

Gen Z

tavs rītdienas kolēģis

SEMINĀRA KOPSAVLIKUMS



2023. GADS

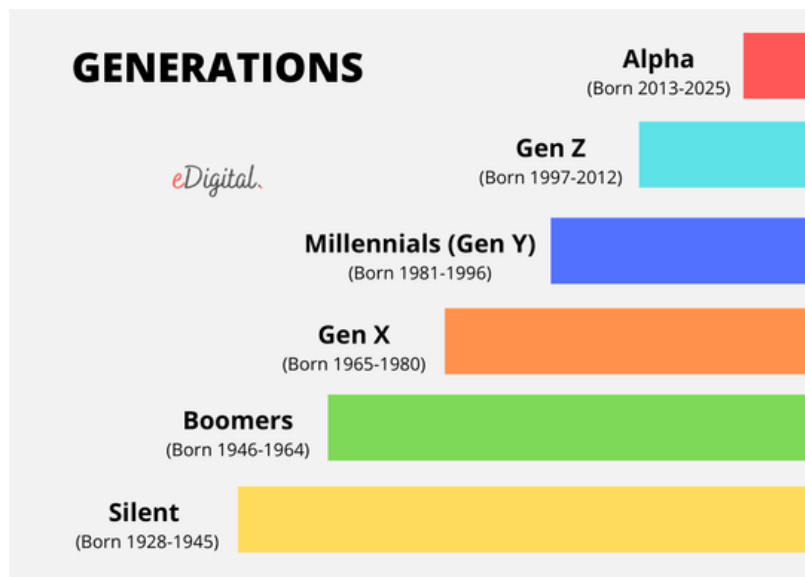
KAS IR Z PAAUDZE

Gen Z

"Z paaudze" parasti apzīmē cilvēkus, kuri dzimuši aptuveni no 1990. gada beigām līdz 2010. gadam. Tomēr robežas var nedaudz atšķirties atkarībā no avota vai aprakstošā satura. Šo paaudzi dažkārt dēvē arī par "post-milēniāļu paaudzi" vai "jaunatnes paaudzi".

Z paaudze ir izaugusi digitālajā laikmetā, izmantojot plašsaziņas līdzekļus, sociālos tīklus un citas tehnoloģijas jau no agras bērnības. Viņi ir pieraduši pie informācijas pieejamības internetā un lieto mobilās ierīces ikdienas dzīvē. Šī paaudze ir pazīstama ar savu tehnoloģisko prasmju un mobilitātes uztveri. Tajā pašā laikā, daži cilvēki var apšaubīt "Z paaudzes" nosaukumu un uzskatīt to par pārmērīgu vispārinājumu.

Kopumā "Z paaudze" tiek raksturota kā progresīva un pielāgojama sabiedrības daļa, kuras dzīve ir stipri ietekmēta no tehnoloģiju attīstības un digitalizācijas". (Chat GPT)



“Z paaudze ir cilvēku grupa, kas dzimuši ASV un Rietumeiropā pēc 2001. gada: Z paaudze tiek saukta par "klusu paaudzi", jo viņi lielāko daļu sava laika pavada tiešsaistē” (Cambridge Dictionary, 2023).

1.1. att. Paaudzu definējums (Pearsonaccelerated, 2023)



