

# Izazovi u izgradnji profesionalne karijere Generacije Z

---

**Kustura, Dora**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:804498>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-21**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Menadžment

Dora Kustura

**Izazovi u izgradnji profesionalne karijere Generacije Z**

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Menadžment

Dora Kustura

**Izazovi u izgradnji profesionalne karijere Generacije Z**

Završni rad

Kolegij: Menadžment

JMBAG: 00102315402

E-mail: [dkustura@efos.hr](mailto:dkustura@efos.hr)

Mentorica: Izv.prof.dr.sc. Marina Stanić

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study Management

Dora Kustura

**Challenges in Building a Professional Career for Generation Z**

Final paper

Osijek, 2022.

**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 \_\_\_\_\_ završni \_\_\_\_\_ (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:** Dora Kustura

**JMBAG:** 0010232540

**OIB:** 21537744574

**e-mail za kontakt:** dora.k2511@gmail.com

**Naziv studija:** Preddiplomski studij smjera Menadžment

**Naslov rada:** Izazovi u izgradnji profesionalne karijere Generacije Z

**Mentor/mentorica rada:** Izv. prof. dr. sc. Marina Stanić

U Osijeku, 14. 9. 2022. godine

Potpis Dora Kustura

## SAŽETAK

U završnom radu pod naslovom *Izazovi u izgradnji profesionalne karijere generacije Z*, bit će objašnjeni pojmovi vezani uz generaciju Z, prethodne generacije te specifičnosti koje se vežu uz navedene generacijske skupine. Također će biti uspoređene generacija Z i generacija X odnosno Milenijalci. To su dvije usko povezane generacije koje imaju puno sličnosti, ali i puno različitosti. Pretpostavka ovog rada jest da uspoređivane generacije imaju puno više sličnosti nego različitosti te da su im radne navike i ponašanje na radnom mjestu vrlo slični.

Nadalje, kroz rad su prikazani odgovori na pitanja u anketi koja je provedena na uzorku od 40 studenata Ekonomskog fakulteta u Osijeku koji su pripadnici Generacije Z. Prikupljeni podaci putem ankete su analizirani odgovarajućim metodama. Prvi dio pitanja vezan je uz razmišljanje generacije Z o različitim temama kao što su društvene mreže te izazovima koji je javljaju prilikom prijavljivanja na radno mjesto. Drugi dio je sadržavao pitanja vezana za važnost različitih parametara prilikom zapošljavanja. Treći i zadnji dio pitanja je fokusiran na preferencije na radnom mjestu te mogućih razloga za davanje otkaza.

Cilj rada je upoznati čitatelja sa generacijom koja je često na lošem glasu u medijima zbog nekoliko svojih karakteristika koje će biti opisane i objašnjene u nastavku. Također, namjera je radom ukazati na to kako generacija Z nije pasivna generacija, znaju što žele i kako doći do toga. Ova generacija je najbolje upoznata sa tehnologijom jer su odrasli uz nju te znaju koje im mogućnosti ona pruža i kako ju mogu pravilno koristiti. Isto tako je bitno naglasiti kako ova generacija uvelike preferira usmenu komunikaciju uživo, a ne online.

Ključne riječi: generacija Z, Milenijalci, tehnologija, karijera, komunikacija

## **ABSTRACT**

The final paper, titled *Challenges in Building a Professional Career for Generation Z*, explains terms related to Generation Z, previous generations, and specifics related to the aforementioned generations. It also compares Generation Z and Generation X or Millennials. Two closely related generations that have many similarities, but also many differences. The assumption of this paper is that the compared generations have many more similarities than differences and that their work habits and behaviour in the workplace are very similar.

In addition, the answers to the questions in the survey conducted among a sample of 40 students from the Faculty of Economics in Osijek, who belong to Generation Z, are presented. The data collected through the survey were analysed using appropriate methods. The first part of the questions was related to the way Generation Z thinks about various topics such as social networks and what are the biggest challenges when applying for a job. The second part included questions about the importance of different parameters in employment. The third and final part of the questions focused on preferences in the workplace and what would be the first reasons they would quit their job.

The aim of the paper is to familiarise the reader with a generation that often has a bad reputation in the media due to some of its characteristics, which will be described and explained below. It should also be pointed out that Generation Z is not a passive generation, but knows what it wants and how to get it. This generation is most familiar with technology because they have grown up with it and know what opportunities it offers and how to use it properly. It is also important to emphasise that this generation prefers live oral communication rather than online.

**Keywords:** Generation Z, Millennials, technology, career, communication

## Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	8
<b>2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja</b> .....	9
<b>2.1. Generacija Z</b> .....	9
<b>2.2. Usporedba generacije Z s drugim generacijama</b> .....	11
<b>3. Metodologija</b> .....	13
<b>4. Analiza podataka i rezultati istraživanja</b> .....	14
<b>4.1. Demografski podaci ispitanika</b> .....	14
<b>4.2. Izazovi generacije Z</b> .....	15
<b>4.3. Preferencije na radnom mjestu</b> .....	16
<b>4.4. Društvene mreže i mentalno zdravlje</b> .....	19
<b>4.5. Oblici komunikacije te rad s ljudima</b> .....	21
<b>4.6. Razlozi otkaza</b> .....	23
<b>5. Rasprava</b> .....	25
<b>6. Zaključak</b> .....	27
<b>Literatura</b> .....	28
<b>Popis slika i tablica</b> .....	30



## 1. Uvod

Generacija Z, kao i ostale generacije, susreće se sa problemima u izgradnji svoje karijere. Iako posjeduju veliku bazu podataka i informacija, sve je teže pronaći karijeru koju žele za koju smatraju da je isplativa. U današnje vrijeme društvenih mreža i mnogobrojnih influensera, mladima su klasični poslovi pali u drugi plan. Neki će pomisliti kako je lakše i bolje zarađivati snimajući sebe i svoj svakidašnji život umjesto klasičnog radnog vremena provedenog u uredu za računalom. Ali ni posao osoba koje se bave društvenim mrežama nije lak, vrlo često su na meti komentara mržnje i prijetnja. Zbog iskrivljene slike o društvenim mrežama i poslu, mladi sve više odustaju od klasičnog obrazovanja te odabiru drugačije rute koje vrlo često završe loše za njih. Svrha ovoga rada je zaviriti u razmišljanje uzorka generacije Z na Ekonomskom fakultetu u Osijeku te što oni smatraju najvećim problemom prilikom zapošljavanja. Anketa pomoću koje je napisan ovaj rad je temeljena na radu Chareewan (2020) u kojem je provedena slična anketa na uzorku Milenijalaca i generaciji Z u Republici Hrvatskoj. Pretpostavke rada se temelje većinom na sličnostima generacija. Generacije Y i Z imaju mnogo sličnosti što se tiče općenito načina života kao i očekivanjima na radnom mjestu. Ali kao i svaka generacija, imaju svoje specifičnosti po kojima se razlikuju od drugih.

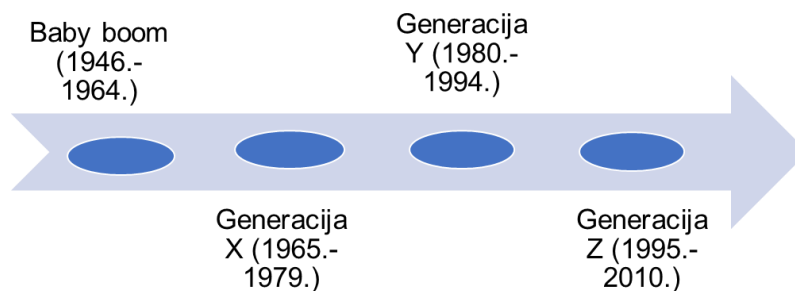
Danas na svijetu postoji 10 vrsta generacija te je jedna od njih generacija Z sa pripadnicima rođenim između 1995. i 2010. godine. Ovaj rad će usporediti Generacije Z sa ostalim generacijama, ali najviše sa Milenijalcima/Generacija Y (rođeni između 1980. i 1994.god.). Također postoje Generacija X (rođeni između 1965. i 1979.god.) i BabyBoomerima (rođeni između 1946. i 1964.god.)(Baysal, 2014).Bit će uspoređene radne navike, kupovna moć te način života među generacijama kao i uvjeti u kojima su odrasli. Rad također sadrži istraživački dio koji je proveden na uzorku pripadnika Generacije Z koji studiraju na Ekonomskom fakultetu u Osijeku.

