

Po lekturze raportu, generalnie rzecz biorąc, uzyskane wyniki nie zaskakują. Pierwsze wrażenie może być nawet takie, że badanie nie wnosi za wiele nowego, ale będzie to wrażenie mylne. (...) Uważna lektura [raportu] pozwala dostrzec wiele interesujących wątków – nie byłoby ich bez zaprojektowania ciekawych pytań, wychodzących poza zwyczajowe badania pokoleń na rynku pracy.

Istotne było, przykładowo, scharakteryzowanie skłonności osób z pokolenia Z do związania się z regionem, szczególnie istotnej w kontekście silnej depopulacji. Można ubolewać, że w świetle uzyskanych wyników badania, w regionie łódzkim ma to swoje umocowanie raczej w sytuacji rodzinnej niż perspektywach, jakie stwarza lokalny i regionalny rynek pracy (...).

Na pewno na plus raportu wskazać należy także podsumowujący wniosek nt. tego, że „Zetki” to pokolenie pełne sprzeczności. W świetle wyników innych badań, można powiedzieć, że często te sprzeczności można przypisać nie tylko pokoleniu jako całości, ale już na poziomie jednostkowym.

dr hab. Justyna Wiktorowicz, Uniwersytet Łódzki
[z recenzji raportu]

ISBN: 978-83-62527-07-6



ADAPTACJA CZY INNOWACJA? STRATEGIE DZIAŁANIA PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA „Z” NA ŁÓDZKIM REGIONALNYM RYNKU PRACY W ŚWIETLE POSIADANYCH CECH KOMPETENCYJNYCH

Raport końcowy

Grudzień, 2023



Fundusze Europejskie
dla Łódzkiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



województwo
łódzkie

Zamawiający



Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi

Wólczańska 49,
90-608 Łódź

Wykonawca badania



EDBAD Pracownia Doradczo-Badawcza Maciej Mroczek

Kpt. Franciszka Żwirki 6,
90-450 Łódź

Autorzy

Maciej Mroczek

Jagoda Przybysz

Karolina Szczepaniak

Copyright © Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi, Łódź 2023

ISBN: 978 – 83 – 62527 – 07 – 6

Nakład: 200 egz.

Wydawca:

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi

Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy w Łodzi

ul. Wólczańska 49, Bud. A, pok. 112

www.wup.lodz.pl; www.obserwatorium.wup.lodz.pl

Kopiowanie i rozpowszechnianie tylko z podaniem źródła.

Druk: PARTNER POLIGRAFIA Andrzej Kardasz, Szosa Baranowicka 77

15-523 Białystok, Grabówka

SPIS TREŚCI

1	Wprowadzenie	5
1.1.	Pokolenie „Z”	5
2	Metodologia badania	9
3	Pokolenie „Z” w województwie łódzkim	14
3.1.	Aktywność zawodowa przedstawicieli pokolenia „Z”	14
3.2.	Charakterystyka społeczno-demograficzna „Zetek” aktywnych zawodowo	17
4	Doświadczenia pokolenia „Z” na rynku pracy	23
4.1.	Doświadczenia zawodowe	23
4.2.	Doświadczenie zmiany pracy	25
4.3.	Aktualne miejsce pracy	28
5	Samoocena i priorytety „Zetek”	37
5.1.	Wiedza, kompetencje i umiejętności	37
5.2.	Plany rozwoju kariery zawodowej	46
6	Rynek pracy w oczach „Zetek”	49
6.1.	Rynek pracy województwa łódzkiego	49
6.2.	Wybrane trendy na współczesnym rynku pracy	60
7	Instytucje wspierające rynek pracy	61
8	Łódzcy pracodawcy o „Zetkach”	63
8.1.	Regionalny rynek pracy w województwie łódzkim	63
8.2.	„Zetki” jako pracownicy	68
8.3.	Zatrudnianie przedstawicieli pokolenia „Z” jako wyzwanie	75
9	Podsumowanie	76
10	Wnioski z badania: Miejsce przedstawicieli pokolenia „Z” na rynku pracy województwa łódzkiego – szanse i zagrożenia	81
11	Spis elementów graficznych	83
11.1.	Spis tabel	83
11.2.	Spis wykresów	83

1 WPROWADZENIE

Niniejszy raport stanowi podsumowanie ustaleń analitycznych projektu badawczego: „Adaptacja czy innowacja? Strategie działania przedstawicieli pokolenia »Z« na łódzkim regionalnym rynku pracy w świetle posiadanych cech kompetencyjnych”. Badanie zostało zrealizowane w okresie od lipca do listopada 2023 roku przez firmę Pracownia Doradczo-Badawczą EDBAD Maciej Mroczek na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Łodzi.

Celem badania była przede wszystkim kompleksowa charakterystyka sytuacji pokolenia „Z”, która obejmować miała takie jej aspekty, jak szanse, zagrożenia i perspektywy pracujących młodych ludzi w kształtowaniu kariery zawodowej. Zadaniem analitycznym było zatem stworzenie jakościowej oraz ilościowej charakterystyki pokolenia „Z” na rynku pracy województwa łódzkiego.

W kontekście niniejszego badania przyjęte zostało odwoływanie się do terminu „pokolenie »Z«” w odniesieniu do osób będących w wieku 20-31 lat, a zatem urodzonych w latach 1992-2003.

CELE SZCZEGÓŁOWE BADANIA:

- ➔ Dokonanie charakterystyki umiejętności (twardych/miękkich) oraz kompetencji zawodowych przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim.
- ➔ Dokonanie charakterystyki, w tym poznanie skali doświadczenia zawodowego przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim.
- ➔ Zebranie opinii nt. przydatności na rynku pracy kwalifikacji oraz doświadczenia zawodowego posiadanych przez przedstawicieli „pokolenia Z” pracujących w województwie łódzkim.
- ➔ Charakterystyka posiadanych przez przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim umiejętności, które są poszukiwane przez pracodawców z tego obszaru.
- ➔ Identyfikacja mobilności i elastyczności zawodowej przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim.
- ➔ Zarysowanie perspektyw zawodowych i planów na przyszłość przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim – opis aspiracji oraz drogi do osiągnięcia celów zawodowych.
- ➔ Dokonanie charakterystyki kontaktów przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim z instytucjami wspierającymi rynek pracy – analiza posiadanych informacji nt. źródeł wsparcia młodych na rynku pracy,
- ➔ Udział pokolenia „Z” w rynku pracy w zakresie branż przyszłości województwa łódzkiego.

Niniejsze badanie zostało przez Wykonawcę zrealizowane w sposób charakterystyczny dla rozbudowanych i pogłębionych badań diagnostycznych. Znalazły w nim zastosowanie mieszane strategie pozyskiwania materiałów źródłowych (tzw. triangulacja technik badawczych).

1.1. POKOLENIE „Z”

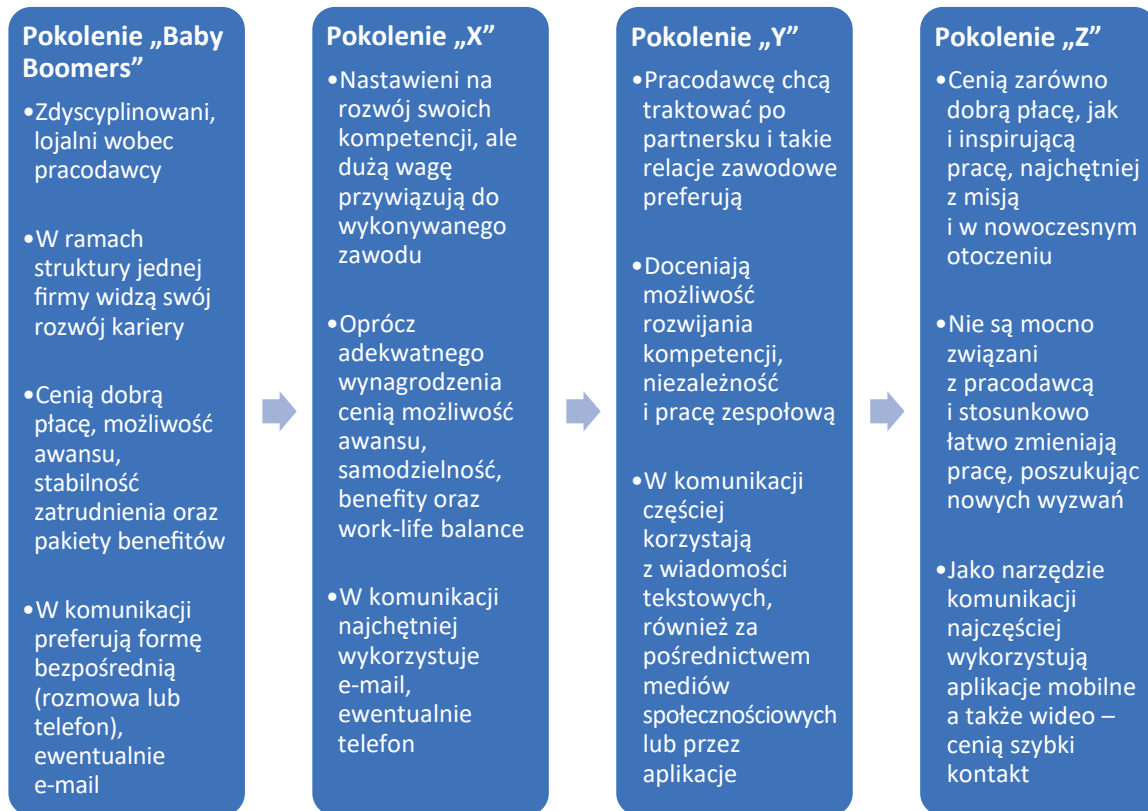
W naukach społecznych pokolenie definiuje się jako ogół wszystkich należących do danego kręgu kulturowego osób w mniej więcej równym wieku, które na podstawie wspólnej sytuacji historyczno-społecznej mają podobne postawy, motywacje, oczekiwania, nastawienie do świata i systemy wartości. Z perspektywy relacji między pracownikami w miejscu pracy najbardziej adekwatna jest definicja pokolenia zaproponowana przez Giddensa:

: POKOLENIE TO OGÓŁ JEDNOSTEK URODZONYCH I ŻYJĄCYCH W TYM SAMYM :
: CZASIE. O PRZYNALEŻNOŚCI DO POKOLENIA DECYDUJE NIE TYLKO ROK URO- :
: DZENIA, LECZ TAKŻE WSPÓLNOTA DOŚWIADCZEŃ KSZTAŁTOWANYCH PRZEZ :
: KONKRETNE SPOŁECZEŃSTWO. :

Osoby, w tym także pracownicy, pochodzące z różnych pokoleń zwykle inaczej interpretują te same zdarzenia, patrząc na nie z perspektywy własnych doświadczeń. Dodatkowo sprawę komplikuje fakt, że kolejne generacje zmieniają się coraz szybciej. Ma to swoje przełożenie na sytuację w miejscach pracy, w których spotykają się reprezentanci wielu generacji. Powoduje to konieczność modyfikacji podejścia do zasobów ludzkich i zarządzania nimi.

4 POKOLENIA NA RYNKU PRACY

Większość aktywnych zawodowo Polaków należy do jednej z czterech generacji:



Według danych raportu „Pokolenia na polskim rynku pracy” Grafton Recruitment przedstawiciele pokolenia „Baby Boomers” (urodzeni w latach 1946-1964) stanowią 25% pracujących, o 20% więcej niż najmłodsze „Zetki” (1996-2000¹). Pomiędzy nimi plasują się „Igreki” (Millenials – 1980-1995) z 35-procentowym udziałem w rynku pracy oraz 33% aktywnych zawodowo „Iksów” (1965-1979). Z punktu widzenia niniejszego opracowania najbardziej interesujące jest pokolenie „Z”, a dokładnie jego miejsce i sytuacja na rynku pracy.

Wśród trzech najistotniejszych wartości w życiu zawodowym wszystkie grupy wskazały atmosferę w pracy, wysokie wynagrodzenie oraz stabilność i bezpieczeństwo zatrudnienia. Dobra atmosfera jest zdecydowanie najważniejsza w opinii „Zetek” (56% wskazań), następnie „Iksów” (52,8%) i „Boomersów” (52,6%), a najmniej „Igreków” (48%). Wysokie wynagrodzenie to z kolei najbardziej znaczący czynnik według „Iksów” – znalazło się na pierwszym miejscu wśród wskazań (59%). W przypadku „Igreków” było to 57%, „Zetek” – 51%, a „Boomersów” – 46%. Stabilność i bezpieczeństwo zatrudnienia najmniejsze znaczenie ma dla pokolenia „Y” (41%), następnie „Zetek” (48%) i „Iksów” (51%). Najbardziej doceniają je przedstawiciele najstarszego pokolenia – ten czynnik znalazł się u nich na pierwszym miejscu (59% wskazań). To oni również są najbardziej spójni w obszarze wartości wyznaczanych zarówno w kontekście swojego życia zawodowego, jak i prywatnego².

32% przedstawicieli pokolenia „Baby Boomers” zarabia powyżej 5000 zł netto, czyli więcej niż średnia krajowa. Jednocześnie daje to jeden z najniższych wyników wśród pokoleń w tym przedziale wynagrodzeń – niższe zarobki mają tylko „Zetki”. Co ciekawe, rekruterzy przyznają, że „Boomersi” zaniżają często swoje oczekiwania finansowe w stosunku do posiadanych kompetencji. Prawie 35% ankietowanych „Iksów” deklaruje, że zarabia powyżej średniej krajowej. Podczas rozmów kwalifikacyjnych „Iksy” przedstawiają zwykle realne oczekiwania finansowe, adekwatne do kompetencji i doświadczenia, często również sami pytają o widełki płacowe. Wykazują także otwartość na negocjacje. Milenials (pokolenie „Y”) to grupa najbardziej zadowolona ze swojego wynagrodzenia. Wynik ten nie zaskakuje, ponieważ zarabiają średnio najwięcej. 36% ankietowanych „Igreków” otrzymuje wynagrodzenie wyższe niż 5 000 zł netto, a niemal 5% – przewyższające kwotę 10 000 zł netto. Mimo to wśród nich nadal więcej jest osób niezadowolonych niż zadowolonych (odpowiednio 43% vs 37%). Oczekiwania finansowe „Igreków” są zazwyczaj racjonalne, przemyślane i poparte doświadczeniem. Jedynie niespełna ¼ ankietowanych zarabia poniżej 3500 zł netto. „Zetki”, często z powodu braku doświadczenia na rynku pracy, zarabiają najmniej. Niemal 70% z nich otrzymuje wynagrodzenie w wysokości do 5 000 zł netto. Ze względu na duże zapotrzebowanie na absolwentów kierunków technicznych najwyższych stawek oczekują głównie w branży IT i inżynierii produkcji. Co ciekawe, kandydaci z technicznymi kwalifikacjami z pokolenia „Z” poruszają się zwykle w górnych granicach widełek płacowych, nawet jeśli nie mają jeszcze wymaganego doświadczenia.

To wśród najstarszego pokolenia notuje się najwyższy odsetek osób wykonujących pracę zgodną z ich wykształceniem (niemal 58% wskazań). Oznacza to, że w obliczu obecnego deficytu wykwalifikowanych pracowników kandydaci 55+ stanowią ciekawą grupę dla pracodawców. Największy odsetek zdecydowanie zadowolonych lub raczej zadowolonych z pracy także stanowią „Boomersi” (66%), z kolei najwięcej zdecydowanie i raczej niezadowolonych jest wśród „Zetek” (ponad 20%).

Pokoleniowo „Boomersi” to optymiści, skromni, potrafiący często dostrzec małe rzeczy, własne spełnienie często nie jest dla nich najważniejsze. W pracy poszukują stabilizacji i bezpieczeństwa, lubią się czuć częścią zespołu – tak zostali ukształtowani przez doświadczenia powojenne, okresu PRL, a następnie transformacji ustrojowej. Priorytety „Zetek” to samorealizacja i rozwój. Wpływ na takie podejście

¹ Na potrzeby niniejszej analizy przyjęto inny przedział wiekowy właściwy pokoleniu „Z”. w literaturze przedmiotu nie są to granice wyznaczone sztywno, a sama definicja pokolenia zakłada pewną elastyczność w tej kwestii.

² Grafton Recruitment, raport „Pokolenia na polskim rynku pracy”.

mogą mieć oczekiwania pracodawców w kontekście produktywności, zaangażowania, podnoszenia kwalifikacji czy też czasu poświęcanego na pracę.

Badanie zrealizował Zespół Instytutu Nauk o Zarządzaniu i Jakości Wyższej Szkoły Humanitas, we współpracy z Katowicką Specjalną Strefą Ekonomiczną SA, Uniwersyteckim Centrum Kreatywnego Obywatelstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacją Uniwersytetu Śląskiego³. Stanowiło największy w ostatnich latach w Polsce projekt naukowy poświęcony oczekiwaniom i postawom przedstawicieli pokolenia „Z” wobec pracodawców i rynku pracy⁴.