JAUNĀKĀS TENDENCES ATLASES PROCESĀ, DARBĀ UN DARBA ATTIECĪBU NOSLĒGŠANĀ

Viedoklis
no malas

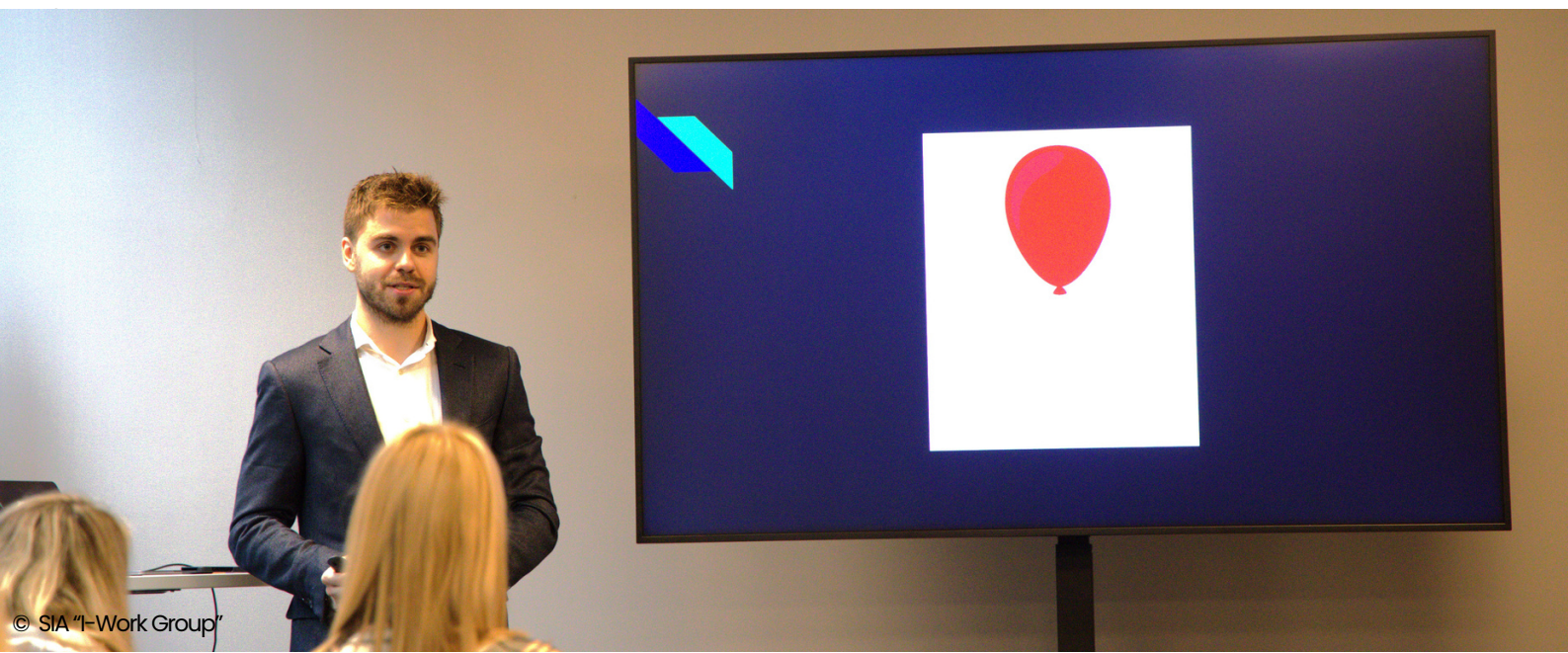
- **AI spēj uzrakstīt ideālu pieteikuma vai motivācijas vēstuli**, kā arī uzlabot esošu vēstuli. Secinām, ka pieprasīt šādas vēstules no kandidātiem būs veltīgi iztērēts laiks, jo tas neparādīs patieso informāciju par kandidātu vai arī kandidāta rakstīšanas spējām.
- **Darba devējam jāpieņem patiesība, ka cilvēks kā darbinieks nebūs mūžīgs** – cilvēks nemeklē darbu vienā darba vietā vai uzņēmumā, lai tur pavadītu atlikušo darba mūžu. Z paaudzei šis aspekts ir izteikts, vidējais cikls vienā uzņēmumā vai darba vietā ir salīdzinoši īss.
- **“Es nemeklēšu darbu, lai nopelnītu naudu, bet lai uzzinātu kaut ko jaunu,”** tā par sevi saka Z paaudzes pārstāvis. Z paaudzes pārstāvjiem atalgojuma jautājums nav mazbūtisks, bet tas nav galvenais aspekts, kāpēc viņi izvēlas vienu vai citu darba vietu, būtisks ir saturs un “lidojums”.
- **“Es aiziešu, bet, iespējams, atgriezšos pie jums pavisam drīz!”** tā Z paaudzes cilvēks redz karjeras attīstību un dinamiku, nereti paredzot iespēju atgriezties iepriekšējā darba vietā un turpināt karjeras ceļu. Viņiem ir vajadzīga kustības un dinamikas sajūta, tāda kā iekšējā vajadzība un “dzīves motors”.
- **“Basics ir basics. Bezmaksas kafija, ūdens un āboli – vairs nav benefits,”** tā uzskata Z paaudzes talantīgākie prāti. Viņu uztvere ir racionāla, jo par savu darbu kā atalgojumu viņi redz analogu piedāvājumu, kas nav tikai cilvēka pamatvajadzības.
- Motivācijas vēstules vietā kā laba alternatīva ir sagatavots kandidāta portfolio (piem., realizēto projektu apraksts, sasniegtu rezultātu atspoguļojums, konkrēti veiktu darbu vizualizācijas u. tml.). Tā ir tehniska informācija, kas nav vienkārši izdomājama vai uzģenerējama ar AI palīdzību. Kopumā vērtējot pieredzi, motivācijas vēstules jau sen ir zaudējušas savu jēgu un funkciju, nereti tā ir atrakstīšanās vai “copy paste”, tāpēc ir jārada citas alternatīvas.
- Īsi laika periodi darba vietās ir ne tikai Z paaudzes aktualitāte, bet mūsdienu dinamiskās vides specifika, ka cilvēka kā darbinieka dzīves cikls uzņēmumos gadu laikā ir būtiski sarucis. Ja kādreiz tie vidēji bija 5, pēc tam 3 gadi vienā darba vietā, tad pašreiz tie vidēji ir 1 līdz 2 gadi vienā amatā vai vienā darba vietā. Neapšaubāmi, tas sagādā pamatīgas galvassāpes uzņēmumiem un personāla vadītājiem. Labs ieteikums ir fokusēt savus uzņēmuma procesus dinamiskai vai Agile principos bāzētai darba videi (piem., pamata funkciju unificēšana, procedūru izstrāde un procesu vadība, kas viegli pielāgojama mainīgai videi, darba spēka mainībai).

