

Joanna Gajda

Politechnika Częstochowska

e-mail: joannagajda@vp.pl

OCZEKIWANIA PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA Z WOBEC PRACY ZAWODOWEJ I PRACODAWCY

EXPECTATIONS OF REPRESENTATIVES OF GENERATION Z TOWARDS WORK AND EMPLOYERS

DOI: 10.15611/pn.2017.491.15

JEL Classification: J24

Streszczenie: W ostatnich latach na rynku pracy zaznacza swoją obecność najmłodsze z pokoleń określane mianem Z, a jego przedstawiciele przyszli na świat po 1994 roku. Czasy, w których przypadło im dorastać, sprawiły, że czują się swobodnie, korzystając z dóbr nowych technologii. W związku z tym formułują wobec pracodawców roszczenia odnośnie do zmiany podejścia do warunków ich zatrudnienia. Zapoznanie się z wymaganiami, aspiracjami i podejściem pokolenia Z do wykonywanej pracy może być przyczynkiem do podjęcia działań ukierunkowanych na zmiany w zakresie konstruowania modelu zaangażowania w wypełnianie obowiązków zawodowych. W pierwszej części artykułu – teoretycznej, dokonano interpretacji pojęcia „pokolenie” oraz charakterystyki najmłodszego pokolenia określanego jako Z. Drugą część niniejszej pracy stanowi prezentacja wyników badania ankietowego. Jego celem było pozyskanie informacji na temat oczekiwań, którymi kierują się przedstawiciele pokolenia Z wobec pracy zawodowej i pracodawców.

Słowa kluczowe: pokolenie Z, oczekiwania wobec pracy zawodowej i pracodawcy.

Summary: In recent years, the youngest generations referred to as Z have come into the labor market. The representatives of this generation were born after 1994. The times in which they grew up made them feel comfortable using the benefits of new technologies. Due to their excessive attachment to technology, they formulate claims towards employers regarding the change in attitude towards their employment conditions. Understanding the requirements, aspirations, and approaches of the Z generation can be a contributing factor to the changes that build a model for engaging them in fulfilling their professional duties for the organization. The article consists of two parts. The theoretical one includes an interpretation of the term “generation” and the characteristics of the youngest generation referred to as Z. The second part of this paper is a presentation of the results of a questionnaire survey aimed at gaining information on the expectations of representatives of this generation towards work and employers.

Keywords: generation Z, expectations for work and employers.

1. Wstęp

Obecnie na rynku pracy zachodzą dynamiczne zmiany, na co mają wpływ uwarunkowania gospodarcze, a w szczególności zróżnicowana struktura populacji osób aktywnych zawodowo. Z obserwacji rynkowych wynika, że zaznaczyli na nim swoją obecność pracownicy należący do różnych pokoleń, reprezentujący odmienne doświadczenia i umiejętności oraz odmienne cechy pod względem oczekiwań, którymi kierują się wobec pracy zawodowej i pracodawcy. Na podstawie przeglądu literatury przedmiotu można dokonać klasyfikacji pokoleń według kryterium daty urodzenia. Najczęściej wyróżnia się cztery następujące pokolenia pracowników [Stachowska 2012, s. 34]:

- Baby Boomers – urodzeni w latach 1946-1969,
- Generation X – urodzeni w latach 1970-1979,
- Generation Y – urodzeni w latach 1980-1994,
- Generation Z – urodzeni po roku 1994.

Pokolenie Z to najmłodsze grono pracowników urodzone po 1994 roku, które wchodzi już na rynek pracy. Charakterystyczne jest dla nich to, że dorastali w latach informatycznego boomu, co zdecydowanie przyczyniło się do tego, że dobrze zorientowani są w nowinkach technologicznych. Postrzegają realną rzeczywistość przez pryzmat świata online. Podatność młodych na uzależnienie od Internetu nie pozostaje bez wpływu na formułowanie przez nich oczekiwań związanych z pracą zawodową. Warto podkreślić, że młode społeczeństwo nie czuje obaw przed zaprezentowaniem swoich wysokich oczekiwań wobec pracodawcy, dlatego też ważne jest, aby młodzi ludzie wiedzieli, co jest istotne dla tej generacji i z czego to wynika [Seemiller, Grace 2016, s. 1-3]. Powinno to mieć pozytywne przełożenie na wyniki ich pracy i na sposób funkcjonowania całej firmy. Pracodawcy zatrudniający przedstawicieli pokolenia Z powinni zapoznać się z ich oczekiwaniami odnośnie do życia zawodowego i przygotować się na różnorodne wyzwania stawiane przez najbardziej roszczeniowych pracowników.

