

POSAO I OPISI POSLOVA- BUDUĆA ZANIMANJA NA TRŽIŠTU RADA

Tolić, Ana-Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:634316>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij (*Marketing*)

Ana-Marija Tolić

**POSLO I OPISI POSLOVA- BUDUĆA ZANIMANJA NA
TRŽIŠTU RADA**

Diplomski rad

Osijek, 2023

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij (*Marketing*)

Ana-Marija Tolić

**POSAO I OPISI POSLOVA- BUDUĆA ZANIMANJA NA
TRŽIŠTU RADA**

Diplomski rad

Kolegij: Kompenzacijski menadžment

JMBAG:0010216610

e-mail: atolic@efos.hr

Mentor: izv.prof.dr.sc., Karačić Domagoj

Osijek, 2023

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

Graduate Study (Marketing)

Ana-Marija Tolić

**JOB AND JOB DESCRIPTIONS - FUTURE OCCUPATIONS
ON THE LABOR MARKET**

Graduate paper

Osijek, 2023

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ana-Marija Tolić

JMBAG: 0010216610

OIB: 27982268179

e-mail za kontakt: tolic.anama@gmail.com

Naziv studija: Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilišni diplomski studij Marketing

Naslov rada: Posao i opisi poslova- buduća zanimanja na tržištu rada

Mentor/mentorica rada: izv.prof.dr.sc. Domagoj Karačić

U Osijeku, 20. rujna 2023. godine

Potpis

Ana-Marija Tolić

Posao i opisi poslova- buduća zanimanja na tržištu rada

SAŽETAK

Diplomski rad bavi se promjenama načina poslovanja uzrokovanih razvojem tehnologije i digitalizacije. Bavi se problemima sa kojima se studenti susreću tokom obavljanja svojih studentskih poslova te također koliki je utjecaj pandemija uzrokovana koronavirusom COVID-19 imala na tržište rada i koliko su mladi spremni za tržište rada, koliko im na tom putu pomažu obrazovne institucije. Pojavom novih tehnologija, otvoren je veliki broj novih radnih mjesta, neka se s druge strane zatvaraju jer sada određeni posao mogu obavljati strojevi, stoga je potreban manji broj radnika. Tržište se mijenja, mijenjaju se zanimanja, pojavljuju se nikada viđena zanimanja do sada te svatko ima svoju perspektivu gledanja na novonastalu situaciju. Napredne tehnologije poput robotike, umjetne inteligencije, automatizacije otvaraju prostor novim zanimanjima. Poseban dio rada je posvećen studentskim poslovima te koliku važnost imaju u oblikovanju potencijalne buduće radne snage. Istražuje se koji kriteriji su studentima najbitniji pri obavljanju poslova, imaju li potporu poslodavaca kada su u pitanju obveze na fakultetu, što misle o budućnosti te koliko im je stalo do njihove karijere. Kontinuirano obrazovanje i prilagodba na nove promjene u tehnologiji te zahtjevi tržišta rada su važne stavke koje utječu na život zaposlenih osoba. Kako bi uspješno bili pripremljeni za svoja buduća zanimanja i kako bi iskoristili mogućnosti koje nude studentski poslovi, mladi trebaju biti proaktivni kada je u pitanju njihovo obrazovanje i razvoj karijere. Otvorenost prema inovacijama, neprekidno učenje, prilagodljivost su jedne od ključnih vještina za radnika koji želi ostvariti uspješnu budućnost.

Ključne riječi: posao, tržište rada, studenti, pandemija, tehnološki napredak

Job and job descriptions- future occupations on the labor market

ABSTRACT

The thesis addresses the changes in business practices caused by technological development and digitalization. It explores the challenges students encounter during their part-time jobs and examines the impact of the COVID-19 pandemic on the labor market and how prepared young people are for the labor market, how much educational institutions help them along the way. With the emergence of new technologies, a significant number of new job opportunities have arisen, while certain jobs are being replaced by machines, leading to a reduced workforce demand. The market is changing, occupations are evolving, and previously unseen professions are emerging, resulting in diverse perspectives on the new situation. Advanced technologies such as robotics, artificial intelligence, and automation create space for new occupations. A specific section of the thesis is dedicated to student jobs and their importance in shaping the potential future workforce. It investigates the criteria that students consider important when engaging in jobs, the support they receive from employers regarding their academic obligations, their thoughts on the future, and their level of commitment to their careers. Continuous education and adaptation to new technological advancements and labor market requirements are crucial factors that influence the lives of employed individuals. To be well-prepared for their future occupations and to leverage the opportunities provided by student jobs, young individuals need to be proactive in their education and career development. Openness to innovation, continuous learning, and adaptability are key skills for workers who aspire to achieve a successful future.

Keywords: job, labor market, students, pandemic, technological progress

Sadržaj

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. METODOLOGIJA RADA | 2 |
| 2.1. Predmet rada | 2 |
| 2.2. Cilj rada..... | 2 |
| 2.3. Struktura rada..... | 2 |
| 3. POSAO I OPISI POSLOVA, STUDENTSKI POSLOVI..... | 3 |
| 3.1. Posao i opisi poslova | 3 |
| 3.2. Analiza posla..... | 3 |
| 3.3. Trenutna situacija na tržištu rada | 5 |
| 3.4. Promjene u očekivanjima poslodavaca, ali i potencijalnih zaposlenika pri zapošljavanju ... | 6 |
| 3.5. Studentski poslovi..... | 8 |
| 4. UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA PROMJENE U POSLU I BUDUĆIM ZANIMANJIMA | 9 |
| 4.1. Automatizacija i tehnološki napredak zadnjih nekoliko godina | 9 |
| 4.2. Rad od kuće kao posljedica Covid-19 pandemije | 12 |
| 5. PRIKAZ ISTRAŽIVANJA RAZMIŠLJANJA STUDENATA ZAVŠRNIH GODINA O TRENUTNOM I BUDUĆEM STANJU NA HRVATSKOM TRŽIŠTU RADA..... | 15 |
| 5.1. Priprema mladih za izlazak na tržište rada kroz obrazovanje | 15 |
| 5.2. Buduća zanimanja novih generacija..... | 18 |
| 5.3. Trendovi u zapošljavanju | 20 |
| 5.4. Rezultati istraživanja..... | 21 |
| 5.5. Interpretacija rezultata istraživanja | 32 |
| 6. ZAKLJUČAK | 36 |
| LITERATURA | 37 |
| POPIS TABLICA..... | 39 |
| POPIS SLIKA | 40 |
| POPIS GRAFIKONA | 41 |

1. UVOD

Proteklih nekoliko godina suočavamo se s neopisivo brzim razvojem tehnologije, globalizacije, s raznim demografskim promjenama i naravno sa promjenama na tržištu rada i njegovim potrebama. Svi navedeni faktori utječu na obavljanje poslova u sadašnjosti, kao što će uvelike utjecati i na obavljanje poslova u budućnosti. Tehnologija je otvorila prostor zanimanjima koji nisu niti postojala prije nekoliko godina. Razumijevanje za nove poslove, točnije budućnost poslova je izuzetno bitno za obrazovne institucije, poslodavce, vladu i ostale pojedince. Kako vrijeme prolazi, događaju se nove i velike promjene na tržištu rada kojima se treba prilagoditi pogotovo jer se ne događaju sporije kao nekada, nego velike ekonomske promjene se događaju iz dana u dan, stoga treba pratiti njihov ritam. Kada je riječ o promjeni poslova, danas nisu situacije kao kod starijih generacija koje bi pronalaskom posla se zadržali na istom do kraja svog radnog vijeka. Zaposlenici su puno slobodniji promijeniti posao, bila ta promjena uzrokovana nezadovoljstvom prihoda, neprimjerenim tretiranjem od strane kolega ili jednostavno želja za novim izazovom, za napretkom i slično. Studenti imaju širok izbor ponude studentskih poslova u raznim sektorima te velika većina studenata se odlučuje raditi tokom svog obrazovanja kako radi ostvarivanja prihoda, tako i radi prakse te i lakšeg zapošljavanja nakon završetka studija. Također, nisu nepoznate situacije u kojima studenti obavljaju posao za koji su plaćeni po studentskoj satnici, iako ga obavljaju svaki dan 8 radnih sati. Cilj diplomskog rada je analizirati razmišljanja studenata u Hrvatskoj, koliko su zadovoljni svojim poslom i općenito ponudom na tržištu, vide li se i u budućnosti kod svojih trenutnih poslodavca te što misle koliko je tehnologija utjecala na tržište rada. Smatraju li da su dobro pripremljeni za tržište rada, da su tokom svog školovanja usvojili potrebne vještine i smeta li im brzina kojom se mijenja situacija na tržištu rada te koliko ih vlastiti strah osporava u pokretanju vlastitog projekta. Istražiti će se također i mišljenje ispitanika o novom načinu rada od kuće koje se uvelike provodi u praksi kao posljedica pandemije uzrokovane koronavirusom COVID-19.

2. METODOLOGIJA RADA

Tijekom pisanja diplomskog rada korištene su razne metode i izvori podataka. Glavna metoda koja je korištena je analiza kojom se cjeline rastavljaju na potrebne dijelove. Metoda sinteze je korištena pri povezivanju pojmova u cjeline, a metoda deskripcije za opisivanje. Metoda istraživanja na stolu je prisutna temeljem prikupljenih informacija od strane stručnjaka, informacija objavljenih u časopisima, stručnim literaturama, knjigama i sl. Najvažniji dio diplomskog rada je istraživački dio, to jest upitnik koji je uz pomoć ispitanika dao potrebne rezultate kako bi se mogla analizirati zadovoljnost ispitanika na tržištu rada.

2.1.Predmet rada

Predmet diplomskog rada su poslovi i njihovi opisi, s posebnim naglaskom na budućnost koja donosi promjene na tržištu rada. Definirati će se tržište rada i što je potrebno da bi ono funkcioniralo na ispravan način te kako trenutno funkcionira u Republici Hrvatskoj. Prikazati će se zadovoljstvo ili nezadovoljstvo zaposlenih studenata trenutnim stanjem te kakva su im pretpostavke i očekivanja za budućnost. Obraditi će se tema i obrazovnih institucija, to jest pružaju li studentima potrebno znanje, praksu i vještine potrebne za tržište rada i nastavak njihove karijere.

2.2.Cilj rada

Cilj rada je prikazati što je tehnološki, društveni i ekonomski napredak uzrokovao u poslovnom svijetu, to jest kako je izmijenio situaciju na tržištu rada. Koliko su studenti, mlade osobe, te osoba sa više godina radnog staža zadovoljne sa svojim poslom, svojih prihodima, kolegama te kako razmišljaju o budućnosti i novim poslovima koji se pojavljuju, neka su od pitanja na koja će se dati odgovor.

2.3.Struktura rada

Rad se sastoji od šest cjelina, uključujući uvodni i završni dio. U prvom dijelu ukratko će uvesti u temu diplomskog rada. Drugi dio rada obuhvaća njegovu teorijsku podlogu, bitne informacije te koji je cilj rada. Treći dio obuhvaća promjene koje se događaju na tržištu rada i promjene koje se događaju između poslodavaca i zaposlenika. Četvrti dio govori o utjecajima koji su prouzročili te promjene dok peti dio, ujedno i najvažniji dio diplomskog rada, predstavlja istraživanje koje se provodilo u svrhu diplomskog rada, točnije koji je razmišljanje ispitanika o silnim promjenama koje su ih dotaknule. Zadnja dva dijela obuhvaćaju, raspravu istraživanja i konačan zaključak koji predstavlja konkretan osvrt na cjelokupni diplomski rad.

3. POSAO I OPISI POSLOVA, STUDENTSKI POSLOVI

3.1. Posao i opisi poslova

Posao se može promatrati kao aktivnost ili određeni zadatak koji osoba izvršava u svrhu ostvarivanja prihoda ili određenog cilja. Posao je neizostavan segment čovjekova života. Opis poslova predstavlja detaljan i jasan opis zadataka, odgovornosti, kvalifikacija i uvjeta koji su traženi za određenu poziciju za otvoreno radno mjesto. Pruža uvid u odgovornosti koje svaki posao nosi sa sobom. Svaki posao zahtijeva jedinstvene karakteristike, sposobnosti, stoga je razumijevanje što svaka uloga uključuje izuzetno bitno kako bi se odlučio pravac karijere. Opisi se razlikuju ovisno o sektorima, razinama iskustva, obrazovanju.

Opisi poslova obuhvaćaju elemente poput naziva posla, odnosno naziv radnog mjesta, obuhvaća sažetak kako bi se kandidatu približio opis posla te kako bi mogao uvidjeti koje su odgovornosti koje se očekuju kako bi se izvršili točno traženi glavni zadaci. Opis posla mora sadržavati i navedene tražene kvalifikacije poput iskustva, akademskog obrazovanja, tehničkih vještina i jezičnih sposobnosti, potrebnih drugih vještina ili na primjer određeni certifikati koji su potrebni i poželjni. Poslodavac treba naglasiti koji su to radni uvjeti koje je spreman pružiti, ponuditi, bilo da je riječ o plaći ili drugim pogodnostima koje zaposlenici ostvaruju. Opisi se razlikuju ovisno o organizacijama, industrijama te određenim zahtjevima koje posao nosi sa sobom. Radnici trebaju biti svjesni svojih interesa, vještina, prioriteta i jasno ih dati do znanja potencijalnom poslodavcu. Posao bi trebao ispunjavati čovjeka jer mu treba pružati priliku za profesionalni i osobni razvoj.

3.2. Analiza posla

Analiza posla predstavlja sustavan proces u kojem se prikupljaju informacije o prirodi pojedinog posla. Može predstavljati temelj ocjenjivanja radnog učinka, pomaže uspostaviti odgovarajuću strukturu poslova te utvrđuje koje su sličnosti, a koje razlike između poslova. U poslovanju se prvenstveno trebaju odrediti ciljevi koje poduzeće ima te koje će nastojati ostvariti. Jedna od podjela ciljeva je na strategijske, taktičke i na kraju operativne (Sikavica, Bahtijarević-Šiber, Pološki Vokić, 2008:155). Strategijski opisuju koje je opće usmjerenje organizacije, koje je postignuće koje organizacija želi ostvariti kao cjelina. Odnose se na cijelu organizaciju, dugoročni su i postavljeni su od strane menadžera najviše razine. Taktički ciljevi se odnose na dijelove organizacije, funkcije i oni su razrada strategijskih ciljeva. Srednjoročni su i postavljeni su od strane menadžera srednje razine. Operativni ciljevi su ciljevi pojedinih

odjela, funkcija, grupa, pojedinaca i drugih koji su precizni i mjerljivi. Za njih odgovaraju menadžeri najnižih razina. „Analiza posla predstavlja opis i popis informacija o poslu i o radniku. O tome što i kako radnik treba raditi, u kakvim uvjetima, te bez kojih osobina, sposobnosti i vještina to ne može raditi. Osim u profesionalnoj selekciji, analiza posla važna je i u brojnim drugim procesima kao što su procjenjivanje radne uspješnosti, određivanje visine plaće, programiranje zaštite na radu, poboljšanje radne učinkovitosti, obrazovanje i stručno usavršavanje“ (Buntak, Sesar i Vršić, 2013:314).