Co się naprawdę liczy dla pokolenia „Z”⁵?

- Praca i kariera nie stanowią dla nich priorytetu i celu samego w sobie, są natomiast środkiem do urzeczywistniania celów i wartości pozazawodowych, istotnych w życiu prywatnym (w tym rodzinnym) czy w aktywności społecznej.
- Równowaga pomiędzy życiem zawodowym a osobistym (work-life balance) – jednym z warunków zachowania zdrowia, dobrego samopoczucia i satysfakcji z życia i pracy jest zachowanie właściwych relacji pomiędzy sferą zawodową a prywatną.
- Work-life balance dla nich większa możliwość rozwoju i realizowania pasji.
- Oczekują od swojego pracodawcy, iż będzie on podzielał ich system wartości, wykazywał zrozumienie dla ich priorytetów życiowych, a także wspierał pracowników w ich działalności pozazawodowej: społecznej, obywatelskiej, charytatywnej.
- Mają wyraźną potrzebę aktywnego działania na rzecz zmiany społecznej – kreowania świata bardziej przyjaznego, sprawiedliwego, uczciwego, wykazującego troskę o środowisko i zrównoważony rozwój.
- Oczekują, że organizacja, w której pracują, będzie dla nich swego rodzaju partnerem (sojusznikiem) w działaniach, które mają na celu urzeczywistnianie wartości ogólnospołecznych.
- Przywiązują dużą wagę do kwestii społecznej odpowiedzialności organizacji (CSR⁶).
- Poszukując swojego miejsca zatrudnienia, oczekują od przyszłego pracodawcy nie tylko jasnych i konkretnych informacji na temat jego oczekiwań, zakresu obowiązków i wymagań wobec pracownika, ale także informacji o wartościach, ideach i zasadach, które budują tożsamość organizacji, determinują kształt jej misji i wizji rozwoju.
- Mają wysokie oczekiwania w zakresie szybkiej, jasnej i konkretnej informacji oraz rzeczowej komunikacji pomiędzy pracodawcą a kandydatem do pracy / pracownikiem.
- Przypisują dużą rolę relacjom w środowisku zawodowym, co nie stoi w opozycji do silnej potrzeby niezależności w pracy.
- To osoby ukierunkowane na realizację zadań zawodowych w sposób samodzielny i nierzadko innowacyjny.
- To zbiór indywidualistów, którzy wprowadzając swoje zasady, buntują się przeciwko niektórym zastanym modom, trendom i zjawiskom występującym w kulturach organizacyjnych firm i instytucji.
- Cechuje ich wysoka mobilność i otwartość na zmiany, w tym te odnoszące się do miejsca zatrudnienia w wymiarze geograficznym. To jest ważne dla „Zetek” zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym.

³ https://www.humanitas.edu.pl/resources/upload/zetki%20wyniki%20bada%C5%84_RAPORT.pdf

⁴ Badanie przeprowadzone zostało w skali ogólnokrajowej w okresie od 10 lutego 2023 roku do 19 marca 2023 roku na grupie blisko 1,3 tys. osób: uczniów, studentów i absolwentów szkół różnych typów.

⁵ Za: https://www.humanitas.edu.pl/resources/upload/zetki%20wyniki%20bada%C5%84_RAPORT.pdf.

⁶ Corporate Social Responsibility.

2 METODOLOGIA BADANIA

Etap I realizacji badania Analiza desk research

- Analiza desk research sporządzona dla obszaru województwa łódzkiego z użyciem ogólnie dostępnych danych statystycznych (ilościowych i/lub jakościowych) tworzących kontekst (tło badawcze) dla opisu badanej grupy
- Pozyskane dane zostały wykorzystane do:
 - 1) dookreślenia badanej problematyki
 - 2) opisanie populacji objętych badaniem (pokolenia „Z” oraz pracodawców)
 - 3) opracowania narzędzi badawczych

Etap II realizacji badania Badanie jakościowe – realizowane z użyciem techniki zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI)

- Realizacja badania poprzedzona została pilotażem obejmującym 1 wywiad FGI z przedstawicielami pracodawców z terenu województwa łódzkiego
- Właściwy etap badania obejmował realizację 3 FGI z przedstawicielami pracodawców funkcjonujących na terenie województwa łódzkiego, w podziale na formę działalności:
 - sektor przemysłowy
 - sektor usługowy
 - sektor rolno-spożywczy

Etap III realizacji badania Badanie ilościowe – realizowane techniką wywiadu kwestionariuszowego (CAWI/CATI)

- Realizacja badania poprzedzona została pilotażem obejmującym 20 wywiadów kwestionariuszowych z osobami należących do zdefiniowanej na potrzeby badania zbiorowości generalnej
- Właściwy etap badania obejmował:
 - 1) badanie CAWI na reprezentatywnej próbie Zetek w województwie łódzkim, n=1063 w celu identyfikacji osób aktywnych zawodowo
 - 2) realizację badania właściwego CAWI/CATI wśród aktywnych zawodowo przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800, w tym:
 - osób w wieku 20-25 lat, n=400
 - osób w wieku 26-31 lat, n=400

WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY Z PRZEDSTAWICIELAMI POKOLENIA „Z”

Wywiad kwestionariuszowy to technika badawcza wykorzystywana w badaniach społecznych, oparta na użyciu w trakcie realizacji badania kwestionariusza ankiety/wywiadu – listy pytań (o różnorodnej, dostosowanej do specyfiki badania i potrzeb grupy badawczej, formie) adresowanej do respondentów, na które udzielają oni odpowiedzi, zapisywanych następnie przez przedstawiciela badacza. Jest zatem formą wywiadu, należąca do technik skategoryzowanych, czyli przebiegających według ściśle wyznaczonych przez zespół badawczy reguł i zasad właściwych dla określonego badania i podporządkowanych jego celom i problematyce. Różnorodne formy badań kwestionariuszowych służą do zbierania dużej liczby informacji przy wykorzystaniu z reguły małych nakładów sił i środków⁷.

Wśród podstawowych rodzajów zdalnych wywiadów / ankiet wykorzystywanych w badaniach społecznych realizowanych na dużych grupach o rozległym zasięgu terytorialnym wymienić należyankiety CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interviewing – ankieta internetowa). Ze względu na sposób dostarczenia do respondenta ankieta internetowa jest jednym z podstawowych rodzajów ankiety, obok między innymi ankiet: pocztowej, prasowej, rozdawanej, telefonicznej czy audytoryjnej. Ankiety internetowe są stosowane z powodzeniem w praktyce badawczej od wielu lat, a ich popularność w kolejnych latach rośnie wraz z popularyzacją i upowszechnieniem Internetu.

Wśród podstawowych zalet ankiety internetowej wymienić należy relatywnie niski koszt i krótki czas realizacji badania w porównaniu z innymi technikami badawczymi, a także gwarantowaną przez nie stosunkową łatwość udziału respondenta w badaniu. Charakterystyczną właściwością ankiet internetowych jest wykorzystanie w nich specjalnego skryptu komputerowego zarządzającego treścią kwestionariusza ankiety oraz dystrybucja dostępu do jego treści przez Internet. Może to zostać wykonane na wiele sposobów: kwestionariusz ankiety umieścić można bezpośrednio w treści wiadomości e-mail, w jej załączniku lub w formie linku do zewnętrznego formularza. Kwestionariusze mogą także w różnej formie znajdować się na ogólnodostępnych stronach internetowych w sposób otwarty lub być dostępne wyłącznie po podaniu loginu i hasła udostępnionego wcześniej respondentom. Wśród najważniejszych czynników warunkujących efektywną realizację badania metodą CAWI wymienia się powiązane ze sobą kwestie osobistego zainteresowania respondenta tematem, które pozytywnie wpływa na jego skłonność do udziału, zmniejsza odsetek porzuceń kwestionariusza w trakcie wypełniania i ogranicza liczbę braków odpowiedzi na poszczególne pytania.

Technika CATI (computer-assisted telephone interviewing – indywidualny wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo) oparta jest na telefonicznym kontakcie ankietera z respondentem (wywiad pośredni), a jej realizacja zarządzana jest przez specjalistyczny system oraz oprogramowanie komputerowe. CATI należy do technik wysoko standaryzowanych i opartych na wzajemnym komunikowaniu się. Od tradycyjnego wywiadu kwestionariuszowego różni się przede wszystkim tym, że komunikacja jest zapośredniczona przez telefon, a gromadzenie danych wspomagane komputerowo. Ze względu na zapośredniczony charakter badania w wywiadach CATI występują trudności w pozyskaniu pogłębionych i krytycznych opinii respondentów. Jednocześnie CATI jako technika badawcza dostarcza danych szybciej i w sposób bardziej zautomatyzowany, niż ma to miejsce w przypadku tradycyjnych metod badawczych face to face.

Zaplanowaną do badania zbiorowość stanowiły osoby:

- w wieku 20-25 lat; pracujące na terenie województwa łódzkiego, w tym osoby deklarujące poszukiwanie pracy; nie uczące się stacjonarnie – 400 wywiadów CAWI/CATI;
- w wieku 26-31 lat; pracujące na terenie województwa łódzkiego, w tym osoby deklarujące poszukiwanie pracy; nie uczące się stacjonarnie – 400 wywiadów CAWI/CATI.

⁷ J. Sztumski (1995), *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice, s. 130-133.

Struktura populacji pokolenia „Z” nie była jednak w chwili realizacji przedmiotowego badania rozpoznana pod kątem istotnych z punktu widzenia problematyki badania kryteriów rekrutacyjnych. W celu wprowadzenia do badania reprezentatywności kwotowej konieczne było zatem przeprowadzenie dodatkowego badania rozpoznawczego. Realizacja badania objęła kolejno:

- 1) identyfikację ogólnej struktury populacji pokolenia „Z” na podstawie ogólnodostępnych danych statystycznych (np. GUS) – wg podstawowych cech demograficznych, jak wiek i płeć (na reprezentatywnej próbie przedstawicieli pokolenia „Z” w województwie łódzkim na próbie minimum 1063 osób przy założeniu poziomu ufności 95% oraz błędzie maksymalnym 3%);
- 2) identyfikację w efekcie badania struktury przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy pracują lub deklarują poszukiwanie pracy, ale nie studiują dziennie (na podstawie wstępnego badania CATI/CAWI opisanego poniżej);
- 3) realizację badania właściwego na próbie reprezentatywnej kwotowo pod względem płci i wieku dla populacji przedstawicieli pokolenia „Z” spełniających ww. kryteria.

Tabela 1: Struktura próby w badaniu CAWI/CATI

Wiek	Płeć		udział w populacji / próbie		Liczebność próby, przy założeniu n=400 w każdej grupie wiekowej		
	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Razem
20	11099	10509	8,02%	7,59%	32	30	400 osób
21	11514	10821	8,32%	7,82%	33	31	
22	11524	10936	8,33%	7,90%	33	32	
23	11641	11182	8,41%	8,08%	34	32	
24	12261	11748	8,86%	8,49%	35	34	
25	13109	12036	9,47%	8,70%	38	35	400 osób
26	13135	12657	7,61%	7,33%	30	29	
27	13812	13255	8,00%	7,68%	32	31	
28	14580	13856	8,45%	8,03%	34	32	
29	14973	14138	8,68%	8,19%	35	33	
30	15895	14925	9,21%	8,65%	37	35	
31	16119	15225	9,34%	8,82%	37	35	

Źródło: opracowanie własne.

WYWIADY GRUPOWE Z PRACODAWCAMI

Wywiad grupowy zogniskowany, inaczej focus (focus group interview; FGI)⁸ to technika badawcza mająca postać ustrukturyzowanej, grupowej dyskusji dotyczącej zagadnień określonych na etapie przygotowania badania. Dyskusja taka prowadzona jest według określonego wcześniej scenariusza przez wykwalifikowanego moderatora, a jej przebieg jest dokumentowany za pomocą zapisu audio bądź audio-video⁹. Podstawową zaletą FGI jest możliwość zebrania dużej ilości danych w krótkim czasie, ale także sam proces gromadzenia danych, podlegający zasadom dynamiki grupowej, które

⁸ Drapikowska B., Palczewska M. (2013), *Zogniskowany wywiad grupowy oraz techniki projekcyjne jako przykłady jakościowych empirycznych metod badawczych stosowanych w naukach społecznych*, Obronność - Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej, nr 3(7), s. 73.

⁹ Jędruszek B. (2010), *Zogniskowany wywiad grupowy jako metoda badania satysfakcji klienta*, *Wybrane aspekty zarządzania jakością II*, Wydawnictwo AGH, Kraków [źródło: <https://docz.pl/doc/2439557/beat-a-j%C4%99druszek--zogniskowany-wywiad-grupowy-jako-metoda>; dostęp: 22.04.2021].

– odpowiednio wykorzystane przez moderatora – mogą doprowadzić do uzyskania istotnych poznawczo danych czy nowych perspektyw postrzegania danego zjawiska¹⁰.

W wywiadach uczestniczyli przedstawiciele pracodawców prowadzących działalność gospodarczą na terenie województwa łódzkiego. W każdym wywiadzie brali udział respondenci o następującej charakterystyce:

- przedstawiciele pracodawców (przedsiębiorstwa zatrudniające pracowników) prowadzących działalność gospodarczą na terenie województwa łódzkiego;
- właściciele lub osoby odpowiedzialne bądź też współodpowiedzialne za kreowanie strategii rozwoju badanych przedsiębiorstw, w tym kreowanie polityki rekrutacji;
- osoby posiadające co najmniej 1 rok (12 miesięcy) doświadczenia w kreowaniu strategii rozwoju badanych przedsiębiorstw;
- osoby reprezentujące podmioty gospodarcze o zróżnicowanej wielkości, w tym każdorazowo:
 - przynajmniej 1 podmiot zatrudniający 1-9 osób;
 - przynajmniej 1 podmiot zatrudniający 10-49 osób;
 - przynajmniej 1 podmiot zatrudniający co najmniej 50 osób.

¹⁰ Zob. m.in. Babbie E. (2006), *Badania Społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 330-331, Lisek-Michalska J., Daniłowicz P. (2007), *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą* (wyd. II poszerzone), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź; Lisek-Michalska J. (2013), *Badania fokusowe. Problemy metodologiczne i etyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź s. 28-40.

Tabela 2: Zestawienie wywiadów grupowych z przedstawicielami pracodawców

FGI I Sektor rolny	<ul style="list-style-type: none"> • Sekcja A: Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo • Sekcja B: Górnictwo i wydobywanie 	W tym przynajmniej po 1 przedstawicielu: <ul style="list-style-type: none"> – ISR Wł¹¹: Energetyka (w tym Odnawialne Źródła Energii) – ISR Wł: Innowacyjne Rolnictwo i Przetwórstwo Rolno-Spożywcze
FGI II Sektor przemysłowy	<ul style="list-style-type: none"> • Sekcja C: Przetwórstwo przemysłowe • Sekcja D: Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych • Sekcja E: Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją • Sekcja F: Budownictwo 	W tym przynajmniej po 1 przedstawicielu: <ul style="list-style-type: none"> – ISR Wł: Nowoczesny Przemysł Włókienniczy i Mody – ISR Wł: Zaawansowane Materiały Budowlane – ISR Wł: Medycyna, Farmacja, Kosmetyki – ISR Wł: Energetyka (w tym Odnawialne Źródła Energii)
FGI III Sektor usługowy	<ul style="list-style-type: none"> • Sekcja G: Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle • Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa • Sekcja I: Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi • Sekcja J: Informacja i komunikacja • Sekcja K: Działalność finansowa i ubezpieczeniowa • Sekcja L: Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości • Sekcję M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna • Sekcję N: Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca • Sekcję P: Edukacja • Sekcję Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna • Sekcję R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją • Sekcję S: Pozostała działalność usługowa 	W tym przynajmniej po 1 przedstawicielu: <ul style="list-style-type: none"> – sektor transportowy, spedycyjny i logistyczny (TSL) – ISR Wł: Medycyna, Farmacja, Kosmetyki – ISR Wł: Informatyka i Telekomunikacja

Źródło: opracowanie własne.

¹¹ Za LORIS 2030: Inteligentna Specjalizacja Regionalna Województwa Łódzkiego.

3 POKOLENIE „Z” W WOJEWÓDZTWIE ŁÓDZKIM

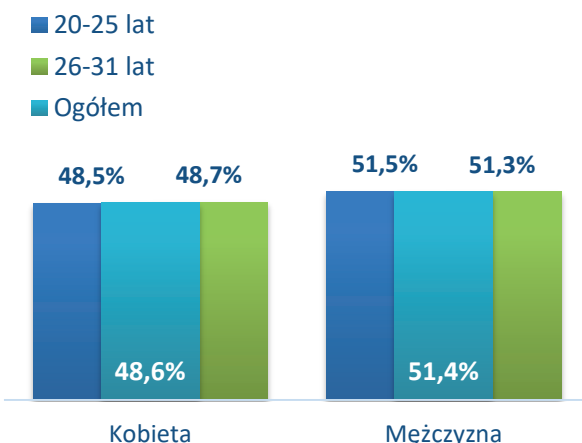
3.1. AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA „Z”

Pierwsza część badania kwestionariuszowego z udziałem przedstawicieli pokolenia „Z” (tzw. badanie wstępne), zrealizowana została na reprezentatywnej pod względem płci i wieku próbie osób w wieku 20-31 lat. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 1063 osób. Celem tej części badania było rozpoznanie struktury przedstawicieli tej grupy, którzy spełniali kryteria rekrutacyjne w badaniu właściwym, tj. byli osobami, które:

- pracowały lub poszukiwały pracy na terenie województwa łódzkiego;
- nie uczyły się dziennie.

