

OTDK-dolgozat

2015

Munkára jelentkezik a Z generáció
Generation Z applies for a job

Kézirat lezárása: 2014. november 20.

Munkára jelentkezik a Z generáció

Egyetemi tanulmányaim és olvasmányaim során felkeltette az érdeklődésemet a társadalmi generáció-váltás. A különböző generációk eltérő értékrendje a munkaerőpiacon kérdéseket vet fel a vállalatok jövőbeni terveivel kapcsolatban.

Az életforma jelentős változása, informatikai változások, az idegen nyelv tudás kiszélesedése hozzájárul az új tulajdonságokkal rendelkező munkaerő megjelenéséhez.

A generációk között mindig különbségek jelentkeztek hozzáállásban, viselkedésben, érdeklődésben és céljaikban, de a számítástechnika és az internet fejlődésével robbanásszerű változásoknak vagyunk tanúi. Az informatikában lezajló forradalmi változások kihatnak a munkaerőre és kihatnak a munkaerő térbeni elhelyezkedésére (a kommunikációs csatorna országhatárokat és kontinenseket ível át, köt össze).

Lehetőségként adódik egy bizonyos mértékű munkaerő-formálás az adott cégek szükségleteinek megfelelően, de a jövő szempontjából az emberi erőforrás előnyeinek beépítése, kihasználása célravezető a vállalatok fennmaradása, eredményessége szempontjából.

Az X és Y generációk már aktív tagjai a munkaerőpiacnak, a Z generáció tagjai pedig (akik életét gyermekkoruk óta meghatározza az informatika) az elkövetkezendő években kerülnek ki az iskolapadból. A forradalmi változást pedig az Alfa generáció megjelenése hozhatja.

Milyen lesz az új típusú ember? Hogyan tudják a vállalatok kiaknázni ezen emberek értékes tulajdonságait? Hogyan befolyásolhatja ez a vállalatok szerkezeti felépítését?

Milyen szervezési, irányítási változásokat igényel a megváltozott munkaerőpiaci környezet a menedzsmenttől?

Dolgozatomban azt vizsgálom szakirodalmi források kutatásával és saját kérdőíves felméréssel, hogy milyen kihívásokra kell felkészülni a közeljövő munkaerőpiacán.

Generation Z applies for a job

The generational changes of our society aroused my interest during my studies at the university.

Various generations with different values lead to challenges for corporate managers about their future plans related to providing labour.

A new layer of workforce has appeared on labour market because of the changes in living, the development of internet, and boardening language knowledge. There have always been distances between two generations in behaviour, goals, and interest, but we can see a revolution nowadays due to the development of information technology and internet.

Revolutionary improvement of information technology has impact on the labour force and its territorial distribution (communication technology links countries and continents).

Adapting to the characteristics of the next generations can lead to a higher level of performance, sustainability and successfullness of the companies insted of the limited possibilities of shaping the workforce.

The generation X and Y are already members of the labour market, but the generation Z (are living in the word of IT from their childhood) is still graduating in these years. In addition to the generation Alfa may cause a revolutionary change.

There are may challenges: What characteristics will the new type of people hold? How could the companies exploit the valuable properties of them? What are the effects on corporate structures?

What kind of coordination changes are needed from the management because of the new labour market-environment?

In my research, I try to find- with reading literature and an own empiric survey- the critical points and challenges of the labour market in the near future.

TARTALOM

1	TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA.....	1
2	PROBLÉMAFELVETÉS	2
3	GENERÁCIÓK SAJÁTOS VONÁSAI	3
3.1	Az X generáció.....	3
3.2	Az Y generáció.....	4
3.3	A Z generáció	5
3.4	A Z generáció kiegészítő bemutatása a PTE kutatása alapján	6
4	HUMÁN ERŐFORRÁSOK A STRATÉGIA FÓKUSZÁBAN	7
5	A JÖVŐ ÚTJA.....	11
6	SAJÁT KUTATÁS BEMUTATÁSA.....	14
6.1	Eredmények.....	15
6.1.1	A teljes minta válaszainak elemzése.....	15
6.1.2	A Z generáció válaszainak tapasztalatai	27
7	MEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEK KIFEJTÉSE.....	41
7.1	Otthonról végezhető szellemi munka.....	41
7.2	Távmunka és on-site munka kombinálása	43
7.3	Irodakialakítás lehetőségei	44
7.4	Összefoglalás.....	46
8	IRODALOMJEGYZÉK	47
9	MELLÉKLETEK.....	50

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A kérdőív kitöltőinek generációs megoszlása	15.o.
2. ábra: A válaszadók végzettségének megoszlása	16.o.
3. ábra: Érdeklődés fokának megoszlása a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt	16.o.
4. ábra: Telefonhasználat gyakoriság szerinti megoszlása	17.o.
5. ábra: Számítógéphasználat gyakoriság szerinti megoszlása	18.o.
6. ábra: Internethasználat gyakoriságának megoszlása	18.o.
7. ábra: Internethasználat céljának megoszlása	19.o.
8. ábra: Munkahellyel való rendelkezés megoszlása	20.o.
9. ábra: Alapos informatikai tudást igénylő munka végzésére való vágy megoszlása	20.o.
10. ábra: A munkavégzés preferált módjának megoszlása	21.o.
11. ábra: A munkáról történő preferált számadási formák megoszlása	22.o.
12. ábra: Az egyéni- illetve csapat teljesítmény fontosságának megoszlása	22.o.
13. ábra: A munkahelyi teljesítményhez való saját ötletek általi hozzájárulási vágy megoszlása	23.o.
14. ábra: A személyek véleményének megoszlása fontosságuk szempontjából	23.o.
15. ábra: A felelősségvállaláshoz való hozzáállás megoszlása	24.o.
16. ábra: A munkában való siker fontosságának megoszlása	24.o.
17. ábra: Tevékenységvégzési szokások megoszlása	25.o.
18. ábra: Saját szakmában való külföldi elhelyezkedési hajlandóság megoszlása	25.o.
19. ábra: Külföldi helyszínen történő munkavégzési hajlandóság megoszlása abban az esetben, ha a munka itthonról is végezhető távmunkában	26.o.
20. ábra: Érdeklődés fokának megoszlása a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt a Z generáció esetén	27.o.
21. ábra: Telefonhasználatának gyakoriságának megoszlása a Z generáció esetén	28.o.
22. ábra: Az internethasználat gyakoriság szerinti megoszlása a Z generáció esetén	28.o.
23. ábra: Az internet használatának célja szerinti megoszlás a Z generáció esetén	29.o.
24. ábra: Munkahellyel való rendelkezés megoszlása a Z generáció esetében	30.o.

25. ábra: Alapos informatikai tudást igénylő munka végzésére való vágy megoszlása a Z generáció esetén	30.o.
26. ábra: A munkavégzés preferált módjának megoszlása a Z generáció esetén	31.o.
27. ábra: A preferált munkavégzési formák megoszlása a Z generáció esetén-1	32.o.
28. ábra: A preferált munkavégzési formák megoszlása a Z generáció esetén-2	32.o.
29. ábra: A munkáról történő preferált számadási formák megoszlása a Z generáció esetén	33.o.
30. ábra: A legjobb eredményt elérők közzétételének motiváló hatásához való hozzáállás megoszlása a Z generáció esetén	33.o.
31. ábra: Az egyéni- illetve csapat teljesítmény fontosságának megoszlása a Z generáció esetében	34.o.
32. ábra: A munkahelyi teljesítményhez való saját ötletek általi hozzájárulási vágy megoszlása a Z generáció esetében	34.o.
33. ábra: A személyek véleményének megoszlása fontosságuk szempontjából a Z generáció számára	35.o.
34. ábra: A felelősségvállaláshoz való hozzáállás megoszlása a Z generáció esetében	36.o.
35. ábra: A munkában való siker fontosságának megoszlása a Z generáció esetén	36.o.
36. ábra: A priorált kapcsolattartási formák megoszlása a Z generáció esetében	37.o.
37. ábra: Tevékenységvégzési szokások megoszlása a Z generáció esetén	38.o.
38. ábra: Saját szakmában való külföldi elhelyezkedési hajlandóság megoszlása a Z generáció esetében	38.o.
39. ábra: Külföldi helyszínen történő munkavégzési hajlandóság megoszlása abban az esetben, ha a munka itthonról is végezhető távmunkában a Z generáció esetében	39.o.

1 TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA

Napjainkban a nagyvállalatok közötti verseny egyre jobban kiéleződik, egyre kevésbé szokványos változtatások/ újítások juttathatják versenyelőnyhöz az adott vállalatot.

A Porter-i értéklánc modell támogató tevékenység-elemeit nagyobb léptékben vizsgálva láthatóvá válik, hogy nehéz kitűnni és sikeresen működtetni egy vállalatot manapság.

A különbség a technológia fejlődésével és a technológia mindenki számára elérhetővé válásával egyre csökken a hasonló lehetőségekkel bíró, azonos iparágban tevékenykedő vállalatok körében.

A jó szakképzettségű munkaerő is egyre inkább rendelkezésre áll, valamint már a partnerek/ beszállítók megválasztása sem jelent nagy előnyt egy-egy adott vállalatnak az iparágán belül. Emellett az infrastruktúra is hasonló módon jelenik meg egy iparági versenyszférában.

Azonban kiemelném a munkaerőt, mint erőforrást az imént felsoroltak közül, amely a többi tényezőre is hatással van a tényezők között fennálló kölcsönös kapcsolat miatt.

Véleményem szerint a munkaerőt egyre kevésbé csak a szaktudása szerint kell a szervezeteknek szemlélnie, hanem hozzáállása, viselkedési formái, kompetenciái, szokásai szerint is, potenciális lehetőségként és veszélyként.

A társadalomban folyamatosan jelen van egyfajta változás. A generációk közötti változások jelentősek, a Z generáció vagy másképpen a netgeneráció megjelenésével különösen jól láthatóak a különbségek. (Tari, [2011])

Ennek a változásnak, ha nem fejlődik vele a vállalat, negatív hatásai lehetnek a teljesítményre. Viszont amennyiben a szervezet fejlődik a munkaerő-kínálattal, előnyre tehet szert, növelheti a szervezeti teljesítményt, és emellett jobb társadalmi megítélése is lehet.

Témaválasztásom indoka tehát a generációk közötti különbségek számítástechnikai fejlődéssel való növekedése. Ezen keresztül pedig a vállalatok folyamatos fejlődési kényszere a fennmaradás, nyereségesség, kiválóság elérése érdekében.

2 PROBLÉMAFELVETÉS

A társadalmi generációváltás egy mindig is jelen lévő folyamat volt a világon, de az információs technológia robbanásszerű fejlődésével egy nagyobb szakadék keletkezett az Y és (a korábbi generációk), valamint a Z generáció tulajdonságai, hozzáállása, szokásai között.

Ennek a jelenségnek az oka, hogy a Z generációs fiatalok életének már egészen gyermekkorától része az információs technológia, így nagyon jól követik a folyamatos fejlődését az újabbnál újabb eszközöknek, alkalmazásoknak, programoknak. Sokkal könnyebben elsajátítják a legújabb programok és eszközök használatát, mint a korábbi generációk. Ennek a könnyű tanulásnak az informatika terén azonban az életük más területeire is nagy hatása van. (Tari, [2011])

Az új tulajdonságokkal rendelkező munkaerő megjelenése a munkaerőpiacon kérdéseket vet fel a vállalatok vezetősége, a menedzserek számára. Hogyan kezeljék ezt a helyzetet? Milyen is pontosan az új munkaerő?

Mely tulajdonságai előnyösek a vállalat számára és melyek azok, amelyek veszélyesek lehetnek? Szükség van-e szervezeti változásokra? Ha szükség van szervezeti változtatásokra, akkor hogyan lehet megvalósítani ezeket? Milyen feladatokat állít ez a probléma a menedzsment elé?

Az előző kérdések jelzik, hogy a Z generáció kezelése, jó tulajdonságainak kiaknázása egy nagy feladat a vállalatok számára, valamint nagy hátrány lehet, ha nem élnek a kínálkozó lehetőséggel. A következőkben a korábbi generációk és az új generáció jellemzőit valamint a kapcsolatos szakirodalmakat vizsgálom, megoldási javaslatokat keresek és vetek fel az új munkaerő megfelelő integrálására a vállalatok számára.

3 GENERÁCIÓK SAJÁTOS VONÁSAI

A munkaerőpiacon megjelenő Z generáció és a tagjaival kapcsolatos probléma megismerése érdekében a közelmúlt generációi közül az utóbbi kettőt is vizsgáltam, hogy teljesebb képet kapjak a társadalmi generációváltásról és a jelen vállalatok munkavállalóiról. Jól látható a különbség valóban az X, Y és Z generáció tagjainak jellemzőiben az információs technológia megjelenésével.

A következőkben a fent említett három generáció jellemzőit mutatom be Tari Annamária Z generáció című 2011-es könyve alapján:

3.1 Az X generáció

Ezen generáció tagjai a ma 38-40-50 évesek, akiknek az életében már ugyan bekövetkezett az információs technológia robbanásszerű fejlődése, de ők már ezt felnőtt korukban tapasztalhatták meg. Ebből következik az is, hogy nem olyan mértékben része az életüknek az informatika, mint a későbbi korosztályoknak. Ugyanakkor megjegyzendő, hogy nekik ez hátrányt is jelent, mivel lépést kell tartaniuk valamennyire a fiatalabbakkal, nehogy lemaradjanak tőlük. Emiatt a folyamatos lépéstartás miatt úgy érzik, hogy állandóan egyre nőnek az elvárások velük szemben, ami nyomasztja őket.

Nagyon sokat dolgoznak, mert a pénzkereset lebeg a szemük előtt folyamatosan. Többek között emiatt állandóan fáradtak, nem sokszor nevetnek igazán, úgy érzik, hogy nekik folyamatosan akadályokat kell leküzdeniük, hogy jó pozícióban maradhassanak. A sok munka miatt pedig a gyermekeiknek meg szeretnék adni mindazt, amire csak vágynak, ami „menő”, mert nincs elég idejük rájuk.

Fontosak számukra a régi értékek, például a család, az etikett, a munkahelyen pedig a munkaerőkölc. Felnőtt korukra szembesültek vele, hogy már a barátokkal való kapcsolattartásra nem jut elég idő, pedig szeretnék, ha jutna, és át is alakultak már a kommunikáció csatornái.

Összességében ők még az a korosztály, akik szívesebben telefonálnak a telefonjukon, minthogy megírjanak egy e-mailt. A szóbeli kommunikációt és a kézzel történő levélírást is előnyben részesítik az újfajta kommunikációs lehetőségekkel szemben. Beszélgetéseik közben pedig természetes számukra, hogy nem kezdenek el olvasgatni a híreket, vagy írni sms-t a telefonjukon. A multitasking tekintetében pedig jóval le vannak már maradva a fiatalabb korosztályoktól, ugyanis ők egyszerre átlagosan 2 tevékenységet végeznek.

3.2 Az Y generáció

Az 1976 vagy 1982 után születetteket nevezzük Y generációnak. Számukra a számítógépek és az internet természetes, valamint nagyon sokat tudnak a digitális világról is.

Ami elsőrendű fontosságú ezen generáció tagjai számára, az a siker, a karrier és a pénz. Ennek az oka, hogy a fogyasztói társadalomban szerintük ez segít előre haladni. A munkához való hozzáállásuk lényegesen más, mint az előző generációé, hiszen már nem engedelmes munkaerők. Az ő olvasatukban a munkahely csak egy olyan dolog, amin, ha szeretnének, lehet változtatni. A céges lojalitás elvárása számukra taszító, nem szívesen maradnak olyan helyen, ahol magas ez az elvárás feléjük.

„Rabszolgaélet”- nek tartják az alázatosságot a hivatás és a munka esetében. Ezzel együtt nem szívesen tesznek többet a vállalatért, mint ami a napi 8 (vagy egyéb) órás munkavégzésükbe belefér. A munkaidő lejártával hazamennek.

Érzelmekre vágnak, melyek biztonságot adnak számukra, a csoporthoz való tartozásra. Az internet az a platform, ahol ennek a közösségi létnek az illúziója él számukra. A közösségi oldalak és blogok, valamint a játékok teremtik ezt meg.

Multitasking tekintetében ügyesebbek, mint az X generáció tagjai, hiszen ők már akár 3 tevékenységet is végezhetnek egyszerre.

3.3 A Z generáció

Az 1990-es évek elejétől a 2000-es évek elejéig születetteket, vagy pedig az 1995-ös évvel kezdődően születetteket tekinthetjük Z generációsoknak. Teljesen egyértelműen nem lehet meghatározni a határt az Y és a Z generáció között, ezért egyes szakirodalmak az egyik, mások a másik kezdeti időpontot fogadják el. Ettől függetlenül biztos, hogy a Z generáció már beleszületett az információs technológia fejlettségébe, így gyermekkoruk óta ismerik és használják a különböző eszközöket, programokat. Ez az ismeret és tapasztalat könnyebben alkalmazkodóvá teszi ezen generáció tagjait az ezen a téren történő újításokhoz való alkalmazkodásra.

Jellemzőjük még, hogy a legfőbb érték már számukra nem a kapcsolatok megtartása, hanem a változás. A korábbi generációkhoz képest egocentrikusabbak, sokkal inkább csak a saját életük érdekli őket, mással kevésbé foglalkoznak. A családdal kapcsolatos hozzáállásuk is másabb, hiszen ők már főleg a TV előtt ülnek, nem pedig a családjukkal együtt folytatják a hagyományos tevékenységeket.

A multitasking tekintetében ők az a generáció a három közül, melynek tagjai a legtöbb (akár 5-6 tevékenység) egyszerre történő végzésére is képesek, sőt általában ennyit végeznek.

Rugalmasak, eszközök használatában és felhasználóként okosabbak, mint a korábbi generációk. Véleményük szerint ma az információs körforgás részének kell lenni.

Jelmondatuk: „Legyek sikeres!”