Analiza posla je dugotrajan, skup i poprilično složen proces. Za početak je potrebno odrediti svrhu analize i gdje će se njezini rezultati primjenjivati. Svaki posao unutar poduzeća je potrebno analizirati, odrediti koji su poslovi ključni za uspješnost i s njima i započeti analizu. Pojedina poduzeća izvršavaju analizu samo pojedinih poslova, ali u praksi je dobro svaki posao analizirati ili bar svaku skupinu. Nakon određivanja svrhe slijedi prikupljanje podataka, odlučivanje koja će se metoda koristiti za prikupljanje. Neke od najčešćih metoda su promatranje, upitnici, snimanje radnih aktivnosti, individualni i grupni razgovori (Buntak, Sesar i Vršić, 2013:314). Nakon prikupljenih podataka potrebno je izraditi opis posla. Opis posla treba sadržavati osnovne podatke, dužnosti, zadatke, uvjete i odgovornosti koje zahtjeva određeni posao. Ključni je dokument koji pomaže zaposlenicima i kandidatima za posao razumjeti ulogu koju imaju u organizacijskoj strukturi i općenito poduzeću. Nakon opisa posla, slijedi izrada specifikacije posla, a osnova razlika između nje i izrade opisa posla je što se opis posla odnosi baš na posao, a specifikacija na nositelje posla. Stoga je opis posla također i podloga za dokument specifikacije posla. U praksi se čest kombiniraju u jedan dokument. Nakon svih obavljenih koraka, slijedi evaluacija procesa analize posla. „Kao i za svaku aktivnost u organizaciji, na kraju je bitno ocijeniti efekte te aktivnosti. Pri tome je kod analize posla potrebno imati u vidu važnost zadatka za organizaciju s jedne strane, te zahtjevnost, obimnost i kompleksnost s druge strane“ (Rahimić, 2010:173).

3.3. Trenutna situacija na tržištu rada

Još od sredine 18. stoljeća sve do danas, na tržištu rada se događaju razne promjene koje imaju utjecaj na ponudu i na potražnju tržišta, na razine zaposlenosti kao i nezaposlenosti. Zadatak koji ima tržište rada je najbolje rasporediti rad na učinkovit, to jest na najučinkovitiji način koji vodi do maksimiziranja proizvodnje, usluge te kolektivne koristi za radnika. Na temelju stanja tržišta rada vjerojatno se najbolje može procijeniti kakvo je stanje nacionalnog gospodarstva. Cilj svake ekonomije je blagostanje građana, točnije što viši mogući doseg životnog standarda. Tržište rada se može definirati raznim definicijama, ali možda najjednostavnije je ta da predstavlja mjesto susreta ponude i potražnje radnika. „Tržište rada možemo promatrati i kao inverziju tržišta dobara i usluga. Na tržištu rada pojedini kupci dobara i usluga postaju dobavljači rada, dok tvrtke koje prodaju dobra i usluge postaju kupci. Tvrtkama su potrebni radnici kako bi proizvele i prodale proizvode te nakon što su odlučile koliko im je potrebno radnika i radnih sati one ulaze na tržište rada i kupuju rad, odnosno čine potražnju za radom“ (Bušelić, 2014:16). Kao i unazad nekoliko godina, stanje tržišta rada Republike Hrvatske ima nepovoljnu strukturu, dinamika promjena nije zadovoljavajuća.

Veliki dio stanovništva, posebice prije nekoliko godina, otišlo je u prijevremenu mirovinu i to se danas primjećuje i osjeti kroz visoku bazu umirovljenika s kojom se automatski vrši i pritisak na mirovinski sustav. Republika Hrvatska i danas ima izrazito nizak radni vijek, prosjek 31 godina. Nezaposlenost je i dalje visoka, previsoka, ali postoje mali pomaci, točnije smanjenja koja su u ovakvim situacijama izrazito bitna. Proučavajući podatke statistike hrvatskog zavoda za zapošljavanje može se uočiti mali pad nezaposlenosti u prvom tromjesečju 2023. u usporedbi s prvim tromjesečjem 2022. godine. Zavod u siječnju 2023. godine broji 1 586 438 zaposlenih osoba, od kojih 741 220 čine žene. Nezaposlenom osobom se smatra osoba koja aktivno traži posao, koja je trenutno bez posla i koja je trenutno raspoloživa za rad. Možemo ju gledati i kao nemogućnost osobe da svoje znanje i želju za radom unovči. Vlada nekoliko godina uspostavlja različite mjere, programe i poticaje kako bi se razvilo poduzetništvo i kako bi se otvorila nova radna mjesta. Također, u tom segmentu je značajno pomogla i EU zbog koje je putem EU fondova ogroman broj ljudi dobilo vjetar u leđa te su postali samozaposleni ljudi koji su uspjeli pokrenuti svoje poduzeće, a samom tom činjenicom otvorili i nova radna mjesta te dali svoj doprinos poboljšanju stanja na tržištu rada.

Mladi ljudi imaju problema u pronalasku stalnog zaposlenja te su često primorani na privremene i sezonske poslove. Nadovezujući se na sezonske poslove, potrebno je spomenuti

sektor turizma koje u Hrvatskoj izuzetno bitan, moglo bi se reći i najbitniji i ostavlja veliki utjecaj na tržište rada. Turistička sezona nudi brojne mogućnosti za zaposlenike i poslodavce, velike priljeve prihoda te dobar marketing koji će privući nove turiste i vratiti stare. Svake godine, hrvatska obala je sve punija te se sve teže dolazi do smještajnih jedinica. Ali također se događa i veliki rast cijena u posljednjih par godina, koji određenim ljudima predstavlja okidač za promjenu destinacije jer nisu spremni izdvojiti količinu novaca koju smatraju pretjeranom. Potrebno je spomenuti i digitalni sektor koji je zabilježio nevjerojatan rast te otvorio mnoga radna mjesta, a riječ je o sektoru koji se sve više širi.

3.4.Promjene u očekivanjima poslodavaca, ali i potencijalnih zaposlenika pri zapošljavanju

Dolaskom novih generacija na tržište rada, odnos između zaposlenika i poslodavaca se znatno promijenio, kao i njihova međusobna očekivanja. Poslodavci tragaju za zaposlenicima koji će doprinijeti poduzeću kroz nove ideje, koji prate tehnološki napredak i nije im nepoznanica te ne bježe od njega. U velikoj većini novijih poduzeća vidi se razlika u ponašanju i ophođenju poslodavca prema svojim zaposlenicima jer nekada prije se jasno moglo vidjeti tko je nadređeni, odnosi su bili puno formalniji i stroži, može se reći i ukočeni. Danas, dobar poslodavac je svjestan kako mora cijeliti svoje zaposlenike i pokazati im da vidi njih trud i rad. Puno je jednostavnije promijeniti posao nego u prošlosti i poslodavci su toga svjesni stoga pokušavaju zadržati kvalitetnog i vrijednog radnika. Milenijalci i pripadnici Z generacije cijene svoje radnike te pokušavaju napraviti balans, u kojem zaposlenik nema strah prići svom nadređenom sa upitom, problemom, može biti otvoren pred njim, ali isto tako mora pokazivati poštovanje prema svom poslodavcu te izvršavati svoje zadatke uredno. Uspješno se pokazuje kako je moguće napraviti skladan i dobar odnos između poslodavca i zaposlenika. U drugu ruku, zaposlenici danas su puno svjesniji sami sebe. Znaju koliko vrijede, koliko truda su uložili u svoje obrazovanje i očekuju kako će im se to isplatiti poslom s kojim će biti zadovoljni. Iako i danas postoji većina koja i dalje trpi određene stvari na poslu koje nisu dobre za njihovo zdravlje, mentalno ili fizičko, polako i s vremenom zaposlenici potaknuti jedni drugima mijenjaju takve situacije. Ako se ne osjećaju dobro na svom poslu, svjesni su kako mogu naći sličan posao, ali vjerojatno u boljim uvjetima te se odlučuju za tu promjenu. Danas u uređenoj korporaciji, koja ima dobar odnos prema svojim djelatnicima, vrlo vjerojatno nećete dobiti otkaz ako tokom svog radnog vremena odete obaviti privatnu obvezu, koju iz nekog razloga niste mogli odgoditi. Naprotiv, nitko neće imati ništa protiv i još ćete dobiti i podršku, naravno

ako se radi o primjerenim situacijama, a ne iskorištavanju. U prošlosti je to bilo nezamislivo. Danas direktori ručaju sa svojim zaposlenicima, ponekad se druže i u slobodno vrijeme, organiziraju razne team buildinge te se upoznaju s njima kako u poslovnom svijetu, tako i u privatnom. Poslodavac mora vidjeti u zaposleniku želju za napretkom, trud te inovativne ideje kako poboljšati poslovanje i doprinijeti korporaciji. suočavaju se s pitanjima koje se mlađe generacije ne ustručavaju pitati čak ni na razgovoru za posao, a to su pitanja o fleksibilnosti radnog vremena, o ravnoteži između privatnog i poslovnog. Pojedinci nisu spremni nositi posao izvan radnog vremena, žele odraditi što se od njih zahtijeva, ali u privatnom životu ne žele niti razmišljati o poslu. Dok drugi, jednostavno razmišljaju konstantno u smjeru posla, obavljaju ga izvan radnog vremena znajući kako to predstavlja problem, ali ga ne rješavaju.

„Većina poslodavaca zapravo je svjesna prednosti koje donosi ulaganje u mlade kadrove i razvoj vlastite snage. No, prema onima koji te prednosti naočigled ne prepoznaju, potrebno je komunicirati kako se njihovim ulaganjem u usavršavanje i zapošljavanje mladih organizacija dugoročno dobiva:

- mogućnost otkrivanja novih talenata i planiranje razvoja vlastita kadra
- nove vještine, stavove i motivaciju koje mladi u nju donose
- raznolikost zaposlenika
- rentabilnost – veću isplativost koju dugoročno sa sobom donosi ulaganje u razvoj vlastite radne snage
- mogućnost pozicioniranja poslodavca kao brenda u kontekstu društveno odgovornog poslovanja i zapošljavanja mladih“ (Buković i dr., 2013: 66).

Unatoč situacijama s kojima se mladi i dan danas susreću pri pronalascima novih poslova, govoreći o godinama iskustva koje poslodavci traže, one se događaju u sve manjoj mjeri. Naravno, iskustvo je izrazito bitno, olakšava posao i poslodavcu, a i zaposleniku, ali kod velikih korporacija prestalo je biti prioritet pri zapošljavanju, kao što je to nekada bilo. Poslodavci su svjesni kako mladi ljudi izlaskom na tržište rada, u većini slučajeva, imaju veliku želju za dokazivanjem, za poboljšanjem svoje karijere te će se maksimalno posvetiti poslu, ako ih taj posao privlači. Također, silne promjene koje su se dogodile proteklih godina, utjecale su, točnije potaknule su hrabrost i odvažnost kod izrazito velikog broja mladih ljudi u pokretanju svog vlastitog poduzeća, branda i slično. Većini mladih krajnji cilj i predstavlja samozaposlenje, žele se ostvariti u ulozi poslodavca i raditi za sebe i ono što vole.

3.5. Studentski poslovi

Studentski poslovi omogućuju studentima prvenstveno financijsku potporu, što je i u većini slučajeva glavni razlog obavljanja studentskih poslova, ali isto tako pružaju stjecanje i radnog iskustva i novih poznanstava što znatno može pomoći studentima u nastavku njihove karijere. Većina studentskih poslova ima fleksibilno radno vrijeme, točnije, poslodavci su svjesni kako su zaposlili osobu koja ima puno obveza i kojima je fakultet prioritet te ne mogu očekivati radno vrijeme kao kod drugog radnika koji je uglavnom puno više plaćen te ima ugovor o zaposlenju. Naravno, postoje poslodavci koji previše očekuju od svojih studenata te ih tretiraju kao da im je posao jedina bitna stavka u životu, ali isto tako postoje i studenti koji iskorištavaju dobronamjernost svojih poslodavaca i slično. Danas zaista postoji raznolik spektar dostupnih studentskih poslova, od administrativnih poslova, marketinga, ugostiteljstva do maloprodaje i drugih raznih područja. Pojedini studenti traže samo sezonske poslove ili povremene gdje će odraditi dva do tri mjeseca kada im obveze to dopuste dok postoje studenti koji su se zaposlili dugoročno u određenim tvrtkama te planiraju tamo i nastaviti graditi svoju karijeru. Studenti koji dugoročno gledaju na svoj studentski posao su uglavnom oni koji se maksimalno trude na istom, izostaju minimalno te su zaista posvećeni poslu kako bi se dokazali te kako bih ih poslodavac u konačnici i zadržao.

Komunikacija s klijentima, usvajanje timskog rada i duha, rješavanja problema koji nastaju su neke od prednosti koje student može usvojiti te biti dio promjena u svom radnom okruženju te si nesvjesno stvarati podlogu za budućnost. Obzirom na napredak svega u svijetu, tako i s godinama napreduje studentska satnica. Sporo, ali napreduje. Kao što je već rečeno, financijski segment studentskih poslova ključan je u većini slučajeva te je najviše koristan za studente koji ne mogu imati financijsku podršku obitelji ili jednostavno žele što manje opteretiti svoju obitelj. Odrastati u manjem gradu, te se odseliti u grad poput Zagreba nakon upisa na fakultet, veliki je financijski pothvat za obitelj, a upravo većina studenata odlazi u druge gradove na fakultete što rezultira traženjem novog smještaja, bilo da je riječ o studentskom domu ili stanu, kupovanjem hrane, troškovima puta radi povremenog povratka kući i slično. Trenutna minimalna studentska satnica u Hrvatskoj iznosi 4,38€. Naravno, porezna uprava izdala je norme kojih se studentski centar, studenti i poslodavci moraju pridržavati. Jedno od pravila objavljenog u prosincu 2022. godine govori o tome kako studenti koji u 2023. ostvare više od 72.000,00 kn, točnije 9.556,04€ će bit obveznici poreza na dohodak.

4. UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA PROMJENE U POSLU I BUDUĆIM ZANIMANJIMA

4.1. Automatizacija i tehnološki napredak zadnjih nekoliko godina

U proteklih 20 godina i više, započelo je masovno i brzo širenje interneta i korištenja računala. Od klasičnih starih stolnih računala, koja su bila izuzetno slaba, disketa, za čiju postojanost mlađe generacije niti ne znaju, do moćnih i brzih prijenosnih laptopa, tableta te jakih mobilnih uređaja. Brojne promjene koje su se dogodile gledajući samo utjecaj tehnologije, pojačale su značenje riječi fleksibilnost, odnosno uvele su ju u praksu u poslovnom svijetu. Tehnološke promjene se mogu promatrati kao promjene koje su na primjer određena poduzeća poduzela, tj primijenila u svom poslu, načinu rada. Napravili su nešto drukčije, ubrzali proces ili ga olakšali i upravo je to najveća prednost tehnologije. „Implementacija novih tehnologija nije jednostavan proces i kao takav sa sobom donosi velik broj poslovnih izazova ali i omogućava nova poslova rješenja koja će imati utjecaj na budućnost poslovnih aktivnosti“ (Ivaničević i Ravlić, 2020: 223). Olakšanje te brzina koju je informacijska tehnologija doprinijela poduzećima je fascinirajuća.