## 2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja

Tijekom godina, mijenjale su se radne navike zaposlenika kao i očekivanja poslodavaca. U nastavku će biti pojašnjene karakteristike generacija Z i Y na tržištu rada te koliko teorija jednakosti utječe na njih i njihov performans na radnom mjestu. Generacije su vrlo slične te je pretpostavka kako neće biti velikih odskakanja u odgovorima ali su moguća mala nepoklapanja.

Na slici 1 moguće je vidjeti popis 4 generacije, ali fokus ovog rada jest generacija Z te njezina povezanost sa generacijom Y. Kroz teoriju su prikazane karakteristike tih dviju generacija, a zatim će te iste karakteristike biti grafički prikazane u rezultatima istraživanja. Također je provedena anketa na temelju koje su prikazani podaci istraživanja.

Slika 1: Prikaz generacija prema vremenu



Izvor: autorica prema Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen<sup>z</sup>: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, 12. Dostupno na: <http://www.drthomaswu.com/uicmpaccsmac/Gen%20Z.pdf> (5.9.2022.)

### 2.1. Generacija Z

Generaciju Z čine osobe rođene u razdoblju od kasnih devedesetih (1996.) do 2010-tih. Pripadnike ove generacije obilježava odrastanje uz tehnologiju i pametne mobitele što ih čini prvom generacijom koja je tehnološki pismena od rođenja. Generacija Z ima i svoj nadimak, a to je Gen-Tech. Nadimak je nastao zbog velike količine tehnologije i utjecaja društvenih mreža na njihovo odrastanje i svakodnevni život (Prevedar, 2020).

Z-ovce također karakterizira samosvjesnost i prihvaćanje različitosti kao što je različitost u vjeri, seksualnosti ili u boji kože. Veliki su zalagatelji za jednaka prava svima i za pravdu što se može vidjeti na društvenim mrežama kroz radne pokrete kao npr. #MeToo koji se bori protiv seksualnog zlostavljanja i uznemiravanja (Lee, 2018). Pomoću društvenih mreža i interneta moguće je vidjeti što se sve događa u svijetu i na koji način je moguće pružiti pomoć i podršku. Ova generacija je to odavno shvatila i poduzimaju sve moguće mjere kako bi se određena informacija što brže raširila i kako bi ljudi diljem svijeta bili upućeni u određenu situaciju koju je potrebno riješiti.

Mladi ljudi koji čine ovu generaciju su ekološki osviješteni te pokušavaju na što više načina promaknuti zdrav život te očuvanje Zemlje i života na njoj. Isto tako su osviješteni i upućeni u razne teme kao što je LGBTQ zajednica te istospolni brakovi. Sve više mladih prihvaćaju svoje vršnjake koji se identificiraju kao netko u sklopu LGBTQ zajednice te se bore za njihova prava. (Schroth, 2019).

Generacija Z je također poznata po zoomu, online nastavi i općenito radu na daljinu. Iz tog razloga su potrebne mnoge promjene u načinu rada i modernizacija radnih mjesta. Ova generacija se po tome razlikuje od prijašnjih generacija jer su sada sve informacije na računalima te se rijetko kad nešto radi „pješke“ odnosno ručno. Sljedeće poglavlje i istraživački dio rada sadrže više informacija o tome.

Kao i svaka generacija, generacija Z ima svoje loše strane kao što su impulzivnost, nestrpljivost i kraći raspon pažnje zbog brzine tehnologije i sadržaja na društvenim mrežama. Prema nekim istraživanjima, generacija Z ima raspon pažnje od svega 8 sekundi, a Milenijalci oko 12 sekundi (Sklenar, 2022) Najveći problem ove generacije je njihova pažnja odnosno manjak iste. Zbog brzine informacija koju primaju, često ne mogu držati pažnju duže od nekoliko minuta te odmah posežu za svojim pametnim mobitelima. Generacija Z je online generacija koja gubi društveni život uživo, a gradi ga online te ima mogućnost predstaviti sebe u drugačijem svjetlu nego što bi to učinili uživo. Sa ovom generacijom gube se društvene vještine jer su mladi gotovo zaboravili komunicirati uživo te ih puno ima problema sa anksioznošću ili depresijom zbog toga.

## 2.2. Usporedba generacije Z s drugim generacijama

Generacija Z je odrasla uz tehnologiju te ima veliku prednost u znanju te korištenju iste. Većini to ne predstavlja nikakvo znanje nego svakodnevni životna koji su naviknuli te bez kojega ne bi mogli. Milenijalci ili Generacija Y imali su donekle drugačije odrastanje, većina nisu posjedovali niti znali rukovati sa tehnologijom dok to nisu morali. Naravno, imali su tehnologiju koja je bila popularna u to vrijeme ali nije bila niti blizu napredna kao što je danas.

Razvijanje karijere je bilo vrlo teško za Milenijalce jer su proživjeli nekoliko recesija, a najveća je bila 2008. te je oblikovala karijeru većini generacije. S druge strane, generacija Z je također proživjela 2008.godinu, ali u puno boljoj poziciji gdje je najstariji pripadnik te generacije mogao biti svega 12 godina. Generacija Z teži svom „poslu iz snova“, dok Milenijalci teže poslu koji će im pokriti mjesečne troškove. Također se razlikuje način rada između generacija i način na koji gledaju svoj posao. Generacija Y radi osmosatno radno vrijeme te ostaje prekovremeno čak i ako im to nije plaćeno. Posao im je često važniji nego obitelj i oni sami dok generacija Z traži fleksibilno radno vrijeme i rad od kuće kako bi imali više vremena za sebe, svoje prijatelje i obitelj. Generacija Z ostavlja posao na poslu što znači da nakon završenog radnog vremena oni ne razmišljaju o poslu i što ih sve čeka sutra kao što razmišljaju Milenijalci (Agarwal, Vaghela, 2018).

Jedan od bitnijih faktora prilikom zapošljavanja ili gradnje karijere jest formiranje poznanstava te širenje informacija. Generacija Z u sektoru poznanstava ima ogromnu prednost jer većina pripadnika te generacije imaju društvene mreže čak i u osnovnoj školi što stvara priliku upoznati puno drugih ljudi preko interneta. Također je bitno znati upravljati tim informacijama i znati kako se koristiti njima, a da nitko nije ugrožen (Sladek i Grabinger, 2014). Isto tako, Milenijalcima je internet informativni alat gdje oni saznaju određenu informaciju koja im je u tom trenutku bitna. Generaciji Z je internet glavni izvor učenja jer su svjesni koliko informacija mogu pročitati, usvojiti te iskoristiti. Na primjer, na internetu je moguće pogledati video od nekoliko minuta kako napraviti određeno jelo te su nakon toga spremni napraviti sami isto to.

Iako su naizgled različite, u nekim stvarima su vrlo slične ove generacije. Milenijalci su napravili put za Generaciju Z u borbi za ravnopravnost, očuvanje okolišate druge socijalne i političke probleme. Milenijalci i generacija Z čine preko 50% tržišta rada te je potrebno prilagoditi poduzeća njima i njihovim karakteristikama jer se te dvije generacije neće mijenjati zbog društva i pravila koja su im nametnuta od njihovih roditelja i predaka.

### 3. Metodologija

Za potrebe pisanja ovoga rada, provedeno je anketno istraživanje elektroničkim putem pomoću obrasca koji je napravljen u alatu Google Forms. Obrazac sadrži 22 pitanja u formatu pitanja sa višestrukim odgovorima, te pitanja u formi ocjenjivanje tvrdnji s kojima se ispitanik najviše slaže. Jedno pitanje je bilo otvorenog tipa, a to pitanje se odnosilo na godinu rođenja ispitanika.

Pitanja su postavljena u nekoliko kategorija. Prvih 5 su osobna pitanja koja se odnose na dob, spol i životni standard ispitanika, a sljedećih 17 traže od ispitanika njegovo mišljenje o različitim temama. Cilj bio saznati koliko se uzorak generacije Z na Ekonomskom fakultetu u Osijeku poklapa sa generaliziranim mišljenjem ostatka generacije Z.