Artykuł powstał w oparciu o analizę studiów literatury krajowej i zagranicznej, jak i o badania własne autorki niniejszego opracowania. Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, jakie oczekiwania wobec pracy zawodowej i pracodawcy mają przedstawiciele najmłodszego z pokoleń już funkcjonującego na polskim rynku pracy. W dążeniu do zrealizowania wyżej wymienionego celu zastosowano metodę ankietową. Badania zostały zrealizowane w pierwszym kwartale 2017 roku wśród studentów Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, na studiach stacjonarnych I stopnia na kierunku Finanse i Rachunkowość w trakcie zajęć z przedmiotu zarządzanie zasobami ludzkimi w instytucjach finansowych. Zestawiając wyniki niniejszych badań z opiniami zaczerpniętymi z literatury przedmiotu, wyprowadzić można wnioski, że pokolenie Z cechuje odmienny system wartości i oczekiwań wobec pracy zawodowej niż poprzednie pokolenia. Nie obawiają się odważnie stawiać

swoim pracodawcom wysokich wymagań odnośnie do wynagrodzenia i warunków pracy, pomimo iż nie dysponują jeszcze dużym doświadczeniem zawodowym.

Autorka jest świadoma ograniczeń, jakie mają badania zawarte w niniejszym artykule, gdyż zostały przeprowadzone na wąskiej grupie respondentów, a uzyskane wyniki nie mają charakteru uniwersalnego. Stanowią jedynie punkt wyjścia do dalszych i szerszych badań w tym zakresie wśród reprezentatywnej próby badawczej. Dla uzyskania wartościowych wyników badań konieczne będzie poszerzenie zestawu narzędzi badawczych oraz zwiększenie próby także o studentów innych uczelni, pochodzących z innych miast.

2. Interpretacja pojęcia „pokolenie” we współczesnej literaturze

Literatura przedmiotu dostarcza wielu prób objaśnień pojęcia „pokolenie”. Interpretując omawiane pojęcie, na uwagę i uwzględnienie w niniejszym opracowaniu zasługują trzy aspekty: społeczno-kulturowy, istnienie przeżycia pokoleniowego oraz świadomość przedstawicieli pokolenia. Nawiązując do definicji Griesego, należy przyjąć, że pokolenie jest to zbiorowość, którą tworzą jednostki wyodrębnione pod względem przynależności do określonego kręgu kulturowego, osoby będące w równym wieku, lecz w określonej sytuacji historyczno-społecznej ujawniające podobieństwo pod względem postaw, motywacji, nastawień i systemów wartości [Griese 1996]. Jak zauważa Mannheim – twórca teorii pokoleń – ludzie pozostają pod wpływem oddziaływań otoczenia historyczno-społecznego (w szczególności wydarzeń z nimi związanych) determinującego jakość życia w tak ważnym okresie, jakim jest dojrzewanie i rozwój osobowości. Znamienne jest to, że każda generacja charakteryzuje się zróżnicowanymi przekonaniami, cechami, zainteresowaniami, oczekiwaniami, wspólnymi dla ogółu jej przedstawicieli [Kachniewska, Para 2014, s. 154]. Jak zauważa J. Peterson, na skutek uczestnictwa w znaczącym wydarzeniu historycznym kształtują człowieka wspólne przeżycia, które mają wpływ na formułowanie się wspólnej więzi pokoleniowej [Wyka 1977, s. 50]. W literaturze przedmiotu można spotkać wiele rozważań na ten temat. Dla przykładu warto w tym miejscu przytoczyć słowa wcześniej już zacytowanego K. Mannheima, że warunkiem koniecznym uznania kogoś za przedstawiciela danego pokolenia nie jest urodzenie się w tym samym czasie i na tym samym obszarze kulturowym. Ważne jest dla kształtowania się pokolenia wspólne umiejscowienie członków grupy w procesach społecznych i historycznych. Rozpatrując pojęcie „pokolenie” na poziomie jednostki, należy wskazać na możliwość zaistnienia indywidualizmu, jednak wszystkich jego przedstawicieli łączy ukształtowanie się wspólnej świadomości odnośnie do doświadczanego losu, podobne postawy, reguły postępowania, odbieranie rzeczywistości [Hassa 2015, s. 49]. Według K. Wyki reprezentanci pokolenia mogą mieć świadomość odrębności generacyjnej powstałej na skutek wydarzenia pokoleniowego oraz konfliktu między młodym a starym pokoleniem. Odmienny pogląd natomiast wyraził K. Kruszewski, który twierdzi, że jednostki będące przedstawiciela-

mi danego pokolenia nie muszą mieć ukształtowanej świadomości, że stanowią odrębną grupę pokoleniową, aby tworzyli grupę generacyjną [Hassa 2015, s. 50]. Podsumowując rozważania na temat pokoleń, można odnieść się do dzieła W. Diltheya, w którym zawarty jest szeroki kontekst definicyjny odnoszący się do tego pojęcia. Autor ten, koncentrując się na warunkach społecznych charakterystycznych dla formułowania się nowych generacji, zauważa, że mianem tej samej generacji, czyli pokolenia, określa się „tych wszystkich, którzy w pewnym sensie obok siebie dorosli, to znaczy mieli wspólne dzieciństwo, wspólny wiek młodzieńczy i u których na ten sam czas przypada doba męskiej dojrzałości. Sprawia to, że osoby powiązane są głębszą wspólnością. Ci, którzy w latach młodzieńczych tych samych doznali wpływów kierowniczych, składają się razem na pokolenie. Tak pojęta generacja tworzy ciaśniejszy krąg jednostek, które na skutek zależności od tych samych wielkich zdarzeń i przemian, jakie miały miejsce w okresie ich pobudliwości, mimo odmiennych czynników, które później się dołączyły, związane są w pewną jednolitą całość” [Dilthy 1924].