Nove tehnologije i procesi glavni su pokretač gospodarskog rasta i povećanja životnog standarda. „Gospodarski rast povezan je s tehnološkim razvojem kako bi se postigla veća produktivnost iz ograničenih resursa“ (Cardullo i Ansal, 1997:45). Informacijska tehnologija obuhvaća tehnologije korištene za obradu, pohranu, prikupljanje, distribuiranje i razmjenu podataka i informacije između korisnika. Tehnologija je pomogla stvoriti nova poduzeća jer upravo zahvaljujući internetu, računalima, mobitelima ljudi su u mogućnosti se međusobno povezati s bilo kojeg mjesta na svijetu. Pojedinaac više ne mora raditi u gradu u kojem živi, ne mora putovati izvan države kako bi održao sastanak s kolegom koji živi u inozemstvu. Internet je otvorio mnoga vrata te mnoga poduzeća. O tome koliko moć ima internet, primjer mogu biti i silne aplikacije koje su danas dostupne. Bla bla car je aplikacija koja je napravljena prije svega nekoliko godina, ali je uvelike korisna i pozitivno ocijenjena od strane njezinih korisnika. Riječ je o aplikaciji putem koje korisnik rezervira prijevoz automobilom između gradova u Hrvatskoj i izvan Hrvatske. Kada gledate s jedne strane, vozite se određen dio vremena sa nepoznatim putnicima (može se rezervirati prijevoz, ali isto tako možete i ponuditi prijevoz) i isključivo im vjerujete na temelju aplikacije gdje vidite njihove ocjene i komentare koji su prijašnji putnici ostali, stoga ne čudi kako i dalje dosta ljudi se ne želi upustiti u takvu vrstu rizika upravo jer ih koči strah. S druge strane, pozitivna stvar je svakako ušteda jer je u većini slučajeva najpovoljnija opcija, i vrijeme koje uštedite je svakako dodatan plus. Ovo je samo primjer što

je tehnologija uspjela napraviti, spojiti nepoznate ljude, a opet uz to pokrenuti novu platformu koja donosi zaradu osnivaču iste.

Industrija 4.0

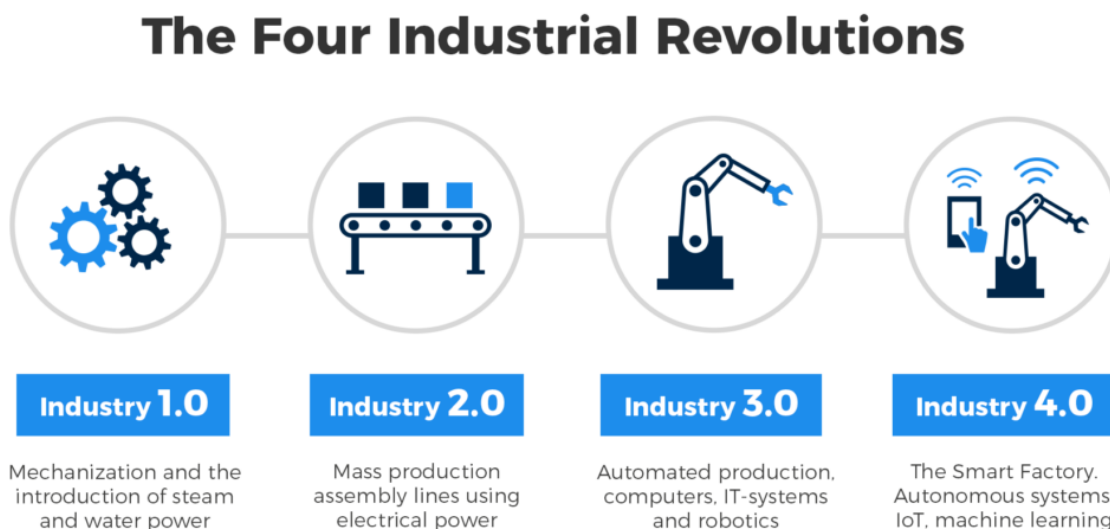
Digitalizacija je značajno transformirala način proizvodnje. Radi se o toliko značajnom i moćnom prijelazu kojeg nazivaju Industrija 4.0 koja predstavlja četvrtu revoluciju koja se odvila u proizvodnji. Počevši od prve industrijske revolucije (mehanizacija parom i vodom) sve do masovnih proizvodnji i montažnih vodova u drugoj industrijskoj revoluciji. U trećoj započinje, a u četvrtoj se dovršava prihvaćanje računala i prihvaćanje automatizacije uz autonomne i pametne sustave pokrenute podacima.

Prednosti Industrije 4.0 su spremnost na izazove na domaćim, ali i stranim tržištima, prilagodljiva je proizvodnja, smanjen je pritisak na radnike, moguća orijentacija na individualne zahtjeve kupaca i dr. Kao i svaka promjena, ova također ima svoje nedostatke kao što su manjak zaštite podataka, složeni i skupi tehnički standardi, olakšana je udaljena manipulacija proizvodnim sustavima.. Upotreba naprednih tehnologija poput upotreba umjetne inteligencije, automatizacije, robotike i drugih digitalnih inovacija su stavke na kojima se Industrije 4.0 temelje. Povezanost je omogućena pomoću interneta, stoga su strojevi bolje povezani i omogućena je razmjena podataka u stvarnom vremenu što omogućuje poboljšanu komunikaciju kod različitih dijelova proizvodnog lanca i poboljšanu optimizaciju procesa. Autonomni sustavi i roboti igraju sve veću i veću ulogu u proizvodnji jer mogu ponavljati zadatke, povećavajući preciznosti, učinkovitost i sigurnost.

Algoritmi i napredna analitika podataka omogućavaju optimizaciju proizvodnje, predviđanje kvarova te prilagođavanje potrebama tržišta. Tehnologije poput 3D printanja izrazito su popularne kod mlađih generacija koje ih istražuju, ulažu u njih te u konačnici i zarađuju svoje prihode upravo zahvaljujući strojevima za 3D printanje. Omogućuju prilagođavanje proizvoda prema točno specifičnim potrebama i željama kupaca.

Industrija 4.0 ima veliki potencijal za pozitivne promjene u proizvodnje i gospodarstvu u cjelini. Donosi smanjenje troškova, veću produktivnost, bolju kvalitetu proizvoda, stvaranje poslovnih modela i stvaranje mogućnosti zapošljavanja. Kako bi se iskoristile njezine prednosti, potrebno je ulaganje u osposobljavanje, obrazovanje, razvoj radne snage kako bi se mogla prilagoditi tehnologijama i novim promjenama u okruženju.

Slika 1: Četiri industrijske revolucije



Izvor: Duvančić M. (2022.). Virtualna stvarnost- Evo kako će izgledati četvrta industrijska revolucija

Trendovi koji su nastali kao posljedica razvoja tehnologije naglašavaju potrebu stvaranja točnije razvijanja proizvoda koji će biti globalni, to jest proizvoda kojima će imati pristup veliki broj korisnika, krajnjih potrošača. Tehnologija je uzrokovala i promjene u načinima poslovanja određenih poduzeća, promjene u načinu kako zaposlenik obavlja svoj posao i logičan slijed je to da dovodi i do povećanja nezaposlenosti, obzirom da mnoge potrebne stvari koje je prije morao obavljati čovjek, sada mogu biti obavljene automatizacijom strojeva, računala i slično. „Automatizacija neka radna mjesta sasvim ukida“ (Ivanković, 2018: 178). Glavna prekretnica započela je još telekomunikacijskom revolucijom, gdje se promijenila brzina prijenosa informacija. Globalizacija, razvoj tehnologije i razvoj tržišta su uvelike utjecale na promjene načina poslovanja. „Globalizacija označava ekonomski, politički i kulturni proces koji je omogućen brzim razvojem prijevoza i prijenosa roba i informacija, odnosno prije svega komunikacije. Ekonomska globalizacija stvara pravila jedinstvenog globalnog, svjetskog tržišta, potiče konkurentnost i razvoj“ (Bušelić, 2014:105).

Korištenje prednosti koje nudi tehnologija mogu utjecati na profit poduzeća, na njegov brand, poznatost od strane krajnjih kupaca te njegovo razvijanje. Implementiranje novih tehnologija je proces kojemu treba vremena i pažnje te se ne ostvaruje tokom noći. Poduzeća, kao i njegovi

zaposlenici moraju uložiti svoj trud te pratiti trendove poslovnog svijeta jer će to sve u konačnici imati pozitivan ishod za njihovo poduzeće. Razvojem interneta pojavile su se velike prekretnice u poslovnom svijetu, svijetu trgovine, a to je e- poslovanje i e- trgovina. E- trgovina sada ima veliki utjecaj na poduzeća, gotovo većina ju je počela primjenjivati. Krajnjem kupcu puno je jednostavnije naručiti stvari iz udobnosti svog doma i tom prilikom izbjegava gužve u centrima, prometu i slično. Velika većina ljudi odabire takvu vrstu kupovine, ali ne treba se zavaravati, unatoč toj mogućnosti, trgovački centri i dalje su ispunjeni kupcima obzirom da će uvijek biti pojedinaca koji nemaju potpuno povjerenje u online kupnju. Velike promjene koje je tehnologija još donijela primjenjuju se u korporacijama, svjetskim korporacijama, kao i onim manjim. Putem računala, laptopa se dogovaraju novi poslovi, zapošljavaju novi ljudi te rješavaju problemi. Također, u proizvođačkim industrijama se vidi ogroman iskorak. Zahvaljujući tehnologiji, moderni strojevi koji olakšavaju posao su sada pristupačniji većini, no naravno uz pozitivne posljedice postoje i negativne. Tehnologija se ne prestaje razvijati, niti će, a posljedice mogu biti negativne za zaposlenike, obzirom da strojevi preuzimaju uloge zaposlenika.

4.2.Rad od kuće kao posljedica Covid-19 pandemije

Rad na daljinu, rad od kuće, remote work može se definirati kao upotreba komunikacijskih i informacijskih tehnologija, poput tableta, pametnih telefona, računala i laptopa za posao koji se obavlja izvan radnog prostora, to jest prostora poslodavca. Rad na daljinu nije isto što telerad, eng. telwork, jer u slučaju telerada zaposlenik obavlja svoj posao kroz određeni sustav osiguran od strane poslodavca koji u svakom trenutku može nadzirati zaposlenika. Ali svakako i rad na daljinu i telerad predstavljaju jedan od oblika rada od kuće. Fried (2014) govori o ironiji dopuštanja strastvenim zaposlenicima rad od kuće jer je prirodni instinkt jednog menadžera briga o tome da njegovi zaposlenici ne obave dovoljnu količinu posla, iako je stvarno prijetnja da će se vjerojatno obaviti previše toga. A obzirom da menadžer ne sjedi preko puta svog zaposlenika, ne može ga pogledati u oči i vidjeti što osjeća. Rad od kuće postoji već dosta godina, ali nije bio toliko rasprostranjen i većina korporacija ga nije primjenjivala. No, 11.03.2020. godine Svjetska zdravstvena organizacija je proglasila početak pandemije uzrokovane koronavirusom Covid-19. Uslijedile su drastične mjere, prvih nekoliko tjedana poduzeća su se zatvarala, točnije zaposlenici nisu odlazili u sjedišta svojih poduzeća, u trgovačkim lancima je bio ograničen broj dopuštenih kupaca, mnoga poduzeća, obrti i slično su

zatvorili svoja vrata, poput ugostiteljskih objekata. Koronavirus je uzrokovala mnoge negativne rezultate na tržištu rada, izrazito veliki broj poduzeća se nikada nije oporavio i prisilno su morali zatvoriti, točnije isključiti svoje poslovanje trajno jer su posljedice zaista bile značajne, osobito za poslodavce koji nisu mogli raditi radi određenih propisanih mjera. No, pojavom pandemije te ostankom u prostorijama vlastitih domova, velika većina poslodavaca je došlo do spoznaje kako je moguće raditi i odraditi posao čak i ako se fizički ne dođe na radno mjesto. Prisiljeni početno na rad od kuće, postepenim smanjivanjem mjera te dopuštanjem povratka u urede i ostala radna mjesta, veliki broj poduzeća se odlučio zadržati na principu rada od kuće ili hibridnom načinu rada: par dana od kuće, ostatak iz ureda. Troškovi poduzeća za prostorije istog su izrazito velike te su također vidjeli veliku količinu novaca koja bi mogla biti uštedena. Zaposlenik se osjeća opuštenije u prostorijama svog doma, većina ih smatra kako bolje obavljaju posao kada su kod kuće nego u uredu radi silnih distrakcija. Naravno, rad od kuće je danas rasprostranjen i zahvaljujući društvenim mrežama, još jedna pojava uzrokovana razvojem tehnologije. Osobe koje se bave društvenim mrežama, rade u većini slučajeva isključivo od kuće obzirom da su većinom i samozaposleni što im nudi fleksibilnost te kreiranje radnog vremena točno onako kako oni žele. Poslodavac u većini slučajeva nema kontrolu koliko točno i što točno njegov zaposlenik radi kada je u pitanju rad od kuće, ali upravo tako se razvija povjerenje i dobar odnos između zaposlenika i nadređenih. Sam poslodavac je svjestan, to jest trebao bi biti, kakvog radnika ima te ne treba biti uopće u situaciji u kojoj bi trebao posumnjati nešto. Rad od kuće je rezultirao fleksibilnošću, a to je nešto što svi vole i ka čemu ciljaju, posebice mladi. Događaju se situacije u kojima pojedinci danas ne žele prihvatiti posao ako ne uključuje bar pola tjedna rada od kuće, ako ne i cijeli.

Studenti tokom pandemije

Pandemija uzrokovana koronavirusom ostavila je ogroman trag u čitavom svijetu 2020. godine. Može se reći kako je svijet stao na određeni period, iz kojega se promijenio način života. Svakodnevne navike su prestale postojati, tj nisu se smjele odvijati. Ljudi su bili primorani držati se striktnih pravila te ne odstupati od istih. Kada se gleda unatrag, na sami početak pojave koronavirusa veliki dio poslodavaca je zbog situacije bio primorani zatvoriti svoja poduzeća. Ugostiteljski obrti nisu radili značajan i dug period, što je u velikoj mjeri utjecalo na prihode i daljnje poslovanje. Nažalost, nakon popuštanja mjera, veliki broj poduzetnika je zatvorilo svoja vrata za stalno. Gubitci su bili izrazito veliki, veliki broj ljudi je izgubio posao, dok drugi koji su ga zadržali su se morali priviknuti na drukčiji sistem. Veliki broj korporacija prešao je na već spomenuti rad od kuće, a sve ove promjene utjecale su i na studente i njihove studentske

poslove. Studenti koji su radili u ugostiteljstvu, preko noći su ostali bez posla i prihoda. Studenti koji su na primjer radili u telekomunikacijskim firmama poput Hrvatskog Telekoma, A1 ili u sličnim korporacijama, prebacili su se na, u većini slučajeva, rad od kuće koji je velikoj većini dobro došao o čemu će detaljnije biti objašnjeno u istraživačkom dijelu rada. Nagla promjena se dogodila u studentskim danima koji glase kao bezbrižni i oni najljepši. Fakulteti su zatvorili svoja vrata te se prebacili na online predavanja, studenti koji su tek upisali 1. godinu studija upoznawali su svoje kolege i kolegice putem društvenih mreža, druženja su bila zaustavljena na određeno vrijeme te je sve to povezano zajedno utjecalo na studente.

