

Co o pracy mówi pokolenie Z?
Sprawdź w I części raportu.

POKOLENIE Z

W OCENIE PRACODAWCÓW



SPIS TREŚCI

- Wstęp 03
- **Część I.** Pokolenie Z oczami pracodawców 04
- **Część II.** Motywowanie młodego pokolenia 08
- **Część III.** Współpraca między pokoleniami 1 1

WSTĘP

Raport, który mają Państwo przed sobą to druga przeprowadzona przez zespół ATERIMA HR analiza na temat najmłodszego pokolenia na rynku pracy. W pierwszej o preferencje dotyczące zatrudnienia pytaliśmy samych przedstawicieli pokolenia Z. Przebadaliśmy wówczas 1162 osoby urodzone w 1990 roku i później.

Podsumowując w kilku słowach wyniki raportu, wyłaniał się z niego obraz młodego człowieka mocno ukierunkowanego na rozwój oraz otrzymywanie od pracodawcy informacji zwrotnych na temat efektów swojej pracy. Choć młodzi ludzie lubią korzystać z nowych technologii, nie wydają się być od nich uzależnieni. Kłam zadaliśmy powszechnej opinii, jakoby dla reprezentantów pokolenia Z priorytetem była szybka kariera (najrzadziej wskazywana przez respondentów odpowiedź). Ważna jest dla nich natomiast równowaga między życiem zawodowym i osobistym.

Wszystkich zainteresowanych wynikami pierwszego raportu zapraszam do pobrania bezpłatnej publikacji na stronie: www.aterima.hr/raport-pokolenie-z

Uzyskane wyniki postanowiliśmy zderzyć z drugą stroną rynku pracy, czyli z pracodawcami, którzy reprezentantów pokolenia Z zatrudniają i z nimi na co dzień współpracują. Tym razem poprzez badanie jakościowe, a konkretnie wywiady pogłębione, zapytaliśmy pracodawców o ich opinie na temat kluczowych wniosków dotyczących pokolenia Z.

Uzyskane wyniki podzieliliśmy na 3 części:

Część I. Pokolenie Z oczami pracodawców

Sprawdziliśmy, jakie według zatrudniających są korzyści i wyzwania we współpracy z młodym pokoleniem. Dopytaliśmy o ich poziom lojalności wobec pracodawców i oczekiwania finansowe.

Część II. Motywowanie młodego pokolenia

Zapytaliśmy pracodawców, czy podejmują działania, by poznać potrzeby i oczekiwania młodych ludzi. I przede wszystkim, czy wychodzą tym potrzebom naprzeciw.

Część III. Współpraca między pokoleniami

Chcieliśmy się dowiedzieć, czy pracodawcy przygotowują się na współpracę międzypokoleniową. Przedstawiliśmy także nasze spostrzeżenia na temat przyszłej współpracy pracowników z różnych grup wiekowych. To odpowiedź na pytanie, jaka czeka nas wspólna przyszłość i jak na tę przyszłość się przygotowujemy.

Zapraszam do lektury raportu, w którym przedstawiam wyniki oraz wnioski.

dr Anna Dolot



POKOLENIE OCZAMI PRACODAWCÓW

Pracodawcy zgodnie potwierdzają, że młodzi ludzie to otwartość, pomysłowość i innowacyjność, a także entuzjazm, siły witalne i ambicje. Część pracodawców zwraca uwagę, że reprezentanci pokolenia Z łatwiej niż ich starsi koledzy i koleżanki pozyskują informacje, są bardziej elastyczni i sprawniejsi manualnie, w konsekwencji potrafią szybciej wykonywać zadania.

Mocną stroną młodych pracowników jest mobilność. Podróżują służbowo chętniej niż ich starsi koledzy. Plusem przedstawicieli pokolenia Z jest też z pewnością otwartość na korzystanie z nowych technologii, dążenie do skracania procesów, do ich optymalizowania, umiejętność sprawnego poruszania się po internecie, pozyskiwania i przyswajania informacji. To bardzo duża wartość dodana dla każdej organizacji.