Panaszuk: már nincsen idejük a beszélgetésekre, állandóan rohanniuk kell...(Tari, [2011])

3.4 A Z generáció kiegészítő bemutatása a PTE kutatása alapján

A Pécsi Tudomány Egyetem kutatást végzett a Z generációról elsősorban marketing szempontból, de kutatási anyagában az általános bemutatását is megtették ennek a korosztálynak.

Az 1996 és 2010 között született embereket tartják Z generációnak, ami az én kategorizálásomtól kis mértékben eltér, ugyanis én 1990-től születetteket vettem bele ebbe a generációs közösségbe. Véleményük szerint a Z generációs emberek a „LEG” emberei, hiszen sok tulajdonságuk van, ami az előző generációkhoz képest náluk a leginkább megjelenő. Ilyen például az a vélemény, miszerint ők a legképzettebb generáció, valamint a várható élettartamukat szempontjából is a leghosszabbnak ítélik meg. Nehezebb viszont őket oktatni, mert már nem úgy állnak a tekintélyhez, mint elődeik. A problémamegoldó képességük is rendkívül jó. Ők már globális generációnak számítanak, hiszen hasonlóak a világ többi országának fiataljaihoz. Rendkívül nagy szabadságvágygal is rendelkeznek. (www.zgeneracio.hu/tanulmanyok), [2013], Alapvetések a Z generáció tudomány kommunikációjához, 10-15.o.)

4 HUMÁN ERŐFORRÁSOK A STRATÉGIA FÓKUSZÁBAN

Kutatásomban a munkaerőpiac sajátosságainak és a szervezet stratégiájának egy speciális határterületét vizsgálom.

A munkaerőpiac Galasi [1982] megfogalmazásában gazdasági intézmény, ahol a munkaerő allokációja valósul meg. Két- elvileg- azonos státusú szereplő a munkavállaló és a munkaadó egyezik meg a végrehajtás feltételeiben. Az alku tárgya nem maga a munkaerő, hanem a munkaerő által végzett munka és ellenében járó összeg, melyről szerződésben egyeznek meg a felek. A munkaerőpiacot ezen egyezségek révén létrejövő cserék alkotják. (Polónyi, [2002])

A munkaerő és munkaerőpiac fogalmának és egymáshoz való viszonyának tisztázása után a vezetés fogalmának ismertetését tenném meg.

A vezetés annyit tesz –Dobák Miklós fordításával élve–, mint: „eredményesen megvalósítani dolgokat a többi ember által, illetve velük együtt” (Dobák, [2008], 127.o.)

A későbbiekben egy lényeges eleméről is szeretnék szólni a munkaerővel kapcsolatos stratégiáknak, mégpedig a megfelelő tervezés, toborzás, kiválasztás kapcsán, melyhez néhány általam összegyűjtött idézetten keresztül mutatnám be a szakirodalmi hátteret. A stratégiai munkaerő-tervezéssel kezdeném:

A stratégiai munkaerő tervezés az az eszköz, amelynek a segítségével az emberi erőforrás menedzserek a jövő szükségleteire tudnak felkészülni. Megtervezik, hogy hány darab, milyen képességekkel bíró, milyen tulajdonságokkal rendelkező munkaerőre lesz szükség a jövőben. (Boudreau, [2012])

A megtervezett tulajdonságokkal rendelkező munkaerő biztosítására szolgál a kiválasztás, mely a jelentkezők sokaságából hivatott a kívánt jellemzőkkel, a legjobbat biztosítani. (Dobák, [2008])

„A szcenárióktól senki sem várja, hogy pontosan előrevetítsék a jövőt. Arra jók, hogy a cégeket kreatív gondolkodásra serkentsék. Abban van az erejük, hogy arra bátorítanak, gondolkodjunk szélesebb perspektívában arról, ami valószínűleg a leginkább fenyeget bennünket, valamint arról, ami a legnagyobb lehetőségeket tartogatja számunkra, és gondoljuk meg, min kell változtatni, mitévők legyünk, illetve miként biztosítsuk be magunkat, ha baj fenyeget, hogyan ragadjuk meg a lehetőségeket. Ezek a stratégiaiilag meghatározó tényezők.” (Boudreau, [2012], 58.o.)

A dolgozatom egyik fő célja, hogy felhívjam a figyelmet arra, amivel mindenki találkozik az élete során, észleli: a társadalmi változásra, ami technológiai robbanásszerű fejlődéssel együtt nagyobb különbségeket mutat a korábbi generációkhoz viszonyítva.

A vezetők egy része lehet, hogy bele sem gondolt még komolyabban, hogy a közeljövő munkaerejéről milyen tapasztalatai vannak, s, hogyan lehet majd a netgeneráció pozitív és negatív tulajdonságait megfelelően kezelni. Pedig a versenyszférában az is lényeges, hogy ki lesz az, aki ezt megfelelő módon, időben teszi meg. Az egyik nagy kérdés a foglalkoztatási politikával kapcsolatos:

Mi alapján tervezzük meg, hogy a jövőben milyen módon foglalkoztassuk a vállalat munkaerejét?

Erre a kérdésre a leggyakoribb négy lehetőség pedig a következő:

1. lehetőség: a múlt eseményei alapján tervezünk
2. lehetőség: olyan munkaerőt alkalmazunk, amely szinte minden helyzethez nagyon jól tud alkalmazkodni
3. lehetőség: már közhelynek számító tulajdonságokat írunk a jövő munkaerejének elő
4. lehetőség: a jövőben várhatóan bekövetkező események alapján tervezzük meg a foglalkoztatási politikát. (Boudreau, [2012])

Az, hogy egy szervezet a korábbiak közül mely módszerrel kívánja előrevetíteni a jövőt, s megoldást találni, az a vezetőkön múlik.

A jó vezető pedig folyamatosan nyitott szemmel jár és felkészül több lehetséges helyzetre, hogy ne érje meglepetésként, amikor bekövetkezik, s tudjon gyorsan jól reagálni rájuk. Ezt a folyamatos készséget kívánom a következő idézettel megjeleníteni:

„Ron Parker a Pepsi emberierőforrás- igazgató- elnökhelyettese ezt így fogalmazta meg: „Globális versenykörnyezetben senki nem ülhet ölbe tett kézzel. Ha valaminek ma nem esett az ára, akkor majd holnap fog. Folyamatosan figyeljük a teljes üzleti láncot, és feltesszük magunknak a kérdést, min kell változtatnunk. A vezetőknek is ugyanezt kell saját maguktól kérdezniük. Miként és min szükséges változtatnom ahhoz, hogy lépést tartsak a jövővel, és haszna legyen belőle a cégemnek? ” ” (Boudreau, [2012], 63.o.)

A vállalatoknak belső valamint külső környezeti elemeket is figyelembe kell venniük, amelyek befolyással vannak a szervezet működésére, az alkalmazottakra, így nem elég a belső környezetet figyelni a misszió és a vízió kialakításánál, a külső elemekkel is kell tervezniük. (Dobák, [2008])

A döntések során pedig mindenképpen figyelembe kell venni az adott, a kezdetekben meghatározott víziót és missziót, beleilleszkedő döntési lehetőségeket szabad csak felvetni.

A Z generáció számára nem okoz gondot a változás, így a vállalatoknak több energiát kell a munkavállalók megtartása érdekében befektetniük a munka körülményeinek javításába, hogy az új munkavállalók elégedettek legyenek, s ne akarjanak változtatni. Már a korábbi szakirodalmak is foglalkoztak a munkaerő elégedettségével, s annak a teljesítményre gyakorolt hatásával, ami a Z generációs munkaerő megjelenésével véleményem szerint nagyobb hangsúlyt kell, hogy kapjon a szervezetek életében:

„A munkakörünkkel, munkahelyünkkel kapcsolatos attitűdjeinknek fontos magatartási következményei is vannak: bizonyíthatóan kisebb a munkahelyi hiányzás és a kilépés is ott, ahol nagyobb a munkával való megelégedettség, erősebb az azonosulás, nagyobb a szervezeti elkötelezettség. Az elkötelezettség pontosabb előrejelzője viselkedésünknek, mint a munkával való megelégedettség, erősebb az azonosulás, mert átfogóbb és tartósabb vonzódást tükröz (lehetek például elkötelezett a szervezet iránt, miközben magát a munkát, amit végzek, nem szeretem).

Ugyancsak fontos magatartási következmény a jobb munkateljesítmény is. ” (Szintay, [2003], 44.o.)

Az elégedettség fokozásának, a motivációnak vannak kézzel fogható, és nem kézzel fogható elemei is, amelyeket a vállalatok alkalmazhatnak. A kézzel fogható elemek közé tartoznak a pénzbeli illetve nem pénzbeli juttatások például, a nem kézzel foghatók közé pedig a szóbeli dicséret, a későbbi jobb előrejutási lehetőség, a munkakörnyezet és a benne uralkodó atmoszféra. (Boudreau, [2012])

Dobák az egyének szervezeti célokkal való azonosulásának két útját említi. Az első út az, hogy belekényszerítjük a munkavállalót, a másik pedig, hogy elérjük a különböző ösztönző módszereken és eszközökön keresztül, hogy önmagától azonosuljon velük. (Dobák, [2008])

A vezető feladatai alapján a vezetést meg lehet egyfajta „problémamegoldó folyamatként” is fogalmazni. Hiszen a vezetőnek feladata a problémák feltárása, elemzése, okainak feltárása, célok meghatározása, a döntések előkészítése és maga a döntés, majd ezt követően a döntés végrehajtása és ellenőrzése, majd az eredmények alapján visszacsatolás. (Dobák, [2008], 130.o.)

5 A JÖVŐ ÚTJA

A munkaerő generációs különbségeinek megismerése után minőségmenedzsment szemlélettel vizsgáltam meg a kérdéskört.

Az egyik legfontosabbnak tartom a kiválóság elérése érdekében tett folyamatos fejlesztést a vállalatok életében. Korábban már említettem, hogy a munkaerő tulajdonságainak változása jelentős mértékben befolyásolhatja a szervezet teljesítményét. A változás előjele pedig attól függ, hogy az adott vállalat felfigyel-e a megjelenő problémára és időben reagál-e rá.

A Toyota-módszer 3 veszteségforrását emelném ki (3M) a munkaerő változásával kapcsolatosan, mint minőségügyi megközelítést. A muda (veszteség), muri, mura elemekből álló modellből a muda elem vizsgálatával egyértelművé válik, hogy a vállalatoknak az új munkaerő tulajdonságait miként lehet veszteségből lehetőséggé alakítani.

A 7+1 veszteségforrás közül a munkavállalók kihasználatlan kreativitás összetevőjét szem előtt tartva a mai vállalatok számára egyértelművé kell, hogy váljon, hogy a technológiai változásokhoz jól alkalmazkodó, sikerre vágyó munkaerő előnyös tulajdonságait feltétlenül ki kell használniuk, ha nem szeretnék felesleges hátrányba kerülni.

A technológia fejlődése egy ugródeszka lehet az új munkaerővel való kombinációban, de vannak persze esetleges negatív tulajdonságok is, amelyek miatt veszélyes is lehet az alkalmazásuk.

Ilyen probléma lehet az adatvédelemmel szembeni nemtörődöm hozzáállás, valamint a felelősségvállalástól való félelem is, melyeket megfelelő módon kell kezelni. Csökkenteni kell a kockázatot. (Liker, [2008])

A minőséget alapvetően 9 tényező (9M) befolyásolja, amelyek közül kiemelném az előzőekhez kapcsolódva az embert, a vezetőséget, a modern információs rendszereket, és az ösztönzést, valamint a pénzt. (Berényi, [2014])

Ebben az esetben az ember, vagyis a munkaerő változásáról beszélhetünk, amely szorosan összefügg a technológiai, számítástechnikai változásokkal, tehát a modern információs rendszerekkel.

A Z generáció megjelenése a munkaerőpiacon lehetővé teszi a gyorsabb információs rendszerbeli változásokat, hiszen nagyon tanulékonyak a fiatal generáció tagjai és érdeklődnek is az újfajta megoldások iránt. Ez hatalmas könnyebbséget jelent a vállalatok számára az IT támogatás oktatása szempontjából, hiszen sokkal biztosabb felhasználói alapjuk, rutinjuk van a számítástechnika terén, így csak a speciális használatot, működést kell számukra bemutatni. (Tari, [2011])

Ezzel együtt nem csak olcsóbb lehet az oktatásuk, de a képzésük ideje is megrövidülhet az információs technológia terén. Amellett, hogy sokkal tájékozottabbak, igénylik is, hogy a folyamatoknak, a munkavégzésüknek számítógépes támogatottsága legyen, hiszen ők már nem papír-alapon szeretnének dolgozni.

Visszatérve az emberi tényezőhöz és kapcsolódva az IT támogatottsághoz, a netgeneráció számára ösztönző lehet, hogy nyomon követheti és megtanulhatja a legújabb eszközök, programok használatát.

A vezetőség szerepe szintén nagyon szorosan összefügg az előbbi három tényezővel, sőt az összes tényezővel, hiszen a vezető az, akinek észlelnie kell a munkaerő-változást, akcióterveket kell kidolgoznia, döntenie és kommunikálnia kell a szükséges változásokat a szervezet egésze felé. Nagyon sok múlik azon, hogy a vezető mennyire teljes körűen vizsgálja meg az adott helyzetet és persze azon, hogy vajon problémának, lehetőségnek látja-e azt. A gyors reakció nagy előnyt, vagy hátrány lefaragását jelentheti. A későbbi ellenőrzés és javítás megtervezése szintén a vezetőség feladata.

Mindemellett az utolsó tényező, a pénz az, amely gátat szabhat a fejlődés végrehajtásának, ezért szükséges a teljes körű átgondolása a munkaerő- változáshoz való alkalmazkodásnak, pozitív tulajdonságaik kiaknázási lehetőségeinek, a rendelkezésre álló erőforrásoknak és a költségcsökkentő lehetőségeknek is. Alaposan át kell gondolni, hogy ez-e a legfontosabb probléma, amellyel foglalkoznia kell adott helyzetben egy vállalat vezetőinek, vagy van más is, amely előrébb rangsorolandó. Jelen esetben azt feltételezem, hogy ez a probléma az, amely a legelső helyen áll a vállalatok listáján.

Ezzel a PDCA elv (vagyis a Deming-kör) alapját fektetem le, hiszen a Plan (tervezés), Do (végrehajtás), Check (ellenőrzés), Act(ion)(cselekvés), módszert egyszerre egy, a legjobban priorált problémára vetítve szemlélem. Jelenleg a Plan, vagyis tervezés fázissal és a Do fázissal foglalkozom részletesebben, a Check és Act fázist pedig csak érinteni fogom, mivel azok már a végrehajtott akcióterv után következhetnek, ezért csak feltételezéseken alapulhatnak. (Kövesi- Topár, [2006])

A PDCA elv mellett a KAIZEN módszer leegyszerűsített folyamatát követve jutottam el a megoldási lehetőségek feltárásához, vizsgálatához, melyről a későbbiekben szeretnék bővebben írni.

A kiválóságra való törekvés vagy másképpen minőségirányítás/ TQM megjelenésével jelent meg a vállalatok folyamatos fejlődési igénye. Ez a mai legnagyobb és legsikeresebb vállalatok egyik lényeges törekvése.

A munkaerő-változással együtt a szervezeteknek is változniuk kell, ha nem szeretnék lemaradni, vagy versenyelőnyre szeretnék szert tenni, mint már korábban is említettem. Véleményem szerint a Z generáció megjelenése nagy mértékű pozitív változást hozhat a vállalat egészére nézve.

A minőségirányítás alapelveit tekintve kiemelném elsőként a folyamatos fejlesztést, majd a vezetőség elkötelezettségét és az emberek bevonását és vezetését, melyhez a rendszer- és folyamatszempléletet, valamint a tényeken alapuló döntéshozatal adhat kellő alapot. (Berényi, [2014])

A TQM cél-alapelemeit tekintve is szükségesnek látszik a nagy figyelem a Z generáció megjelenésére a munkaerőpiacon, hiszen a cél alapelvek a következők: fogyasztói lojalitás növelés, problémamegoldás, valamint a rendszer és az emberi erőforrás folyamatos javítása, mindemellett pedig egy jó menedzsment-környezet kialakítása. A későbbiekben bemutatásra kerülő a megoldási javaslatok ezen cél- elemek figyelembevételével készültek el. (Berényi, [2014])

6 SAJÁT KUTATÁS BEMUTATÁSA

Primer kutatásként online kérdőíves felmérést végeztem ez év őszén munka és számítógéphasználat témakörben, amelyet egy közösségi oldalon indítottam el az ismerőseim körében, valamint e-mailben azok körében, akikhez a közösségi oldalon (Facebook) nem jutott el.

A közösségi oldalon az adatgyűjtés hólabda- módszerrel történt, e-mailben pedig egyszerű véletlen, visszatétel nélküli mintavétellel.

Az online kérdőív összesen 25 kérdésből állt, amely a mellékletek között található teljes terjedelmében, kitöltése körülbelül 5 percet igényelt.

A kérdések típusát tekintve egyszerű választásos kérdéseket tettem fel legnagyobb részben, hogy megkönnyítsem a válaszadást. Ezen kívül található még benne többszöri választásra lehetőséget adó kérdés, valamint 1-től 5-ig terjedő skálán történő jellemzés is a pontosabb eredmények érdekében. A végén pedig egy nyitott kérdéssel tettem lehetővé az esetleges plusz információ megosztását.

Az adatokat korcsoportok, nemek, valamint iskolai végzettség szerint csoportosítottam, de csak a korra és a nemre vonatkozó kérdések kitöltését tettem kötelezővé.

Célom a kérdőív készítésével a generációkkal (főként a Z generációval) kapcsolatos feltevéseim vizsgálata, igazolása annak érdekében, hogy utat találjak a leghatékonyabb megoldásokhoz a jövő foglalkoztatói számára.

A kérdőívet több, mint 100 válaszadó töltötte ki, tehát a mintavétel nagy mintát eredményezett.

