



GEN Zmiany rynku pracy

Raport

SPIS TREŚCI

- 1 Wstęp
- 2 Jak zmienia się rynek pracy w Polsce
- 3 Zetki – świadomi, nie roszczeniowi
- 4 Gen Zmiany rynku pracy, czyli czas włączyć tryby łączące
 - Wynagrodzenie
 - Zarządzanie
 - Organizacja pracy
 - Wspieranie samorozwoju
 - Work-life balance
- 5 Zrozumienie przez znajomość

WSTĘP

Przemiany pokoleniowe na rynku pracy, choć są zjawiskiem nieuniknionym, to niezmiennie budzą żywe emocje. To naturalne, gdyż wiążą się ze zmianami, które obejmują zarówno model pracy, jak i stosunek do niej. Wywołują dyskusje, w których zderzają się ze sobą różnorodne poglądy i opinie. Świadcami takich dyskusji jesteśmy również dzisiaj. Oto na rynek pracy wkraczają przedstawiciele pokolenia urodzonego po 1995 roku. Wkraczają na niego pewnie, bez kompleksów i zahamowań, wyrażnie komunikując swoje potrzeby i oczekiwania. Ta odwaga powoduje, że dzisiaj wiele uwagi poświęca się analizom postaw przedstawicieli Generacji Zet. Incydentalnie jednak włącza się ich w toczącą się debatę. Tymczasem to oni już za kilka lat będą kreowali otaczającą nas rzeczywistość, również tę zawodową. Dlatego tak ważne jest stworzenie im przestrzeni do wyrażania swoich oczekiwań i obaw. Przestrzeń tę tworzy OLX Praca i w kolejnej odsłonie kampanii realizowanej pod hasłem *Praca z korzyścią dla wszystkich* zmienia tę sytuację, oddając głos tym, których przede wszystkim dotyczy tocząca się dyskusja – Generacji Zet. Aby lepiej zrozumieć rolę najmłodszych uczestników rynku pracy, serwis zlecił badanie opinii wśród pracujących Zetek. Równocześnie przeprowadzone zostały wywiady z pracodawcami. Opinie tych przenikających się światów stanowiły podstawę do opracowania raportu: *Gen Zmiany rynku pracy*.

Jako OLX Praca, największy serwis ogłoszeniowy w Polsce, czujemy obowiązek poruszania ważnych dla rynku pracy zagadnień. Myślimy odważnie i nie boimy się konfrontacji z odmiennymi opiniami, ponieważ wierzymy, że takie dyskusje dają najlepsze plony. Podejmując temat obecności przedstawicieli Generacji Zet na rynku pracy, wiedzieliśmy, że rozbudzimy emocje. Ale my wierzymy, że to pokolenie, w którym tkwi ogromny potencjał. To pokolenie dorastające podczas pandemii, wypracowało system wartości, z którym nigdy wcześniej się nie zderzyliśmy. System, w którym człowiek, jego indywidualne oczekiwania i potrzeby stawiane są na pierwszym miejscu. Dlatego chcemy ich słuchać, chcemy ich zrozumieć i chcemy z nimi pracować, a co najważniejsze, chcemy im powiedzieć – rynek pracy czeka na was i jest gotowy na zmiany.



Jolanta Święcicka, senior marketing specialist, odpowiedzialna za kampanię OLX Praca

Jak zmienia się rynek pracy w Polsce

Pokolenie Z – urodzeni w latach 1996-2015



Pokolenie Zet zmienia rynek pracy



1 mln

Do 2029 roku z rynku pracy zniknie 1 mln pracowników [Eurostat]



35%

firm w Polsce planuje powiększyć zespoły [ManpowerGroup]



TOP 3

Trzeci najlepszy wynik w UE! – w ciągu 20. lat odsetek biernych zawodowo młodych Polek i Polaków zmalał o 12 pkt. procentowych [Eurostat]



UE

Młodzi Polacy chcą pracować! – Polska z jednym z najniższych w UE odsetkiem osób w wieku 15-29 lat, które nie uczą się i nie pracują! [Eurostat]



w 2025 r.