Izabela Tryba
Dyrektor Handlowy, OknoPlus

Młodzi ludzie prezentują nowe podejście do pracy w firmie, w pewnym stopniu zmieniają jej strukturę i funkcjonowanie. Proponują nowe rozwiązania, pomagają w kwestiach nowych technologii, są w tym zakresie wsparciem dla starszych (IT, systemy, komunikacja). Wnoszą do organizacji świeżość, a czasem pewien rodzaj... irytującej otwartości.

Magdalena Grzybowska
HR Manager Poland, Petronas Lubricants Poland

Mimo to pracodawcy dalecy są od bezkrytycznego zachwytu nad młodym pokoleniem. W ramach wyzwania podkreślają, że młodzi ludzie bywają niecierpliwi, chaotyczni, szybko się rozpraszają, brakuje im obiektywizmu w ocenie sytuacji oraz doświadczenia, a cechy te tuszują wysoką pewnością siebie.

Powtarza się też opinia, iż młode pokolenie jest roszczeniowe. Rozbieżne są opinie pracodawców na temat zaangażowania pokolenia Z – część pozytywnie ocenia młodych ludzi w tym obszarze, część uważa, że ich postawie do pracy wiele brakuje.

Trudności, jakie obserwuję we współpracy z młodymi ludźmi, to brak umiejętności radzenia sobie w nowych sytuacjach, takich jak wejście do firmy. Wśród młodych zauważam też postawy roszczeniowe. Od kandydatów do pracy wymagamy dobrej znajomości angielskiego. Zdarzają się sytuacje, w których kandydaci z pokolenia Z pytają o finansowany przez firmę kurs językowy na początek. Nie możemy im tego zapewnić – wymagamy, by znali angielski już aplikując do nas, a nie uczyli się go w pracy.

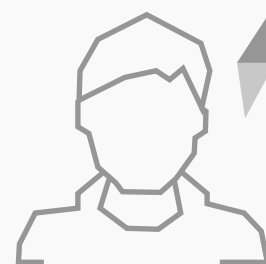
Elżbieta Łuksza
HR Delegation Manager jednego z naszych klientów

Feedback w cenie

Pracodawcy są zgodni, iż młodzi ludzie są mocno ukierunkowani na informację zwrotną – cenią ją i jest ona dla nich ważna. Widoczne jest też ukierunkowanie zatrudniających na przekazywanie młodym ludziom bieżących informacji zwrotnych – w mniej bądź bardziej sformalizowany sposób, ale systematycznie.

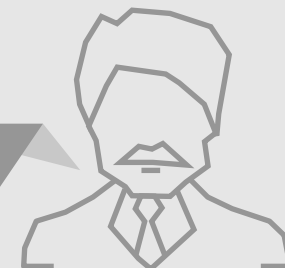
Odwołaliśmy się do danych uzyskanych z raportu, w którym 39% badanych wskazało, że mogłoby pracować przez całe życie u jednego pracodawcy, gdyby praca była atrakcyjna.

Większość pracodawców potwierdziła, że wskazany procent jest adekwatny – uznając, że raczej mniejszość niż większość młodych ludzi jest lojalnymi pracownikami i że ta lojalność spada w porównaniu ze starszymi pokoleniami.



Feedback jest dla mnie ważny!

Po co mam Cię chwalić za to, co jest Twoim obowiązkiem?



Branżę IT charakteryzuje duża liczba ofert pracy, wiele ciekawych projektów i różnorodność firm, w których można podjąć zatrudnienie – od małych startupów po wielkie korporacje. Niestety, charakteryzuje ją także stosunkowo niska lojalność pracowników. Zazwyczaj w firmach z tej branży mało jest osób ze stażem powyżej trzech lat. Dlatego tak ważne są jasno skomunikowane ścieżki kariery oraz możliwość rozwoju pozwalająca pracownikowi na dłużej związać się z firmą.