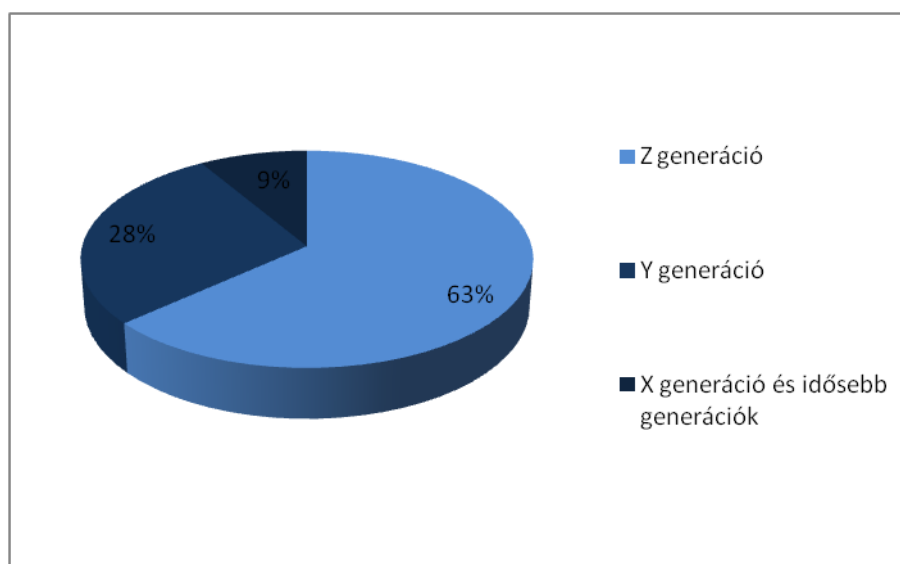
Az eredményeket a következőkben diagramok segítségével szemléltetem a könnyebb átláthatóság kedvéért.

6.1 Eredmények

A kutatás eredményeit a következőkben két részre bontva mutatom be. Elsőként az összes válaszadó véleményét figyelembe véve értékelem a kérdéseket, majd a Z generáció válaszait vizsgálom külön.

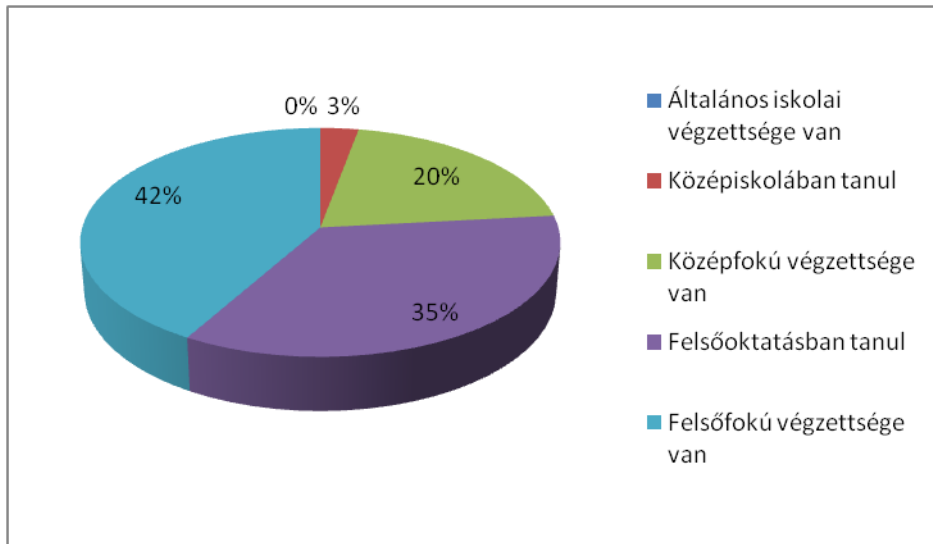
6.1.1 A teljes minta válaszainak elemzése

A teljes minta válaszai alapján a kitöltők 63%-a a Z generáció tagja, 28%-a az Y generáció tagja, 9% pedig az X generáció tagja. A következő 1. ábra az előző megállapításokat szemlélteti.



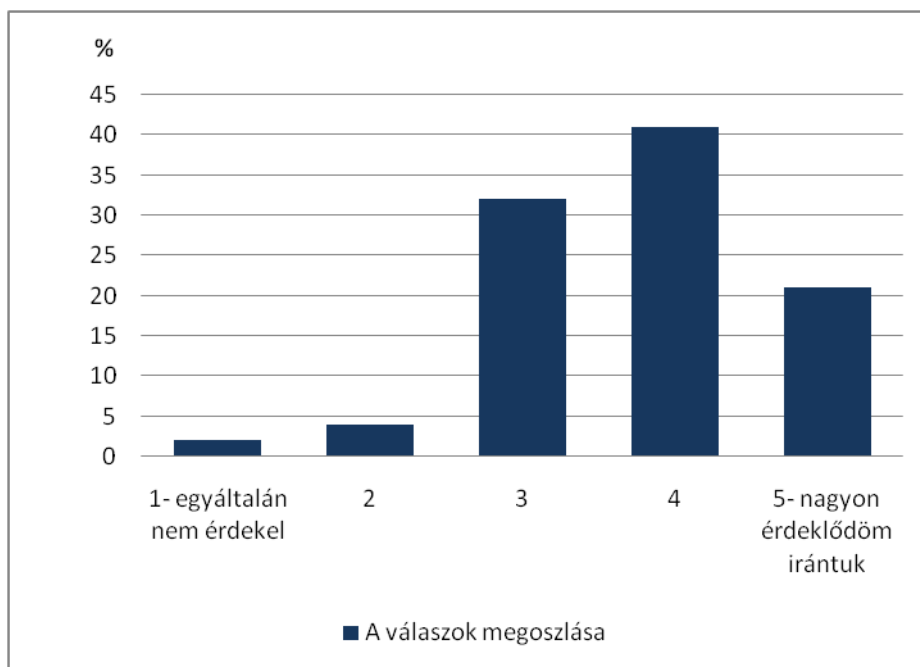
1. ábra: A kérdőív kitöltőinek generációs megoszlása

A válaszok alapján a kitöltők 32%-a férfi, 68%-a pedig nő. Iskolai végzettség tekintetében pedig: 42% a felsőfokú végzettséggel rendelkező, 35%-uk pedig felsőoktatásban tanul éppen, 20%-uk középiskolai végzettséggel rendelkezik, 3%-uk pedig középiskolában tanul. Legmagasabb végzettségként általános iskolai végzettség-et nem jelölt meg senki. A 2. ábrán látható az iskolai végzettség szerinti megoszlása a válaszadóknak.



2. ábra: A válaszadók végzettségének megoszlása

A kérdőív kitöltőinek érdeklődése a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt a következőképpen alakult: 2% választotta a skála 1-es fokozatát, vagyis azt, hogy egyáltalán nem érdekli, 4% a 2-es fokozatot, 32% a 3-as fokozatot, 41% a 4-es fokozatot, valamint 21% választotta az 5-ös fokozatát a skálának, vagyis nagyon érdeklődik irántuk. Ezek alapján egyértelmű, hogy a kitöltők nagyobb része érdeklődik a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt.

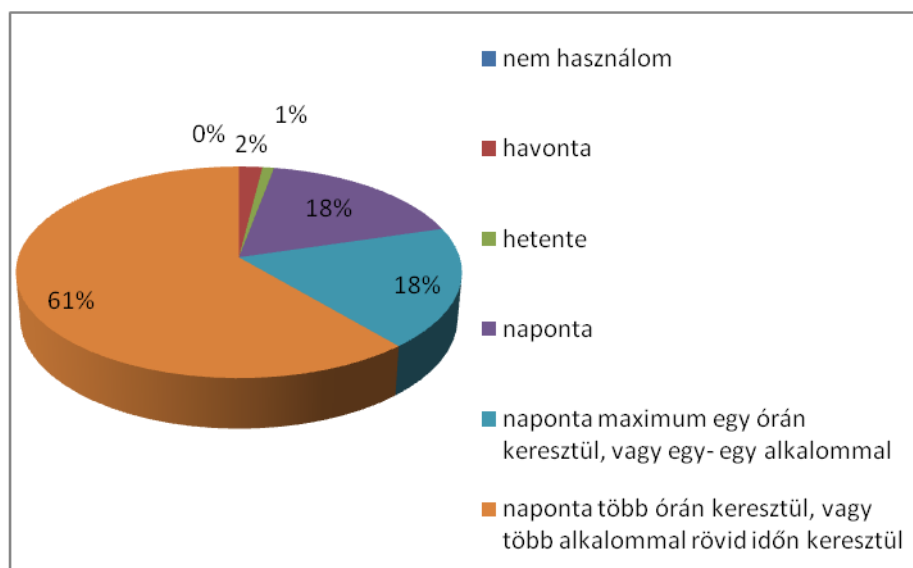


3. ábra: Érdeklődés fokának megoszlása a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt

A telefon-, tablet-, számítógép- és e-book olvasó használat gyakoriságával kapcsolatosan a következő eredmények születtek:

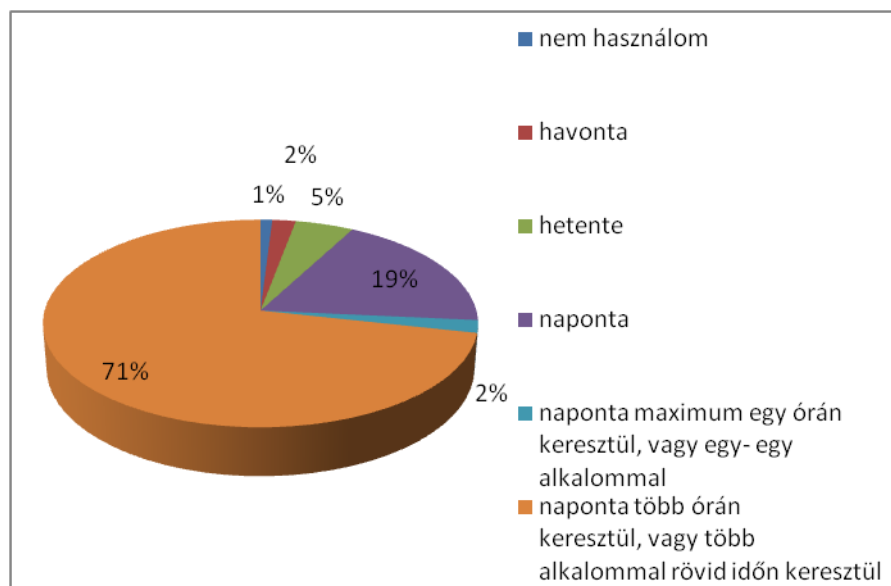
Összefoglalva a legtöbben jelezték a számítógép (71%) és a telefon (61%) használatáról azt, hogy naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül használják. A tablet (75%) és az e-book olvasó (90%) esetében pedig a legtöbben azt válaszolták, hogy nem használják ezeket az eszközöket.

Kiemelném a telefonhasználatot, mivel a válaszadók 97%-a használ legalább naponta telefont, a fennmaradó 3% pedig a hetente (2%) és a havonta (1%) történő használat között oszlik meg. A következő, 4. ábra ezt szemlélteti:



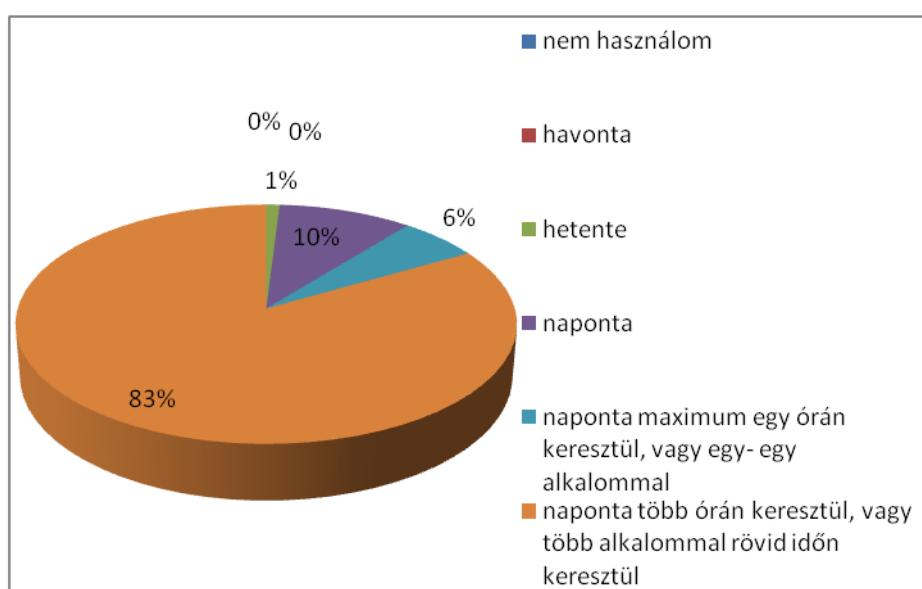
4. ábra: Telefonhasználat gyakoriság szerinti megoszlása

A számítógép használat esetében az eredmények alakulása: 93%-a a megkérdezetteknek legalább naponta használ, 5% hetente, 2% havonta és 1% pedig egyáltalán nem használ számítógépet.



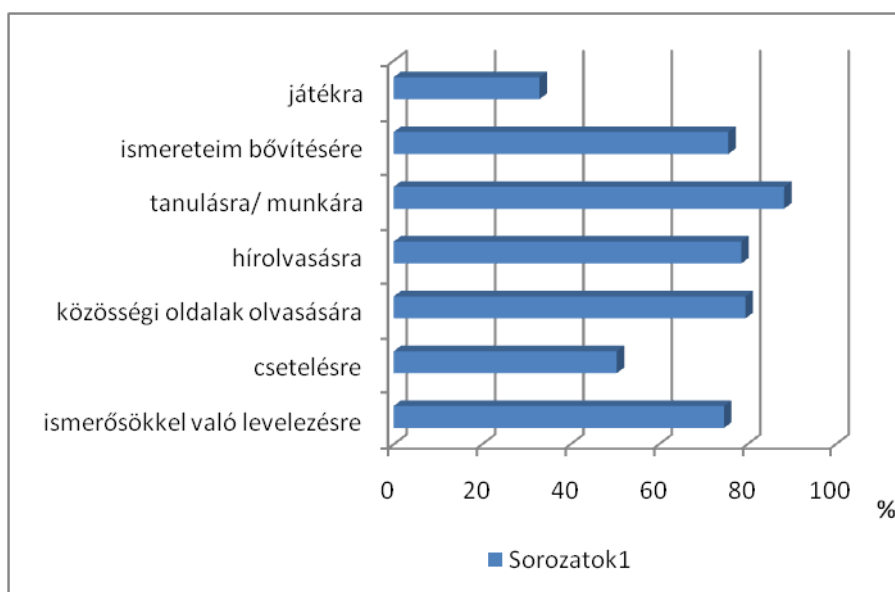
5. ábra: Számítógéphasználat gyakoriság szerinti megoszlása

Az internethasználat gyakoriságára vonatkozóan a legtöbben (83%) azt válaszolta, hogy naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül használja, 6% válaszolta, hogy maximum egy órán keresztül használja, 10% válaszolta, hogy naponta használja, 1% pedig azt válaszolta, hogy hetente használja. A jobb átláthatóságot segítve az adatokat a 6. ábra szemlélteti.



6. ábra: Internethasználat gyakoriságának megoszlása

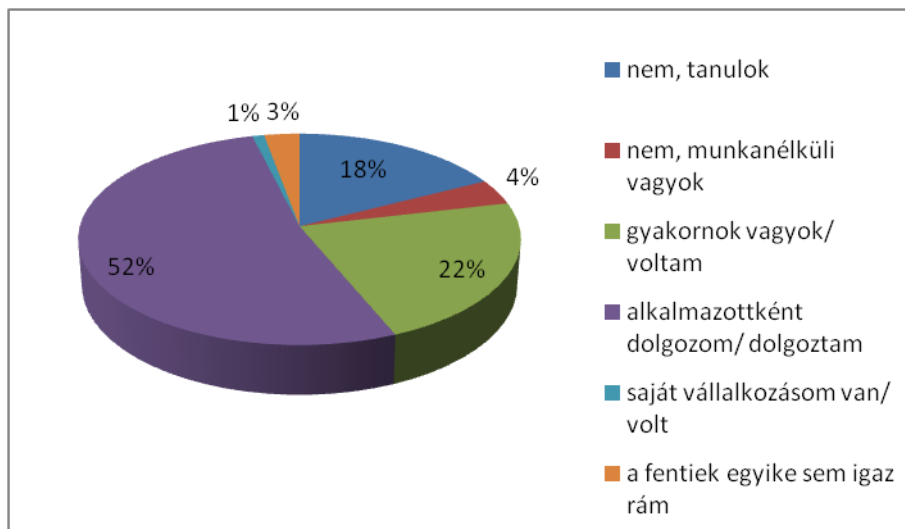
Arra a kérdésre, hogy mire használják az internetet, a legtöbben azt választották, hogy tanulásra/ munkára (88%), kicsit kevesebben (79%) közösségi oldalak olvasására és hírolvasásra, szintén sokan (76%) ismeretei bővítésére, hasonló arányban (75%) pedig ismerősökkel való levelezésre. Ezen kívül 50%-uk használja az internetet csetelésre, és 33% használja játékra. A következő 7. ábra mutatja be a válaszok megoszlását.



7. ábra: Internethasználat céljának megoszlása

A további kérdésekben a munkával kapcsolatosan kutattam.

