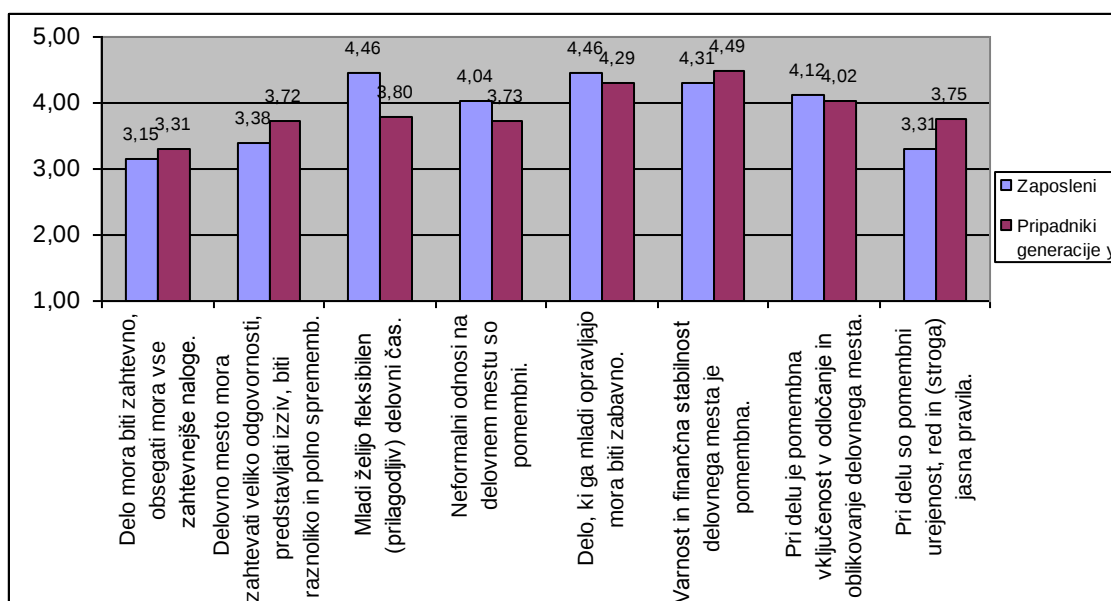
motivira *možnost kariere oziroma napredovanja*, saj so povprečne stopnje strinjanja s to trditvijo znašale 4,69 (zaposleni) in 4,48 (generacija Y). Obe skupini vprašanih sta se tudi podobno in v veliki meri strinjali s trditvami, da generacijo Y pri delu pozitivno motivirajo *pohvale in nagrade za opravljeno delo, možnost izobraževanja in osebnega razvoja na delovnem mestu in izključno višina denarne nagrade*. Podobno sta obe skupini anketiranih označili tudi dejavnik *izzivnosti vsebine dela*, saj sta povprečni stopnji strinjanja s to trditvijo znašali 3,81 (zaposleni) in 4,04 (generacija Y). Manjše strinjanje pa je bilo zaznati pri motivacijskem dejavniku *spretnosti in cenjenosti s strani sodelavcev*, saj je povprečna stopnja strinjanja zaposlenih s tem dejavnikom znašala 3,77, generacije Y pa malo več, in sicer 3,88.

Razlikovanja v strinjanju z dejavniki motivacije med zaposlenimi in generacijo Y pa je bilo zaznati pri dejavniki *samostojnega dela in odločanja, možnosti izobraževanja in osebnega razvoja in tekmovanja s sodelavci*. Pri slednjem je bilo zaznati največje razlikovanje med skupinami anketiranih, saj so zaposleni mnenja, da generacijo Y pri delu dokaj dobro motivira tekmovanje s sodelavci, pri tem ko so pripadniki generacije Y mnenja, da tekmovanje s sodelavci ne vpliva dosti na motivacijo pri delu. Povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo za skupino zaposlenih znaša 3,81, pri pripadnikih generacije Y pa 2,52. Dejavniki *možnosti samostojnega dela in določanja* sta obe skupini anketiranih označili za značilne oziroma zelo značilne. Razlikovanje je bilo zaznati v tem, da so se zaposleni bolj strinjali s tem dejavnikom kot pripadniki generacije Y, saj je 61,5 % zaposlenih mnenja, da mlade pri delu zelo motivira možnost samostojnega dela in odločanja, povprečna stopnja strinjanja pa je 4,58. Pripadniki generacije Y pa so svoje strinjanje s trditvijo o možnosti samostojnega dela in odločanja označili s povprečno vrednostjo strinjanja 4,19, kar označuje, da je dejavnik zanje značilen. Tudi pri dejavniku *možnosti izobraževanja in osebnega razvoja*, so se mnenja anketiranih skupin malo razlikovala. Tudi v tem primeru je skupina zaposlenih mnenja, da možnost izobraževanja in osebnega razvoja dobro motivira generacijo Y pri delu, saj je povprečna stopnja strinjanja s tem dejavnikom znašala 4,50, po mnenju pripadnikov generacije Y pa 4,21.

2.3.3.2 Stališča o delu

Naslednje vprašanje, ki sem ga zastavila anketiranim, se je nanašalo na značilnosti pri delu z generacijo Y. S tem vprašanjem sem hotela izvedeti, kateri so po mnenju zaposlenih in generacije Y tisti dejavniki, ki pritegnejo Y-e k delu oziroma kako mora biti delo, da je mladim zanimivo. Tudi to vprašanje sem zastavila zaposlenim v Mercatorju in pripadnikom generacije Y. Spodnja slika prikazuje povprečna strinjanja vprašanih s trditvami.

Slika 4: Prikaz aritmetičnih sredin strinjanja s trditvami o značilnostih dela z generacijo Y



Kot kaže Slika 4, sta se obe skupini anketiranih, tako zaposleni kot pripadniki generacije Y, v največji meri strinjali s trditvijo, da je generaciji Y pri delu najbolj pomembna *varnost in finančna stabilnost delovnega mesta*. Povprečni stopnji strinjanja s to trditvijo sta bili 4,49 (generacija Y) in 4,31 (zaposleni). Med pomembno oziroma zelo značilno trditev sta prav tako obe skupini anketiranih uvrstili trditev, ki pravi, da mora biti *delo, ki ga opravlja generacija Y, zabavno*. Povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo je bila pri skupini zaposlenih 4,46, pri pripadnikih generacije Y pa 4,29. Obe skupini anketiranih sta podobnega mnenja tudi pri trditvi, da je *generaciji Y pri delu pomembna vključenost v odločanje in oblikovanje delovnega mesta*, saj sta obe označili to trditev za značilno (zaposleni – 4,12, generacija Y – 4,02) za generacijo Y. Podobno velja tudi za trditev o tem, da so mladim na *delovnem mestu pomembni neformalni odnosi*, saj sta povprečni stopnji strinjanja s to trditvijo bili 4,04 (skupina zaposlenih) in 3,73 (generacija Y). S trditvijo, da mora *delovno mesto zahtevati veliko odgovornosti, predstavljati izziv, biti raznoliko in polno sprememb*, se pripadniki generacije Y bolj strinjajo kot skupina zaposlenih, saj je povprečna stopnja strinjanja generacije Y s to trditvijo 3,72, pri skupini zaposlenih pa 3,38. Anketirani se v primerjavi z ostalimi trditvami najmanj strinjajo s trditvijo, da *mora delo biti zahtevno in obsegati vse zahtevnejše naloge*, vendar so to trditev oboji označili, da niti ni značilna niti je značilna, anketirani pa so se v povprečju strinjali s 3,15 (zaposleni) in 3,31 (generacija Y). Pri vseh teh trditvah je bilo opaziti podobno strinjanje obeh skupin anketiranih, kar je presenetljivo. Razhajanja mnenj je bilo zaznati le pri dveh trditvah, in sicer, da si *generacija Y želi pri delu fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas* in da so jim *pri delu pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila*.