1/5 osób aktywnych zawodowo będą stanowiły Zetki [„Różne pokolenia, jedna organizacja” Stanisław Wojnicki]



Pracodawcy cenią zdanie Zetek



co trzeci

Konkretnie i transparentnie – co trzeci przedstawiciel firmy, zgadza się ze stwierdzeniem, że pokolenie Zet wpłynęło na opracowanie przejrzystych perspektyw w awansu finansowego oraz siatki wynagrodzeń



1/3 firm

Bezpośrednio i po partnersku – 1/3 firm twierdzi, że obecność najmłodszych pracowników przyczyniła się do zmiany sposobu organizacji pracy oraz ustalania i komunikowania celów przez przełożonych.



50%

Zwinnie i elastycznie – blisko 50% twierdzi, że najmłodszy wpłynęli na podejście firmy do form świadczenia pracy*!



Zetki obalają mity

Research dla OLX Praca, sierpień 2024 r. n=605



57%

Wygórowane oczekiwania finansowe? – 57% Zetek twierdzi, że ich wynagrodzenie jest adekwatne do ich doświadczenia



60%

Brak zrozumienia? 60% Zetek zgadza się z tym, że przełożony buduje partnerskie relacje i stara się zrozumieć ich potrzeby



60%

Nikt mnie nie słucha? 60% Zetek przyznało, że może się podzielić swoimi spostrzeżeniami z przełożonym



+50%

Chcę, aby szanowano mój czas? Ponad połowa badanych przyznała, że w ich aktualnej firmie uwzględniono ich preferencje dotyczące modelu pracy

* Wyniki ankiety zrealizowanej przez OLX wśród pracodawców

Pod koniec lipca bieżącego roku Główny Urząd Statystyczny potwierdził szacunki Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wskazujące, że stopa bezrobocia rejestrowanego w końcu czerwca br. była rekordowo niska. Wyniosła ona 4,9%. Bez pracy pozostawało 762,2 tys. osób. Po raz ostatni mniej bezrobotnych było zarejestrowanych w urzędach pracy w końcu lipca 1990 r. Równocześnie firmy deklarują wzrost zatrudnienia. Jak wynika z badania ManpowerGroup do końca września aż 35% firm w Polsce planowało powiększyć swoje zespoły¹. Oznacza to, że coraz trudniej będzie o pracowników, zwłaszcza że procesom rekrutacji nie pomaga demografia – malejąca liczba ludności i poprawa jakości życia prowadzą do starzenia się społeczeństwa oraz zmniejszenia odsetka osób aktywnych zawodowo. Dane Eurostatu wskazują, że w latach 2020-2029 z rynku pracy zniknie milion

pracowników. Tym samym coraz liczniejszą grupę osób aktywnych zawodowo stanowią będą przedstawiciele pokolenia Zet. Szacuje się, że do 2025 roku reprezentował je będzie co piąty aktywny zawodowo Polak². Zmianom pokoleniowym towarzyszyły będą zmiany w firmach, zarówno te związane z organizacją pracy, jak i te dotyczące troski o dobrostan pracowników. Pierwsze efekty widzimy już teraz. W kwietniu 2024 r. pracodawcy zaoferowali niespotykaną wcześniej liczbę benefitów pracowniczych – średnio 6,9 zachęt na jedną ofertę. Niezmiennie najczęściej oferowane były szkolenia, pakiet medyczny i karta sportowa, a także wysokie wynagrodzenie czy elastyczny czas pracy³. Jednym z czynników determinujących tę ewolucję jest zmieniająca się struktura zatrudnienia w Polsce, w tym rosnąca w siłę reprezentacja pracowników urodzonych po 1995 roku.



