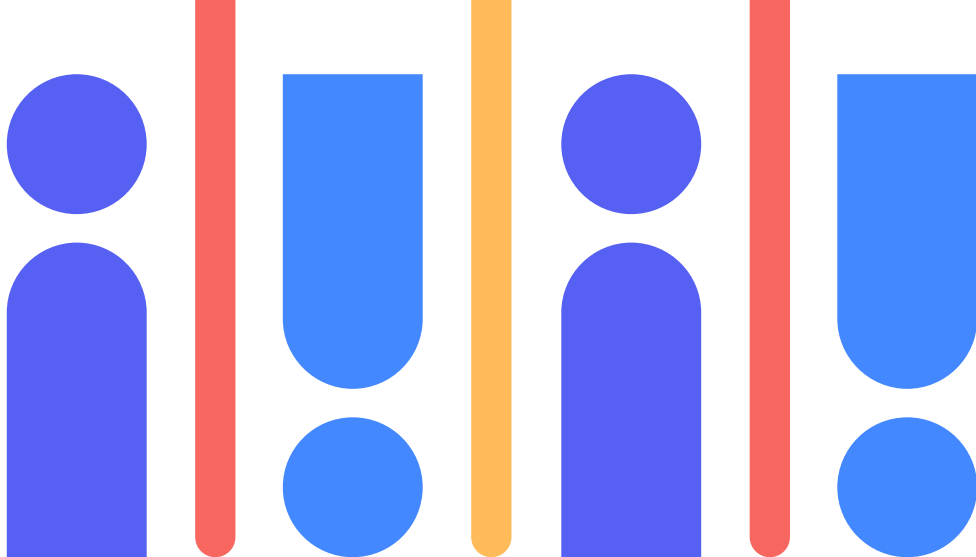




ترجیحات شغلی نسل زد

چه عواملی در محیط کار برای نسل جدید اهمیت بیشتری دارد؟

این گزارش حاصل همکاری جاب ویژن و معاونت پژوهشی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران است. تهیه داده‌های گزارش، تحلیل، نگارش و طراحی آن به همت حمیدرضا جواهریان، دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران و تیم جاب‌ویژن انجام شده است.

منتشر شده در زمستان ۱۴۰۰

جاب‌ویژن

هیچ شغلی رو از دست نده

با همکاری معاونت پژوهشی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه	۳
مشارکت کنندگان در یک نگاه	۵
ویژگی‌های بارز نسل زد	۶
به دنبال آزادی عمل، رشد و توسعه فردی	۷
تناسب چشم‌انداز شرکت با چشم‌انداز فردی	۷
فرصت رشد و توسعه فردی	۷
ساعت کاری انعطاف‌پذیر	۷
آزادی عمل	۷
در جستجوی ثبات	۸
ترجیح مدل پرداخت حقوق	۸
ترجیح مدت حضور در سازمان	۹
حفظ تعادل زندگی شخصی و کاری	۹
به دنبال ارتباطات واقعی	۱۱
مقایسه اهمیت ارتباط مناسب با مدیران و همکاران	۱۱
در اختیارگذاری تکنولوژی‌های جدید	۱۲
ارتباط رودررو یا ارتباط مجازی	۱۲
اهمیت دورکاری	۱۳
نسل کارآفرین	۱۴
جذابیت کارآفرینی برای نسل زد	۱۵
ترجیح نسل زد برای سن مدیران و همکاران	۱۶
هدف نسل زدی‌ها در انتخاب سازمان مورد نظر برای کار	۱۸
تسهیلات دلخواه نسل زد	۱۹
تاثیر جنسیت روی تسهیلات انتخابی نسل زد	۲۱
تفاوت اهمیت تسهیلات مختلف برای شاغلین و غیرشاغلین	۲۴
سخنی با صاحبان کسب و کار	۲۷

مقدمه ● ● ●

پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که زومرها یا همان نسل زد تا حدود ده سال آینده بیش از یک سوم نیروی کار در کشورهای توسعه یافته را تشکیل خواهند داد.

پژوهش‌های بین‌المللی با برشمردن برخی ویژگی‌های خاص این نسل به کارفرمایان توصیه می‌کنند که تمامی پیشفرض‌های خود را پیرامون این نسل بشکنند؛ چرا که آن‌ها بسیاری از انتظارات قبلی صاحبان کسب و کار را به چالش خواهند کشید.

با توجه به افزایش ناگزیر سهم زومرها از نیروی کار در سال‌های پیش رو، شناخت حداکثری آن‌ها تبدیل به یک ترند جهانی در همه حوزه‌های مرتبط شده است.

طبق نظر بسیاری از جامعه‌شناسان به مدد توسعه پرشتاب اینترنت و رسانه‌های نوین یک کودک ۱۲ساله آمریکایی در لس آنجلس به یک کودک ۱۲ساله چینی در پکن با ده هزار کیلومتر فاصله به مراتب شبیه‌تر است تا به پدربزرگ خودش که شاید در اتاق کناری او زندگی کند. اما از نقش فرهنگ‌ها و سنت‌های هر موقعیت جغرافیایی نیز نمی‌توان به سادگی عبور کرد.

بر همین اساس تصمیم گرفتیم که در همکاری با دانشکده مدیریت دانشگاه تهران پژوهشی پیرامون ترجیحات نسلی زومرها در هنگام انتخاب شغل و محل کاری خود انجام دهیم. به همین منظور پرسشنامه‌ای تهیه کردیم و آن را در اختیار داوطلبینی از این نسل قرار دادیم. مجموعاً ۶۲۷ نفر در این نظرسنجی مشارکت داشتند.

پیش از آن که به نتایج این نظرسنجی بپردازیم، بهتر است تا اندکی با تعریف نسل های مختلف آشنا شویم؛ چرا که در این نوشتار بارها با اسامی این نسل ها برخورد خواهید کرد.

عمدتا دوره نسل ها را ۱۵ تا ۲۰ سال در نظر می گیرند، از این رو عموما هر نسل فرزندان دو نسل پیش از خود به حساب می آید. در تقسیم بندی صورت گرفته در پژوهش های بین المللی نسل ها را به این صورت می شناسیم:

نسل بیبی بومرها (Baby Boomers): نسل پس از پایان جنگ جهانی دوم و تقریبا از دهه ۴۰ تا دهه ۶۰ میلادی. (تقریبا از سال ۱۳۲۵ تا ۱۳۴۰ هجری شمسی)

نسل ایکس (Generation X): متولدین دهه های شصت و هفتاد میلادی. (تقریبا از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۶۰ هجری شمسی)

نسل وای یا هزاره ها (Generation Y or Millennials): متولدین دهه هشتاد میلادی تا اوایل دهه نود (تقریبا از ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۵ هجری شمسی) که عملا اولین آشنایی با کامپیوتر و گسترش مصرف همه گیر آن در دوره آن ها شکل گرفت. در واقع هزاره ها آخرین نسلی هستند که دنیای پیش از همه گیری ابزارهای دیجیتال را تجربه کرده است.

نسل زد یا زومرها یا نسل دیجیتال (Generation Z or Zoomers): عموم زومرها فرزندان والدینی از نسل ایکس هستند. در مورد شروع و پایان سال تولد نسل ها بین دانشمندان علوم اجتماعی و روانشناسی و ارتباطات هنوز اتفاق نظری وجود ندارد؛ اما در مورد نسل زد می توان به مشخصه اصلی این گروه یعنی عدم زیست در دنیای بدون فناوری و اینترنت اشاره کرد؛ به بیانی دیگر این نسل دنیای پیش از حضور و توسعه اینترنت را هرگز درک نکرده است.