Istraživanje je provedeno od 31. svibnja 2022. do 8. lipnja 2022. gdje je prikupljeno 40 odgovora od kojih su čak 30 (75%) ženskog spola. Prikupljanje podataka se provelo pomoću društvenih mreža. Link ankete je poslan u Facebook grupu studenata Ekonomskog fakulteta u Osijeku koji su pripadnici generacije Z.

U procesu prikupljanja podataka postavljena su dva uvjeta - da samo osobe koje pripadaju Generaciji Z i koje studiraju na Ekonomskom fakultetu u Osijeku mogu ispuniti anketu.

## 4. Analiza podataka i rezultati istraživanja

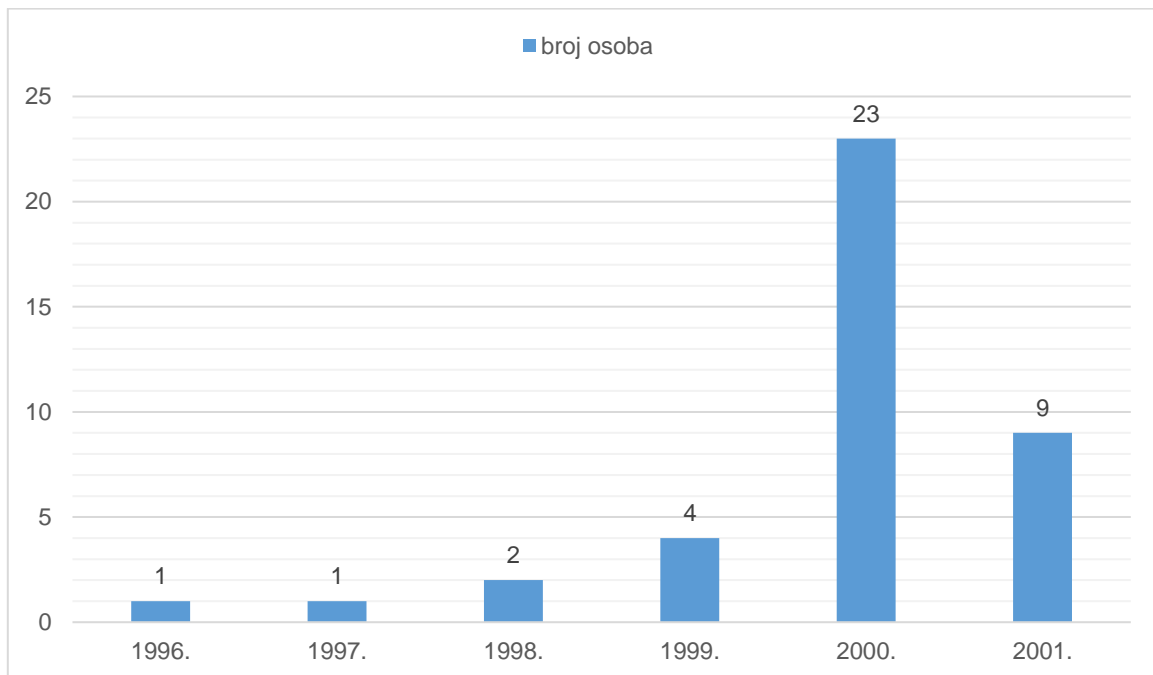
Kao što je već rečeno, istraživanje je provedeno na uzorku studenata Generacije Z koji studiraju na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Ispitanicima je bilo potrebno nekoliko minuta kako bi odgovorili na 22 pitanja. Odgovori na pitanja su detaljnije obrađeni u sljedećim poglavljima te su povezani sa teorijskim dijelom.

### 4.1. Demografski podaci ispitanika

Najviše ispitanika bili su ženskog roda (75%) koji su rođeni 2000.godine (23 osobe). 85% ispitanika tvrde kako je životni standard u njihovom kućanstvu na razini prosjeka u Republici Hrvatskoj, a ostatak tvrdi kako je životni standard u njihovom kućanstvu veći od prosjeka te niti jedan ispitanik nije odgovorio da je u grupi lošijeg životnog standarda od prosjeka. Naposljetku, 77,5% ispitanika ne studira u mjestu prebivalište te najčešće (60%) borave u iznajmljenim stanovima ili putuju na fakultet (25%)

Tablica 1: Godina rođenja ispitanika

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



## 4.2. Izazovi generacije Z

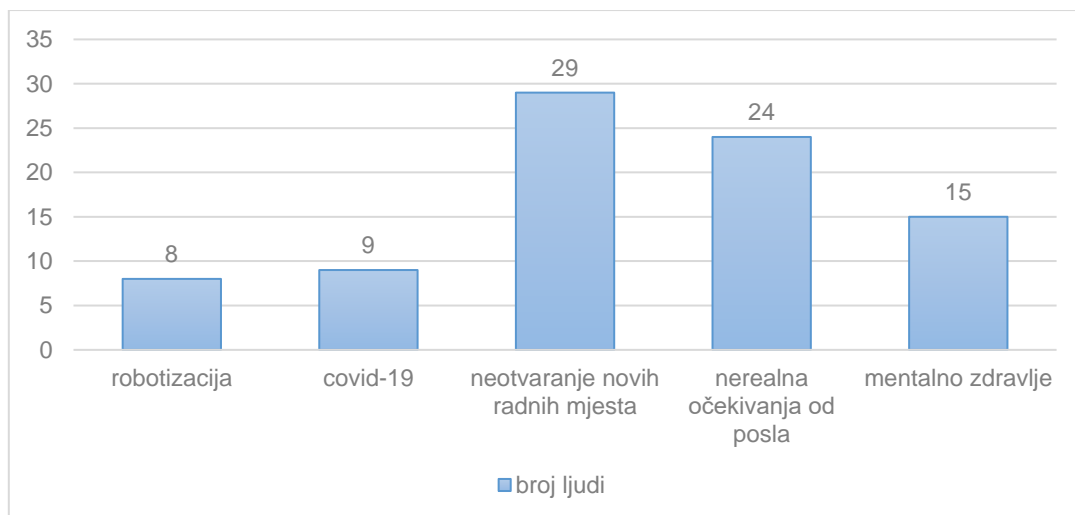
Kao i svaka druga, ova generacija ima svoje prepreke i probleme koji ih usporavaju u izgradnji vlastite karijere, bilo to osobni problemi ili problemi na tržištu rada.

Izazovi su brojni, a ovdje se spominje tek nekoliko. Prvi izazov je robotizacija koja je sve prisutnija, no pitanje je koliko ona zapravo utječe na nas? Roboti možda nikada neće imati kritičko razmišljanje kao što to imaju ljudi. Za takve poslove su zasada i dalje potrebni ljudi i ljudski mozak. Sljedeća dva izazova su usko povezani, a to su pandemija i mentalno zdravlje. Tijekom pandemije i karantene, ljudi su izgubili osjećaj za komunikaciju u ili pred velikim društvima što može utjecati na mentalno zdravlje.

Više od 70% ispitanika misli kako je najveći problem prilikom zapošljavanja generacije Z taj što se ne otvaraju nova radna mjesta, ali vrlo blizu je i odgovor kako generacija Z ima prevelika očekivanja od radnog mjesta. Manje od 10% ispitanika smatra kako je robotizacija najveći problem uz pandemiju virusa Covid-19 i mentalno zdravlje.

