



Gen Z:



Tržište rada u očima
mladih! Između
očekivanja i
stvarnosti



Vebsajt
startuj.infostud.com

Novembar
2024

Sadržaj



Istraživanje

Uvod	4
Metodologija	5
Demografija	6



Šta žele mladi? Gen Z pogled na karijeru i tržište rada

Šta nakon srednje?	9
Tranzicija iz obrazovanja u svet rada	10
Očekivanja mladih od poslodavaca	12
Plate i karijera	13
Preferencije mladih	14
Odlazak iz zemlje	15
Employer branding kompanija	16



Šta smo saznali?

Zaključci istraživanja	18
------------------------	----



Istraživanje





Ko je Gen Z?

Generacija Z čini značajan deo svetske populacije, a do 2026. godine, očekuje se da će činiti skoro 30% radne snage.

Njihova prisutnost donosi promene u radnim dinamikama i kulturi kompanija. Važno da poslodavci prilagode svoje pristupe kako bi odgovorili na potrebe mladih talenata.

Cilj istraživanja

Razumevanje navika, želja i očekivanja mladih (15-28 godina) u vezi sa radnim mestima i karijerama, kako bi poslodavci mogli bolje da odgovore na potrebe ove generacije.

Metodologija



Tip

Kvanitativno istraživanje



Metod

CAWI, online anketa



Uzorak

1.805 mladih iz Srbije, 15–28 godina



Period

Oktobar 2024. godine

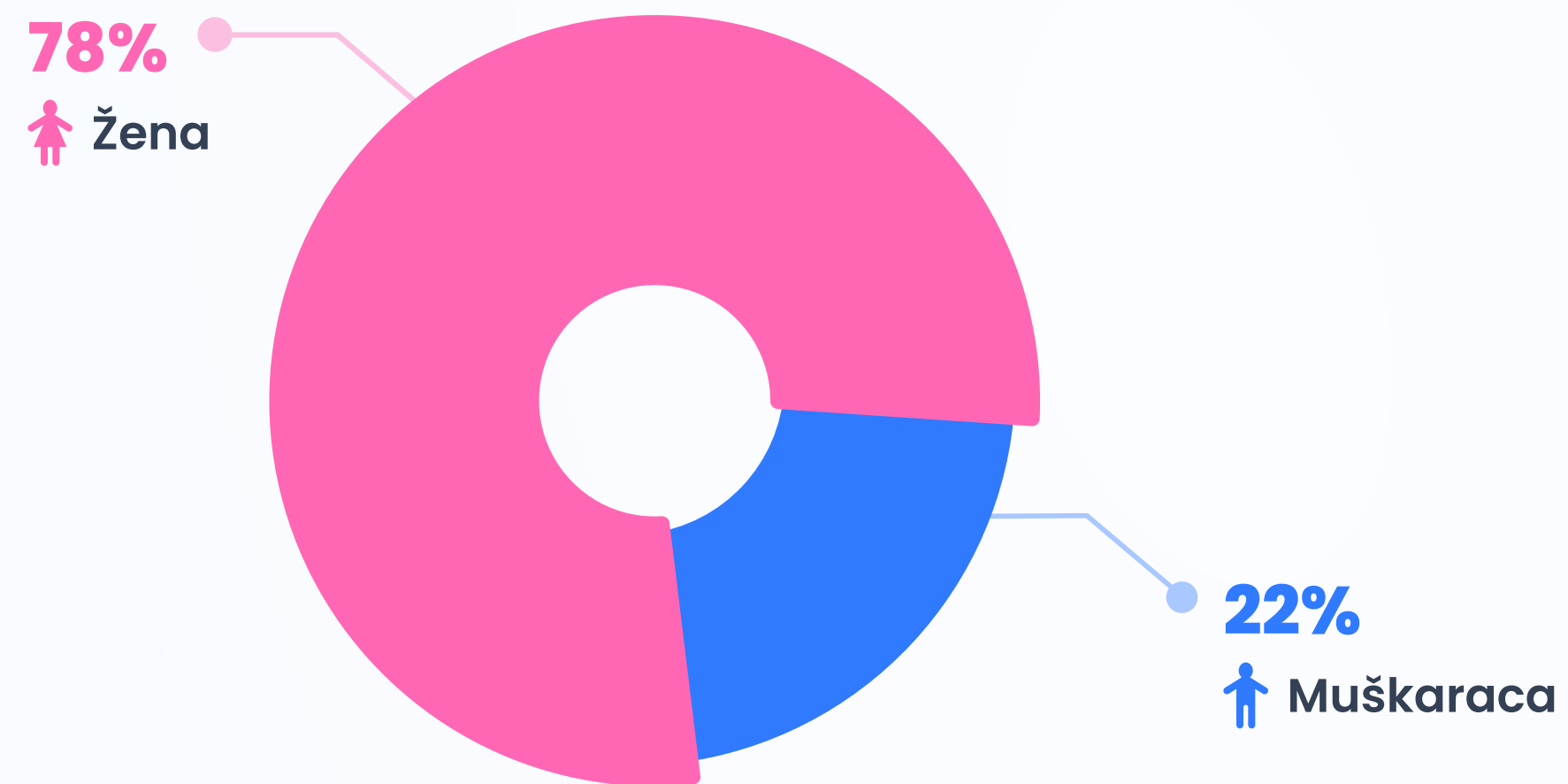




Demografija

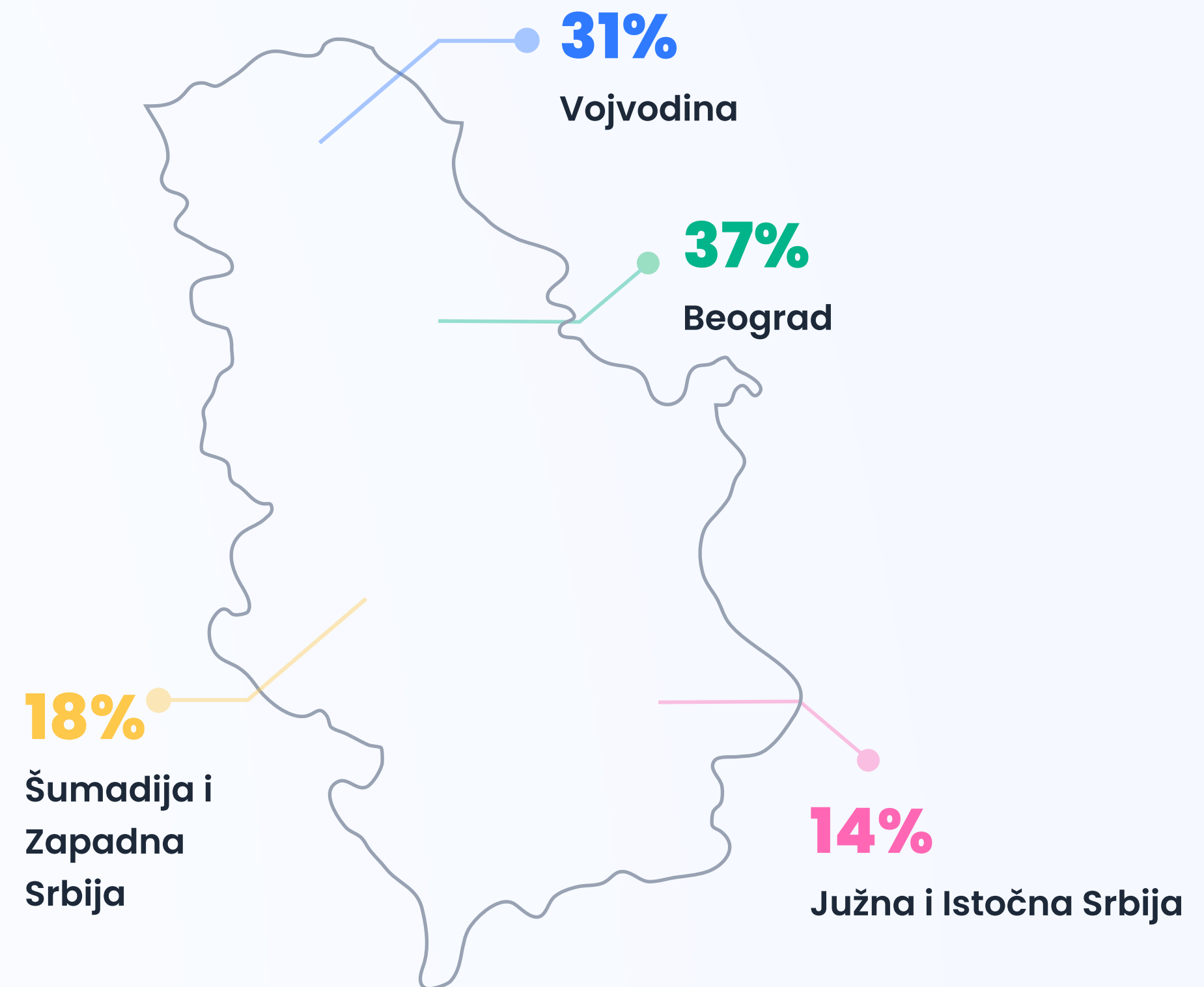
Pol

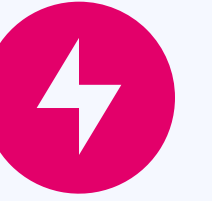
Žene čine većinu uzorka.



Region

Beograd i Vojvodina su najviše zastupljeni u odnosu na ostatak Srbije.

