

Monika Piotrowska

e-mail: 178123@student.ue.wroc.pl

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Oczekiwania pokolenia Z wobec rynku pracy w zakresie warunków zatrudnienia

DOI: 10.15611/2023.69.5.01

JEL Classification: E24

Streszczenie: Pokolenie Z jest pierwszym pokoleniem rozwijającym się w dobie Internetu. Procesy globalizacji, nowe technologie, nowoczesna komunikacja czy media społecznościowe to dla tej generacji codzienność, do której jest przyzwyczajona. Warto zatem poznać charakterystykę i oczekiwania pokolenia Z, aby zrozumieć przebieg zmian na rynku pracy w XXI wieku i przygotować się do współpracy z jego reprezentantami. Celem niniejszego artykułu jest wskazanie cech optymalnego modelu zatrudnienia zgodnego z potrzebami młodych ludzi na rynku pracy w Polsce. Autorka przedstawiła w tekście oczekiwania wobec zatrudnienia młodych ludzi, wyciągając wnioski z własnych badań przeprowadzonych na próbie badawczej reprezentującej przedstawicieli pokolenia Z.

Słowa kluczowe: pokolenie Z, zatrudnienie, optymalny model zatrudnienia, rynek pracy

1. Wstęp oraz charakterystyka pokolenia Z

Przedstawiciele poszczególnych generacji na rynku pracy może cechować zróżnicowane podejście do wykonywania swoich obowiązków, wyznawanie odmiennych wartości czy preferowanie zatrudnienia na podstawie różnych form zatrudnienia. Według definicji Eurostatu pokolenie Z reprezentują osoby urodzone w latach 1995–2010 (Eurostat, 2019). Zważywszy na problemy globalizacyjne, nowoczesne technologie i innowacje, które dzieją się w naszym życiu, warto poznać potrzeby i oczekiwania młodych ludzi dotyczące zatrudnienia, odpowiadając na pytanie: „Jakie cechy powinien posiadać optymalny model zatrudnienia według pokolenia Z?” (Balcerowicz-Szkutnik, 2015). Celem niniejszego opracowania jest wskazanie cech optymalnego modelu zatrudnienia zgodnego z potrzebami młodych ludzi na rynku pracy w Polsce.

Przeglądając literaturę przedmiotu, można się spotkać z następującymi określeniami pokolenia Z: „pokolenie *multitasking*”, „stracone pokolenie”, „generacja teleinformatyczna”, jak również „pokolenie C” (*connected*). Ostatnie z określeń pochodzi od angielskiego słowa oznaczającego „połączony”. To nawiązanie do ciągłego kontaktu młodych ludzi z mediami społecznościowymi (Twitter, Facebook, Instagram itp.). Takie zachowania można łączyć z rozwojem teleinformatycznym, a także z modą na stałe posiadanie przy sobie telefonu komórkowego (Rogozińska-Pawełczyk, 2014).

Pokolenie Z reprezentują zarówno osoby małoletnie, poniżej 16 roku życia, jak i osoby między 16 a 18 rokiem życia, które na rynku pracy są nazywane pracownikami młodocianymi, a także młodzi ludzie do 27 roku życia, czyli osoby stawiające pierwsze kroki na rynku pracy. Niektórzy kształcą się jeszcze na studiach wyższych czy w technicach, inni zaś już zakończyli swoją edukację. Większość z nich nie posiada jeszcze doświadczenia związanego z zawodem, który chcieliby wykonywać. Tylko nieliczni mają niewielkie doświadczenie wynikające z uczestnictwa w życiu firmy podczas praktyk i płatnych stażów zawodowych.