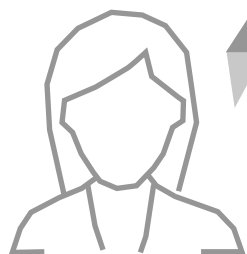
Edyta Mordarska
HR Advisor, Grand Parade

Oczekiwania finansowe

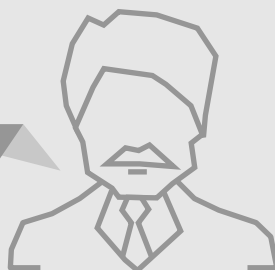
Największe rozbieżności w opiniach charakteryzował obszar związany z oczekiwaniami finansowymi pokolenia Z. Część naszych rozmówców samodzielnie wskazywała wysokie oczekiwania finansowe i roszczeniowość w tym obszarze jako charakterystykę pokolenia Z. Były także odmienne stanowiska – część pracodawców uważa oczekiwania finansowe wręcz za mocną stronę tego pokolenia.

Przypomnijmy, że z naszego raportu „Zawodowy alfabet pokolenia Z” wynika, że niemal połowa respondentów oczekuje 3000 zł netto jako optymalne wynagrodzenie za swoją pracę (w większości są to osoby posiadające już doświadczenie zawodowe).

Większość pracodawców wskazywaną kwotę uważa za adekwatną i zdroworozsądkową, część jako właściwą dopiero po przepracowaniu pewnego okresu na danym stanowisku.



*Chciałabym zarabiać
3 tysiące złotych netto.*



*Takie wynagrodzenie jest
w porządku, przy Twoim
doświadczeniu.*



MOTYWOWANIE MŁODEGO POKOLENIA

Pracodawców zapytaliśmy, czy i w jaki sposób badają czynniki, które motywują młodych pracowników. Okazało się, że część już podczas prowadzenia rozmów kwalifikacyjnych dopytuje o to, co dla potencjalnego kandydata jest ważne w pracy i co go motywuje. Wydaje się to trafnym podejściem – łatwiej dopasować jednego pracownika do systemu motywacyjnego, niż cały system do jednego czy kilku pracowników.

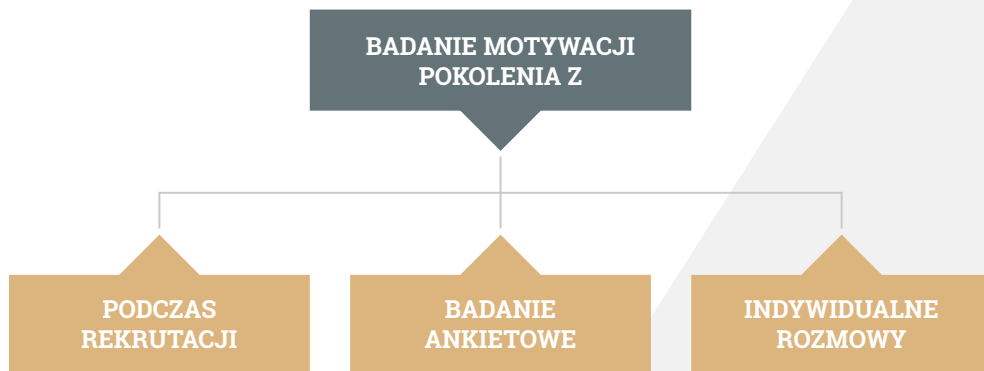
Młode osoby mają pewne wyobrażenie na temat pracy, które podczas pierwszych kroków zawodowych zderzają z rzeczywistością. To czas, w którym definiują, czego oczekują i pierwszy raz, kiedy system wartości i motywacji „zetek” trzeba połączyć z systemem wartości i motywacji firmy. Czasami te oczekiwania okazują się po prostu rozbieżne.

*dr Bogusław Niedbała
Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy
jednego z naszych klientów*

Część pracodawców przyznała podczas wywiadów, że prowadzi z pracownikami indywidualne rozmowy (m.in. w ramach udzielania informacji zwrotnych), a część (mniejszość) prowadzi działania ankietowe.

Ci pracodawcy, którzy badają oczekiwania swoich pracowników podkreślają, że dążą do poszerzania wachlarza oferowanych działań.

Widoczne jest jednak duże zróżnicowanie między proponowanymi czynnikami – niektóre firmy codziennie proponują świeże owoce swoim pracownikom, część tworzy zaplecze sanitarne dla rowerzystów, a inni wskazują, że dopiero się rozwijają.