3. Pokolenie Z – cechy charakterystyczne

Wraz z końcem XX wieku pojawia się nowe pokolenie, nazywane generacją Z, będące następcą Yów. Przyjmuje się, że pokolenie Z są to osoby urodzone po 1994 roku, czyli w latach naznaczonych gwałtownym postępem technologicznym [Prensky 2001, s. 1]. W odniesieniu do tego młodego pokolenia zaczęto używać takich określeń, jak: generacja M (*Multitasking*), generacja C (*Connected Generation*), *net generation* (nieustannie podłączeni). Osoby należące do tego pokolenia są bardziej zagrożone uzależnieniem od internetowych kontaktów społecznych niż ich poprzednicy [Murzyn, Nogiec 2015, s. 375]. Świat bez Internetu jest dla nich abstrakcyjny. Dla Zetów cyberprzestrzeń znajduje odniesienie do przestrzeni rzeczywistej, co sprawia, że nie odczuwają zaważania przed wprowadzeniem do Internetu informacji na swój temat [Pandit 2015, s. 17-18]. Widzą możliwość nawiązania znajomości, których nierzadko nie udałoby się przenieść na rzeczywisty grunt [Jabłońska, Billewicz 2016, s. 86]. Przedstawiciele pokolenia Z doświadczają trudności funkcjonowania poza Internetem, co przejawia się utratą kontaktu z otaczającymi ich ludźmi oraz brakiem umiejętności koncentrowania uwagi i zaniedbywaniem wszystkiego poza Internetem [Stillman, Stillman 2017, s. 4]. Gdy pojawia się potrzeba zaangażowania ich w zadania niewymagające śledzenia, co się dzieje na Facebooku, forach dyskusyjnych czy portalach, u Zetów pojawiają się trudności podczas wykonywania powierzonych im obowiązków [Koc 2017]. A zatem możliwość dostępu do danych nie stanowi dla nich żadnego problemu. Z uwagi na to, że Zety wychowywane były w świecie cyfrowym, który charakteryzuje się transparentnością, w Internecie potrafią pozyskiwać informacje dla firmy, w której znaleźli możliwość zatrudnienia, na temat konkurencji i otoczenia firmy [Kotarbiński 2015, s. 16]. Na zwrócenie uwagi zasługuje fakt, że w przypadku młodego pokolenia czas

intensywnie dokonujących się przemian gospodarczych, ekonomicznych i społecznych nie pozostał bez wpływu na kształtowanie się dojrzałej jednostki. Młodzi mieli możliwość obserwacji zmagania swoich rodziców z bezrobociem, doświadczenia kryzysu w przebiegu kariery zawodowej, czy są w stanie sprostać spłacie zobowiązań kredytowych. Wszystko to sprawiło, że tego typu tematy nie są im obce [Zarczyńska-Dobiesz, Chomątowska 2016, s. 200].

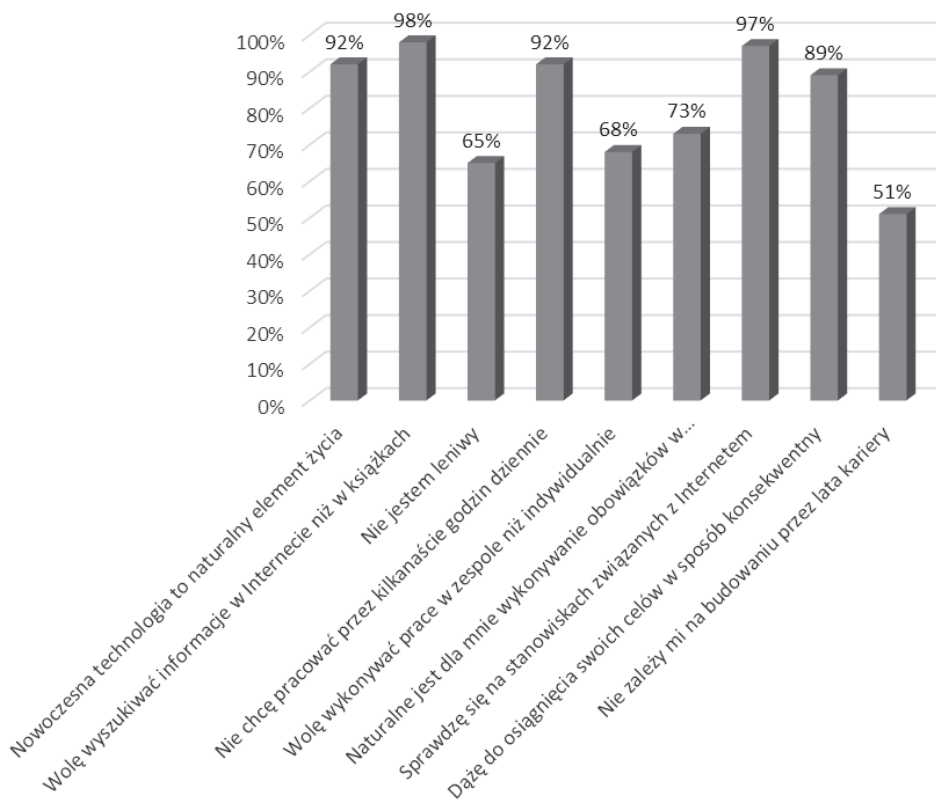
Osoby należące do pokolenia Z dorastają w czasach, w których ryzyko odbierane jest jako synonim porażki, dlatego też w mniemaniu młodych jest czymś niedopuszczalnym. Na treść ich poglądów i przekonań w mniejszym lub większym stopniu ma wpływ postępowanie rodziców o charakterze nadopiekuńczym, którego przejawem jest wychowanie dzieci „pod kloszem”, co przeważnie skutkuje nadmierną ostrożnością i potrzebą upewnienia się, że ryzyko i związane z nim zagrożenie zostaną wyeliminowane. W związku z powyższym nasuwa się pytanie: jaki wpływ na kształtowanie rozwoju osobistego i poczucia tożsamości przedstawicieli tej młodej generacji ma postrzeganie ryzyka jako źródła porażki podjętego przedsięwzięcia? Z psychologicznego punktu widzenia człowiek potrafi wykazać skuteczność w działaniu w warunkach podjętego ryzyka, jeśli nauczymy go budować pewność siebie i wiarę we własne możliwości. Kluczem do sukcesu w procesie wychowania jest więc umiejętność zachowania równowagi pomiędzy umożliwieniem dzieciom podejmowania aktywności, w ramach której będą mogły doświadczyć ryzyka, a zachowaniem nadmiernej ostrożności, aby można było uchronić je przed nim [McQueen 2016, s. 55].

