

Pokolenie Z – czego oczekuje od pracodawców?

Pokoleniem Z najczęściej określa się osoby urodzone pomiędzy 1995 r. a 2012 r. To młoda część społeczeństwa, która dopiero rozpoczyna swoją karierę zawodową i stopniowo wkracza na rynek pracy. Jednocześnie są to pierwsi ludzie dorastający we w pełni scyfryzowanym społeczeństwie. Co wyróżnia przedstawicieli pokolenia Z? Jakiej mają motywacji do pracy i czego oczekują od pracodawców?

Jak podkreślono w [raporcie PARP „Rynek pracy, edukacja, kompetencje” z kwietnia 2023 r.](#), przedstawiciele pokolenia Z ponad karierę i osiągnięcie sukcesów zawodowych stawiają cele związane z życiem prywatnym, w tym realizację własnych pasji i zamiłowań. Oczekują, że praca nie będzie im przeszkadzać w osiągnięciu tych celów, a wręcz przeciwnie, będzie stanowił czynnik ułatwiający ich osiągnięcie, np. poprzez umożliwienie podróżowania, rozwijanie zainteresowań, rozwój osobisty, czy też prowadzenie działań obywatelskich.

Jakie wartości cenią przedstawiciele pokolenia Z?

Do wartości najbardziej cenionych w życiu przez reprezentantów generacji Z można zaliczyć: szczęście (62%), rodzinę (60%), możliwość realizowania pasji (56%), ekologię (51%), niezależność/wolność (51%), zdrowie (44%) i miłość (37%). Są to zatem wartości niezwiązane ze sferą zawodową. Reprezentanci pokolenia Z oczekują od swoich pracodawców, iż będą oni podzielali ich system wartości, wykazywali zrozumienie dla ich priorytetów życiowych, a także wspierali pracowników w ich działalności pozazawodowej: społecznej, obywatelskiej, charytatywnej.

Wśród wartości, będących elementem kultury organizacyjnej miejsca pracy, które mają dla respondentów największe znaczenie, wskazywano: sprawiedliwość (62%), szacunek (59%), tolerancję (55%), równouprawnienie (49%), uczciwość (44%) i wolność (37%). Wśród czynników mogących zniechęcić „zetkę” do podjęcia starań o zatrudnienie u danego pracodawcy istotne miejsce zajmuje niezgodność misji firmy z osobistymi wartościami kandydata do pracy (63% odpowiedzi). Więcej wskazań uzyskała jedynie odpowiedź „niejasny profil stanowiska” (71%). Na kolejnych miejscach znalazły się: duża konkurencja (43%), brak w ogłoszeniu o pracę informacji o warunkach pracy (40%) i negatywne opinie o organizacji (33%).

Przedstawiciele pokolenia Z deklarują głęboką potrzebę tworzenia i rozwijania relacji społecznych w miejscu pracy, jak również konieczność opierania tych relacji na zasadach etyki, wzajemnej otwartości, szacunku i porozumienia. Wśród cech i zachowań, które ankietowani cenią najbardziej u swojego pracodawcy, znalazły się: okazywanie szacunku (66% wskazań), indywidualne traktowanie (55%), życzliwość (54%), tolerancyjność (49%), gotowość do pomocy (45%), otwartość (42%) i partnerskie traktowanie (39%).

Wśród najczęściej wskazywanych branż, w których przedstawiciele generacji Z chcieliby pracować w przyszłości, znalazły się: nowe technologie (29%), muzyka (25%), gry wideo (25%), moda (22%), sport (22%), informatyka (21%) i media (20%).

Czym charakteryzują się Zetki?

Jak wynika z raportu „Pokolenia na polskim rynku pracy” autorstwa Grafton Recruitment Polska, najbardziej rozpoznawalną cechą Zetek jest zdolność uczenia się i sprawnego przyswajania wiedzy (niemal 45% wskazań). Doskonale odnajdują się w zespołach, a na co dzień są skupieni i nastawieni na realizację celu. 58,6% przedstawicieli pokolenia Z lubi swoją pracę.

Pracodawcy, charakteryzując pokolenie Z, najczęściej wskazywali na częste zmiany pracy (82%) oraz potrzebę zachowania work-life balance. Ponad 63% pracodawców docenia, że Zetki szybko się uczą i doskonale integrują z zespołem (niemal 48% wskazań). Najniżej na liście znalazła się lojalność wobec aktualnego miejsca pracy (1% wskazań). Według badania pokolenie Z pracuje w jednym miejscu średnio 1,1 roku.

Dla Zetek dobra atmosfera (56,3%) jest ważniejsza niż wysokie wynagrodzenie (50,6%). Trzecią, najczęstszą odpowiedzią okazała się stabilność zatrudnienia (48,3%). Ważna jest dla nich również możliwość rozwoju (44,8%). Zgodność wykonywanego zawodu z wykształceniem, a także kultura organizacyjna w firmie mają dla nich najmniejsze znaczenie.

Dla przedstawicieli pokolenia Z bardzo ważne jest również zdrowie psychiczne – z badania PwC wynika, że 45% młodych Polaków nie akceptuje wysokiego poziomu stresu w życiu zawodowym.

Zarządzanie wielopokoleniową organizacją jest ogromnym wyzwaniem dla współczesnych menadżerów. Każde pokolenie różni się podejściem do pracy, potrzebami i wyznawanymi wartościami. Bardzo ważne jest stworzenie warunków zapewniających efektywną współpracę pomiędzy przedstawicielami różnych generacji, aby móc w pełni wykorzystać ich potencjał.