ALEX SCHELBE

Pašreiz ir Gen Z, bet domā, ka ir Millennial. Ieguvis maģistra grādu uzņēmējdarbības vadībā. Ir sertificēts *Certified Apple Developer*. Alex Strādā globālā, starptautiskā kompānijā Decathlon par Biznesa attīstību Baltijas reģionā, kā arī ir AppDevelopment komandas dibinātājs un plāno uzsākt savu uzņēmējdarbību. Brīvā laika vaļasprieki ir skriešana maratonos, futbols, snowboard/ski, IT, AI, gameDev.



- Otrkārt, esošā darba spēka efektīva, racionāla un ātra izmantošana, raugoties no cilvēka kā resursa viedokļa, lai mēs spētu katram jaunam darbiniekam konkrēti definēt 1 vai 2 gadu plānu kā maksimālo mērķi. Z paaudzes pārstāvim ideālā gadījumā nosakām skaidri sasniedzamus mērķus (tiem jābūt precīzi un racionāli formulētiem) un darba uzdevumu, ko sadalām vairākos īsākos etapos vai projektos. Ja runājam par Z paaudzes darbinieku, tad tāds cilvēks labi strādā projektu tipa darbu vai īstermiņa darbu. Kā jau runājām, šī paaudze nebūs orientēti uz uzņēmējdarbību kaut vai tāpēc, ka viņi domā un rīkojas īsā termiņā. Protams, viņi vēlēties savu uzņēmumu, bet sarunās sapratīsiet, ka viņi īsti nespēj definēt ilgtermiņa mērķus, kā arī nespēj fokusēt jomu, kurā vēlas darboties. Nekādā gadījumā netērējiet laiku vairāku mēnešu apmācībām un ilgai šāda darbinieka integrēšanai, jo rezultātā šī perioda beigās darbinieks jau būs aizgājis prom no darba. Bez tam Z paaudzes cilvēkiem ārkārtīgi svarīga ir elastīga darba vide un darba laiks, kā arī tas, ka viņus neuzrauga un nekontrolē (vismaz tā, ka viņi sāk justies ierobežoti, iesprostoti).
- Jau senākas motivācijas teorijas un pētījumi runā par to, ka nauda ir sekundārs motivators, kam līdztekus kā primārais ir darba saturs un attīstības iespējas salīdzinoši pārskatāmā periodā. Z paaudzei finansiālais aspekts ir būtisks, bet saturs ir vienlīdz svarīgs. Tomēr pētnieki šajā aspektā lauž šķēpus un pastāv arī pretēji pētījumu rezultāti, ka nauda pār Z paaudzes pārstāvi dominē.
- Bieži novēro, ka Z paaudzes cilvēkiem nav problēmu pašiem iniciēt atgriešanos iepriekšējā darba vietā un viņi to labprāt dara, ja vien tāda iespēja pastāv. Nereti uzņēmumi paši neizvēlas pieņemt "bijušos", bet tas ir savā ziņā tāds kā stereotips no iepriekšējām paaudzēm. Arī izbeidzot vai izbeidzoties darba attiecībām, Z paaudzes darbiniekam ir svarīgi, ka šis process tiek korekti un inteligēnti organizēts, organizēta pēdējā saruna vai arī organizēts "aprūpētais darba uzteikums" (offboarding).
- Par uzņēmuma materiālo un nemateriālo motivāciju runā un spriež diezgan bieži. Bet kopumā šis jautājums vēsturiski ir pētīts, un pamatvajadzības noteikti nestimulēs darbinieka pašrealizāciju. Te drīzāk jāvadās no tā, kas ir pašrealizācijai tuvākās vajadzības – tās būs sociālās vajadzības un atzinība, nevis kafija, tēja, ūdens, krēsls, dators, telefons u. c. Tomēr nejauksim to ar labbūtību, jo arī tā lielākoties ir saistīta ar sociālo darba vidi, maz ar pamatvajadzībām. Piemēram, Z paaudzes darba meklētāju var "pievilināt" ar interesantu projektu, ar izaugsmi un attīstību bez robežām un ārpus robežām, ar interesantu un progresīvu darba vidi.