4. Cel badań

Za cel badań obrano tematykę dotyczącą rozpoznania oczekiwań przedstawicieli pokolenia Z wobec pracy zawodowej i pracodawców. W dążeniu do zrealizowania wyżej wymienionego celu zastosowano metodę ankietową. Badania zostały przeprowadzone w pierwszym kwartale 2017 roku wśród studentów Wydziału Zarządzania, na studiach stacjonarnych I stopnia, na kierunku Finanse i Rachunkowość w trakcie zajęć z przedmiotu zarządzanie zasobami ludzkimi w instytucjach finansowych. Próba badawcza objęła 186 studentów. Dysponując wiedzą w zakresie struktury wieku i płci studentów, ustalono, że 75% stanowią osoby płci żeńskiej, a przedział wiekowy badanej populacji wynosi 20-22 lata. Wśród respondentów 62% wykonuje pracę zawodową. 23% ankietowanych pochodzi ze wsi, 43% z miasta od 32 do 100 tys. mieszkańców, natomiast 34% z miasta powyżej 100 tys. mieszkańców.

5. Analiza uzyskanych wyników badań

W badaniu mającym na celu określenie, jakimi oczekiwaniami kierują się przedstawiciele najmłodszego pokolenia już funkcjonującego na rynku pracy, skoncentrowano się w pierwszej kolejności na pozyskaniu informacji na ich własny temat. Umiejętność dokonania samooceny stanowi ważny element rzeczywistości w organizacji. Refleksja nad samym sobą spełnia kluczową rolę w kształtowaniu i rozwijaniu kompetencji zawodowych. Dzięki tej umiejętności pracownik potrafi dokonać porównania własnych zachowań z postępowaniem pozostałych członków organizacji oraz korygować je, co pozwala mu uniknąć niepożądanego efektu, jakim może być skazanie się na marginalizację zawodową. Osoby poddane badaniom dokonały charakterystyki własnej osoby, formułując następujące stwierdzenia ujęte na rysunku 1.



Rys. 1. Opinie studentów na własny temat

Źródło: opracowanie własne.

Pokolenie Zetów urodziło się już w erze Internetu, dlatego to oni mają świadomość posiadania kompetencji niezbędnych do korzystania z tego medium. Wyniki badań pokazują, że 92% studentów przyznaje, że reprezentują wysoki poziom znajomości nowych technologii. Odczuwanie przez nich potrzeby ciągłego śledzenia tego, co dzieje się na portalach społecznościowych, forach dyskusyjnych, sprawia, że nie chcą koncentrować się na poszukiwaniu informacji i zdobywaniu niezbędnej wiedzy w książkach – przyznaje się do tego 98% ankietowanych. Wobec powyższego 97% ankietowanych uważa, że wykonują pracę wymagającą sprawnego korzystania z Internetu i dobrze sobie radzą na stanowiskach związanych z nowymi technologiami. Młodzi ludzie wskazują w opiniach na swój temat, że nie uważają się za osoby leniwe, już od wieku nastoletniego garnęli się do pracy, dokonując wyboru swojej drogi zawodowej, dążąc do osiągnięcia zawodowego spełnienia (65%). Przeprowadzone badania dostarczają także wiedzy dotyczącej tego, że 62% osób podjęło pracę podczas studiów w celu rozwoju zawodowego i nabrania nowych doświadczeń. Natomiast ok. 20% respondentów podjęło decyzję o rozpoczęciu pracy, aby się usamodzielnic i nie musieć oczekiwać od rodziców pomocy finansowej.