W Grand Parade przykładamy dużą uwagę do rozwoju naszych pracowników. Pierwsza formalna rozmowa, podczas której nowy pracownik otrzymuje feedback na temat swojej pracy, ma miejsce już po 2,5 miesiąca od momentu zatrudnienia. Ponadto w ramach Performance Managementu co pół roku przeprowadzane są oceny, które mają bezpośredni wpływ na plany rozwojowe pracowników oraz ich awanse.

*Edyta Mordarska
HR Advisor, Grand Parade*

Młodzi chcą się rozwijać

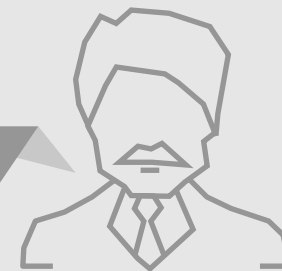
W pierwszym raporcie ATERIMA HR dotyczącym pokolenia Z okazało się, że dla młodych ludzi ważnym czynnikiem motywującym jest możliwość rozwoju. W związku z tym zapytaliśmy pracodawców, czy i w jaki sposób wspierają rozwój młodych ludzi.

Pracodawcy wskazywali, że chętniej kierują młodych ludzi na szkolenia wewnętrzne, pojedyncze firmy kierują ich także na szkolenia zewnętrzne. Część pracodawców podkreśla funkcjonowanie wymiany wiedzy ze starszymi pracownikami, którzy grają rolę mentorów dla młodych ludzi. Część firm natomiast podkreśla, że nie podejmuje działań rozwojowych skierowanych do młodych ludzi. Zdarzają się też wypowiedzi, w których firma zakłada szkolenie pracowników, ale dopiero gdy przepracują oni pewien czas w organizacji.



Chcę się rozwijać i szkolić.

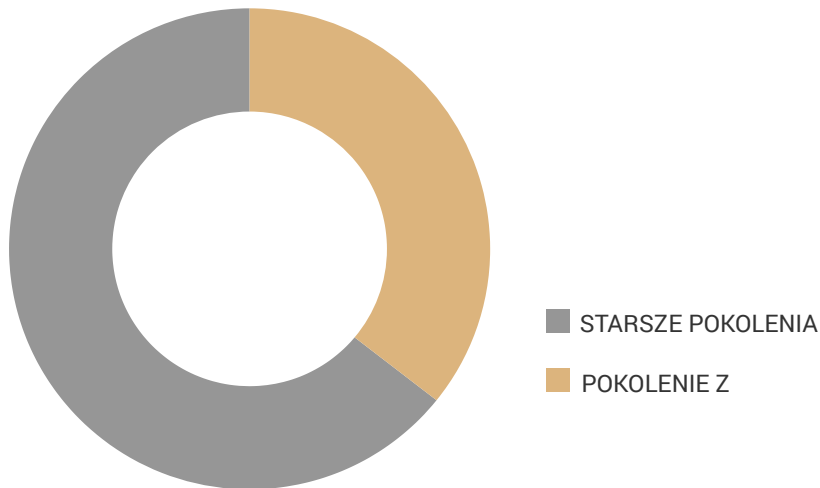
OK, pokaż, że jesteś lojalnym pracownikiem.



WSPÓŁPRACA MIĘDZY POKOLENIAMI

Pracodawcy wskazują, że młodzi ludzie stanowią od kilku do 35% zasobów ludzkich firmy. Reprezentanci pokolenia Z są zatem na razie w mniejszości. Taka sytuacja jednak będzie się zmieniać i choć jeden z badanych pracodawców podkreślił, że młode pokolenie traktuje jako konieczność, ta „konieczność” wnet będzie naszą codziennością.

STRUKTURA WIEKU PRACOWNIKÓW



Zapytaliśmy pracodawców, czy przygotowują swoich menedżerów na współpracę z młodym pokoleniem lub czy w ogóle przygotowują się na zarządzanie pokoleniem Z (np. poprzez szkolenia, warsztaty).

Żaden z biorących udział w naszych wywiadach pracodawców nie podejmował do tej pory takowych działań, pojedyncze przypadki rozważają taką możliwość.