LABBŪTĪBA IR KATRA UZŅĒMUMA LIELĀKĀ VĒRTĪBA DARBINIEKU NOTURĒŠANĀ

Viedoklis
no malas

- Viens no svarīgākajiem iemesliem, kāpēc Z paaudzes darbinieki pamet darba vietu, ir darba-dzīves līdzsvara (Work-Life-Balance) disbalanss.
- **7,5 h miega diennakts laikā palīdz vieglāk tikt galā ar ikdienas stresu un dažādiem izaicinājumiem darba vietā.**
- **Z paaudze ir tendēta uz dažādību** un interesantu vidi sev apkārt, kas attiecas arī uz darba kolēģiem, vadību un kopējo attīstošo mikroklimatu darba vietā.
- **Z paaudzi raksturo vārds “passion”** (kaislība), viņi lietas dara ar aizrautību, ja viņiem tas ir atbilstoši un saistoši. Viņi maksimāli ieguldās tajā lietā, kurai tic un redz vērtību.
- Kā tu procentuāli sadalītu savu ikdienas darba-dzīves līdzsvara diagrammu? Spēle nebija tikai aptauja un dati, bet indikators, lai katrs jūs atcerētos par savu darba-dzīves balansu, domātu, kā **jūs varat paši šo balansu radīt sev un savā komandā.**
- **Z paaudzei ir svarīgas vērtības, izaugsme un personīgā labbūtība.** Kopumā labbūtība darba vietā ir svarīga visiem darbiniekiem, bet Z paaudzes darbiniekiem vēl jo vairāk.

- Darba un privātās dzīves balanss ir katra cilvēka dzīves stūrakmens, lai cilvēks būtu efektīvs, laimīgs, vesels un apmierināts visās jomās. To attiecinot uz Z paaudzi, varbūtīgā problēma ir multifunkcionalitāte (multitasking), kas kopumā ir šķietami efektīva pieeja un sajūta “ka viss notiek šeit un tagad”, patiesībā un pētījumos apliecina sevi kā vienu no neefektīvākajām darba formām, kas rezultējas nekvalitatīvā, haotiskā un kļūdainā darba rezultātā. Tas kombinējas ar neefektīvu laika plānošanu. Lai gan Z paaudze salīdzinājumā ar citām paaudzēm ir visefektīvākie darba un privātās dzīves balansā, tomēr daudzfunkcionāls dzīves veids nereti padara viņu dzīvi balansētu tikai teorētiski.
- Labbūtība, vadoties no zinātniskajiem pētījumiem, tieši Z paaudzei ir vissvarīgākā, vairāk nekā citu paaudžu pārstāvjiem. Tieši emocionālā un sociālā vide ir vissvarīgākā, kā arī komunikācija un uzņēmuma mikroklimats. Uzņēmumi, kas īpašu uzmanību pievērš socializācijas un pozitīva mikroklimata pasākumiem, labāk uzņem Z paaudzes darbiniekus, savukārt viņi šādos uzņēmumos “uzturas ilgāk”. Z paaudze ļoti slikti jūtas birokrātiska tipa organizācijā, kur ir autoritārs vadības stils, kur vadība neieklausās darbiniekos, tos neciena, izturas vienaldzīgi, kā arī kolēģi ir vienaldzīgi, nestrādā kā vienota komanda, Z paaudzes darbinieks aizies prom jau pirmajos mēnešos.



PATRĪCIJA ZAICEVA

28 gadus jauna Gen - Z pārstāve. Labbūtības entuziaste, psiholoģijas studente, personīgā zīmola “Light” svecēs, radītāja un attīstītāja.

Zināšanas labbūtības nozarē aizsāka pēdējo 7 gadu laikā ceļojot uz dažādām valstīm, dzīvojot Amerikā un aktīvi iesaistoties dažādās konferencēs un semināros.

