

Press Release

Date
May 24, 2011

Boge Bozinovski
GfK Skopje
Tel. +389 2 312 6001
Fax: +389 2 313 3980
boge.bozinovski@gfk.com

www.gfk.com.mk

Слободна генерација: Младите работници ослободени од притисок за работа низ светот

Скопје, Мај 24, 2011 – Младите работници низ светот имаат помал контакт со работодавците и се најмногу погодени од притисоците на работното место, што предизвикува долгорочен застој и проблеми во менаџментот на компаниите и земјите, според ново истражување на ГфК.

Истражувањето, спроведено меѓу повеќе од 30,000 вработени во 29 земји на GfK Custom Research, агенција за истражување на пазарот, покажува дека пазарот на трудот поларизира помеѓу разочарани 18-29-годишници и нивните постари, веројатно порезервирани колеги.

И покрај тоа што помладите вработени се веројатно ослободени од најголемите одговорности на работа, поголем процент од нив се "често" и "скоро секогаш" загрижени за балансот работата – животот, притисокот да работат прекувремено и личното здравје.

	Процент на работници "Често" или "Скоро секогаш" загрижени за:					
	Балансот работата-животот	Нивото на стрес на работното место	Сигурноста на работа	Притисокот од прекувремена работа	Способности за успешна работа	Вашето лично здравје
18 до 29 години	39	40	33	31	34	32
30 до 39 години	34	38	31	26	31	26
40 до 49 години	30	36	26	23	30	25
50 до 59 години	28	34	27	23	32	27
60 години и повеќе	24	28	24	17	22	22

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Management Board:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst (CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Petra Heinlein
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Chairman of the Supervisory Board: Dr. Arno Mahlert

Commercial register
Nürnberg HRB 25014

Source: GfK International Employee Engagement Survey, 2011

Контакт со работодавецот

Разгледувајќи од спротивните краеве на возрастните групи на работната сила, само 21% од 18-19 годишниците се во поголем контакт со работодавецот, споредено со 31% од оние во 60-тите. Оваа разлика од 10% помеѓу младите и оние коишто имаат најголема веројатност да бидат на позначајни позиции, предизвикува сериозни проблеми за

бизнисите низ целиот свет, бидејќи постои ризик од создавање на поделеност на работното место, меѓу - генерациска нетрпеливост и може да ги уништи напорите да се регрутира, задржи и мотивира изливот на квалификувани млади таленти.

	Вработени коишто високо инволвирани (%)	Вработени коишто се инволвирани или високо инволвирани (%)
18 до 29 години	21	62
30 до 39 години	20	64
40 до 49 години	23	66
50 до 59 години	22	66
60 години и повеќе	31	75

Source: GfK International Employee Engagement Survey, 2011

Ако се разгледува на национално ниво, некои земји се соочуваат со далеку посериозни проблеми со степенот на инволвираност на нивната млада работна сила. Во Македонија (36%), Франција (32%) и Турција (32%), близу една третина од нивните 18-29 годишни вработени се "многу инволвирани" со работодавците, што покажува доста стабилна и продуктивна ситуација за компаниите. Но, на дното на листата на инволвираност со работодавците, Унгарија и Република Чешка (со 6%) и Србија и Португалија (со 7%) се соочуваат со различни тврдења. Задржување на младите таленти би можело да биде проблематично во овие земји, како што економиите зајакнуваат.

Земја	18-29 годишници "многу инволвирани" со работодавецот (%)
Македонија	36
Франција	32
Турција	32
Мексико	27
САД	24
Австрија	20
Бразил	20
Филипини	19
Канада	18
Швајцарија	18
Украина	16
Аргентина	15
Полска	15
Колумбија	14
Германија	13
Израел	13
Белгија	12
Бугарија	12
Романија	12
Шведска	12
Велика Британија	12
Русија	10
Холандија	9
Словачка	9
Перу	8

Португалија	7
Србија	7
Република Чешка	6
Унгарија	6

Source: GfK International Employee Engagement Survey, 2011

И покрај тоа што 61 процент од младите работници веруваат дека има можности за напредување во кариерата за нив, многу веруваат дека нивните можности се на друго работно место или во друга земја. Шест од десет млади работници (58%) активно бараат работа, или ќе бараат во следните 6 месеци. Две петтини (41%) би се преселиле за да најдат ново вработување. Многу е важно затоа, за бизнисите и земјите да се соочат и да ја решат причината за неангажираноста на нивните млади работници.

Притисокот на работа ја зема својата жртва

Во многу земји, притисокот на работа влијае на благосостојбата меѓу помладите работни генерации. Рецесијата им има зададено огромен удар на аспирациите на многумина. Повеќе од третина млади вработени се принудени да прифатат работа со која не се среќни (36%) или се движат по друг пат во однос на кариерата (37%) поради економијата.