Tablica 2: Najveći problem prilikom zapošljavanja Generacije Z

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



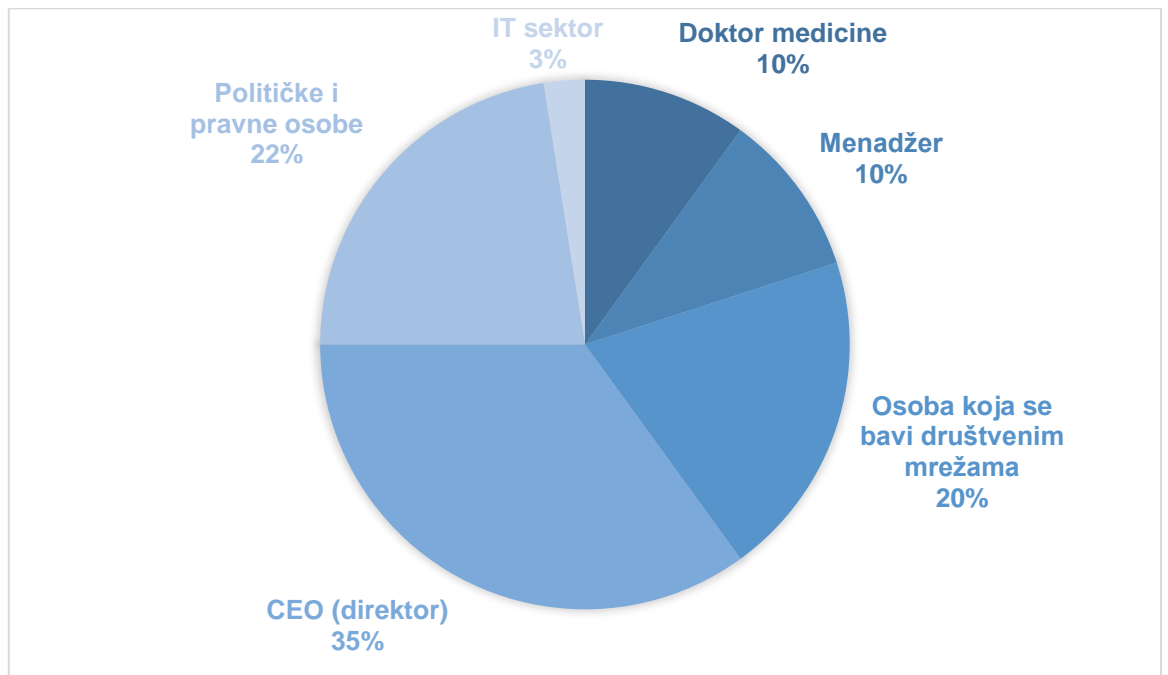
Po uzoru na istraživanje Chareewan i suradnika(2020), u istraživanju je postavljeno pitanje „Za koju karijeru smatrate da je najbolje plaćena?“. Ispitanici su odgovorili da smatraju kako CEO (direktor) ima najveća primanja dok je najmanje glasova u ovom pitanju dobio IT sektor



iako je to sada najtraženiji sektor koji nudi bezbroj mogućnosti uz mnogo prostora za napredovanje i učenje.

Tablica 3: Najbolje plaćena karijera

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju

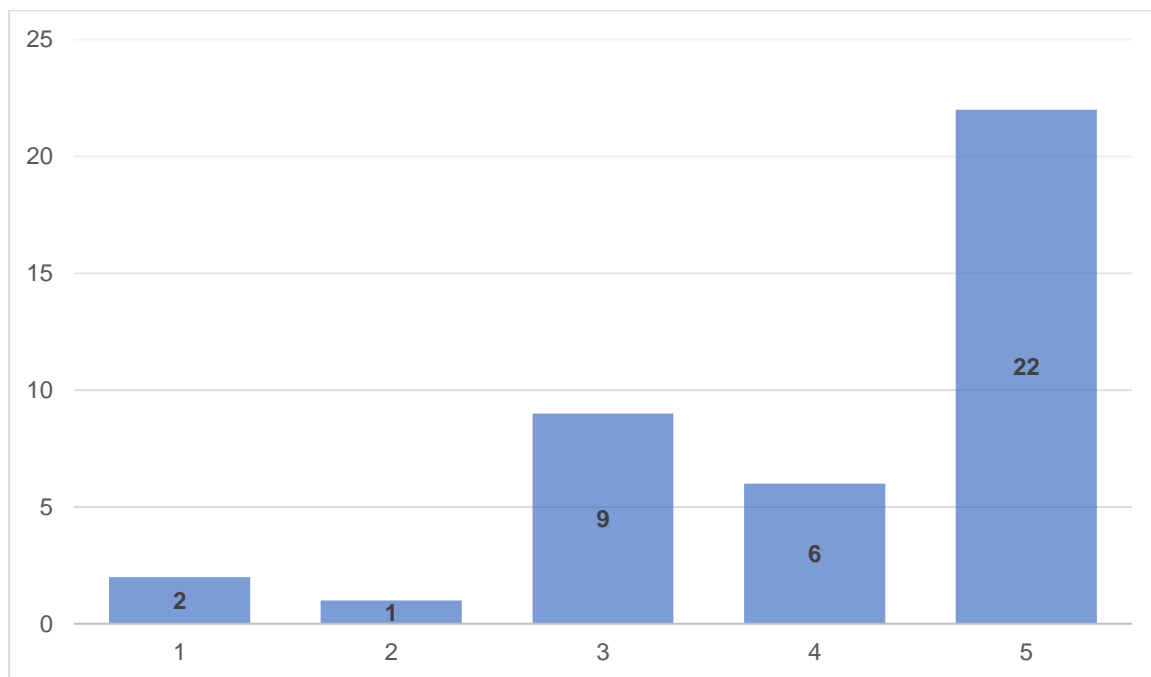


#### 4.3. Preferencije na radnom mjestu

Sljedećih nekoliko pitanja se odnose na način rada, te preferencije ispitanika generacije Z na radnom mjestu. Generacija Z ima mnogo preferencija, ali isto toliko i mogućnosti koje im se pružaju. Većina ispitanika (55%) preferira fleksibilno radno vrijeme nad klasičnim osmosatnim radnim vremenom dok 5% ispitanika preferiraju osmosatno radno vrijeme. Svega 22,5% ispitanika tvrdi kako im je sasvim svejedno koje radno vrijeme će raditi.

Tablica 4: Umjesto osmosatnog radnog vremena, radio/la bih posao s fleksibilnim radnim vremenom

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



Zatim slijedi pitanje zabrinutosti u vezi prvog posla nakon fakulteta. 37,5% ispitanika su odgovorili da se osjećaju vrlo zabrinuto razmišljajući o prvom poslu nakon fakulteta, a svega jedna osoba (2,5%) se uopće ne osjeća zabrinuto. Indiferentnih je 10 osoba odnosno 25% ispitanika, oni se ne osjećaju niti zabrinuto niti ne zabrinuto.

Sljedeće pitanje fokusirano je na veličinu poduzeća gdje se ispitanici planiraju zaposliti. Najviše (35%) ispitanika još nisu sigurni gdje žele raditi, a oni koji znaju su odgovorili da planiraju raditi za malo ili srednje poduzeće (20%) ili za veliku korporaciju (20%). Najmanje ispitanika žele otvoriti svoje vlastito poduzeće, a tu manjinu čini 10% odnosno 4 osobe.