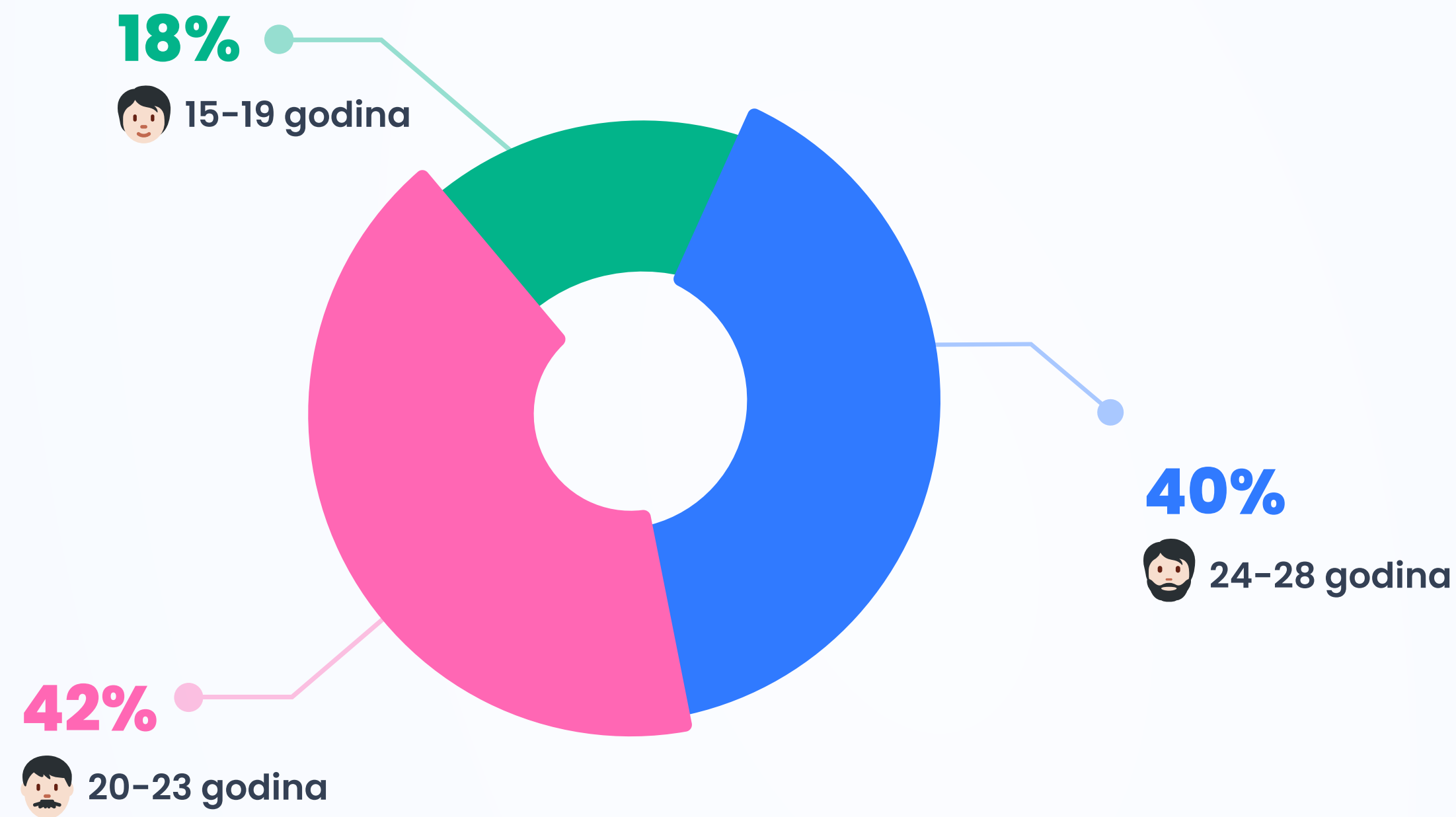




Demografija

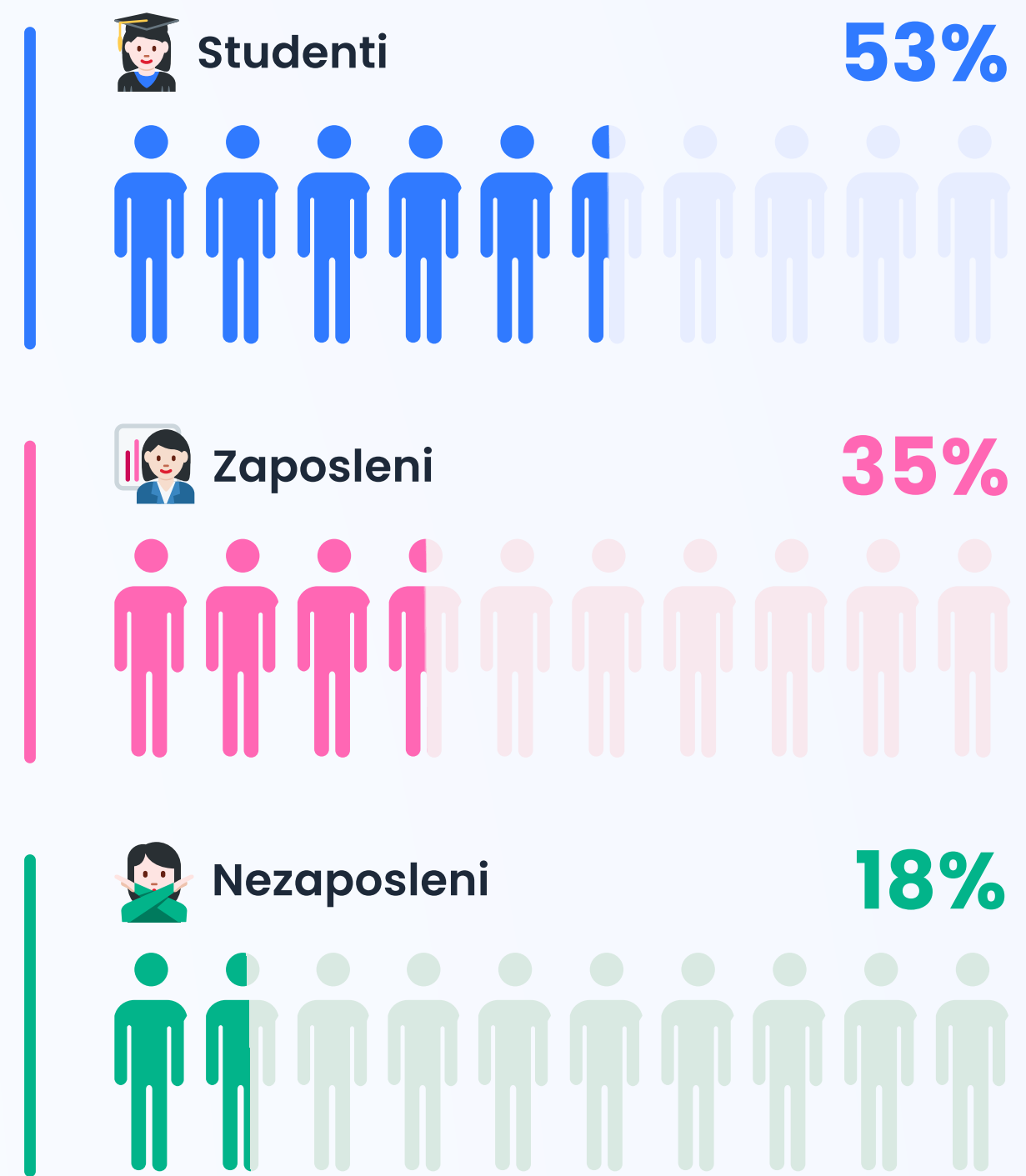
Starost

Najmanji deo uzorka čine srednjoškolci.



Status

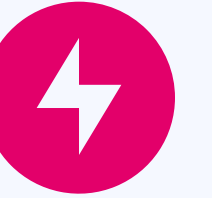
Više od polovine uzorka su studenti, a deo njih je i zaposleno.



Šta žele
mladi?
Gen Z pogled
na karijeru i
tržište rada



Šta nakon srednje?



 **67%** srednjoškolaca **planira da upiše fakultet/višu školu**

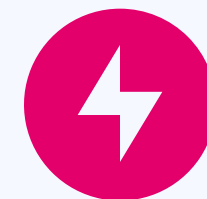
iako

 **73%** misli da **fakultetske diplome nisu dovoljno cenjene**

7 od **10** je **optimistično** po pitanju svoje **buduće karijere**

2/3 mladih **smatra da poseduju adekvatna znanja** u vezi željenog posla i karijernog puta

Tranzicija iz obrazovanja u svet rada



Kako mladi vide tranziciju?

“Država i sistem treba u većoj meri da pruže podršku i bolje uslove za mlade osobe i njihove karijere.”

94% mladih

73% prelazak smatra stresnim

Glavni izvori stresa su:

Neodlučnost u vezi sa izborom zanimanja
39%

Nedostatak organizacionih veština
37%

Sumnja u izbor fakulteta/više škole
29%

6 od 10 nezadovoljno podrškom sistema

Glavni izvori nezadovoljstva:

Teškoća u pronalasku posla
61%

Neadekvatna novčana naknada
53%

Nedovoljna priprema za tranziciju
48%



Izazovi

- Nedostatak informacija o karijernim opcijama
- Loša povezanost obrazovanja i tržišta rada.



Prilike

Organizovati obuke za pisanje CV-a, simulaciju intervjua i obezbediti plaćene prakse.

Tranzicija iz obrazovanja u svet rada



Polne razlike

- Žene smatraju tranziciju **stresnijom** u odnosu na muškarce.



- Muškarci **manje nezadovoljni** podrškom sistema u odnosu na žene.