Za pripadnike generacije Y značilno, da želijo pri delu čim več fleksibilnosti, vendar pa to glede na rezultate ankete niti ni tako značilno, saj so se pripadniki generacije Y v povprečju

3,80 strinjali s to trditvijo, pri tem, ko je znašala stopnja strinjanja zaposlenih s to trditvijo 4,46; kar pomeni, da se zaposleni v večji meri strinjajo s to trditvijo kot generacija Y sama. Podobno je bilo opaziti tudi pri trditvi, da so Y-om pri delu pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila. Pri tej trditvi je tudi prišlo do razhajanj med skupinami vprašanih. Generacija Y je mnenja, da so pri delu pomembni red in stroga pravila, in so se v povprečju strinjali s to trditvijo 3,75, kar je več kot pri skupini zaposlenih, ki so se v povprečju strinjali s 3,31.

2.3.4 Preverjanje postavljenih hipotez

Prvo hipotezo sem preverila s pomočjo T-testa za eno skupino, testna vrednost pa je bila 3. Na podlagi stopnje značilnosti ($p = ,000$) lahko zavrnem ničelno hipotezo in trdim, da starejše generacije menijo, da mladi obvladujejo informacijsko tehnologijo. Večina anketiranih (83,3 %) (*Priloga 5, Tabela 8*) je mnenja, da je obvladovanje informacijske tehnologije za mlade zelo značilno. Trije vprašani (12,5 %) so mnenja, da je navedena trditev za mlade bolj značilna, en anketiranec (4,2 %) pa navaja, da je trditev značilna. Povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo je bila 4,79, modus in mediana pa sta bila oba 5.

Analiza druge hipoteze (*T-test*) kaže, da je na podlagi nizke stopnje značilnosti ($p = ,000$) smiselno zavreči ničelno hipotezo (*Priloga 5, Tabela 10*). Pri tem dejstvu lahko trdim, da generacijo Y pri delu zelo motivira možnost samostojnega dela in odločanja. Povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo je bila 4,27, modus je bil 5, mediana pa je bila 4,56 anketiranih (44,4 %) je mnenja, da pripadnike generacije Y možnost samostojnega dela zelo motivira, 53 vprašanih (42,1 %) pa je mnenja, da samostojno delo mlade dobro motivira. Pet anketiranih (4,0 %) je mnenja, da mlade samostojno delo in odločanje ne motivira.

Tudi tretjo hipotezo sem preverila s T-testom (*Priloga 5, Tabela 13*), katere analiza kaže, da je na podlagi nizke stopnje značilnosti ($p = ,000$) smiselno zavreči ničelno hipotezo in trditi, da je generaciji Y je pri delu pomembna varnost in finančna stabilnost zaposlitve. Kar 66 (52,4 %) od 126 vprašanih (*Priloga 5, Tabela 14*) je mnenja, da je generaciji Y pri delu zelo pomembna varnost in finančna stabilnost delovnega mesta. 42,1 % vprašanih je mnenja, da je varnost mladim pomembna, dva anketirana (1,6 %) pa sta mnenja, da generaciji Y varnost in finančna stabilnost delovnega mesta nista pomembna. Modus in mediana sta pri tej trditvi znašali 5. Povprečna stopnja strinjanja s trditvijo pa je bila 4,45.

Analiza četrte hipoteze kaže (*Priloga 5, Tabela 16*), da lahko pri zanemarljivi stopnji tveganja zavrnem ničelno hipotezo in trdim, da je generaciji Y je pri delu pomembna zabava. Več kot 90 % anketiranih je to trditev označilo kot pomembno (45,2 %) in zelo pomembno (45,2 %). Devet vprašanih (7,1 %) (*Priloga 5, Tabela 17*) je mnenja, da generaciji Y zabava niti ni in niti je pomembna. Eden (0,8 %) izmed anketiranih pa je mnenja da generaciji Y zabava pri delu sploh ni pomembna. Povprečna stopnja strinjanja s to trditvijo je 4,33, modus je 4 ali 5, mediana znaša 4.

3 DISKUSIJA

3.1 Ključne ugotovitve

Preučevanje dela z generacijo Y me je vodilo do zanimivih ugotovitev. Dosti značilnosti generacije Y, ki sem jih preučila skozi literaturo, se je skozi rezultate ankete pokrivalo, pojavljala pa so se tudi odstopanja. Po mnenju skupine zaposlenih je za pripadnike generacije Y najbolj značilna izrazita želja po svobodi in obvladanje informacijske tehnologije, individualizem pa je tista lastnost, za katero so zaposleni mnenja, da je najmanj značilna za pripadnike generacije Y. Do podobnih zaključkov sem tudi sama prišla med preučevanjem obstoječe literature, saj je za generacijo Y značilno, da je zanje svoboda ključnega pomena, informacijska tehnologije jih obdaja že od samega rojstva, individualizem pa zanje ni značilen, ker so se skozi celo življenje lahko upirali na starše, ki so jim vseskozi nudili oporo. Tako tudi pri delu vedno iščejo oporo, mentorstvo in pomoč.

Pri značilnostih dela s pripadniki generacije Y so zaposleni v Mercatorju Slovenj Gradec večinskega mnenja, da je delo z generacijo Y sproščeno, saj svoja mišljenja izražajo večinoma brez zadržkov, pri delu so sproščeni in si delo naredijo tako, da jim ni dolgočasno. V veliki meri so se strinjali tudi s trditvijo, da je delo z generacijo Y zabavno, saj delo zelo povezujejo z zabavo. Obe značilnosti, ki so ju zaposleni označili za značilne, sem tudi sama ugotovila s preučevanjem literature. Generacija Y delo v veliki meri povezuje z zabavo, zabave si želijo tako na delovnem mestu kot v zasebnem življenju, sprostitev pa iščejo v vsakdanjih stvareh, tudi v delu. Zaposleni so se najmanj strinjali s trditvijo, ki pravi, da je delo z generacijo Y težavno, kajti težko je uskladiti njihove želje in zahteve s pričakovani zaposlenih. Ta ugotovitev se mi zdi zanimiva, saj večina literature izpostavlja problematiko in težavnost dela s pripadniki generacije Y, zaposleni v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec pa so mnenja, da delo z generacijo Y niti ni težavno, pač pa delo z mladino dojemajo kot kake vrste sprostitev in zabavo.