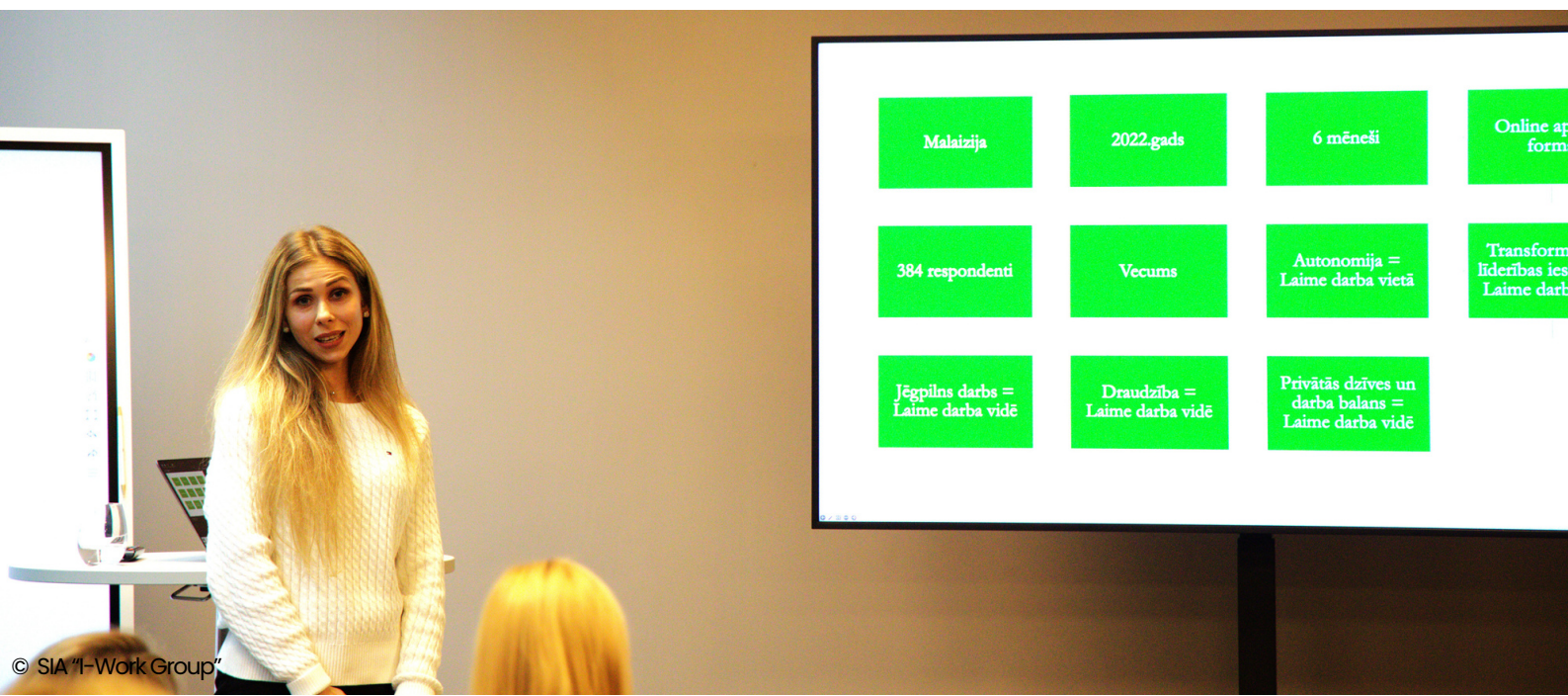
Šobrīd Patrīcija darbojas Avio kompānijā Smartlynx, nedēļas nogalēs pasniedz sveču liešanas meistarklases un ar aizrautību attīsta savu personīgo zīmolu.

Viedoklis no malas



1.2.att. Darba Dzīves līdzvara atspoguļojums (Slideteam.net, 2023)

- Aizrautība darbā ir jebkura darba devēja sapnis – darbinieks ar visu sirdi un dvēseli uztver darbu un iegulda tajā savu enerģiju. Tieši Z paaudzes pārstāvjiem piemīt aizrautības fenomens vairāk nekā citām paaudzēm, bet, diemžēl, tas ir īslaicīgs, “atgādina sprādzienu”. Ja darba devējs spēj šo brīdi notvert un izmantot, tad tas būs ieguvums. Tāpēc, pieņemot darbā Z paaudzes darbinieku, jāspēj identificēt viņa īpašo talantu, kā arī šo talantu (īpaša spēja, aizrautība par kādu konkrētu lietu u. c.) pielietot nekavējoties. Labs piemērs, ja uzņēmumā ir elastīga darba vide, tad šis jauniešs var būt ēnotājs dažādās nodaļās un viņa funkcionalitāti var pielāgot atbilstoši viņa spējām. Tas būtu visefektīvākais veids, kā padarīt šo cilvēku noderīgu uzņēmumam. Nekad nepiespiediet darīt netīkamus darbus, Z paaudzes cilvēki slikti iekļaujas rutīnveida un vienveidīgos darbos. Ja tādi paredzēti, tad šis darba uzdevums jāsadala daudzās sīkākās vienībās ar ātri sasniedzamiem īstermiņa mērķiem.
- Z paaudzes darbiniekiem ir plašs redzējums uz pasauli, lietām, plašas, bet, diemžēl, virspusīgas zināšanas, – nav pieredzes un dzīvesgudrības kā citām paaudzēm, jo vienkārši tam nav bijis laika. Šajā aspektā jāpieņem situācija un jāspēj uzticēt tādus darba uzdevumus, kas prasa ātru, vispārēju izpēti, jaunu ideju un lietu sākotnējo izstrādi un radīšanu u. c., jo Z paaudzes cilvēki fenomenāli ātri un pastāvīgi apgūst jebkuru materiālu un spēj pretī sniegt tik pat ātru rezultātu.