Starosne razlike

15-19 godina:

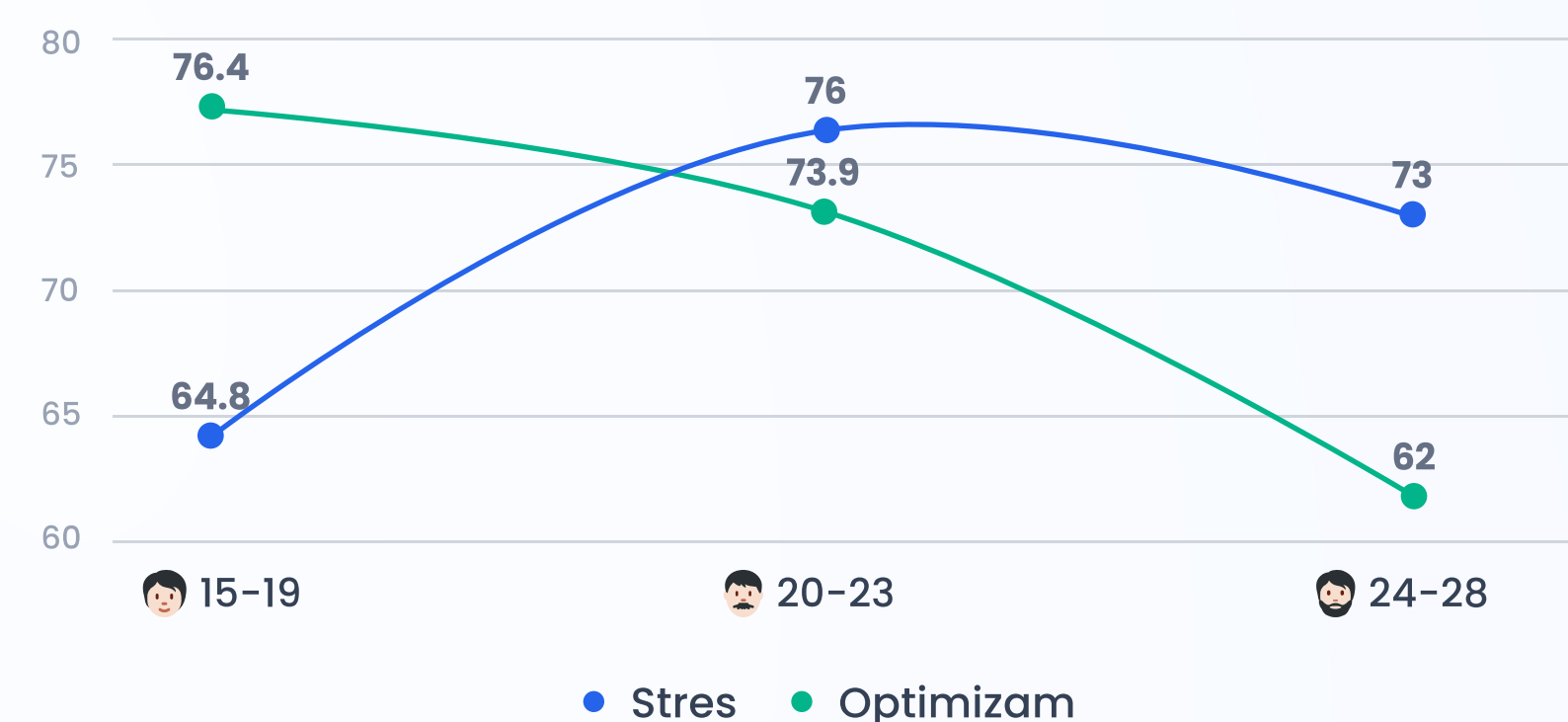
Nizak nivo stresa povodom karijere, glavna briga im je upis na željeni fakultet i dilema "školovanje ili zaposlenje", ali imaju više optimizma o budućoj karijeri.

20-23 godine:

Počinju da osećaju pritisak u vezi sa izborom karijere i nedostatkom iskustva.