Pri vprašanju, kaj so ključni dejavniki motivacije za delo generacije Y, sem primerjala mnenja zaposlenih in pripadnikov generacije Y. Zanimivo je, da je večja razlikovanja v mnenjih zaposlenih in pripadnikov generacije Y bilo zaznati le pri dejavniki možnosti samostojnega dela in odločanja, možnost izobraževanja in osebnega razvoja na delovnem mestu in pri tekmovanju s sodelavci. Dejavniki motivacije generacije Y preko možnosti samostojnega dela in odločanja je bil dejavnik, ki ga je skupina zaposlenih uvrstila med zelo značilno lastnost, skupina generacije Y pa bolj med značilno kot zelo značilno lastnost pripadnikov generacije Y. Dejavniki tekmovanja s sodelavci so pripadniki generacije Y označili za najmanj značilen dejavnik, saj so mnenja, da tekmovanje s sodelavci ne vpliva pozitivno na njihovo motivacijo pri delu. Zanimivo pa je, da je skupina zaposlenih prav nasprotnega mnenja, saj so prepričani, da generacijo Y motivira tekmovanje s sodelavci. Do razlik pri tem dejavniku je po mojem mnenju prišlo zaradi drugačnih vrednot, ki jih imata skupini anketiranih pri delu. Pripadnikom starejših generacij delo in redna služba pomeni veliko, dostikrat vse. Mnogi so v istih službah

že odkar so se zaposlili in prav iz tega razloga lahko sklepam, da je tekmovalnost s sodelavci zanje predstavljala dobro motivacijo za delo, saj so za napredovanja morali biti konkurenčno boljši od sodelavcev, ki so isto dolgo na podobnih delovnih mestih. Nasploh pa jih je tekmovalnost tudi ključno motivirala, da je delo bilo bolje opravljeno, saj je to pomenilo konkurenčno prednost pred sodelavci. Pripadniki starejših generacij so ravno zaradi svojih navad in načina dela sklepali, da tudi generacijo Y motivira tekmovanje s sodelavci. Za generacijo Y pa se je pokazalo ravno obratno, saj so le-ti mnenja, da jim tekmovanje s sodelavci ne prinaša motivacije za delo. Mislim, da je to ravno zaradi tega, ker so mladi dosti bolj fleksibilni in predvsem samosvoji. Predvsem se mi zdi, da delo ne jemljejo tako resno kot starejše generacije, saj jim menjava delovnega mesta ravno ne predstavlja neke težave. Delo pa jemljejo v veliki meri le kot vir dohodka za ugodnejše življenje. Zdi se mi, da se raje soočajo z novimi izzivi, kot pa da bi se ubadali s tekmovalnostjo s sodelavci, saj jih večinoma dojemajo kot prijatelje.

Čeprav je razlikovanje med skupinami anketiranih bilo zaznati tudi pri dejavniku motivacije, ki pravi, da generacijo Y pri delu motivira tudi možnost izobraževanja in osebnega razvoja, sta obe skupini označili ta dejavnik kot bolj značilen za pripadnike generacije Y. Zaposleni so se v večji meri strinjali s to trditvijo kot posamezniki iz generacije Y. Po mnenju obeh skupin vprašanih pa je dejavnik, ki pri delu najbolj motivira generacijo Y, možnost kariere oziroma napredovanja. Obe skupini anketiranih sta ta dejavnik označili za najbolj značilen izmed vseh ostalih dejavnikov. Tudi pri preučevanju literature sem prišla do podobnih spoznanj glede motivacije preko napredovanja in možnosti kariere, saj je za pripadnike generacije Y značilno, da jim pri delu veliko pomeni napredovanje in razvijanje lastne kariere, saj jim to nudi dodatno motivacijo za delo. Zanimivo je prav to, da bo večina v delo vložila veliko truda, le da se bodo v kratkem času kazali rezultati v obliki napredovanja, nagrajevanja in podobno. V veliko primerih se zgodi, da pripadniki generacije Y kljub trudu in uspešnosti pri opravljanju dela menjajo delovno mesto, če jim prejšnje ne ponuja možnosti napredovanja in ustvarjanja kariere. Prav tako so Y-i zelo zavzeti za pohvale in nagrade za opravljeno delo. Pri analizi ankete sem ugotovila, da so tako zaposleni kot tudi generacija Y mnenja, da je za pripadnike Y pohvala ali nagrada za dobro opravljeno delo zelo dobra motivacija za delo. Tudi obstoječa literatura potrjuje isto, kajti pripadniki Y-ov so zelo zavzeti za pohvale in nagrade nadrejenih. Pravzaprav jim pohvale in nagrade nudijo veliko dodatne motivacije za naprej.

Tudi pri ugotavljanju značilnosti dela z generacijo Y sem pri analizi rezultatov ankete prišla do zanimivih spoznanj. Razlikovanja v mnenjih zaposlenih in pripadnikov generacije Y so se pojavila le pri trditvah, da pripadniki generacije Y želijo fleksibilen oziroma prilagodljiv delovni čas in da so jim pri delu pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila, kar je presenetljivo, saj je bilo na podlagi različnih generacij na delovnem mestu pričakovati razhajanja tudi pri drugih trditvah. Presenetljivo je to, da so se pripadniki generacije Y v večji meri strinjali s trditvijo, da so generaciji Y pri delu pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila, kot pa skupina zaposlenih, čeprav je bilo pričakovati prav nasprotno. Red, (stroga)

jasna pravila in urejenost bolj zaznamujejo delavce, ki so pripadniki starejših generacij, za generacijo Y naj bi bilo pomembno vse prej kot urejenost, red in stroga pravila, vendar so rezultati ankete pokazali prav nasprotno. Zanimiva je bila tudi ugotovitev, da se zaposleni bolj strinjajo s trditvijo, da mladi želijo fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas, kot pripadniki generacije Y, za katere je prav to zelo značilno. Po mnenju pripadnikov generacije Y fleksibilnost delovnega časa niti ni in hkrati je pomembna, zaposleni pa so mnenja da je fleksibilnost delovnega časa za Y-e zelo pomembna.

Pri vseh ostalih trditvah o delu z generacijo Y je bilo med skupinami anketiranih opaziti podobna strinjanja, saj očitnih razlik ni bilo opaziti, kar je precej presenetljivo, saj sem predpostavljala, da bodo razhajanja v mnenju skupin anketiranih večja. Obe skupini anketiranih sta mnenja, da je generaciji Y pri delu zelo pomembna varnost in finančna stabilnost delovnega mesta in zabava na delovnem mestu oziroma delo, ki bo zabavno.

Povzetek ugotovitev:

- Več kot dve tretjini pripadnikov starejših generacij je mnenja, je za mlade najbolj značilna izrazita želja po svobodi in obvladovanje informacijske tehnologije.
- Skoraj polovica anketiranih je mnenja, da delo z mladimi niti ni niti je težavno.
- Več kot tretjina anketiranih je mnenja, da je delo z mladimi sproščeno, zabavno in poučno.
- Skoraj 95 % vprašanih je mnenja, da je pripadnikom generacije Y zelo pomembna varnost in finančna stabilnost delovnega mesta.
- Več kot 90 % anketiranih je mnenja, da je pripadnikom generacije Y pomembno, da je delo, ki ga opravljajo zabavno.
- Skoraj polovica anketiranih je mnenja, da pripadnike generacije Y pri delu ne motivira tekmovanje s sodelavci.
- Več kot 90 % vprašanih je mnenja, da mlade pri delu dobro motivira pohvala ali nagrada za opravljeno delo in možnost napredovanja (kariere).
- Več kot dve tretjini vprašanih navaja, da mlade pri delu motivira možnost samostojnega dela in odločanja.