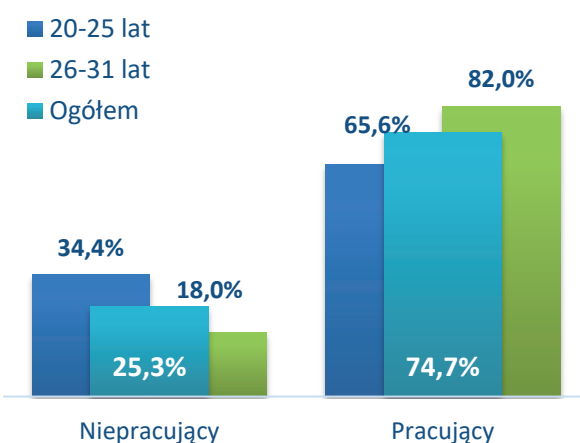
Zgodnie ze strukturą demograficzną populacji, w próbie znajdowała się nieznaczna przewaga mężczyzn w obu kategoriach wiekowych.

Wykres 1. Płeć



Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

Wykres 2. Wykonywanie pracy zawodowej



Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

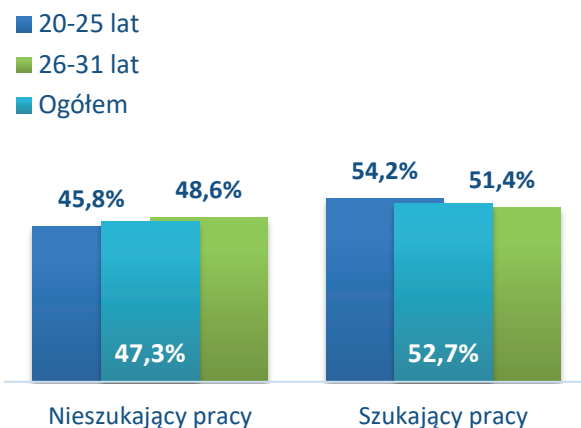
Blisko ¾ badanych (75,7%) stanowiły osoby pracujące, przy czym odsetek ten był znacząco wyższy (o 16,4 pp.) wśród przedstawicieli starszej podgrupy, wśród których wykonywanie pracy zawodowej zadeklarowało 82% badanych, podczas gdy wśród osób młodszych było to 65,6%.

Ponad połowa przedstawicieli pokolenia „Z” (52,7%) w chwili realizacji badania poszukiwała pracy. W tym przypadku nie odnotowano znaczących różnic związanych z wiekiem, chociaż osoby młodsze szukały pracy częściej (o 2,8 pp.) niż przedstawiciele starszej grupy.

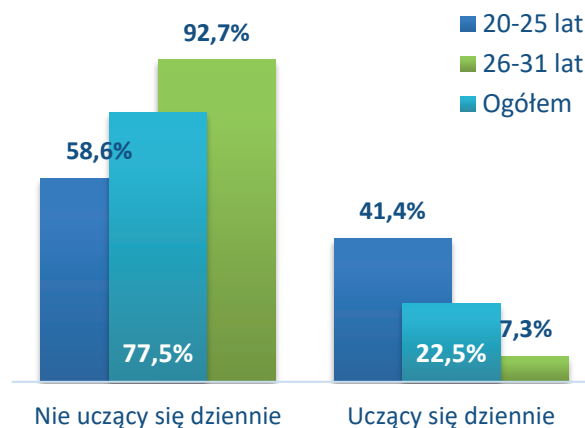
Największe różnice pomiędzy grupami wiekowymi dotyczyły nauki dziennej. Podejmowało ją 22,5% ogółu badanych, ale było to:

- 41,4% respondentów w wieku 20-25 lat;
- jedynie 7,3% respondentów w wieku 26-31 lat.

Wykres 3. Poszukiwanie pracy



Wykres 4. Nauka dzienna

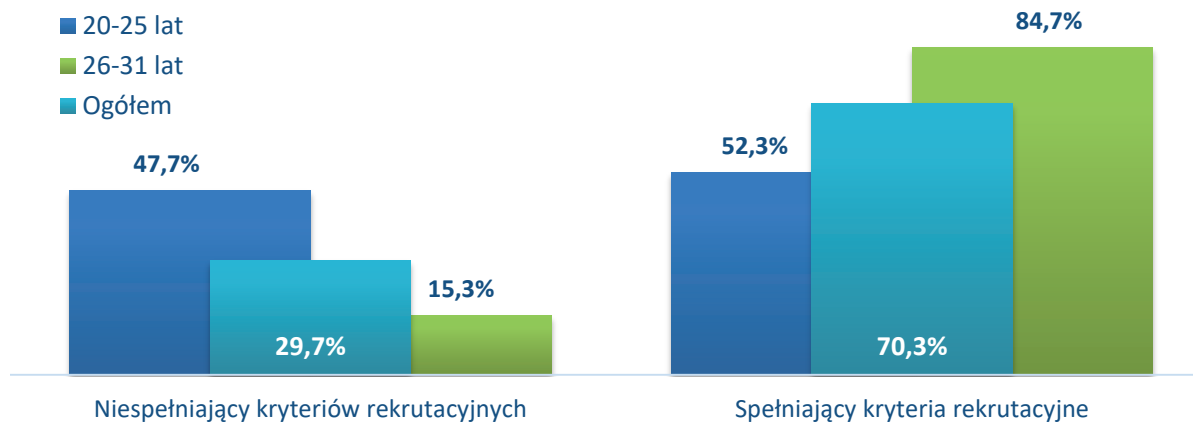


Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

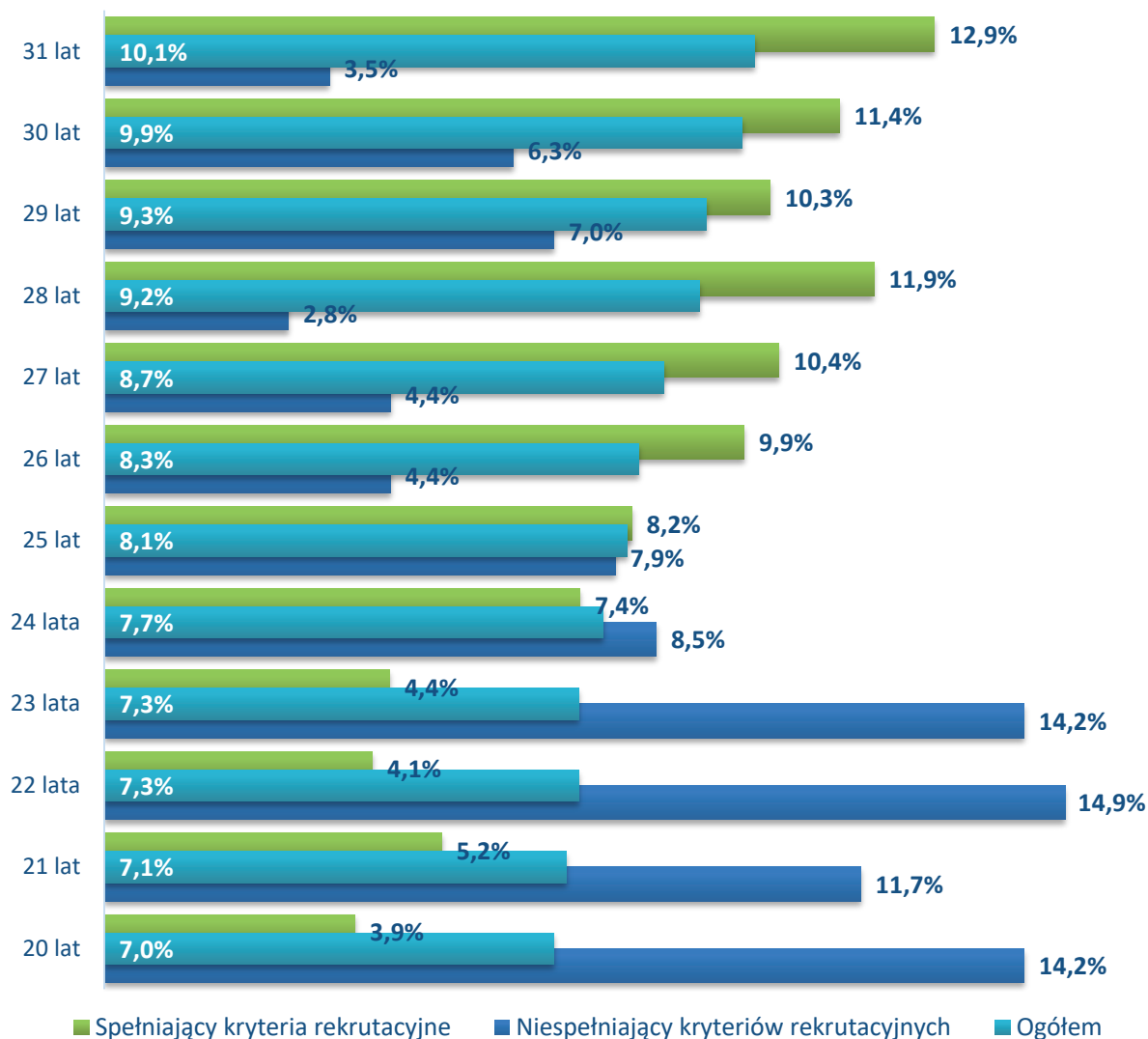
Jak pokazało badanie, ponad 70% biorących udział w badaniu wstępnym przedstawicieli pokolenia „Z”, spełniało kryteria rekrutacyjne, tj. były to osoby, które w chwili badania pracowały lub poszukiwały pracy na terenie województwa łódzkiego oraz nie uczyły się dziennie. Co ciekawe, proporcje osób spełniających kryteria i niespełniających ich różniły się znacząco w obu grupach wiekowych. O ile w młodszej grupie wiekowej (20-25 lat) do badania właściwego zakwalifikował się co drugi badany, w przypadku starszej podgrupy (26-31 lat) było to 5 : 6 badanych osób.

Wykres 5. Spełniający kryteria rekrutacyjne



Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

Jak widać na poniższym wykresie, udział osób spełniających kryteria rekrutacyjne wśród badanych rośnie wraz z wiekiem, kiedy to maleje odsetek osób studiujących dziennie, a wzrasta odsetek osób pracujących lub szukających pracy.

Wykres 6. Wiek badanych a spełnianie kryteriów rekrutacyjnych

Źródło: opracowanie własne, CAWI wstępne, n=1063.

W efekcie badania wstępnego (CAWI) rozpoznana została struktura całej badanej populacji przedstawicieli pokolenia „Z”. W dalszej części w badaniu (CAWI/CATI) właściwym udział wzięło 800 przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy pracowali lub szukali pracy na terenie województwa łódzkiego oraz nie studiowali dziennie, w tym 400 osób w wieku 20-25 lat i 400 osób w wieku 26-31 lat.

Jak pokazują omówione niżej wyniki badania, występują istotne różnice w doświadczeniach, zarówno życiowych, jak i zawodowych, jakie posiadają przedstawiciele obu badanych grup. Wydaje się jednak, że wynika to nie tyle ze zmiany sposobu realizowania się karier zawodowych pomiędzy młodszymi a starszymi przedstawicielami pokolenia „Z”, ale z tego, że w związku z wiekiem znajdują się oni w innych miejscach swoich dróg edukacyjno-zawodowych, co w sposób naturalny określa nie tylko ich dotychczasowe doświadczenia, ale również wsteczne perspektywy autoanalizy.

3.2. CHARAKTERYSTYKA SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNA „ZETEK” AKTYWNYCH ZAWODOWO

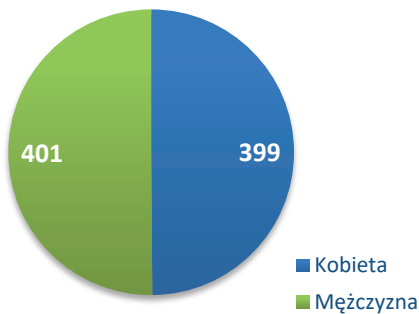
Zgodnie z założeniami przyjętymi na potrzeby niniejszego badania, do ostatecznej próby włączono:

- 800 przedstawicieli pokolenia „Z” w wieku 20-31 lat, w tym: 400 osób w wieku 20-25 lat oraz 400 osób w wieku 26-31 lat;
- wyłącznie osoby, które pracowały lub szukały pracy na terenie województwa łódzkiego;
- wyłącznie osoby, które nie uczyły się dziennie.

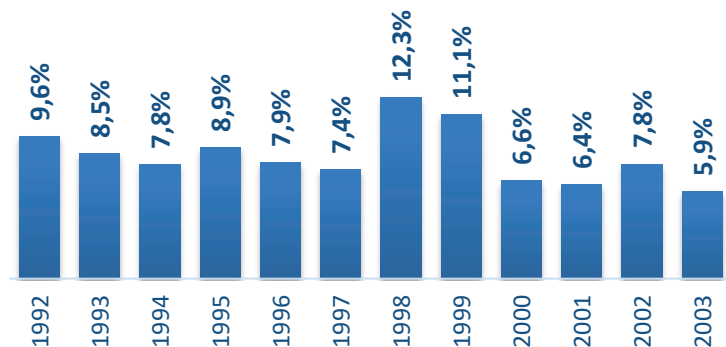
W efekcie w badaniu wzięło udział 399 kobiet oraz 401 mężczyzn urodzonych w latach 1992-2003.

Niewielka nadreprezentacja w strukturze badanej próby roczników 1998 i 1999 wynika z przyjętego w badaniu założenia o realizacji badania kwestionariuszowego na próbie składającej się z równolicznych grup (400 osób w wieku 20-25 lat oraz 400 w wieku 26-31 lat). W efekcie częstszego podejmowania nauki w trybie dziennym oraz niepodejmowania jeszcze pracy zawodowej najmłodszy przedstawiciele młodszej grupy wiekowej wchodziłi do badania rzadziej niż jej starsi reprezentanci (właśnie roczniki '98 i '99).

Wykres 7. Płeć



Wykres 8. Wiek



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

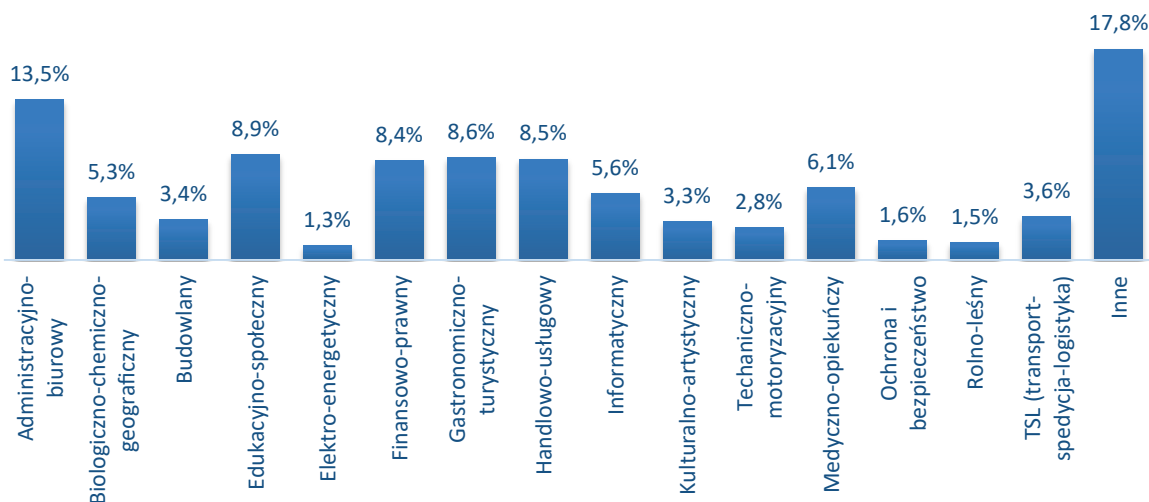
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Blisko 1/3 badanych (30,5%) jako miejsce (powiat) zamieszkania wskazała miasto Łódź, a ponad 1/3 (35,5%) określiła wielkość miejscowości, w której mieszka, jako przekraczającą 500 000 mieszkańców, co samo w sobie wydaje się interesujące, ponieważ Łódź jest jedynym miastem w regionie, którego wielkość przekracza pół miliona mieszkańców.