Choć młode pokolenie jest ambitne, praca stanowi dodatek do ich życia, w którym powinno być miejsce na prowadzenie życia towarzyskiego, a nie wchodzenie w wir zadań, dlatego ponad połowa respondentów nie chce pracować po kilkanaście godzin dziennie. 14% respondentów uważa, że doświadczyli w domu rodzinnym dobrych wzorców, gdyż rodzice zadbali o nauczanie ich zaradności. Przejawia się ona w wykonywaniu prac domowych (posprzątanie mieszkania, wspólne robienie z rodzicami zakupów, dzielenie się z nimi rachunkami). Z badań wynika, że 68% studentów jest entuzjastycznie nastawionych do pracy zespołowej – oczekują możliwości poznania nowych ludzi, poszerzenia umiejętności współpracy z pozostałymi członkami firmy. Ponad połowa (51%) respondentów przyznaje, że jest otwarta na realizację zadań bez konieczności budowania przez lata kariery. 73% respondentów ceni sobie poczucie celu i sensu swojej pracy, są gotowi łączyć osiągnane przez siebie cele z celami firmy, pod warunkiem że będą czerpać korzyści związane z ich realizacją; chcą nabywać i rozwijać nowe kompetencje, licząc na wsparcie ze strony opiekunów i specjalistów narzuconych przez przełożonych.

Przejawem dojrzałości młodego pokolenia jest umiejętność stawiania sobie właściwych celów w bliższej czy dalszej perspektywie czasowej oraz podejmowania ważnych decyzji między innymi w sferze zawodowej. W miarę nabierania nowych doświadczeń ważne jest, aby udało się te cele skonfrontować pod względem ważności i powiązać z systemem wartości, który nadaje człowiekowi sens życia. Trzeba mieć na uwadze, że system wartości leży u podstaw celów i planów życiowych oraz warunkuje jakość funkcjonowania człowieka [Dubis 2016, s. 200].

W zwiększaniu skuteczności działań organizacji duże znaczenie ma zbadanie wartości wyznawanych przez pracowników. Znajomość hierarchii wartości, jakimi kierują się młodzi ludzie, staje się pomocna w procesie ich motywowania do wydaj-

nej pracy oraz budowania ścieżek kariery zawodowej. Na rysunku 2 zaprezentowano wyniki niniejszych badań w tym zakresie.



Rys. 2. Wartości cenione przez pracowników należących do pokolenia Z

Źródło: opracowanie własne.

Uzyskany w wyniku badania obraz wartości jest spójny z koncepcją wartości zaproponowaną przez M. Rokeach. Odnoszą się one do celów życiowych młodych ludzi, które są przedmiotem ich dążeń oraz dotyczą sposobów ich postępowania i cech osobowości, dzięki którym cele te będzie można zrealizować [Korczyński 2005, s. 482].

Na podstawie uzyskanego materiału ustalono, że wśród osób reprezentujących pokolenie Z największym uznaniem wśród większości badanych cieszyły się: dobre zdrowie (99%), zaradność życiowa (99%), życie bez kłopotów materialnych (98%) oraz rozwijanie własnych pasji (98%). Według respondentów życie bez kłopotów materialnych łączy się z umiejętnością bycia zaradnym, zwłaszcza w czasach pogoni za dobrobytem.

Równie ważne jest dla młodego pokolenia wykształcenie (84%), z którym związane są plany na przyszłość, czyli rozwój zawodowy (92%), oraz znalezienie pracy (91%). Należy zauważyć, że w kwestii pracy położono akcent na to, aby zaistniała możliwość znalezienia w przyszłości pracy pozwalającej rozwijać ich zainteresowania i jest to ważny dla nich cel związany z potrzebą osiągnięcia zadowalających wyników finansowych, zapewniających życie na przyzwoitym poziomie.

Analizując dane dotyczące preferowanych przez respondentów wartości, ustalono, że największy nacisk w kwestii rozwoju położony jest na rozwijanie własnej pasji. Dzięki pasji młode pokolenie dostrzega możliwość rozwinięcia swojego rzeczywistego potencjału.

Na dalszym planie znajdują się takie wartości, jak: przyjaźń, odwzajemniona miłość i szczęście rodzinne. Młodzi ludzie w swoich wyborach nieco rzadziej uwzględniali wiarę religijną, która znalazła się na najniższym szczeblu hierarchii wśród uznawanych wartości.

Wśród młodych osób uczestniczących w badaniu można było odnotować 62% tych, którzy realizując studia, mają formalny status zatrudnienia. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie doświadczeń związanych z pracą zawodową.



Rys. 3. Oczekiwania zawodowe przedstawicieli pokolenia Z

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z przeprowadzonego badania 91% dzisiejszych dwudziestolatków od przełożonych oczekuje wysokiej pensji, ale ważne są również jednorazowe benefity oraz możliwość uzyskania ubezpieczenia i dostępu do opieki medycznej.

