

Charakterystyka podejścia do pracy przedstawicieli pokolenia Z – preferowany model życia a praca zawodowa. Cz. 2

Characteristics of the approach to work of representatives of the Z generation – the preferred model of life and professional work. Part 2

Słowa kluczowe: pokolenie Z, wartości, praca, postawy, przedsiębiorczość.

Streszczenie. Artykuł stanowi część drugą opracowania dotyczącego podejścia do pracy przedstawicieli pokolenia Z. W prezentowanej części autorzy, odwołując się do badań własnych oraz konfrontując je z opisami prezentowanymi w literaturze przedmiotu, przytoczonymi w części pierwszej, a także badaniami wtórnymi, starają się przedstawić, jakie znaczenie w życiu młodych osób ma praca zawodowa. Jak przedstawiciele pokolenia Z definiują i postrzegają pracę oraz jaki model życia preferują przedstawiciele pokolenia Z.

Key words: generation Z, values, work, attitudes, entrepreneurship.

Abstract. The article is the second part of the characteristic of the approach to work of representatives of the generation Z. In the presented part, the authors, referring to their own research and confronting them with secondary research and descriptions presented in the literature (cited in the first part of article), try to present the meaning of work in the lives of young people. How representatives of the Z generation define and perceive the work and what model of life they prefer.

Wprowadzenie. Kontynuując rozważania podjęte w części pierwszej artykułu pt. *Charakterystyka podejścia do pracy przedstawicieli pokolenia Z – praca w systemie wartości młodych*, postanowiono określić, jaki model życia preferują przedstawiciele pokolenia Z i jak w model ten wpisuje się praca. W części pierwszej dostrzeżono bowiem, że praca, choć dosyć ważna – nie jest najważniejszą wartością dla młodego pokolenia. Wniosek ten został skonstruowany na podstawie badań własnych, jak również znalazł poparcie w prezentowanej w części pierwszej literaturze przedmiotu. Czym zatem dla młodego pokolenia jest praca? jak młodzi ludzie postrzegają pracę? jakie ma ona dla nich znaczenie i jaką formę pracy preferują? Część druga prezentowanego artykułu stanowi

zatem próbę udzielania odpowiedzi na powyższe pytania. Autorzy odnieśli się w niej do badań własnych oraz wybranej literatury przedmiotu.

Praca w systemie wartości pokolenia Z. Przedstawiciele pokolenia Z charakteryzowani są w literaturze jako osoby, dla których życie osobiste i praca powinny stanowić całość, i które dążą do harmonii w życiu prywatnym oraz zawodowym¹. W istocie teza ta znalazła również potwierdzenie w prowadzonych badaniach. Po pierwsze, warto podkreślić to, co zostało już nadmienione w części pierwszej artykułu, a mianowicie fakt, że wartość zdefiniowana jako „wewnętrzny spokój i harmonia” została wysoko oceniona przez respondentów². Co więcej, na pytanie: „jaki model życia najbardziej Pani/Panu odpowiada” – najczęściej wskazań uzyskała odpowiedź „próba pogodzenia pracy zawodowej i życia rodzinnego” (tabela 1).

Tabela 1. Preferowany model życia przez pokolenie Z

JAKI MODEL ŻYCIA NAJBARDZIEJ PANI/PANU ODPOWIADA	
ukierunkowany na pracę zawodową	14
ukierunkowany na życie rodzinne	46
próba pogodzenia pracy zawodowej i życia rodzinnego	234
jeszcze się nie zdecydowałam/łem	16

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

W zdecydowanej większości młodzi ludzie deklarują także, że planując swoją karierę zawodową, biorą pod uwagę swoje życie osobiste (tabela 2).

Tabela 2. Praca a życie osobiste w planach pokolenia Z

CZY PLANUJĄC SWOJĄ KARIERĘ ZAWODOWĄ BIERZE PANI/ PAN POD UWAGĘ ŻYCIE OSOBISTE?	
zdecydowanie tak	137
raczej tak	133
trudno powiedzieć	20
raczej nie	12
zdecydowanie nie	8

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Odpowiedzi na powyższe pytania sugerowałyby zatem, że w istocie przedstawiciele pokolenia Z dążą do osiągnięcia równowagi życiowej poprzez pogodzenie ze sobą dwóch sfer swojego życia – pracy i życia osobistego.