¹ <https://www.manpowergroup.pl/2024/06/11/barometr-manpowergroup-perspektyw-zatrudnienia-q3-2024/>

² Różne pokolenia, jedna organizacja Stanisław Wojnicki

³ https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Rynek-pracy_maj-2024_v2.pdf

Zetki – świadomi, nie roszczeniowi

Zetki to chyba pierwsze pokolenie, które doczekało się tylu analiz na swój temat. Dostarczają one wiedzy na temat tego, jakie wartości są dla pokolenia Zet najważniejsze, jakie cele stawia sobie w życiu, jakie są jego oczekiwania w stosunku do pracodawców. Wiemy o nich jeszcze jedno – mają odwagę, żeby wyrażać swoje poglądy i bronić swojego zdania. Urodzeni ze smartfonem w rękę, wychowani w świecie wirtualnym, dorastający w czasach naznaczonych pandemią, dzisiaj wchodzą na rynek pracy. W powszechnej opinii uchodzą za osoby innowacyjne, zaradne i szybko dostosowujące się do nowych okoliczności. A co najważniejsze świadome różnic kulturowych i różnorodności oraz swoich potrzeb, umiejętności i możliwości. Są też asertywni – nie ulegają presji tradycji, czy przyzwyczajień – potrafią manifestować swoje oczekiwania i egzekwować należne im prawa. Nie kryją się z tym, że do pracy najbardziej motywuje ich wynagrodzenie. Ta umiejętność i otwartość w manifestowaniu swoich wartości i oczekiwań wielokrotnie budzi negatywne reakcje, sprowadzające się do dość ogólnej oceny pokolenia –

roszczeniowi. Prowadzi to do utrwalania krzywdzących najmłodsze pokolenie stereotypów. Tymczasem warto zastanowić się nad tym, jak postawy najmłodszych zmienią naszą rzeczywistość, również tę zawodową. Czy umiejętność jasnego definiowania swoich celów i oczekiwań względem pracodawcy jest wadą, czy zaletą? Czy budowanie mniej formalnych relacji z przełożonymi nie sprzyja lepszej atmosferze w pracy? Czy oczekiwanie godnego wynagrodzenia za wykonywaną pracę jest zuchwałością? Odpowiedź na te pytania prowadzi do jednego wniosku – cechy przedstawicieli pokolenia Zet już teraz przyczyniają się do zmian na rynku pracy i będą to zmiany, z których skorzystają wszyscy pracownicy. Doskonale ilustrują to badania i analizy zrealizowane na zlecenie OLX Praca. Badania przeprowadzone zostały na reprezentatywnej i aktywnej zawodowo grupie osób urodzonych po 1995 roku⁴. Równocześnie przeprowadzone zostały wywiady z grupą pracodawców, reprezentujących średnie i duże firmy.



⁴ SW Research dla OLX Praca, sierpień 2024 r. n=605

Raport OLX Praca pokazuje, że przedstawiciele i przedstawicielki pokolenia Z to osoby otwarte, zaangażowane i gotowe do współpracy z reprezentantami i reprezentantkami starszych pokoleń – ponad połowa badanych młodych pracowników dostrzega i ceni działania pracodawców na rzecz współpracy międzypokoleniowej w organizacji.

Ponadto ciekawym wynikiem jest to, iż blisko 2/3 badanych otrzymuje jasny feedback w miejscu pracy, a także że może dzielić się swoimi spostrzeżeniami z przełożonym. Z perspektywy pracodawcy, przedstawiciele i przedstawicielki pokolenia Z mogą być pewnego rodzaju strażnikami zgodności [ang. compliance] – wskazując bardzo otwarcie i transparentnie, jakie są potrzeby współczesnego pracownika (w szczególności te niezaspokojone) i jakimi standardami i dobrymi praktykami powinna podążać współczesna dojrzała organizacja. Raport napawa nas nadzieją, że najmłodsze pokolenie pracowników jest słuchane, a ich głos faktycznie słyszany.

Raport pokazuje (głosem badanych pracodawców), że pracownicy i pracownice z pokolenia Z są grupą najbardziej zaangażowaną ze wszystkich grup pokoleniowych, jeśli wykonywane przez nich zadania odpowiadają ich pasjom i zainteresowaniom.