Agencija za znanost i visoko obrazovanje je provela istraživanje pod imenom „Studenti i pandemija: Kako smo (pre)živjeli?“ te predstavila rezultate u listopadu 2021. godine. U istraživanju je sudjelovalo preko 4000 studenata sveučilišnih, ali i stručnih studija. Cilj je bio odgovoriti na pitanja kvalitete nastave koja se provodila, kako bi studenti procijenili svoje mentalno zdravlje, utjecaj pandemije na bruceše i sl. Rezultati govore o tome kako je većina studenata bila zadovoljna online nastavom, posebice su bili zadovoljni, čak 73%, pristupom nastavnim materijalima od kuće. Čak 59% studenata se osjećalo nezadovoljnim svojim studentskim životom uspoređujući s razdobljem prije pandemije. Nisu imali osjećaj pripadnosti studentskim zajednicama i nisu imali priliku upoznavati nove ljude. Pojavljivali su se osjećaji anksioznosti i depresije, dok s druge strane su pojedinci tvrdili kako se nikada nisu osjećali bolje nego u tom periodu. Jedna stavka koja se navodi kao prednost je ta što su studenti financijski imali manje izdatke obzirom da nisu toliko trošili na prijevoz do fakulteta, ako se radi o studentima iz drugih gradova. Čak 63% studenata prve godine smatra kako nisu istinski doživjeli iskustvo studiranja radi pandemije.

5. PRIKAZ ISTRAŽIVANJA RAZMIŠLJANJA STUDENATA ZAVŠRNIH GODINA O TRENUTNOM I BUDUĆEM STANJU NA HRVATSKOM TRŽIŠTU RADA

5.1. Priprema mladih za izlazak na tržište rada kroz obrazovanje

Načini na koji fakulteti u Hrvatskoj pripremaju svoje studente za tržišta rada se razlikuju ovisno o smjeru, studijskom programu, a u konačnici i u samim predavačima, odnosno profesorima. Većina srednjoškolaca koji imaju cilj nastaviti svoje obrazovanje, pri završetku srednje škole svoj budući fakultet biraju na temelju svojih želja te većini nije na prvom mjestu razmišljanje gdje će se zaposliti nakon završetka istog, to je faza koja dolazi u kasnijem periodu studiranja. Ured UNICEF-a za Hrvatsku zajedno za Savjetodavnim odborom za dječja prava i društveno odgovorno poslovanje predstavio je projekt u kojem su sudjelovali studenti i studentice Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, njih više od čak 90 te pod mentorstvom profesora Mislava Ante Omazića objavili rezultate koji su pokazali jesu li mladi dovoljno spremni za ulazak na tržište rada i kakva je situacija u Republici Hrvatskoj sa poslovnim praksama koje bi mladima trebale olakšati prelazak na tržište rada, prelazak u novu bitnu životnu fazu. UNICEF je pokrenuo projekt kako bi potaknuo mlade na korištenje postojećih ali i stvaranje novi prilika za osobni rast ali isto i za razvoj cjelokupnog društva. Anketu koja je glasila „Što mladi trebaju da budu konkurentniji na tržištu rada“ u prosincu 2021. godine ispunilo je više od 230 mladih koji su se nalazili u dobi između 16 i 25 godina. Čak 70 posto ispitanika smatra kako ih je školovanje u potpunosti ili djelomično pripremio za tržište rada, ali se pojavio paradoks obzirom da je najveći broj ispitanika, čak 74 posto, izrazilo kako prepreke pri zapošljavanju vide upravo u nedostatku pripreme za tržište rada. Velika većina fakultete u Hrvatskoj nema obaveznu studentsku praksu, kao niti srednje škole, osim strukovnih kod kojih većina to sadrži u svojim programima. Ekonomski fakulteti u Hrvatskoj nemaju obaveznu studentsku praksu, te studenti iskustvo stječu putem studentskih poslova. No, fakulteti nude razne programe, edukacije, seminare, volontiranja, sudjelovanje u istraživačkim projektima koji uvelike pomažu u širenju znanja studenata i širenju njihovih perspektiva o budućnosti. Fakulteti organiziraju nekoliko puta u jednom semestru goste predavače koji imaju izuzetno zanimljiva i poučna predavanja te studenti ne požale slušanje istog. To je također jedan od načina na koji obrazovni sustav pokušava pomoći mladima u gradnji njihove buduće karijere.

Ostatak ispitanika smatra preprekom previsoka očekivanja koje poslodavci imaju od novih zaposlenika. Na pitanje o učeničkim ili studentskim praksama, to jest jesu li imali priliku

sudjelovati na njima, 46.2 % ispitanika dalo je potvrđan odgovor, 35.9% ih je odgovorilo kako nisu imali tu priliku te 1.3% nisu upućeni, ne znaju jesu li imali priliku. 16.7% ispitanika nije još uvijek sudjelovalo na praksi, ali planiraju u budućnosti. Mladim ispitanicima u istraživanju važne su mogućnosti za izgradnju vlastite zaposlenosti putem omogućenih stručnih praksa, putem mentoriranja, pripravništva, raznih organiziranih treninga za unaprjeđenje i razvoj vještina i drugo. Kada je riječ o prvom zaposlenju, mladi uglavnom priželjkuju osluškivanje potreba ali i realna očekivanja od strane poslodavca obzirom na mogući nedostatak radnog iskustva. Ova anketa je pokazala također isto što će biti navedeno i u istraživačkom dijelu rada, a to je bitnost radne okoline, odnosno 90.2% ispitanika izrazilo je kako su im bitni međuljudski odnosi.

Generacija Z

Generacija Z smatra se prvom, u potpunosti digitalnom generacijom. Generacija u kojoj pripadaju mladi rođeni između 1995. godine i 2010. godine također je poznata i pod nazivom „Generacija 2020.“ jer će većina pripadnika ove generacije koji su visokoobrazovani ući na tržište rada, točnije već su kročili na tržište rada. Mnogi pripadnici generacije Z i prije početka svog obrazovanja, svoje osnovne škole, susreli su se s društvenim mrežama. Dok pojedinci rođeni u prvotnim godinama koje ova generacija obilježava su odrastali s razvojem tehnologije, bili su svjedoci mobilnih uređaja koji nisu imali dodirni zaslon, brzina interneta je bila neusporedivo manja nego što su novije generacije doživjele tako da svakako postoji razlika u razmišljanjima unutar generacije Z, obzirom da mlađe dio ove generacije je od malih nogu iskusio već razvijenu tehnologiju koja samo i dalje raste u tom smjeru. Generacija Z je kako tehnološki, tako i ekološki razvijenija od prethodnih generacija (Generacija Baby-boom, Generacija X, Generacija Y). Informacijske sadržaje konzumiraju brže nego prethodne generacije. „Dok za starije generacije računala, tableti i mobiteli mogu predstavljati alat kojim mogu postići neke ciljeve, kod novijih generacija takva tehnologija predstavlja sastavni dio njihove osobnosti i način života s kojom se u potpunosti identificiraju i stapaju, uz zanemarivanje ranije dominantnih životnih aspekata poput druženja uživo ili razmišljanja o svrsi raznih aktivnosti i samoga života. U svijetu neprestanih podražaja naprosto nema prostora ni vremena za razmišljanje. Tako je proučavanje razlika između generacija, što je dobilo na popularnosti posljednjih godina, jednostavno uzrokovano željom njihova što boljega iskorištavanja u svrhu zarade, a ne u svrhu identificiranja devijacija od ljudske prirode radi njihova ispravljanja u svrhu povećanja društvenoga razvoja, ali i osobnoga ispunjenja“ (Rupčić,

2021:8). Kratak raspon pozornosti, konstantan pristup i pregled novih podataka uzrokuju neprestanu želju za novim sadržajem, za uzbudljivim iskustvima. HuffPost napravio je nekoliko istraživanja o generaciji Z te u jednom od njih je navedeno kako čak 72% ispitanika navedene generacije u budućnosti želi pokrenuti svoj posao, što je još jedan dokaz o tome kako pripadnici generacije Z preferiraju neovisno radno okruženje. Smanjeno je njihovo povjerenje u korporacije, puno su skloniji impulzivnom davanju otkaza, ali čak prvotni razlog im ne predstavlja financijska problematika, nego mogućnost napretka, novog učenja i razvijanja te radna okolina, okruženje i odnos nadređenih prema njima. Riječ je o velikim kreativcima kojima internetske platforme nisu nepoznanica te mogu pronaći brži, jednostavniji način za napraviti određeni zadatak. Velika većina pripadnika ove generacije živi s roditeljima, to je još jedan razlog zbog kojih im financije nisu najbitnija stavka u poslu. Boriti će se svakako za plaću, ali razmišljanju na način ako im ne odgovara, lako će promijeniti posao. To poslodavcima svakako može predstavljati problem, taj nedostatak lojalnosti prema poduzeću. Poslodavci trebaju ponekad dopustiti slobodu rješavanja zadataka i slobodu stvaranja pripadnicima generacije Z jer će problematiku riješiti možda na svoj način, što ne mora značiti da će biti krivi način, već inovativniji.

I dalje veliki broj mladih ne iskorištava mogućnosti koje im se nude tokom školovanja i studiranja. Unatoč tome što se u Hrvatskoj svakodnevno nudi široka ponuda studentskih poslova, ne iskorištavaju svi studenti tu mogućnost. Velika većina ih obavlja radi financijskih razloga, a tek nekolicina radi isključivo stjecanja iskustva. UNICEF-ovo istraživanje je pokazalo kako preko 50% sudionika smatra da ih je školovanje djelomično pripremio za njihov ulazak na tržište rada, 15 % ih se u potpunosti slaže s tom činjenicom. Jedna od pet osoba smatra kako uopće nisu spremni za tržište rada, to jest njih 19.7%. Mladi smatraju kako im se najviše može pomoći za ulazak na tržište putem omogućavanja stručnih praksi, mentoriranjem, organiziranjem treninga za stjecanje vještina za 21. stoljeće i slično. Smatraju kako su komunikacijske vještine pri vrhu za bolju konkurentnost na tržištu rada, a odmah ih slijede digitalne i IT vještine te poduzetničke.

Erasmus+

Europska komisija kroz provođenje niza različitih programa pomaže svim dobnim skupinama približiti mogućnosti koje im nudi Europska unija. Učenici, studenti, profesori mogu sudjelovati u raznim projektima, razmjenama, osposobljavanju pa čak i studiranju u inozemstvu koje kroz program financira EU. Erasmus+ je jedan od EU-ovih programa koji podupire mlade, sport te obrazovanje i osposobljavanje u Europi. Riječ je o programu koji pomaže ljudima

raznih dobnih skupina i raznih podrijetala da razmjenjuju iskustvo i znanje u organizacijama i institucijama različitih zemalja. Upoznavanje novih kultura, novih ljudi, jezika su velike prednosti ovog programa. Vodič kroz program Erasmus+, izdan od strane Europske komisije, govori o tome kako je europskim građanima potrebno više znanja i vještina za život u dinamičnom društvu okrenutom mobilnosti, digitalizaciji i multikulturalizmu. Boravak, kraći ili duži, u drugoj zemlji trebao bi biti normalna pojava te bi svatko trebao dobiti priliku za naučiti strane jezike, otputovati dalje od svog doma. Program također pokušava utjecati i na pojedine negativne trendove poput ograničenog sudjelovanja u demokratskom životu, slabe upućenosti s europskim pitanjima i kako ona utječu na živote europskih građana. Erasmus+ je jedan od načina na koje se mlade osobe mogu pripremiti za budućnost, za tržište rada obzirom da pohađanje ovog programa donosi veliki broj benefita pri razvoju pojedinca kao osobe ali i pri pronalasku posla. Snalaženje na nepoznatom teritoriju, u nepoznatoj okolini te sama odluka upuštanja u takav program poslodavcima govori mnogo o kandidatu i svakako je nešto što izaziva pozitivnu reakciju.

5.2. Buduća zanimanja novih generacija

Promjene koje se unazad nekoliko godina događaju na tržištu rada ostavljaju veliki utisak na mlađe generacije pri biranju njihove željene budućnosti. Razvoj tehnologije, automatizacija i digitalizacija napravili su neopisive promjene na tržištu rada te su u velikoj mjeri utjecale na određena zanimanja, do te mjere da su aktivna zanimanja koja nisu nikada prije postojala, do zanimanja koja će se s godinama izgubiti ili u potpunosti promijeniti. „Trenutno su vrlo atraktivna zanimanja web dizajnera, savjetnika za medije, biotehnologa i sl. koja nisu postojala prije pedesetak godina, a nestaju zanimanja poput urara, postolara, tekstilnih i kožarskih radnika, operatera na telefonskim centralama i sl. Budućnost vrlo vjerojatno donosi zanimanja u području informacijske tehnologije koje još nisi ni poznate, kao i u alternativnim izvorima energije i globalnoj trgovini“ (Jakovac i Tomac, 2019:59). Zanimanja koja su sve traženija su stručnjaci koji se bave razvojem i primjenom umjetne inteligencije, rade na razvijanju naprednih algoritama, rješavanju složenih situacija i problema. Specijalisti za cyber sigurnost, za e-trgovinu, digitalni marketing su samo neki od primjera zanimanja koja su u trenutnom fokusu i taj fokus će vrlo vjerojatno samo rasti.

„Primjena proširene stvarnosti u stvarnom svijetu je beskonačna. Dostupno je nekoliko aplikacija kao što su Ikea, Amazon i mnoge druge aplikacije koje korisnicima omogućuju da vide kako će proizvod koji kupuju izgledati na svom mjestu. Proširena stvarnost također može

pružiti vrijednu obuku pilotima, liječnicima, vojnicima simulirajući različite uvjete virtualne ili proširene stvarnosti. Prije su iskustva stečena u vrlo intenzivnim situacijama bila neprocjenjiva jer su bila rijetka, no uz primjenu opisane tehnologije polaznici bi mogli naučiti mnogo više i brže“ (Hečimović, 2021).