¹ Por. A. Żarczyńska-Dobiesz, B. Chomątowska, *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/2014, s. 408; A. Bencsik, G. Horváth-Csikós, T. Juhász., *Y and Z Generation at Workplace*, „Journal of Competitiveness”, 8(3)/2016, s. 90–106.

² Więcej: część pierwsza – tabela nr 2.

Wiedząc, jakie miejsce w systemie wartości młodego pokolenia zajmuje praca (i że nie jest to miejsce najwyższe) oraz to, że młodzi ludzie (i co być może istotne w tym kontekście – w większości kobiety) deklarują chęć dążenia do pogodzenia pracy zawodowej i życia rodzinnego, warto zastanowić się: jak, tak naprawdę, respondenci pojmują pracę zawodową. Co ciekawe – i w toku niniejszych rozważań dosyć istotne – dla większości badanych osób praca zawodowa jest głównie sposobem na zarobienie pieniędzy (tabela 3). Uważa tak ponad połowa respondentów.

Tabela 3. Praca zawodowa i jej znaczenie dla przedstawicieli pokolenia Z

CZYM DLA PANI/PANA JEST PRACA ZAWODOWA?	
sposobem na zarobienie pieniędzy	165
możliwością samorealizacji	129
przymusem	0
przyjemnością	16
inne (jakie?)	0

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Większość badanych zadeklarowała także, że ich motywacją do podjęcia pracy jest chęć bycia niezależnym finansowo (tabela 4). Z jednej strony zatem wyniki te potwierdzają obecną w literaturze opinię na temat przedstawicieli pokolenia Z wskazującą, że są to osoby dosyć racjonalnie, a wręcz materialistycznie podchodzące do życia. Aspekt instrumentalny – finansowy wydaje się być dla nich istotnym elementem definiowania znaczenia pracy.

Tabela 4 Motywacja do podjęcia pracy przez przedstawicieli pokolenia Z

CHCE PANI/ PAN PRACOWAĆ, PONIEWAŻ:	
uważam, że mogę realizować się tylko poprzez pracę zawodową	27
zmusza mnie do tego sytuacja materialna mojej rodziny	17
chcę być niezależna/y finansowo	178
jest to sposób na realizację moich pasji/zainteresowań	56
jest to sposób na pozyskanie środków finansowych na realizację moich zainteresowań	32
inne (jakie?)	0

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Dosyć zaskakującym, w kontekście dostępnej w literaturze charakterystyki pokolenia Z, może być natomiast fakt, że mniej niż połowa badanych osób (129) w pracy upatruje możliwość samorealizacji (tabela 3). Jedynie 27 osób wskazało, że chce pracować, ponieważ jest to sposób na realizację siebie. Nieco więcej, choć wciąż niewiele osób (56), uznało, że jest to sposób na realizację ich pasji/zainteresowań (tabela 4). Wszak w literaturze przedmiotu pokolenie Z opisywane jest jako materialistycznie podchodzące do życia, ale również także jako osoby dążące do realizacji siebie, swoich zainteresowań, celów i potrzeb – także w kontekście podejmowanej pracy. W końcu

także jako osoby, dla których praca ma być dopełnieniem życia osobistego, a nie tylko sposobem na zarobkowanie. W tym kontekście zatem prezentowane powyżej wyniki nie są w pełni zgodne z opisem funkcjonującym w literaturze.