Poprzez doświadczenia i zachowania osób z pokolenia Z obserwujemy ewolucję roli, jaką praca odgrywa w życiu człowieka – nie tylko ma być sposobem zapewnienia godnego bytu – ale także dawać satysfakcję oraz poczucie sensu. Co ważne, szczęście i rodzina okazują się być ważnymi celami w życiu pokolenia Z, a pomiędzy życiem osobistym i pracą powinna panować równowaga. Także za sprawą przedstawicieli i przedstawicielek pokolenia Z praca jest nie tyle dobrem, którego funkcje definiuje gospodarka, a efektem jest jej wzrost, ile staje się narzędziem dla poprawy jakości życia, rozwiązywaniem konkretnych problemów jednostek i grup, instrumentem do walki z nierównościami społecznymi czy ekonomicznymi, zarówno w skali lokalnej, jak i globalnej. Raport potwierdza, że zarówno kwestie ekologiczne, jak i wsparcie zdrowia psychicznego, to ważne cele, jakie stawiają sobie przedstawiciele i przedstawicielki pokolenia Z.

Pokolenie Z dla współczesnych pracodawców może być bodźcem do rozwoju przyjaznych miejsc pracy, a jego aktywne słuchanie przyczynić się do budowania lepszego rynku pracy dla przedstawicieli i przedstawicielek wszystkich generacji.



dr Justyna Sarnowska-Wilczyńska,
socjolożka, Młodzi w Centrum Lab Uniwersytetu
SWPS, ekspertka SWPS Innowacje



Gen Zmiany rynku pracy, czyli czas włączyć tryby łączące

„Nic o was, bez was” – mówi w swojej najnowszej kampanii OLX Praca i oddaje głos przedstawicielom pokolenia Zet. Równocześnie pyta się ich o to, czy praca ich satysfakcjonuje i spełnia ich oczekiwania, czy widzą, że ich start w zawodowym życiu, zmienia obraz całego rynku. A żeby mieć pełny i unikalny obraz sytuacji, pytania dotyczące tych samych zagadnień, zadaje również pracodawcom. Efektem jest raport, który ilustruje opinie zainteresowanych stron w kwestii podejścia do wynagrodzenia, zarządzania, organizacji pracy, wspierania samorozwoju oraz zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym.

☆ WYNAGRODZENIE

Wynagrodzenie za pracę to dla wielu osób temat tabu. Ale nie dla Zetek. Oni jasno manifestują fakt, że pracują po to, żeby zarabiać i nie boją się mówić o tym, że pensja na oczekiwanym poziomie jest tym, co może ich do pracy zachęcić.

Postawę tę potwierdza połowa pracodawców, uczestniczących w ankiecie OLX. Ale taka postawa ma też wpływ na podejście firm do przejrzystości wynagrodzeń. **Co trzeci przedstawiciel firmy, uczestniczący w ankiecie OLX, zgodził się z tym, że obecność Zetek w ich firmach wpłynęła na opracowanie konkretnych i transparentnych perspektyw awansu finansowego oraz siatki wynagrodzeń. Równocześnie z badania wśród młodych wynika, że tylko 43% badanych zna konkretną perspektywę awansu finansowego w swojej firmie.**

Co trzeci pracownik pokolenia Zet przyznaje, że pracodawca nie nakreślił mu jasnej ścieżki dojścia do wyższej pensji. A czy ta siatka wynagrodzeń spełnia oczekiwania zainteresowanych? Z badania SW Research, zrealizowanego na zlecenie OLX wynika, że **57% Zetek uważa, że ich wynagrodzenie jest adekwatne do ich doświadczenia.**

Moje wynagrodzenie jest adekwatne do mojego doświadczenia

nie zgadzam się

24%

nie mam zdania

19%

zgadzam się

57%

Co ciekawe poziom tego zadowolenia jest podobny dla osób, z każdego rocznika uwzględnionego w badaniu⁵.

Ponad połowa badanych twierdzi również, że obecne wynagrodzenie umożliwia im zaspokajanie potrzeb życiowych. Tyle samo osób twierdzi, że pensja, którą otrzymują, pozwala im na regularne oszczędzanie, a niecałe 30% nie jest w stanie odkładać pieniędzy z aktualnej pensji.