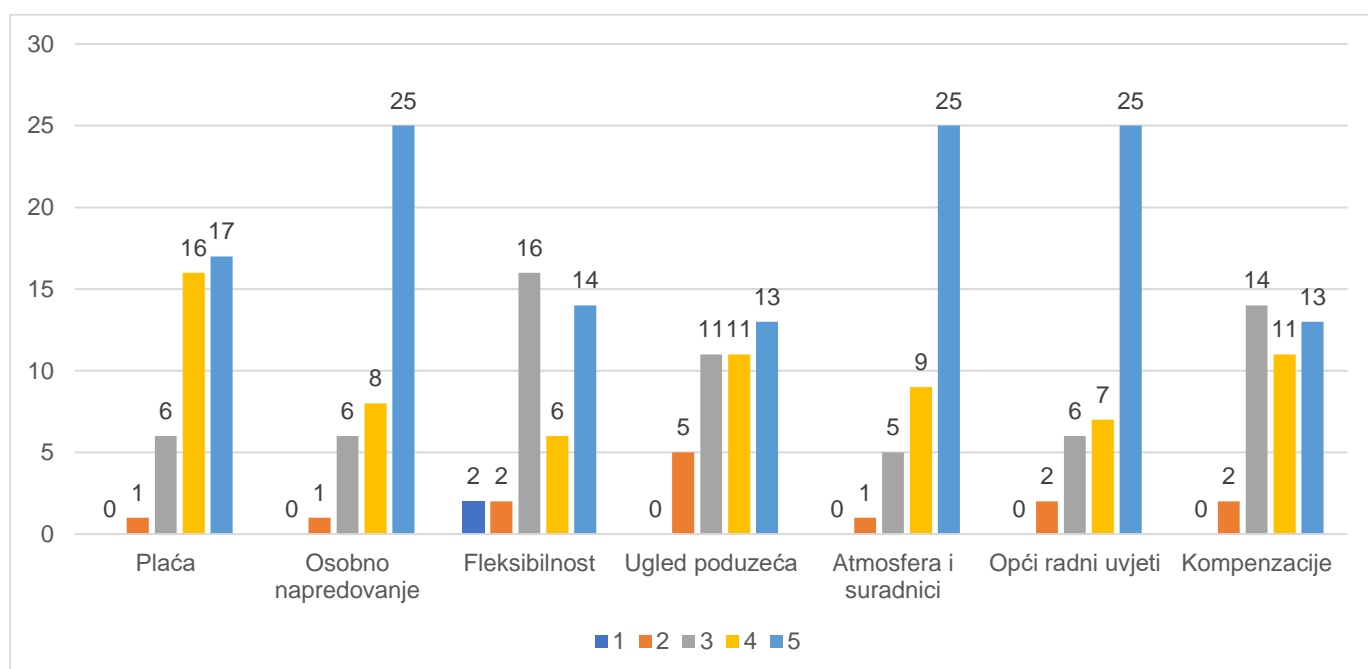
U sljedećem pitanju ispitanici su trebali ocijeniti sljedeće parametre na radnom mjestu ocjenama od 1 do 5 (ocjena 1 znači da im je parametar najmanje bitan, a ocjena 5 da im je najbitniji). Oni označavaju koliko im je nešto bitno prilikom prijavljivanja na određeno radno mjesto ali i koliko ih ti određeni parametri zadržavaju na radnom mjestu. Parametri su sljedeći:

- Plaća- koliko je bitna plaća prilikom prijavljivanja na radno mjesto te je li upravo ona presudni faktor,
- Osobno napredovanje- prijavljuju li se ljudi na radno mjesto kako bi napredovali i vide li budućnost u određenom poduzeću,
- Atmosfera i suradnici- slažu li se zaposlenici, kakav je način rada i atmosfera u poduzeću te hijerarhijski poredak,

- Ugled poduzeća- je li poduzeće na dobrom glasu ili ne,
- Fleksibilnost (rad od kuće/fleksibilno radno vrijeme)- način rada i moguća fleksibilnost na radnom mjestu,
- Opći radni uvjeti- ima li ured klimu, ima li svaki zaposlenik svoj prostor za rad te općenita zaštita i sigurnost zaposlenika na radnom mjestu,
- Kompenzacije- naknade koji zaposlenici dobivaju u obliku novca, robe ili u nekom trećem obliku.

Tablica 5: Ocjena važnosti parametara prilikom prijavljivanja na radno mjesto

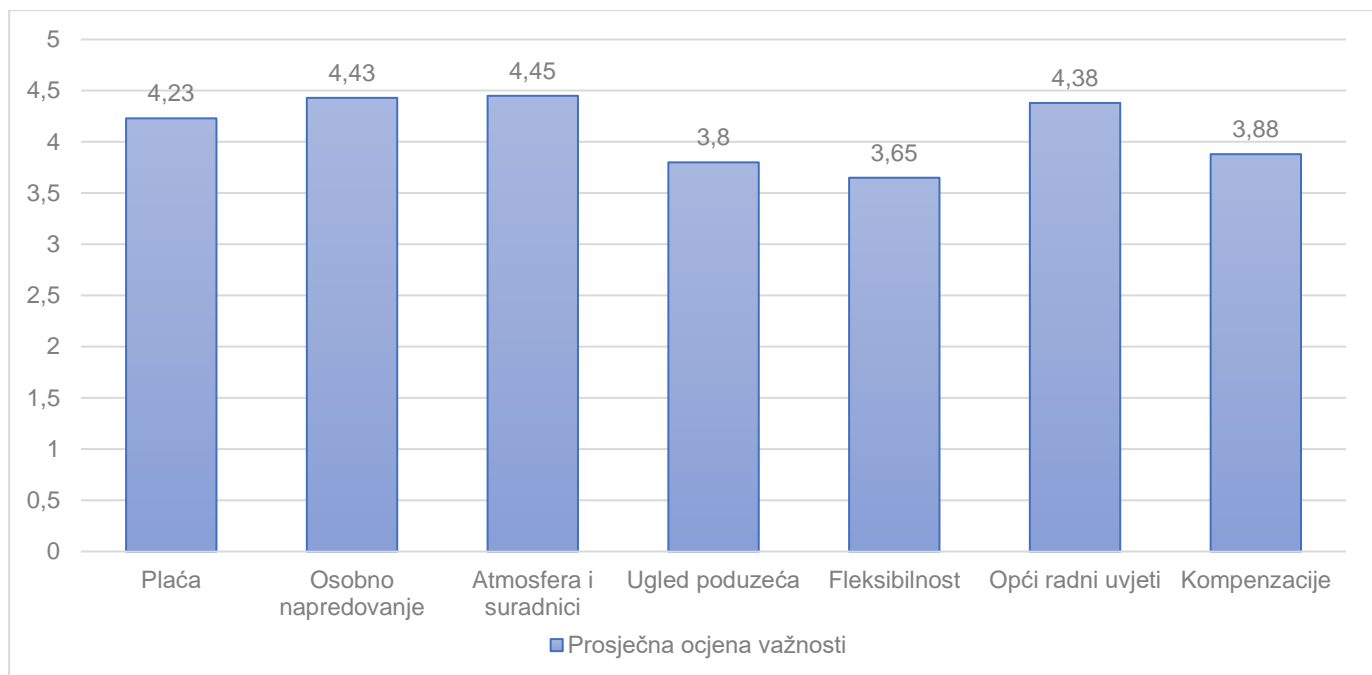
Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



Na grafičkom prikazu se može zaključiti kako su najvažniji parametri osobno napredovanje, atmosfera i suradnici te opći radni uvjeti. Svaki parametar je dobio ocjenu 5 (kao nešto najvažnije prilikom traženja posla) od 25 osoba, a najveću prosječnu ocjenu od njih imaju atmosfera i suradnici sa prosjekom od 4,25.

Tablica 6: Srednje vrijednosti ocjena važnosti parametara

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



Moguće je vidjeti kako je uzorku ispitanika najmanje bitan ugled poduzeća te fleksibilnost (rad od kuće ili fleksibilno radno vrijeme) ali i kompenzacije. Najbitnija im je zapravo sama atmosfera u poduzeću te njihovi kolege i suradnici. Također im je vrlo bitno osobno napredovanje što se poklapa sa prethodnim istraživanjima jer su pripadnici generacije Z individualisti i žele postići što više toga sami.

#### 4.4. Društvene mreže i mentalno zdravlje

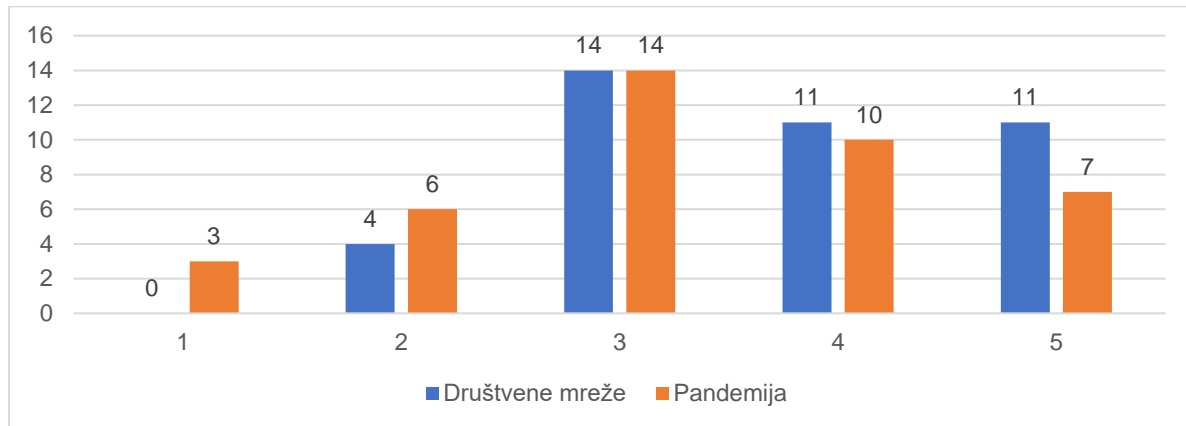
Tijekom pandemije Covid-19 svakodnevno su društvenim mrežama kružile brojne netočne informacije u vezi pandemije, načina širenja bolesti i načina na koji se širenje može spriječiti. Budući da je ova generacija nazvana Gen-Tech, bilo je i za očekivati da će se te informacije širiti brzinom svjetlosti. Sve to je uvelike utjecalo na mentalno zdravlje ljudi. (Liu, Liu, Yoganathan, Osburg, 2021).