3.2 Priporočila za prakso

Med diplomsko nalogo sem prišla do spoznanja, da so si generacije na delovnih mestih kljub medsebojni različnosti zelo podobne in lahko medsebojno delujejo tudi brez večjih težav. Generacija Y še vedno predstavlja neznanko, vendar večina njihovih lastnosti izhaja prav iz njihovega načina življenja, tako kot je to značilno za vse ostale generacije. Mislim, da bi podjetja morala dajati poudarek tudi na dvosmerno komunikacijo med starejšimi in mlajšimi generacijami in jih načrtno vključevati v skupne projekte. Vse več bi se moralo uvajati tudi mentorstvo, saj bi to dobro vplivalo na sodelovanje med starejšo in mlajšo generacijo. Generacija Y potrebuje pri delu konstantne informacije, nenehno povprašujejo o vsem, in ravno zaradi tega je mentorstvo dober način k vzpostavitvi dobrih odnosov in sodelovanja

generacijsko različne delovne sile. Starejše generacije bi tako dobile novo pomembno vlogo v delovnem procesu, pripadniki mlajših generacij pa bi imeli mentorja, ki bi jih usmerjal in vodil pri delu ter jim ponujal znanje. Vsekakor pa morajo vsa podjetja čim več pozornosti namenjati mlajši delovni sili, katere lastnosti še niso popolnoma izoblikovane, in poskušati prilagajati delovne procese tako, da bo zadovoljstvo in medsebojno sodelovanje vseh zaposlenih čim večje. Sama namreč podpiram mišljenje, da so dobri medsebojni odnosi in prijetno delovno okolje ključnega pomena za dobro počutje vsakega posameznika na kateremkoli delovnem mestu.

Podjetja bi morala delovne procese urediti tako, da bi talentirani posamezniki imeli možnost hitrejšega razvoja in napredovanja, in ne stagniranja na preživetih delovnih mestih. S tem bi določenim posameznikom dajali možnost razvoja in posledično večje učinkovitosti, produktivnosti predvsem pa motivacije, saj je za Y-e zelo značilno, da se hitro dolgočasijo, če je delo monotono. Podjetja bi morala prenoviti in osvežiti sisteme nagrajevanja, saj so pripadniki generacije Y zelo zavzeti za nagrade in pohvale. Y-om predstavljajo nagrade in pohvale zelo dobro motivacijo za delo. Predvsem so zelo veseli, če jih izpostavite in javno pohvalite, saj zanje skupinske nagrade in pohvale ne pomenijo kaj dosti v primerjavi z individualno pohvalo. Dejstvo je da generacija Y teži k različnosti in ne več k enakosti, kot je to značilno za pripadnike starejših generacij.

3.3 Vrednotenje dela in priporočila za nadaljnje raziskovanje

Značilnosti generacije Y še vedno ostajajo neznanka. Nekakšni stereotipi so že sicer izoblikovani, vendar njihove lastnosti še vedno niso dodobra preučene in mnoga podjetja še vedno ne vedo kako se spopasti s problematiko generacijskih razlik. Tu bi izpostavila pglavitno prednost mojega dela in preučevanja generacije Y. Diplomaska naloga posega na področje, ki še vedno predstavlja uganko, predvsem pa zadeva tematiko, ki bo še vrsto let glavna tema vseh podjetij, ki bodo hotela vzpostavljati dobre medsebojne odnose med zaposlenimi in predvsem dobro sodelovati z mlajšim kadrom, ki vstopa v zaposlitvene kroge. Naloga in lastna raziskava podaja nekaj koristnih napotkov, kaj je pripadnikom generacije Y všeč, kaj jih pri delu motivira in kaj ne, predvsem izpostavlja dejavnike, ki privlačijo mlade na delovna mesta. Podaja pa tudi nekaj koristnih predlogov kako prilagoditi delovna okolja, tako, da bodo prijaznejša do najmlajše delovne sile.

Kot šibko stran diplomske naloge vidim predvsem to, da večina literature in člankov navaja značilnosti ameriških pripadnikov generacije Y in predstavlja stereotipe Y-ov na podlagi Američanov in ravno iz tega razloga sklepam, da je večina teh značilnosti prevzeta iz tuje literature, saj v Sloveniji še vedno ni bilo dosti raziskav, na to temo. Zato je težko trditi, da vse te lastnosti označujejo tudi posameznike Y-ov v Sloveniji. Hkrati pa v tem vidim tudi prednost naloge, saj sem v njej izdelala lastno raziskavo, ki je podala dejanske ugotovitve o tem kako je glede Y pri nas, kaj jih motivira pri delu, predvsem pa kaj jih privlači na delovna mesta.

Prepričana sem, da bo vse več podjetij dajalo poudarek na vzpostavitvi dobrih medsebojnih odnosov med zaposlenimi. V prihodnje bi morale vse več raziskav, seminarjev in študij biti namenjenih tematiki dela z generacijo Y, saj so ravno ti zaradi te svoje »drugačnosti« prinesli spremembe v delovna okolja. Sama sem mnenja, da so prav te spremembe ključnega pomena za podjetja, saj mora vsako podjetje vedno znova spremljati in uvajati spremembe, novosti v delovne procese. Mislim, da bi bilo na tem področju smiselno raziskovati in preučevati kakšno bo delo z generacijo Y v prihodnje in kakšen način dela bo prinesel največje zadovoljstvo za pripadnike generacije Y.

SKLEP

V današnjem času je na delovnih mestih opaziti pripadnike različnih generacij, od pripadnikov povojnih generacij pa vse do pripadnikov internetne generacije. Značilnosti posameznih generacij so se oblikovale na podlagi družbenih vrednot in življenskih okoliščin, v katerih so posamezniki odraščali. Za vsako generacijo so značilne drugačne lastnosti, saj se je vsaka generacija oblikovala v drugačnem obdobju in nekako negirala predhodno generacijo. Razlike med generacijami Veteranov, Otrok Blaginje in generacijo X niso tako očitne, kot je te opaziti pri vstopu generacije Y na delovna mesta. Generacijo Y predstavljajo posamezniki, ki so od rojstva obdani s tehnologijo, računalniki, internetom, mobilnimi telefoni in jih vseskozi spremlja hiter način življenja. Na delo in službo gledajo le kot na vir dohodka za ugodno življenje in ga v veliki meri povezujejo z zabavo. Zaradi njihove drugačnosti, posebnosti mnogokrat nastajajo medgeneracijski konflikti in nesporazumi na delovnih mestih. Vse več delodajalcev se sooča s to problematiko in ji namenja vse več pozornosti.

V empiričnem delu diplomske naloge sem izpeljala anketo, v kateri sem zaposlene v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec spraševala po njihovem mnenju o delu z generacijo Y. Skozi analizo raziskave sem ugotovila, da so zaposleni mnenja, da je delo z generacijo Y sproščeno, zabavno, še najmanj pa težavno. Predpostavljajo, da generacija Y obvladuje informacijsko tehnologijo, svoboda pa je zanje ključnega pomena. Pri delu so po njihovem mnenju zelo dovzetni za pohvale nadrejenih, predvsem pa so mnenja, da generacijo Y pri delu najbolj motivira možnost kariere oziroma napredovanja, kar je tudi po mnenju pripadnikov generacije Y zelo spodbudni dejavnik motivacije.

Pri raziskavi sem ugotovila tudi, da je generaciji Y je na delovnih mestih zelo pomembna varnost in finančna stabilnost, saj je vse več visoko izobraženih mladih brez službe. Pripadniki generacije Y se torej zavedajo pomena zaposlitve in varnosti, ki ga daje stabilno delovno mesto. Čeprav službe veliki meri povezujejo z zabavo, kar sem ugotovila in potrdila tudi med raziskavo, in jo jemljejo dostikrat neresno, kljub vsemu radi delajo, se učijo česa novega. Zavedajo pa se tudi, da jim službe dajejo mnoge izkušnje, ki se jih učijo od pripadnikov starejših generacij.