🗄️ ZARZĄDZANIE

Nastawienie Zetek na realizację zadań zgodnych z ich zainteresowaniami, transparentną komunikacją oraz szybką informacją zwrotną, wymaga elastycznego środowiska pracy. Dlatego też zarządzanie zespołami, które współtworzą, często wymaga zmiany strategii. Konieczność tę dostrzegają pracodawcy, co potwierdzają wyniki ankiety zrealizowanej przez OLX. **Co trzeci przedstawiciel firmy uczestniczącej w niej twierdzi, że obecność najmłodszych pracowników przyczyniła się do zmiany sposobu organizacji pracy oraz ustalania i komunikowania celów przez przełożonych.** Z drugiej jednak strony jedna trzecia z badanych twierdzi, że obecność przedstawicieli pokolenia Zet w ich organizacji nie przyczyniła się do zmian związanych z precyzyjnym określeniem zakresu

⁵ W badaniu uwzględniony został podział respondentów ze względu na wiek (od 20 do 25 lat)

prac oraz celu ich realizacji. Tymczasem **67% badanych Zetek przyznaje, że odkąd pracują w firmie, ich przełożony jasno wytycza im cele do realizacji. W grupie tej najliczniejszą reprezentację stanowią osoby w wieku 24 i 25 lat.** Co więcej, **młodzi Polacy czują się swobodnie w relacjach z przełożonymi. Prawie 60% z nich uznało, że przełożony traktuje ich po partnersku i stara się zrozumieć ich potrzeby.**

Mój manager/przełożony buduje ze mną relacje oparte na partnerstwie, stara się zrozumieć moje potrzeby i stosuje system motywacji odpowiadający moim potrzebom.

nie zgadzam się

19%

nie mam zdania

23%

zgadzam się

58%

Te partnerskie relacje potwierdzają również opinie pracodawców. **Co trzecia osoba uczestnicząca w ankiecie OLX stwierdziła, że pracownicy z pokolenia Zet wpłynęli na budowę bardziej partnerskich relacji z przełożonymi.** Jeden z uczestników ankiety podkreślił: *Jesteśmy firmą, która w dużej mierze zatrudnia osoby z pokolenia Z i X, dostosowujemy cały swój język i kulturę pod te pokolenia. Obejmuje to cały cykl życia pracownika, od rekrutacji po komunikację wewnętrzną, aż po offboarding.* A jak wynika z badania, partnerskie relacje pozytywnie wpływają na komunikację. **Prawie 60% badanych twierdzi, że feedback, jaki otrzymują w pracy, jest dla nich jasny, a także że mogą dzielić się swoimi spostrzeżeniami z przełożonym.** Partnerskie relacje przekładają się również na szacunek dla osobistych wartości oraz światopoglądu. Tutaj większość młodych Polaków też nie dostrzega problemu – **56% badanych uznało, że w miejscu pracy ich poglądy są traktowane z szacunkiem.** Odpowiedzi pozostałych respondentów rozkładają się po połowie między tych, którzy nie zgadzają się z tą tezą lub nie mają na ten temat zdania.

🏠 ORGANIZACJA PRACY

Jak podaje Polski Instytut Ekonomiczny, możliwość pracy zdalnej lub hybrydowej wprowadziło w Polsce 33 proc. przedsiębiorstw⁶. Okazuje się, że część tych firm zdecydowała się na taki krok pod wpływem oczekiwań Zetek. **Blisko połowa przedstawicieli firm uczestniczących w ankiecie zrealizowanej przez OLX stwierdziła, że to pracownicy pokolenia Zet wpłynęli na bardziej elastyczne podejście firmy do form świadczenia pracy (np. praca zdalna, hybrydowa, workation, summer hours).** W naszej firmie zmodyfikowaliśmy benefits, wdrożyliśmy ścieżki kariery, stworzyliśmy możliwości rozwoju, ale zaoferowaliśmy też dodatkowy dzień wolny, np. z okazji urodzin, czy wydłużenie przerwy w pracy – mówi jeden z ankietowanych. Tę elastyczność dostrzegają również młodzi pracownicy. Ponad połowa badanych przyznała, że w firmie, w której obecnie pracują, uwzględniono ich preferencje dotyczące pracy zdalnej, hybrydowej, bądź stacjonarnej. Tylko co czwarty pytany uznał, że pracodawca nie zaspokoił jego oczekiwań w tym zakresie.