1/3 badanych (30,5%) zadeklarowała natomiast, że mieszka w miejscowościach liczących 20 000- 500 000 mieszkańców, których na terenie województwa łódzkiego jest 13:

- Piotrków Trybunalski (powiat miejski Piotrków Trybunalski) 68 270 mieszkańców;
- Pabianice (powiat pabianicki) 62 238 mieszkańców;
- Tomaszów Mazowiecki (powiat tomaszowski) 58 796 mieszkańców;
- Zgierz (powiat zgierski) 54 550 mieszkańców;
- Bełchatów (powiat bełchatowski) 53 718 mieszkańców;
- Skierniewice (powiat miejski Skierniewice) 45 933 mieszkańców;
- Radomsko (powiat radomszczański) 43 958 mieszkańców;
- Kutno (powiat kutnowski) 41 754 mieszkańców;
- Sieradz (powiat sieradzki) 39 641 mieszkańców;
- Zduńska Wola (powiat zduńskowolski) 39 641 mieszkańców;

Wykres 11. Główny kierunek wykształcenia



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Struktura wykształcenia przedstawicieli pokolenia „Z” wydaje się mieć silny związek z wiekiem respondentów oraz szczeblem edukacji, na którym się znajdują. Choć zdecydowana większość z badanych posiada wykształcenie co najmniej średnie, a ponad połowa z nich legitymuje się wykształceniem wyższym, to częstość z jaką wskazywane były poszczególne odpowiedzi, zdecydowanie różniła się wśród obu grup wiekowych respondentów – młodszych przedstawicieli pokolenia „Z” (w wieku 20-25 lat) oraz starszych (26-31 lat).

$\frac{3}{5}$ badanych (66,5%) w chwili badania żyło w związkach (formalnych lub nieformalnych), a odsetek ten był wyższy (o 6,5 pp.) wśród respondentów ze starszej grupy wiekowej.

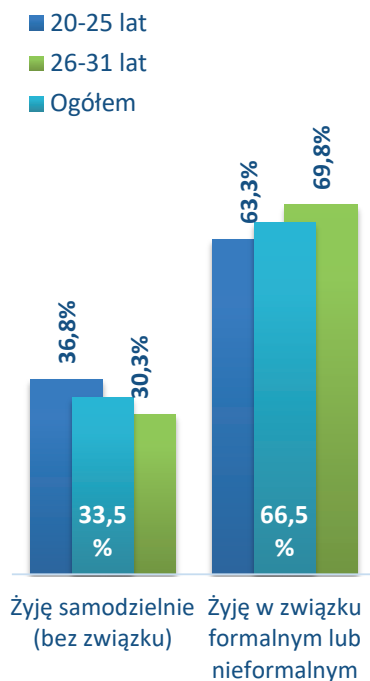
Do najczęstszych sytuacji mieszkaniowych (po około $\frac{1}{4}$ badanych) należą:

- „mieszkam z partnerem/partnerką” (26,0% wskazań);
- „mieszkam z rodzicami” (23,4%);
- „mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi” (23,3%).

Przy czym odnotować należy znaczące różnice wynikające z wieku badanych:

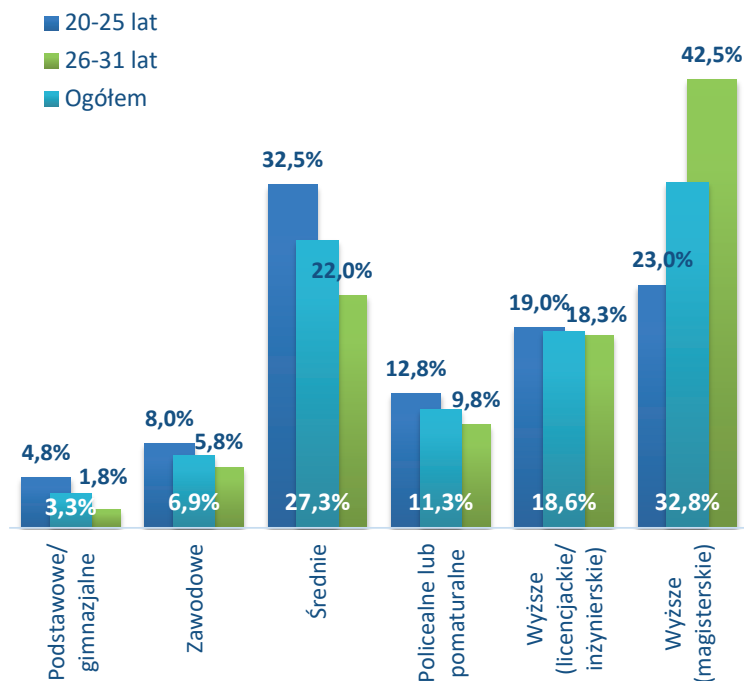
- odpowiedź „mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi” wskazało 16,5% badanych w wieku 20-25 lat oraz 30,0% badanych w wieku 26-31 lat;
- odpowiedź „mieszkam z rodzicami” wskazało 31,8% badanych w wieku 20-25 lat oraz 15,0% badanych w wieku 26-31 lat.

Wykres 12. Sytuacja rodzinna



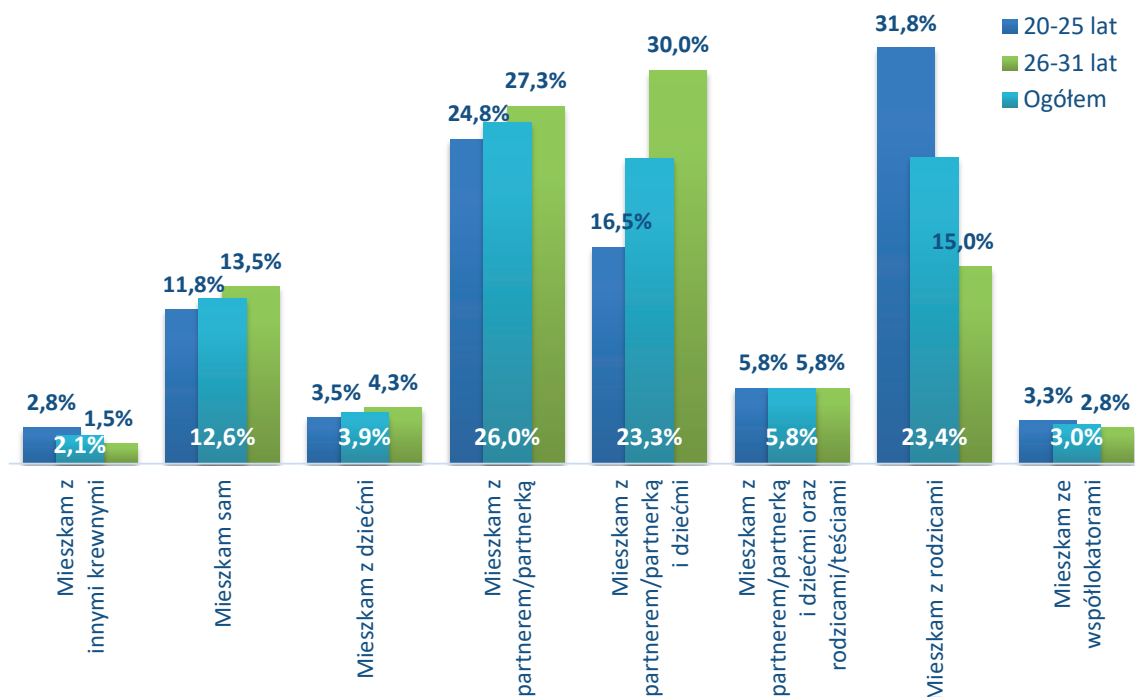
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wykres 13. Poziom wykształcenia



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wykres 14. Sytuacja mieszkaniowa

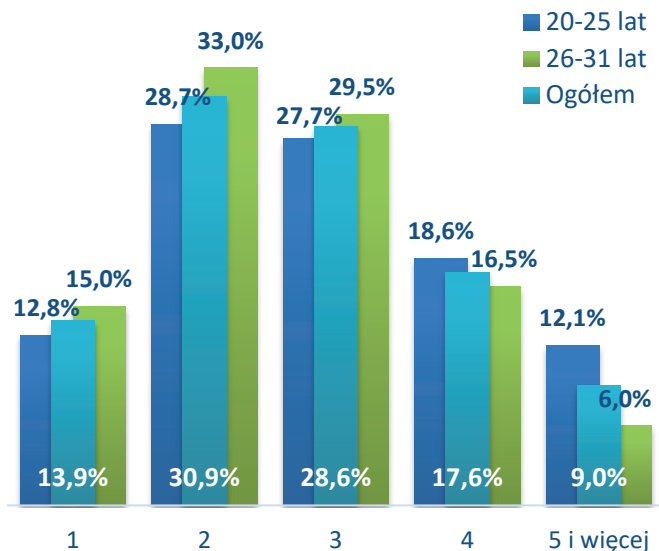


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Gospodarstwa domowe przedstawicieli pokolenia „Z” biorących udział w badaniu najczęściej składały się z 2-3 osób, spośród których najczęściej 2 dokładały się do budżetu domowego.

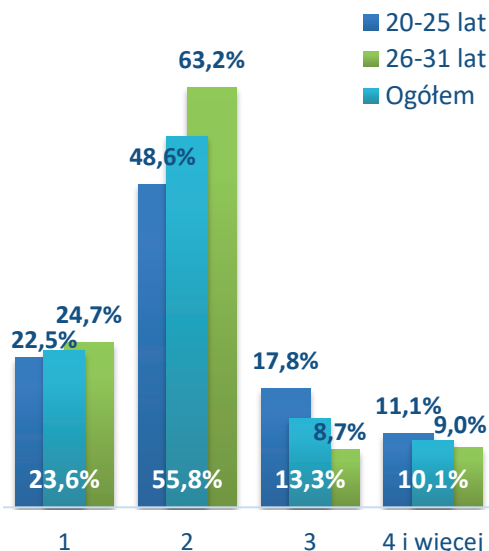
Przy tym liczba osób deklarowanych przez osoby młodsze częściej była wyższa niż w przypadku starszej podgrupy respondentów (którzy rzadziej mieszkają z rodzicami).

Wykres 15. Liczba osób w gospodarstwie domowym (wspólnie zamieszkujących i gospodarujących)



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wykres 16. Liczba osób w gospodarstwie domowym dokładających się do budżetu



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Jednocześnie średniomiesięczne dochody netto na osobę w gospodarstwie domowym (badanych poproszono o zsumowanie wszystkich dochodów członków gospodarstwa domowego i podzielenie wyniku przez liczbę osób je tworzących) wynosiły najczęściej:

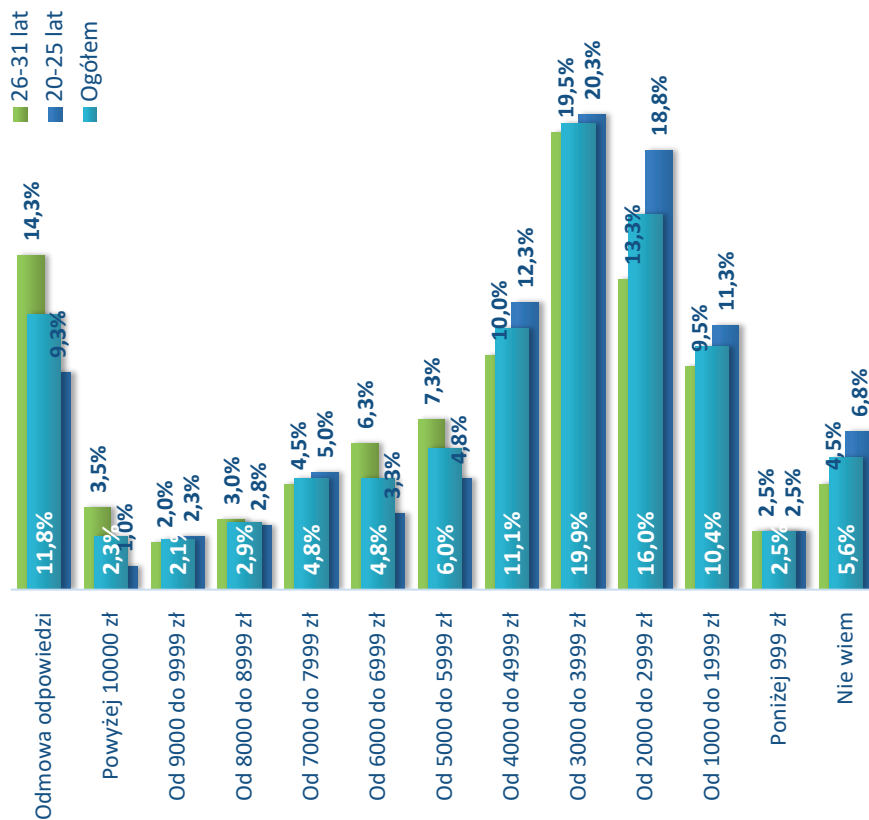
- 3000-3999 zł – wskazane przez 19,9% badanych;
- 2000-2999 zł – wskazane przez 16,0% badanych;
- 4000-4999 zł – wskazane przez 11,1% badanych;
- 1000-1999 zł – wskazane przez 10,4% badanych.

A w przypadku osobistych średniomiesięcznych dochodów badanego:

- 3000-3999 zł – wskazane przez 26,9% badanych;
- 2000-2999 zł – wskazane przez 15,3% badanych;
- 4000-4999 zł – wskazane przez 14,9% badanych.

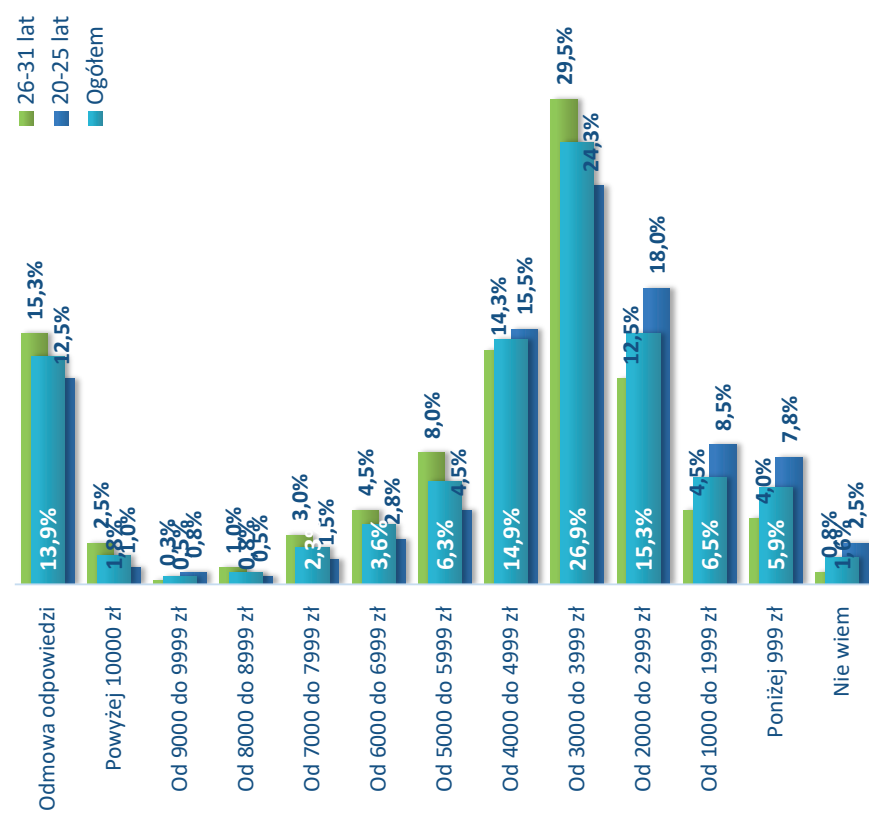
Na szczególną uwagę zasługują jednak bardzo wysokie odsetki odmów odpowiedzi oraz odpowiedzi „nie wiem” w pytaniu o dochody, które z jednej strony mogą wynikać z niechęci badanych do otwartego mówienia o finansach, z drugiej zaś znacząco utrudniają rzetelną analizę sytuacji finansowej badanych.