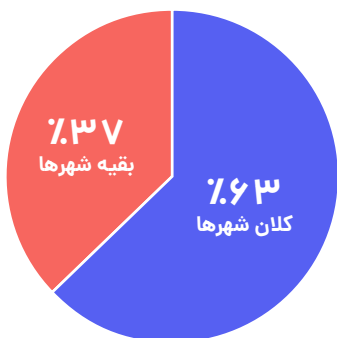


● ● ● مشارکت کنندگان در یک نگاه

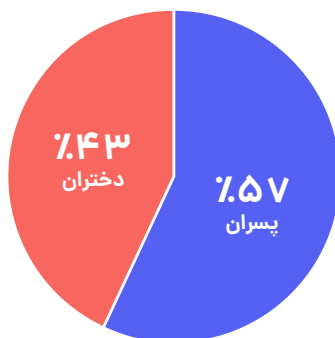
نمودارهای زیر شرایط جامعه آماری این گزارش را به تفکیک جنسیت، محل سکونت (بر مبنای کلان شهر بودن یا نبودن)، وضعیت تحصیلی و وضعیت شغلی نمایش می‌دهند.

در این گزارش شهرهای تهران، اصفهان، مشهد، کرج، تبریز، شیراز، اهواز به عنوان کلان‌شهر در نظر گرفته شده‌اند.

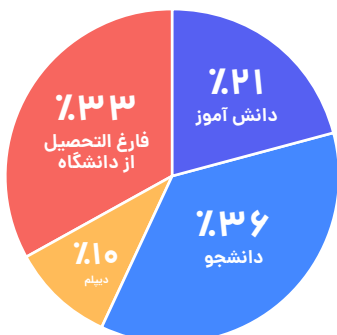
تفکیک شهری مشارکت کنندگان



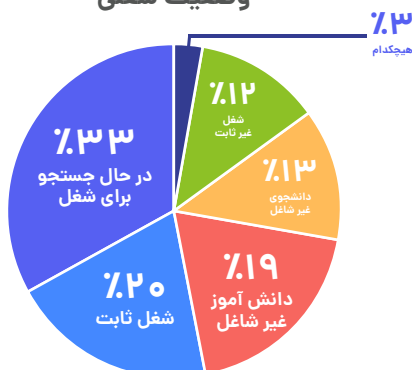
تفکیک جنسیتی مشارکت کنندگان

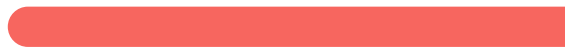


وضعیت تحصیلی



وضعیت شغلی





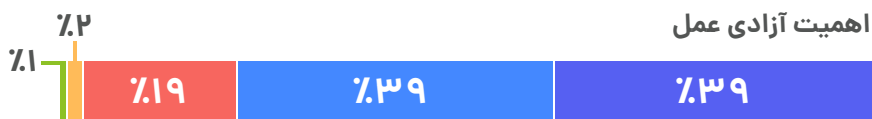
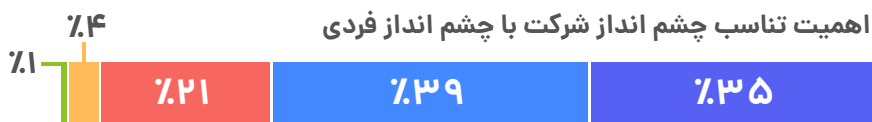
ویژگی‌های بارز نسل زد



● ● ● به دنبال آزادی عمل، رشد و توسعه فردی

یکی از مهمترین ویژگی‌هایی که در پژوهش‌های بین‌المللی در مورد نسل زد به دست آمده، توجه و اهمیت زیاد به رشد و توسعه فردی است. همچنین وجود ساختارهایی که به آزادی مورد نظر و دلخواهشان نیز خدش‌ای وارد نشود.

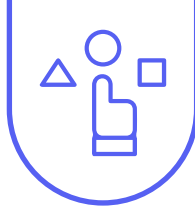
در سوال‌هایی جداگانه در رابطه با اهمیت چشم‌انداز فردی با چشم‌انداز شرکت، اهمیت فرصت رشد و توسعه فردی، ساعت کاری شناور و منعطف و اهمیت آزادی عمل پرسیدیم. ۴ نموداری که در ادامه آمده است اهمیت هر یک از این شاخص‌ها را نشان می‌دهد.



بسیار زیاد زیاد متوسط کم بسیار کم

همانطور که از نمودارهای بالا قابل مشاهده است، حدود ۸۰ درصد مشارکت‌کنندگان گزینه‌های بسیار زیاد و زیاد را انتخاب کرده‌اند و این نشان می‌دهد که این شاخص‌ها در تصمیم‌گیری‌شان برای انتخاب شغل کاملاً تاثیرگذار است. شاخص‌هایی که نشان از آزادی عمل برای این نسل دارد.

* جنسیت و محل سکونت تاثیر معناداری در هیچ‌کدام از نتایج بالا نداشت.



در جستجوی ثبات ● ● ●

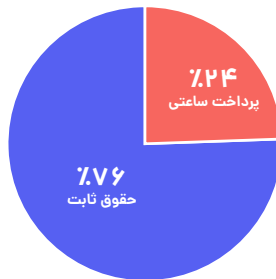
یکی از نکاتی که در رابطه با این نسل بیان می‌شود ترجیح آن‌ها به ثبات است؛ ثبات اقتصادی، اجتماعی و شخصی.

در پژوهش‌های بین‌المللی مهمترین دلیل اهمیت این نسل به ثبات این است که نسل زد در حساس‌ترین برهه زندگی خود، یعنی کودکی و نوجوانی، شاهد دست و پنجه نرم کردن خانواده خود با بحران‌های اقتصادی و اجتماعی و از دست رفتن آرامش میانسالی و کهنسالی والدین خود بوده است. همچنین شاید بتوان بحران همه‌گیری کووید ۱۹ را جدیدترین قطعه از این پازل دانست.

به نظر کارشناسان این دلایل باعث شده این نسل اهمیت ویژه‌ای برای ثبات مالی، ثبات شغلی، تضمین آینده مطمئن (پس‌انداز و دوران بازنشستگی) و تعادل در زندگی کاری و شخصی خود قائل باشند.

ترجیح مدل پرداخت حقوق

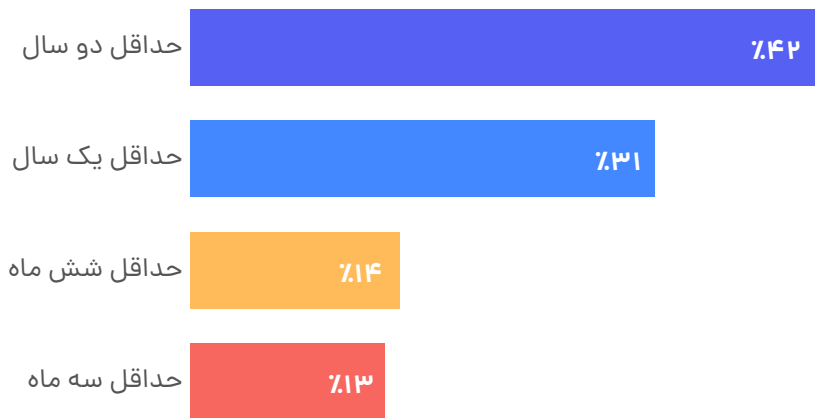
از زومری‌ها پرسیدیم که ترجیحشان حقوق ثابت است یا پرداخت ساعتی؟ نمودار زیر ترکیب پاسخ آن‌ها را نشان می‌دهد.