Mój manager/przełożony uwzględnił w moim harmonogramie pracy moje oczekiwania, dotycząca czasu i modelu pracy (np. praca zdalna, praca hybrydowa, praca stacjonarna).

nie zgadzam się

23%

nie mam zdania

24%

zgadzam się

53%

A co z wypełnianiem obowiązków przez osoby, o których mówi się, że ponad karierę i osiąganie sukcesów zawodowych stawiają na realizację własnych pasji i zamiłowań? Jak wskazali pracodawcy uczestniczący w ankiecie OLX – **jeśli zadania zawodowe odpowiadają pasjom i zainteresowanym Zetek, to oddają się im najchętniej spośród wszystkich grup pracowników.** Zaś same Zetki nie dostrzegają, że są obciążane zbyt dużą

⁶ Badania polskich przedsiębiorstw przeprowadzone przez PIE w grudniu 2023 r. na próbie 1000 firm.

liczbą zadań. Dwie trzecie młodych Polaków uznało, że w ich firmie w ogóle nie ma problemu z nadmiarem obowiązków i nikt nie oczekuje od nich pracy ponad zakres sprecyzowany w umowie. Równocześnie badani deklarują, że jeśli sytuacja tego wymaga – firma na jasnych zasadach określa i wynagradza ewentualne nadgodziny albo dodatkowe obowiązki.

WSPIERANIE SAMOROZWOJU

Mniejsza skala urodzeń i starzenie się społeczeństwa, są jednymi z przyczyn kurczącego się rynku pracy. Jak wynika z analizy Pracodawców RP, rocznie zmniejsza się on o około 100-150 tys. pracowników. Często są to osoby z doświadczeniem, których zastąpienie bywa trudne dla pracodawców. Jednocześnie na ten sam rynek pracy wchodzi Zetki, ambitne, ale bez zaplecza, jakim owo doświadczenie jest. Dlatego też tak istotnym jest udział pracodawców w procesie rozwoju zawodowego najmłodszych pracowników. I jak wynika z badania OLX Praca, **w opinii Zetek, firmy zapewniają im rozwój zawodowy i wspierają w poszukiwaniu optymalnych dróg rozwoju. Ze stwierdzeniem tym zgodziło się ponad 50% badanych.** Potwierdzają to opinie uczestników ankiety, zrealizowanej wśród pracodawców – **atmosfera i środowisko pracy jak i kreatywne projekty. W naszej branży Zetki się nie nudzą, co widać na co dzień w naszych restauracjach. Mamy ciekawy i realny system premiowy, realny rozwój. My stawiamy przede wszystkim na potencjał, kreatywność i tworzenie pracy, gdzie wszyscy czują ten power.** Jedynie 17% respondentów z pokolenia Zet było odmiennego zdania. Równocześnie tylko 6% badanych uważało, że pracodawcy nie stwarzają im możliwości wymiany wiedzy i umiejętności między przedstawicielami różnych pokoleń.

Większość Zetek, uczestniczących w badaniu (57%) dostrzega i ceni działania pracodawców na rzecz tworzenia wielopokoleniowych zespołów, umożliwiając tym samym transfer wiedzy i umiejętności między ich członkami. Interesującą obserwacją jest natomiast fakt, że jak wynika z ankiety przeprowadzonej przez OLX Praca wśród pracodawców, jedynie co czwarty ankietowany zgodził się ze stwierdzeniem, że pracownicy z pokolenia Zet wpłynęli na rozbudowę oferty szkoleń, kursów i praktyk dla pracowników w obszarach, w których chcieliby rozwijać swoje umiejętności.

WORK-LIFE BALANCE

Szczęście i rodzina, to obok możliwości realizowania swoich pasji, ekologii oraz zdrowia, wartości, które Zetki cenią najwyżej⁷. Naturalne jest więc, że rozpoczynając karierę, oczekują, że w środowisku pracy zachowywana będzie równowaga między ich sferą prywatną i zawodową. Oczekują też od pracodawców, że ci będą realizowali działania wspierające ich dobrostan.