Wykres 17. Średniomiesięczne dochody netto na osobę w gospodarstwie domowym



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wykres 18. Średniomiesięczne osobiste dochody netto przedstawicieli pokolenia „Z”



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

4 DOŚWIADCZENIA POKOLENIA „Z” NA RYNKU PRACY

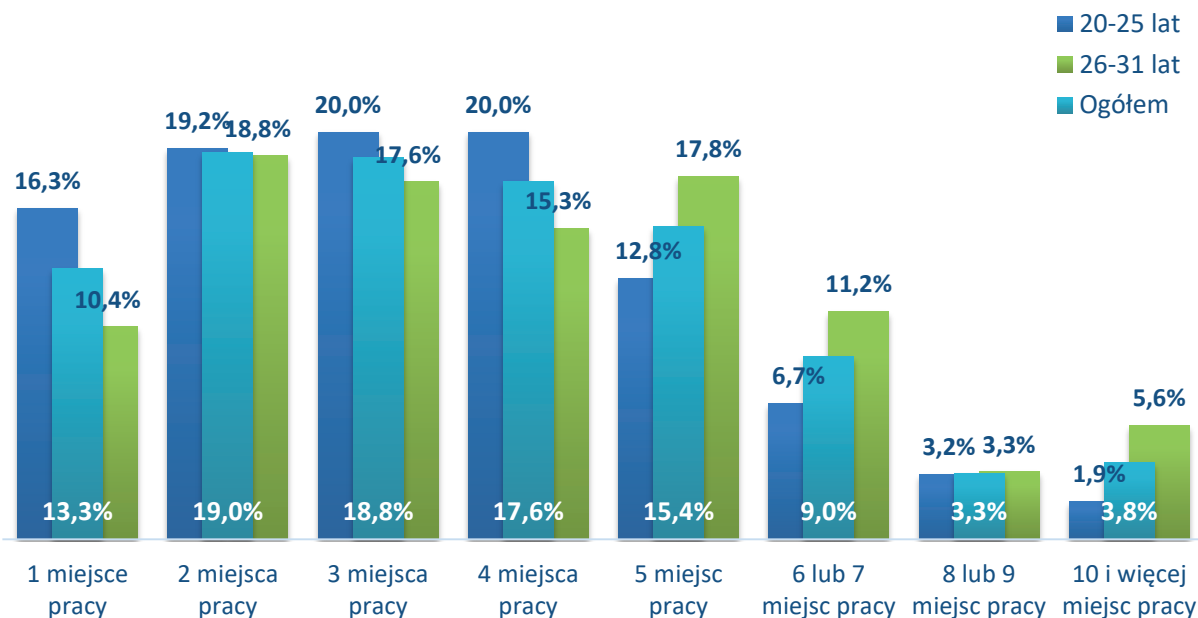
4.1. DOŚWIADCZENIA ZAWODOWE

Zdecydowana większość przedstawicieli pokolenia „Z” rozpoczynała swoje doświadczenia zawodowe stosunkowo wcześnie, bo jeszcze w trakcie edukacji: w szkole średniej/zawodowej / technikum lub wcześniej robi to 32,0%; po szkole średniej/zawodowej / technikum – 35,4%; na studiach – 20,8% (23,8% przedstawicieli starszej podgrupy „Zetek” oraz 17,8% podgrupy młodszej).

Młodszy respondenci częściej niż starsi deklarowali, że nie rozpoczęli jeszcze pracy zawodowej (6,0% w porównaniu z 1,3%) lub rozpoczęli ją w trakcie szkoły średniej lub wcześniej (26,3% osób w wieku 26-31 lat oraz 37,8% osób młodszych). Natomiast starsi częściej niż młodszy wskazywali, że ich praca zawodowa zaczęła się na studiach (23,8% starszych „Zetek” oraz 17,8% młodszych) lub po ich zakończeniu (13,8% w porównaniu do 2,8%).

Jednocześnie wydaje się, że deklarowany przez respondentów moment rozpoczęcia kariery zawodowej może wynikać nie tylko z rzeczywistego czasu podjęcia pierwszej pracy, ale także mieć związek z wiekiem respondenta. Badani (charakteryzujący się dużym zróżnicowaniem wiekowym) znajdowali się w chwili badania w bardzo różnych miejscach kariery zawodowej. Można przypuszczać, że osoby młodsze, które często nie podjęły jeszcze docelowej, pełnoetatowej pracy, miały w pamięci (i uwzględniały odpowiadając na pytanie o pierwszą pracę) wszystkie swoje wcześniejsze doświadczenia zawodowe, podczas gdy osoby w wieku 26-31 lat, wykazywały się pewną tendencją do częstszego wskazywania jako pierwszej pracy w ogóle pierwszej pracy już po studiach (jako pierwszej pracy docelowej, podejmowanej już w samodzielnym życiu).

Wykres 19. Czas podjęcia pierwszej pracy

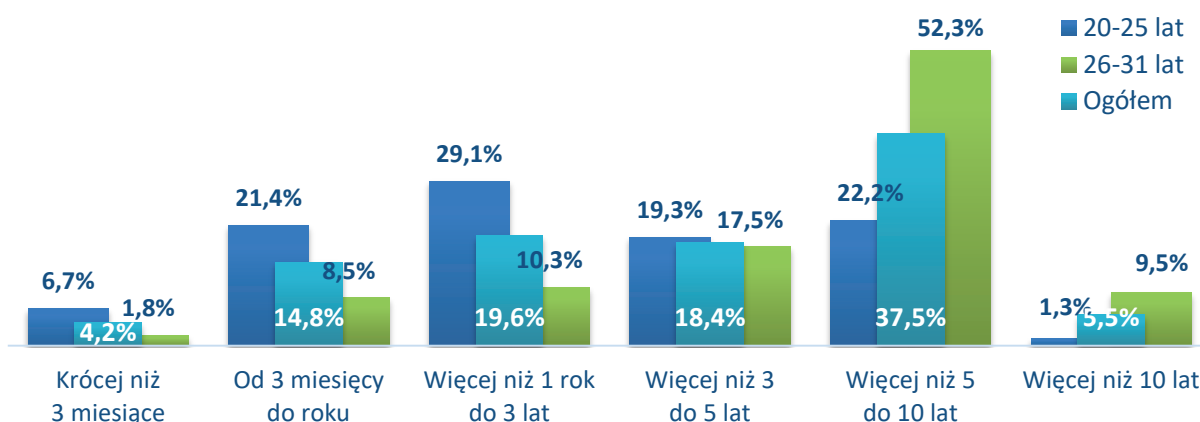


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Przedstawiciel pokolenia „Z” pracował średnio w niespełna 4 firmach (3,8), przy czym wśród młodszych badanych średnia wynosiła 3,5, a wśród starszych 4,1. Respondenci w wieku 20-25 lat najczęściej pracowali w 1-4 miejscach (1 miejsce pracy – 16,3% wskazań; 2 miejsca pracy – 19,2%; 3 miejsca pracy – 20,0%; 4 miejsca pracy – 20,0%), podczas gdy badani pomiędzy 26. a 31. rokiem życia w 2-5 (2 miejsca pracy – 18,8%; 3 miejsca pracy – 17,6%; 4 miejsca pracy – 15,3%; 5 miejsc pracy – 17,8%). Widoczny jest ogólny wzrost liczby dotychczasowych miejsc pracy wraz z wiekiem (a w konsekwencji także rozwoju karier zawodowych) badanych.

Można także przypuszczać, że przedstawiciele pokolenia „Z” są osobami stosunkowo mobilnymi na rynku pracy. Jedynie 13,3% z nich pracowało dotychczas wyłącznie w jednym miejscu.

Wykres 20. Dotychczasowa liczba miejsc pracy



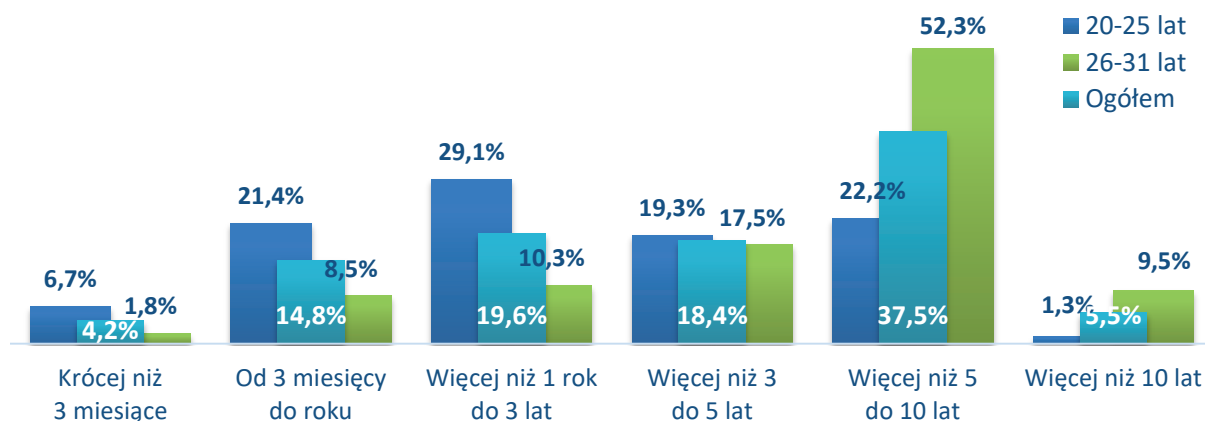
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=768.

Podobnie wygląda rozkład stażu pracy badanych. Podczas gdy młodszy przedstawiciele pokolenia „Z” w ponad połowie przypadków posiadali staż pracy nie dłuższy niż 3 lata (57,2%), dla ponad połowy starszych wynosił on ponad 5 lat. Wiąże się to prawdopodobnie z tym, że przedstawiciele starszej grupy wiekowej w chwili badania byli dłużej osobami aktywnymi zawodowo.

Jednocześnie wraz ze wzrostem ogólnego stażu pracy (z wyłączeniem stażu krótszego niż 3 miesiące) rośnie średnia liczba miejsc, w których pracowali badani:

- staż pracy od 3 miesięcy do roku – 2,5 dotychczasowych miejsc pracy;
- staż pracy dłuższy niż 1 rok, do 3 lat – 3,5 miejsc pracy;
- staż pracy dłuższy niż 3, do 5 lat – 3,7 miejsc pracy;
- staż pracy dłuższy niż 5, do 10 lat – 4,3 miejsc pracy;
- staż pracy dłuższy niż 10 lat – 5,5 miejsc pracy.

Wykres 21. Ogólny staż pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=762.

4.2. DOŚWIADCZENIE ZMIANY PRACY

Zdecydowana większość badanych posiadała za sobą doświadczenia związane ze zmianą miejsca pracy. Było to odpowiednio: 79,8% badanych w wieku 20-25 lat, 89,0% w wieku 26-31 lat oraz 84,4% ogółu respondentów.

Do najczęstszych (wskazane przez więcej niż 15% badanych, którzy mieli doświadczenia związane ze zmianą pracy) powodów zmiany pracy należały te związane z warunkami zatrudnienia:

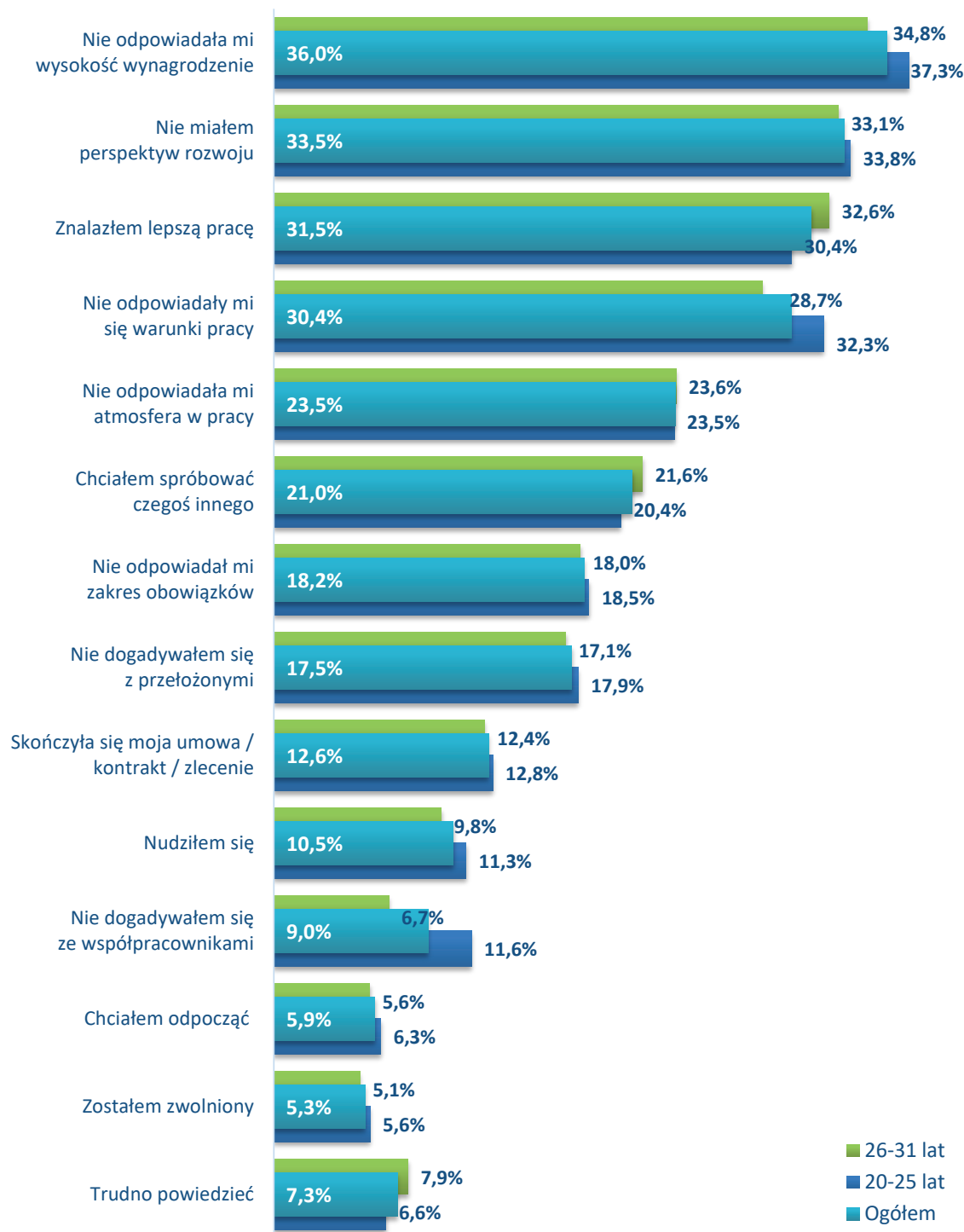
- „nie odpowiadała mi wysokość wynagrodzenia” – wskazane przez 36,0% badanych;
- „nie miałem perspektyw rozwoju” – 33,5%;
- „znalazłem lepszą pracę” – 31,5%;
- „nie odpowiadały mi warunki pracy” – 30,4%;
- „nie odpowiadał mi zakres obowiązków” – 18,2%;

oraz szeroko rozumianą atmosferą w pracy:

- „nie odpowiadała mi atmosfera w pracy” – 23,5%;
- „chciałem spróbować czegoś innego” – 21,0%;
- „nie dochodziłem do porozumienia z przełożonymi” – 17,5%.

Jednocześnie wydaje się, że najważniejsze powody ostatniej zmiany pracy w przypadku obu grup wiekowych badanych pochodzą z różnych obszarów motywacji. W przypadku młodszych przedstawicieli pokolenia „Z” częściej znaczenie miały takie czynniki jak wysokość wynagrodzenia oraz warunki pracy, natomiast w przypadku przedstawicieli starszej podgrupy: znalezienie lepszej pracy, nuda i trudności w dogadywaniu się ze współpracownikami.

Wykres 22. Powody zmiany pracy

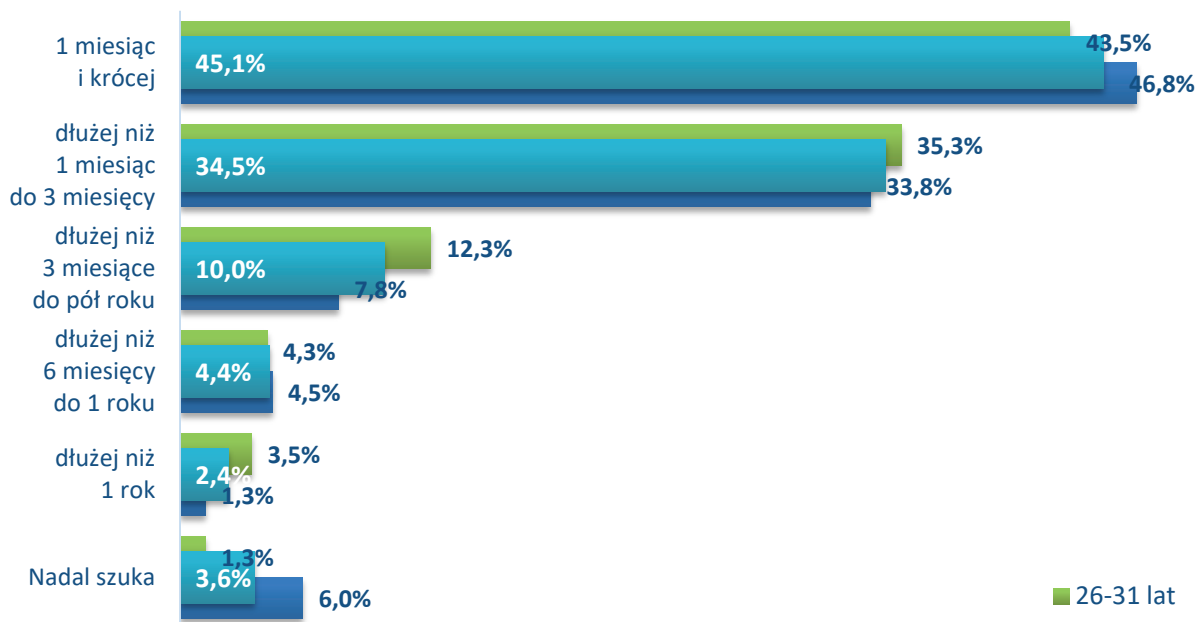


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=675.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

W większości przypadków czas poszukiwania nowej pracy wynosił mniej niż 3 miesiące (89,6% wskazań). Blisko połowa (45,1%) przedstawicieli pokolenia „Z” swojej pierwszej pracy poszukiwała do 1 miesiąca, a kolejne 33,5% – ponad 1, ale do 3 miesięcy. Ogólnie rzecz biorąc, respondenci młodsi częściej są zdania, że swojej pierwszej pracy poszukiwali krócej niż ich starsi koledzy lub szukają jej nadal.