طبق نمودار بالا زومرها ترجیح مشخصی به حقوق ثابت نشان می‌دهند. شاید بتوان بهترین تحلیل را در همان کلیدواژه ثبات جستجو کرد.

ترجیح مدت حضور

از شرکت‌کنندگان نظرسنجی پرسیدیم که ترجیح می‌دهند چقدر در هر سازمان ماندگار شوند.



یکی از شاخصه‌های دیگری که می‌توان ترجیح این نسل به ثبات را در آن مشاهده کرد، ترجیح حضور بلندمدت در سازمان و جایگاه شغلی دلخواهشان است. دو نکته از این نمودار قابل مشاهده است؛ اول اینکه مدت حضور بیشتر برای این نسل مطلوب‌تر است، و دوم اینکه جمعاً ۷۳٪ از پاسخ‌دهندگان ترجیح می‌دهند تا بیشتر از یکسال در یک سازمان حضور داشته باشند.

اهمیت حفظ تعادل زندگی شخصی و کاری

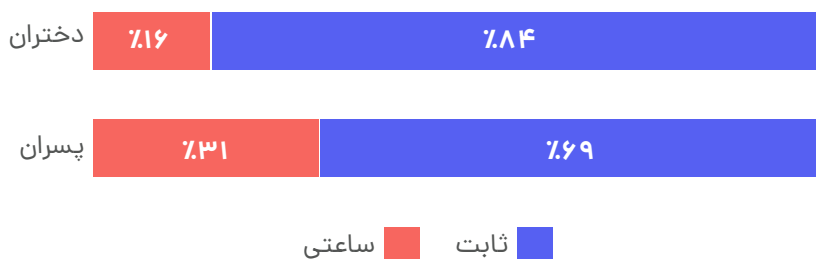


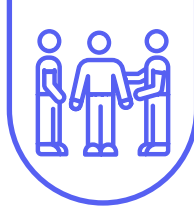
اهمیت تعادل زندگی برای زومرها در این نمودار مشخص است. شاید بهترین پاسخ به وضوح معنادار این نمودار را بتوان باز هم در همان کلیدواژه مکرر ثبات یافت.

چیزی که می‌توان متوجه شد این است که نسل زد به سادگی حاضر نیست زندگی شخصی خود را فدای فشارهای کاری کند. از همین رو شرکت‌ها باید به این نکته مهم توجه داشته باشند که با نسلی روبرو هستند که اولویت‌های مالی مشخصی دارد و تا جایی فشار کاری را متحمل خواهد شد که به زندگی شخصی، آرامش خانوادگی و حریم خصوصی او خدش‌ای وارد نگردد.

* در هیچ یک از نمودارهای فوق جنسیت و محل سکونت تاثیر معناداری در نتایج نداشت؛ به جز نمودار ترجیح پرداخت. در نتایج این نظرسنجی، دختران زومری به طور قابل توجهی علاقه بیشتری به پرداخت حقوق ثابت در قیاس با پسران زومری نشان داده‌اند.

ترجیح پرداخت به تفکیک جنسیت

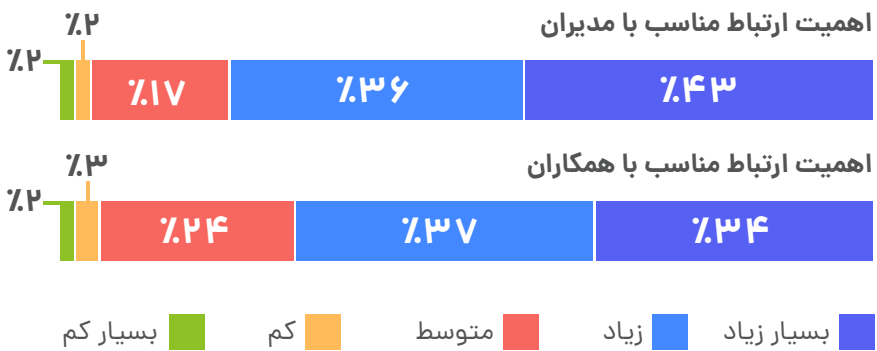




● ● ● به دنبال ارتباطات واقعی

مقایسه اهمیت ارتباط مناسب با مدیران و همکاران

از شرکت‌کنندگان نظرسنجی در رابطه با اهمیت ارتباط مناسب با همکاران و مدیران پرسیدیم.

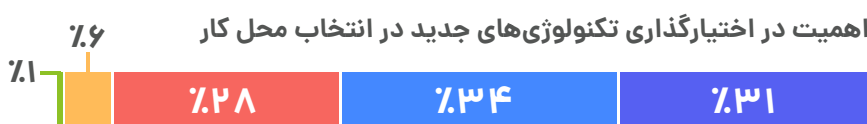


نمودار بالا نشان می‌دهد این نسل در محیط کار خود به دنبال ایجاد فضایی آرام و فارغ از ارتباطات نامطلوب است و در مجموع سازمانی را که با مدیران آن نتواند ارتباط مناسبی برقرار کند انتخاب نخواهد کرد.

از سوی دیگر هرچند مدیران مهمترین نقش در شکل‌گیری یک سازمان را دارند اما بیشترین ارتباط کارمندان با همکارانشان خواهد بود؛ به همین دلیل آن‌ها به سازمانی که همکاران متناسب خود را در آن بیابند تمایل بیشتری دارند.

اهمیت در اختیارگذاری تکنولوژی‌های جدید نظیر کامپیوتر و ابزار هوشمند در انتخاب محل کار

گزارش‌های بین‌المللی حول نسل زد آن‌ها را نسلی معرفی می‌کنند غرق در تکنولوژی، اینترنت و شبکه‌های مجازی که طبیعتاً مسلط به فناوری روز محسوب می‌شوند؛ چیزی که در پژوهش ما نیز کاملاً خودنمایی می‌کرد. از شرکت‌کنندگان پرسیدیم در اختیارگذاری تکنولوژی‌های جدید چقدر برای شما در انتخاب محل کار مهم است؟



بسیار زیاد زیاد متوسط کم بسیار کم

نکته جالب توجه اینکه نسل زد‌ها علی‌رغم تسلط زیادشان به تکنولوژی و اهمیتی که به در اختیارگذاری ابزارهای هوشمند و دیجیتال توسط شرکت در انتخاب محل کار خود می‌دهند، اما به دنبال ارتباطات رودررو و فیزیکی با همکاران و دوستان خود هستند؛ موضوعی که در نمودارهای زیر مشهود است.

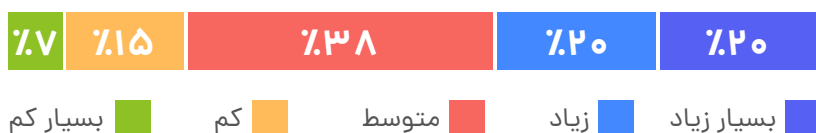


سایبری (مجازی) رو در رو (فیزیکی)

۷۸٪ پاسخ‌دهندگان ترجیح می‌دهند ارتباطات غیرکاری خود را به صورت رودررو و فیزیکی تجربه کنند. این درصد برای ارتباطات کاری علی‌رغم شرایط حال حاضر کرونا تفاوت چندانی با ارتباطات غیرکاری ندارد.