Wśród cech charakterystycznych opisujących osoby reprezentujące pokolenie Z można wyróżnić kreatywność i otwartość na nowe rozwiązania. Ponadto przedstawiciele tego pokolenia uwielbiają swobodę i niezależność. Mają problem z utrzymaniem koncentracji oraz radzeniem sobie z krytyką. Często są również niecierpliwi, pragną otrzymać informację zwrotną od ręki, co nie zawsze jest możliwe (Rogoziańska-Pawelczyk, 2014). Takie osoby bardzo materialistycznie podchodzą do życia. Dodatkowo młode osoby są pełne obaw dotyczących swojej przyszłości. Nie wiedzą, czym chciałyby się zajmować, gdzie pracować, do jakich celów dążyć. Ponadto problemy współczesnego świata nie pomagają im w doborze odpowiedniej drogi życia zawodowego. Mowa tutaj między innymi o wprowadzeniu stanu zagrożenia epidemiologicznego związanego z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2, jak również o wojnie w Ukrainie. Wszystkie te okoliczności utwierdzają młodych ludzi w przekonaniu, że nie wiadomo, czego można się spodziewać jutro od życia i otoczenia, w którym żyjemy. Te realia odcisnęły ogromne piętno na rynku pracy, jak również na rynku nieruchomości. Młodzi ludzie, szukając stałej pracy, chcąc się usamodzielnic i wynająć bądź kupić małą nieruchomość, spotkali się z ogromnymi problemami, które nie tylko teraz dają się we znaki, ale również będą się pojawiać w najbliższym czasie.

Osoby z pokolenia Z cenią sobie rozwój osobisty, warto jednak zwrócić uwagę, że nie jest to rozwój długotrwały, a bardziej jednorazowy – „już teraz, w tym momencie”. Edukacja *on-line* utwierdziła ich w przekonaniu, że mogą mieć wszystko „od ręki”, kiedy tylko chcą. Bardziej od wiedzy ogólnej preferują doświadczenie i wiedzę specjalistyczną w danej dziedzinie, dlatego od współczesnych pracodawców oczekują, oprócz godziwego wynagrodzenia, również możliwości rozwoju i awansu (Wiktorowicz i in., 2016).

„Generacja Z to grupa mająca silną potrzebę przebywania w grupie, otaczania się przyjaciółmi” (*Gen Z: Jak zrozumieć...*, 2019). Oznacza to, że dla osób z tego pokolenia przy dobrym wynagrodzeniu i rozwoju, równie ważna jest istniejąca atmosfera w zakładzie pracy. Dobre stosunki panujące między pracownikami, a także między pracownikami i przełożonymi sprawiają, że młodym ludziom łatwiej wykonywać swoje obowiązki i cieszyć się z życia zawodowego. Dla wielu z nich praca powinna być jednocześnie pasją, dzięki temu czują się spełnieni i lepiej wykonują powierzone im zadania. Ponadto przyjemna atmosfera w pracy wiąże się z brakiem stresu w miejscu pracy, a stresujące sytuacje, wykonywanie obowiązków pod presją czasu powodują, że młodzi z pokolenia Z nie będą zwolennikami kontynuowania takiej pracy.

2. Wyniki własnych badań

W dniach od 20 do 30 marca 2022 roku przeprowadzono badanie ankietowe wśród kobiet i mężczyzn reprezentujących pokolenie Z (*Optymalny model zatrudnienia...*, 2022). Kwestionariusz został udostępniony w postaci adresu do strony internetowej poprzez media społecznościowe w grupach zrzeszających reprezentantów pokolenia Z. Losowa próba badawcza udzieliła odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu. Na potrzeby badania uzgodniono podział pokolenia Z według Eurostatu, czyli rozpoczynając od osób urodzonych po 1995 roku, a kończąc na osobach urodzonych w 2010 roku. Ponieważ legalnie można wykonywać pracę po ukończeniu 16 lat, do badań w ankiecie przystąpić mogły osoby między 16 a 27 rokiem życia. Powyższa klasyfikacja różni się od klasyfikacji Głównego Urzędu Statystycznego, która uwzględnia osoby urodzone po 2000 roku. Badania objęły przede wszystkim uczniów szkół średnich i studentów zamieszkujących obszar Polski.

