



Fot. Canva

POKOLENIE Z MĄ SWOJE WYMAGANIA, ALE MA TEŻ W SOBIE DUŻY POTENCJAŁ? (2)

O pokoleniu Z mówi się i pisze sporo. Także o tym, jak ta generacja zachowuje się na rynku pracy, czego oczekuje od pracodawców, ale również, jak jest przez pracodawców oceniana. W polskich firmach i instytucjach publicznych najmłodszych pracowników, urodzonych po roku 1995, już jest bardzo dużo i z roku na rok będzie ich przybywać.

Co więc warto o nich wiedzieć?

W poprzednim odcinku pisaliśmy głównie o tym, jak „zetki” - przypomnijmy raz jeszcze, pokolenie urodzonych w latach 1995 -2012 - są postrzegane. Teraz sprawdzimy, jaki portret tego pokolenia wychodzi ze szczegółowych badań. A okazja ku temu jest bardzo dobra, ponieważ kilka miesięcy temu ukazał się raport „Work War Z” przygotowany



przez Platformę Enpulse (zmotywowani.pl), specjalizującą się w badaniu zaangażowania pracowników. To duży, ogólnopolski projekt badawczy, oparty na odpowiedziach udzielonych przez ok. 12 tys. osób należących do tej grupy pokoleniowej, przygotowany we współpracy ze Służbą Cywilną, biznesem i naukowcami z 18 uczelni wyższych, na czele ze Szkołą Główną Handlową – partnerem projektu.

Liczy się pieniądz

Co dla „zetek” decyduje o wyborze pracodawcy? Tu zaskoczenia wielkiego nie ma: przede wszystkim zarobki, które w końcu w każdej grupie pokoleniowej mają duże znaczenie. Na wynagrodzenie wskazało 47 proc. ankietowanych. Dla 13 proc. najważniejsze były możliwości rozwoju, a dla 12 proc. równowaga między pracą a życiem prywatnym, czyli wspomniany już w pierwszej części work-life balance. Nasatysfakcję z pracy wskazało 9 proc. badanych.

Podobnie jest z priorytetami zawodowymi: najczęściej ankietowani wskazywali na zarobki i benefity (41 proc), na możliwości rozwoju zawodowego wskazało 15, na elastyczne formy zatrudnienia 14 proc. badanych, a na przyjazną atmosferę w pracy - 10 proc.

Bardziej zaskoczyć mogą wyniki dotyczące preferowanej formy zatrudnienia, bo mimo całej tej elastyczności, o której w kontekście pokolenia Z tak dużo się mówi, znakomita większość, aż 74 proc. stawia na stabilność, czyli umowę o pracę. 16 proc. woli własną działalność gospodarczą a 10 proc. inne formy. W zawężonej podgrupie „zetek”, które pracują, ale już nie uczą się i nie studiują, na „stary, dobry” stały etat, stawia aż 80 proc.

I choć stałe zatrudnienie oznacza dość mocny

związek pracownika ze swym miejscem pracy, „zetki” to już nie jest pokolenie, które by szczególnie mocno identyfikowało się z pracą. Dość powiedzieć, że misja i wartości firmy są kluczowymi kryteriami wyboru pracodawcy zaledwie dla... 1 proc. ankietowanych.

Niech szef pomoże!

Zaangażowanie w pracę – to „zetki” doceniają, ale bez przesady. Połowa badanych wskazała, że zaangażowanie jest ważne, ale nie kluczowe, mniej – bo 41 proc. uznało, że zaangażowanie jest bardzo istotne.

Ciekawe są też oczekiwania wobec przełożonych. Jaki powinien być szef idealny, jakimi cechami się wyróżniać? Otóż najczęściej (43 proc.) uczestnicy sondażu wskazywali, że szef powinien być przede wszystkim... wspierający i dostępny. Jak to ujął jeden z ekspertów cytowanych w raporcie: „Młodzi pracownicy oczekują, że ich przełożeni będą nie tylko wyznaczać cele, ale również pomagać w ich realizacji”. 16 proc. wskazało, że szef powinien przede wszystkim jasno wyznaczać cele, po 10 proc. wskazało na to, że powinien być „motywujący”, „nastawiony na relacje” (ceniący dobrą atmosferę w pracy i nastawiony na dobre relacje w zespole) oraz „dający dużą swobodę”, tylko 6 proc. wskazało, że powinien być wymagający.

A co z „zetek” wyrośnie? Jakimi będą pracownikami za 10 czy 15 lat, gdy sami coraz częściej stawiać się będą szefami? Czas pokaże.