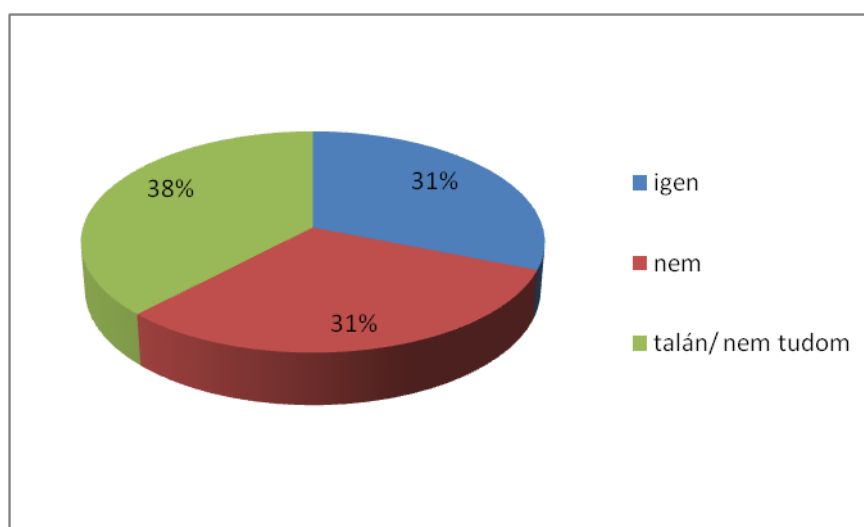
Arra a kérdésre, hogy van-e vagy volt-e már munkahelye, a legtöbben összefoglalva igennel (78%) válaszoltak. A válaszolók 4%-a válaszolta, hogy munkanélküli, 18% pedig, hogy tanul. A legtöbben (52%) alkalmazottként dolgozik/ dolgozott, de szintén jelentős, 22% pedig azt válaszolt, hogy gyakornok, vagy az volt. A további eredményeket a 8. ábra ábrázolja.



8. ábra: Munkahellyel való rendelkezés megoszlása

A megkérdezettek 77%-a végez, vagy végzett szellemi munkát, 33%-uk pedig fizikai munkát.

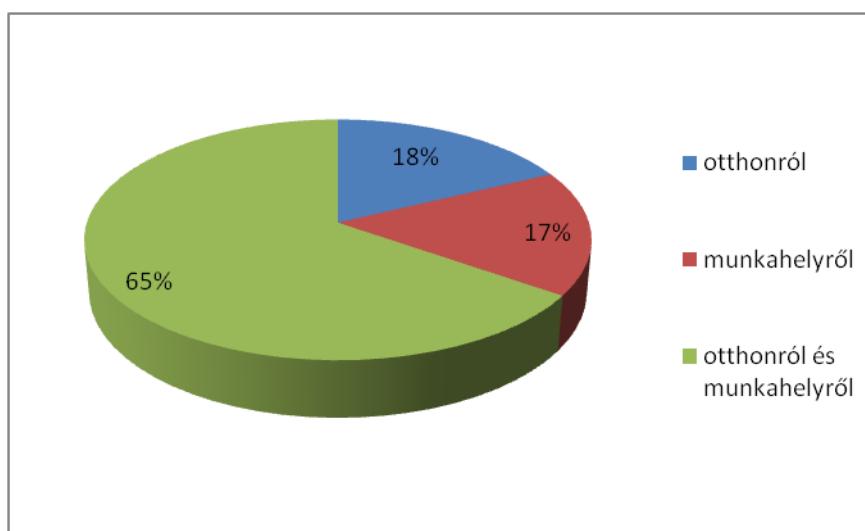
Az egyik legérdekesebb képet arra a kérdésre adott válaszok mutatják, amelyben azt kérdeztem, hogy szeretnének-e olyan munkát, amelyhez alapos informatikai tudás szükséges. A válaszadók 31-31%-a válaszolt igennel és nemmel, 38% pedig azt válaszolta, hogy talán/ nem tudja. Így azt láthatjuk, hogy a megkérdezettek közül a döntésképesek fele szeretne ilyen munkát, a másik fele nem, kicsivel nagyobb hányada pedig nem tudja eldönteni, hogy mit szeretne.



9. ábra: Alapos informatikai tudást igénylő munka végzésére való vágy megoszlása

A kérdőívet kitöltők arra a kérdésre miszerint, ha lehetőségük lenne otthonról végezni a munkájukat, honnan végeznék azt szívesebben, a legtöbben (65%) azt válaszolták, hogy otthonról és munkahelyről végeznék felváltva szívesen. A válaszadó 18%-a szeretne otthonról dolgozni, 17%-uk pedig munkahelyről szeretné végezni munkáját.

A 10. ábra szemlélteti a válaszok megoszlását.

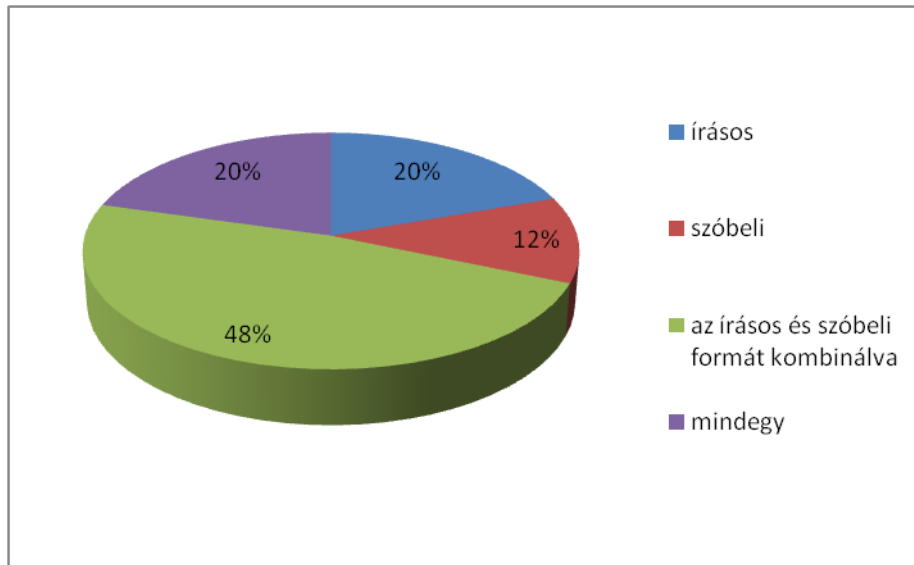


10. ábra: A munkavégzés preferált módjának megoszlása

A munkavégzés jellegére vonatkozó kérdésre 17%-a válaszolta, hogy kötött munkaidőben és munkahelyen szeretné végezni a munkáját. 25%-uk szintén kötött időbeosztással, de már otthonról és irodából is végezhető munkát szeretne. A lényeges többség (58%), pedig szeretne kötetlen időbeosztásban, otthonról vagy munkahelyről szeretne dolgozni.

A következő munkával kapcsolatos kérdésre, miszerint egyedül vagy csapatban szeretnek-e jobban dolgozni, a többség (60%) válaszolta azt, hogy egyénileg, (40%) pedig azt, hogy csapatban.

A munkáról való számadás tekintetében a legtöbben (48%) az írásos és szóbeli formát kombinálva szeretnek számot adni, 20% kedveli az írásos formát, 12% pedig a szóbeli formáját a számadásnak, a fennmaradó 20%-a a válaszadóknak a "mindegy" választotta. A 11. ábra látható az erre vonatkozó válaszok megoszlása.

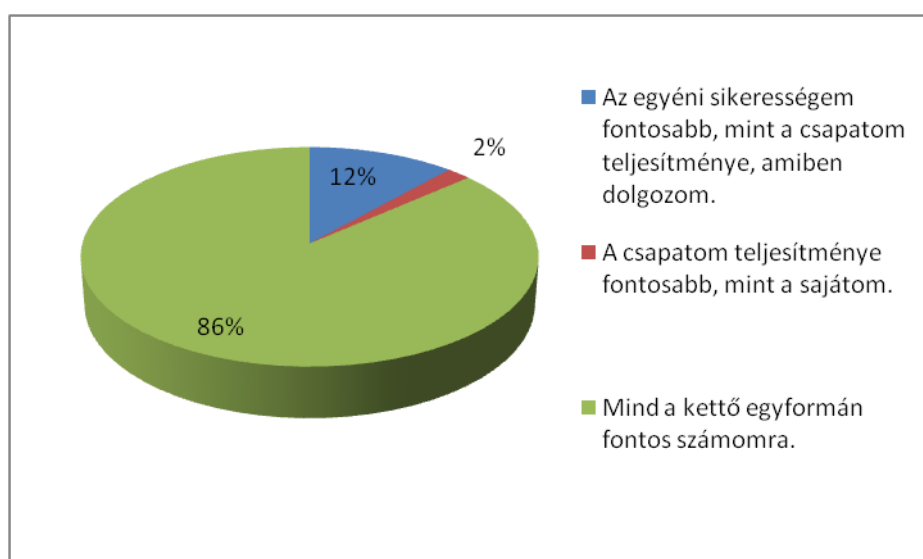


11. ábra: A munkáról történő preferált számadási formák megoszlása

A motivációról szóló kérdésre a többség (51%) válaszolta azt, hogy nem motiválná, ha a legjobb eredményt elérő munkatársakat/ tanulókat közzé tennék a többi munkavállaló/ tanuló számára, mindössze 49%-a jelölte azt, hogy motiválná őt.

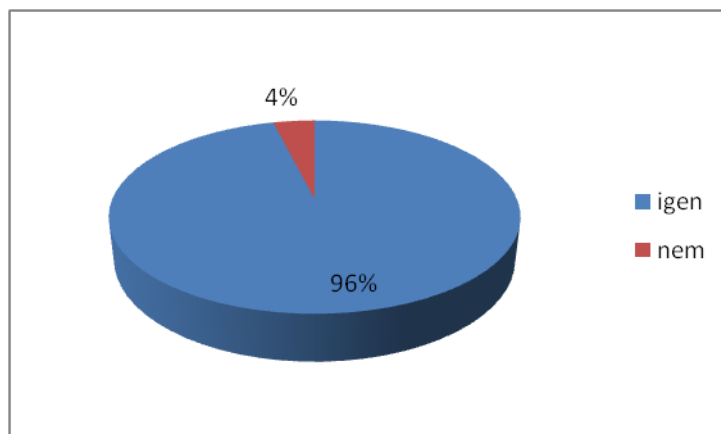
Az egyéni vagy csapatsiker fontosságáról feltett kérdésre pedig a nagytöbbség (86%) azt válaszolt, hogy mind a kettő egyformán fontos számára. 2% válaszolta, hogy a csapata sikere a fontosabb, 12% pedig azt, hogy az egyéni sikeressége előbbre való.

A 12. ábra tartalmazza az eredmények megoszlását.



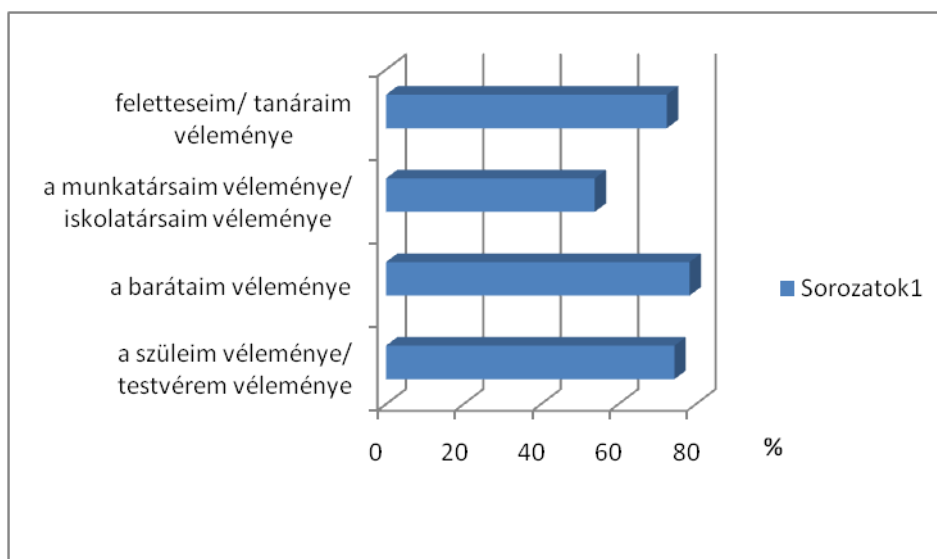
12. ábra: Az egyéni- illetve csapat teljesítmény fontosságának megoszlása

A kérdésre, melyben arról kérdeztem, hogy szeretnék-e hozzájárulni egyéni ötleteikkel a munkahelyük teljesítményéhez, egyértelmű többség (96%) válaszolta azt, hogy igen, és csupán 4% választotta a nemleges választ. A 13. ábra szemlélteti az eredményeket.



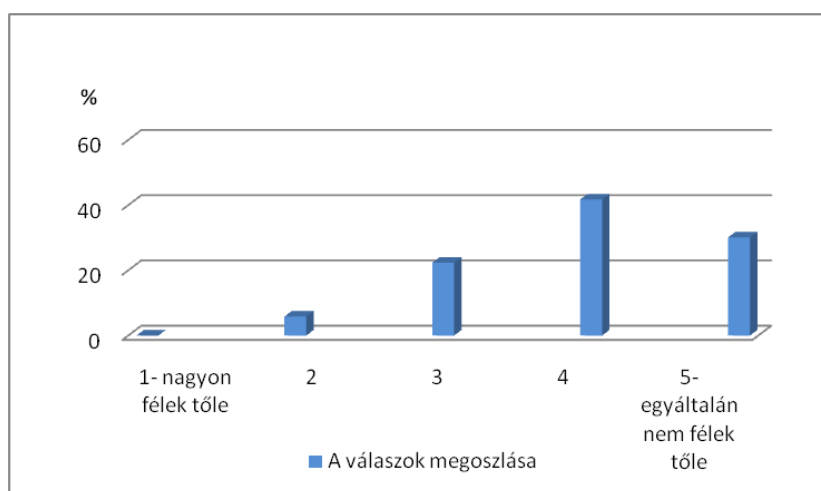
13. ábra: A munkahelyi teljesítményhez való saját ötletek általi hozzájárulási vágy megoszlása

A kitöltők nagy részének (78%) fontos a barátaik véleménye, 75%-uknak fontos a szülei/ testvére véleménye, 73%-nak a felettesei/ tanárai véleménye, viszont a munkatársak/ iskolatársak véleménye csak 53%-nak fontos. A 14. ábra mutatja a válaszolók véleményét.



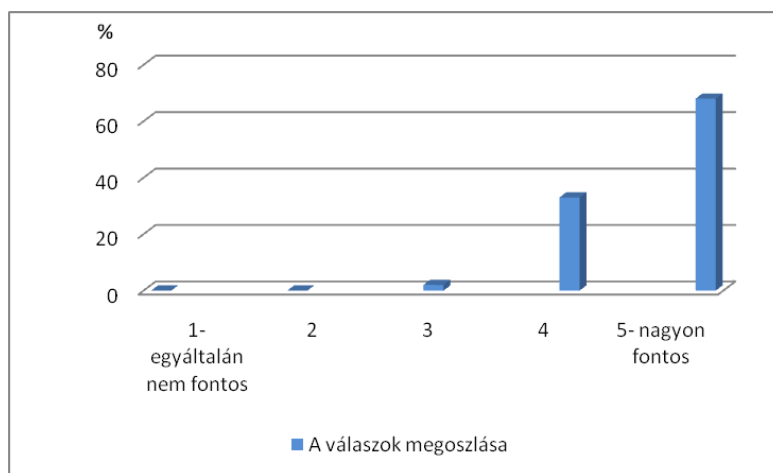
14. ábra: A személyek véleményének megoszlása fontosságuk szempontjából

A felelősségvállalásról adott válaszok alapján a kitöltők 0%-a fél nagyon a felelősségvállalástól, az 1-es választ jelölte meg, 6%-uk a 2-es fokozatot jelölte meg, 22%-uk a 3-as fokozatot jelölte meg, 42%-uk pedig, a legtöbben, a 4-es fokozatot jelölték meg, végül 30% válaszolta, hogy egyáltalán nem fél a felelősségvállalástól. A 15. ábra segíti a könnyebb átláthatóságot.



15. ábra: A felelősségvállaláshoz való hozzáállás megoszlása

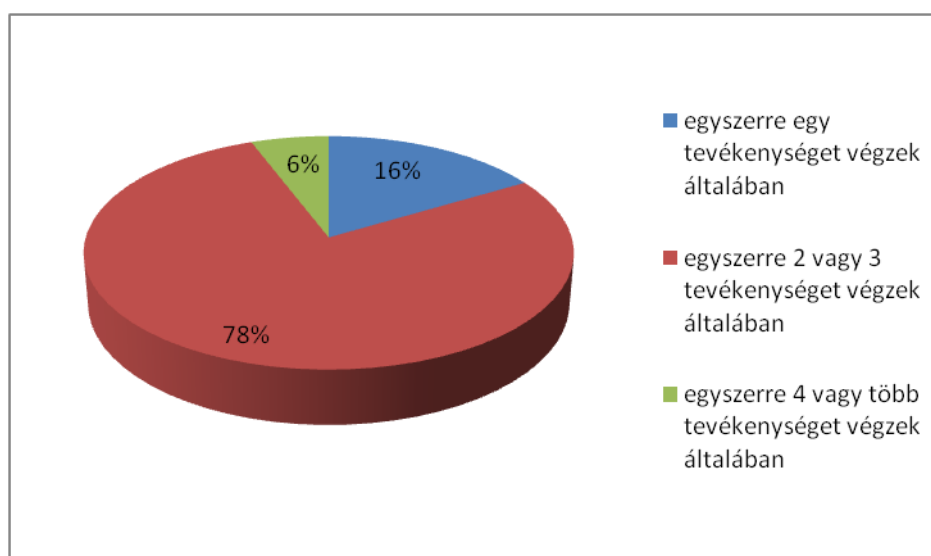
Arra a kérdésre, hogy mennyire fontos az siker számukra, a legtöbben azt választották, hogy nagyon fontos (68%), ami az 5-ös skálafokozat megjelölését jelenti. A 4-es fokozatot szintén sokan (33%) választották. Kevesen választottak 3-as skálafokozat megjelölésével (2%), a 2-es és 1-es fokozatot, pedig senki sem választotta, így elmondható, hogy fontos az emberek számára a siker a munkában. A 16. ábrán látható a válaszok megoszlása %-ban.



16. ábra: A munkában való siker fontosságának megoszlása

A kitöltők nagyobb hányadának (78%) fontos a személyes kapcsolattartás az ismerősökkel, mint a közösségi oldalakon való kapcsolattartás az ismerősökkel (22%).