دقیقا با همین توجیه می‌توان به چرایی اهمیت متوسط موضوع دورکاری برای این نسل پی برد.

اهمیت دورکاری



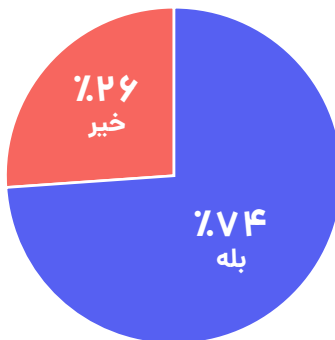
* جنسیت و محل سکونت تاثیر معناداری در هیچ یک از نتایج این بخش نداشت.



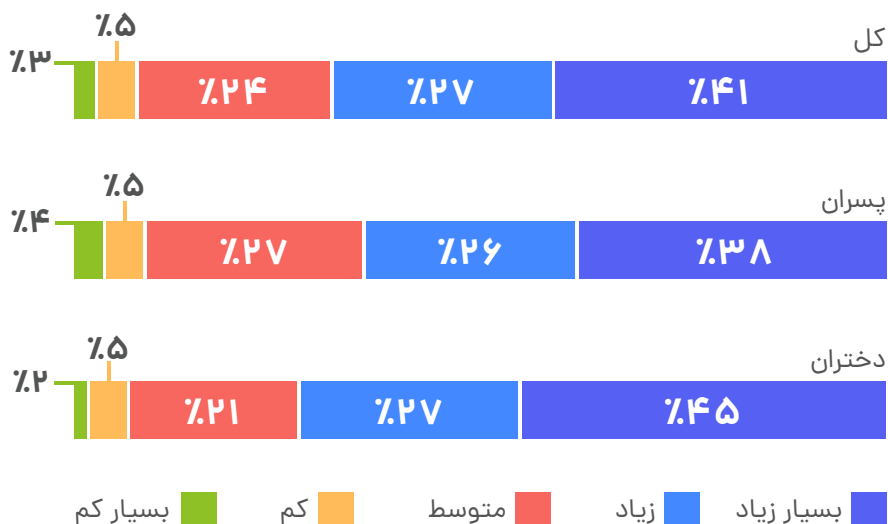
نسل کارآفرین ● ● ●

پژوهش‌های بین‌المللی نشان می‌دهند زومرها نسبت به نسل‌های پیشین تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کار خود دارند. شاید بتوان یکی از دلایل این علاقه را در داستان‌های موفقیت خصوصا در حوزه کسب و کارهای دیجیتال جستجو کرد که در دنیای رسانه‌های امروز به شدت گسترده و اصطلاحا وایرال شده و زومرها را به این باور رسانده که می‌توان در سنی کم، زمانی کوتاه و با هزینه‌هایی نه چندان زیاد ثروتی هنگفت و شهرتی جهانی به دست آورد. در نظرسنجی از شرکت‌کنندگان سوال کردیم آیا تا به حال به کارآفرینی به جای کارمند بودن فکر کرده‌اند یا نه، همچنین از میزان جذابیتی که کارآفرینی برایشان دارد پرسیدیم.

فکر کردن به کارآفرینی به جای کارمند بودن

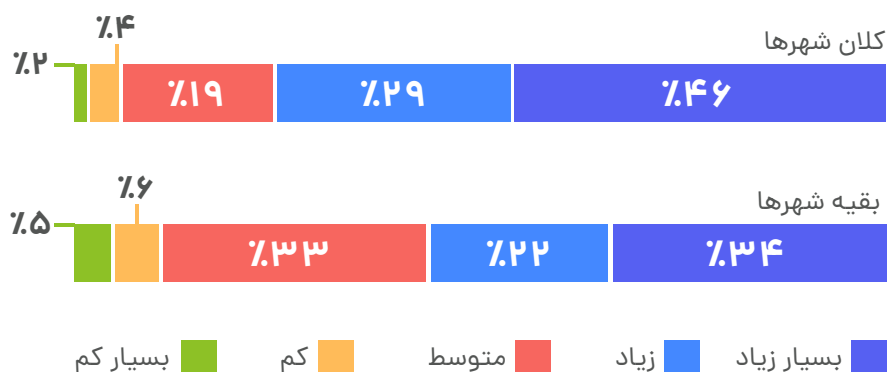


جذابیت کارآفرینی نسبت به کارمندی

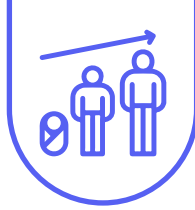


همانطور که مشاهده می‌شود، به میزان کمی جذابیت کارآفرینی در بین دخترها از پسرها بیشتر است.

تفکیک شهرها در میزان جذابیت کارآفرینی



در تفکیک محل سکونت نیز به نظر می‌رسد ساکنین کلان شهرها اقبال بیشتری به کارآفرینی از خود نشان می‌دهند. 75% زومرهای ساکن کلان شهرها، به گزینه زیاد و بسیار زیاد رای داده اند در حالی که این عدد برای ساکنین شهرهای کوچکتر 56% است.

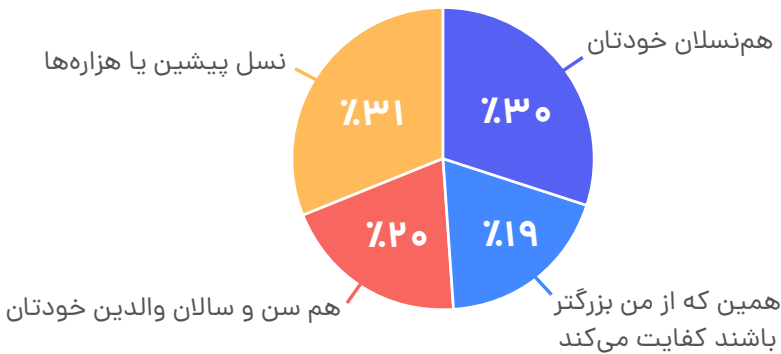


● ● ● ترجیح نسلی برای انتخاب مدیران و همکاران

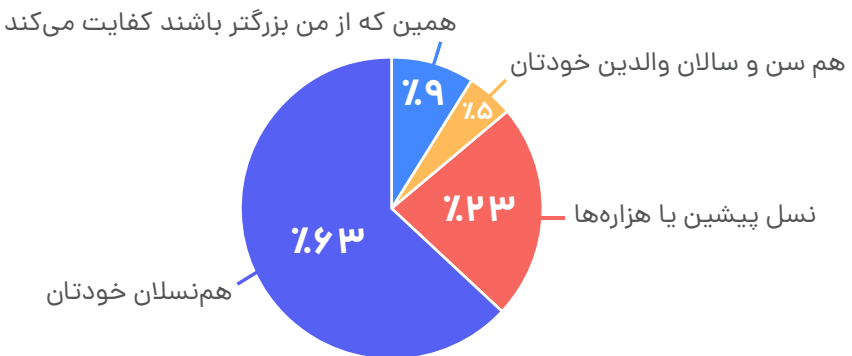
از شرکت‌کنندگان این نظرسنجی پرسیدیم که ترجیح می‌دهند مدیران و همکارانشان از چه نسلی باشند.

در دو نمودار زیر می‌توانید ببینید که شرکت‌کنندگان ترجیح می‌دهند مدیران و همکارانشان از چه نسل‌هایی باشند.