LAIKMETS UN EKONOMIKA DIKTĒ SAVUS NOTEIKUMUS.

Viedoklis
no malas

- Algu "burbulis" nepastāv. "Gen Z" ienāk darba tirgū ar algas ekspektācijām, kuru pamatā ir dzīves dārdzība, kas katru brīdi palielinās.
- Individuāla attieksme pret "Gen Z" darbinieku, izrietot no viņa personības un karjeras mērķiem, ir panākumu atslēga viņu noturēšanā un produktivitātes veicināšanā.
- "Gen Z" darba pienākumi jādiversificē – tas palīdzēs cīnīties ar pēkšņās aiziešanas vai darba nespējas sekām.
- Lai uzņēmumu padarītu pievilcīgu "Gen Z", procesiem tādiem kā intervijas nozīmēšana, atbildes sniegšana, "onboarding", apmācības, pašam darba procesam un "offboarding" jākļūst krietni dinamiskākiem un daudzveidīgākiem.
- KPI mērķim jābūt sasniedzamam nedēļas vai, maksimums, mēneša ietvaros. Vīzijas un gada mērķus var pārrunāt reizi gadā.

- Ekonomiskais aspekts no pieejamajiem pētījumiem parāda, kad Z paaudzes pārstāvji ir un arī turpmāk būs tā paaudze, kam būs visaugstākās kredītsaistības. Vai tas ir saistīts ar iepriekšējo paaudžu neapdomīgo rīcību, audzināšanu, vēsturi vai dzīves veida ietekmi, iespējams, ka jā. Dažādās valstīs šie rādītāji būtiski atšķiras, Latvijā tas ir ļoti augsts. Cits aspekts parāda, ka Z paaudzes pārstāvjiem finanšu pratība nav stiprā puse, ir vājas finanšu pārvaldības prasmes, toties ir spēcīgas digitālās prasmes un spējas atrast alternatīvas, kā papildus nopelnīt vai aizņemties naudu alternatīvos kanālos. Kopumā novēro ne pārāk augstu atbildību pret savu kredītvēsturi un spēju pildīt kredītsaistības, viņi tam nepiešķir lielu nozīmi. Protams, ka darba interviju procesā un darba procesā Z paaudzes augstās atalgojuma prasības nav balstītas tikai izdzīvošanā, bet arī kopumā ar spēju izvērtēt, kā korelē ieguldījums pret atdevi, ka tam ir jābūt balansā, – viņi šo balansu netver.

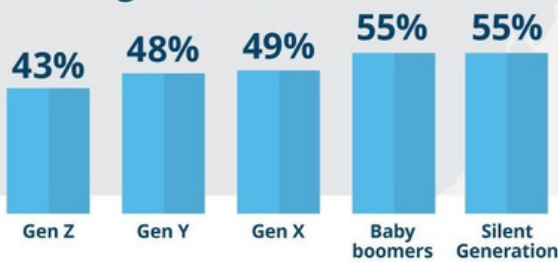


RAIVO STRĒLIS

Tipisks Z paaudzes pārstāvis. Raivo savu karjeru uzsāka 2020. gada vasarā būdams 19 gadus vecs, pievienojoties pasaulē lielākajam sporta preču tirgotājam franču uzņēmumam "Decathlon" kā departamenta vadītājs, un jau pēc nepilniem diviem gadiem viņš kļuva par komandas vadītāju Baltijā. Šobrīd Raivo karjeras ceļi ir aizveduši līdz Zviedrijai, Stokholmai - telekomunikāciju kompānijā "Open Infra" Raivo ieņem svarīgu lomu cilvēkresursu un biznesa attīstības izstrādē kā virziena vadītājs. Raivo arī aktīvi iesaistījies I-Work Group uzņēmuma attīstībā un jaunu ideju, vēsmu radīšanā.