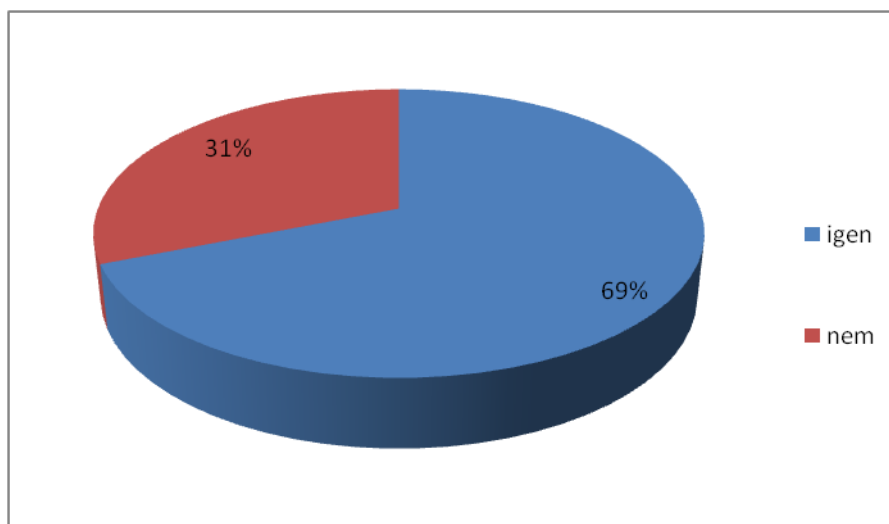
Az összetett tevékenységvégzéssel kapcsolatosan a legtöbben (78%) azt választották, hogy egyszerre 2 vagy 3 tevékenységet végeznek általában, jóval kevesebben (16%) választották, hogy egyszerre egy tevékenységet végeznek általában, a legkevesebben (6%) pedig azt választották, hogy egyszerre 4 vagy több tevékenységet is végeznek.



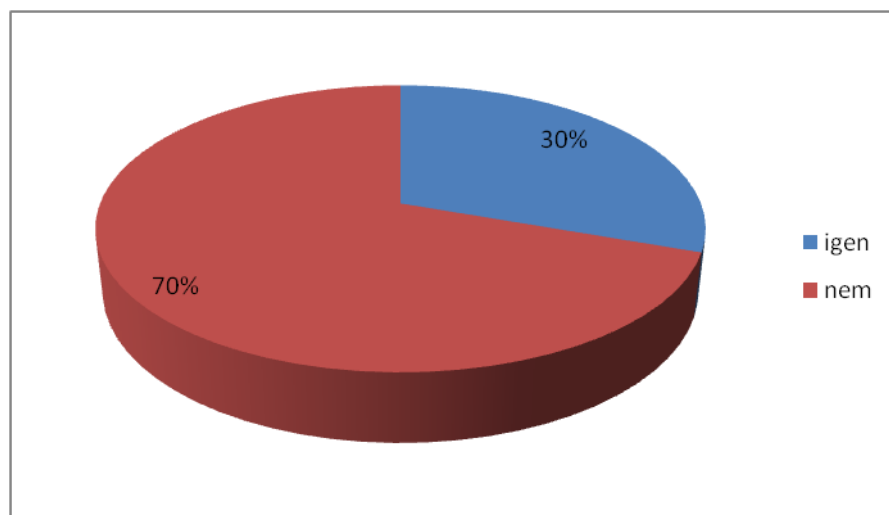
17. ábra: Tevékenységvégzési szokások megoszlása

A válaszadók többsége (69%), ha lehetősége nyílna a szakmájában külföldi munkavégzésre, akkor élne a lehetőséggel, 31%-uk pedig nem élne vele.

Ezzel szemben, ha a munkájuk megengedné, hogy itthonról távmunkában végezzék a feladatokat, akkor a legtöbben (70%) inkább itthonról végeznék, kevesen (30%) pedig nem élnének ezzel a lehetőséggel. A két kérdés eredménye együtt szemlélve érdekes megvilágításba helyezi a távmunka hasznát. Egyértelműen látszik, hogy sokan nem mennének külföldre dolgozni, ha itthonról is végezhetnének külföldi cégeknek munkát. A kérdések eredményeit a jobb áttekinthetőség kedvéért két ábrával szemléltetem. (18. és 19. ábra)



18. ábra: Saját szakmában való külföldi elhelyezkedési hajlandóság megoszlása

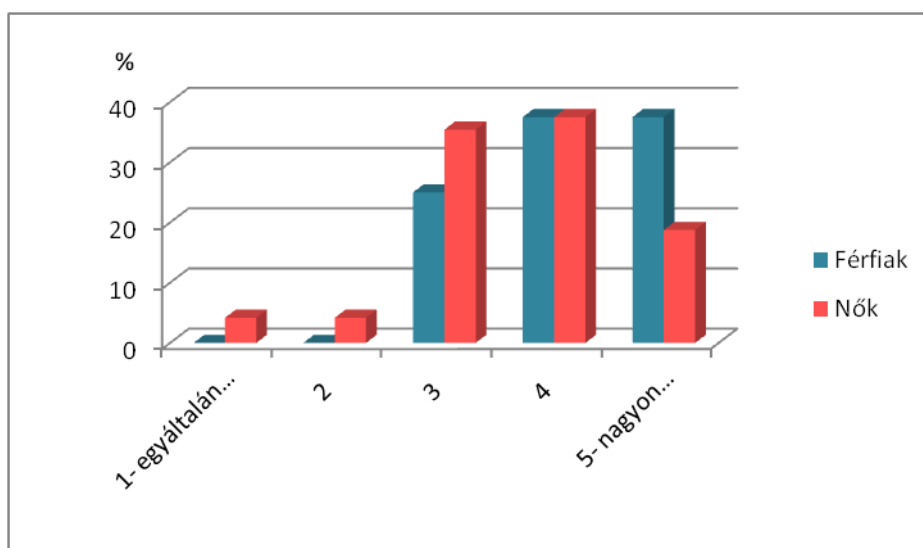


19. ábra: Külföldi helyszínen történő munkavégzési hajlandóság megoszlása abban az esetben, ha a munka itthonról is végezhető távmunkában

6.1.2 A Z generáció válaszainak tapasztalatai

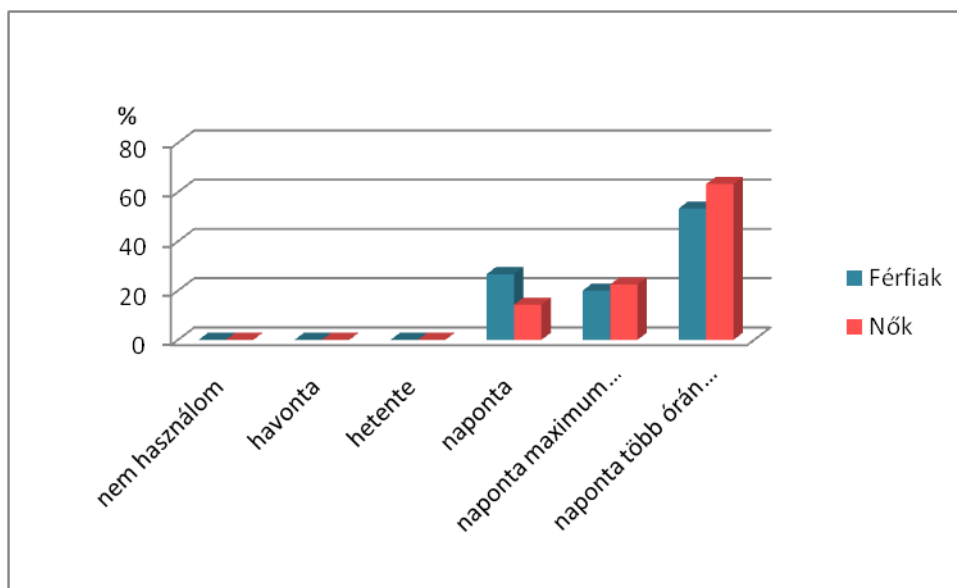
A 10 év alatti korosztálytól a 24 éves korosztályig bezárólag tekintem a kitöltőket Z generációba tartozóknak. A Z generáció nemek szerinti és iskolai végzettség szerinti megoszlása hasonló, mint az összes kitöltőre vonatkozó megoszlás. A kitöltők 76%-a nő nemű, a 24%-uk pedig férfi.

A számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránti érdeklődés esetében a legtöbb válasz az 5-ös- nagyon érdeklődöm irántuk- skálafokozatra (28%) és a 4-es skálafokozatra (37,5%), valamint a 3-as fokozatra (30%) érkezett. Mindössze a válaszadók 2-2%-a választotta az 1-es és a 2-es fokozatot- akiknek 100%-a nő. A következő, 20. ábrán nemek szerinti csoportosításban láthatóak az eredmények.



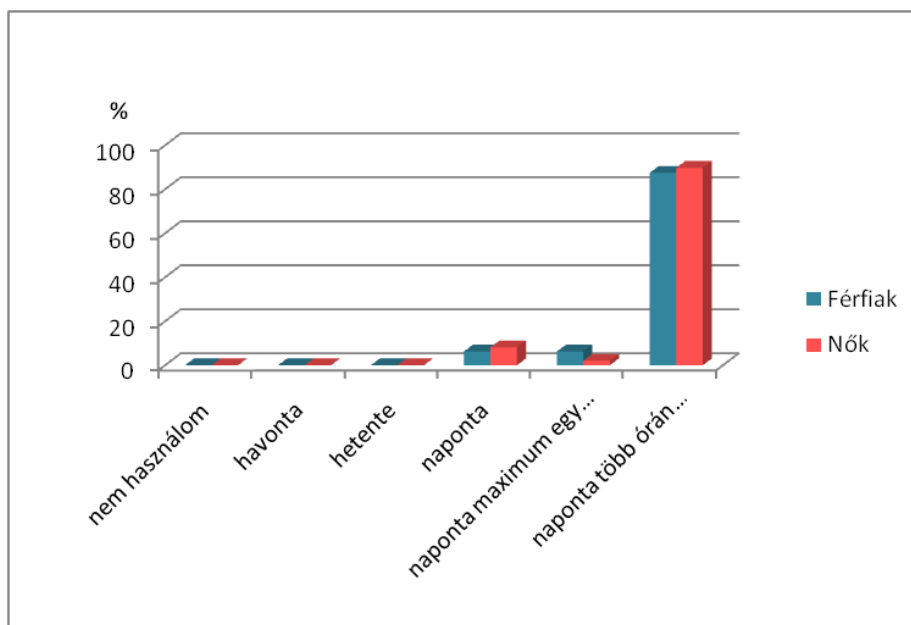
20. ábra: Érdeklődés fokának megoszlása a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt a Z generáció esetén

A telefonhasználat gyakoriságára vonatkozó kérdés esetében a legtöbb válasz a naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül, azaz az 5-ös skálafokozatra (59%) érkezett. Lényegesen kevesebben, a válaszadók 21%-a választotta a 4-es skálafokozatot, 20%-uk pedig a 3-as fokozatot választotta. A másik két választ senki sem jelölte meg. A válaszok a nők és a férfiak tekintetében kis különbséget mutatnak, melyek a 21. ábrán láthatóak.



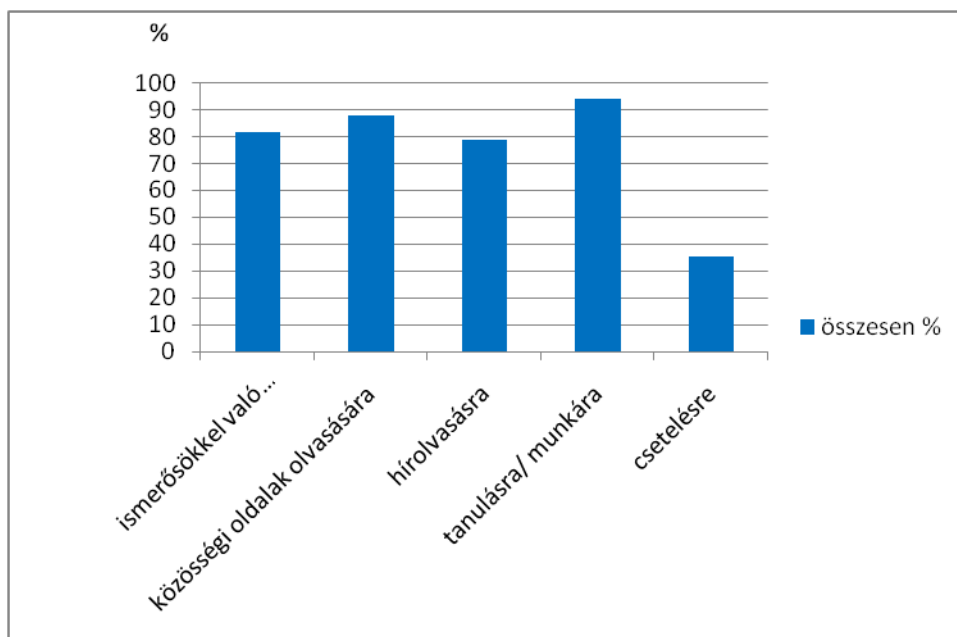
21. ábra: Telefonhasználatának gyakoriságának megoszlása a Z generáció esetén

Az internethasználat gyakoriságára vonatkozó kérdésre hasonló válasz érkezett mind két nem esetében. A nagytöbbség (89%) azt válaszolta, hogy naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal kevés ideig használja az internetet, 8% a naponta való használatot jelölte meg, 3% pedig a naponta maximum egy órás használatot jelölte meg.



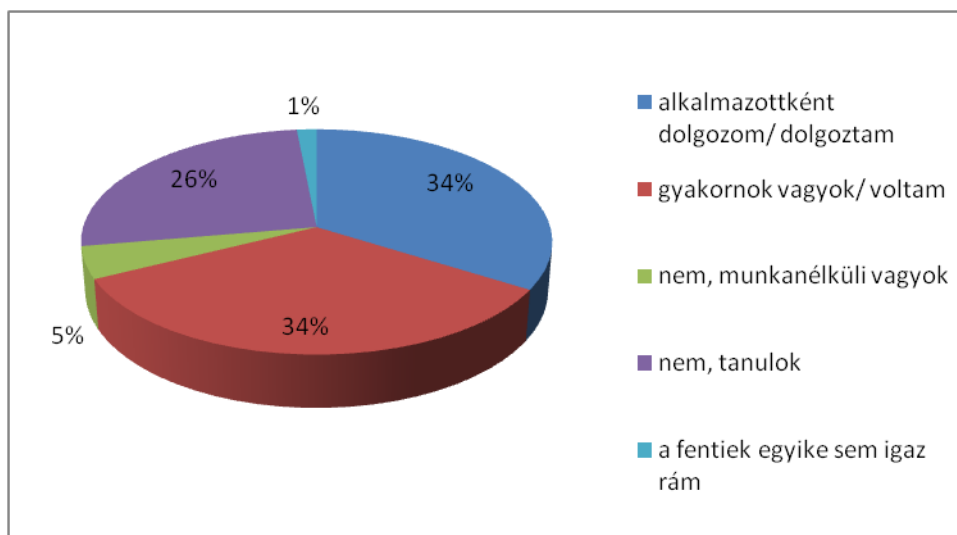
22. ábra: Az internethasználat gyakoriság szerinti megoszlása a Z generáció esetén

A Z generáció internethasználatának célok szerinti megoszlása a következőképpen alakul: a legnagyobb arányban használják az internetet tanulásra/ munkára (93%), kicsivel kevesebben (87%) használják közösségi oldalak olvasására, ezután következik a sorban (81%) ismerősökkel való kapcsolattartásra, 78%-uk használja hírolvasásra, valamint jóval kevesebben, (31%) használja az internetet csetelésre. (23. ábra)



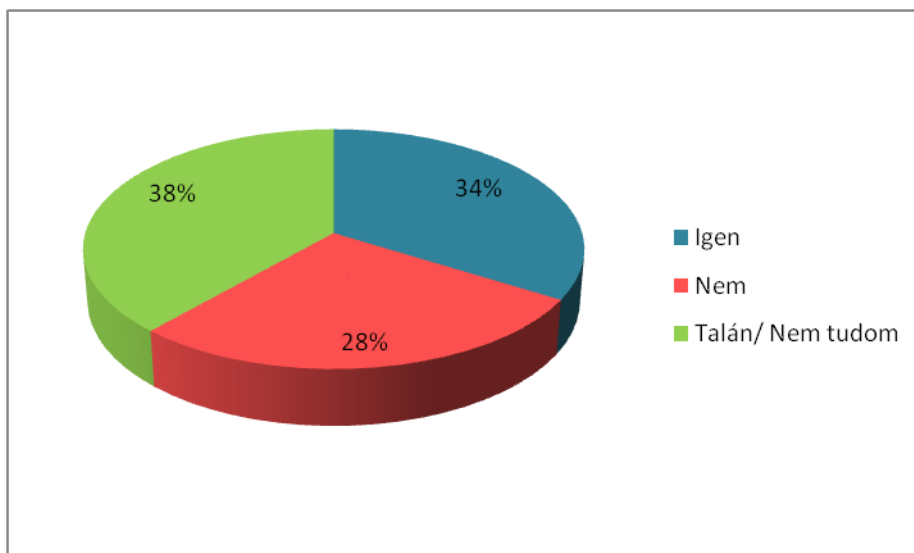
23. ábra: Az internet használatának célja szerinti megoszlás a Z generáció esetén

A kérdésre, hogy van-e/ volt-e már munkahelye, a legtöbben igennel válaszoltak összességében. Ezen belül 34-34%-ban azt jelölték meg, hogy gyakornokok vagy azok voltak, alkalmazottként dolgoznak/ dolgoztak. A válaszadók 26%-a azt jelölte meg, hogy még tanul, 5%-uk pedig munkanélküli. A megkérdezettek 1%-a pedig úgy gondolja, hogy a fentiek egyike sem igaz rá. A 24. ábrán láthatóak az adatok összesítve.