Pokaźna grupa respondentów, bo aż 87%, oczekuje w miejscu pracy przyjaznej i luźnej atmosfery. W oparciu o niniejsze badania nasuwa się taki oto wniosek, że młodzi ludzie oczekują od pracodawców stworzenia takich warunków pracy, aby

mogli poczuć się w niej swobodnie (90%). Jak podkreślają respondenci, chętniej angażują się w wypełnianie swoich obowiązków zawodowych, aby mogli osiągać dobre wyniki, tylko wtedy gdy czerpią radość z pracy, mogą liczyć na wzajemną pomoc i życzliwość, czują się potrzebni i docenieni. Ponadto 72% studentów przy wyborze pracodawcy oczekiwało ambitnych zadań do realizacji, które byłyby dla nich inspirujące i rozwijające, zorientowane na praktyczne wykorzystanie wiedzy.

Tylko 64% przywiązuje dużą wagę do rozwoju osobistego i zbierania nowych doświadczeń; oczekują, że pracodawca zaoferuje im dodatkowe szkolenia, dzięki którym będą mogli podnieść swoje kwalifikacje zawodowe, stawiają na udogodnienia sprzyjające zachowaniu równowagi pomiędzy pracą a życiem osobistym, odpowiedzi takiej udzieliło 92% respondentów. 82% rozważa zmianę miejsca zatrudnienia z powodu braku zadowolenia z warunków płacowych czy dotyczących wykonywania pracy.

Zety są przyzwyczajone do posługiwania się urządzeniami typu: laptopy, tablety, smartfony niezbędnymi z ich punktu widzenia do bezpośredniego porozumiewania się. Zatem oczekują, że pracodawca udostępni im w codziennej pracy najnowszą technologię. Jak pokazują badania, dla 92% ankietowanych nowa i aktualna technologia jest ważnym elementem wyboru pracodawcy.

Za sprawą łatwego dostępu do nowoczesnych technologii przedstawiciele pokolenia Z mają inne podejście do pracy niż poprzednie pokolenia. W podążaniu za postępem szukają pracy zgodnej z ich zainteresowaniami, aby można było dostosować pracę do ich stylu życia. Na podstawie poczynionych analiz można stwierdzić, że 96% respondentów oczekuje elastycznego podejścia do pracy, czyli wykorzystania elastyczności w aspektach dotyczących miejsca, godzin oraz formy pracy.

Obecnie w Polsce mamy do czynienia ze zjawiskiem pracy na kontraktach czasowych. Na podstawie analiz należy stwierdzić, że 75% osób uczestniczących w badaniu podejmuje się pracy w oparciu o umowę czasową. Z uwagi na fakt, że są osobami uczącymi się i jednocześnie pracującymi, oczekują zatrudnienia w nienormowanych godzinach pracy. Są też elastyczni w odniesieniu do form pracy. Warto zauważyć, że dla młodzieży liczy się praca w systemie „flexi”, czyli telepraca, praca tymczasowa, ruchome godziny rozpoczęcia i kończenia pracy, indywidualny rozkład czasu pracy ukierunkowany na rezultaty.

Niebagatelny wpływ na kształtowanie postaw i oczekiwań młodych osób należących do generacji Z mają doświadczenia z dzieciństwa, które jak pokazują studia literaturowe, zwykle przebiegało w spokoju i komfortowych warunkach. Z uwagi na młody wiek przedstawiciele pokolenia Z mieszkają u rodziców i pozostają na ich utrzymaniu. A zatem utrzymywanie trwałych i silnych więzi rodzinnych jest dla nich charakterystyczne i sprawia, że w swoich wypowiedziach wskazują na chęć nawiązywania i utrzymywania w miejscu pracy pozytywnych relacji z innymi ludźmi. Warto zwrócić uwagę na fakt, że powszechny dostęp do nowoczesnych technologii komunikacyjnych stwarza im okazję do nawiązywania relacji społecznych. Zgodnie z oczekiwaniami dla 72% ankietowanych ważne jest systematyczne i obiektywne

uzyskiwanie informacji zwrotnych od pracodawców. Podkreślają, że powinna być przekazywana na bieżąco, aby mieli konkretną wiedzę na temat tego, czego się od nich wymaga. Korzyścią z udzielania informacji zwrotnych jest to, że w sytuacji realizowania zadań przynosi pracownikowi satysfakcję z dobrze wykonanej pracy i daje impuls do dalszych działań. 72% respondentów przyznaje, że mogą liczyć na spotkania w ramach obowiązków służbowych, podczas których starsi stażem pracownicy angażują się w dzielenie się doświadczeniami z młodszymi kolegami.