Ispitanicima je postavljeno pitanje da ocjene koliko društvene mreže negativno utječu na mentalno zdravlje. Najveći broj ispitanika su indiferentni, a ostali su ocijenili sa 4 ili 5 što bi značilo da smatraju kako društvene mreže utječu iznimno loše na mentalno zdravlje. Na kraju, 4 osobe ili 10% ispitanika smatraju kako društvene mreže nemaju loš utjecaj na mentalno

zdravlje. Povezano uz ovo pitanje, mladi su na sljedeće pitanje odgovorili kako smatraju da društvene mreže mogu puno pomoći u izgradnji profesionalne karijere (50%).

Tablica 7: Percepcija ispitanika o utjecaju društvenih mreža i pandemije na mentalno zdravlje

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju

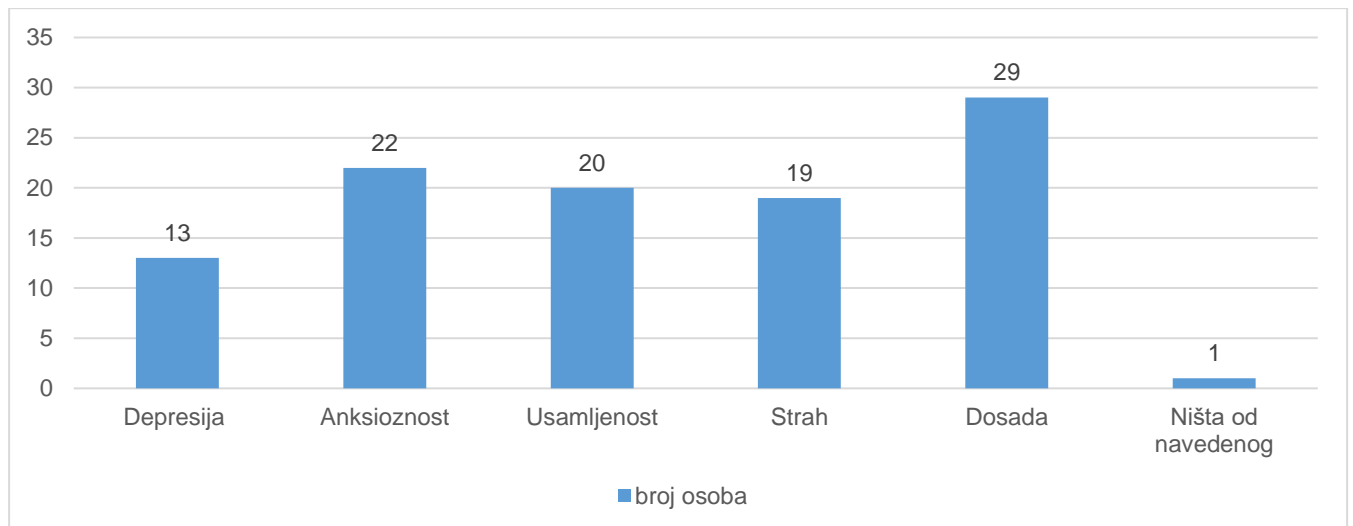


Prethodno pitanje se ocjenjuje od 1 do 5. Ocjena 1 znači da se ispitanici u potpunosti ne slažu sa tvrdnjom da je pandemija loše utjecala na njihovo mentalno zdravlje. Ocjena 5 znači upravo suprotno, da se u potpunosti slažu s tom izjavom. Na pitanje je li pandemija loše utjecala na mentalno zdravlje ispitanika, 35% je odgovorilo sa 3 što bi značilo da smatraju kako pandemija nije imala niti dobar niti loš utjecaj na njihovo mentalno zdravlje. Također je više osoba odgovorilo kako je pandemija utjecala loše (42,5%) na njih nego da nije (22,5%).

Sljedeće pitanje se odnosilo na probleme s kojima su se susreli u pandemiji kao na primjer depresija, anksioznost i dosada. Najveći broj glasova je dobila upravo dosada sa čak 29 glasova (72,5%). Dosada je prevladala jer su sva popularna okupljališta za mlade bila zatvorena te nije bilo moguće ni okupljanje na otvorenom što, naravno, vodi do dosade. Odmah poslije dosade dolaze anksioznost i socijalna otuđenost zatim strah i depresija. Tek jedan ispitanik (2,5%) je odgovorio kako nije doživio niti jedan problem od navedenih.

Tablica 8: Problemi s kojima su se ispitanici susreli u pandemiji

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



Ispitanici su također odgovorili kako ovi problemi nisu imali niti dobar niti loš utjecaj na njihov akademski uspjeh (42,5%). Tek 20% njih se uopće ne slažu da su ovi problemi ikako utjecali na njih, a 25% tvrde kako su im navedeni problemi jako utjecali na uspjeh. Najveće probleme su im zadavali dosada, anksioznost te usamljenost.

#### 4.5. Oblici komunikacije te rad s ljudima

„Komunikacija je proces dijeljenja informacija između dvije ili više osoba, preko izabranog kanala prijenosa i mora biti shvaćena od strane primatelja.“(Garača, Kadlec, 2011).

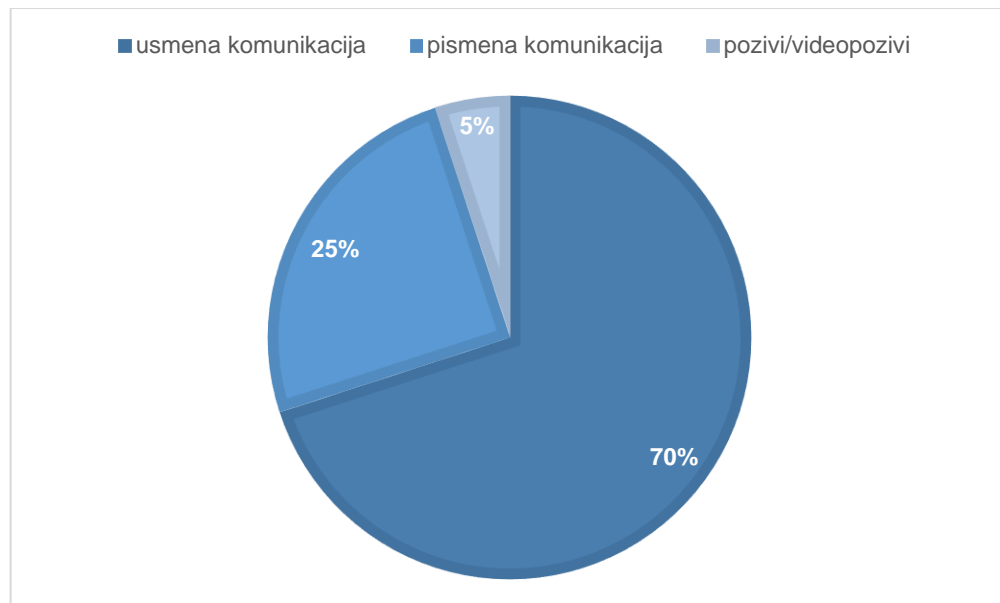
Komunikacija je jedan od najvažnijih faktora prilikom razmjene informacija na radnom mjestu te postoji nekoliko načina komunikacije, a neki od njih su: usmena, pismena te u novije vrijeme elektronička. Također postoje verbalna i neverbalna komunikacija. U komunikaciji su bitniji ton i ponašanje nego same riječi koje osoba izgovori. Zbog toga često može doći do sukoba na radnom mjestu ali je posao menadžera da pravilno upravlja ljudima i ukloni sve prepreke u komunikaciji kako bi se spriječili takvi problemi u organizaciji.