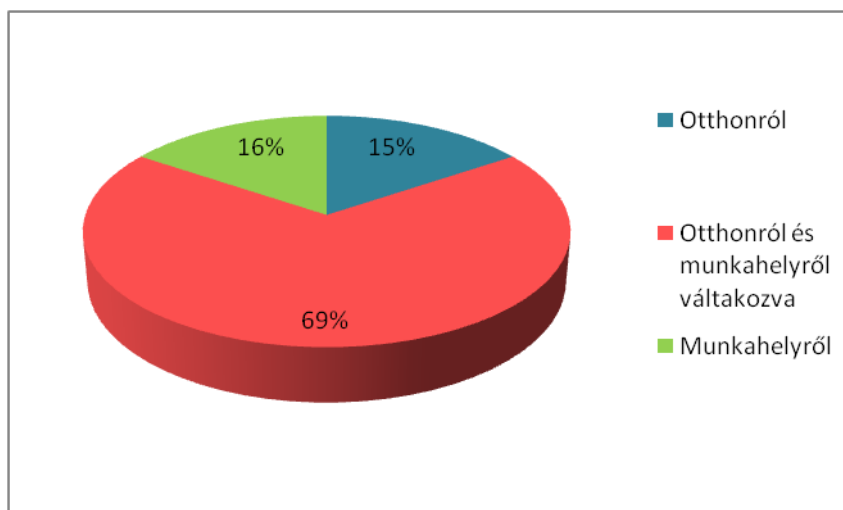
24. ábra: Munkahellyel való rendelkezés megoszlása a Z generáció esetében

Olyan munkát, amelyhez alapos informatikai tudás szükséges, a Z generáció tagjai 34%-ban szeretnék, 38%-uk nem tudja, 28%-uk pedig nem szeretne. Ez nem sokban tér el a teljes minta véleményétől. A 25. ábrán látható az eredmények megoszlása.



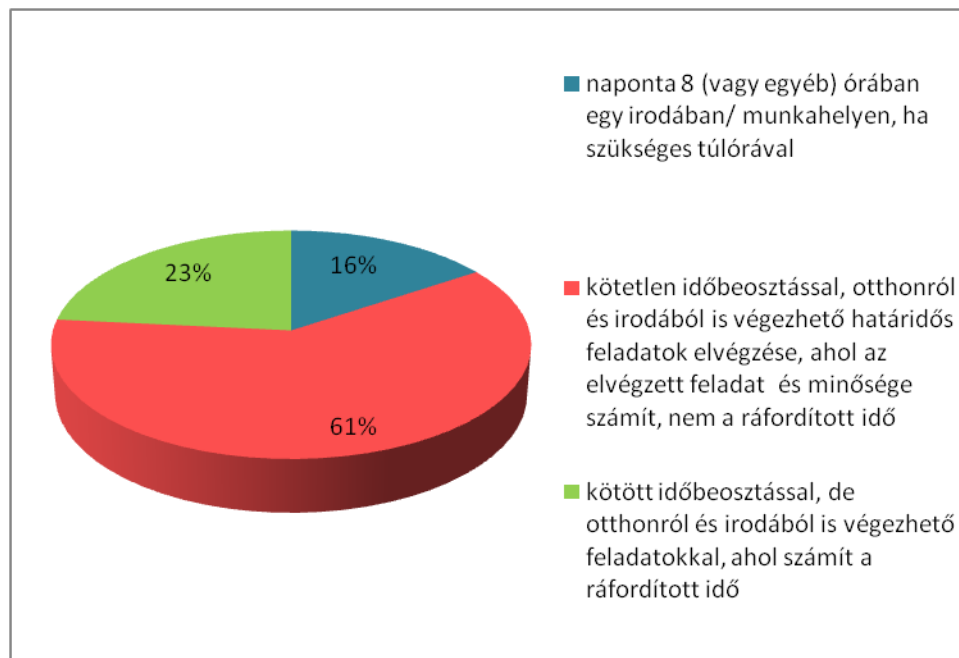
25. ábra: Alapos informatikai tudást igénylő munka végzésére való vágy megoszlása a Z generáció esetén

A Z generáció megkérdezett tagjainak 69%-a otthonról és a munkahelyről váltakozva szeretne dolgozni, míg 15%-uk otthonról, 16%-uk pedig a munkahelyről szeretné végezni a munkáját. Ez az eredmény valószínűleg annak köszönhető, hogy még nem ismerik a vállalati gyakorlatban az otthonról történő munkavégzést, illetve az IT eszközök vállalati szintű használatának lehetőségeit, esetleg úgy gondolják, hogy az otthon végzett munka miatt állandóan be lennének zárva az otthonukba. (26. ábra)



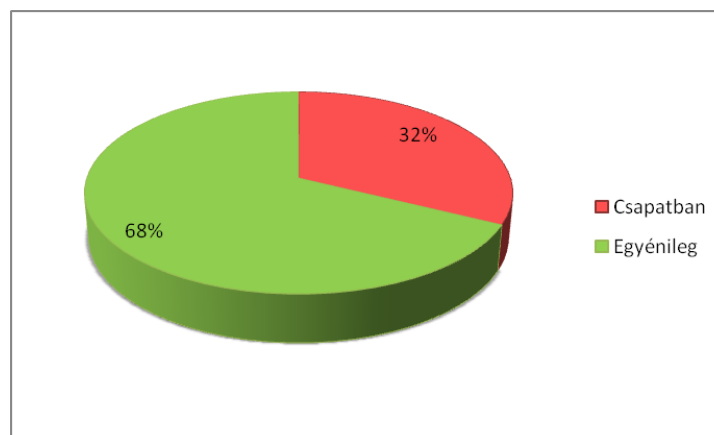
26. ábra: A munkavégzés preferált módjának megoszlása a Z generáció esetén

Arra a kérdésre, hogy hogyan szeretnék jobban dolgozni, a legtöbben (61%) a kötetlen időbeosztású, otthonról és munkahelyről végezhető munkavégzést választották, lényegesen kevesebben (23%) választották azt, hogy kötött időbeosztással szeretnék otthonról vagy munkahelyről végezhető munkát végezni. A legkevesebb válaszadó választotta (16%) a fix óraszámú, munkahelyről történő munkavégzést. A válaszok megoszlását a 27. ábra mutatja.



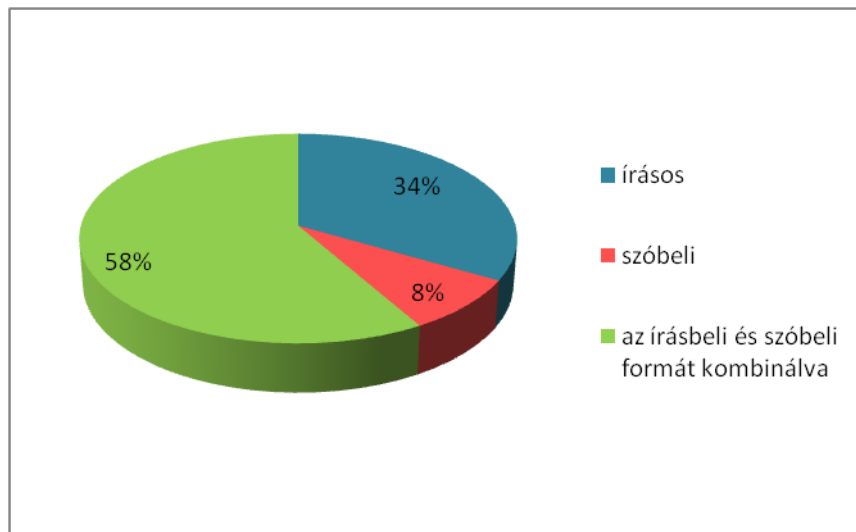
27. ábra: A preferált munkavégzési formák megoszlása a Z generáció esetén-1

A Z generáció tagjainak nagy többsége (68%) jelölte meg, hogy az egyéni munkavégzést/ tanulást preferálja, 32%-uk pedig azt, hogy csapatban szeret. A 28. ábra szemlélteti az arányokat.



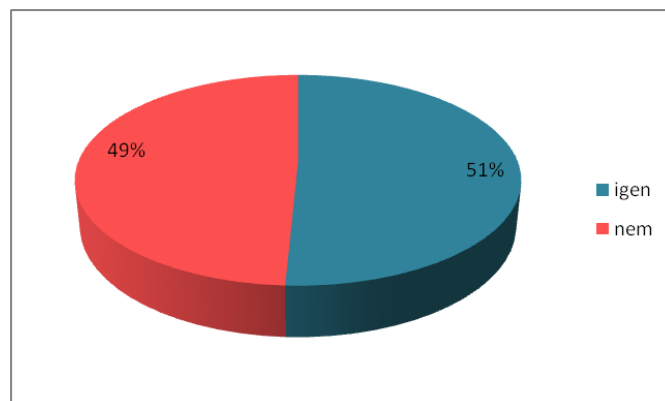
28. ábra: A preferált munkavégzési formák megoszlása a Z generáció esetén-2

A kitöltők 58%-a írásbeli és szóbeli formát kombinálva szeret számot adni a munkájáról, 34%-uk kedveli az írásos formát, 8%-uk pedig a szóbeli számadási formát. A 29. ábrán jól látható, hogy a szóbeli forma összességében háttérbe szorul az írásbeli formával szemben.



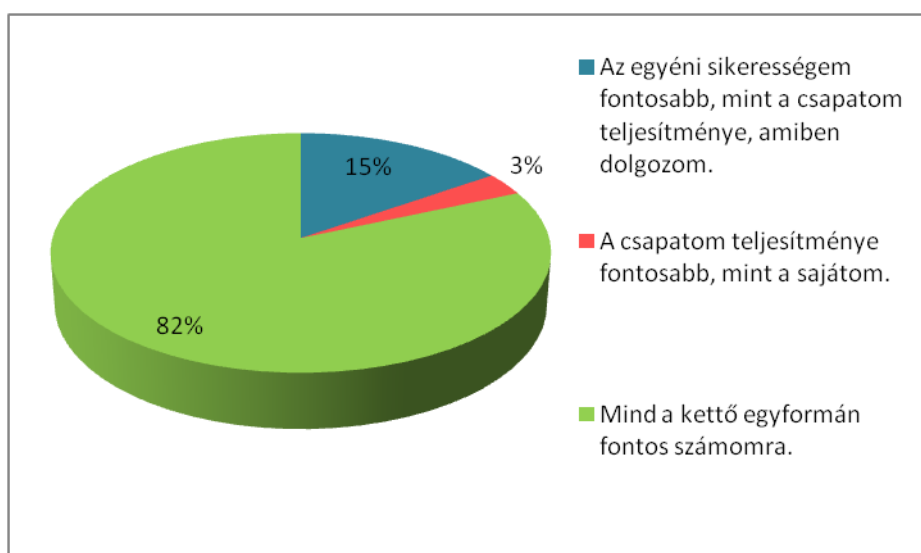
29. ábra: A munkáról történő preferált számadási formák megoszlása a Z generáció esetén

Arra a kérdésre, hogy motiválná-e, ha a legjobban teljesítő munkavállalókat/ tanulókat közzé tennék a többi munkavállaló/ tanuló számára többen (51%) válaszoltak igennel. 49%-a a válaszadóknak pedig nemmel válaszolt. Ez az arány közelebb van az én feltételezéseim szerinti arányhoz, mint az összes kitöltő alapján látható arány. A fiatalabb korosztályt már nagyobb százalékban motiválja a közösség előtti pozitív megjelenés, elismertség. (30. ábra)



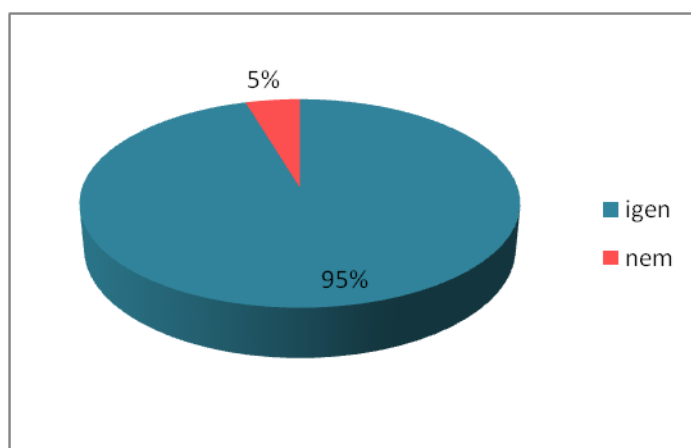
30. ábra: A legjobb eredményt elérők közzétételének motiváló hatásához való hozzáállás megoszlása a Z generáció esetén

A kitöltők 82%-ának, tehát a mérvadó többségnek egyformán fontos a saját és a csapata sikeressége, ami mutatja, hogy minden téren igyekeznek sikeressé válni a Z generáció tagjai, mind egyedül, mint csapat szinten. A fennmaradó 18%-ból 15% válasza az volt, hogy az egyéni sikeressége fontosabb, mint a csapata teljesítménye, 3%-nak pedig fontosabb a csapata teljesítménye, mint a sajátja. A 31. ábrán láthatóak az arányok.



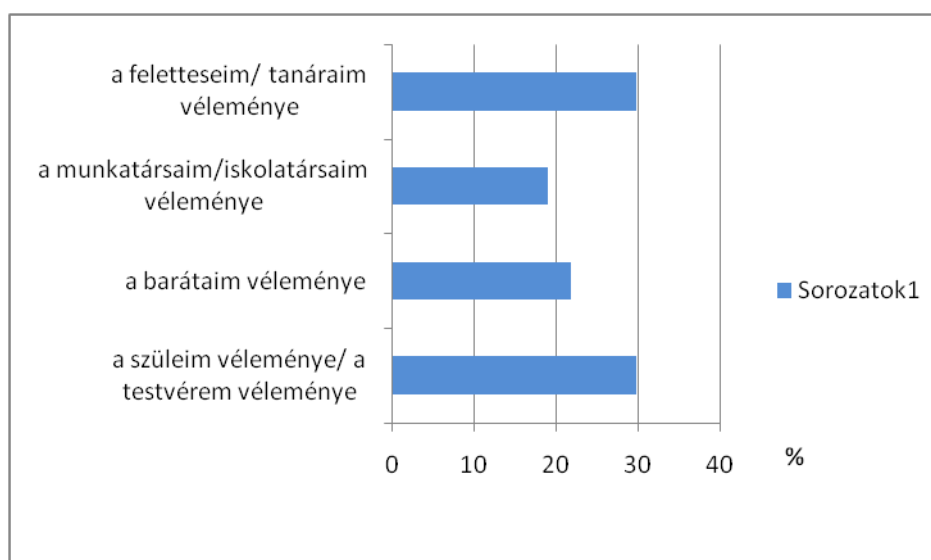
31. ábra: Az egyéni- illetve csapat teljesítmény fontosságának megoszlása a Z generáció esetében

A válaszadók döntő többsége (95%) szeretne hozzájárulni a munkahelye teljesítményéhez az egyéni ötleteivel, csupán 5 % az, aki azt válaszolta, hogy nem. (32. ábra)



32. ábra: A munkahelyi teljesítményhez való saját ötletek általi hozzájárulási vágy megoszlása a Z generáció esetében

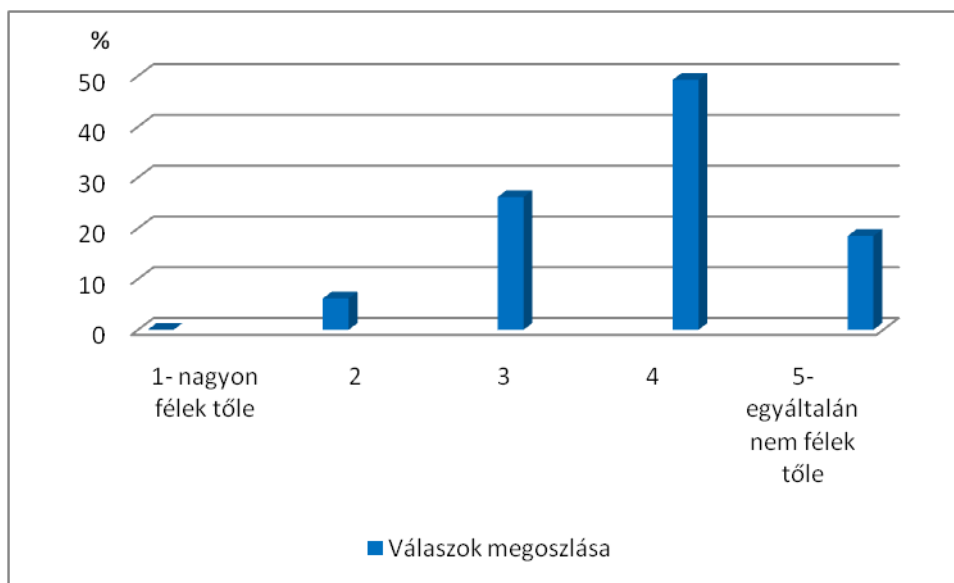
A legtöbb kitöltő számára egyformán fontos (30-30%) a felettesei/ tanárai véleménye és a szülei/ testvére véleménye. A barátaik véleménye 22%-uk számára fontos, a munkatársak/ iskolatársak véleménye pedig kevesebb kitöltő (18%) számára fontos. Jól látható a fontosság szerinti megoszlás a 33. ábrán.