Vse zastavljene hipoteze sem potrdila z rezultati raziskave. Torej lahko trdim, da starejše generacije menijo, da mladi obvladujejo informacijsko tehnologijo; generacijo Y pri delu zelo motivira možnost samostojnega dela in odločanja; generaciji Y je pri delu pomembna varnost in finančna stabilnost zaposlitve ter generaciji Y je pri delu pomembna zabava.

Prepričana sem, da bo v prihodnje vse več študij, ki bodo namenjene raziskavam o medsebojnih odnosih različnih generacij na delovnih mestih. Generacija Y je tako nekako porušila ustaljene vzorce dela, ki so jih bili ljudje vajeni v organizacijah. Vsekakor pa se mi zdi, da so spremembe vedno znova dobrodošle, saj se le tako dejansko vedno znova v organizacijah kaj dogaja, dinamika se spreminja, vpeljujejo se novosti in razvoj podjetja.

LITERATURA IN VIRI

1. Barlet, M. (2005). Generation X? So old school. The emphasis now is on the »Millenials«. *The Credit Union journal*, 9(18), 14.
2. Brečko, D. (2005). Generacijske razlike na delovnem mestu: Rezultati raziskave s komentarjem. *HRM*, 3(10), 48 – 55.
3. Brežigar, S. (2009, 24. april). *Polnočni klub: Generacija Y*. Najdeno 8. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.rtvsl.si/odprtikop/polnocni_klub/generacija-y/
4. Carolin, A., Martin, Ph.D. & Tulgan, B. (2001). *Managing Generation Y: Global Citizens Born In The Late Seventies and Early Eighties*. Amherst: HRD Press.
5. Černoga, M. (2007, 9. oktober). Čakanje na »penzijo« je preteklost. *Dnevnik*. Najdeno 26. oktobra 2009 na spletnem naslovu http://cm.dnevnik.si/tiskane_izdaje/nedeljski/273812
6. Diplomanti višjih strokovnih šol in visokošolskih zavodov, Slovenija, 2009 – končni podatki (2010, 11. junij). Najdeno 10. septembra 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3199
7. *Generacija X + Y = uspeh*. (2009, 8. maj). Najdeno na spletnem naslovu <http://www.pozitivke.net/article.php/Medgeneracijski-Odnosi-Sluzba-Delovno-Me>
8. *Generacija Y*. Najdeno 26. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://bonbon.blog.siol.net/2007/07/07/generacija-y/>
9. Hart, J. (2008, 22. november). Understanding today's learner. Centre for Learning & Performance Technologies. Najdeno 15. oktobra 2009 na spletnem naslovu <http://c4lpt.co.uk/socialmedia/understandinglearners.pdf>
10. Henigman, U. (2008, 25.–26. september). V poslovni svet prihaja generacija »Y«! Smo pripravljeni na izziv?. *Portal Victoria*. Najdeno 25. februarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.victoria.si/?mod=aktualno&action=viewOne&ID=4296>
11. Knehtl, M. (2008, 01. avgust). Generacija X ljubi prosti čas, Y-i obvladajo tehnologijo. *Njena*. Najdeno 25. februarja 2009 na spletnem naslovu http://www.njena.si/kariera/priloznosti/generacija_x_ljubi_prosti_cas_y-i_obvladajo_tehnologijo/menu_id_93.html
12. Kuljić, T. (2007, 22. februar). "Problem generacija«: nastanak, sadržaj i aktuelnost ogleda Karla Manhajma. Najdeno 18. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.komunikacija.org.rs/komunikacija/casopisi/sociologija/XLIX_3/03/show_download?stdlang=dk
13. Lipkin, N. in Perrymore, A. (2009). *Y in the Workplace: Managing the »Me first« Generation*. U.S.A: Carrer Press.
14. Mejniki v razvoju. Najdeno 27. novembra 2009 na spletnem naslovu http://www.mercator.si/o_mercatorju/mejniki_v_razvoju
15. Mercator center Slovenj Gradec. Najdeno 6. decembra 2009 na spletnem naslovu http://www.mercator.si/prodajna_mesta/mercator_centri/mc_slovenj_gradec
16. Novak, M. (2005). Kako sodelovati z generacijo Y. *Manager +*, str. 36 –37.

17. Prebivalstvena piramida, Slovenija (2009, 24. april). Najdeno 10. septembra 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2299
18. Schein, Edgar, H. (1990). *Career anchors Discovering your real values*. San Diego California: University Associates, Inc.
19. Sikirič, V. (2007, 28. avgust). Samo dolgčasa ne za generacijo Y. *Moje delo revija*. Najdeno 24. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.revija.mojedelo.com/hr/samo-dolgCasa-ne-za-generacijo-y-440.aspx>
20. Ste pripravljeni na generacijo Y? (2008). *Mifs*. Najdeno 13. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.mifs.si/Slo/index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=2
21. Strategija poslovanja Skupine Mercator (2008). Letno poročilo.
22. Strateške usmeritve (2008). Letno poročilo, str. 31. Najdeno 2. februarja 2010 na spletnem naslovu http://www.mercator.si/_files/28845/letno_porocilo_2007.pdf
23. Šubic, P. (2004). Osem porabniških trendov generacija 20+. *Manager* +, str. 48–51.
24. Turk, D. (2005, 27. december). *Vsi drugačni, vsi enakopravni? Moje delo revija*. Najdeno 23. januarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.revija.mojedelo.com/hr/vsi-drugacni-vsi-enakopravni-452.aspx>
25. Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2000). *Generations at work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers and Nexters in your Workplace*. New York: Amacom.
26. What's in a Generation? (2005, januar). *Teller Vision*, 1329, str. 3.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: VPRAŠALNIK ZA RAZISKAVO ZA ZAPOSLENE V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC	2
PRILOGA 1: VPRAŠALNIK ZA RAZISKAVO ZA ZAPOSLENE V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC	2
PRILOGA 2: VPRAŠALNIK ZA RAZISKAVO ZA PRIPADNIKE GENERACIJE Y	7
PRILOGA 3: PRIKAZ IZPISA T-TESTA ZA NEODVISNA VZORCA (PRIMERJAVA MNENJ ZAPOSLENIH V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC IN PRIPADNIKI GENERACIJE Y)	9
PRILOGA 4: PRIKAZ IZPISA T-TESTA ZA NEODVISNA VZORCA (PRIMERJAVA MNENJ ZAPOSLENIH V HIPERMARKETU MERCATOR SLOVENJ GRADEC IN PRIPADNIKI GENERACIJE Y)	11
PRILOGA 5: PRIKAZ TABEL STATISTIČNEGA PREVERJANJA HIPOTEZ S PROGRAMOM SPSS	13
PRILOGA 6: DOVOLJENJE HIPERMARKETA MERCATOR SLOVENJ GRADEC ZA OBJAVO PODATKOV	17

PRILOGA 1: Vprašalnik za raziskavo za zaposlene v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec

Spoštovani,

moje ime je Maja Marčinković in v sklopu Ekonomske fakultete v Ljubljani, smer trženje, pišem diplomsko delo z naslovom Delo z generacijo Y v trgovini na drobno. Proučujem predvsem, kakšno je delo z generacijo Y oz. z današnjimi mladimi. Generacija Y označuje današnjo mladino, ki je okvirno rojena med letoma 1980 in 1997. Prav pripadniki te generacije se trenutno soočajo s prvimi zaposlitvami ali pa so v procesu menjave službe.