Iako je generacija Z poznata po tehnologiji i online komunikaciji, ispitanici na Ekonomskom fakultetu u Osijeku su odgovorili kako preferiraju usmenu komunikaciju (70%) nad

pismenom(25%). Najmanje preferiraju komunikaciju preko telefonskih poziva ili videopoziva (5%) na radnom mjestu.

Tablica 9: Preferirani oblik komunikacije na radnom mjestu

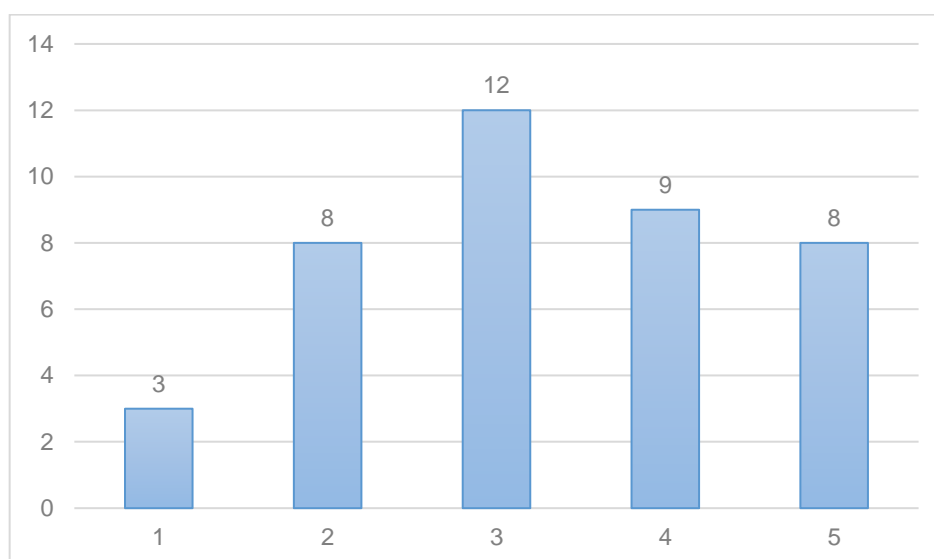
Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



Komunikacija je važna i u timskom radu te općenito u radu i komunikaciji sa ljudima. Timski rad može biti vrlo zahtjevan, ali pomoću odgovarajuće komunikacije i komunikacijskih kanala, moguće je lakše doći do ciljeva koji se žele ostvariti. Anketa je pokazala da ispitanici generacije Z preferiraju rad u timu nad samostalnim radom iako u mnogim istraživanjima postoje informacije kako pripadnici generacije Z više preferiraju individualizam. Također im nisu bitne godine kolega iako najviše vole raditi sa ljudima svojih godina, a najmanje sa mlađima od sebe.

Tablica 10: Koliko ispitanici preferiraju timski rad nad samostalnim radom

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju



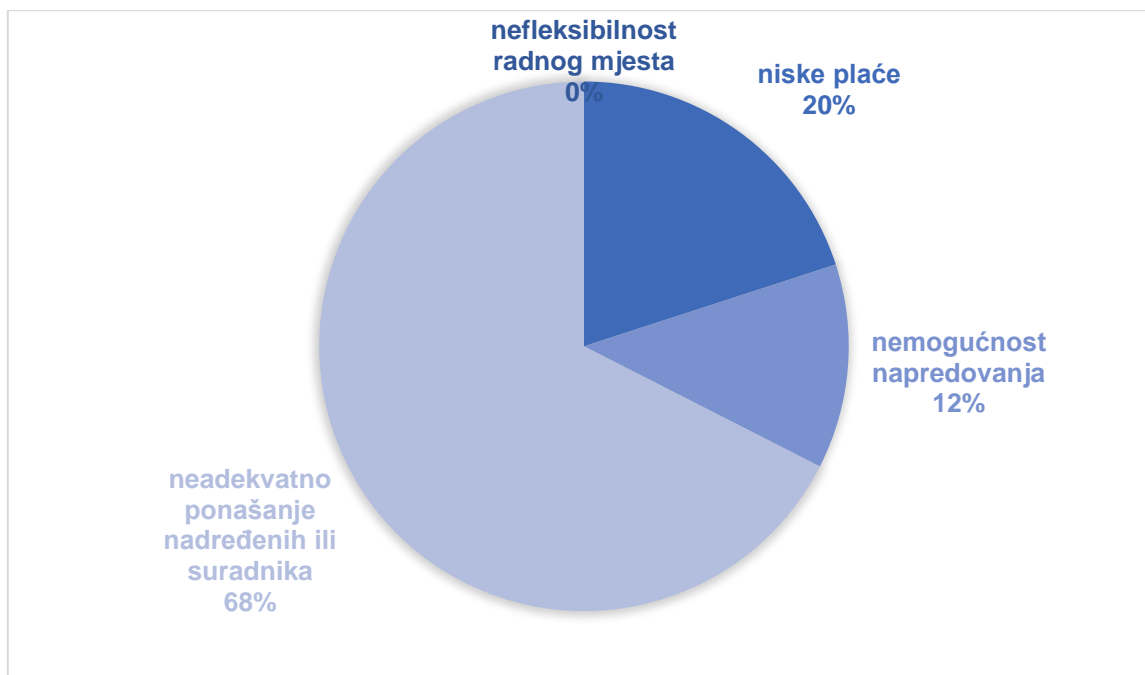
#### 4.6. Razlozi otkaza

Prema (Berkup, 2014.) jedna od najvećih sličnosti generacija Z i Y jest očekivanja od radnog mjesta u pogledu mogućnost osobnog napredovanja, zadovoljenje njihovih očekivanja te konstantnu motivaciju. Ukoliko njihova očekivanja nisu ispunjena, vrlo brzo će poći u potragu za novim poslom koji će zadovoljiti njihova očekivanja. Također, pripadnici generacije Z su veći realisti što se tiče očekivanja dok su pripadnici generacije Y ipak sanjari te se nadaju najboljem.

Tablica 11: Razlozi otkaza

Izvor: autorica prema provedenom istraživanju





Neadekvatno ponašanje nadređenih ili suradnika (68%) je najveći razlog zbog kojega bi uzorak generacije Z na Ekonomskom fakultetu dao otkaz. Zatim, drugi najveći razlog jesu niske plaće (20%) jer su Z-ovci individualci i trude se kako bi se pokazali u najboljem svjetlu te žele da ih se za njihov rad i trud nagradi. Prethodni razlog možemo povezati sa već spomenutom teorijom, a to je teorija jednakosti koja je iz perspektive zaposlenika. Što više rada i truda uložite, žele veće plaće ili kompenzacije. Nemogućnost napredovanja (12%) je predzadnji razlog te se ne poklapa sa prethodnim istraživanjima koja govore da bi generacija Z vrlo brzo dala otkaz i našla drugi posao ako im se na određenom radnom mjestu ne pruži mogućnost napredovanja. Na kraju sa 0% nalazi se razlog nefleksibilnost radnog mjesta.

## 5. Rasprava

Svaka generacija ima svoje specifičnosti koje su karakteristične samo za njih te ih druge generacije ne razumiju. Također osuđuju ponašanje generacije na temelju nekoliko pojedinaca. U teorijskom okviru rada moguće je vidjeti koliko su zapravo Milenijalci i generacija Z slični. Vrlo često se u člancima mogu naći informacije kako je generacija Z pasivna i kako su izgubili osjećaj za starim životom te ga zamijenili tehnologijom.

Vrlo je važno naglasiti kako su generacija Z i Y vrlo slične u mnogim područjima, ali isto tako imaju svoje različitosti koje ih dijele. Generacija Y je sada u razdoblju srednjih godina, dugi niz godina su na radnom tržištu i znaju puno bolje kako funkcionira svijet radno sposobnih pojedinaca nego generacija Z koja se tek sada upušta u te vode. Dok generacija Z prilagođava tržište rada sebi, oni ni ne žele znati kako ono funkcionira jer znaju da imaju sve moguće resurse i tehnologiju koja će im uvelike olakšati izbor karijere i pronalazak radnog mjesta.