Financial literacy across five generations

Individuals typically begin adulthood with low financial literacy and while it increases over time, financial literacy nonetheless tends to remain low.



P-Fin Index questions answered correctly

Source: TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index (2021).

1.3.att. Z paaudzes finanšu pārvaldības rādītāji (TIAA Institute, 2021)

- Dzimumu līdztiesība un LGBTQIA+ ir tagadne. Ņemiet to vērā, gan rakstot darba sludinājumu, gan darba vidē, jo nākošās paaudzes darba tirgū ienāks ar daudz liberālākiem uzskatiem.
- Lojalitāti nevar nopirkt, to var iegūt. Tas ir vienīgais veids, kā noturēt "Gen Z" talantus – nodrošināt vidi, kurai viņš gribētu kļūt uzticīgs, kā arī padarīt darba procesu dinamisku un ar patiesām izaugsmes iespējām – primāri īstermiņa.
- Ienākot uzņēmumā, ļoti svarīgs ir mentors vai uzticības persona.
- Cieņa ir visa pamatā. Pieklājība un atklātība gāž kalnus. Izmantojiet to komunikācijā ar Z paaudzes pārstāvjiem.
- Šis ir indivīda laikmets. Šobrīd nekas nav svarīgāks, kā iemācīties uzticēties sev – pazīt sevi un iemācīties pieņemt lēmumus saskaņā ar savu unikālo lēmumu pieņemšanas stratēģiju.
- Viens no visnenovērtākajiem karjeras padomiem ir būt par cilvēku, ar kuru ir viegli strādāt. Tas, galvenokārt, nozīmē pareizu darba attieksmi un komunikāciju.
- Nevar nokļūt gala mērķī, neierakstot "Waze" adresi, kur tu vēlies nokļūt. Tas pats attiecas uz karjeras mērķi.
- Dažkārt ir vērts uzņemties pozīciju/lomu, kas būs noderīga tava nākotnes mērķa sasniegšanai, nevis to, kura ir labāk apmaksāta.
- Allaž novērtējiet savu pirmo darba devēju, kas sniedz iespēju uzsākt karjeru.
- Darba devējs tevi pieņēma darbā, nevis balstoties uz taviem sasniegumiem, bet gan aizpārliecības par tavu potenciālu. Allaž atceries un novērtē to.
- Z paaudzes cilvēkiem audzināšanas rezultātā tipiskāka ir spēja paprasīt, saņemt, bet mazāk dot, ieguldīt, ar ko ir jāreķinās darba devējam. Efektīvs veids ir jau sākotnēji definēt sasniedzamos mērķus un prasības, nevis laist plūsmā, jo Z paaudzes pārstāvjiem nav "izteikta atbildības un vainas izjūta", kāda tā ir vecākām paaudzēm – darīt vairāk, kā prasa, pierādīt sevi, iet palīdzēt citiem kolēģiem, izrādīt lielu iniciatīvu, Z paaudzes cilvēki šajā ziņā vēsi un ciniski, neko lieku nedarīs, kas uz viņiem neattiecas. Tomēr arī šajā aspektā rezultāti pasaulē, Eiropā un Latvijā nav viennozīmīgi. Taču ir skaidrs, ka tālākā nākotnē Z paaudzes cilvēkus ļoti ietekmēs aizņēmumi, tāpēc viņi meklēs alternatīvas paaugstināt savus ienākumus, tas var izraisīt būtisku migrācijas vilni, jo viņu ekspektācijas uzņēmumi nereti nevar nodrošināt. Faktiski nākotnē viņi pelnīs ievērojami vairāk nekā iepriekšējās paaudzes. Īpaši tas attiecas uz Baltijas valstīm un Latviju, kurā pašreiz ir zemākais atalgojums no visām Eiropas Savienības valstīm.
- Indivīda laikmets pastāv arī šobrīd, jo Eiropas iedzīvotāju kultūra pēc savas būtības ir antropocentriska. Darba kontekstā tas nozīmē to, ka mēs strādājam vairāk individuāli, bet mazāk spējam būt efektīvi komandā.
- Komandas darbs ir tas, kas mums liek papildus piepūlēties un iemācīties strādāt komandā, pretēji Austrumu kultūrām, kurās cilvēks ir tikai liela veseluma vai kolektīva elements.