Помладите вработени исто така се оние кој го носат товарот од кратење на расходите на фирмите. Две петтини (39%) веруваат дека работодавецот ја користи рецесијата како изговор со кој бара од нив да работат повеќе, споредено со еден од четири постари работници. (24%). Третина (34%) исто така се загрижени за тоа дека немаат средства да ја работат нивната работа ефикасно, споредено со 22% од работници во 60-тите години.

Сето ова има вистинско влијание на благосостојбата на младите работници. Две петтини (40%) се често под стрес на работното место – што е повисок процент од оној кај другите возрасти. Понатаму, скоро третина (31%) се чувствуваат под притисок од долгите работни часови.

Како резултат, две петтини од младите работници (39%) се несреќни со балансот помеѓу работата и приватниот живот – повторно највисокиот процент од сите возрасни групи – додека третина (32%) сметаат дека притисокот на работа и стресот често влијаат на нивното здравје – 5 поени повеќе од оние во 50-тите, и 10 поени повеќе од оние во 60-тите.

Поголема поддршка за младите работници

Објаснувајќи ги бројките, Шукхи Гхатаоре, Директорот на GfK NOP, Британија, ќе рече:

"Во време на тешки времиња, ангажирани вработени и обединета работна сила се неопходност, а не луксуз. Ангажирани работници

сакаат нивниот работодавач да успее, сакаат да останат со нив и сакаат да се надминат себеси. Треба да се има предвид дека ставовите кон работата и реалните ситуации на вработувањето се менуваат секоја наредна генерација. Нема повеќе очекувања или изгледи за животна работна позиција. Многу млади луѓе се во потрага по она што тие го сфаќаат како значајна кариера-нешто за кое веруваат дека се предодредени- и ќе работат краткорочни работи додека не ги задоволат сопствените амбиции некаде на друго место.”

“Во САД гледаме поврзана шема/шаблон” рече Том Хартли, заменик претседателот на GfK Custom Research Северна Америка, САД, „Најновата генерација на вработени ѝ дава поголема вредност на работата од тоа што мислат дека е значајно за општеството, и на силната желба да ги употребат своите вештини во работата. Вработените во САД учат дека е круцијално младите вработени да ја разберат и да се вклучат во мисијата на компанијата, и да создадат можности каде ќе можат да напредуваат и да направат разлика.

Забелешка на уредникот: Please source all information to GfK Custom Research.

За Истражувањето

Интернационалното истражување на GfK за ангажираност на работниците беше спроведено од страна на меѓународната истражувачка фирма GfK Custom Research. Истражувањето ги вклучува мислењата на 30.556 работни луѓе во 29 земји кои беа интервјуирани во периодот помеѓу 8 февруари и 4 април, 2011 година користејќи online, телефон или во-лице техники за интервјуирање соодветни на земјата.

Земените податоци ја претставуваат демографската структура (индустрија, пол и возраст) за секоја земја. За производство на глобалната статистика, која ги комбинира земји, податоците за секоја земја исто така беше пондерирана според БДП (PPP).

Прашалникот беше составен од страна на меѓународен тим на експерти за ангажираноста на работниците, со помош од експерти од секоја од 29 земји.

Земји опфатени со истражувањето: Аргентина, Австрија, Белгија, Бразил, Бугарија, Канада, Колумбија, Чешка Република, Франција, Германија, Унгарија, Израел, Македонија, Мексико, Холандија, Перу, Филипини, Полска, Португалија, Романија, Русија, Србија, Словачка, Шведска, Швајцарија, Турција, Велика Британија, Украина, САД.

GfK дефиницијата за ангажираноста на работниците ја мери идентификација на вработените со успехот на нивната компанија, посветеноста и подготвеноста да се остане со својот работодавач.



За ГфК ангажираноста на работниците

ГфК експертите за ангажираност на работниците нудат широк спектар на информации и консултантски услуги кои можат да им помагаат на организациите ги развијат своите таленти поефикасно. Нашите тимови за човечки ресурси нудат консултантски услуги за end-to-end решенија, проектирање и имплементирање на стратегии насочени кон поддршка на вработените како: ангажираност на вработените, талент менаџментот, човечки ресурси и ефикасност на тимовите, интерна комуникација, управување со промените, тренинг и бизнис ефикасност.

ГфК групација

ГфК групацијата ги нуди основните знаења коишто се потребни на индустријата, трговијата, услужните компании и медиумите за да донесат одлуки на пазарот. Тоа обезбедува широк спектар на информации и консултантски услуги во три бизнис сектори Custom Research, Retail and Technology and Media. Како четврта агенција во светот за истражување на пазарот е присутна во повеќе од 100 земји во светот и има повеќе од 10,000 вработени. Во 2010 година продажбата на ГфК Групацијата изнесуваше 1.29 милијарди евра. За повеќе информации посетете го нашиот веб сајт: www.gfk.com. Следете не на Twitter: www.twitter.com/gfk_group.