Budući da je u svrhu pisanja ovog rada provedeno istraživanje na manjem uzorku ispitanika koji pripadaju Generaciji Z na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, može se vidjeti kako su rezultati malo drugačiji od očekivanja. Pitanja su prvenstveno bila fokusirana na općenite karakteristike generacije kao na primjer način komunikacije, očekivanja od radnog mjesta i način života pojedinaca. Također su bila fokusirana na stereotipe koji su vezani uz ovu generaciju. Moguće je vidjeti kako većina mladih preferiraju komunikaciju licem u lice odnosno uživo, a ne online što bi puno ljudi očekivalo. Isto tako, bitniji im je osobni napredak od plaće ili fleksibilnog radnog vremena prilikom prijavljivanja na radno mjesto.

Glavni dio ovoga rada jesu izazovi s kojima se generacija Z susreće u izgradnji svoje profesionalne karijere. Neki od ponuđenih odgovora u anketi bili su: Covid-19, robotizacija, mentalno zdravlje i dr. Najvećim problemom smatraju neotvaranje radnih mjesta zatim nerealna očekivanja od radnog mjesta. Na neotvaranje radnih mjesta generacija Z ne može utjecati, ali može utjecati na svoja očekivanja. Vrlo često su fokusirani na ono što vide na

društvenim mrežama iako znaju da to nije u potpunosti istina te kako i drugi imaju visoka očekivanja od posla i od samih sebe.

Gen-Tech također puno vremena provode na društvenim mrežama ali bitno je reći kako je ova generacija ambiciozna i puna potencijala. Nisu tromi niti pasivni nego znaju što žele i kako će to postići na najbrži mogući način. Generacija Z je generacija koja se bori za prava svih manjina i za prava životinja kao i za očuvanje okoliša. Vrlo su vokalni oko stvari koje žele promijeniti i način na koji to žele promijeniti. Isto tako, znaju kako mogu pomoći te ih nije strah nadređenih.

## 6. Zaključak

Ovaj rad temeljen je na istraživanju provedenom na generaciji Z te sa kakvim se sve izazovima susreću prilikom traženje posla. Proveden je upitnik koji je ispunilo 40 studenata Ekonomskog fakulteta u Osijeku te su ti podaci prikazani kroz istraživački dio rada. Došlo se do zaključka kako pripadnici generacije Z nisu statični članovi društva. Imaju velika očekivanja od radnog mjesta koja ih ponekad mogu sputavati u njihovoj najvećoj želji, a to je želja za napredovanjem i širenjem svog znanja i svojih mogućnosti. Isto tako, ima i podataka koji se ne poklapaju sa očekivanjima. Uzorak generacije Z Ekonomskog fakulteta u Osijeku preferiraju usmenu komunikaciju nad online ili pismenom. Također preferiraju rad u timu, a ne samostalni rad te žele pomoći svojim kolegama kako bi svi zajedno dostigli svoj cilj.

Također, ova generacija ne krije svoje probleme s kojima se susreće te se vrlo često može vidjeti kako pomažu jedni drugima, savjetuju te potiču pa čak i preko društvenih mreža. Potpuni stranci na potpuno različitim kontinentima mogu postati prijatelji i biti podrška jedan drugome. Isto tako, brzo prihvaćaju različitosti u vjeri, rasi, seksualnosti ili općenito u razmišljanju drugih ljudi. Čvrsti su borci za ravnopravnost svih kao i borci za očuvanje okolišate veliki zagovarači slobode izražavanja.

Na kraju je bitno naglasiti kako generacija Z ima sve veći utjecaj na tržištu rada kao i na društvenim mrežama što bi moglo upućivati na novu revoluciju u načinu rada te prilagođavanje na uvjete koje postave Gen-Tech.

## Literatura

1. Agarwal, H., & Vaghela, P. (2018, December). Work values of Gen Z: Bridging the gap to the next generation. In National Conference on Innovative Business Management Practices in 21st Century, Faculty of Management Studies, Parul University, Gujarat, India (pp. 21-22). Dostupno na: [https://www.researchgate.net/profile/Pratiksinh-Vaghela/publication/334400459\\_WORK\\_VALUES\\_OF\\_GEN\\_ZBridging\\_the\\_Gap\\_to\\_the\\_Next\\_Generation/links/5d39cf0c92851cd04686491e/WORK-VALUES-OF-GEN-ZBridging-the-Gap-to-the-Next-Generation.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pratiksinh-Vaghela/publication/334400459_WORK_VALUES_OF_GEN_ZBridging_the_Gap_to_the_Next_Generation/links/5d39cf0c92851cd04686491e/WORK-VALUES-OF-GEN-ZBridging-the-Gap-to-the-Next-Generation.pdf) [pristupljeno 27.8.2022.]
2. Chareewan, S., Grunhagen, M., Pološki Vokić, N., & Dlačić, J. (2020). Differences in work expectations of generation Y and generation Z: An empirical investigation in Croatia. *Journal of Business, Industry and Economics*, 25, 1-32. Dostupno na: <http://buildingthepride.com/jobie/uploads/JOBIE%20Generation%20Y%20and%20Generation%20Z%20Expectations%20in%20Croatia.pdf> [pristupljeno 15.6.2022.]
3. Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen?: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, 12. Dostupno na: <http://www.drthomaswu.com/uicmpaccsmac/Gen%20Z.pdf> [pristupljeno 5.9.2022.]
4. Garača, N., & Kadlec, Ž. (2011). Komunikacija u procesu menadžmenta. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 2(2), 118-125. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/113575> [pristupljeno 7.9.2022.]
5. Lee, B. H. (2018). # Me Too movement; it is time that we all act and participate in transformation. *Psychiatry investigation*, 15(5), 433-433. Dostupno na: <https://www.psychiatryinvestigation.org/upload/pdf/pi-2018-04-30.pdf> [pristupljeno 18.6.2022.]
6. Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological forecasting and social change*, 166, 120600. Dostupno na: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600> [pristupljeno 7.9.2022.]
7. Prevedar, V. (2020). Što generacija Z očekuje od tržišta rada? Dostupno na: <https://brendfulness.com/istrazivanje-sto-generacija-z-ocekuje-od-trzista-rada/> [pristupljeno: 11.6.2022.]

8. Schroth, H. (2019). Are you ready for Gen Z in the workplace? *California Management Review*, 61(3), 5-18. Dostupno na: <https://cmr.berkeley.edu/assets/documents/sample-articles/61-3-schroth.pdf> [pristupljeno 5.9.2022.]
9. Sklencar, A. (2022). Social media marketing and the Gen Z attention span. Dostupno na: <https://www.onlineoptimism.com/blog/social-media-marketing-and-the-gen-z-attention-span/> [pristupljeno 27.8.2022.]
10. Sladek, S., Grabinger, A. (2014). Gen Z. Introducing the first Generation of the 21st Century. Dostupno na: [https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ\\_Final-d11.pdf](https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-d11.pdf) [pristupljeno: 28.8.2022.]

## Popis slika i tablica

Slika 1: Prikaz generacija prema vremenu .....	9
Tablica 1: Godina rođenja ispitanika .....	14
Tablica 2: Najveći problem prilikom zapošljavanja Generacije Z.....	15
Tablica 3: Najbolje plaćena karijera.....	16
Tablica 4: Umjesto osmosatnog radnog vremena, radio/la bih posao s fleksibilnim radnim vremenom.....	16
Tablica 5: Ocjena važnosti parametara prilikom prijavljivanja na radno mjesto.....	18
Tablica 6: Srednje vrijednosti ocjena važnosti parametara .....	18
Tablica 7: Percepcija ispitanika o utjecaju društvenih mreža i pandemije na mentalno zdravlje .....	20
Tablica 8: Problemi s kojima su se ispitanici susreli u pandemiji .....	20
Tablica 9: Preferirani oblik komunikacije na radnom mjestu .....	22
Tablica 10: Koliko ispitanici preferiraju timski rad nad samostalnim radom.....	23
Tablica 11: Razlozi otkaza .....	23