Tabela 1. Szczegółowa charakterystyka próby badawczej

Wyszczególnienie	Warianty odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi	Procent w ogóle odpowiedzi
Płeć	Kobieta	114	69,9
	Mężczyzna	49	30,1
Wiek	16-18	6	3,7
	18-22	50	30,7
	23-25	61	37,4
	25-27	30	18,4
	28 i powyżej	16	9,8
Miejsce zamieszkania	Wieś	36	24,49
	Miasto do 50 tys. mieszkańców	24	16,33
	Miasto od 50 do 100 tys. mieszkańców	46	31,29
	Miasto od 100 do 250 tys. mieszkańców	13	8,85
	Miasto powyżej 250 tys. mieszkańców	28	19,04
Wykształcenie	Uczeń/uCzennica szkoły ponadgimnazjalnej	13	8,8
	Student/-ka – studia licencjackie, inżynierskie	60	40,8
	Student/-ka – studia magisterskie	47	32,0
	Nie uczę się	27	18,4

Źródło: opracowanie własne.

Osoby wchodzące w zakres losowo wybranej próby badawczej, które wzięły udział w badaniu ankietowym, odpowiedziały na pytania dotyczące aktualnych warunków i form zatrudnienia oraz z zakresu przyszłych preferencji związanych z zatrudnieniem.

Kwestią podjętą w trakcie badań była wysokość wynagrodzenia netto. Uzyskane wyniki były tu dosyć rozbieżne. Respondentów scharakteryzowano ze względu na wielkość wynagrodzenia w trzech przedziałach: między 2001 a 3000 zł, między 3001 a 4000 zł, między 4001 a 5000 oraz powyżej 5001 zł do 8000 zł. Badając optymalną wielkość wynagrodzenia netto, można zauważyć, że do 3000 zł chciałoby zarabiać tylko 3,4% ankietowanych. Najwięcej badanych – 42,9% – preferuje wielkość wynagrodzenia netto między 5001 a 8000 zł. Porównując te dane z danymi statystycznymi GUS-u, od razu można zauważyć, że wielkość optymalnego wynagrodzenia netto, które chciałyby otrzymywać na konto bankowe osoby z pokolenia Z, jest większa niż wartość przeciętnego wynagrodzenia brutto w 2020 roku (5167,47 zł). Młodzi ludzie z pokolenia Z oczekują szybkiego wzrostu wynagrodzenia oraz dużych dochodów, o czym świadczą wyniki badań. Warto jednak pamiętać, że to wynagrodzenie nie jest osiągalne tak szybko w każdym zawodzie.

Zaskakujące były odpowiedzi respondentów na pytania dotyczące tradycyjnych i elastycznych form zatrudnienia. Respondenci wykazali się posiadaniem największej wiedzy na temat zalet i wad oraz szczególnych cech umowy o pracę na czas nieokreślony i określony oraz umowy zlecenia. Co może być zdumiewające w dobie szybkiego dostępu do informacji, reprezentanci pokolenia Z nie posiadają dostatecznej wiedzy na temat nowoczesnych form zatrudnienia. Najmniejszą wiedzą wykazali się na temat pracy portfelowej, job sharingu oraz employee sharingu.

2. Oczekiwane warunki zatrudnienia przez reprezentantów pokolenia Z

Na podstawie wyników przeprowadzonego badania (*Optymalny model zatrudnienia...*, 2022) można określić warunki zatrudnienia oczekiwane obecnie przez reprezentantów pokolenia Z. Tabela 2 przedstawia cechy opisujące preferowany model zatrudnienia. Odpowiadając na pytania zawarte w badaniu, respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź. W opracowaniu ujęte są tylko te odpowiedzi, które uzyskały największą liczbę wskazań.

Tabela 2 pozwala wskazać najbardziej pożądane cechy modelu zatrudnienia dedykowanego pracownikom z pokolenia Z na podstawie badań przedstawicieli reprezentujących tę populację. W celu wyciągnięcia wniosków dotyczących całej populacji, należałoby przeprowadzić badania na większej grupie badawczej, niemniej jednak uzyskane odpowiedzi dostarczyły ciekawych informacji.