ترجیح می‌دهید مدیرانتان از چه نسلی باشند؟

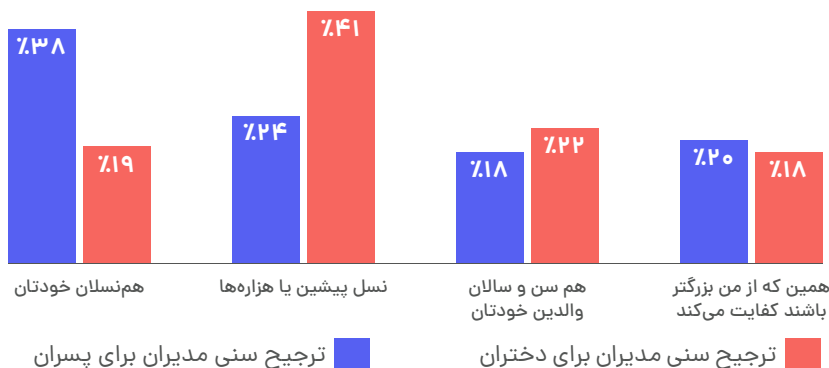


ترجیح می‌دهید همکارانتان از چه نسلی باشند؟



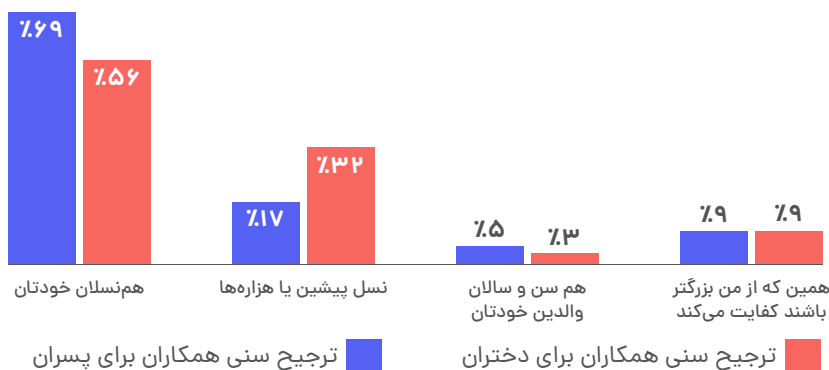
همان‌طور که در نمودار اول مشخص است، کسانی که ترجیح می‌دهند مدیرانی هم‌سن والدین خود داشته باشند ۲۰٪ افراد هستند. این موضوع نشان می‌دهد که احتمالاً بیشتر افراد ترجیح می‌دهند شرایط محیط کارشان تفاوت معناداری با شرایطی که در خانواده تجربه کرده‌اند، داشته باشد.

تفکیک جنسیتی در مورد ترجیح سنی مدیران



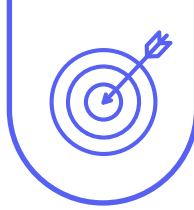
در تفکیک جنسیتی نتایج این بخش مشاهده می‌کنیم که ترجیح کار کردن با مدیران هم‌نسل در پسران زومری حدود ۳۸٪ است که دو برابر ترجیح دختران است. از طرف دیگر ترجیح دختران در داشتن مدیرانی از نسل قبل هم تقریباً دو برابر پسران است. به بیان دیگر به نظر می‌آید پسران زومری با مدیران هم‌نسل خود راحت‌تر کنار خواهند آمد.

تفکیک جنسیتی در مورد ترجیح سنی همکاران



این تفکیک در ترجیح سنی همکاران هم به نوعی دیگر خودنمایی می‌کند. باز هم ترجیح نسل پیشین به عنوان همکار برای دختران زومری نزدیک به دو برابر بیشتر از ترجیح پسران است. از سوی دیگر دختران زومری کمتر از پسران نسل زد ترجیح می‌دهند همکارانشان از هم‌نسلان خودشان باشند.

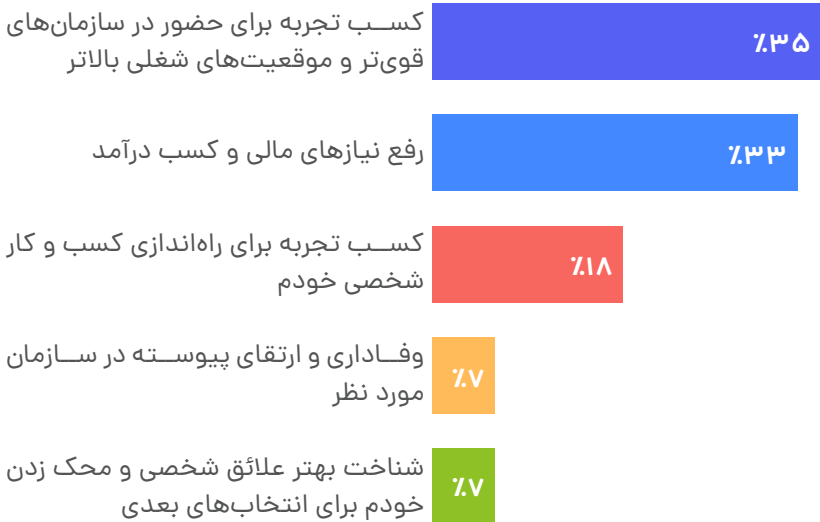
* تفکیک شهر محل سکونت تاثیر معناداری در نتایج این بخش نداشت.



● ● ● نسل زد با چه هدفی سازمان مورد نظر را برای کار انتخاب می‌کند؟

در این قسمت از بررسنامه از شرکت‌کنندگان نظرسنجی پرسیدیم که هدف اصلی‌شان از انتخاب سازمانی که قصد دارند در آن کار کنند، چیست؟ در نمودار زیر پاسخ افراد به این سوال را مشاهده می‌کنید. هر شخص تنها حق انتخاب یک گزینه را داشت.

هدف از انتخاب سازمان مورد نظر برای کار



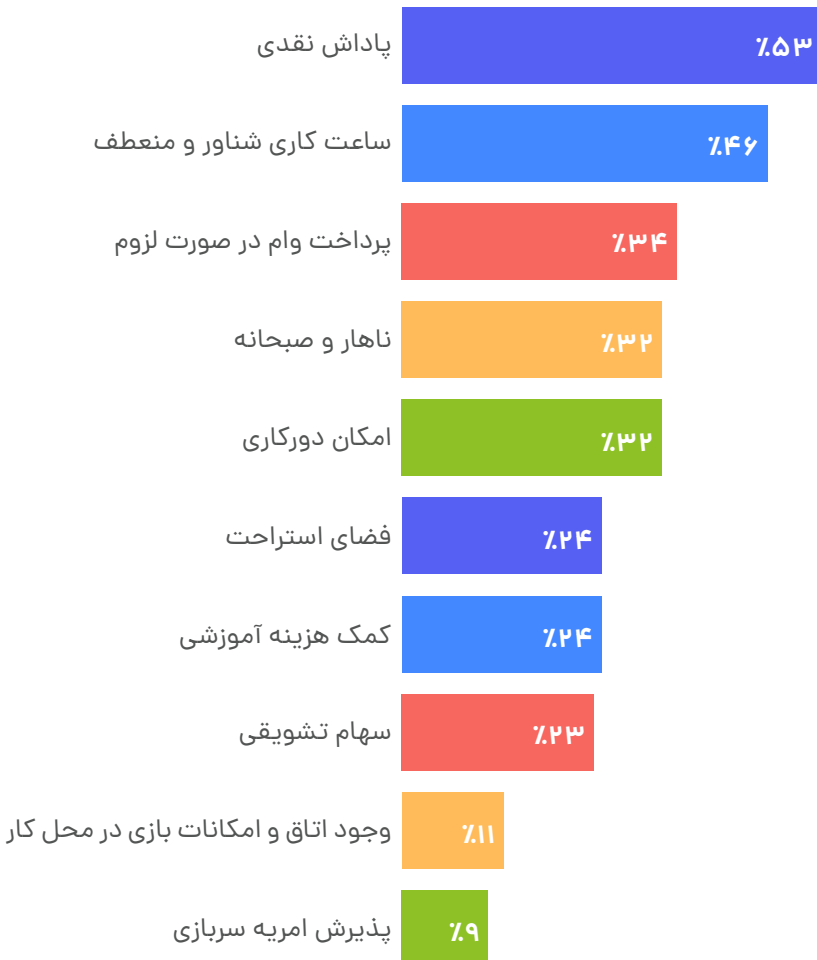
همانطور که پیش از این نیز گفته شد در حال حاضر اولویت اصلی این نسل از انتخاب سازمان مورد نظر برای کار، توسعه فردی و ثبات مالی است. با بررسی نمودار مشاهده می‌شود که هر سه گزینه نخست یعنی حضور در سازمان‌ها و موقعیت‌های آتی، رفع نیازهای مالی و کسب تجربه برای راه‌اندازی کسب و کار شخصی سه گزینه اول انتخابی آن‌ها بوده است. سه گزینه‌ای که با در نظر گرفتن گزینه شناخت علائق شخصی جمعاً ۹۳٪ این جامعه را در بر می‌گیرد. در حالی که تنها حدود ۷٪ پاسخ‌دهندگان به مفهوم وفاداری به سازمان مزبور معتقد هستند.



