

כופרים בעבר

קבוצת האנשים שמילת הקסם "קידום" כבר אינה גורמת להם להסכים לתרום מיידית את חייהם למקום עבודתם סוחפת אחריה רבים ומוכשרים, ומאתגרת את המעסיקים. מכנים אותם דור ה-Y, וכמה מחבריכם הטובים בפייסבוק נמנים עימם | זהבה דברת

או מקום, הם שונאים 'לדפוק שעון' ולהישאר במשרד באופן מלאכותי לאחר שסיימו את עבודתם, והרעיון של שעות נוספות ממש מקומם אותם. וכן, והם אוהבים סביבת עבודה רועשת (MP3, למשל).

לשבור את הפרדיגמה

אחרי דור ה-X והבייבי בומרס, אנשי הדור החדש הזה אינם מוכנים לעבוד 18 שעות ביום ויותר. הם מוכשרים, אך לא לכולם יש תארים אקדמיים; הם רוצים לעבוד בכל המקומות, כולל כרופאים, אך אינם מוכנים לוותר על תפקידם כאנשי משפחה וכחורים, ולו במחיר קידום בעבודה. מדובר באנשים יצירתיים שתורמים להתפתחות הארגונים, וכדאי להכיר אותם, לקבל את יתרונותיהם, לטפח אותם ולהשתמש בכישוריהם, אף שהם שונים ממה שידענו. וגם כך, לא בטוח שהם ישמרו אמונים לארגון שבו

הוריו למקום עבודה יחיד ולמקצוע שבו הוא עוסק. דור ה-Y שיכלל את שבירת הפרדיגמה שבה החל דור ה-X.

דור ה-Y יכול ומוכן לעבודת צוות ולעבודה בקבוצות, מסוגל לפזר קשב ולטפל במקביל בשני נושאים, לפחות. רוב המשתייכים אליו הם בעלי מיומנות טכנולוגית ויכולת לימוד מהירה של מכשירים חדשים, שליטה מלאה במחשב ויישומיו וכן ברשת האינטרנט. חוקרי עבודה טוענים כי אנשי דור ה-Y הם חסרי יוזמה יחסית לבני הדורות הקודמים, מוכנים ללמוד נושאים חדשים, ודורשים משוב גם עבור פעולות שאינן דורשות השקעת משאבים או ידע מיוחדים (ורצוי משוב חיובי). הם מעדיפים משרות המוגדרות על-פי משימה ולא על-פי שעות. הם רוצים לקבל תמורה בעבור התוצאות. הם אוהבים לעבוד ללא מגבלות של זמן

צת דור ה-Y - כ-62%. המחקר גילה שהם הולכים לספרייה כדי למצוא פתרון לבעיה יותר מאשר בני דורות אחרים.

אנשי דור ה-Y הם בעיקר ילדיהם של הבייבי בומרס, שנולדו בתקופת "הבייבי בום", שלאחר מלחמת העולם השנייה; וגם של האוכלוסייה המבוגרת יותר מדור ה-X. הניצנים להולדת דור ה-Y ניכרו כבר בדור ה-X, אשר נולד בין שנות השישים לסוף שנות השבעים, סבל מחרדה וחוסר שייכות, אך היה בעל מודעות לגבי היותו קבוצה חברתית מובחנת, הולכת וגדלה. בני דור ה-X שוהים, יותר מקודמיהם, בבית והם חשופים רבות לאמצעי התקשורת ולמסרים השייווקיים המתפרסמים בהם. העתידן דוד פסיג טוען כי זהו דור שאינו מכיר בסמכות כבעבר, וגדל בעולם רב-תרבותי יותר. הוא נאמן פחות מדור

ה צעירים, בני שלושים (פחות או יותר), נולדו בסוף שנות השבעים ובתחילת שנות

השמונים של המאה ה-20, וחייהם מלאים באביזרים טכנולוגיים: מחשב, ביי, אינטרנט, טלפונים סלולריים וגאדג'טים. הם נולדו לתוך מציאות חברתית-כלכלית וטכנולוגית חדשה, והם מתייחסים 'אחרת' לעבודה בכלל ולאיוון שבינה לבין חייהם האישיים בפרט. אלה הם אנשי דור ה-Y - ילידי העידן הדיגיטלי.