33. ábra: A személyek véleményének megoszlása fontosságuk szempontjából a Z generáció számára

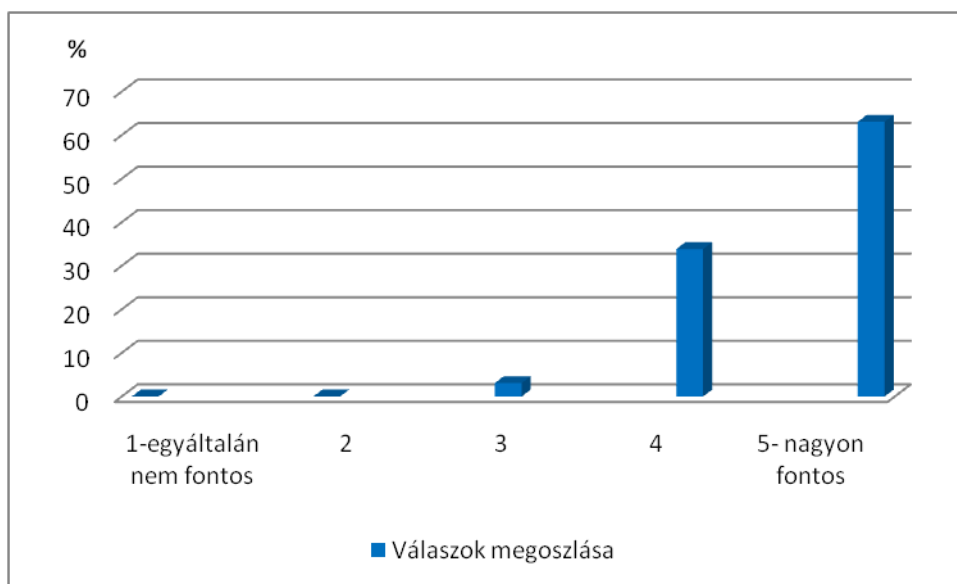
A felelősségvállaláshoz való hozzáállás tekintetében a legtöbben (50%) a 4-es, kicsit kevesebben (26%) a 3-as fokozatát jelölték meg a skálának, ahol az 1-es fokozat (amit senki sem jelölt) jelenti azt, hogy nagyon fél tőle. A válaszadók 18%-a jelölte meg az 5-ös, vagyis egyáltalán nem félek tőle megnevezésű fokozatot. A fennmaradó 6% pedig a 2-es skálafokozatot jelölte meg.

A véleményem szerint ebben a kérdésben az eredmények azért nem tükrözik az elvárt képet, mivel erről a témáról nem szívesen nyilatkoznak őszintén az emberek, valamint az is lehet az oka, hogy a többi skálás kérdéshez képest ebben az esetben fordítva adtam meg a skála jellemzését, így lehet, hogy a válaszadók tévesen adtak választ, mert nem figyelték meg körültekintően a skála fokozataihoz adott leírást. Az utóbbiak szerint jól tükröznék a róluk kialakított véleményt a felmérés, mivel akkor a legtöbben azt jelölték meg, hogy félnek a felelősségvállalástól. (34. ábra)



34. ábra: A felelősségvállaláshoz való hozzáállás megoszlása a Z generáció esetében

A sikeresség a munkában az eredmények alapján nagyon fontos a legtöbb embernek, mivel az 5-ös fokozatot jelölték meg legtöbbször (63%). Kicsivel kevesebben (34%) jelölték meg a 4-es, valamint még kevesebben (3%) a 3-as skálafokozatot. A 2-es és az 1-es fokozatot senki sem jelölte meg, ebből következik, hogy mindenkinek legalább közepesen fontos a sikeresség a munkában. Az eredményeket a 35. ábra szemlélteti.



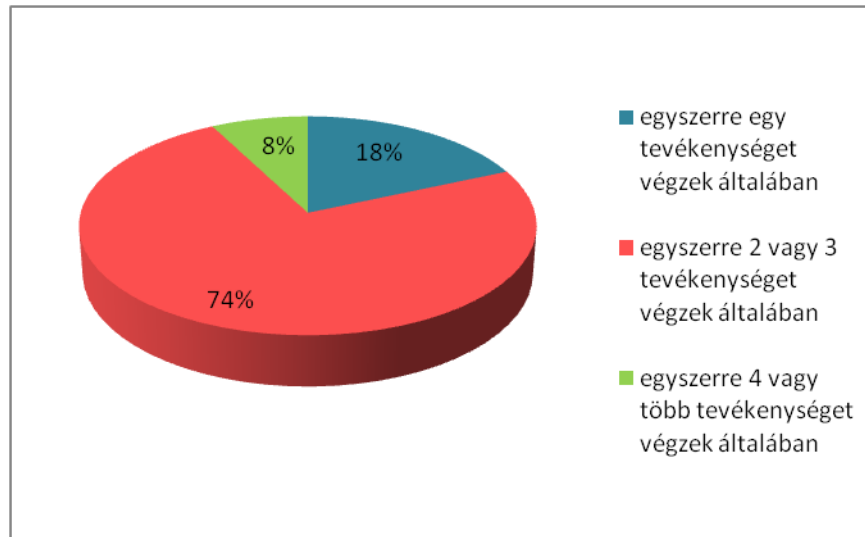
35. ábra: A munkában való siker fontosságának megoszlása a Z generáció esetén

A következő kérdésre, mely arról kérdezte a kitöltőket, hogy melyik formáját kedvelik jobban a kapcsolattartásnak, a legtöbben (72%) azt választották, hogy a személyes kapcsolattartást jobban szeretik. Kevesebben, 28% válaszolta azt, hogy a közösségi oldalakon szereti jobban tartani a kapcsolatot az ismerőseivel.



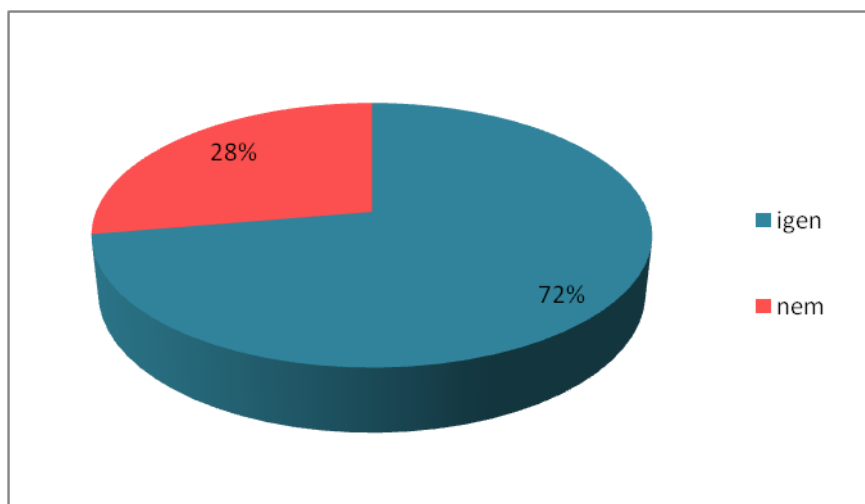
36. ábra: A priorált kapcsolattartási formák megoszlása a Z generáció esetében

Az tevékenységvégzések összetettségét vizsgáló kérdés esetében a legtöbb válasz (74%) a 2 vagy 3 tevékenység általában egyszerre történő végzésére érkezett. Sokkal kevesebben (18%) választották azt, hogy egyszerre csak egy tevékenységet végeznek, de a legkevesebben a 4 vagy több tevékenység egyszerre történő végzését jelölték meg. Ez az eredmény kis mértékben eltér a vártaktól, de nem lényegesen. Aki egyszerre négy vagy több tevékenységet is szokott egyszerre végezni, annak sem biztos, hogy a kitöltés során minden eszébe jutott, így megjelölt egy a valósághoz közelítő kategóriát. A vizsgálat azt lényegében igazolta, hogy már nem egy tevékenységre koncentrálnak általában, hanem egyszerre többre is, jellemző rájuk a multitasking. A válaszok arányának szemléltetésére a 37. ábra szolgál.



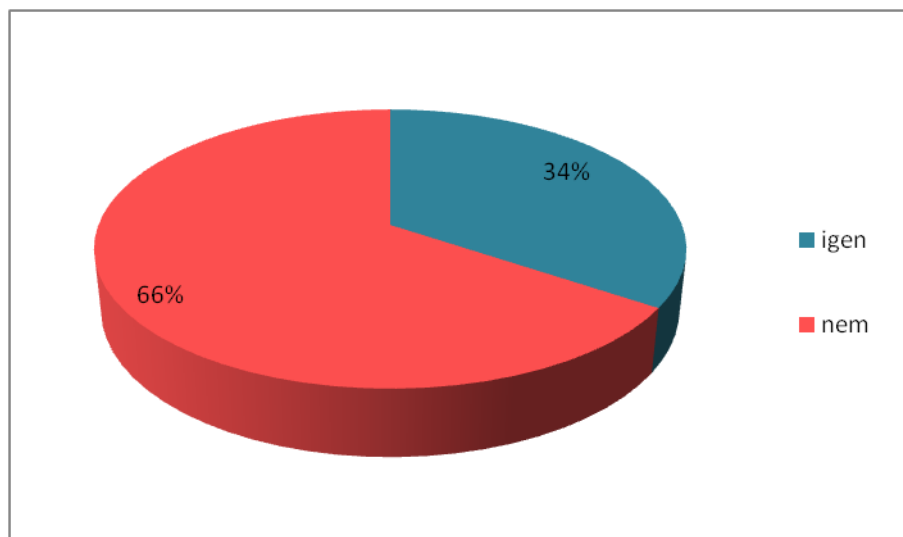
37. ábra: Tevékenységvégzési szokások megoszlása a Z generáció esetén

Jól látható a 38. ábrán, hogy a netgeneráció tagjai mobilisak, a változástól nem félnek és szívesen vállalnának külföldön a saját szakmájukban munkát a legtöbben (72%). Mindössze 28%-uk válaszolta azt, hogy nem vállalna munkát külföldön a szakmájában, ha lenne rá lehetősége.



38. ábra: Saját szakmában való külföldi elhelyezkedési hajlandóság megoszlása a Z generáció esetében

A kérdésre, hogy akkor is a külföldi helyszínen történő munkavégzést választanák-e, ha itthonról távmunkában végezhetnék hasonló díjazással a külföldi munkát, a legtöbb ember (66%) nemleges választ adott, vagyis nem menne ebben az esetben külföldre dolgozni. Kevesebben, 34%-uk válaszolta azt, hogy akkor is a külföldi helyszínen történő munkavégzést választaná. A Z generációs válaszok ebben a tekintetben hasonlítanak a teljes minta véleményéhez. A netgeneráció válaszainak megoszlását a 39. ábra szemlélteti.



39. ábra: Külföldi helyszínen történő munkavégzési hajlandóság megoszlása abban az esetben, ha a munka itthonról is végezhető távmunkában a Z generáció esetében

Összességében a kérdőív eredményei igazolták nagy részben az előzetes feltételezéseimet, bár néhány kérdés- mint például az összetett tevékenységvégzésre vonatkozó, vagy a felelősségvállaláshoz való hozzáállásról szóló- esetében tapasztaltam eltérést. A több tevékenység párhuzamos végzéséről szóló kérdés (Z generáció esetében) eredményeivel kapcsolatosan úgy gondolom, hogy az, hogy a legtöbben a 2- 3 tevékenység egyszerre történő végzését jelölték meg, az lehet amiatt, mert csak hozzávetőlegesen becsülték meg az általában rájuk jellemzőt. Így is igazolták, hogy nem egy tevékenységgel foglalkoznak egyszerre. A felelősségvállalásról szóló kérdés pedig egy érzékeny terület, meglelhet, hogy nem szívesen nyilatkoznak róla igazat, de könnyen előfordulhat az is, hogy a skála fokozatainak leírását nem olvasták el kellő odafigyeléssel és véletlenül az ellenkezőjét jelölték annak, amit szerettek volna.

A telefonálási és internetezési szokások szintén a várt eredményt hozták, hiszen manapság a legtöbb fiatal naponta több órát használja a telefonját, vagy internetezik, többek között a munka/ tanulás kapcsán is.

Azt is egyértelműen igazolták az eredmények, hogy a Z generáció tagjai főleg egyénileg szeretnek dolgozni, és a kötetlen időbeosztást preferálják, valamint, hogy csak egy részüket (közel a válaszadók felét) motiválná, ha a legjobb eredményt elérőket közzé tennék. Egyértelművé vált, hogy fontos számukra a sikeresség, mind csapat szinten, mind egyénileg, valamint a munkában. Emellett szeretnének hozzájárulni egyértelműen egyéni ötleteikkel is a munkahelyük sikerességéhez.

Láthatóvá vált az is, hogy végeznének szakmájukban külföldön munkát, de amennyiben ezt itthonról is megtehetnék távmunkában, nagy többségük nem menne külföldre, hanem itthonról végezné azt.

7 MEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEK KIFEJTÉSE

A menedzsmentnek törekednie kell az erőforrások megfelelő kihasználására, és a megfelelő vállalati struktúra kialakítására. A Z generáció megjelenésével véleményem szerint új stratégia és struktúra szükséges az erőforrásokkal kapcsolatosan.

7.1 Otthonról végezhető szellemi munka

Az első lehetőség a netgenerációban rejlő lehetőségek kiaknázására /szellemi munka esetén/ az otthonról végezhető munka lehetőségének biztosítása.

A generáció számítástechnikai tudása és szokásai ismeretében úgy gondolom, hogy hatékonyabb munkavégzést lehetne elérni egy otthoni munkalehetőség biztosítása esetén.

Előnye lehet a munkavállaló és a szervezet szempontjából egyaránt, hogy az offline introvertált, egyéni munkavégzést kedvelő emberek komfortérzete a saját otthonukban sokkal jobb lehet, ahol nem kell elviselniük és folyamatosan együtt dolgozniuk a munkatársakkal. Ezáltal a munkavégzésüknek a hatékonysága is sokkal kedvezőbben alakulhat.

A napi feladataikat olyan időbeosztással alakíthatnák, ahogyan nekik kényelmes és a legjobban alkalmas időpontokban végezhetnék a munkájukat, ami jobb minőséget és időmegtakarítást is eredményezhet.

Ez a fajta munkavégzés elégedettebbé is tehetné a netgeneráció tagjait, hiszen magas fokú szabadságvágyuk van, amely vágy teljesüléséhez az egyik legjobb módszer az otthon végzett, kötetlen időbeosztású munka végzése.

Nem utolsó sorban pedig a munkavállalónak nem kellene minden nap beutaznia a munkahelyére, ami pedig a munkaadójának jelentős költségmegtakarítást eredményezhet.

Azok számára pedig, akik csapatban szeretnek és tudnak (és kell) jól dolgozni, azonban szintén vágnak arra, hogy az idejüket szabadabban osszák be, mint egy irodai munka esetén, szintén kézenfekvő megoldás lehet az otthoni munkalehetőség, hiszen az információs technológia fejlettségével már akár országhatárokon átívelő videó-konferenciák lehetősége is biztosított. A szükséges információkhoz is hozzá tud jutni és

szolgáltatni is tudja a saját maga által elkészített tartalmakat az internet segítségével gyorsan, határidőre.

Ez a megoldás egy több szervezettséget igénylő lehetőség, de egyáltalán nem nehezen kivitelezhető véleményem szerint.

Az előzőekben bemutatott foglalkoztatási megoldások lehetőséget adhatnak a GYES-en lévőeknek, a mozgáskorlátozottaknak, valamint a demográfiai szempontból hátrányos infrastruktúrával ellátott helyen lakó emberek számára is a teljes körű munkavégzésre azon túl, hogy a Z generáció jellemzőihez alkalmazkodni tud velük a vállalat. Ez a vállalat társadalmi/szociális felelősségvállalását erősíthetné, ami napjainkban szintén sokszor előtérbe kerülő problémakör.

Ezek a megoldások a vállalatok szempontjából többszörösen előnyösek lehetnek, hiszen a korábban említett előnyök mellett több alkalmazott foglalkoztatására adhat lehetőséget anélkül, hogy több vagy nagyobb irodát kellene fenntartania a szervezetnek. Sőt lehet, hogy nagymértékű érdeklődés esetén (a már irodában foglalkoztatottak részéről) kisebb irodákra, ezzel együtt kevesebb fenntartási költségre számíthat a vállalat.

Hátránya/ kockázat lehet viszont az, hogy a Z generáció tagjai kevésbé foglalkoznak az adatvédelem kérdéskörével, így jóval szigorúbb szabályzatokra/ szabályozásra és biztonsági intézkedésekre van szükség a távmunka esetén. De tudomásom szerint már létezik kifejezetten adatvédelem biztosítására szakosodott vállalat is, így nem feltétlenül nehéz, viszont költséges a megvalósításuk.

7.2 Távmunka és on-site munka kombinálása

A második lehetőség pedig a távmunka és az irodai munkavégzés kombinációjának bevezetése a vállalatok életébe. Ez a megoldás olyan esetekben alkalmazandó, amikor a feladat elvégzéséhez személyes jelenlétre is szükség van amellet, hogy adminisztratív, számítógép előtt végezhető tevékenységeket is folytatnak. Jellemzően ilyen lehet például egy mérnök munkája, akinek van olyan tevékenysége, amikor jelen is kell lennie egy adott helyszínen, de az idejének csak egy részét tölti ez a feladat ki, a többi részben pedig tulajdonképpen bárhol, ahol eléri a megfelelő információkat, végezheti a munkáját. A speciális eszközök lehetnek ilyen esetben a munkahelyen való munkavégzés mellett szólók még, ugyanakkor a megosztott helyszínen történő munkavégzéssel ez kiküszöbölhető/ áthidalható lehet.

Előnye, hogy szintén bizonyos fokú szabadságot ad a munkavállalónak, javítja a komfortérzetét, kevesebb utazással járhat megfelelő szervezés esetén, valamint segíti az offline introvertált emberek munkavégzését.

Szükségeselem érzem az offline és online kommunikáció elkülönítését, hiszen Tari Annamária Z generáció című könyve alapján egyértelműen létezik olyan eset, amely során egy személy az offline térben introvertált, félős, nem szeret megszólalni, nem jól kommunikál, ellenben online térben, írásban tökéletesen ki tudja és szeretné is kifejezni magát. Ennek a problémakörnek a kiküszöbölésére teljesen alkalmas a távmunka, az írásban való beszámolás és információszolgáltatás folyamata.

Hátránya lehetne viszont az a csak írásban történő kommunikációnak, hogy a küldő fél másképpen kódolja a mondandóját, mint ahogyan a fogadó fél dekódolja azt, így félreértések is megeshetnek. Emiatt tartom szükségesnek a szóbeli- telefonos, vagy inkább videó-konferencia- megbeszéléseket is az írásbeli beszámolások mellett.