Preferowana forma pracy. Postawy przedsiębiorcze przedstawicieli pokolenia Z. Podejmując się kwestii analizy podejścia młodych osób do pracy, postanowiono także zapytać o preferowaną formę pracy. W literaturze, co zostało już powyżej zasygnalizowane, sugeruje się, że dużo przedstawicieli pokolenia Z przejawia postawy przedsiębiorcze i ich preferowaną formą pracy jest samozatrudnienie, co związane jest z dążeniem do realizacji własnych celów i potrzeb w pracy oraz niechęcią do dostosowania się do wymagań i oczekiwań kogokolwiek. Potwierdzenie tej tezy znaleźć można m.in. w badaniach opisanych w cytowanym już w części I raporcie pt. „Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ”. Wynika z nich bowiem, że prawie połowa respondentów z pokolenia Z uważa, że założenie firmy jest idealną formą pracy (42,6% wskazań). Co ciekawe, reprezentanci innych pokoleń w toku opisanego badania rzadziej zgadzali się z taką tezą (30,9% przedstawicieli pokolenia X oraz 28% pokolenia Y). Co istotne jednak, za najlepszą formę pracy ponad połowa przedstawicieli pokolenia Z uznała pełen etat (54,6%). W pracy w elastycznym wymiarze godzin widziało się jedynie 20,4% badanych „Zetek”³. Choć powyższe badania sugerują, że wciąż pełen etat to pożądana forma zatrudnienia wśród osób z młodego pokolenia, to jednak z całą pewnością ukazują trend wskazujący, że samozatrudnienie staje się coraz bardziej doceniane, co zgodne jest z funkcjonującymi w literaturze opisami – charakterystykami pokolenia Z.

Badania własne, przeprowadzone wśród przedstawicieli pokolenia Z, również potwierdziły funkcjonujące w literaturze opinie, jako że młode osoby wykazują postawy przedsiębiorcze i są pozytywnie nastawione do prowadzenia własnego biznesu (tabela 5). Na pytanie: „czy rozważa Pani/Pan prowadzenie własnej działalności gospodarczej” ponad połowa badanych odpowiedziała, że tak.

Tabela 5. Plany dotyczące prowadzenia własnego biznesu

CZY ROZWAŻA PANI/PAN PROWADZENIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?	
TAK 164*	NIE 146
NA ILE JEST TO ZWIĄZANE Z KIERUNKIEM STUDIÓW?	
planuje prowadzić działalność w obszarze zgodnym z kierunkiem moich studiów	49
planuje prowadzić działalność w obszarze częściowo zgodnym z moim kierunkiem studiów	45
planuje prowadzić działalność w innym obszarze niż związany z kierunkiem studiów	55

* uwaga: 15 respondentów zaznaczyło „Tak”, nie wskazując konkretnej odpowiedzi.

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

³ Raport *Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, dostęp: <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (dostęp: 20.05.2019).

Co jednak ważne, za najistotniejsze czynniki motywujące i zachęcające badane osoby do prowadzenia własnego biznesu uznano:

- perspektywę uzyskania wyższych dochodów niż w pracy „u innych” (ok 60%),
- większy poziom niezależności zawodowej (ponad połowa wskazań),
- możliwość podejmowania samodzielnych decyzji (ponad połowa wskazań).

Zdecydowanie rzadziej badane osoby wskazywały na: możliwość podejmowania nowych wyzwań czy też potrzebę osiągnięcia sukcesu (obie odpowiedzi zostały wskazane przez ok 1/5 badanych). Jeszcze mniej osób w prowadzeniu własnej firmy upatruje możliwość robienia rzeczy użytecznych i ważnych.

Chęć prowadzenia własnej firmy nie jest też na ogół spowodowana swoistego rodzaju przymusem wynikającym z braku możliwości znalezienia pracy w zawodzie.