W firmie, w której pracuję, prowadzone są działania, wspierające mój dobrostan (np. zdrowie psychiczne).

nie zgadzam się

33%

nie mam zdania

24%

zgadzam się

43%

Pracodawca wspiera mnie w poszukiwaniu dróg rozwoju, np. otrzymałam propozycję szkoleń, umożliwiających mi rozwój w interesujących mnie obszarach.

nie zgadzam się

18%

nie mam zdania

20%

zgadzam się

42%

⁷ Pokolenie Z na rynku pracy. Postawy, priorytety, oczekiwania. Wyższa Szkoła HUMANITAS, Sosnowiec-Warszawa, 20 marca 2023 r.

Tymczasem, jak wynika z badania SW Research, **33% badanych Zetek, przyznało, że w firmach, w których pracują, brakuje programów wspierających ich zdrowie psychiczne. Równocześnie 43% badanych stwierdziło, że takie działania są prowadzone**, a z wyników ankiety przeprowadzonej przez OLX Praca wśród pracodawców, wywnioskować można, że na

rozszerzenie pakietu tego typu działań w firmach znaczący wpływ mieli właśnie przedstawiciele pokolenia Zet. Ze stwierdzeniem takim zgodziło się prawie 25% ankietowanych. Okazuje się też, że w odpowiedzi na potrzeby Zetek, **prawie 40% pracodawców stwarza najmłodszym pracownikom możliwości rozwoju ich pasji i zainteresowań.**



Zrozumienie przez znajomość

Współczesny rynek pracy jest bardzo zróżnicowany. Obecnie spotykają się na nim cztery różne pokolenia, których przedstawiciele różnią się od siebie ideałami, poglądami, systemem wyznawanych wartości oraz podejściem do wykonywania obowiązków zawodowych. Ta różnorodność może być podstawą efektywnej współpracy, a w efekcie korzystnych zmian, których beneficjentami będą przedstawiciele każdej ze stron tego procesu. Warunkiem koniecznym jest jednak wzajemne zrozumienie motywacji, potrzeb i oczekiwań. I na tę kwestię zwraca uwagę OLX Praca w swojej kampanii, której przesłaniem jest zbudowanie porozumienia między przedstawicielami różnych pokoleń. A to wbrew stereotypom, jest **proste, ponieważ dla przedstawicieli wszystkich pokoleń, w przypadku pracy, istotne są te same wartości, m.in.: kultura organizacyjna oparta na wzajemnym szacunku, zaufaniu i życzliwości, poczucie sensu pracy i współtworzenia, świadomość celu, inspirujący i wspierający lider, bycie traktowanym jak człowiek, a nie „zasób ludzki”**. W czym zatem tkwi problem? Jak podkreśla w swojej kampanii OLX Praca, wyzwaniem jest komunikacja.

Każda grupa wiekowa, używa typowego dla niej kodu językowego. To zaś prowadzić może do nieporozumień. Gwarancją sukcesu jest zatem obustronne poznanie tych kodów, a w efekcie porozumienie. Ono zaś sprzyjało będzie kolejnym, pozytywnym, zmianom na rynku pracy.

Rola przedstawicieli pokolenia Zet na rynku pracy z każdym rokiem będzie coraz istotniejsza. Znaczenie to będzie większe dzięki rosnącej w siłę reprezentacji Zetek, ale przede wszystkim dzięki zmianom, których oczekują od firm. Dzisiaj te oczekiwania mogą budzić skrajne emocje i prowadzić do negatywnych ocen całego pokolenia. Ale jeśli dogłębnie je przeanalizujemy, to większość z nas doceni na przykład to, że przyczyniają się one do osiągnięcia równowagi między pracą a życiem prywatnym. Nie powinniśmy zatem krytykować Zetek, tylko szukać z nimi porozumienia, a to możliwe jest dzięki skutecznej i otwartej komunikacji. Rozmawiajmy ze sobą, a nie tylko mówmy do siebie, ponieważ dzięki temu poznamy swoje wartości, motywacje i cele. Do takiego właśnie dialogu zachęcamy też w swojej kampanii



Artur Kołpowski,

Jobs & Services Director



GEN Zmiany rynku pracy

Raport