24-28 godina:

Veći stres zbog usklađivanja posla i karijernih očekivanja, a optimizam znatno opada.



Regionalne razlike

Južna i Istočna Srbija:

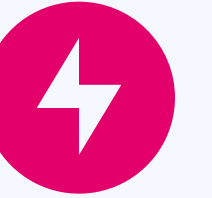
Najniža percepcija stresa tokom prelaska iz obrazovanja u profesionalni svet.

Šumadija i Zapadna Srbija:

Najveći procenat stresa.



Očekivanja mladih od poslodavaca



Šta je mladima važno?

Adekvatna finansijska nadoknada



Dobri međuljudski odnosi



Balans posla i slobodnog vremena



Stabilnost radnog mesta



Benefiti u skladu sa učinkom



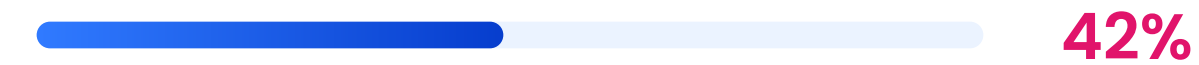
8 od **10** mladih smatra da poslodavci moraju više da cene zaposlene bez iskustva.

“Nakon završenog školovanja, treba da postoji mogućnost da se odmah zaposlim.”

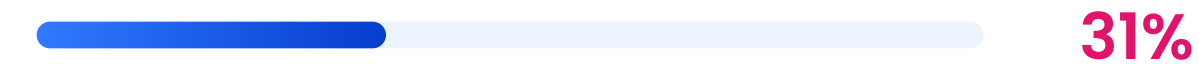
92% mladih

48% zaposlenih bi promenilo trenutni posao zbog:

Niskih primanja



Nemogućnosti napredovanja



Izazovi

Nepodudarnost između očekivanja mladih i ponude poslodavaca.



Prilike

- Jasna komunikacija radnih uslova i benefita.
- Razviti programe mentorstva i prilike za napredovanje
- Prilagoditi ponude u skladu sa očekivanjima i potrebama mladih

Plate i karijera



Šta mladi očekuju u vezi plata?

Početna prosečna plata : **89.345** RSD.

Željena prosečna plata: **172.963** RSD.

Polne razlike



Starosne razlike



Regionalne razlike



Preferencije mladih



Preferirane oblasti rada:

- IT
- Marketing
- Ekonomija/menadžment

Preferirani tip kompanije:

- Kompanije srednje veličine
- Velike korporacije

Polne razlike

Muškarci:

- Veće interesovanje za **tehničke oblasti**, poput IT sektora i inženjeringa.
- Više sklonosti ka **preduzetništvu**, posebno kroz rad u start-up-ovima.

Žene:

- Više se interesuju za oblasti poput **marketinga, menadžmenta, i socijalnih nauka**.
- Preferiraju rad u **srednje velikim** i velikim kompanijama, manje u start-up okruženju.

Regionalne razlike

Beograd i Vojvodina:

Veće interesovanje za rad u **privatnom sektoru** i međunarodnim kompanijama i više mladih preferira IT sektor i marketing.

Južna i Istočna Srbija, Šumadija i Zapadna Srbija:

Više interesovanja za rad u **državnim institucijama** i više fokusirani na **tradicionalne oblasti rada**, poput javne administracije, prosvete, i poljoprivrede.
Niže interesovanje za start-up-ove ili preduzetništvo.



Izazovi

Postoji značajan jaz između interesovanja za moderne sektore (IT, marketing) i kapaciteta lokalnih tržišta u manjim regionima.



Prilike

- Podsticati digitalizaciju i razvoj modernih sektora u manjim gradovima.
- Usmeriti mlade ka start-up ekosistemima kroz edukativne i mentorske programe.

Odlazak iz zemlje

57% razmišlja o preseljenju u inostranstvo

 Glavna motivacija za odlazak:

Kvalitet života



Dobre plate



Prilika za razvoj karijere



Regionalne razlike

Beograd:

Niži procenat onih koji razmišljaju o odlasku u inostranstvo.