Analizując wyniki raportu o pokoleniu Z oraz wywiady z pracodawcami myślę, że prowadząc dyskusję na temat pokoleń zataczamy pewne koło. Wiele pokoleń dorosłych ludzi ocenia zachowania młodych, używając sformułowania funkcjonującego od wieków „za moich czasów to było nie do pomyślenia”.

Różnice pokoleniowe były i będą, a od mądrości, dojrzałości i rozsądku obydwu pokoleń zależy efekt ich wzajemnej współpracy, korzyści jednej i drugiej strony (lub ich brak).

Wydaje się, że o ile to młode pokolenie powinno wykazać się większą pokorą w stosunku do starszych osób, to jednak od starszego pokolenia oczekuje się cierpliwości i dojrzałości emocjonalnej.

DR ANNA DOLOT
EKSPERT HR W ATERIMA HR

Dialog i równowaga

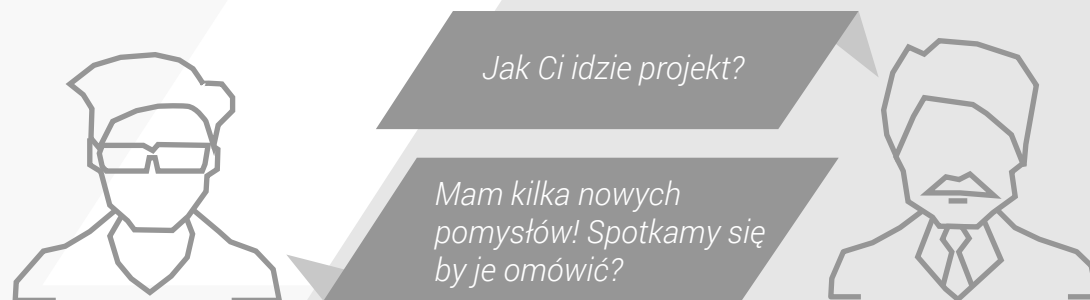
Młode pokolenie w powszechnej opinii jest bardziej otwarte pod wieloma względami – otwarte nie tylko na nowe pomysły i naukę, ale i na partnerski dialog, dyskusje, również te dotyczące swoich praw, oczekiwań czy kwestii finansowych.

Pokolenie Y zaczęło zgłaszać potrzebę równowagi między życiem zawodowym, a osobistym – wywołując tym zresztą nierzadko oburzenie.

Dla pokolenia Z to norma. Szkoda zatem czasu na dziwienie się, że reprezentanci pokolenia Z wychodzą z pracy, kiedy wybije godzina oznaczona w umowie. Oni mają poza pracą inne życie i... tego można się tylko od nich uczyć.

Informacja zwrotna jest bardzo ważna dla pracowników z pokolenia Z. Młodzi chcą rozmów, komunikacji oraz dyskusji. Oczekują docenienia i pochwały za dobrze wykonane zadanie. To doskonała płaszczyzna dla przełożonego do motywowania i wskazywania oczekiwanych kierunków rozwoju dla pracownika.

Izabela Tryba
Dyrektor Handlowy, OknoPlus



Komunikacja z „zetkami”

Osoby z pokolenia Z różnią się od starszych współpracowników także pod względem sposobu komunikacji. Urodzeni po 1990 roku wychowali się w świecie pełnym nowych narzędzi do komunikacji – powszechnie dostępnych, błyskawicznych i o globalnym zasięgu.

To pokolenie, które całe swoje życie wiodło w wolnym kraju i dzięki temu nie jest „zahukane” jak część ich starszych kolegów czy koleżanek. To chyba powód do radości, a nie niezadowolenia?

To w moim odczuciu także szansa na uzdrowienie polskiego rynku pracy, który przez wiele lat rządzony był przez wykorzystujących kryzysową sytuację rynkową i polityczną pracodawców. To także pokolenie zróżnicowane, na którym obecni są młodzi, ambitni i zaangażowani. Są też tacy, którzy aż cud, że samodzielnie przy swojej bezradności i niedojrzałości dotarli do pracy i spóźnili się „tylko” kilkadziesiąt minut, bo zaskoczył ich korek. Korek tworzący się od lat w tym samym miejscu.