7.3 Irodakialakítás lehetőségei

A harmadik lehetőség pedig az, hogy nem távmunkában végezhető munkák esetében, vagy olyan esetben, ahol a munkavállaló offline térben is extrovertált, vagy nehezen fejezi ki magát írásban, az irodai munkát kell kis mértékben átalakítani, hogy az fokozhassa a munkakedvet és megfelelő környezetet biztosítson a "hagyományosan" dolgozni vágyóknak vagy kényszerülteknek.

Ilyen lehet például a nem szokványos iroda-elrendezés, modern eszközök biztosítása, ergonómiai szempontok figyelembevétele nagyobb súllyal, mint korábban, a munkahely otthonosabbá, vagy éppen közösségibbé tétele. Közösségivé tétel alatt például közös pihenő, szabadidős helyiségek kialakítását értem.

Azok számára, akik pedig kénytelenek a munkájukat hagyományosan végezni, és igénylik az egyedüllétet a regenerálódás, pihenés esetén, jobban elszeparált, nyugodt helyiségeket lehetne biztosítani.

Azért tartom ezt fontosnak, mivel a Z generáció tagjai már nem félnek a változásoktól, könnyen váltanak, így biztosítani kell számukra a lehető legkomfortosabb munkavégzést, hogy a vállalatok megtarthassák a hasznos, jó szaktudású, már a vállalatot ismerő, jól teljesítő munkaerőt.

Az általam felvetett három lehetőségre mind igaz az is, hogy a netgeneráció esetében a munkavégzést erőteljesebb szabályozás, biztonsági előírások kell, hogy kísérjék, mivel ez a generáció az adatbiztonságra kevésbé figyel, nem szívesen vállal felelősséget, valamint több tevékenységet végez egyszerre.

Bár a számítástechnika és IT megoldások terén sokkal könnyebben, gyorsabban, kevesebb oktatással betaníthatók az elvégzendő feladataik, nagyobb oktatási igényük lehet a szakmai, speciális tudásuk továbbfejlesztése terén. Ezen generáció tagjai már szinte mindig mindenhol elérik a keresett információt, így nem is kényszerülnek rá, hogy mindent pontosan tudjanak, csak arra, hogy tudják, hol keressék azt szükség esetén. Ez a nagyobb szaktudást igénylő pozíciók betöltéséhez több szakmai oktatásra lehet szükség.

Szintén mind a három lehetőség alkalmazása esetén lehetséges az alkalmazottak éppen futó projektekbe/ teamekbe való bevonása (természetesen bizonyos feltételek teljesülése esetén).

Ez a bekerülési lehetőség a teamekbe motiválhatja az alkalmazottakat, valamint növelheti a szervezeti teljesítményt is.

A feltétele, hogy a dolgozók, akik érdeklődnek ilyen feladatok iránt tájékoztatva legyenek az éppen futó/ kezdődő team- feladatokkal. Ezek után egy rövid szóbeli egyeztetés következik a feladatba csatlakozni kívánó jelentkezőkkel, majd új ötlet esetén írásban kell benyújtani a team felelőse és a team tagok felé egy rövid összefoglalót, amelyből kiderül, hogy valóban jogosult-e a belépésre az adott team- munka esetén. Amennyiben jogosultnak ítélik meg, teljes körű tagként része lehet a team-munkának.

Előnye a lehetőségnek, hogy aktiválja a kiemelkedő munkaerőt, valamint nem hagyja, hogy a team- tagok passzívvá váljanak, ezáltal egészséges versenyhelyzetet teremtsen (megfelelő kontroll mellett), ami pedig fokozza a produktivitást.

7.4 Összefoglalás

A folyamat kezdete a Z generációval kialakuló helyzet felismerése. (Az adott szervezet életében kell feltárni a többi megoldásra váró problémát. A megoldandó problémák közül pedig meg kell határozni azt a problémát, amivel a leginkább foglalkoznia kell a szervezetnek.)

Jelen esetben a Z generáció problémakörét tekintem a priorált feladatnak.

Következő lépésként feltártam az adott problémában rejlő pozitív és negatív hatásokat. Ezek megismerése után mérlegeltem, hogy biztosan érdemes-e foglalkozni az adott helyzetben a kiválasztott problémával. Miután arra jutottam, hogy mindenképpen szükséges vele foglalkozni.

Később a Z generáció és az előző két generáció jellemzői alapján elgondolkoztam a pozitív tulajdonságok kiaknázási lehetőségein, valamint a negatív (vagy negatívnak tűnő) tulajdonságok kivédési lehetőségein.

Majd kialakítottam a szerintem optimális három akciótervet, amit a vállalatok nagyságától, tevékenységi körétől, valamint a pénzügyi lehetőségeitől függően lehet alkalmazni sémaként a versenyszféra vállalatai körében.

Ezek után megvizsgáltam a munkavállaló és a szervezetek szempontjából az akcióterveket és összegyűjtöttem az általam gondolt előnyeiket és hátrányaikat a gyakorlati alkalmazás esetén.

A következő lépés, amit már nem tudok végrehajtani, az akciótervek adott szervezetnél történő megvalósítása, majd ellenőrzése és javítása lenne, amellyel folytatódna a már elkezdett ördögi kör vagy másképpen spirál.

8 IRODALOMJEGYZÉK

Berényi, L. [2014]: A minőségmenedzsment módszerei és eszközei: Megközelítések és általános technikák, Publio kiadó. Budapest, 260. o.

Berényi, L. [2013]: Fundamentals of Quality Management, LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken.

Boudreau, J. W. [2012]: HR újratöltve, AKADÉMIAI KIADÓ, Budapest, 55- 106.o.

Csath, M. [2012]: Üzletimodell- innováció, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 190-235.o.

Dobák, M. [2008]: Szervezeti formák és vezetés, AKADÉMIAI KIADÓ, Budapest, 127-174.o., 181- 205.o.

Dobák, M.- Antal, Zs. [2011]: Vezetés és szervezés- Szervezetek kialakítása és működtetése, AULA kiadó, 310- 365.o.

Girard, B. [2010]: A menedzsment forradalma- A Google-modell, TYPOTEX kiadó, Budapest, 131- 142.o., 165-186.o.

Liker, J. K. [2008]: A TOYOTA- MÓDSZER- 14 vállalatirányítási alapelv, HVG Kiadó Zrt., Budapest

Karoliny, M- Poór, J. [2010]: Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv, CompLex kiadó

Kövesi, J. - Topár, J. [2006]: A minőségmenedzsment alapjai, TYPOTEX kiadó, Budapest

Polónyi, I. [2002]: Az oktatás gazdaságtana, Osiris kiadó

Prahalad, C. K. [2009]: Új menedzsment- paradigmák felé, Alinea kiadó- Rajk László Szakkollégium

Szintay, I. [2003]: Vezetéstudomány, Bíbor kiadó, Miskolc, 64-65.o.

Tari, A. [2011]: Z generáció, TERICUM KIADÓ ZRT.

A cégek fele szerint a mobilitás a legfőbb üzleti prioritás, (2014.02.04.), (<http://www.hrportal.hu/hr/a-cegek-fele-szerint-a-mobilitas-a-legfobb-uzleti-prioritas-20140204.html>)

A Facebook- generáció megöli az irodai munkát, (2010. 04.29.), (http://hvg.hu/tudomany/20100429_tavmunka_es_hot_desking)

A távmunka öt hátránya, (2013.11.26), (<http://www.hrportal.hu/hr/a-tavmunka-ot-hatranya-20131126.html>)

Az otthoni munkának ára van, (2013.09.03.), (<http://www.hrportal.hu/hr/az-otthoni-munkanak-ara-van-20130903.html>)

Bízna az otthoni munkavégzésben a vezetők, (2014.07.02.), (<http://www.hrportal.hu/hr/biznak-az-otthoni-munkavegzesben-a-vezetok-20140702.html>)

Dolgozz Otthonról Nap - az atipikus foglalkoztatás népszerűsítése, (2014.05.10.), (<http://www.hrportal.hu/hr/dolgozz-otthonrol-nap-az-atipikus-foglalkoztatasi-nepszerusitese-20140510.html>)

Egyre többen jönnek rá: távmunkával kisebb iroda is elég, (2014.04.18.), (<http://www.hrportal.hu/hr/egyre-tobben-jonnek-ra-tavmunkaval-kisebb-iroda-is-eleg-20140418.html>)

Ezért éri meg a cégnek, ha otthonról (is) dolgozhatnak az alkalmazottak, (2014.04.29.), (http://hvg.hu/tudomany/20140429_home_office_elonyei_munkaltatoknak)

Foglalkoztassunk olcsón: munkaszervezés, (2014.01.23.), (<http://www.hrportal.hu/hr/foglalkoztassunk-olcson-munkaszervezes-20140123.html>)

Hogyan lehet megtartani a jó munkaerőt?, (2014.01.14.), (<http://www.hrportal.hu/hr/hogyan-lehet-megtartani-a-jo-munkaerot-20140114.html>)

Hogyan teremtsük meg a női távmunka feltételeit?, (2014.06.13.), (<http://www.hrportal.hu/hr/hogyan-teremtsuk-meg-a-noi-tavmunka-felteteleit-20140613.html>)

Iroda otthon: érvek és ellenérvek, (2013.01.08.), (http://hvg.hu/ingatlan/20130108_Iroda_otthon_ervek_es_ellenervek)

Mi kell a kényelmes és hatékony távmunkához?, (2012.05.21.), (http://hvg.hu/tudomany/Mi_kell_a_kenyelmes_es_hatekony_tavmunkahoz_OMVJXS)

Mi kell az Y generációnak az irodában?, (2012.04.03.), (http://hvg.hu/ingatlan/20120402_ygeneracio_iroda)

Minőségügy alapjai, (2014.09.02.), (<http://www.szervez.uni-miskolc.hu/blaci/minmen/index.html>)

Nem csak álom, hogy otthonról dolgozhat ha bírja, (2014.04.28.), (http://hvg.hu/tudomany/20140428_nemcsak_alom_egyre_tobben_egyre_tobbzor)

Önvezető autó forradalmasíthatja a mobil munkavégzést, (2014.02.24.), (<http://www.hrportal.hu/hr/onvezeto-auto-forradalmasithatja-a-mobil-munkavegzes-20140224.html>)

Pizsamában, otthonról- 50 ezren csinálják így, (2013.12.03.), (<http://www.hrportal.hu/hr/pizsamaban-otthonrol-50-ezren-csinaljak-igy-20131203.html>)

Rá kell érezni az otthoni munka ízére, (2012.04.20.), (<http://www.hrportal.hu/hr/ra-kell-erezni-az-otthoni-munka-izere-20120420.html>)

Tanulmányok, (2014.09.27.), (<http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok>)

Távmunkás külföldről? Miért ne!, (2014.02.12.), (<http://www.hrportal.hu/hr/tavmunkas-kulfoldrol-miert-ne-20140211.html>)

Tizenkét tipp a sikeres távmunkához, (2014.05.12.), (<http://www.hrportal.hu/hr/tizenket-tipp-a-sikeres-tavmunkahoz-20140512.html>)

9 MELLÉKLETEK

1. melléklet: Kérdőív

Tisztelt Válaszadó!

Vezetés és szervezés szakos hallgatóként tanulmányi dolgozat elkészítéséhez szeretném a segítségét kérni az alábbi kérdőív kitöltésével. Kutatásomban a számítógépek és a munkavégzés egyes kérdéseit vizsgálom.

Válaszait anonim módon kezelem, azok statisztikai feldolgozásra kerülnek.

Köszönöm a közreműködését!

1. Életkora?

- 10 éves alatt
- 10-14 éves
- 15-19 éves
- 20-24 éves
- 25-29 éves
- 30-34 éves
- 35-39 éves
- 40-44 éves
- 45-49 éves
- 50-54 éves
- 55-59 éves
- 60-64 éves
- 65-69 éves
- 69 éves felett

2. Neme?

férfi

nő

3. Milyen iskolai végzettséggel rendelkezik? (éppen folyamatban lévő tanulmányok esetén is érvényes a válasz)

- általános iskolai végzettségem van
- középiskolába járok
- középfokú végzettségem van, már nem tanulok
- felsőoktatásban tanulok
- felsőfokú végzettségem van

4. Jellemezze 1-5-ig terjedő skálán az érdeklődését a számítástechnikai és tömegkommunikációs eszközök iránt! (Ahol az 1-es jelentése: egyáltalán nem érdekel, az 5-ös jelentése pedig: nagyon érdeklődöm irántuk)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Jelölje meg a felsoroltak közül Önre igazat!

a) Milyen gyakran használ Ön telefont?

- nem használom
- havonta
- hetente
- naponta
- naponta maximum 1 órán keresztül vagy egy-egy alkalommal
- naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül

b) Milyen gyakran használ Ön tabletet?

- nem használom
- havonta
- hetente
- naponta
- naponta maximum 1 órán keresztül vagy egy-egy alkalommal
- naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül

c) Milyen gyakran használ Ön számítógépet?

- nem használom
- havonta
- hetente
- naponta
- naponta maximum 1 órán keresztül vagy egy-egy alkalommal
- naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül

d) Milyen gyakran használ Ön e-book olvasót?

- nem használom
- havonta
- hetente
- naponta
- naponta maximum 1 órán keresztül vagy egy-egy alkalommal
- naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül

6. Milyen gyakran használja Ön az internetet?

- nem használom
- havonta
- hetente
- naponta
- naponta maximum 1 órán keresztül vagy egy-egy alkalommal
- naponta több órán keresztül, vagy több alkalommal rövid időn keresztül

7. Milyen céllal használja Ön az internetet?(A felsoroltak közül többet is választhat)

- ismerősökkel való levelezésre
- csetelésre
- közösségi oldalak olvasására
- hírolvasásra
- tanulásra/ munkára
- ismereteim bővítésére
- szabadidős tevékenységekre
- játékra

8. Van-e/ volt-e már munkahelye?

- nem, tanulok
- nem, munkanélküli vagyok
- gyakornok vagyok/ voltam
- alkalmazottként dolgozom/ dolgoztam
- saját vállalkozásom van/ volt
- a fentiek egyike sem igaz rám

9. Ha igen az előző kérdésre a válasz: Milyen volt a munkájának a jellege?

- szellemi munka
- fizikai munka

10. Szeretne-e Ön olyan munkát, amelyhez alapos informatikai tudás szükséges?(felhasználói szinttől a programozásig terjedően)

- igen
- nem
- talán/nem tudom

11. Amennyiben munkája otthonról is végezhető, honnan végezné szívesebben ezt a tevékenységet?(Megfelelő otthoni körülmények esetén)

- otthonról
- munkahelyről
- otthonról és munkahelyről váltakozva

12. Milyen jellegű munkavégzést választana, ha lenne lehetősége?

- naponta 8 (vagy egyéb) órában egy irodában/ a munkahelyen, ha szükséges túlórával
- kötetlen időbeosztással, otthonról és irodából is végezhető határidős feladatok elvégzése, ahol az elvégzett feladat és minősége számít, nem a ráfordított idő
- kötött időbeosztással, de otthonról és irodából is végezhető feladatokkal, ahol számít a ráfordított idő

13. Hogyan szeret jobban dolgozni/tanulni?

- csapatban
- egyénileg

14. Milyen módon szeret számot adni munkájáról a feletteseknek/ megrendelőnek?

- írásos
- szóbeli
- az írásbeli és szóbeli formát kombinálva
- mindegy

15. Motiválná-e Önt a munkavégzésben, ha időközönként a legjobban teljesítő munkavállalókat/ tanulókat közzé tennék a többi alkalmazott/ tanuló számára?

- igen
- nem

16. Mi a fontosabb az Ön számára?

- Az egyéni sikerességem fontosabb, mint a csapatom teljesítménye, amiben dolgozom
- A csapatom teljesítménye fontosabb, mint a sajátom
- Mind a kettő egyformán fontos számomra

17. Szeretne Ön egyéni ötleteivel hozzájárulni a munkahelye teljesítményéhez?

(újítások, csoportmunkába való bejelentkezés)

- igen
- nem

18. Kinek/ kiknek a véleménye fontos az Ön számára? (több választ is megjelölhet)

- a szüleim véleménye/ a testvérem véleménye
- a barátaim véleménye
- a munkatársaim/ iskolatársaim véleménye
- feletteseim/ tanáraink véleménye

19. Hogyan viszonyul a felelősségvállaláshoz?(Jelölje 1-től 5-ig terjedő skálán! Ahol az 1-es jelentése: nagyon félek tőle, nem szívesen vállalom felelősséget, az 5-ös jelentése pedig: egyáltalán nem félek tőle, bármikor vállalom felelősséget.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. Mennyire fontos az Ön számára a siker a munkában? (Jelölje 1-től 5-ig terjedő skálán! Ahol az 1-es jelentése: egyáltalán nem fontos, az 5-ös jelentése pedig: nagyon fontos.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

21. Melyik a jellemzőbb Önre?

- közösségi oldalakon az ismerősökkel való kapcsolattartás
- személyes kapcsolattartás az ismerősökkel

22. Napi feladatai során jellemzőek-e az összetett tevékenységvégzések Önre?

(egyszerre rádió/zene hallgatása és tanulás, televízió nézése, tanulás/ munkavégzés, szörfözés az interneten)

- egyszerre egy tevékenységet végzek általában
- egyszerre 2 vagy 3 tevékenységet végzek általában
- egyszerre 4 vagy több tevékenységet végzek általában

23. Ha lehetősége nyílna külföldi munkavégzésre a szakmájában, élne-e a lehetőséggel?

- igen
- nem

24. Ha munkája lehetővé tenné, hogy itthonról végezze távmunkában az adott feladatot (a díjazás mértéke hasonló) abban az esetben is a külföldi helyszínen történő munkavégzést választaná-e?

- igen
- nem

25. Van egyéb olyan információ, amit szeretne megosztani?

--

Köszönöm szépen a segítségét!