تسهیلات و مزایای مد نظر نسل زد چه مواردی است؟ ●●●

در این قسمت از شرکت کنندگان خواسته شد تا از بین ۱۰ تسهیلات پیشنهادی حداکثر سه مورد را انتخاب کنند. نتیجه انتخاب افراد را می توانید در نمودار زیر مشاهده کنید. به این علت که شرکت کنندگان امکان انتخاب سه گزینه را داشته اند در هیچ یک از نمودارهایی که در ادامه برای تسهیلات انتخابی می آید، مجموع درصدها ۱۰۰ نمی شود.

تسهیلات انتخابی



همانطور که در نمودار قابل مشاهده است، پاداش رتبه نخست و پرداخت وام جایگاه سوم تسهیلات انتخابی دلخواه این نسل را به خود اختصاص داده است. در همین راستا، سهام تشویقی که به نوعی موضوعی غیرنقدی است و ریسک شرایط آینده شرکت را با خود دارد در جایگاه هشتم تسهیلات دلخواه قرار گرفته، موضوعی که با توضیحات پیشین در باب میل به امنیت مالی و کاهش ریسک مخاطرات پیش رو که یکی از شاخه‌های ثبات به حساب می‌آید همخوانی کامل دارد.

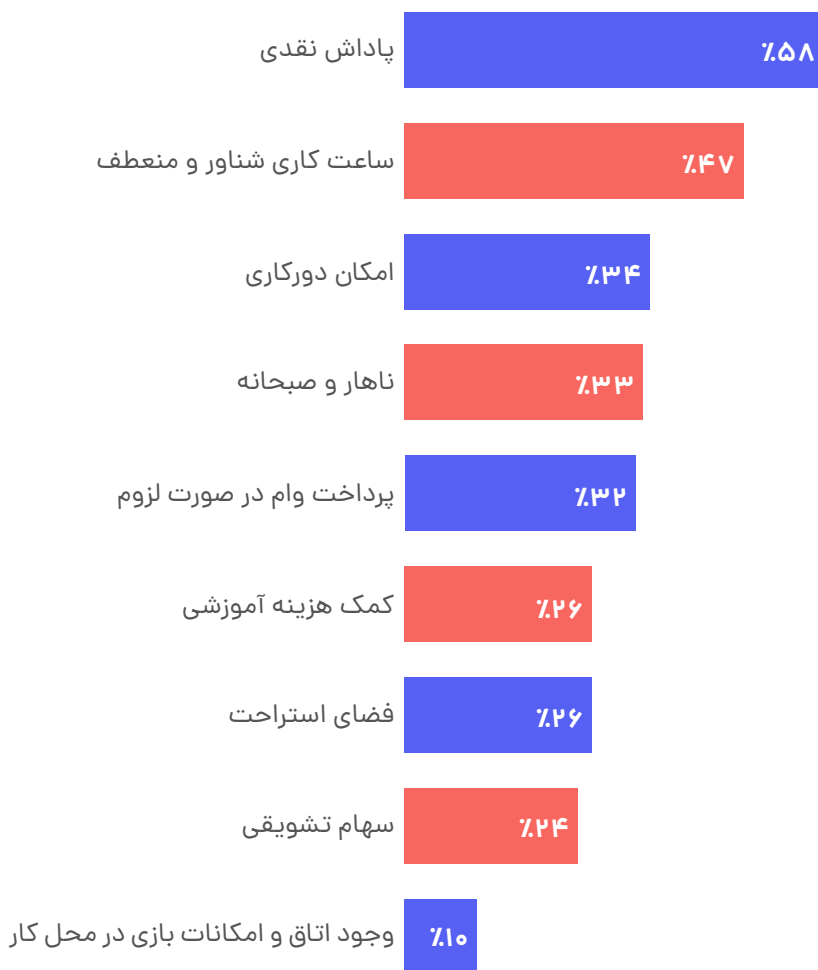
ساعت کاری شناور و منعطف دومین خواسته آن‌ها است که تمایل به برخورداری از آزادی عمل را نشان می‌دهد. نکته جالب توجه، جایگاه‌های فضای استراحت و اتاق بازی در نمودار است. چیزی که این روزها به شدت مورد توجه همه شرکت‌ها قرار گرفته و سعی در الگو برداری از شرکت‌های فعال در سیلیکون ولی دارند؛ اما انگار بر خلاف تصورشان جذابیت چندانی برای زومرهای تازه نفس ندارد.

از سوی دیگر تسهیلات ناهار/صبحانه در جایگاه چهارم انتخاب‌های آنان است. شاید بتوان نقش ناهار/صبحانه خوردن در شرکت را علاوه بر سبک کردن هزینه‌های شخصی، در فضای دلخواهی که این نسل برای ارتباط رودررو به دنبال آن است هم جستجو کرد.