נכון, הם כמעט אינם משתמשים בנייר ובעט, והמחשב הוא כלי העבודה שלהם, אבל הם אינם מוותרים על ביקור בספריות. מחקר שנערך על-ידי ארגון Pew Internet & American Life Project מגלה שמתוך 53% מהאמריקאים אשר ביקרו בספרייה בשנה האחרונה, השיעור הגבוה ביותר של המבקרים נמצא בקבו-



בראיון העבודה מומלץ להתייחס אליהם על-פי כישרונם והקבלות שהם מביאים, ולא על-פי הסגנון שלהם, שעלול להתפרש לעתים כ"חוצפה"

את המשימה; להרגיע אותם שהגעה למשרד ולישיבות היא רשות, ולהעיר ריחן אותם בהתאם לאיכות עבודתם; וכמובן, להציע להם מסלול קידום; ולשתף, לשתף, לשתף.

ואחרון חביב: למעסיקים מומלץ להשקיע באחריות חברתית ולהדגיש גיש אותה, כיוון שרבים מבני דור ה-Y מאמינים באמת ובתמים שאפשר להפוך את העולם למקום שטוב יותר לחיות בו, והם ישמחו לקחת חלק בפעילות כזו.

כל אלה יסייעו במשיכת עובדים מוכשרים והישגיים אלה לארגון ובשמירת כושר התחרות שלו. אבל חכו רגע, זה לא הסוף; כי אחרי X ו-Y מגיעה כידוע Z. ואכן, דור ה-Z כבר כאן. קשה עדיין לפענח את ה-DNA שלו, אבל אפשר כבר להגיד שמדובר בדור של צעירים-זקנים, שמרגישים שכבר ראו הכל ואינם מתרגשים כמעט משום דבר. איך להתייחס אליהם? ימים יגידו...

✪ הכותבת היא עיתונאית ומאמנת תקשורתית, העוסקת בליווי תקשורתית, הכולל אימון וייעוץ תקשורתית, בניית תכנים, עריכה וכתביבה.

והיחס לחייהם הפרטיים. העבודה שהם דואגים לכך, אין פירושה שהם לא יגלו מחויבות או נאמנות. חשוב גם להציג להם את המשרה באופן הכי אותנטי שאפשר; הם יעריכו זאת. מומחים ממליצים למעסיקים להשתמש בטכנולוגיה על מנת לאפשר לעובדי דור ה-Y לעבוד מכל מקום, לאפשר להם להשתמש בטכנולוגיה גיה ובאמצעים הניידים גם בעבודה, כי הם יבחרו במקום עבודה על-פי התייחסותו לדרישותיהם הללו.

כמו כן, כדאי למעסיקים לחשוב במשימות ולא בשעות, בתפוקה במקום בזמן ומקום, ולתאר לעובדיהם את התוצאות שהם רוצים, להתייחס אל העובדים בכבוד, ולהבהיר עד כמה הם סומכים עליהם שישלימו

חברות השמה ורשתות חברתיות. דור ה-Y חי ברשתות חברתיות; בארץ מדובר בפייסבוק, כמובן, וגם בליני קדין, דה מרקר קפה, ועוד ועוד, ולכן על המגייסים לגלות נוכחות ברשתות הרלוונטיות ולמתג את הארגון ככזה שטוב לעבוד בו. ומי אינו רוצה לעבוד בגוגל, למשל? גם המלצות של חברים מאוד חשובות להם, ולכן כדאי לבנות תהליכי חבר'מביא-חבר.

בראיון העבודה מומלץ להתייחס אליהם על-פי כישרונם והקבלות שהם מביאים, ולא על-פי הסגנון שלהם, שעלול להתפרש לעתים כ"חוצפה". הם גם לא כל-כך יתאמצו להוכיח שהם אינם כאלה, לא יתאמצו להרשים, אלא יבדקו פשוט אם המשרה מתאימה להם מבחינת התנאים, אופק הקידום

מחקר מגלה שמתוך 53% מהאמריקאים אשר ביקרו בספריות בשנה האחרונה, השיעור הגבוה ביותר של המבקרים נמצא בקבוצת דור ה-Y - כ-62%

הם עובדים לאורך זמן. איך מפתים אותם להצטרף לארגון, ואיך מטפחים אותם כשהם כבר נמצאים? מומחים מציעים ליצור מודל חדש, אשר יגדיר מחדש את המושג 'עבודה', ולגייס בהתאם לו את העורבים מודרניים. פירושו של דבר, לגייס אותם בעיקר דרך האינטרנט - אתרי