Poleg teoretičnega dela želim tudi empirično preveriti stanje na tem področju, torej bi želela izvedeti, **kakšno se vam zdi delo z današnjo mladino in predvsem, kaj se po vašem mnenju zdi mladim pomembno pri delu.** V ta namen sem sestavila anketni vprašalnik. Na vas se obračam s prošnjo, da izpolnite spodnji vprašalnik in mi s tem pripomorate k proučevanju omenjene tematike. Anketa je anonimna, rezultati pa bodo predstavljeni izključno za namen moje diplomske naloge.

Lepo vas prosim, da si vzamete nekaj minut časa in izpolnite vprašalnik.

Za sodelovanje se vam vnaprej zahvaljujem in vas lepo pozdravljam.

Maja Marčinković

- 1) Današnji mladi se v dosti pogledih razlikujejo od pripadnikov starejših generacij. V spodnji tabeli označite, katere od spodaj navedenih lastnosti so po vašem mnenju bolj značilne (5) in katere manj značilne (1) za današnjo mladino.

	Ni značilno	Manj značilno	Značilno	Bolj značilno	Zelo značilno
Obvladljivost informacijske tehnologije	1	2	3	4	5
Radovednost	1	2	3	4	5
Individualizem	1	2	3	4	5
Poznavanje in sprejemanje novih tehnologij	1	2	3	4	5
Zabava in užitek tako v zasebnem življenju kot pri delu	1	2	3	4	5
Izrazita želja po svobodi	1	2	3	4	5
Nepriznavanje avtoritet	1	2	3	4	5

se nadaljuje

nadaljevanje

Hitra prilagodljivost novim okoliščinam	1	2	3	4	5
Delo ne predstavlja prioriteto v življenju.	1	2	3	4	5

- 2) Ocenite vaše strinjanje s trditvami o delu z današnjo mladino (1 pomeni, da se sploh ne strinjate, 5 pa pomeni, da se popolnoma strinjate z navedeno trditvijo).

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti se strinjam, niti se ne strinjam	Se strinjam	Se popolnoma strinjam
Delo z mladimi je težavno , saj je težko uskladiti njihove želje, zahteve z našimi pričakovanji.	1	2	3	4	5
Delo z mladimi je zabavno , saj delo v veliki meri povezujejo z zabavo.	1	2	3	4	5
Delo z mladimi je poučno , saj vseskozi postavljajo vprašanja v zvezi z delom, ki ga opravljajo, izpostavljajo nove probleme.	1	2	3	4	5
Delo z mladimi je sproščeno , saj svoja mišljenja izražajo večinoma brez zadržkov, pri delu so sproščeni in si delo naredijo takšno, da jim ni dolgočasno.	1	2	3	4	5
Delo z mladimi je zahtevno , saj so pri delu svojeglavi in jih je težko usmerjati.	1	2	3	4	5

- 3) Na delovnih mestih je opaziti, da zaposlene motivirajo različni motivacijski elementi, ki zagotavljajo zadovoljstvo na delovnih mestih. Označite, kaj po vašem mnenju bolj (5) in kaj manj motivira (1) današnje mladino (generacijo Y) pri delu.

	Mlade sploh ne motivira	Mlade malo motivira	Mlade niti ne motivira, niti motivira	Mlade dobro motivira	Mladino zelo jih motivira
Pohvala, nagrada nadrejenih za opravljeno delo	1	2	3	4	5
Izključno višina denarne nagrade	1	2	3	4	5
Izzivnost vsebine dela	1	2	3	4	5
Možnost kariere (napredovanja)	1	2	3	4	5
Možnost samostojnega dela in odločanja	1	2	3	4	5
Tekmovanje s sodelavci	1	2	3	4	5
Spretnost, cenjenost iz strani sodelavcev	1	2	3	4	5
Možnost izobraževanja in osebnega razvoja	1	2	3	4	5

- 4) Želje generacije Y, ko pridejo na delovna mesta, se dosti razlikujejo od pripadnikov starejših generacij. Označite, katere značilnosti po vašem mnenju veljajo in katere ne veljajo za mlade v njihovi delovni karieri.

	Zanje sploh ne velja	Zanje ne velja	Zanje niti ne velja, niti velja	Zanje velja	Zanje zelo velja
Delo mora biti zahtevno, obsegati mora vse zahtevnejše naloge.	1	2	3	4	5
Delovno mesto mora zahtevati veliko odgovornosti, predstavljati izziv, biti raznoliko in polno sprememb.	1	2	3	4	5
Mladi želijo fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas.	1	2	3	4	5
Neformalni odnosi na delovnem mestu so mladim pomembni.	1	2	3	4	5
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	1	2	3	4	5
Mladim je varnost in finančna stabilnost delovnega mesta pomembna.	1	2	3	4	5
Pri delu je mladim pomembna vključenost v odločanje in oblikovanje delovnega mesta.	1	2	3	4	5
Pri delu so pomembni urejenost, red in jasna (stroga) pravila.	1	2	3	4	5

5) Spol (obkroži): M Ž

6) Starost (obkroži):

- a) Od 20 do 29
- b) Od 30 do 39
- c) Od 40 do 49
- d) Od 50 do 59

7) Končana stopnja izobrazbe (obkroži):

- a) Osnovna šola
- b) Poklicna ali srednja šola
- c) Višja šola

- d) Visokošolska ali univerzitetna izobrazba
- e) Magisterij
- f) Doktorat

8) Oddelek dela (obkroži):

- a) Blagajna
- b) Delikatesa
- c) Mesnica
- d) Kruh in pecivo
- e) Tekstil in igrače
- f) Kozmetika
- g) Mlečni izdelki
- h) Skladišče
- i) Informacije in trafika
- j) Sadje in zelenjava

PRILOGA 2: Vprašalnik za raziskavo za pripadnike generacije Y

Pozdravljeni,

moje ime je Maja Marčinković in sem absolventka Ekonomske fakultete v Ljubljani, smer trženje. Prosim vas za sodelovanje pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika, ki je predstavlja sestavni del moje diplomske naloge z naslovom Delo z generacijo Y v trgovini na drobno. Anketa proučuje kakšno je delo z generacijo y (današnji mladi rojeni med letoma 1980 in 1997), oziroma kaj je današnjim mladim pomembno pri delu. Pogoji pri reševanju ankete je, da ste stari med 13 in 30 let, torej da ste pripadnik generacije Y.

Za sodelovanje se vam vnaprej zahvaljujem in vas lepo pozdravljam.

9) Spol (obkroži): M Ž

10) Starost: _____

11) Končana stopnja izobrazbe (obkroži):

- g) Osnovna šola
- h) Poklicna ali srednja šola
- i) Višja šola
- j) Visokošolska ali univerzitetna izobrazba
- k) Magisterij
- l) Doktorat

12) Označite, kaj vas po vašem mnenju bolj (5) in kaj manj (1) motivira pri delu.

	Me sploh ne motivira	Me ne motivira	Niti me ne motivira, niti me motivira	Me motivira	Me zelo motivira
Pohvala, nagrada nadrejenih za opravljeno delo	1	2	3	4	5
Izključno višina denarne nagrade	1	2	3	4	5
Izzivnost vsebine dela	1	2	3	4	5
Možnost kariere (napredovanja)	1	2	3	4	5
Možnost samostojnega dela in odločanja	1	2	3	4	5

se nadaljuje

nadaljevanje

Tekmovanje s sodelavci	1	2	3	4	5
Spretnost, cenjenost iz strani sodelavcev	1	2	3	4	5
Možnost izobraževanja in osebnega razvoja	1	2	3	4	5

13) Označite kaj se vam zdi pri vaši delovni karieri bolj (5) in kaj manj pomembno (1) na delovnem mestu.