Južna i Istočna Srbija:

Najveći procenat mladih koji razmišljaju o odlasku.

Starosne razlike

Oni uzrasta 🧑🧒 15-23 godina su spremniji da odu iz zemlje u poređenju sa 🧑 24-28 godina.



Izazovi

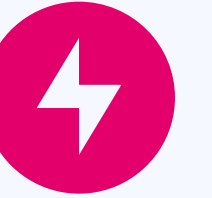
Regije sa nižim ekonomskim potencijalom (Južna i Istočna Srbija, Šumadija i Zapadna Srbija) zahtevaju dodatne inicijative.



Prilike

- Podsticanje razvoja lokalne ekonomije.
- Saradnja sa državnim institucijama za povećanje mogućnosti zapošljavanja.
- Posebni programi za zadržavanje talenata i smanjenje migracije mladih.

Employer branding kompanija



Mladima su najvažnije vrednosti:

Poštovanje zaposlenih



Dobrobit zaposlenih



66% ne bi radilo za kompaniju čiji imidž ne odgovara stvarnim uslovima rada.

46% bi pristalo da radi za manju platu u kompanijama koja neguju prave vrednosti.

68% mladih ne pohada dodatne kurseve za unapređenje znanja.

74% navodi da im je važna društvena odgovornost kompanije.

A ipak,

8 od 10 smatra da su meke veštine ("soft skills") potrebne za rad u kompanijama.

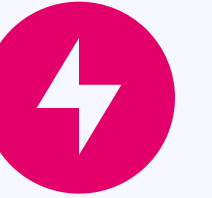


Prilike

- Komunicirati vrednosti kroz konkretne aktivnosti i transparentne benefite.
- Pružiti podršku za učenje stranih jezika i tehničkih veština i organizovati treninge u oblasti "mekih" veština
- Učešće predstavnika kompanija u humanitarnim aktivnostima i uključivanje zaposlenih u društveno odgovorne projekte

Šta smo saznali?





Zaključci istraživanja

Tranzicija iz obrazovanja u posao

- 73% mladih smatra prelazak stresnim.
- Glavni izazovi:
 - a. Izbor zanimanja (39%).
 - b. Organizacione veštine (37%).

Prilika: Kreirati jasne informativne resurse o zanimanjima i karijernim putevima, uz praktične radionice za razvoj veština.

Očekivanja od poslodavaca

- Adekvatna plata (97%), dobri međuljudski odnosi (95%), stabilnost (94%).
- 48% zaposlenih bi promenilo posao zbog niskih primanja.

Prilika: Fokusirati se na ponudu konkurentnih plata i mogućnosti napredovanja, uz građenje timske kulture.

Plate i karijera

- Početna plata: 89.345 RSD.
- Željena plata: 172.963 RSD.
- Stariji (24-28) imaju realnija očekivanja od mladih (15-19).

Prilika: Uvesti transparentne platne razrede i jasno komunicirati mogućnosti povećanja plata na osnovu učinka.

Employer branding

- 74% mladih smatra društvenu odgovornost kompanije važnom.
- 66% ne bi radilo u kompaniji s lošim imidžom.

Prilika: Promovisati društveno odgovorne projekte i uključiti mlade u humanitarne inicijative kao deo korporativne kulture.

Preferencije u radu

- Najpoželjnije oblasti: IT, marketing, menadžment.
- Muškarci više preferiraju tehničke oblasti, žene kreativne industrije.

Prilika: Usmeriti mlade ka sektorima s rastućim kapacitetima kroz digitalizaciju i partnerske programe sa lokalnim firmama

Odlazak iz zemlje

- 57% mladih razmatra preseljenje u inostranstvo.
- Glavni motivi: kvalitet života (78%), plate (76%).

Prilika: Poboľjšati lokalne uslove rada i obezbediti benefite koji konkurišu inostranim opcijama.