Tabela 6. Czynniki motywujące do prowadzenia własnej działalności gospodarczej

JAKIE CZYNNIKI W PANI/ PANA OPINII ZACHĘCAJĄ LUDZI DO ZAŁOŻENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ? (MAX 3 ODPOWIEDZI)	
perspektywa uzyskania wyższych dochodów niż w pracy „u innych”	183
większy poziom niezależności zawodowej	173
możliwość podejmowania samodzielnych decyzji	156
możliwość podejmowania nowych wyzwań	67
potrzeba osiągnięcia sukcesu	63
możliwość robienia rzeczy użytecznych i ważnych	49
brak ciekawych ofert pracy odpowiadających uzyskanemu wykształceniu	41
tradycje rodzinne	28
potrzeba uznania i szacunku	29
większe ryzyko i adrenalina	10
inne (jakie?)	1

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Powyższe odpowiedzi zasugerowały zatem, że ewentualna decyzja o prowadzeniu własnej firmy jest na ogół decyzją świadomą (niewynikającą z przymusu, tradycji rodzinnych itd.). I choć najczęściej wskazywanym czynnikiem motywującym do założenia swojej firmy okazał się motywator finansowy (co po raz kolejny potwierdziło kierowanie się przez młodych materialistycznymi pobudkami), to jednak mocno zaznaczyły się również aspekty związane z potrzebą niezależności czy też samodzielności w działaniu (czyli cechami, które przypisuje się młodym w licznych opracowaniach teoretycznych). Niezbyt ważne okazały się natomiast takie aspekty, jak: potrzeba sukcesu, czy robienia rzeczy użytecznych i ważnych, które również często są im przypisywane.

Wnioski. Pomimo iż w literaturze często podkreśla się, że przedstawiciele pokolenia Z zdecydowanie bardziej cenią sobie wyższe dobra aniżeli finanse (co potwierdziły badania własne opisane w części 1), to jednak z pracą zawodową badani respondenci kojarzą głównie wartości egzystencjalne, materialne.

Co więcej, pomimo tego, że w literaturze wskazuje się, iż praca dla „zetek” to głównie wartość wynikająca z możliwości samorealizacji, dążenia do realizacji większych idei, bycia sobą, to dla większości badanych praca jest głównie sposobem na zarobienie pieniędzy. Respondenci deklarują, że chcą pracować, gdyż chcą być niezależni finansowo (a nie dlatego, że praca daje im pole do realizacji siebie). O własnym biznesie myślą z uwagi na fakt, że mogą wówczas „zarobić więcej niż u innych”. Oczywiście zaznaczyć należy, że znaczna liczba osób podkreśliła także motywacje do pracy wynikającą z chęci samorealizacji (prawie połowa). Odpowiedź ta jednak nie dominowała, jak można byłoby się tego spodziewać po wcześniejszym przeanalizowaniu charakterystyki pokolenia Z w literaturze przedmiotu. Zaznaczyć jednak należy, że powyższy wniosek wynika z analizy pytań dotyczących znaczenia pracy jako wartości w życiu badanych, nie zaś wartości cenionych w pracy przez badanych. W tym kontekście przedstawiciele pokolenia Z rzeczywiście wskazują częściej także na inne wartości aniżeli finanse, co potwierdzają badania opisane w literaturze⁴, jak również badania własne⁵.

Należy zatem zwrócić uwagę na fakt, iż badania własne (opisane w części 1 i 2 prezentowanego artykułu) częściowo potwierdziły opinie, jakie o pokoleniu Z funkcjonują w dostępnej literaturze przedmiotu. Jednak ukazały także pewne różnice i rozbieżności. To dowodzić może tego, że w istocie pokolenie Z to bardzo różnorodna grupa ludzi. Na taki obraz wpływ może mieć również fakt, iż w badaniach własnych udział wzięła wybrana „podgrupa” tegoż pokolenia, a mianowicie studenci, których w dodatku większą część stanowiły kobiety nieposiadające doświadczenia zawodowego. W celu dopełnienia i doprecyzowania wniosków z badań (aby mogły być one bardziej uogólnione) należałoby tym samym badaniom poddać więcej mężczyzn oraz osób legitymujących się także innym wykształceniem i doświadczeniem zawodowym.