	Mi sploh ni pomembno	Mi ni pomembno	Niti mi ni, niti mi je pomembno	Mi je pomembno	Mi je zelo pomembno
Delo mora biti zahtevno, obsegati mora vse zahtevnejše naloge.	1	2	3	4	5
Delovno mesto mora zahtevati veliko odgovornosti, predstavljati izziv, biti raznoliko in polno sprememb.	1	2	3	4	5
Mladi želijo fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas.	1	2	3	4	5
Neformalni odnosi na delovnem mestu so mladim pomembni.	1	2	3	4	5
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	1	2	3	4	5
Mladim je varnost in finančna stabilnost delovnega mesta pomembna.	1	2	3	4	5
Pri delu je mladim pomembna vključenost v odločanje in oblikovanje delovnega mesta.	1	2	3	4	5
Pri delu so pomembni urejenost, red in jasna (stroga) pravila.	1	2	3	4	5

PRILOGA 3: Prikaz izpisa T-testa za neodvisna vzorca (primerjava mnenj zaposlenih v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec in pripadniki generacije Y)

Tabela 2: Prikaz osnovne statistike za motivacijske dejavnike pri delu po mnenju zaposlenih v trgovini na drobno in pripadnikov generacije Y

Delitvena spremenljivka		N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Pohvala, nagrada za opravljeno delo	Zaposlen	26	4,38	,571	,112
	Pripadnik generacije Y	100	4,45	,687	,069
Izključno višina denarne nagrade	Zaposlen	26	4,31	,884	,173
	Pripadnik generacije Y	100	4,00	,804	,080
Izzivnost vsebine dela	Zaposlen	26	3,81	,981	,192
	Pripadnik generacije Y	100	4,04	,737	,074
Možnost kariere (napredovanja)	Zaposlen	26	4,69	,471	,092
	Pripadnik generacije Y	100	4,48	,674	,067
Možnost samostojnega dela in odločanja	Zaposlen	26	4,58	,578	,113
	Pripadnik generacije Y	100	4,19	,825	,083
Tekmovanje s sodelavci	Zaposlen	26	3,81	,801	,157
	Pripadnik generacije Y	100	2,52	1,105	,111
Spretnost, cenjenost s strani sodelavcev	Zaposlen	26	3,77	,863	,169
	Pripadnik generacije Y	100	3,88	,756	,076
Možnost izobraževanja in osebnega razvoja	Zaposlen	26	4,50	,583	,114
	Pripadnik generacije Y	100	4,21	,769	,077

Tabela 3: T-test za neodvisna vzorca za motivacijske dejavnike (preizkus skupin)

		Leven-ov test o enakosti varianc		T-test o enakosti varianc						
		F	Stopnja značilnosti	T	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	Standardna napaka povprečja	95 % interval zaupanja	
									Spodnja meja	Zgornja meja
Pohvala, nagrada za opravljeno delo	Enaki varianci	1,093	0,298	-0,45	124	0,656	-0,065	0,146	-0,355	0,225
	Različni varianci			-0,5	45,728	0,621	-0,065	0,131	-0,33	0,199
Izključno višina denarne nagrade	Enaki varianci	3,919	0,05	1,703	124	0,091	0,308	0,181	-0,05	0,665
	Različni varianci			1,61	36,483	0,116	0,308	0,191	-0,08	0,695
Izzivnost vsebine dela	Enaki varianci	3,826	0,053	-1,33	124	0,185	-0,232	0,174	-0,578	0,113
	Različni varianci			-1,13	32,715	0,268	-0,232	0,206	-0,651	0,187
Možnost kariere (napredovanja)	Enaki varianci	6,689	0,011	1,511	124	0,133	0,212	0,14	-0,066	0,49
	Različni varianci			1,858	54,819	0,069	0,212	0,114	-0,017	0,441
Možnost samostojnega dela in odločanja	Enaki varianci	1,553	0,215	2,249	124	0,026	0,387	0,172	0,046	0,727
	Različni varianci			2,76	54,654	0,008	0,387	0,14	0,106	0,668
Tekmovanje s sodelavci	Enaki varianci	7,331	0,008	5,565	124	0	1,288	0,231	0,83	1,746
	Različni varianci			6,704	52,63	0	1,288	0,192	0,902	1,673
Spretnost, cenjenost s strani sodelavcev	Enaki varianci	3,114	0,08	-0,65	124	0,519	-0,111	0,171	-0,45	0,228
	Različni varianci			-0,6	35,611	0,554	-0,111	0,185	-0,487	0,265
Možnost izobraževanja in osebnega razvoja	Enaki varianci	0,418	0,519	1,791	124	0,076	0,29	0,162	-0,03	0,61
	Različni varianci			2,104	50,155	0,04	0,29	0,138	0,013	0,567

PRILOGA 4: Prikaz izpisa T-testa za neodvisna vzorca (primerjava mnenj zaposlenih v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec in pripadniki generacije Y)

Tabela 4: Prikaz osnovne statistike za značilnosti dela generacije Y po mnenju zaposlenih v hipermarketu Mercator Slovenj Gradec in pripadnikih generacije Y

Status	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Delo mora biti zahtevno, obsegati mora vse zahtevnejše naloge.	Zaposlen	26	3,15	1,047
	Pripadnik generacije Y	100	3,31	,873
Delovno mesto mora zahtevati veliko odgovornosti, predstavljati izziv, biti raznoliko in polno sprememb.	Zaposlen	26	3,38	,941
	Pripadnik generacije Y	100	3,72	,933
Mladi želijo fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas.	Zaposlen	26	4,46	,647
	Pripadnik generacije Y	100	3,80	1,092
Neformalni odnosi na delovnem mestu so pomembni.	Zaposlen	26	4,04	,824
	Pripadnik generacije Y	100	3,73	,897
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	Zaposlen	26	4,46	,859
	Pripadnik generacije Y	100	4,29	,715
Varnost in finančna stabilnost delovnega mesta je pomembna.	Zaposlen	26	4,31	,788
	Pripadnik generacije Y	100	4,49	,611
Pri delu je pomembna vključenost v odločanje in oblikovanje delovnega mesta.	Zaposlen	26	4,12	,766
	Pripadnik generacije Y	100	4,02	,666
Pri delu so pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila.	Zaposlen	26	3,31	1,087
	Pripadnik generacije Y	100	3,75	,936

Tabela 5: T-test za neodvisna vzorca za značilnosti pri delu z generacijo Y (preizkus skupin)