Zanimanje koja svakako izaziva mnoštvo različitih reakcija, od pozitivnih do onih najomraženijih je zanimanje influencera. Influencer je relativno nova djelatnost koja se razvila proteklih godina. Influencer predstavlja osobu koja svojim aktivnostima na društvenim mrežama ima utjecaj na ljude i njihova stajališta, kupovne navike i slično. Gledajući s marketinškog stajališta, imaju moć utjecati na razne odluke kupaca, odnosno njihovih pratitelja. Broj pratitelja koje imaju ovisi o mnogo faktora i svako tržišta ima svoje prednosti i nedostatke. Influencer u državama poput Hrvatske, BiH, Srbije ima znatno manju konkurenciju i lakše može doći do većeg broja pratitelja nego individualci koji se bave istim poslom, ali na puno većim tržištima, odnosno u većim zemljama. To zanimanje se razlikuje po mnogim stvarima i ne obavljaju ga svi pojedinci na isti način. Pojedini influencerima je izuzetno bitna prodaja, to jest prihod koji će zaraditi od tvrtke s kojom su sklopili posao, dok drugi izrazito paze na svoju platformu, ne prihvaćaju ponude od svakog branda koji ih kontaktira jer žele održati određenu razinu i paze na svoje pratitelje na taj način da ne žele da im pratitelji misle kako objavljuju bilo što samo radi zarade, jer samim tim će broj pratitelja padati. Mogu se razlikovati na mikro influencere, mid i makro. Ne grade svi svoju karijeru putem istih društvenih mreža. Pojedinci biraju youtube, gdje ih je većina i započela svoje karijere, drugi odabiru TikTok, Instagram, Twitter i ostale platforme koje samo bilježe rast. Većina ih odabire više platformi istovremeno i tako stječe veći broj pratitelja.

Posao influencera prije nekoliko godina se mogao smatrati hobbijem, ali danas, radi se o obrtima koje su influenceri otvorili, plaćaju primanja državi, s njima brandovi komuniciraju putem agencija te ostvaruju izrazito velike prihode. Brandovi ih vole jer stvaraju trendove. Također, influenceri proizvode koje reklamiraju približavaju pratiteljima na drukčiji način. Ulaže se više vrijeme u snimanje određenih reklama, videa, kako bi se proizvod ili usluga što više približio krajnjem kupcu. Oni također moraju opravdati svoju cijenu i ispoštovati ugovor sa brandovima, brand mora na kraju kampanje vidjeti pomoću različitih alata je li se suradnja isplatila, je li se prodaja povećala zahvaljujući aktivnostima koje je influencer zajedno s brandom provodio te na temelju rezultata dogovara se nastavak ili prekid daljnje suradnje. Ljudi reagiraju na preporuke svojih prijatelja, poznanika, ljudi kojima vjeruju pa čak i nepoznatim ljudima koji im na dobar način objasne prednosti preporučenog. Upravo to je posao influencera. Događale

su se situacije u kojima bi influencerice poput Dunje Jovanović, koju prati više od 500 000 ljudi, preporučile proizvod ženama koji se može pronaći u DM poslovnica, većinom po pristupačnoj cijeni, te u roku jednog, dva dana ti proizvodi bi bili rasprodani na svim policama. Toliku moć i toliki utjecaj imaju i uspješno ga ostvaraju. Isto tako mogu ostaviti i negativan komentar za određeni proizvod što se znatno može odraziti na pad prodaje istog. Era influencerica neće tako skoro završiti, moguće nikada. Ne pojedinačno, nego globalno. Marketinške kampanje svake godine povećavaju budžete koje su namijenjene influencerima jer smatraju da je to ključni dio kampanje.

Glassdoor, američka web stranica na kojoj bivši i sadašnji zaposlenici anonimno ocjenjuju tvrtke, plaće i slično, objavila je 10 poslova koji su najbolji ocjenjeni po mišljenju generacije Z. Posao sa uvjerljivo najvišom ocjenom, 4,79 na ljestvici od 5 stupnjeva je korporativni regrut, odmah nakon njega slijedi posao marketing managera sa ocjenom 4,56, a visoko treće mjesto zauzeo je manager za društvene mreže sa ocjenom 4,46. Navedeni poslovni nisu nikakvo iznenađenje. Prvenstveno, poslovi u vezi ljudskih resursa, kao što je na primjer korporativni regrut vrlo su cijenjeni od strane današnjih generacija jer oni prepoznaju kolika je važnost angažiranog i kvalitetnog tima. Pozicija marketing managera je s razlogom cijenjena jer oni igraju ključnu ulogu u razvijanju marketinških strategija, u promociji proizvoda i usluga. Manageri za društvene mreže odgovorni su za upravljanje online prisutnosti tvrtke, odgovorni su za kreiranje sadržaja, angažiranje potrebnih korisnika. Njihov rad mladi prepoznaju na stvaranju kvalitetnog, privlačnog rada kroz digitalna iskustva. U globalu, ovo pokazuje kako generacija Z cijeni poslove u kojima je sadržan rad s novim tehnologijama, izražavanje kreativnosti te u kojima postoji mogućnost doprinosa rastu organizacije.

5.3. Trendovi u zapošljavanju

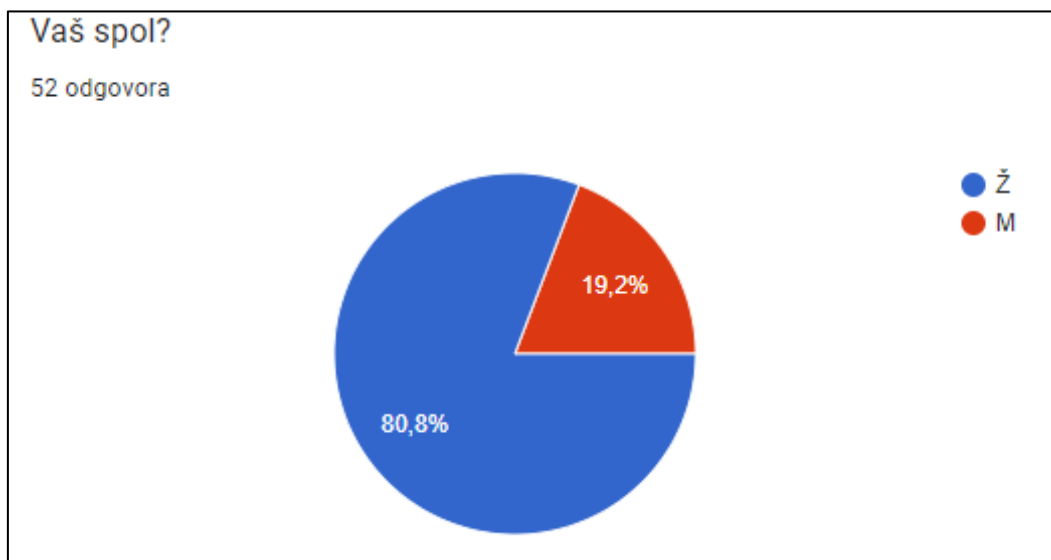
Mijenjanjem potreba tržišta rada, mijenjaju se i trendovi u zapošljavanju. Trenutno aktualni trendovi su svakako fleksibilan oblik rada, digitalizacija regrutacije, potražnja za stručnjacima u području tehnologije, ulaganje u razvoj zaposlenika i dr. Nakon viđenja kako je većinu poslova moguće obavljati iz udobnosti svog doma/ureda zaposlenici to stavljaju kao jednu od najvećih prednosti u svom poslu ili pri traženju novog svakako gledaju kao stavku koja bi mogla biti presudna. Rješavanje kompleksnih problema, kreativnost, emocionalna inteligencija, upravljanje stresom, uvjeravanje i pregovaranje, vodstvo, tehnološki dizajn i ostalo su vještine koje će i dalje biti potrebne u budućnosti pri zapošljavanju.

Nekada u prošlosti sasvim dovoljno je bilo staviti oglas na portal za traženje poslove te bi poslodavci filtrirali kandidate obzirom da bi stigao veliki broj prijava. Poslodavci su tada bili u poprilično povoljnoj situaciji obzirom na širok raspon prijavljenih. Nove tehnologije, demografski razvoj doveli su do situacije da se tržište rada u velikom broju zanimanja promijenilo i to u korist zaposlenika. Više je slobodnih radnih mjesta nego što je prijavljenih kvalificiranih potencijalnih zaposlenika koji bi popunili tražene pozicije. Danas se radnike traži putem različitih kanala, web stranica, LinkedIn-a. Promijenjeni uvjeti u poslovanju zahtijevaju i nove pristupe pri zapošljavanju. Zapošljavanje se može promatrati kao prodaja, ali proizvod koji vi nudite ste vi i vaše poduzeće. Potrebno je definirati koga tražite i predstaviti svoje poduzeće na reprezentativan, primamljiv način kako bi uvjerali kandidata zašto je vaše poduzeće pravi izbor za njega. Neki od novijih trendova nakon pandemije svakako su i intervjui na daljinu. To je trend koji se značajno razlikuje, odnosno ogromna je promjena u odnosu na razgovore za posao koji su se prije uvijek i obavezno održavali uživo. Najčešće za takvu vrstu razgovora za posao koriste se platforme poput Skype ili Zoom-a kojem je broj korisnika izuzetno narastao tokom pandemije. Ovakav način razgovora je izazov i za jednu i za drugu stranu. Jer poslodavci nekada moraju donijeti odluku o novom zaposleniku bez da su imali priliku uživo upoznati kandidate, dok kandidati moraju biti spremni na korištenje kamere, što pojedincima ne predstavlja najugodniji osjećaj, osnove komunikacije im moraju biti poznate te moraju se putem video poziva pokazati u što boljem mogućem svjetlu. Trend je svakako već spomenuti rad na daljinu, od kuće. Zaposlenik u toj verziji rada mora znati odvojiti privatni život od poslovnog života. Mlađe generacije su vrlo često ambasadori kulture u kojoj se ne podržava diskriminacija ni na bazi vjere, spola, religije, rase i slično te se takve stvari sve više zagovaraju i poduzeća ih čak i ako ne žele, pod pritiskom primjenjuju.

5.4. Rezultati istraživanja

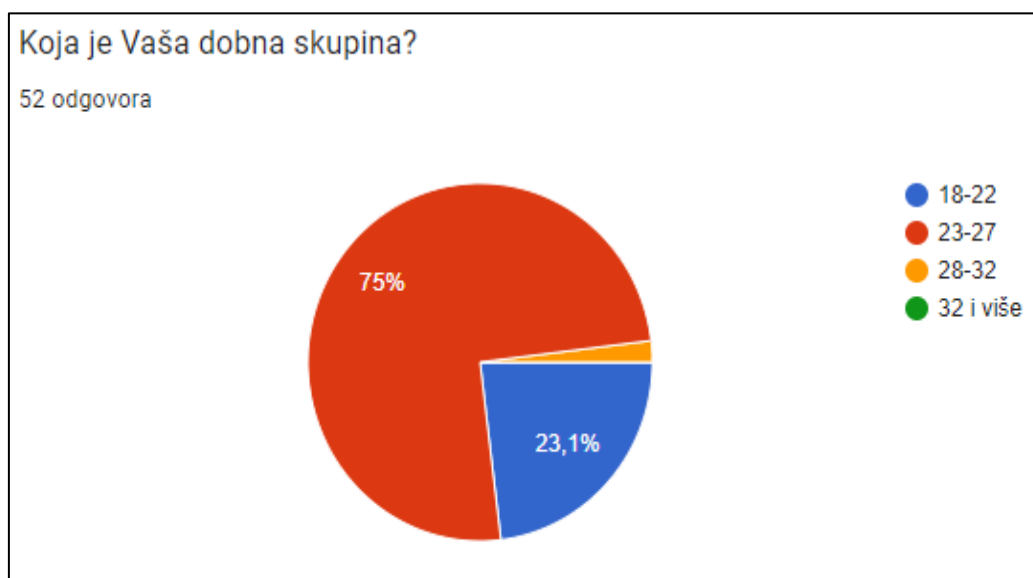
Ovo istraživanje provedeno je u svrhu analiziranja kako su studenti zadovoljni studentskim poslovima, koja su njihova očekivanja za vlastitu budućnost te što misle o budućnosti hrvatskog tržišta rada. U istraživanju je sudjelovalo 52 sudionika. Ispitanici su odgovorili na 21 pitanje u kojima su bila otvorena pitanja, mogućnosti višestrukog odgovora i slično.

Grafikon 1. Spol ispitanika



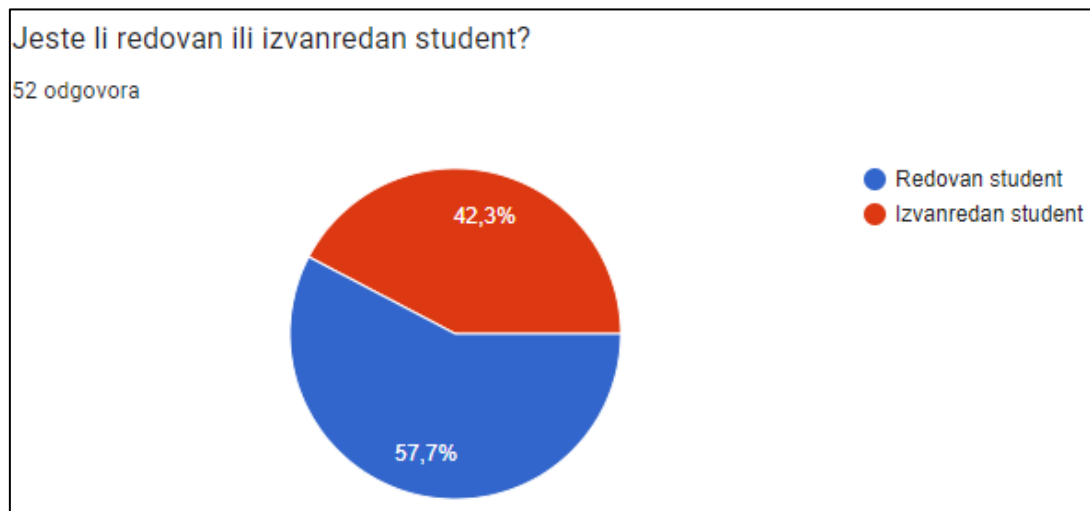
U upitniku je sudjelovalo 52 osobe, prevladavale su ženske osobe kojih je bilo 80,8%, dok je je postotak muških osoba 19,2 %.

Grafikon 2. Dob ispitanika



Najveći broj ispitanika nalazi se u dobi između 23-27 godina, čak 75%, zatim u dobi između 18-22 godine, dok je najmanje ispitanika između 28-32 godine. Nitko od ispitanika nije bio stariji od 32 godine.

