

Mladých nestačí len prilákať, musia cítiť aj šancu

Motivuje účasť na praxi alebo stáži v podniku k založeniu vlastného podnikania?

Hoci na trhu práce ponuka pracovnej sily výrazne prevažuje nad dopytom, mnohí zamestnávateľia pri obsadzovaní voľných miest siahajú po čerstvých absolventoch. A robia to častejšie ako pred pár rokmi. Otvorene treba priznať, že začiatočníci sú lacnejší ako skúsení harcovníci s rokmi praxe. Platí to aj napriek tomu, že do nastupujúcej generácie treba čosi investovať – peniaze, čas i energiu. Táto investícia sa však väčšinou opláti.

Z tohto pohľadu je pre firmy, ktoré sa chcú vydať touto cestou, dôležité, aby sa pri získavaní čerstvého ľudského kapitálu zamerali na nastupujúcu generáciu – na tzv. generáciu Y, a aby vytvorili a implementovali také stratégie, ktoré jej príslušníkov prilákajú a možno aj na dlhší čas, resp. natrvalo pripútajú. Potenciálni zamestnávateľia nesmú zabúdať na to, že ak chcú do svojich štruktúr priberať mladé talenty, musia sa na tento krok vopred procesne nastaviť a vytvoriť im dostatočný priestor na rast.

Bitka o ľudský kapitál

Toto všetko musia manažéri zodpovední za nábor nastaviť skôr, ako sa firma chce stať potenciálne zaujímavým zamestnávateľom, pre ktorého budú ľudia s radosťou pracovať. Do generácie Y sa musí veľa investovať z pohľadu učenia, avšak výhodou je, že ide o tvárnych ľudí – často absolventov škôl, ktorí sa chcú učiť. Táto generácia je generáciou ambiciózných ľudí, ktorí sa učia ľahko, sú flexibilní, vedia prijímať zmeny a prispôbiť sa im. Hoci – na druhej strane treba priznať, že v práci nemienia stráviť pätnásť hodín denne ako ich rodičia, rovnováha medzi pracovným a osobným životom je pre nich dôležitá.

Neustály rast a rozvoj

„Mladí ľudia s víziou o ďalšom smerovaní života väčšinou vedia oceniť, ak majú počas štúdia alebo krátko po jeho skončení možnosť získať praktické skúsenosti formou krátkodobej exkurzie či dlhodobej stáže,“ hovorí Helga Jančovičová, hlavná odborná garantka národného projektu Vysoké školy ako motory rozvoja vedomostnej spoločnosti, v ktorého rámci sa na portáli www.vysokoskolacidopraxe.sk spájajú ponuky firiem so záujmom študentov posledných ročníkov či čerstvých absolventov. Mladí ľudia s ambicióznymi cieľmi chápu, aký má „načuchnutie k praxi“ prínos pre ich ďalší profesijný i osobnostný rast, a tým aj ďalšiu perspektívu. Sú na začiatku kariéry a vedia, že si potrebujú vybudovať pevné základy a previazať teoretické vedomosti s praxou.

Spolupráca študentov či čerstvých absolventov a ich potenciálnych zamestnávateľov je perspektívna aj pre druhú stranu. *„Ak firma v praktikantovi identifikuje potenciál a podchytí ho cez motiváciu, môže budúceho zamestnanca vhodnými spôsobmi rozvinúť želaným smerom podľa vlastných potrieb a predstáv. Je to extrémne zaujímavé a firmy, ktoré poskytujú takéto druh rozvoja, sú preferované, vyhľadávané a majú vysoký rating u mladých ľudí, ktorí si hľadajú uplatnenie na trhu,“* dodáva Helga Jančovičová.

Šanca pre firmy i krajinu

Celé to však je o rozvoji – mladí ľudia musia cítiť, že po praxi alebo vstupe do pracovného života nezostanú bez práce, ale že sa posunú ďalej – nielen v zmysle rastu po vertikálnom organizačnom rebríčku, ale aj horizontálnym smerom k odbornému a osobnému rastu.

Generácia Y raz bude na čele – preto v boji o tých najlepších zvíťazia firmy, ktoré si ich už dnes začnú pripravovať na zvládnutie tejto úlohy.

Nielen pred zamestnávateľmi, ale aj pred Slovenskom ako takým v súčasnosti stojí niekoľko rozvojových oblastí. *„V tejto súvislosti je nevyhnutné zmeniť v prvom rade vzdelávací systém a viac ho previazať s potrebami trhu práce a ďalšími prioritami – napríklad vybudovaním širokou podporou odvetví, ktoré sú vo svete známe ako odvetvia generujúce sofistikované služby s vysokou pridanou hodnotou. Ak elita nastupujúcej generácie nenájde doma to, čo*

hľadá, odíde za hranice,“ upozorňuje Martin Krekáč, prezident EPPP a vedúci partner Jenewein Group.

Smer: vlastné podnikanie?

Pri riešení vysokej nezamestnanosti sa najmä v súvislosti s tzv. problematickými oblasťami alebo skupinami, ku ktorým patria aj čerství absolventi, hovorí o rozvoji vlastného podnikania. Kvalita podnikateľského prostredia, ktorá určite patrí k hlavným determinujúcim faktorom, je jedna vec, druhou je osobné nastavenie a odvaha pustiť sa na tento tenký ľad. Rozhodnutie vybrať sa smerom k založeniu vlastnej firmy zvyčajne závisí od prostredia, z ktorého človek vyšiel, a od jeho schopnosti podnikateľsky myslieť. Čiastočne ho môže ovplyvniť vlastná skúsenosť, čo platí rovnako pre pozitívne i negatívne vzory.

„Podnikateľské postoje charakterizuje v prvom rade iniciatíva, nezávislosť a inovácie v osobnom i pracovnom živote. Ide o schopnosť vidieť a využiť príležitosť – tento pohľad zahŕňa aj motiváciu a odhodlanie dosahovať ciele – či už osobné alebo stanovené spolu s ostatnými,“ hovorí Martin Krekáč. Rozbehnutie vlastného podnikania ponúka pre mladých ľudí po absolvovaní školy pomerne slušné možnosti, aby neskončili na úrade práce.

Aj keď nejde o univerzálne platné pravidlo, určite platí: čím viac podnetov mladý človek dostane v škole, rodine, komunite či počas prvých kontaktov s praxou, tým skôr si v kombinácii s osobnosťnými a inými predpokladmi a schopnosťami začne svoju profesijnú budúcnosť budovať podľa vlastných predstáv.

JANA HYŽOVÁ