		Leven-ov test o enakosti varianc		T-test o enakosti varianc						
		F	Stopnja značilnosti	T	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	Standardna napaka aritmetične sredine	95 % interval zaupanja	
									Spodnja meja	Zgornja meja
Delo mora biti zahtevno, obsegati mora vse zahtevnejše naloge.	Enaki varianci	0,156	0,694	-0,78	124	0,437	-0,156	0,2	-0,553	0,241
	Različni varianci			-0,7	34,569	0,489	-0,156	0,223	-0,609	0,297
Delovno mesto mora zahtevati veliko odgovornosti, predstavljati izziv, biti raznoliko in polno sprememb.	Enaki varianci	0,054	0,816	-1,63	124	0,106	-0,335	0,206	-0,743	0,072
	Različni varianci			-1,62	38,759	0,113	-0,335	0,207	-0,754	0,083
Mladi želijo fleksibilen (prilagodljiv) delovni čas.	Enaki varianci	6,772	0,01	2,952	124	0,004	0,662	0,224	0,218	1,105
	Različni varianci			3,952	66,526	0	0,662	0,167	0,327	0,996
Neformalni odnosi na delovnem mestu so pomembni.	Enaki varianci	1,56	0,214	1,587	124	0,115	0,308	0,194	-0,076	0,693
	Različni varianci			1,669	41,803	0,103	0,308	0,185	-0,065	0,681
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	Enaki varianci	0,068	0,795	1,044	124	0,298	0,172	0,164	-0,154	0,497
	Različni varianci			0,937	34,523	0,355	0,172	0,183	-0,2	0,543
Varnost in finančna stabilnost delovnega mesta je pomembna.	Enaki varianci	1,722	0,192	-1,27	124	0,206	-0,182	0,143	-0,466	0,101
	Različni varianci			-1,1	33,221	0,281	-0,182	0,166	-0,52	0,156
Pri delu je pomembna vključenost v odločanje in oblikovanje delovnega mesta.	Enaki varianci	1,328	0,251	0,63	124	0,53	0,095	0,151	-0,204	0,395
	Različni varianci			0,581	35,471	0,565	0,095	0,164	-0,238	0,429
Pri delu so pomembni urejenost, red in (stroga) jasna pravila.	Enaki varianci	0,652	0,421	-2,08	124	0,04	-0,442	0,213	-0,864	-0,02
	Različni varianci			-1,9	35,24	0,066	-0,442	0,233	-0,915	0,03

PRILOGA 5: Prikaz tabel statističnega preverjanja hipotez s programom SPSS

1. Hipoteza: Starejše generacije menijo, da generacija Y obvladuje informacijsko tehnologijo in da bo z njeno pomočjo lažje opravljala delo.

Tabela 6: Analiza strinjanja s trditvijo o obvladljivosti informacijske tehnologije s strani pripadnikov starejših generacij v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec

	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	Modus	Mediana
Obvladljivost informacijske tehnologije	24	4,79	,509	,104	5	5

Tabela 7: T-test o značilnosti trditve o obvladovanje informacijske tehnologije (en vzorec)

	Testna vrednost = 3					
	t	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	95% interval zaupanja	
					Sp. Meja	Zg. meja
Obvladljivost informacijske tehnologije.	17,245	23	,000	1,792	1,58	2,01

Tabela 8: Odstotek in frekvenca strinjanja starejših zaposlenih v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec s trditvijo o tem, da pripadniki generacije Y obvladujejo informacijsko tehnologijo

Obvladljivost informacijske tehnologije				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Značilno	1	4,2	4,2	4,2
Bolj značilno	3	12,5	12,5	16,7
Zelo značilno	20	83,3	83,3	100,0
Skupaj	24	100,0	100,0	

2. Hipoteza: Generacijo Y pri delu zelo motivira možnost samostojnega dela in odločanja.

Tabela 9: Analiza strinjanja s trditvijo o motivaciji generacije Y s samostojnim delom in odločanjem

	N	Aritmetična sredina	Standardna napaka aritmetične sredine	Mediana	Modus	Standardni odklon
Možnost samostojnega dela in odločanja	126	4,27	0,071	4	5	0,794

Tabela 10: T-test o značilnosti trditve o motivaciji generacije Y z možnostjo samostojnega dela in odločanja (en vzorec)

	Testna vrednost = 3					
	t	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	95 % interval zaupanja	
					Sp. Meja	Zg. meja
Možnost samostojnega dela in odločanja	17,950	125	,000	1,270	1,13	1,41

Tabela 11: Odstotek in frekvenca strinjanja s trditvijo o motivaciji generacije Y s samostojnim delom in odločanjem

Možnost samostojnega dela in odločanja			
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek
Malo motivira	5	4	4
Niti ne motivira, niti motivira	12	9,5	9,5
Dobro motivira	53	42,1	42,1
Zelo motivira	56	44,4	44,4
Skupaj	126	100	100

3. Hipoteza: Generaciji Y je pri delu pomembna varnost in finančna stabilnost zaposlitve.

Tabela 12: Analiza strinjanja s trditvijo o pomembnosti varnosti in finančne stabilnosti delovnega mesta

	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	Modus	Mediana
Varnost in finančna stabilnost delovnega mesta je pomembna.	126	4,45	,652	,058	5	5

Tabela 13: T-test o značilnosti trditve o varnosti in finančni stabilnosti delovnega mesta (en vzorec)

	Testna vrednost = 3					
	t	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	95% interval zaupanja	
					Sp. Meja	Zg. meja
Varnost in finančna stabilnost delovnega mesta je pomembna.	24,987	125	,000	1,452	1,34	1,57

Tabela 14: Odstotek in frekvenca strinjanja s trditvijo o varnosti in finančni stabilnosti delovnega mesta

Varnost in finančna stabilnost delovnega mesta je pomembna.			
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek
Ne velja	2	1,6	1,6
Niti ne velja, niti velja	5	4,0	4,0
Velja	53	42,1	42,1
Zelo velja	66	52,4	52,4
Skupaj	126	100,0	100,0

4. Hipoteza: Generaciji Y je pri delu pomembna zabava. Pri delu se morajo zabavati.

Tabela 15: Analiza strinjanja s trditvijo o pomembnosti zabave na delovnem mestu za pripadnike generacije Y

	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	Modus	Mediana
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	126	4,33	,747	,067	4 ali 5	4

Tabela 16: T-test o značilnosti trditve o pomembnosti zabave na delovnem mestu za pripadnike generacije Y (en vzorec)

	Testna vrednost = 3					
	t	Stopnja prostosti	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Razlika aritmetične sredine	95 % interval zaupanja	
					Sp. Meja	Zg. meja
Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.	19,930	125	,000	1,325	1,19	1,46

Tabela 17: Odstotek in frekvenca strinjanja s trditvijo o pomembnosti zabave na delovnem mestu za generacijo Y

Delo, ki ga mladi opravljajo mora biti zabavno.			
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek
Sploh ne velja	1	,8	,8
Ne velja	2	1,6	1,6
Niti ne velja, niti velja	9	7,1	7,1
Velja	57	45,2	45,2
Zelo velja	57	45,2	45,2
Skupaj	126	100,0	100,0

PRILOGA 6: Dovoljenje Hipermarketa Mercator Slovenj Gradec za objavo podatkov

Mercator Slovenj Gradec
Ronkova ulica 4a
2380 Slovenj Gradec

Slovenj Gradec, 24. 10. 2010

Maja Marčinković
Celjska cesta 40/a
2380 Slovenj Gradec

ZADEVA: Dovoljenje Hipermarketa Mercator Slovenj Gradec za objavo podatkov v
diplomski nalogi

Spodaj podpisani Matej Kotnik, direktor Hipermarketa Mercator Slovenj Gradec, dovoljujem
Maji Marčinković uporabo in objavo podatkov o Mercatorju v diplomski nalogi z naslovom
»Delo z generacijo Y v Hipermarketu Mercator Slovenj Gradec«.

M Mercator
Slovenj Gradec
Dolga ulica 107A, Slovenj
131813 P. PETROVIČ ET SLOVENJ GRADEC
Ronkova ulica 4a, 2380 Slovenj Gradec

Matej Kotnik