Nawet najlepiej wykształcony pracownik, kompetentny, odpowiedzialny nie jest w stanie w pełni wykorzystać wszystkich swoich zdolności, jeśli nie zostanie odpowiednio ukierunkowany, gdy nie będzie miał wiedzy dotyczącej tego, jak ma pracować, do czego dążyć, jakich użyć narzędzi, by osiągnąć zakładane cele. Poza tym w realizacji każdego zadania, łatwego i tego najbardziej skomplikowanego, pojawiają się pytania, rodzą wątpliwości, zdarzają nieprzewidziane przeszkody. To wszystko trzeba rozwiązać, umieć znaleźć szybkie wyjście z sytuacji bez wyjścia. Poza tym praca grupy ludzi, nawet najmniejszej, rodzi konflikty, powoduje sytuacje stresowe. Wszystko to nie sprzyja efektywnej pracy, osiągnięciu założonych celów, nie pozwala na sprawne działania. Nie ulega wątpliwości, że w każdej grupie pracowniczej powinna być osoba, w której kompetencjach będzie pełnienie roli przywódcy, kogoś odpowiadającego za sprawne realizowanie zadań, podejmowanie decyzji.



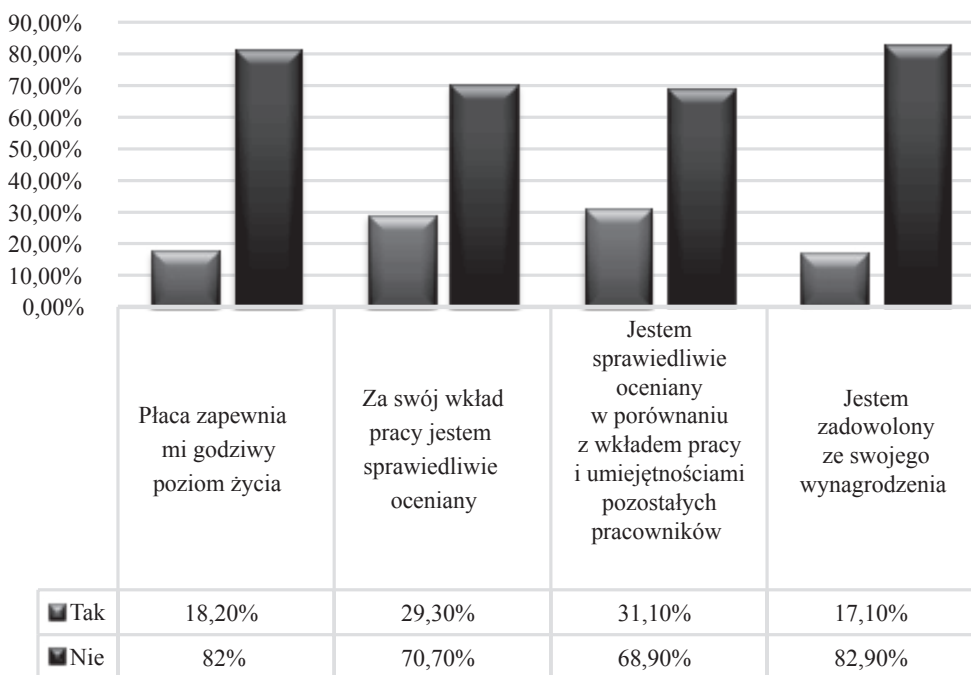
Rys. 4. Oczekiwania respondentów odnośnie do relacji z przyszłym pracodawcą

Źródło: opracowanie własne.

Z przedstawionych danych wyłania się obraz idealnego pracodawcy, który traktuje swoich podwładnych sprawiedliwie i po partnersku (84%), wspiera ich rozwój

(79%), zawsze dotrzymuje danego słowa (92%), potrafi łagodzić konflikty (56%), nie faworyzuje żadnego ze swoich podwładnych (92%) i pomaga w trudnych sytuacjach (45%). Aż 92% pracowników oczekuje, że przełożony będzie otwarty na ich potrzeby. Wysokie wskazania uzyskało stwierdzenie, że pracodawca powinien szanować czas swoich podwładnych, na co zwraca uwagę 86% młodych ludzi. Istotne jest również, aby pracodawca udzielał wsparcia w zakresie rozwijania umiejętności w trakcie pracy, istotnych dla rynku pracy (89%).

Przedstawiony w tym badaniu obraz przełożonego jest na pewno jednostronny, wypunktowano same pozytywne cechy i oczekiwania wobec przełożonych, takie ujęcie zagadnienia może sugerować także i to, jak wysokie są oczekiwania wobec przełożonych, jak wiele muszą oni zrobić, by zbudować swoją pozycję wśród współpracowników.



Rys. 5. Poziom zadowolenia respondentów z wysokości otrzymywanego wynagrodzenia

Źródło: opracowanie własne.

Przedmiotem badań była również problematyka związana z systemem wynagrodzeń, która stanowi dopełniający aspekt wobec całego systemu oddziaływań na pracowników w organizacji. W przypadku płac niezwykle istotne jest także postrzeganie przez pracowników tego, czy otrzymywane wynagrodzenie jest satysfakcjonujące i wystarczające do zaspokojenia potrzeb życiowych pracownika i jego

rodziny. Należy przyjąć, że płaca powinna kształtować się na takim poziomie, aby wystarczyła pracownikom na utrzymanie i zaspokojenie podstawowych i nie tylko podstawowych potrzeb. Pracownicy oczekują, aby wartość ich pracy była odpowiednio opłacana. W związku z tym przedmiotem badań było określenie poziomu zadowolenia respondentów z otrzymywanej płacy.