- Tāpēc indivīda izteiktā loma palielināsies un uzņēmumos dominēs tas, ka viņi strādās nereti vieni, attālināti vai arī vairāk delegēs, nekā integrēsies komandā. Varētu teikt, ka viņi varētu būt labi vadītāji, bet viņiem traucēs tas, ka neveidosies sinerģija un pieņemšana no komandas puses. Teorētiski viņi varētu būt labi operacionālie vai funkcijas vadītāji. Iepriekš veikti mērījumi liecina, ka citā kontekstā Z paaudzes cilvēku audzināšana ir bijusi vairāk saistīta ar tehnoloģijām un digitalizāciju, bet mazāk ar cilvēku iesaisti, tāpēc šī paaudze ļoti ilgojas pēc labbūtības vides un socializācijas, bet paši savā dzīvē to spēs realizēt ar lielām grūtībām, viņi būs autonomi un globāli, neatkarīgi savās darbībās, fokusēsies uz savu personīgo piepildījumu, bet vienmēr jutīsies nesaprasti un ilgosies pēc komandas atbalsta – tie būs kā pretpoli.
- Pēdējie pētījumi liecina, ka Z paaudzes vērtības nodarbinātības aspektā ir gana interesantas, lai tām pievērstu uzmanību un spētu šīs paaudzes pārstāvi efektīvi integrēt uzņēmumā:
 - Karjeras mērķi – izvēlas tās profesijas, kas viņus personīgi saista, vai arī ir šādu sfēru patērētāji.
 - Karjeras attīstība – vēlas tādu uzņēmumu un darba vietu, kur ir plašas izaugsmes un attīstības iespējas, t. sk. vadības līmenī. Lielu nozīmi piešķir stabilam un perspektīvam uzņēmumam.
 - Darba stils – Z paaudzes darbinieki dod priekšroku individuāliem uzdevumiem, nevis komandas aktivitātēm, taču viņi novērtēs fizisko jeb darba vides sociālo labbūtību. Viņi dod priekšroku neatkarībai un brīvībai.
 - Pamatvērtības – viedokli par potenciālo darba vietu Z paaudzes pārstāvji veido galvenokārt no tā, kā uzņēmums kopumā mijiedarbojas ar sabiedrību (sociālā atbildība, darba devēja zīmols, ētika, labbūtība), mazāks akcents tiek likts uz uzņēmuma darbības veidu, produktu, produktu kvalitāti u. c.
 - Z paaudzes darbinieki darba vietā pirmajā vietā kā motivāciju izvirza finansiālo aspektu, nevis personīgo attīstību. Šajā kontekstā citos pētījumos ir pretrunas, par ko jau iepriekš runājām.
 - Liela ietekme no sociālo mediju vides, ka viņu uzvedība un pašsajūta atkarīga no tā, kā viņus novērtē sociālo mediju vide un tur esošais sociums. Digitālā pasaule un virkne socializācijas procesi, ko citas paaudzes īsteno realitātē, Z paaudzes un nākošās paaudzes īsteno virtuālajā pasaulē.
 - Daudzveidība darba vidē ir daudzkārt svarīgāka nekā citām paaudzēm. Z paaudzes pārstāvjiem ir ļoti īss uzmanības noturības un uztveres laiks, tāpēc ikdienas darbam jābūt dinamiskam, dažādam un mainīgam.



ILZE BOITMANE

Kaut kur starp X un Y paaudzēm. Ilze Boitmane ir personāla atlases uzņēmuma SIA "I-Work Group" direktore un idejas autore, kuru vada jau vairāk kā 17 gadus. Pašreiz uzņēmums ir viens no vadošajiem nozarē. Ilzei ir iegūts maģistra grāds pedagoģijā un personāla vadībā, kā arī viņa studējusi maģistrantūrā ārvalstīs. Personāla vadības un atlases jomā pieredze sniedzas vairāk kā 20 gadu garumā. Ilze dalās ar savām zināšanām strādājot kā lektors dažādās Latvijas augstskolās, kā arī viņa ir sarakstījusi vairākas grāmatas par personāla atlasi un karjeru. Iegūts maģistra grāds personāla vadībā, pedagoģijā, pašreiz studē doktorantūrā.

NOBEIGUMA VIETĀ

“... Cilvēkam jābūt pārtikušam, bet ne pārāk... lai mazliet pietrūktu kaut kā, lai būtu kaut kas, pēc kā tiekties...”

(Filma “Vai viegli būt jaunam?”)

**VAI
VIEGLI
BŪT
JAUNA
M?**



Uzmanību: teksts ir oriģināls, autoru, radīts un ar atsaucēm uz izmantotajiem avotiem. Attēli ir iegādāti un aizsargāti ar autortiesībām, fotogrāfijas ir SIA I-Work Group īpašums un autoru privātais īpašums. Teksta un jebkāda citu objektu un satūra kopēšana, izmantošana ir aizliegta bez SIA “I-Work Group” piekrišanas.