Wykres 23. Czas poszukiwania pierwszej pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Przedstawiciele pokolenia „Z” najczęściej szukają pracy przy wykorzystaniu Internetu (77,6%) oraz poprzez znajomych i rodzinę (54,0%). W dalszej kolejności korzystają z takich sposobów, jak poszukiwanie pracy przez:

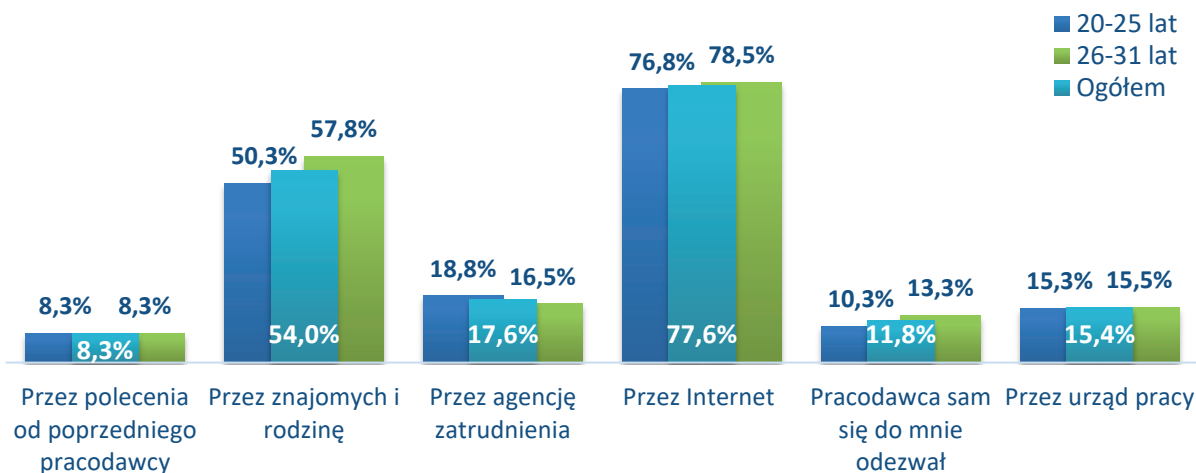
- agencję zatrudnienia – 17,6%;
- urząd pracy – 15,4%;
- polecenia od poprzedniego pracodawcy – 8,3%.

Do 11,8% „Zetek” przyszły pracodawca z ofertą pracy odezwał się sam.

Wśród dróg wybieranych jeszcze rzadziej znalazły się:

- „odezwał się do mnie headhunter”;
- „otworzyłem własną firmę”;
- „roznosiłem(-am) CV do potencjalnych miejsc pracy”;
- „targi pracy”.

Wykres 24. Metody poszukiwania pracy



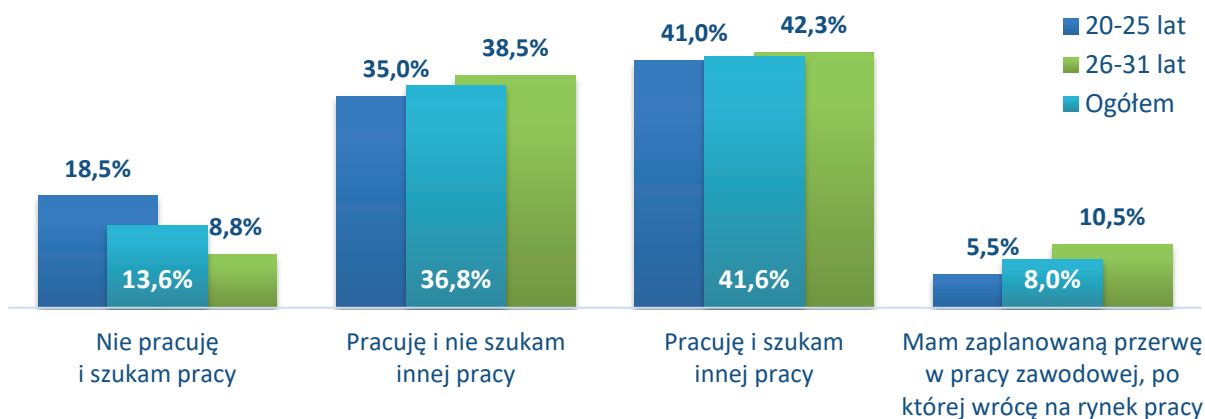
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

4.3. AKTUALNE MIEJSCE PRACY

W chwili realizacji badania aktywnych zawodowo było 78,4% uczestniczących z nim przedstawicieli pokolenia „Z”, w trakcie zaplanowanej przerwy od pracy zawodowej było 8,0% badanych, a nie pracowało i szukało pracy 13,6%. Warto zauważyć, że odsetek osób niepracujących był zdecydowanie (o blisko 10 pp.) wyższy wśród respondentów młodszych, podczas gdy respondenci starsi częściej znajdowali się w czasie zaplanowanej przerwy od pracy zawodowej (o 5 pp.).

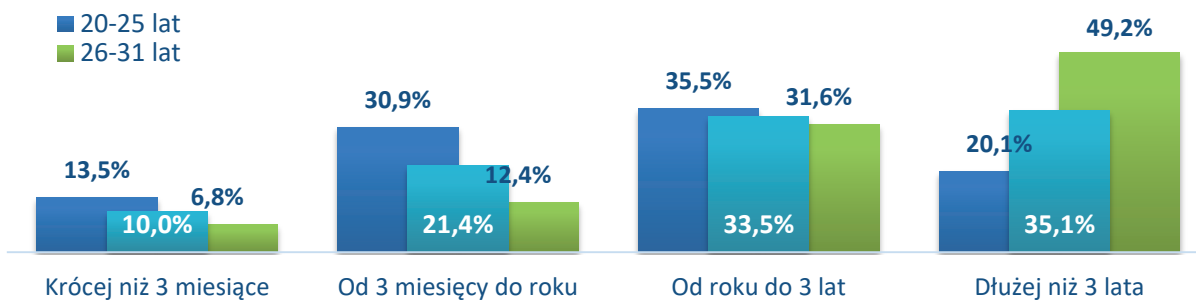
Wykres 25. Aktualna sytuacja na rynku pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Większość badanych (68,1%) pracowała w obecnym miejscu zatrudnienia od co najmniej roku. Przy tym warto zauważyć, że staż ten był znacząco dłuższy w przypadku „Zetek” ze starszej grupy wiekowej.

Wykres 26. Staż zatrudnienia w obecnym miejscu pracy



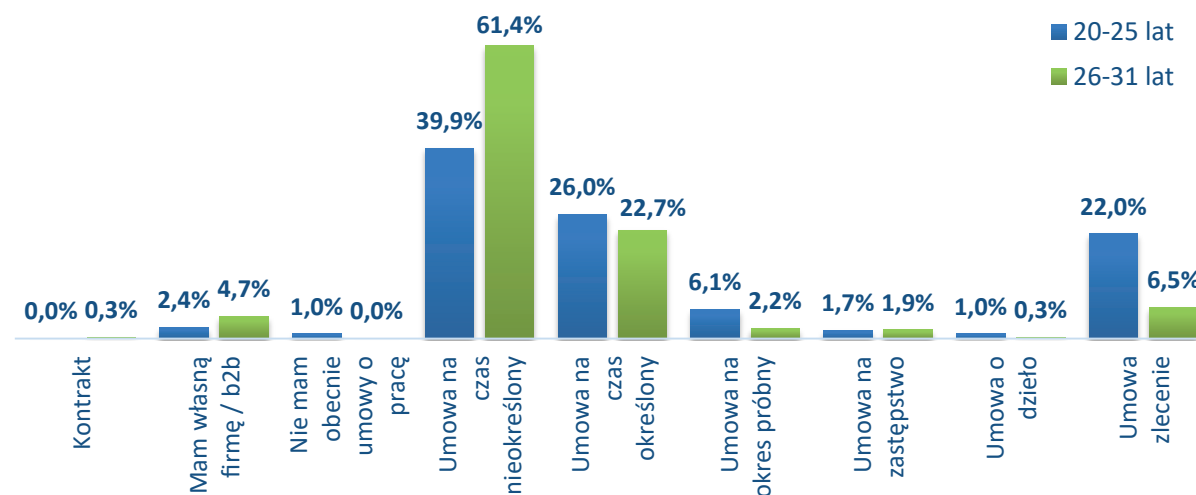
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Najczęstszymi formami zatrudnienia wśród przedstawicieli pokolenia „Z” są:

- umowa o pracę na czas nieokreślony – 51,1% badanych;
- umowa o pracę na czas określony – 24,3% badanych;
- umowa zlecenie – 13,9% badanych.

Również w tym aspekcie widoczne są różnice pomiędzy grupami wiekowymi badanych. Młodszy z nich częściej niż starsi pracują na podstawie umowy o pracę na czas określony, umowy na okres próbny oraz umowy zlecenia, podczas gdy starsi częściej niż młodszy na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony lub prowadzą własną firmę.

Wykres 27. Forma zatrudnienia

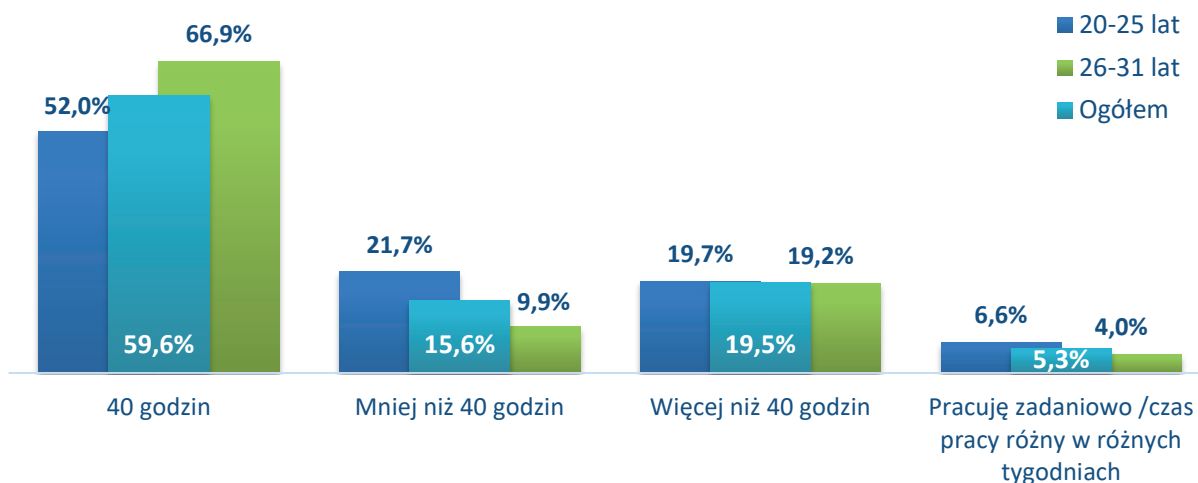


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=617.

Co ciekawe, badani różnią się między sobą również przeciętnym średniotygodniowym wymiarem czasu pracy. Choć w przypadku obu grup najczęściej wskazywanym wymiarem czasu pracy był ekwiwalent zatrudnienia w pełnoetatowym wymiarze godzin (40 godzin tygodniowo), to był on wskazywany częściej przez osoby w wieku 25-31 lat (66,9% w stosunku do 52,0%), podczas gdy osoby młodsze częściej wskazywały na niepełny wymiar czasu pracy (21,7% badanych w tej grupie w stosunku do 9,9% w grupie starszej).

Praca w godzinach nadliczbowych dotyczyła niespełna 1 : 5 osób w obu grupach.

Wykres 28. Wymiar czasu pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Najczęściej wskazywanym sektorem zatrudnienia była pozostawała działalność usługowa (36,4%), podczas gdy najmniej badanych pracowało w sektorze rolnym (2,9%). Do umiarkowanie popularnych branż należały: handel; naprawa pojazdów samochodowych, logistyka i gastronomia (18,3%); administracja publiczna, opieka zdrowotna, usługi społeczne (15,0%) oraz przemysł, budownictwo, górnictwo i energetyka (13,7%). W dalszej kolejności badani deklarowali pracę w takich obszarach rynku jak: edukacja i nauka, kultura i rozrywka oraz informacja i komunikacja (7,8%) oraz działalność finansowa i ubezpieczeniowa; rynek nieruchomości, administracja (5,9%).

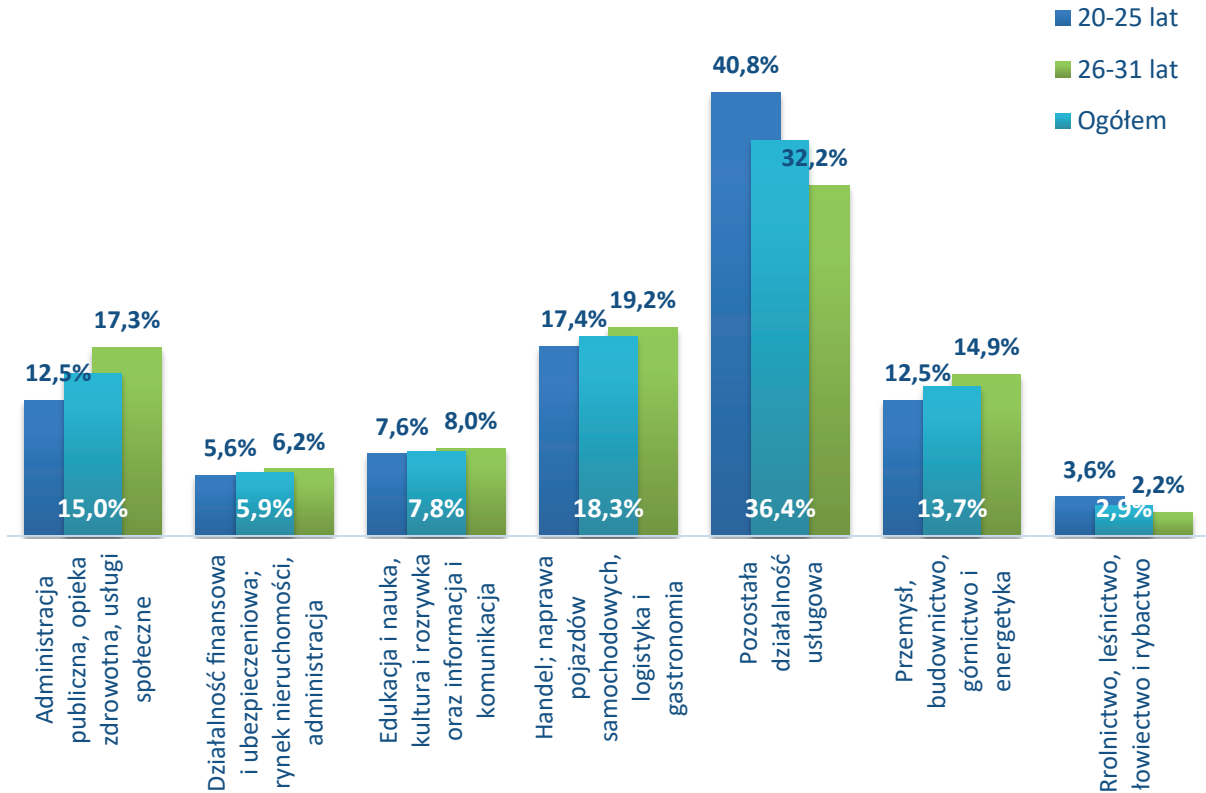
Starsi przedstawiciele pokolenia „Z” częściej pracują w takich sektorach, jak:

- handel; naprawa pojazdów samochodowych, logistyka i gastronomia – 19,2% w stosunku do 17,4% wskazań w młodszej grupie;
- administracja publiczna, opieka zdrowotna, usługi społeczne – 17,3% w stosunku do 12,5% wskazań w młodszej grupie;
- przemysł, budownictwo, górnictwo i energetyka – 14,9% w stosunku do 12,5% wskazań w młodszej grupie.

Natomiast młodszy badani wskazywali częściej na pracę w „pozostałej działalności usługowej” – 40,8% wskazań w stosunku do 32,2% wśród osób starszych (25-31 lat).