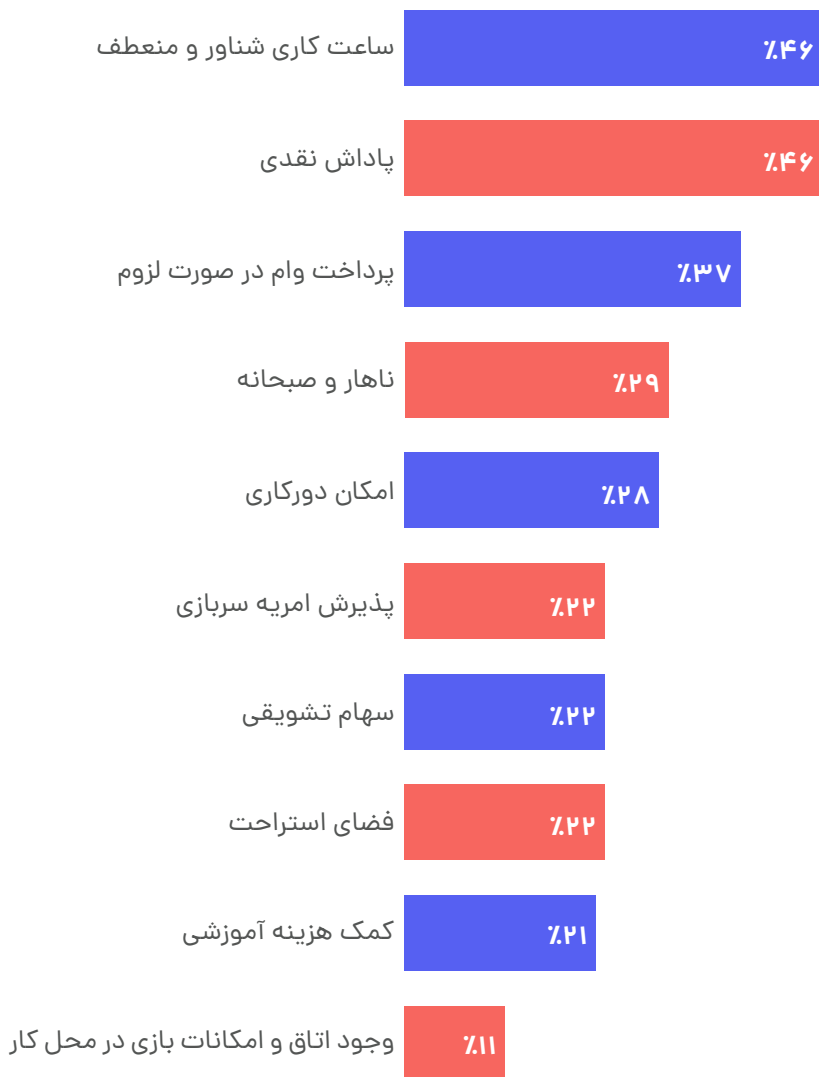


تأثیر جنسیت بر تسهیلات انتخابی ● ● ●

اهمیت تسهیلات برای دختران



اهمیت تسهیلات برای پسران



همانطور که از نمودار هم پیداست دختران به میزان قابل توجهی بیشتر از پسران هم نسل خود به پاداش نقدی اهمیت می دهند.

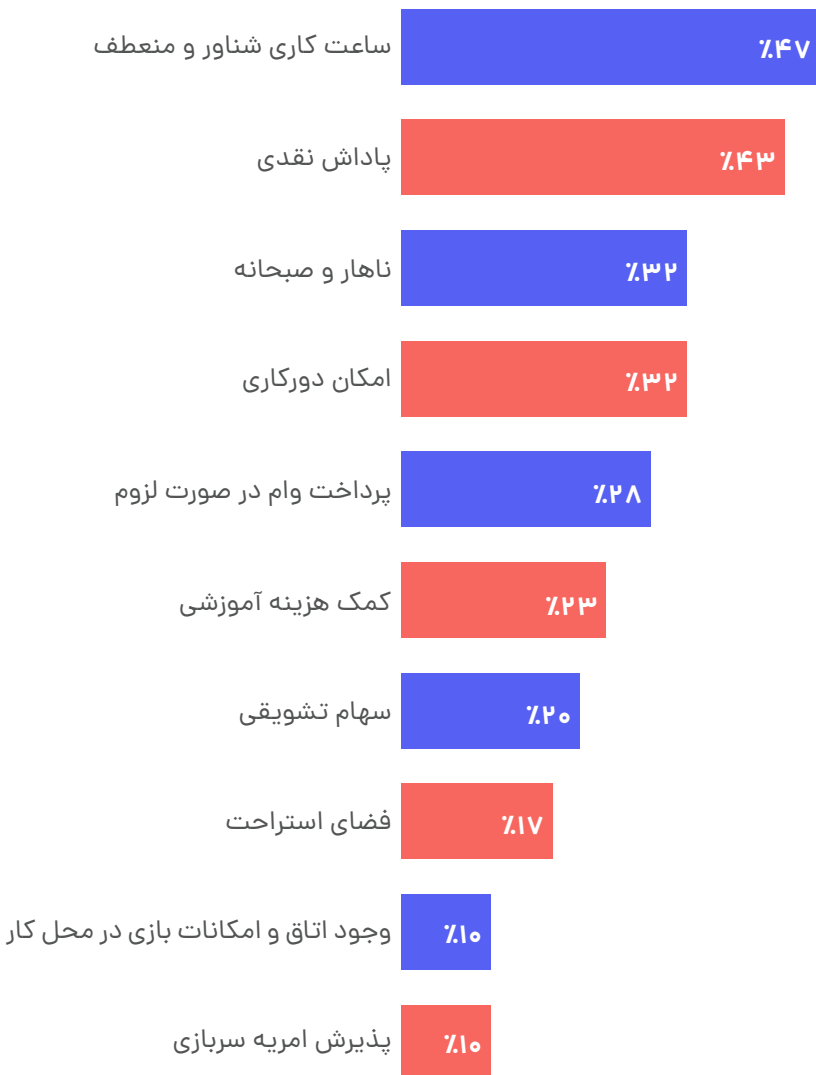
در مورد جایگاه امریه سربازی چند نکته مهم وجود دارد. اول اینکه امریه موضوعی است که فقط مخصوص پسران است. دوم - اینکه حتی شامل همه مخاطبین پسر هم نمی شود؛ چرا که ممکن است برخی از آن ها سربازی رفته باشند یا به هر دلیل دیگری همچون معافیت و امثال آن به عنوان اولویت کنونی برایشان اهمیت نداشته باشد.



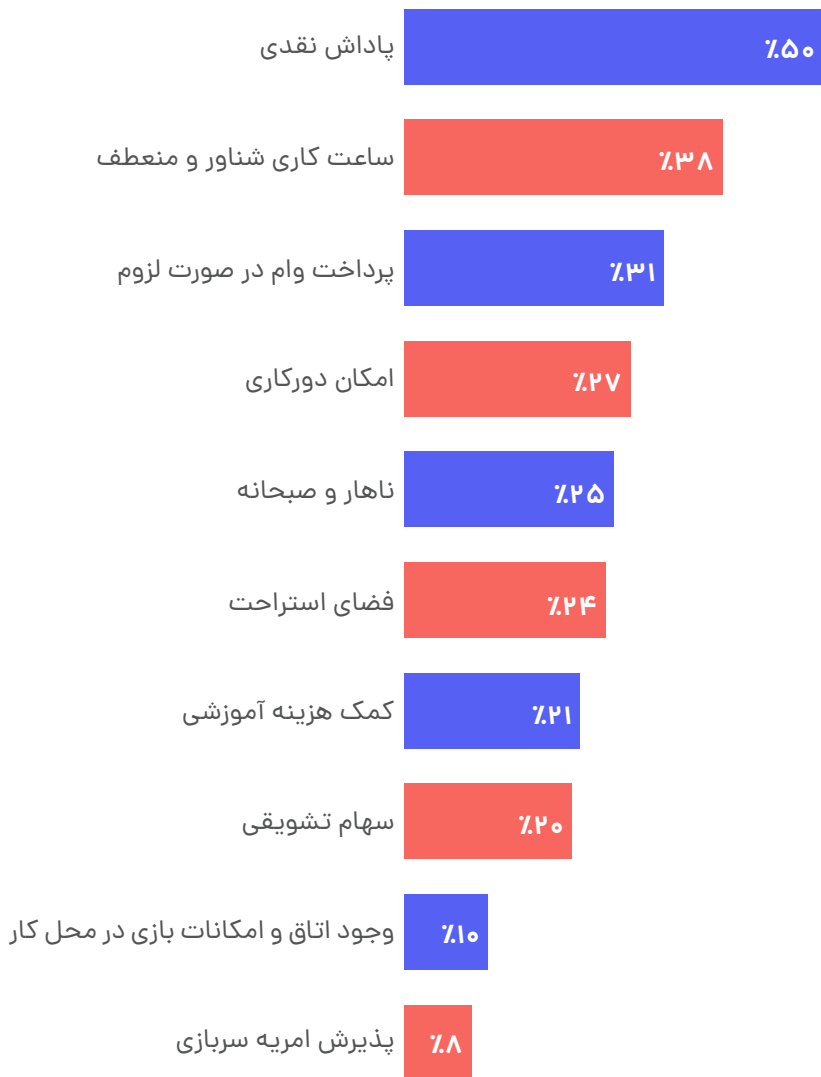
● ● ● اهمیت تسهیلات انتخابی برای شاغلین و غیرشاغلین