Patrząc na rozkład odpowiedzi dotyczących zadowolenia z wysokości płac, należy podkreślić, że dla większości respondentów wysokość wynagrodzenia, sprawiedliwość jego otrzymywania czy ogólny poziom zadowolenia są zdecydowanie niskie. Jedynie kilkanaście procent badanych stwierdziło, że płaca zapewnia im odpowiedni poziom życia; za godziwe swoje wynagrodzenie uznało 18,2%. Także w przypadku pytania o ogólne zadowolenie z wynagrodzenia większość respondentów odpowiedziała przecząco; z wynagrodzenia nie jest zadowolonych 82,9% osób zatrudnionych. Jako ważny wniosek z tego etapu badań, zwłaszcza dla pracodawców, należy przyjąć opinię większości badanych, że nie jest sprawiedliwie oceniana zarówno za swój wkład pracy 70,7%, jak i w stosunku do innych pracowników 68,9%.

Jeśli tak wielu ankietowanych przyznaje, że wysokość wynagrodzenia, jego sprawiedliwość nie przynosi im zadowolenia, to w celu zmotywowania pracownika kadra zarządzająca powinna podejmować działania, które skutecznie zmienią tę tendencję.

6. Zakończenie

Jak wynika z przeprowadzonych badań, Zety postrzegają siebie w superlatywach, dlatego też zależy im, aby pracodawcy dostosowali miejsca pracy do ich indywidualnych potrzeb. Liczba odpowiedzi i sugestii ze strony respondentów uczestniczących w podjętych badaniach pozwala na stwierdzenie, że problematyka generacji Z powinna stanowić ważny element działań strategicznych firm, niezależnie od ich profilu funkcjonowania, zakresu działania i możliwości rozwojowych. Nie podlega dyskusji, że współcześnie konieczna do skutecznego zarządzania firmą jest znajomość oczekiwań przedstawicieli tego pokolenia. Jak podkreślają respondenci w swoich wypowiedziach, są gotowi do wykonywania określonych zadań najlepiej jak potrafią, jeśli będą odpowiednio wynagradzani, stworzone im zostaną warunki do rozwoju i zwiększania swoich kompetencji, będą mieli możliwość decydowania lub współdecydowania o pewnych posunięciach w firmie. Jeśli staną się ważnym i odpowiedzialnym elementem organizacji, nie wykluczają możliwości, że zwiążą się z nią na dłuższy czas, wykorzystując swoją wiedzę i umiejętności dla jej dobra.

Literatura

- Dilthy W., 1924, *Gesammelte Schriften*, t. V, przekł. polski: K. Wyka, *Rozwój problemu pokolenia*, Warszawa.
- Dubis M., 2016, *Style wychowania w rodzinie a preferowane przez młodzież cele życiowe i wartości*, *Wychowanie w Rodzinie*, t. XIII, nr 1.
- Griese H.M., 1996, *Socjologiczne teorie młodzieży*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Hassa T., 2015, *Zachowania przedstawicieli pokolenia Y na rynku bankowych usług detalicznych w Polsce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- Jabłońska R., Billewicz K., 2016, *Pokolenie przelomu w WEB 2.0*, *Acta Universitatis Lodzie, Folia Sociologica*, 56.
- Kachniewska M., Para A., 2014, *Pokolenie Y na turystycznym rynku pracy: fakty, mity i wyzwania*, *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, nr 45.
- Koc J., *Pokolenie Z na rynku pracy*, <http://www.polskieradio.pl/42/275/Artykul/1372752,Pokolenie-Z-na-ryнку-pracy-Jakie-jest-i-czego-oczekuje-nowe-mlode-pokolenie-pracownikow> (2.06.2017).
- Korczyński M., 2005, *Hierarchia wartości studentów pogranicza polsko-ukraińskiego*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin Polonia*, vol. LX, suppl. XVI, 222.
- Kotarbiński J., 2015, *Zety mogą nas zaskoczyć!*, *Personel i Zarządzanie*, nr 6.
- McQueen M., 2016, *Pokolenie Y. Współlistnienie za współdziałanie*, Wyd. Studio Emka, Warszawa.
- Murzyn M., Nogię J., 2015, *Deklarowane wartości w opinii przedstawicieli wybranych pokoleń*, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, nr 3.
- Pandit V., 2015, *We Are Generation Z: How Identity, Attitudes, and Perspectives Are Shaping Our Future*, BookBaby, Dallas, Texas.
- Prensky M., 2001, *Digital Natives, Digital Immigrants Part 1*, *On the Horizon*, vol. 9, no. 5.
- Seemiller C., Grace M., 2016, *Generation Z Goes to College*, John Wiley & Sons, San Francisco.
- Stachowska S., 2012, *Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Y wobec pracy i pracodawcy*, *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, nr 2.
- Stillman D., Stillman J., 2017, *Gen Z Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*, HarperCollins, New York.
- Wyka K., 1977, *Pokolenie literackie*, Wyd. Literackie, Kraków.
- Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., 2016, *Zarządzanie pracownikami z pokolenia paradoksów*, *Nauki o Zarządzaniu*, nr 2.