Bibliografia

1. Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T., *Y and Z Generation at Workplace*, „Journal of Competitiveness”, nr 8(3)/2016, s. 90–106.
2. Bresman H., Rao V.D., *Badanie przeprowadzone w 19 krajach pokazuje podobieństwa i różnice pomiędzy pokoleniami X, Y i Z*, Wyd. Harvard Business Review Polska, dostęp: <https://>

⁴ Por. Raport *Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, dostęp: <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (dostęp: 20.05.2019); Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., *Pokolenie...*, s. 410; Domagalska-Gredys M., *Wartości w pracy młodych pokoleń Y i Z*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, tom XIX, Zeszyt 2/2017, s. 42.

⁵ Szczegółowy opis wyników badań własnych dotyczących wartości cenionych w pracy przez pokolenie Z będzie przedmiotem osobnego opracowania.

www.hbrp.pl/b/badanie-przeprowadzone-w-19-krajach-pokazuje-podobienstwa-i-roznic-pomiedzy-pokoleniami-x-y-i-z/PMDOEGSyj?NO_COOKIES=1 (dostęp: 22.05.2019r.).

3. Cilliers E.J., *The challenge of teaching generation Z*, „International Journal of Social Sciences”, nr 3(1)/ 2017, s. 189–190.
4. Domagalska-Gredys M., *Wartości w pracy młodych pokoleń Y i Z*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, tom XIX, Zeszyt 2/ 2017, s. 42.
5. Dudek J., *Oczekiwania osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów*, (red.) A. Lipka, M. Król, *Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim*, Wyd. CeDeWu., Warszawa 2017, s. 144.
6. Ensari M., *A study on the differences of entrepreneurship potential among generations*, „Research Journal of Business and Management”, 4(1)/ 2017, s. 53.
7. Hysa B., *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie”, z. 97/ 2016, s. 329.
8. Kapias M., Polok G., *Etos pracy w perspektywie badań longitudinalnych nad preferencjami aksjologicznymi studentów UE Katowice*, „Studia Ekonomiczne”, tom 187/ 2014, s. 158.
9. Karmolińska-Jagodzik E., *Komunikacja międzypokoleniowa – rozważania wokół różnic kulturowych*, „Studia Edukacyjne” nr 21/2012, s. 193, http://repozytorium.amu.edu.pl:8080/bitstream/10593/4286/1/studia_eduk_21_s_191-210.pdf (dostęp: 20.05.2019 r.).
10. Swadźba U., *Etos pracy w Polsce. Ewolucja zjawiska*, [w:] U. Swadźba B. Pactwa, M. Żak (red.), *Praca – więź – integracja: wyzwania w życiu jednostki i społeczeństwa: monografia poświęcona pamięci prof. zw. dr. hab. Władysława Jachera. T. 1, Praca, przedsiębiorczość, gospodarka oparta na wiedzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2015, s. 86.
11. Szydło J., *Differences Between Values Preferred by Generations X, Y and Z*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. 18, z. 3, cz. 1/ 2017, s. 91.
12. Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/ 2014, s. 407.
13. Świerkosz-Holysz M., *Pokolenie Z wkracza na rynek pracy*, „Społeczeństwo i Edukacja”, nr 21(2)/2016, s. 441.
14. Wiktorowicz J., Warwas I., *Pokolenia na rynku pracy*, (red.) J. Wiktorowicz, I. Warwas, M. Kuba, E. Staszewska, P. Woszczyk, A. Stankiewicz, J. Kliombka-Jarżyna, *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*. Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2016, s. 22.
15. *Raport Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (dostęp: 20.05.2019).
16. Wąsowski M., *Co pokolenia X, Y i Z myślą o sobie i innych na rynku pracy? Słowo "leniwi" często się pojawia*, 2018, <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarzadzanie/pokolenia-x-y-i-z-na-ryнку-pracy-raport-universum-global/z543vnf> (dostęp: 22.05.2019);
17. Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/2014, s. 408.

dr hab. Daniel KUKLA, prof UJD – Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy, im. Jana Długosza w Częstochowie, Zakład Doradztwa Zawodowego, e-mail: d.kukla@ujd.edu.pl

mgr Marta NOWACKA – Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy, im. Jana Długosza w Częstochowie, Zakład Doradztwa Zawodowego, e-mail: mart.zajac@gmail.com