Przeprowadzone w ostatnim czasie badania pokazały, że praca zdalna jest bardzo pozytywnie postrzegana przez pracowników i pracodawców (*Raport Antal i Corees Polska...*, 2021). W szczególności należy wyróżnić „Raport: Stan pracy hybrydowej

Tabela 2. Model obecnych oczekiwań dotyczących warunków zatrudnienia pokolenia Z

Cecha	Optymalne rozwiązanie (w %)
Forma zatrudnienia	<ul style="list-style-type: none"> Najbardziej pożądana: umowa o pracę na czas nieokreślony (68,71) Najmniej pożądana: umowa agencyjna (70,75)
Forma świadczenia pracy	<ul style="list-style-type: none"> Stacjonarna w miejscu pracy (49%) Hybrydowa – część dni stacjonarnie, a część zdalnie (42,2)
Charakter stanowiska pracy	<ul style="list-style-type: none"> Wykonawczy – praca o charakterze mieszanym, tj. fizyczno-umysłowym (25,9)
Optymalna wysokość wynagrodzenia netto	5001-8000 zł (42,9)
System czasu pracy	Elastyczne godziny pracy (47,6)
Godzina rozpoczęcia pracy	Między 7.00 a 8.00 (36,7)
Wymiar czasu pracy	Pełny: 8h (74,1)
Wielkość firmy	Małe firmy zatrudniające od 10 do 49 osób (34)
Wielkość miejscowości, w której pokolenie Z chciałoby pracować	Miasto do 100 tys. mieszkańców (38,8)
Najważniejsze czynniki decydujące o satysfakcji z pracy zawodowej	<ul style="list-style-type: none"> Przyjazna atmosfera (70,7) Wysokie (atrakcyjne) zarobki (57,8) Stabilność zatrudnienia (43,5)

Źródło: opracowanie własne.

w Polsce – doświadczenia i oczekiwania pracowników” (Deloitte, 2022). Stąd za zaskakujące uznać należy odpowiedzi otrzymane w ramach badania „Optymalny model zatrudniania według opinii pokolenia Z” (2022) udzielone przez reprezentantów pokolenia Z, z których wynika, że zdalnie chciałoby pracować tylko 8,8% ankietowanych. Pracę stacjonarną preferuje 49% badanych, a pracę hybrydową – 42,2% respondentów. Analizując predyspozycje młodego pokolenia do korzystania z internetowych udogodnień, łatwo można by wysnuć wnioski, że to właśnie oni będą głównym reprezentantem pracowników chcących pracować z własnego domu lub z innego dowolnego miejsca na świecie.

Analizując miejsce zamieszkania respondentów oraz ich preferencje co do wielkości miejscowości, w której chcieliby podjąć zatrudnienie, widać zależność, która charakteryzuje się wzrostem zainteresowania pracą w miastach do 100 tys. mieszkańców oraz powyżej 250 tys. mieszkańców. Niewiele osób wskazuje również zainteresowanie pracą w miastach do 250 tys. mieszkańców w porównaniu z liczbą osób je zamieszkujących. Ponadto 46,9% ankietowanych zarabia w tej chwili do 3000 zł, a 20,4% ankietowanych uzyskuje wynagrodzenie w przedziale 3001-4000 zł oraz powyżej 4000 zł. Mogłoby się wydawać, że młodzi ludzie mają wystarczająco dużą wiedzę na temat nowoczesnych rozwiązań, posiadając tak ogromny dostęp do różnorodnych stron internetowych, portali i raportów oferujących informacje na ten temat.

3. Zakończenie

Zdaniem autorki przedsiębiorcy planujący zatrudnienie przedstawicieli młodego pokolenia powinni zwrócić uwagę na ich potrzeby oraz wyzwania dotyczące optymalnego modelu zatrudnienia. Pracodawcy powinni:

- Dokonywać systematycznych badań preferencji swoich pracowników oraz potencjalnych pracowników i ustalać, w jaki sposób chcieliby wykonywać swoje obowiązki służbowe, co ich motywuje do pracy, a co przeszkadza w prawidłowym i rzetelnym jej wykonywaniu.
- Stosować narzędzia i rozwiązania modelu zatrudnienia, który będzie przyciągać młode pokolenie do przedsiębiorstwa, aby pozyskać mądrych i utalentowanych pracowników, a w długim okresie wykorzystać ich potencjał i ambicje do rozwoju osobistego i do rozwoju działalności.
- Monitorować na bieżąco rynek pracy, aby regularnie odpowiadać na potrzeby własnych pracowników oraz odpowiednio formułować oferty pracy dla młodych ludzi – przedstawicieli pokolenia Z wchodzących dopiero na rynek pracy.