Grafikon 3. Status studenta



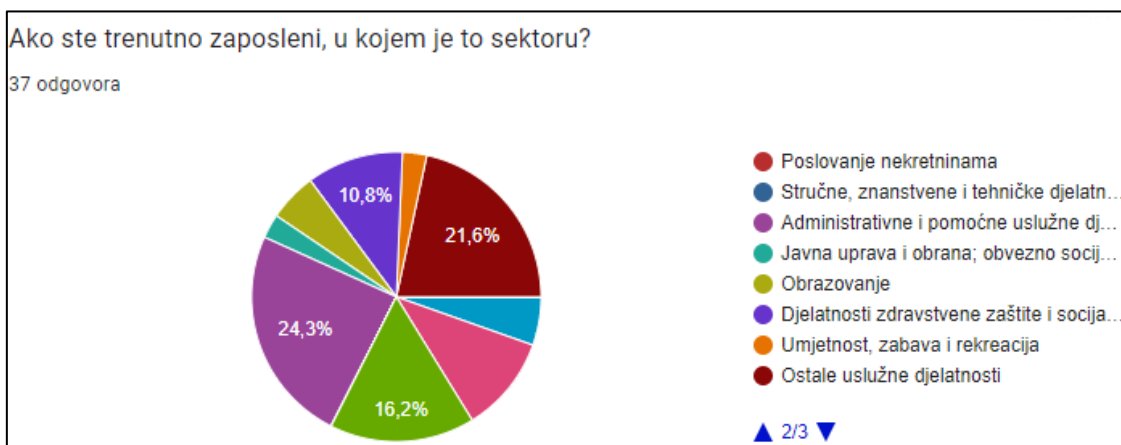
U upitniku je sudjelovalo više redovnih studenata, 57,7%, dok je izvanrednih sudjelovalo 42,3%.

Grafikon 4. Trenutni status na tržištu rada



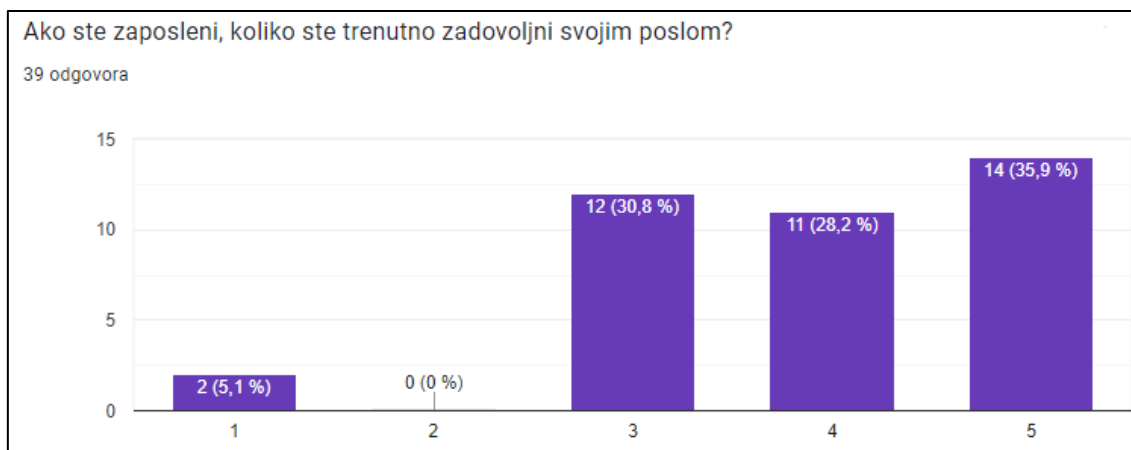
Čak 63,5% (33 osobe) ispitanika studira i radi istovremeno, 28,8% (15 osoba) studira i nisu zaposleni, a najmanje ispitanika je samozaposleno, 1,9% (1 osoba).

Grafikon 5. Sektor zaposlenja



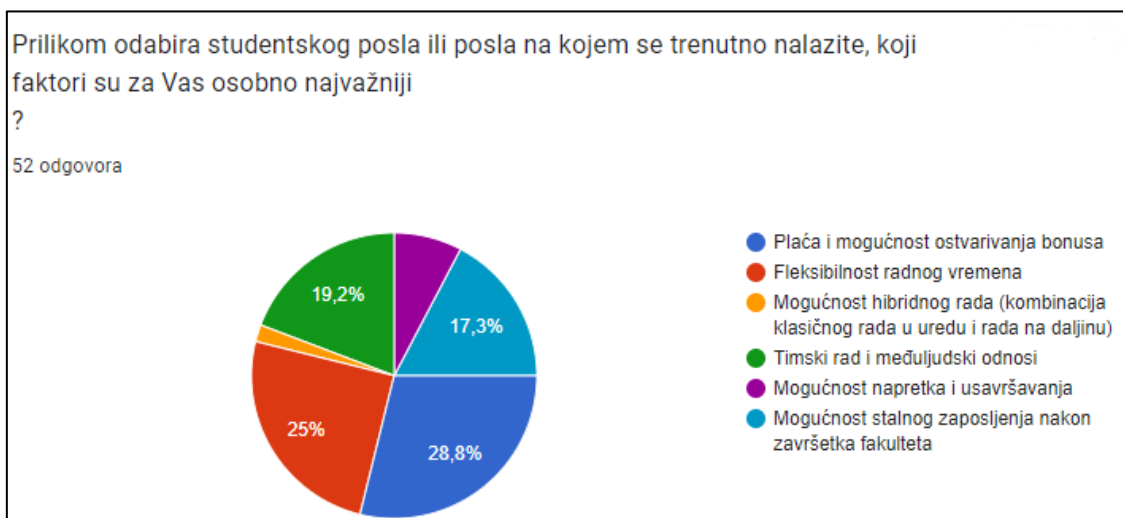
Najveći broj ispitanika zaposlen je u sektoru administrativnih i pomoćnih uslužnih djelatnosti, 24,3%. Nakon njega slijedi sektor ostalih uslužnih djelatnosti, a nakon njih sektor financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja 16,2%. Najmanje zaposlenih nalazi se u sektoru umjetnosti i sektoru javne uprave i obrane.

Grafikon 6. Zadovoljnost poslom



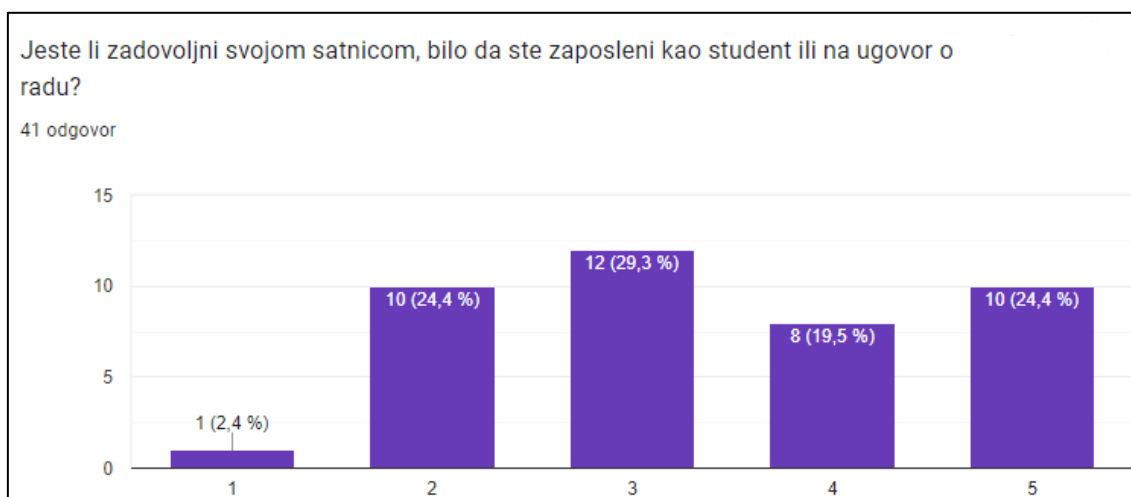
Izrazito zadovoljnost svojim poslom izrazilo je 35,9% ispitanika, 30,8% je srednje zadovoljno, dok je 5,1% izrazito nezadovoljno.

Grafikon 7. Najvažniji faktori



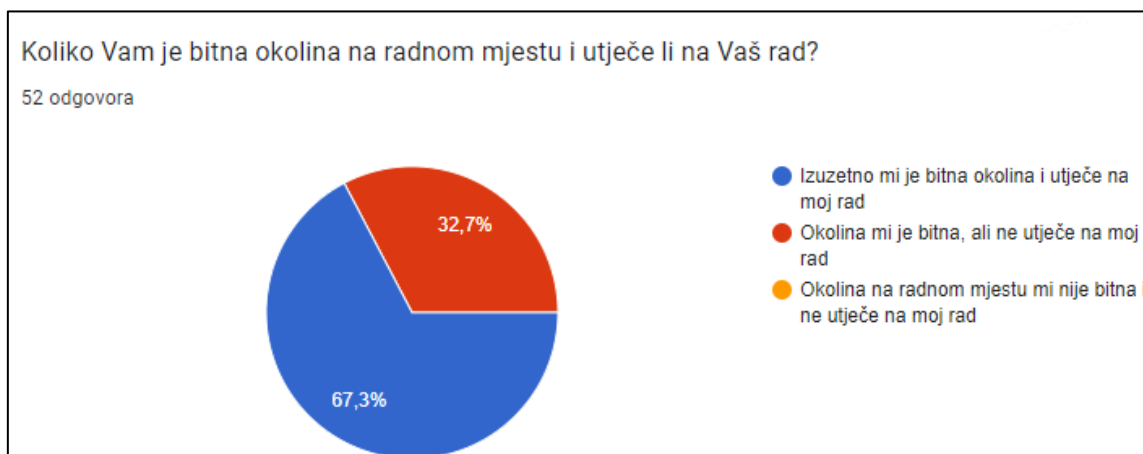
Faktor plaće i mogućnosti ostvarivanja bonusa je najvažniji 28,8% ispitanika pri odabiru studentskog posla ili posla na kojem se trenutno nalaze. Fleksibilnost radnog vremena odmah slijedi plaću sa 25%, 19,2% ispitanika smatra kako su timski rad i međuljudski odnosi izuzetno bitni, dok samo 1,9% ispitanika smatra hibridni rad bitnim faktorom.

Grafikon 8. Zadovoljstvo prihodima



Najviše ispitanika je srednje izrazilo svoje zadovoljstvo sa trenutnom satnicom, 29,3%, a čak 24,4% ispitanika su izrazito zadovoljni sa svojom satnicom.

Grafikon 9. Bitnost poslovne okoline



Većina ispitanika je odgovorila kako im je okolina izuzetno bitna te utječe na njihov rad (67,3%), dok nitko od ispitanika nije odgovorio kako okolina nije bitna i kako ne utječe na njihov rad.

Grafikon 10. Novi izazovi



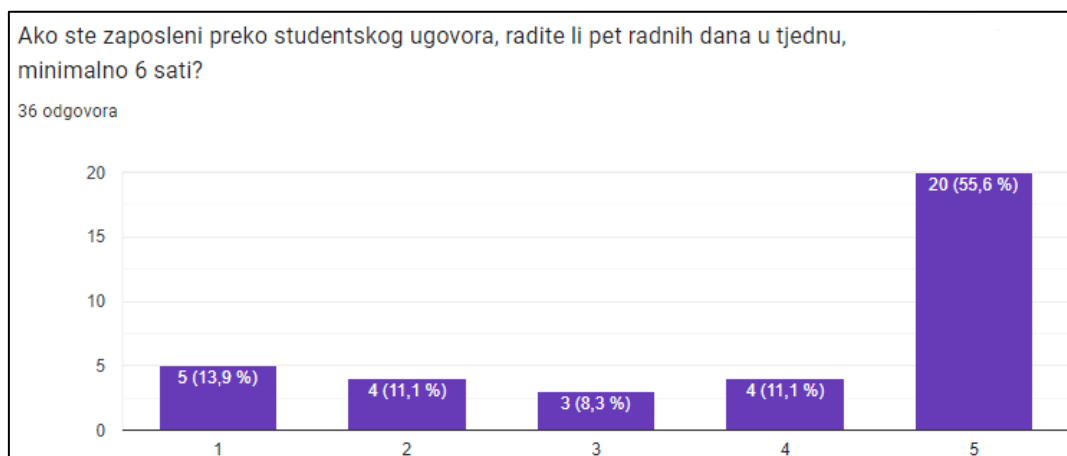
Samo 7,7% ispitanika smatra kako ne treba mijenjati nove poslove i iskusiti nove izazove.

Grafikon 11. Zadržavanje na trenutnom poslu



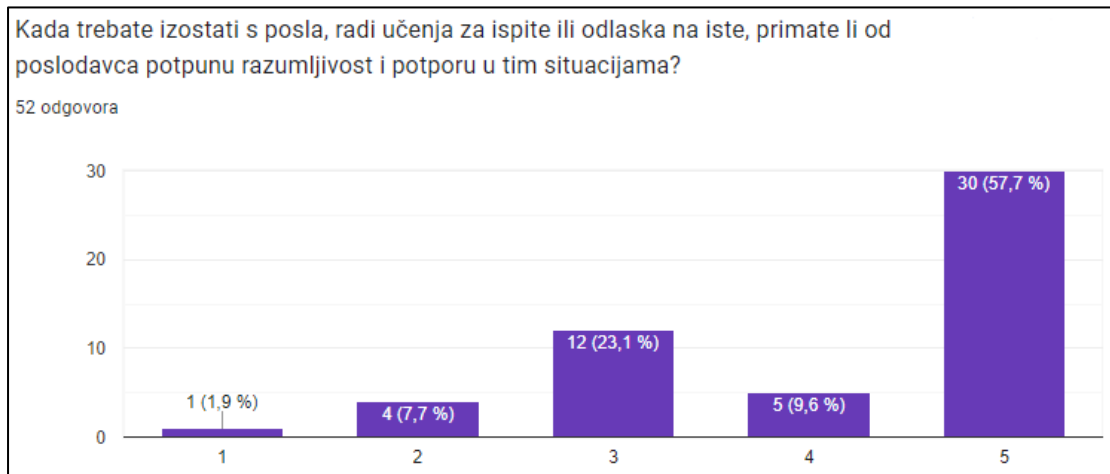
Točno pola ispitanika, 20 od 40 na ovom pitanju je odgovorilo kako planiraju tražiti drugi posao. Njih 35% bi definitivno ostali na svom trenutnom poslu, dok ih 15% ne razmišlja uopće o toj situaciji.

Grafikon 12. Odrađeni sati



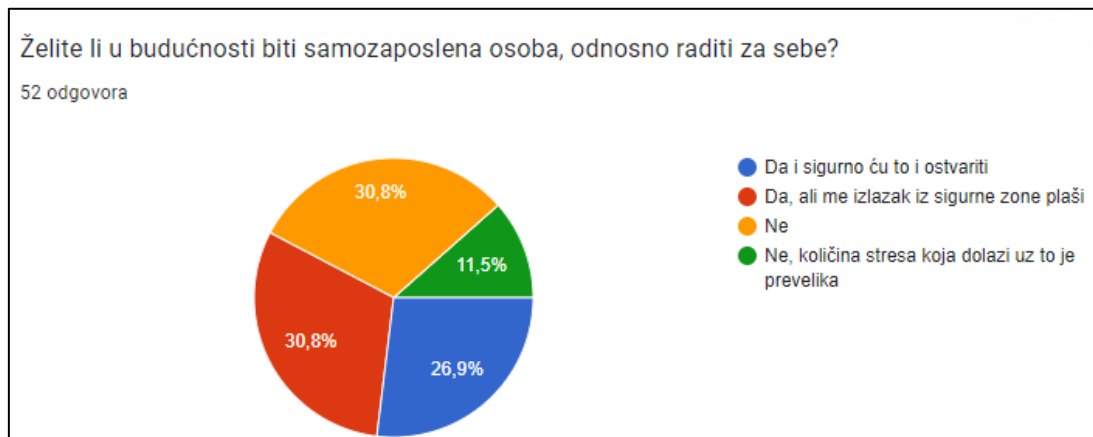
Čak 55,6% ispitanika radi svaki radni dan u tjednu minimalno 6 sati što je izrazito pohvalan broj koji govori kako studenti uspijevaju uskladiti svoje obveze sa svojim poslom.