Ogólna nadreprezentacja tej kategorii wśród odpowiedzi może jednak wynikać z pewnych trudności w przyporządkowaniu przez badanych wykonywanej pracy do dość ogólnie określonych branż.

Wykres 29. Sektor zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

W regionalnych dokumentach strategicznych duże znaczenie dla rozwoju lokalnej gospodarki przypisuje się specjalnie wyróżnionym branżom, tzw. inteligentnym specjalizacjom regionalnym. Dlatego też biorących udział w badaniu przedstawicieli pokolenia „Z” zapytano o doświadczenia zawodowe związane z pracą w takich branżach, a dodatkowo też w sektorze transportowym, spedycyjnym i logistycznym (TSL) – z uwagi na duże i ciągle rosnące jego znaczenie dla gospodarki regionu¹².

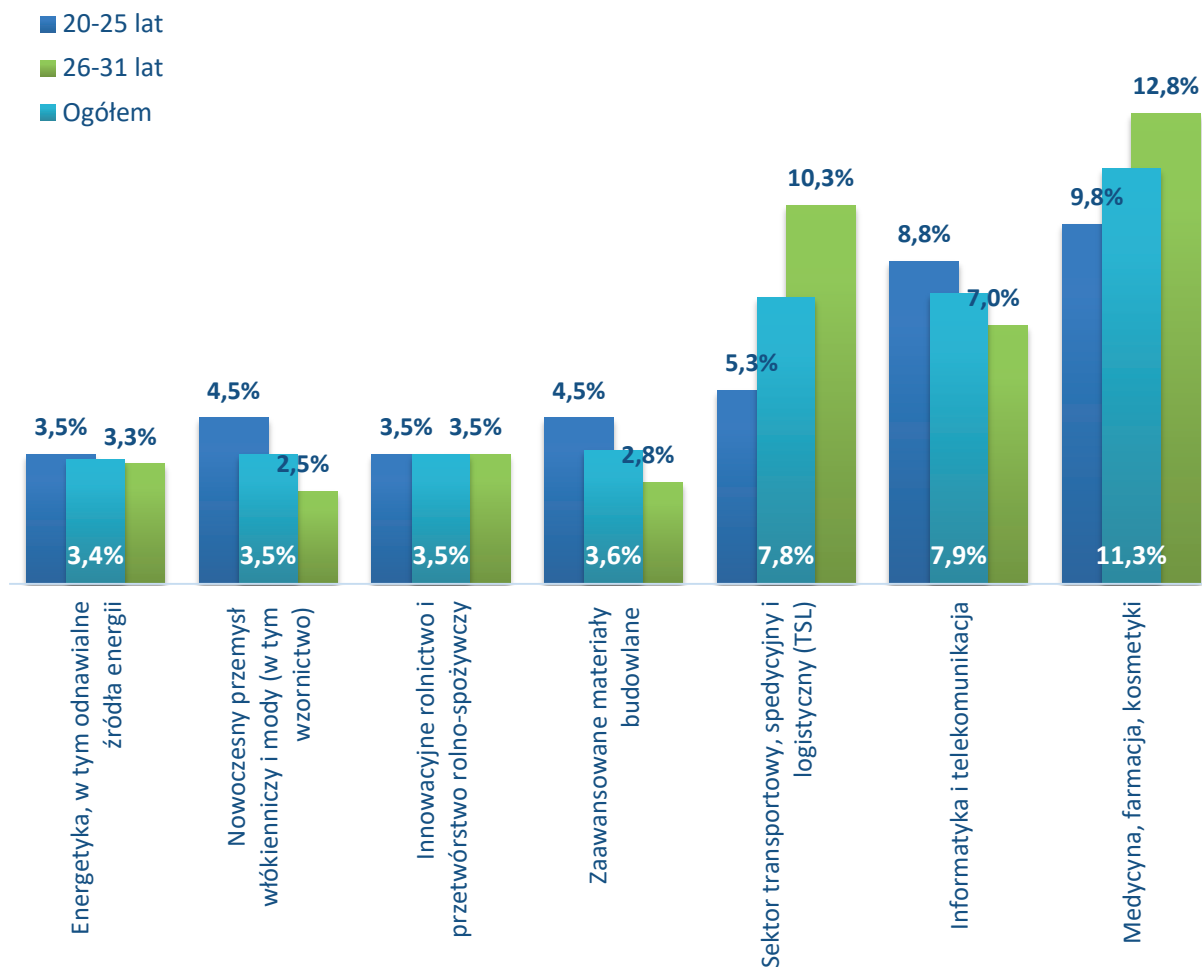
Okazuje się, że doświadczenie pracy w jednej z branż przyszłości nie należy do częstych. Badani deklaruowali, że mieli dotychczas okazję pracować w takich branżach, jak:

- medycyna, farmacja, kosmetyki – 11,3%;
- informatyka i telekomunikacja – 7,9%;
- sektor transportowy, spedycyjny i logistyczny (TSL) – 7,8%;
- zaawansowane materiały budowlane – 3,6%;
- nowoczesny przemysł włókienniczy i mody (w tym wzornictwo) – 3,5%;
- innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywczy – 3,5%;
- energetyka, w tym odnawialne źródła energii – 3,4%.

¹² Rynek pracy w obszarze tej branży był już wcześniej tematem badań realizowanych z inicjatywy Regionalnego Obserwatorium Rynku Pracy w Łodzi; por. *Branża transportowa, spedycyjna i logistyczna w województwie łódzkim. Rozwój a oddziaływanie na regionalny rynek pracy*, Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi; Łódź 2019 [źródło: <https://issuu.com/annasikora/docs/pitd-transport-i-logistyka-jako-strategiczna-branz>; dostęp: 18.11.2023].

Częściej doświadczenia takie deklarowali respondenci ze starszej grupy wiekowej. Należy mieć w tym miejscu na uwadze, że badani odpowiadali na pytanie intuicyjnie, nie mając wglądu do precyzyjnych definicji poszczególnych inteligentnych specjalizacji regionalnych w województwie łódzkim, w tym między innymi informacji o przypisanych poszczególnym branżom kodów PKD.

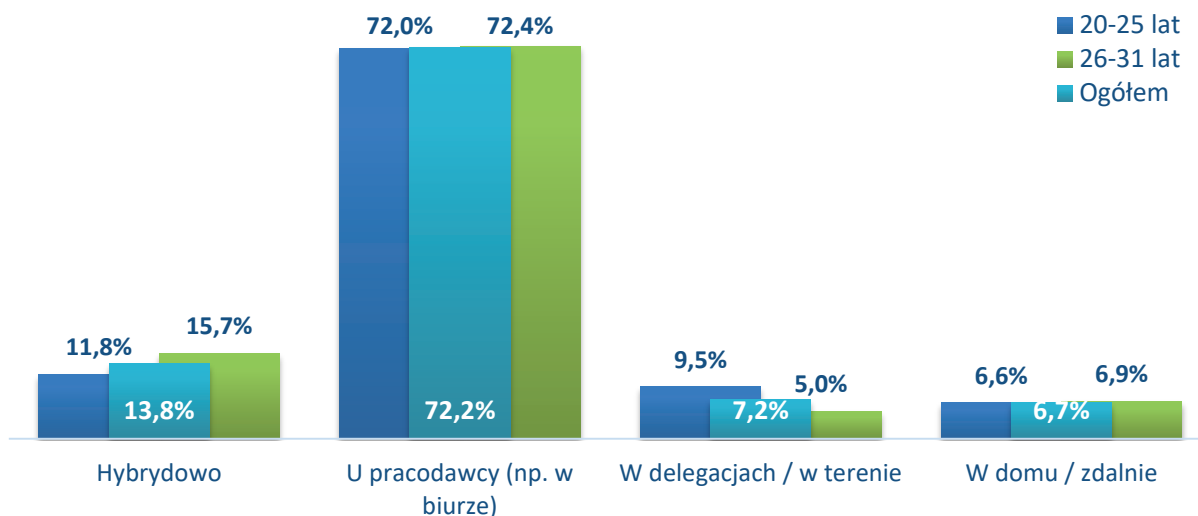
Wykres 30. Doświadczenie pracy w RIS Wł i w sektorze TLS



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=773.

Zdecydowana większość badanych, niezależnie od wieku, pracowała w miejscu wskazanym przez pracodawcę (72,2%), a najmniejsza część z nich w domu / zdalnie (6,7%). W przypadku pozostałych form organizacji pracy, osoby młodsze (20-25 lat) charakteryzowały się większą mobilnością, częściej pracowały w delegacjach lub w terenie (9,5% w stosunku do 5,0%), podczas gdy praca osób starszych (26-31 lat) była bardziej elastyczna – częściej pracowali oni hybrydowo: raz z domu, raz u pracodawcy (15,7% w stosunku do 11,8%).

Wykres 31. Miejsce pracy (forma organizacji pracy)

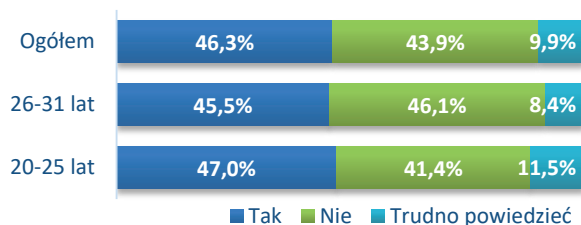


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=623.

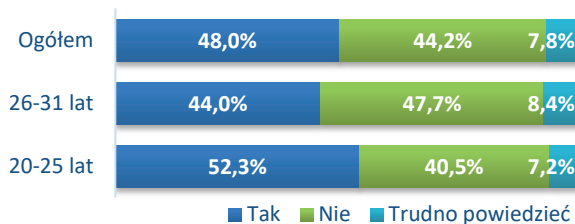
Ogólnie rzecz biorąc, badani przedstawiciele pokolenia „Z” w mniej niż połowie przypadków potwierdzili zgodność wykonywanej pracy zawodowej z wcześniejszymi doświadczeniami i posiadanymi zainteresowaniami. Wyjątek stanowi zgodność pracy zawodowej z zainteresowaniami zawodowymi, którą zadeklarowała w badaniu mniej niż 1/3 respondentów. Następujący procent badanych potwierdził zgodność z:

- wykształceniem – 46,3%;
- doświadczeniem zawodowym – 48,0%;
- zainteresowaniami zawodowymi – 30,6%;
- zainteresowaniami pozazawodowymi, hobby – 47,8%.

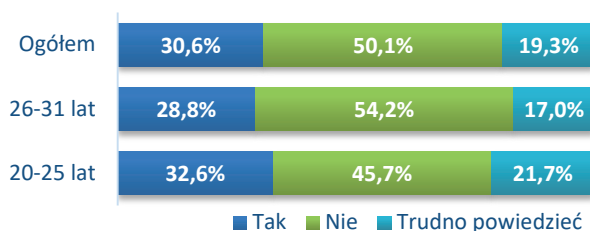
Co ciekawe, zgodność pracy zawodowej z takimi aspektami, jak wykształcenie, doświadczenie zawodowe i zainteresowania zawodowe, częściej deklarowali respondenci młodszy, podczas gdy starsi częściej deklarowali, że wykonywana przez nich praca jest zgodna z ich zainteresowaniami pozazawodowymi.

Wykres 32. Zgodność pracy zawodowej z wykształceniem

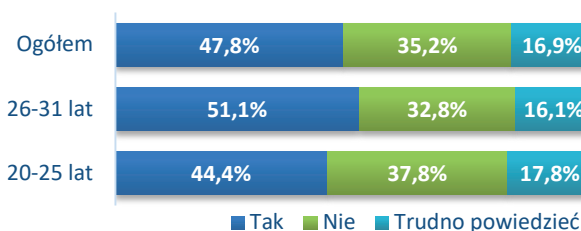
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 33. Zgodność pracy zawodowej z posiadanym doświadczeniem zawodowym

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 34. Zgodność pracy zawodowej z zainteresowaniami zawodowymi

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 35. Zgodność pracy zawodowej z zainteresowaniami pozazawodowymi, hobby

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Poziom zadowolenia z wykonywanej pracy

Przedstawiciele pokolenia „Z” deklarują umiarkowanie wysoki poziom zadowolenia z wykonywanej pracy. Do aspektów, które uznają za najbardziej satysfakcjonujące (więcej zadowolonych niż niezadowolonych badanych) należą:

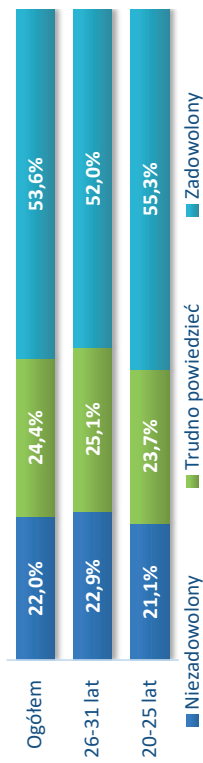
- relacje ze współpracownikami – 75,8% zadowolonych respondentów;
- forma zatrudnienia – 73,8% zadowolonych respondentów;
- wymiar czasu pracy – 75,4% zadowolonych respondentów;
- relacje z przełożonymi – 66,7% zadowolonych respondentów;
- zakres obowiązków – 65,2% zadowolonych respondentów;
- forma organizacji pracy – 60,0% zadowolonych respondentów.

Natomiast do aspektów niesatysfakcjonujących (więcej niezadowolonych niż zadowolonych badanych):

- możliwości i perspektywy awansu – 30,0% zadowolonych respondentów;
- wysokość wynagrodzenia – 27,6% zadowolonych respondentów.

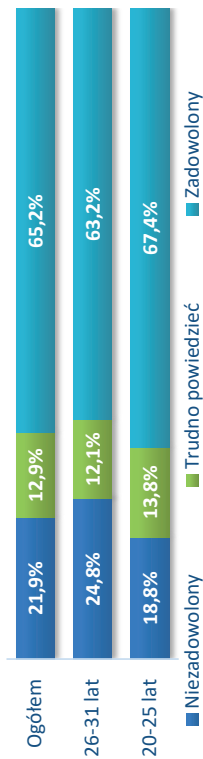
Jednocześnie, poza zgodnością pracy z zainteresowaniami, młodszy badani częściej deklarują zadowolenie w pracy niż starsi.

Wykres 36. Zadowolenie z miejsca w strukturze firmy / hierarchii zawodowej



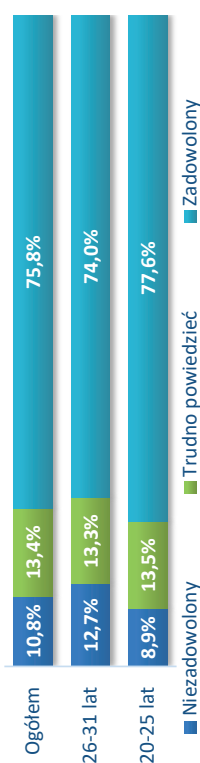
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 37. Zadowolenie z zakresu obowiązków zawodowych



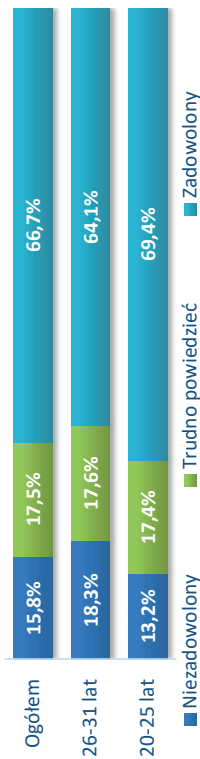
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 38. Zadowolenie z relacji ze współpracownikami



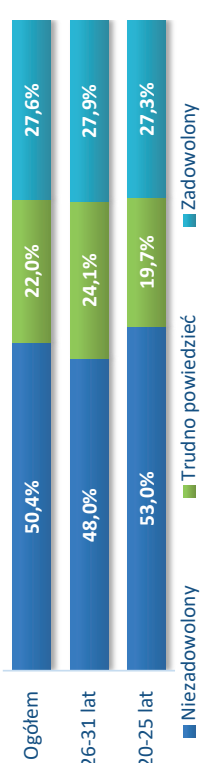
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 39. Zadowolenie z relacji z przełożonymi



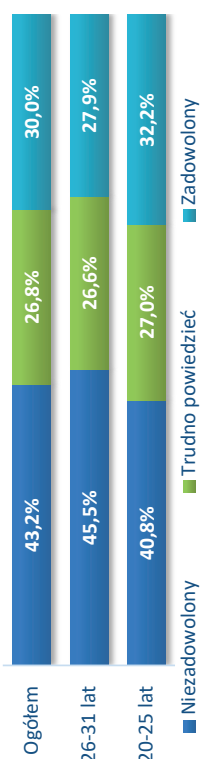
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 40. Zadowolenie z wysokości wynagrodzenia