Pokolenie Z stanowi istotnie ciekawy obiekt badań i rozważań. Jest to generacja innowacyjności, zmian technologicznych i społecznych. Badania prowadzone na jej temat pozwolą pracodawcom sprostać oczekiwaniom jej reprezentantów, pomóc im się rozwijać, a zarazem stworzyć profil idealnego pracownika XXI wieku. Zmiany, jakie pokolenie Z wprowadza na rynku pracy, będą również determinować kolejne modyfikacje w organizacji pracy i modelach zatrudnienia (Kryńska i Kwiatkowska, 2013).

Literatura

- Balcerowicz-Szkutnik, M. (2015). *Globalizacja i jej wpływ na współczesny rynek pracy – próba oceny*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Czyczerska, K. M., Ławnik, A. J. i Szlenk-Czyczerska, E. (2020). *Współczesny rynek pracy w Polsce a generacja. Różnice między pokoleniami X, Y oraz Z*. <http://bazekon.icm.edu.pl/bazekon/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171607291>
- Deloitte. (2022). *Raport: Stan pracy hybrydowej w Polsce – doświadczenia i oczekiwania pracowników*. Deloitte.com. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Prezentacje-webinary/pl_Webinar_Deloitte_20221108_Stan_pracy_hybrydowej.pdf
- Diaconu, M. (2020). *Employees' Behavior Within Labor Market: Generation Z vs. Generation University of Pitesti*. Romania. Faculty of Economics. Administration and Business.
- Eurostat. (2019). *Pokolenie cyfrowe – jak świat zmienił młodych i jak oni zmieniają świat*. <https://epale.ec.europa.eu/pl/blog/pokolenie-cyfrowe-jak-swiat-zmienil-mlodych-i-jak-oni-zmienia-swiat-cz-1>
- Gen Z: *Jak zrozumieć dziś pokolenie jutra [raport]*. (2019). Wyzwaniacyfrowe.pl. <https://wyzwaniacyfrowe.pl/wp-content/uploads/2021/11/Gen-Z.pdf>
- Instytut Analiz Rynku Pracy. (b.d). *Alternatywne formy pracy*. <https://iarp.edu.pl/aktualnosci/raport-alternatywne-formy-pracy/>
- Kryńska, E. i Kwiatkowska, E. (2013). *Podstawy wiedzy o rynku pracy*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

- Optymalny model zatrudnienia według opinii pokolenia Z.* (2022). Badania ankietowe przeprowadzone 20-30 marca 2022 roku.
- Peszko, K. (2016). *Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji.* Uniwersytet Szczeciński. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. <https://wnus.usz.edu.pl/miz/file/article/view/5572.pdf>
- Raport Antal i Corees Polska. Model pracy a efektywność i zadowolenie pracowników.* (2021). Antal.pl. <https://antal.pl/wiedza/raport/model-pracy-a-efektywnosc-i-zadowolenie-pracownikow>
- Rogozińska-Pawełczyk, A. (2014). *Pokolenia na rynku pracy.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wiktorowicz, J., Warwas, I., Kuba, M., Staszewska, E., Woszczyk, P., Stankiewicz, A. i Kliombka-Jarzyna, J. (2016). *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego.* Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska.

Expected Employment Conditions by Generation Z

Abstract: Generation Z is the first generation to develop in the age of the Internet. Globalization processes, new technologies and patents, modern communication or social media are for them a certain everyday life to which they are accustomed. That is why it is worth getting to know the most common characteristics and expectations of Generation Z in order to understand the course of changes in the labor market in the 21st century and prepare to cooperate with them. The purpose of this study is to indicate the characteristics of the optimal employment model in line with the needs of young people in the labor market in Poland. The author proposed the characteristics of an ideal model of employing young people, drawing conclusions from her own research conducted on a research sample representing representatives of Generation Z.

Keywords: Generation Z, employment, optimal employment model, labor market