Grafikon 13. Potpora poslodavaca



Više od pola ispitanika, 57,7% je odgovorilo kako poslodavci pokazuju razumljivost i potporu kada su u pitanju izostanci sa posla radi obveza na fakultetu.

Grafikon 14. Samozaposlenost



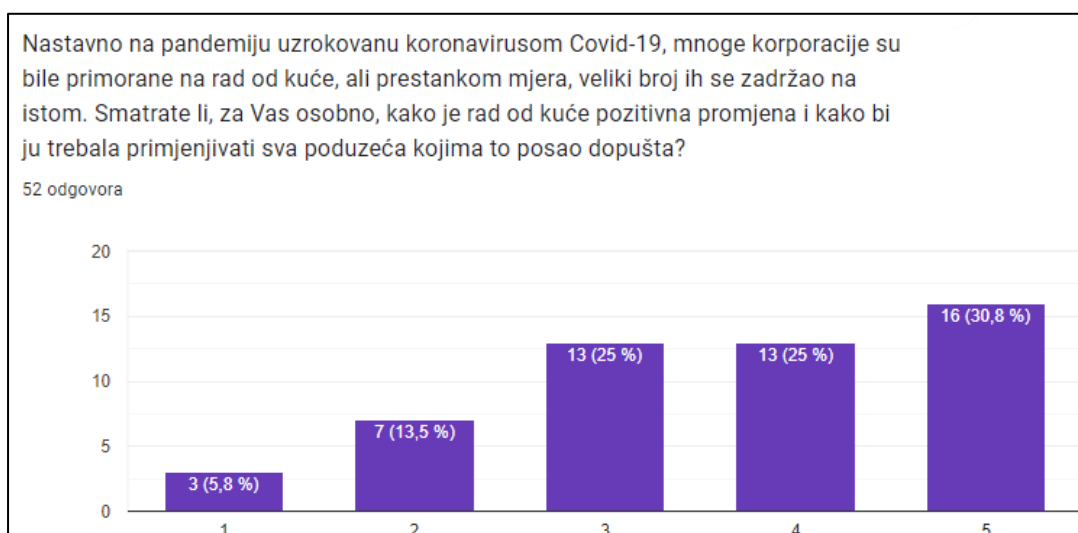
Najveći postotak ispitanika odgovorilo je kako bi htjeli biti samozaposleni, ali ih izlazak iz sigurne zone plaši. 26,9% ih je samouvjereneno kako će to uspjeti ostvariti, dok 30,8% ispitanika to jednostavno ne želi, a 11,5% ih ne želi radi količine stresa koja dolazi uz takav posao.

Grafikon 15. Prilagodba obrazovnih institucija za pripremu mlađih generacija



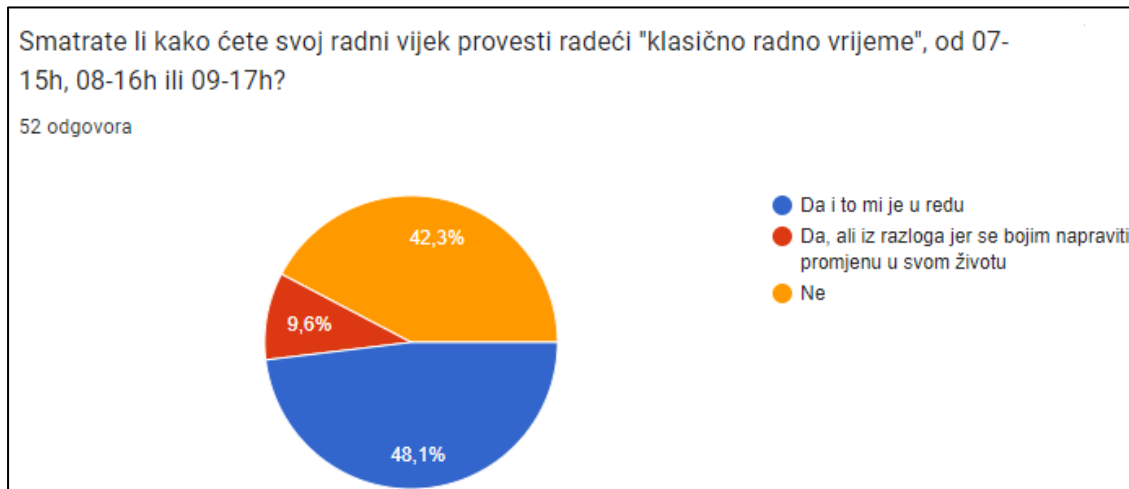
Velikih 73,1% ispitanika smatra kako obrazovne institucije nisu prilagođene za pripremu mlađih generacija za buduće poslove, dok je ostatak ispitanika podijeljen između onih koji smatraju kako su institucije dobro prilagođene i onih koji apsolutno ne razmišljaju o toj temi.

Grafikon 16. Rad od kuće



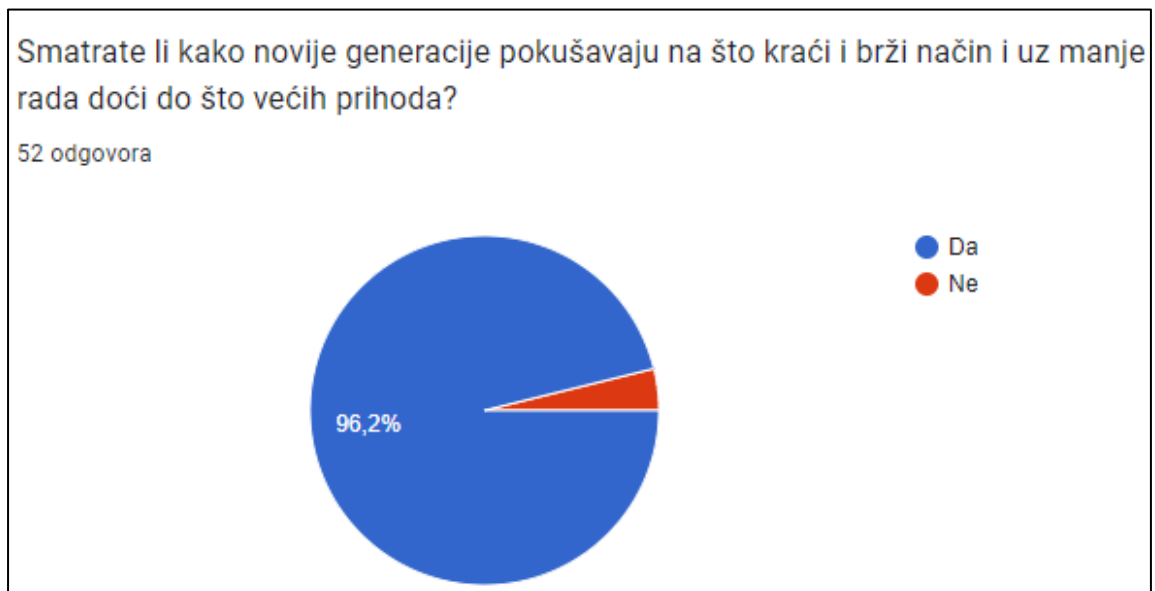
Ispitanici koji smatraju rad od kuće izrazito pozitivnom mjerom iznose 30,8%, dok ih 5,8% smatra rad od kuće ni malo dobrom promjenom.

Grafikon 17. Klasično radno vrijeme



Na pitanje o radnom vremenu od 07-15h, 08-16 ili 09-17h, 48,1% ispitanika je odgovorilo kako im je u redu provesti svoj radni vijek radeći na taj način i toliko sati, dok ih je 42,3% odgovorilo kako smatraju da to neće biti njihov slučaj.

Grafikon 18. Mlađe generacije i prihodi



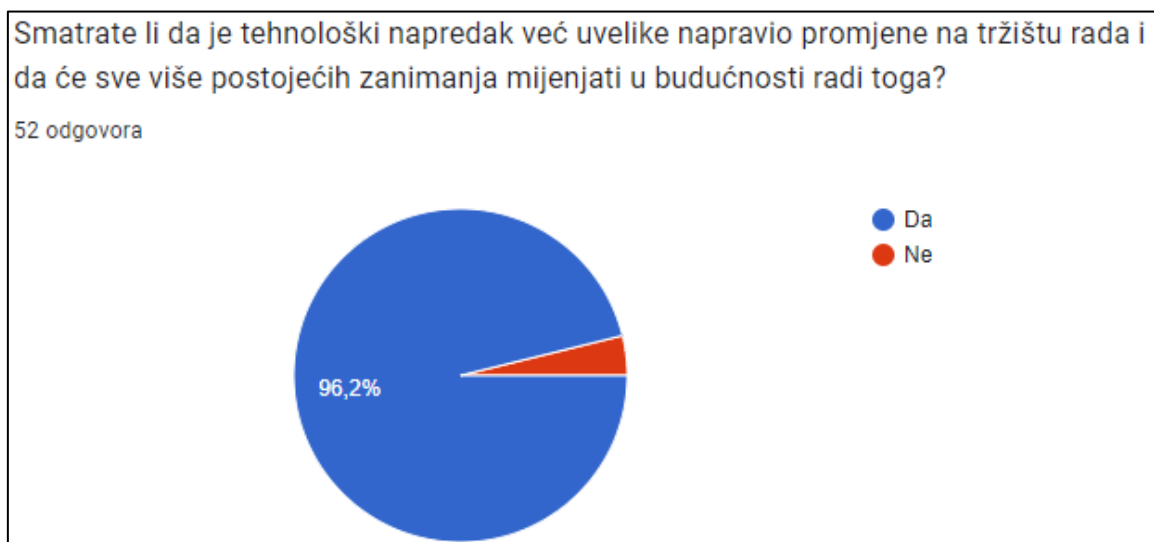
Velikih 96,2% ispitanika smatra kako mlađe generacije pokušavaju na što kraći i brži način i uz što manje rada stići do većih prihoda

Grafikon 19. LinkedIn



Više od pola ispitanika, 59,6% ne koristi LinkedIn platformu, a 30,8% ih koristi i smatraju kako je bitan u pronalasku novih poslova.

Grafikon 20. Tehnološki napredak



Skoro svi ispitanici, 96,2% ih smatra kako je tehnološki napredak napravio značajne promjene na tržištu rada i kako će to utjecati na promjene postojećih zanimanja u budućnosti.

U zadnjem, 21. pitanju koje je bilo postavljeno ispitanicima, trebali su navesti jesu li promjetili nova zanimanja koja su se pojavila na tržištu rada u proteklih par godina i očekuju li još novih,

ako da, imaju li predodžbu koja bi to mogla biti. Najčešći odgovori bili su za poslove u digitalnom marketingu, vide povećanje posla u psihologiji radi mentalnog zdravlja, poslovi vezani uz tehnologiju, stručnjaci za chat GPT i posao influencera.

5.5. Interpretacija rezultata istraživanja

Tablica 1. Rezultati istraživanja

Ukupan broj ispitanika:52

| PARAMETAR | POSTOTAK |
|---|-----------------|
| Spol Sudionika | |
| Muški | 19,2% |
| Ženski | 80,8% |
| Dobna skupina | |
| 18-22 | 23,1% |
| 23-27 | 75% |
| 28-32 | 1,9% |
| Status studenta | |
| Redovni | 57,7% |
| Izvanredni | 42,3% |
| Status zaposlenja studenta | |
| Studira i radi | 63,5% |
| Samo studira | 28,8% |
| Zadovoljstvo trenutnim poslom | |
| Izuzetno zadovoljni | 35,9% |
| Izrazito nezadovoljni | 5,1% |
| Najvažniji faktori pri traženju posla | |
| Plaća i mogućnost ostvarivanja bonusa | 28,8% |
| Fleksibilnost radnog vremena | 25% |
| Timski rad i međuljudski odnosi | 19,2% |
| Zadovoljstvo prihodima | |
| Izrazito zadovoljni | 24,4% |
| Srednje zadovoljni | 29,3% |
| Izrazito nezadovoljni | 2,4% |
| Utjecaj okoline na rad | |
| Izuzetno bitna i utječe | 67,3% |
| Bitna, ali ne utječe | 32,7% |
| Želja za ostvarivanjem samozaposlenja | |
| Nema želju | 30,8% |
| Ne, radi količine stresa | 11,5% |
| Ima želju, ali postoji strah od izlaska iz sigurne zone | 30,8% |
| Ima želju i sigurno će to i ostvariti | 26,9% |
| Rad od kuće | |
| Izrazito pozitivna promjena | 30,8% |
| Srednje pozitivna promjena | 25% |
| Negativna promjena | 5,8% |
| Pogled na novije generacije | |
| Pokušavaju brzo i lako doći do prihoda | 96,2% |

U anketnom upitniku sudjelovalo je 42 ženke osobe te 10 muškaraca te su ispitanici uglavnom u dobi između 23 i 27 godina te 18 i 22 god. Sudjelovalo je 30 redovnih te 12 izvanrednih studenata od kojih je 33 ukupno zaposlenih kod poslodavaca što je svakako dobar podatak koji govori o tome kako studenti uspijevaju balansirati posao i studentske obveze. Najviše zaposlenih studenata je očekivano u sektoru administrativnih i pomoćno uslužnih djelatnosti obzirom da se tak sektor i najviše nudi kada je riječ o studentskim poslovima. Iznenađujući broj studenata je poprilično zadovoljan svojim trenutnim poslom, čak njih 14 su izrazito zadovoljni, dok je samo dvoje ispitanika izrazilo potpuno nezadovoljstvo trenutnim poslom. To je izuzetno dobar podatak ponajviše za poslodavce jer pokazuje kako studentima nije problem dolaziti na posao i možda vide svoju budućnost na istome. Dosta studenata radi poslove tokom fakulteta isključivo radi financijski prihoda, a kada se taj razlog spoji s tim da im je ugodno na poslu, ovakvi podaci su zadovoljavajući.