در ادامه به اهمیت تسهیلات مختلف بین شاغلین و غیرشاغلین می‌پردازیم. اینجا منظور از غیرشاغلین این افراد است: دانش‌آموزان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که در جستجوی کارند.

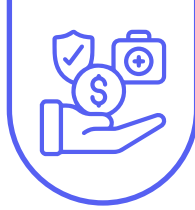
شاغلین



غیرشاغلین



در این نمودارها به نظر می‌رسد کسانی که تا به حال تجربه شغلی نداشته‌اند نسبت به شاغلین برای تسهیلات مالی مثل پاداش نقدی و وام اهمیت بیشتری قائلند.



● ● ● مقایسه تسهیلات انتخابی نسل زد با تسهیلات مطلوب کل بازار کار

در بخشی از «گزارش سراسری میزان افزایش حقوق» که در بهار ۱۴۰۰ توسط جاب ویژن منتشر شد به مزایای مد نظر کارکنان پرداخته شد.

مزایایی که در آن گزارش بیشترین طرفدار را داشته‌اند شباهت زیادی به مزایای انتخابی نسل زد دارند. مثلاً در آنجا هم پاداش و ساعت کاری منعطف بیشترین طرفدار را دارد و امکانات بازی جزو آخرین گزینه‌ها محسوب می‌شود.

به نظر می‌رسد که به طور کلی تسهیلات انتخابی نسل زد تفاوت معناداری با نسل‌های دیگر ندارد.

در گزارش میزان افزایش حقوق به امریه نیز پرداخته شده است. طبق پاسخ‌های شرکت‌کنندگان آن نظرسنجی محبوبیت امریه ۴ درصد بوده و این محبوبیت بین افرادی که کمتر از ۲ سال سابقه کار دارند ۱۰ درصد بوده است که نزدیک به نتیجه این گزارش است که ارتباط آن معقول به نظر می‌رسد؛ چون بخش زیادی از افرادی که در حال حاضر کمتر از ۲ سال سابقه کار دارند نسل زد‌ها هستند.



● ● ● سخنی با صاحبان کسب و کار

کاملاً مشخص است که نسل زد تمرکز زیادی روی مسائل مالی دارد. همانطور که گفته شد، آن‌ها کار را نه برای کار یا هر نوع مفاهیم انتزاعی دیگر، بلکه برای زندگی راحت‌تر و امنیت و آرامش بیشتر می‌خواهند. در واقع به شغل به عنوان یک ابزار کسب درآمد نگاه می‌کنند و همین موضوع باعث می‌شود در تعارضات احتمالی به راحتی اولویت‌های زندگی شخصی خود را در ارجحیت قرار دهند. از همین رو از نقش پرداخت‌های سخاوتمندانه در جلب نظر این نسل نباید غافل بود. طبیعتاً سازمانی که به طور مداوم فشارهای متعددی بر آن‌ها وارد بیاورد، آن هم بدون در نظر گرفتن ما به ازای مالی، شاهد از دست دادن نیروی کار جوان خود خواهد بود. تامین آرامش و امنیت و ایجاد خیالی آسوده از آینده‌ای مطمئن موضوعی است که این نسل به راحتی از آن نخواهد گذشت. در نتیجه هرآنچه تضمینی برای این موضوع باشد، به جذب و نگهداشت آن‌ها کمک شایانی خواهد کرد.

به علاوه باید این را هم در نظر داشت که این نسل به توسعه فردی خود توجه شایانی دارد و یادگیری مداوم و سریع یکی از ویژگی‌های بارز آن‌هاست. لذا توجه به چشم‌اندازهای فردی‌ای که این نسل برای خود در نظر گرفته و تطبیق چشم‌اندازهای سازمان با آن برایشان بسیار مهم است. از این رو سازمانی در جذب و نگهداشت زومرها موفق‌تر عمل خواهد کرد که بتواند این دو را بر هم منطبق کند.

این نسل به لحاظ تسلط شایان توجهی که بر ابزارهای تکنولوژیک و رسانه‌های نوین دارد، به سادگی هر اطلاعات و دانشی را که بخواهد به دست می‌آورد. حضور مداوم در شبکه‌های اجتماعی، مقایسه و رقابت با دیگر هم‌نسلان بخشی از هویت همه روزه آن‌ها شده است. از این رو حتی اگر به طور مداوم در حال رصد فضای کسب و کارهای دیگر و موقعیت‌های شغلی مشابه نباشد، به واسطه حضور پررنگ در شبکه‌های مجازی لااقل در معرض آن خواهد بود. از سوی دیگر با همه‌گیر شدن دورکاری حاصل از شرایط پاندمیک به سادگی می‌تواند از وقت خود برای مصاحبه و حضور در شرکت‌ها و موقعیت‌های شغلی دیگر نیز بهره‌برد. این‌ها همه نشان از سختی نگهداشت این نسل در سازمان‌ها دارد.

یکی از مهمترین ترجیحات این نسل برقراری ارتباط رودررو با مدیران و همکاران است. حفظ ارتباط و تماس چشمی برای این نسل بسیار حائز اهمیت است و لذا به هیچ عنوان نباید از جلسات حضوری و بازخوردهای رودررو در بازه‌های کوتاه غافل شد.

بخشی از علاقه وافر زومرها به راه‌اندازی کسب و کار شخصی همانطور که توضیح داده شد حاصل داستان‌های موفقیت کسب و کارهای دیجیتالی در پایان قرن گذشته و ابتدای قرن حاضر است و بخش دیگر هم حاصل دسترسی گسترده این نسل به اطلاعات و دانش روز و تسلط آن‌ها به ابزارهای تکنولوژیک.

از این رو کارفرماها می‌توانند با درک و پذیرش علاقه وافر زومرها به راه‌اندازی کسب و کار شخصی، با بهره‌گیری از مفهومی به نام «کارآفرینی درون‌سازمانی» یک بازی برد-برد را ترتیب دهند. به بیانی ساده در سازمان خود به کارکنان اختیار عمل بیشتر و امکان نوآوری در محصول، روش یا ساختار بدهند. کسی که به کارآفرینی علاقه‌مند باشد، به این آزادی عمل و نوآوری نیز علاقه نشان خواهد داد و از این طریق می‌تواند توانایی‌های خود را شکوفا کند. سازمان هم از این طریق رضایت کارکنانش را بالاتر می‌برد و به ماندگاری بالاتر نیروهایش کمک شایانی خواهد نمود.