DR ANNA DOŁOT
EKSPERT HR W ATERIMA HR

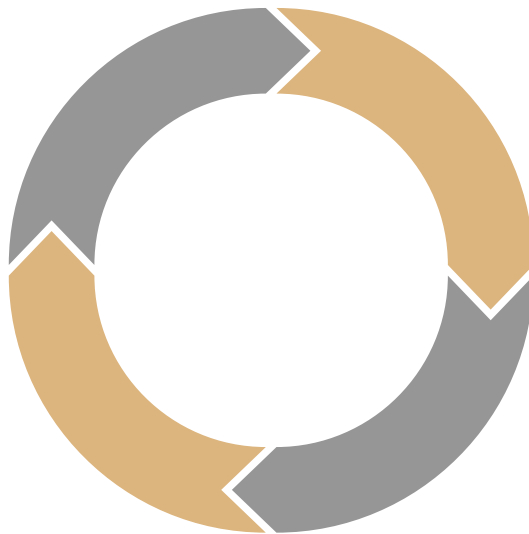
W młodym pokoleniu tkwi duży potencjał, energia i otwartość. Od sposobu komunikacji z nim, chęci uczenia się obydwu stron od siebie, nagradzaniu i premiowaniu zachowań pozytywnych, a piętnowaniu tych niebiznesowych zależy nasza dalsza współpraca i efektywność w pracy i życiu.

„Zetki” to nowe pomysły i entuzjazm związany z wiekiem. To także potencjał, który wnoszą do przedsiębiorstwa. Z jednej strony firma uczy młodego pracownika, a z drugiej to młody pracownik podpowiada ciekawe rozwiązania.

Elżbieta Łuksza
HR Delegation Manager jednego z naszych klientów

WSPÓŁPRACA Z POKOLENIEM Z

REKRUTUJ AKTYWNYCH I ZAANGAŻOWANYCH.



PYTAJ O OPINIE, SZANUJ INNE ZDANIE – BĄDŹ PRACODAWCĄ GODNYM POLECENIA.

JASNO WYZNACZAJ CELE I ZASADY WSPÓŁPRACY, TŁUMACZ ICH KONTEKST.

UDZIELAJ INFORMACJI ZWROTNEJ: NAGRADZAJ POZYTYWNE, WSKAZUJ ZACHOWANIA NEGATYWNE, WYJAŚNIAJ ICH KONSEKWENCJE DLA BIZNESU.



ONAS

DR ANNA DOLOT
EKSPERT HR W ATERIMA HR

Od 13 lat zajmuje się tematyką HR; autorka artykułów i badań publikowanych w prasie specjalistycznej i naukowej. Bierze czynny udział w konferencjach biznesowych i naukowych. Pasjonatka, trener i konsultant z obszaru rekrutacji, selekcji, motywowania, oceny i rozwoju pracowników.

Swoją wiedzę i doświadczeniem dzieli się podczas prowadzonych warsztatów, szkoleń i doradztwa. Wykładowca Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie i Krakowskiej Szkoły Biznesu m.in. z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi i MBA.

KONTAKT Z EKSPERTEM: ANNA.DOLOT@ATERIMA.HR



ATERIMA HR

Znajdujemy ekspertów do najbardziej wymagających zadań. Nasi klienci dzięki potencjale ludzi wygrywają z konkurencją. Projekty powierzamy najbardziej doświadczonym na rynku konsultantom personalnym. Dążymy do doskonałości, korzystając z doświadczenia, świetnych relacji i znajomości branży. ATERIMA HR jest częścią Grupy ATERIMA.

Więcej informacji: www.aterima.hr

GRUPA ATERIMA

Grupę ATERIMA tworzą marki ATERIMA, ATERIMA MED i ATERIMA HR. Łączy je specjalizacja, fachowość i europejski zasięg. Wartości Grupy, wśród których kluczową jest odpowiedzialność, pomagają tworzyć dla klientów doskonałe usługi, dzięki czemu rozwiązują swoje problemy i oszczędzają cenny czas.

Więcej informacji: www.grupaaterima.pl