Očekivano najveći broj ispitanika je naveo plaću, mogućnost bonusa te fleksibilnost radnog vremena kao najvažniji faktor pri biranju posla. Studentima je bitno razumijevanje od strane poslodavca kada su u pitanju ispiti i pripreme za njih. Svaki poslodavac treba biti svjestan kako je studentu fakultet prioritet te ga mora bodriti u ostvarivanju tog obrazovnog putovanja. Čak 30 ispitanika tvrdi kako su poslodavci susretljivi te imaju razumijevanja za navedene obveze. Plaćenim satnicama ispitanici su osrednje zadovoljni u globalu, ali čak 10 ih je izrazilo zadovoljno što je dosta visok broj te bi značilo da vrlo vjerojatno nisu plaćeni po minimalnoj studentskoj satnici. Radna okolina je nešto što utječe na atmosferu zajednicu na poslu, ponekad može utjecati i na rezultate poslovanja, može utjecati na ispravne ili pogrešne odluke i na još mnogo toga. Svima je ugodnije biti okružen pozitivnom energijom, dolaziti na radno mjesto bez napetosti gdje se osoba osjeća ugodnom i gdje je sklop razmišljanja kako svaki problem ima rješenje te su zaposlenici tu jedni za druge. Poslovna okolina utječe na 35 ispitanika i na njihov rad, dok ih ostalih 17 smatra kako je okolina bitna, ali ne utječe na njih, to jest na njihov rad. Očekivano veliki postotak mladih od 92,3% smatra kako treba mijenjati poslove i iskusiti nove poslovne izazove. Nekada davno dobiti posao je u većini slučajeva značilo potruditi se zadržati to radno mjesto do kraja radnog vijeka, do odlaska u mirovinu. Danas, poslovi se vrlo često mijenjaju. Što naravno predstavlja problem poslodavcima jer ako se dobar radnik ne cijeni dovoljno i na dobar način, svoju karijeru će vrlo lako nastaviti kod drugog poslodavca. Upravo iz tih razloga treba ulagati u radnike, usavršavati ih, obučavati i cijiniti kako bi se osjećali ugodno i kako bi imali osjećaj da se njihov trud primjećuje.

Na pitanju o zadržavanju na trenutnom poslu, od ukupno 40 odgovora, točno pola ispitanika je odgovorilo kako planiraju tražiti posao, 14 ih želi ostati na trenutnom poslu, dok ostatak još ne razmišlja o budućnosti. Podatak kako ih 14 želi ostati na trenutnom poslu je izrazito velik te govori o tome kako su zadovoljni svojim poslodavcima i radnim okolinama. Velika većina studenata radi svaki dan u tjednu, minimalno 6 sati, za što možemo reći da je svakako jedan od razloga što su malo zreliji nego na početku fakulteta, bolje si znaju organizirati vrijeme, te imaju manje obveza koje im dopuštaju više sati ulagati u sebe i svoju karijeru.

Trenutne generacije mladih broje više samozaposlenih ljudi nego ikada prije. Pojedinci se uspijevaju uspješno ostvariti u svojim karijerama u dosta ranim godinama te obzirom na društvene mreže, ostatak ljudi ima uvid u njihove uspjehe te isto to žele i za sebe. Zato je veliki dio ispitanika odgovorilo kako se žele ostvariti kao sami svoji šefovi, ali najveći posto njih plaši izlazak iz sigurne zove. I dalje veliki postotak 30,8% ispitanika odgovorilo je kako ne žele biti samozaposleni, ne privlači ih ta ideja, a mogući razlozi za to su sve što takva vrsta poslovanja nosi sa sobom, od velike količine stresa jer se vlasnik smatra odgovornim za sve, do vjerojatno velikog strah od neuspjeha. Za sav taj put kojim individualac gradi svoju karijeru, priprema se od malih nogu, od samog početka odlaska u školu gdje se od mladih dana oblikuje kao osoba, uči raditi u timu i nadograđuje svoje znanje. Škole, osnovne i srednje i u konačnici fakulteti trebaju pripremati osobe za budućnost, ali moraju pratiti trendove, moraju biti u toku sadašnjih generacija, tehnologija obzirom da se svijet, poslovanja, navike života mijenjaju izuzetnom brzinom. 73,1% ispitanika smatra kako obrazovne institucije nisu prilagođene pripremi mladih generacija za buduće poslove na tržištu rada, a 13,5% ih smatra kako su spremne dok ih isto toliko apsolutno ne razmišlja o toj temi.

Mlađe generacije doživljavaju ono što je u prošlosti bila izuzetno rijetka pojava, a to je rad od kuće. Nastavno na spomenutu pandemiju u radu, mnogi poslodavci zadržali su se na radu od kuće, neki ne potpunom nego određeni dani u tjednu. Samo 30,8% ispitanika izjasnilo se kako to smatraju izuzetno dobrom promjenom, većina je to srednje dobra promjena, dok troje ispitanika ne vidi ništa dobro u toj promjeni. Ovo služi kao dokaz kako ne odgovara svima takav način rada te kako nisu svi ljudi isti. Pojedinci vole fizički otići na svoj posao, maknuti se iz svog doma, određene rutine te biti među ljudima jer ih takve stvari uveseljavaju, dok pojedinci nemaju ništa protiv rada od kuće svakodnevno. I dalje je radno vrijeme otprilike isto, u većini poduzeća rade se smjene od 8 sati, samo se razlikuje početak radnog vremena. Čak 25 studenata, što je 48,1% smatra kako će čitav radni vijek provesti radeći klasično radno vrijeme od 8 sati svaki dan u smjenama od 07-15h, 08-16h ili 09-17h i to im je prihvatljivo. Njih 22 smatra kako

to neće biti njihovo vrijeme rada, dok ih 5 smatra kako da će raditi na taj način ali samo iz razloga jer se boje napraviti promjenu u životu.

Populacija mlađe generacije pokušava na što brži i kraći način te uz što manje truda i rada doći do što većih prihoda i s tim se slaže 96,2% ispitanika. Jedna od popularnijih platformi za traženje poslova sve više i više postaje LinkedIn. „Mnogo ljudi ujedno imaju LinkedIn račun „pro forme“ radi. „Imaju svi pa da imam i ja...“, „Danas su važne socijalne mreže...“ itd. Odgovorno tvrdim da velika većina ljudi ne shvaća važnost LinkedIn-a. Mislim da mnogi ujedno više vremena provede uređujući svoju stranicu na Facebooku nego na LinkedIn-u...iako traže i žele novi ili bolje plaćen posao godinama.“ (Special Skills Academy, 2016:9). Više od pola ispitanika, 59,6% ne koristi LinkedIn što nije začuđujuće jer LinkedIn u Hrvatskoj još uvijek nije u punoj snazi korištenja, jako puno ljudi niti ne zna što je točno i što predstavlja, a dosta njih ga ne želi niti koristiti. LinkedIn i mnoge druge platforme su rezultat tehnološkog napretka i digitalizacije i 96,2% ispitanika smatra kako je tehnološki napredak već uvelike utjecao na promjene na tržištu rada te da će se zbog toga poslovi u budućnosti mijenjati. Neka zanimanja koja su se pojavila i koja će se pojavljivati u budućnosti te su ih ispitanici naveli su stručnjak za chat gpt, digitalni marketing, posao infulencera, povećana zanimanja u vezi psihologije i mentalnog zdravlja i slično.

6. ZAKLJUČAK

Tržište rada poprima nove promjene svakodnevno zahvaljujući tehnološkom napretku koji se događa unazad nekoliko godina. Gledajući trendove u zapošljavanju, uočava se rast digitalizacije, povećana potražnja za stručnjacima potrebnih u tehnološkom sektoru, razvoj fleksibilnih oblika rada. Umjetna inteligencija, robotika, automatizacija su napredne tehnologije koje će oblikovati buduća zanimanja na tržištu rada. Sav tehnološki napredak utječe postepeno i na studente i njihove poslove gdje stječu svoje praktično iskustvo, razvijaju mrežu kontakata te imaju priliku istraživanja različitih industrija. Upravo studentski poslovi mogu biti most ka budućem zanimanju i profesionalnom usmjerenju studenta. Izrazito je važno raditi i steći iskustvo tokom studiranja, bilo da je riječ o volontiranjima ili drugim vrstama posla. S razlogom ljudi koji su zaposleni savjetuju studentima studentske poslove te im naglašavaju kako će im popunjen životopis značiti dosta pri pronalasku novog posla te da budući potencijalni poslodavci svakako obraćaju pozornost je li student stekao neku vrstu iskustva, je li se okušao u radu i zarađivanju vlastitih prihoda. Vještine nikada ne treba prestati razvijati, ulagati u sebe i u svoju budućnost. Studenti u Hrvatskoj, pokazano istraživanjem u ovom diplomskom radu, su više zadovoljni nego nezadovoljni studentskim poslovima, poslodavcima i satnicama. Vrlo je pohvalna činjenica da određeni studenti žele ostati na trenutnom poslu i nakon završetka fakulteta te početi graditi svoju karijeru u poznatom okruženju. Studenti smatraju kako obrazovne institucije nisu prilagođene za pripremu mladih za tržište rada i to je segment na kojem nikada ne treba prestati raditi. Velike promjene su vidljive, fakulteti se trude kroz razne projekte, udruge, gostovanja, probuditi interes kod studenata za aktivnije sudjelovanje u fakultetskim aktivnostima koje će im u konačnici biti dodatan plus u daljnjem razvoju karijere. Praćenje trendova koji se događaju u zapošljavanju, iskorištavanje studentskih prilika, istraživanje koja su to tražena buduća zanimanja su čimbenici za uspjeh na današnjem promjenjivom tržištu rada. Neprekidno učenje, usvajanje novih vještina i znanja mogu biti presudni za postizanje uspješne i uzlazne karijere. Naravno, vjera u sebe je neizostavan čimbenik jer živimo u vremenu kada se nekim stvarima trebamo prilagođavati, a bitno je da na tom putu ostanemo dosljedni sebi samima.

LITERATURA

1. Agencija za znanost i visoko obrazovanje: *Predstavljeni rezultati istraživanja „Studenti i pandemija: Kako smo (pre)živjeli?“*. Dostupno na: <https://www.azvo.hr/hr/azvo-vijesti/2616-predstavljeni-rezultati-istrazivanja-studenti-i-pandemija-kako-smo-pre-zivjeli> . [pristupljeno 2. lipnja 2023.]
2. Buković, N. (2013). *Neudoban položaj : priručnik za suzbijanje diskriminacije mladih na tržištu rada*, Zagreb: Mreža mladih Hrvatske.
3. Buntak, K.; Droždek, I.; Kovačić, R. (2013). *Materijalna motivacija u funkciji upravljanja ljudskim potencijalima*. Tehnički glasnik 7 (1), str. 56-63.
4. Bušelić, M. (2014). *Tržište rada: teorijski pristup*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković".
5. Cardullo, M., W., Ansal, H., (1997). *Impact of technology on employment*. Dostupno na: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/653243> [pristupljeno 5. svibnja 2023]
6. CNBC poslovni i financijski blog: *The 10 jobs rated most highly by Gen Z workers, according to Glassdoor*. Dostupno na: <https://www.cnbc.com/2022/09/06/the-10-highest-rated-jobs-by-gen-z-workers-according-to-glassdoor.html> .[pristupljeno 1. lipnja 2023.]
7. Europska komisija. *Erasmus+ Vodič kroz program*. Dostupno na: https://uniri.hr/wp-content/uploads/2022/01/2022-erasmusplus-programme-guide_hr.pdf . [pristupljeno 29. rujna 2023.]
8. Hečimović, I. (2021). *Što je to “Proširena“ stvarnost (XR) i na koji je način povezana s AR i VR-om?* Dostupno na: <https://pcchip.hr/helpdesk/sto-je-to-prosirena-stvarnost-xr-i-nakoji-je-nacin-povezana-s-ar-i-vr-om/> [pristupljeno 9. lipnja 2023.]
9. Hrvatski zavod za zapošljavanje: *Statistika tržišta rada – otvoreni podaci*. Dostupno na: <https://www.hzz.hr/statistika/> . [pristupljeno 15. travnja 2023.]
10. HUFFPOST: *The Workplace Better Get Ready For Gen Z, The 'Uber-Millennials*. Dostupno na: <https://www.huffingtonpost.co.uk/news/generation-z/> . [pristupljeno 29. rujna 2023.]
11. Ivančević, T., Ravlić T. (2020). *Implementacija novih tehnologija u poslovanje poduzeća*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/376098> .[pristupljeno 1. lipnja 2023.]
12. Ivanković, Ž. (2018). *Besplatno - Uvod u političku ekonomiju digitalnog doba*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

13. Jakovac, P., Tomac, T. (2019). *Važnost inovativnog obrazovanja i poslovi budućnosti*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/224052> . [pristupljeno 9. lipnja 2023.]
14. MojFaks blog: *Istraživanje pokazalo: Trećina mladih misli da ih fakultet ne priprema za rad pod pritiskom*. Dostupno na: <https://mojfaks.dnevnik.hr/clanak/rubrika/karijera/istrazivanje-pokazalo-trecina-mladih-globalno-misli-da-ih-fakultet-ne-sprema-za-rad-pod-pritiskom---717228.html> . [pristupljeno 01. kolovoza 2023.]
15. Porezna uprava. *Studentski limit*. Dostupno na: <https://www.porezna-uprava.hr/Stranice/Vijest.aspx?NewsID=3467&List=Vijesti> [pristupljeno 15. travnja 2023.]
16. Rahimić, Z. (2010). *Menadžment ljudskih resursa*. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
17. Rupčić, N. (2021). *Značajke post-milenijalaca ili generacije z kao novih sudionika*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/378296> . [pristupljeno 31. srpnja 2023.]
18. Sikavica, P.; Bahtijarević-Šiber, F.; Pološki Vokić, N. (2008). *Temelji menadžmenta*. Zagreb: Školska knjiga.
19. Special Skills Academy. (2016). Priručnik - *Kako dobiti dobro plaćen posao u EU koristeći LinkedIn*. Hrvatski izdavač knjige: Volim Planet.
20. UNICEF Hrvatska: Jesu li mladi u Hrvatskoj spremni za tržište rada?. Dostupno na: <https://www.unicef.org/croatia/mediji/jesu-li-mladi-u-hrvatskoj-spremni-za-trziste-rada> . [pristupljeno 01. kolovoza 2023.]

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Rezultati istraživanja | 32 |
|---|----|

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1: Četiri industrijske revolucije..... | 11 |
|--|----|

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Spol ispitanika | 22 |
| Grafikon 2. Dob ispitanika..... | 22 |
| Grafikon 3. Status studenta..... | 23 |
| Grafikon 4. Trenutni status na tržištu rada | 23 |
| Grafikon 5. Sektor zaposlenja..... | 24 |
| Grafikon 6. Zadovoljnost poslom..... | 24 |
| Grafikon 7. Najvažniji faktori..... | 25 |
| Grafikon 8. Zadovoljstvo prihodima | 25 |
| Grafikon 9. Bitnost poslovne okoline..... | 26 |
| Grafikon 10. Novi izazovi | 26 |
| Grafikon 11. Zadržavanje na trenutnom poslu..... | 27 |
| Grafikon 12. Odrađeni sati..... | 27 |
| Grafikon 13. Potpora poslodavaca | 28 |
| Grafikon 14. Samozaposlenost..... | 28 |
| Grafikon 15. Prilagodba obrazovnih institucija za pripremu mlađih generacija..... | 29 |
| Grafikon 16. Rad od kuće | 29 |
| Grafikon 17. Klasično radno vrijeme | 30 |
| Grafikon 18. Mlađe generacije i prihodi..... | 30 |
| Grafikon 19. LinkedIn | 31 |
| Grafikon 20. Tehnološki napredak..... | 31 |