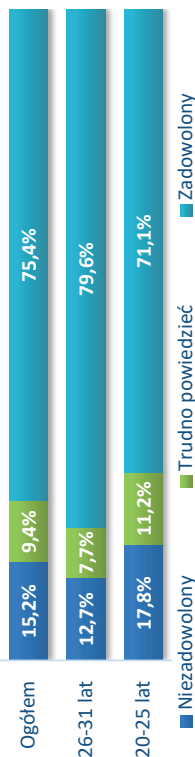
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 41. Zadowolenie z możliwości i perspektyw awansu



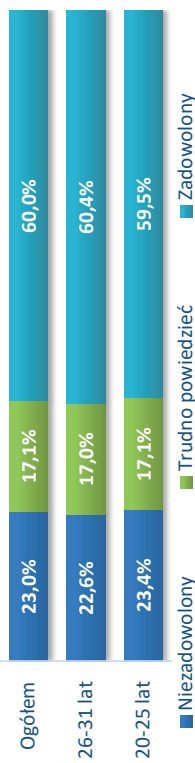
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 42. Zadowolenie z wymiaru czasu pracy



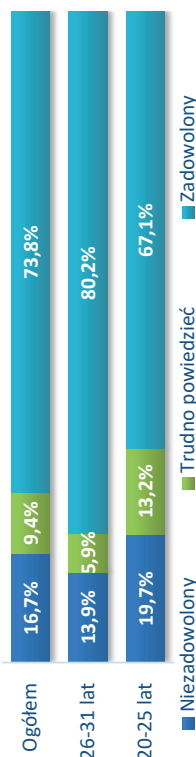
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 43. Zadowolenie z formy organizacji pracy



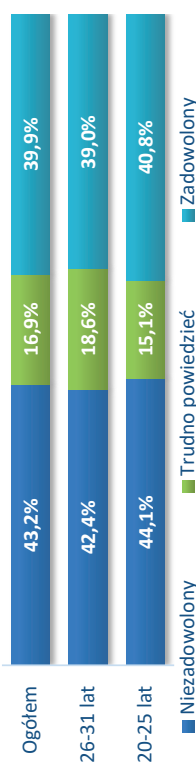
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 44. Zadowolenie z formy zatrudnienia



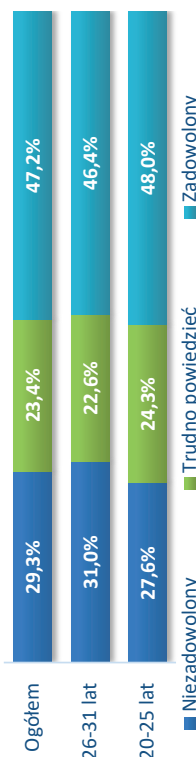
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 45. Zadowolenie z dostępnych benefitów



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

Wykres 46. Zadowolenie ze zgodności pracy z zainteresowaniami



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=627.

5 SAMOOCENA I PRIORYTETY „ZETEK”

5.1. WIEDZA, KOMPETENCJE I UMIEJĘTNOŚCI

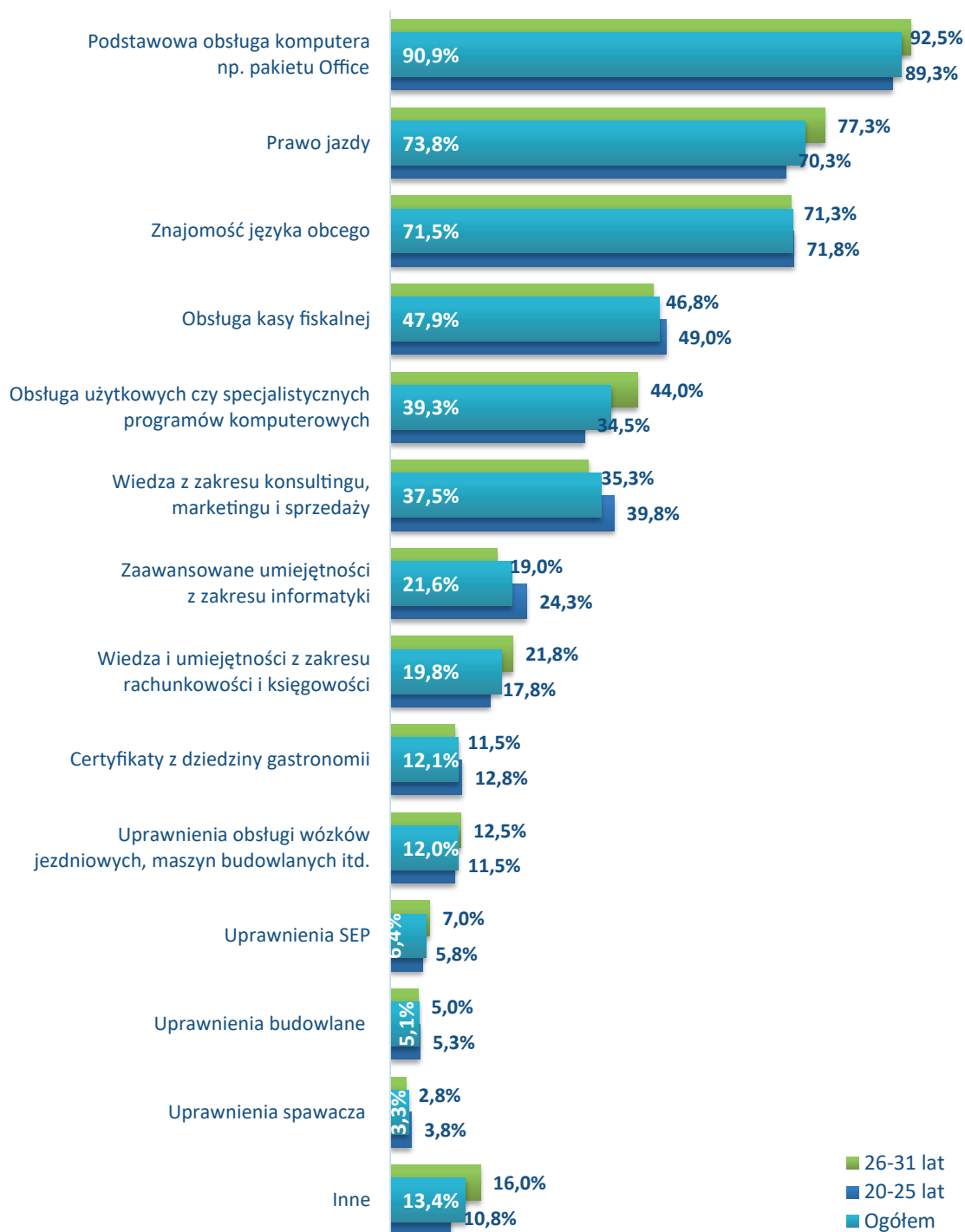
Przedstawiciele pokolenia „Z” zapytano także o to, jakimi cechami, wiedzą i umiejętnościami (spośród tych istotnych na współczesnym rynku pracy) się charakteryzują.

Do najpopularniejszych kompetencji twardych (tych, które można łatwo ocenić bądź zmierzyć posiadaniem odpowiednich uprawnień, certyfikatów lub zaświadczeń) należą: podstawowa obsługa komputera, np. pakietu office – 90,9% badanych; prawo jazdy – 73,8% badanych, wśród których najpopularniejszą kategorią było kategoria B (miało ją 98,3% badanych posiadających prawo jazdy¹³), następnie A (6,6%), a później C (2,5%), T (1%) oraz D (0,2%), oraz znajomość języka obcego – 71,5% badanych. W dalszej kolejności badani zadeklarowali posiadanie takich kompetencji, jak: obsługa kasy fiskalnej (47,9%), obsługa użytkowych czy specjalistycznych programów komputerowych (39,3%) oraz z zakresu konsultingu, marketingu i sprzedaży (37,5%). Najmniej przedstawiciele pokolenia „Z” może pochwalić się specjalistycznymi i branżowymi uprawnieniami i certyfikatami.

Samoocena (dokonywana w skali 10-punktowej) posiadania przez „Zetki” kompetencji miękkich (czyli umiejętności osobistych i interpersonalnych, które określają m.in. to, jak się zachowujemy, jak organizujemy swoją pracę, jak integrujemy się z innymi ludźmi oraz podnoszą wartość na rynku pracy i ułatwiają wykonywanie codziennych obowiązków) jest dość pozytywna. Badani najwyżej ocenili posiadanie przez siebie wysokiej kultury osobistej (średnia ocen: 8,38), a najniżej swobody wystąpień publicznych (średnia 4,90).

¹³ 590 osób.

Wykres 47. Kompetencje twarde



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani osobno oceniali posiadanie każdej z wymienionych kompetencji. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Wykres 48. Kompetencje miękkie

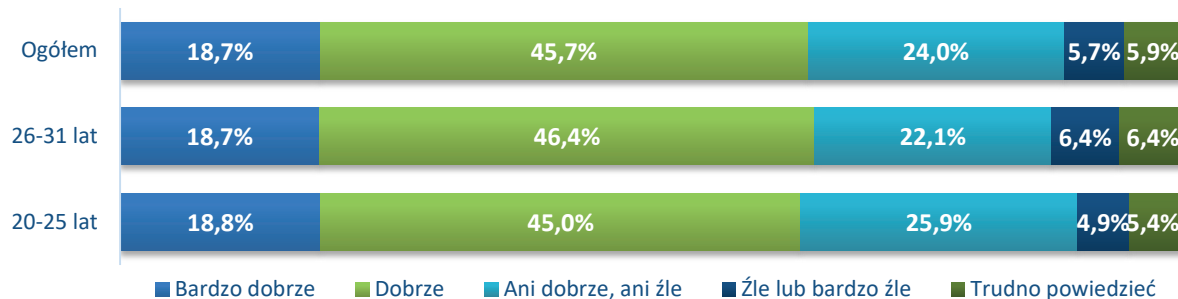


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Przedstawiciele pokolenia „Z” posiadają dość dobrą opinię o swoich kompetencjach zawodowych. Ponad ⅔ bardzo dobrze i dobrze oceniło swoje kompetencje, zarówno w zawodzie wyuczonym (łącznie 64,4% wskazań), jak i w zawodzie, w którym pracuje obecnie (79,2%), oraz w zawodzie, w którym chciałoby pracować (62,7%).

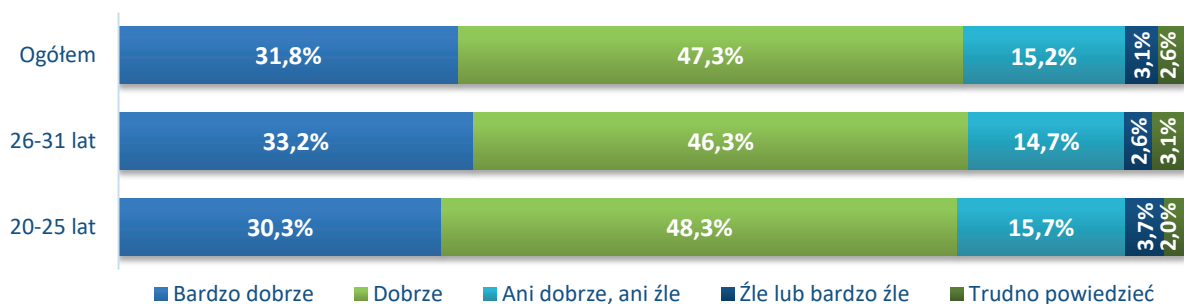
Wydaje się, że respondenci młodszy nieznacznie częściej pozytywnie oceniają swoje kompetencje w zawodzie, w którym chcą pracować, podczas gdy badani starsi w zawodzie wyuczonym oraz w zawodzie, w którym obecnie pracują.

Wykres 49. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie wyuczonym



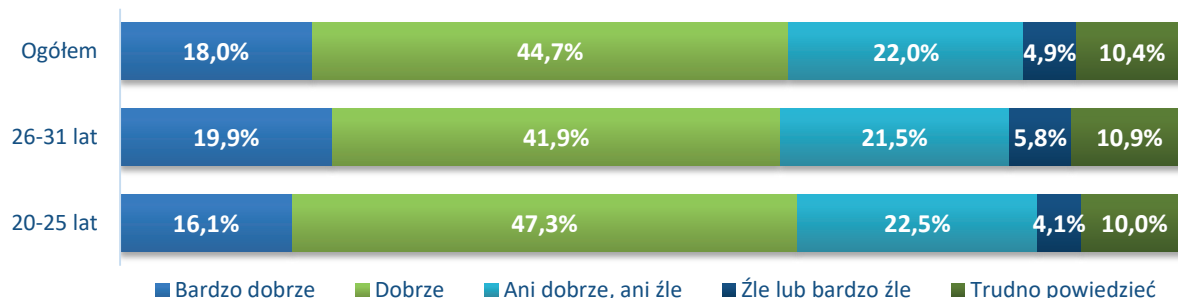
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=742.

Wykres 50. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie, w którym się pracuje



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=732.

Wykres 51. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie, w którym chce się pracować



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=768.

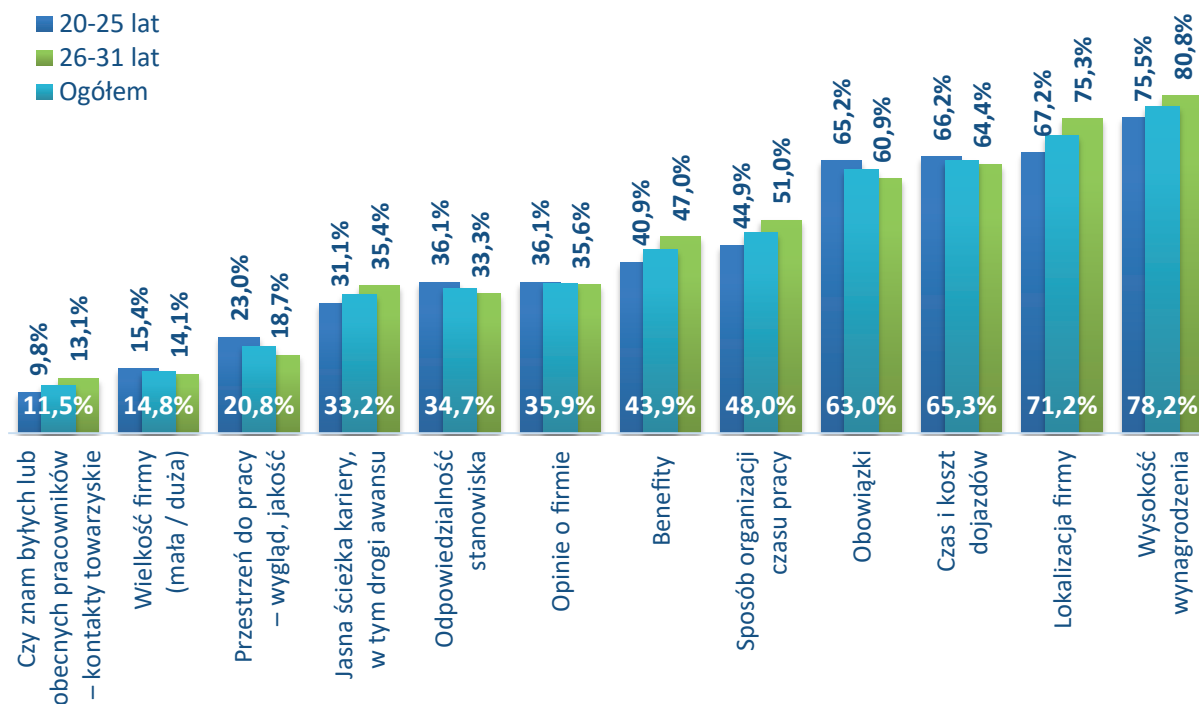
Co jest ważne dla „Zetek” w pracy zawodowej?

Badanych zapytano także o to, na jakie elementy zwracają uwagę podczas wyboru firmy, w której decydują się pracować. Preferencje w tej kwestii posiadała zdecydowana większość badanych – 98,8% respondentów w wieku 20-25 lat, 99,3% – w wieku 26-31 lat, łącznie – 99,0%. Jedynie 1% respondentów zadeklarował, że podczas wyboru firmy nie zwraca uwagi na nic, poza możliwością zatrudnienia.

Do najważniejszych (wskazanych przez co najmniej ⅓ badanych) czynników zaliczyć można: lokalizację firmy (71,2% wskazań); wysokość wynagrodzenia (78,2%); czas i koszt dojazdów (65,3%); obowiązki (63,0%).

O ile w obu analizowanych grupach wiekowych pokolenia „Z” hierarchia istotności poszczególnych kryteriów determinujących decyzję o podjęciu zatrudnienia jest podobna, o tyle przypisywane owym kryteriom wagi różnią się od siebie. Podczas gdy starsi z badanych większą wagę przypisują takim czynnikom, jak: wysokość wynagrodzenia, lokalizacja firmy, sposób organizacji czasu pracy oraz dostępne benefity, to młodszy przedstawiciele pokolenia „Z” częściej wskazywali na zakres obowiązków oraz jakość i wygład przestrzeni do pracy.

Wykres 52. Determinanty wyboru firmy zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=792.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

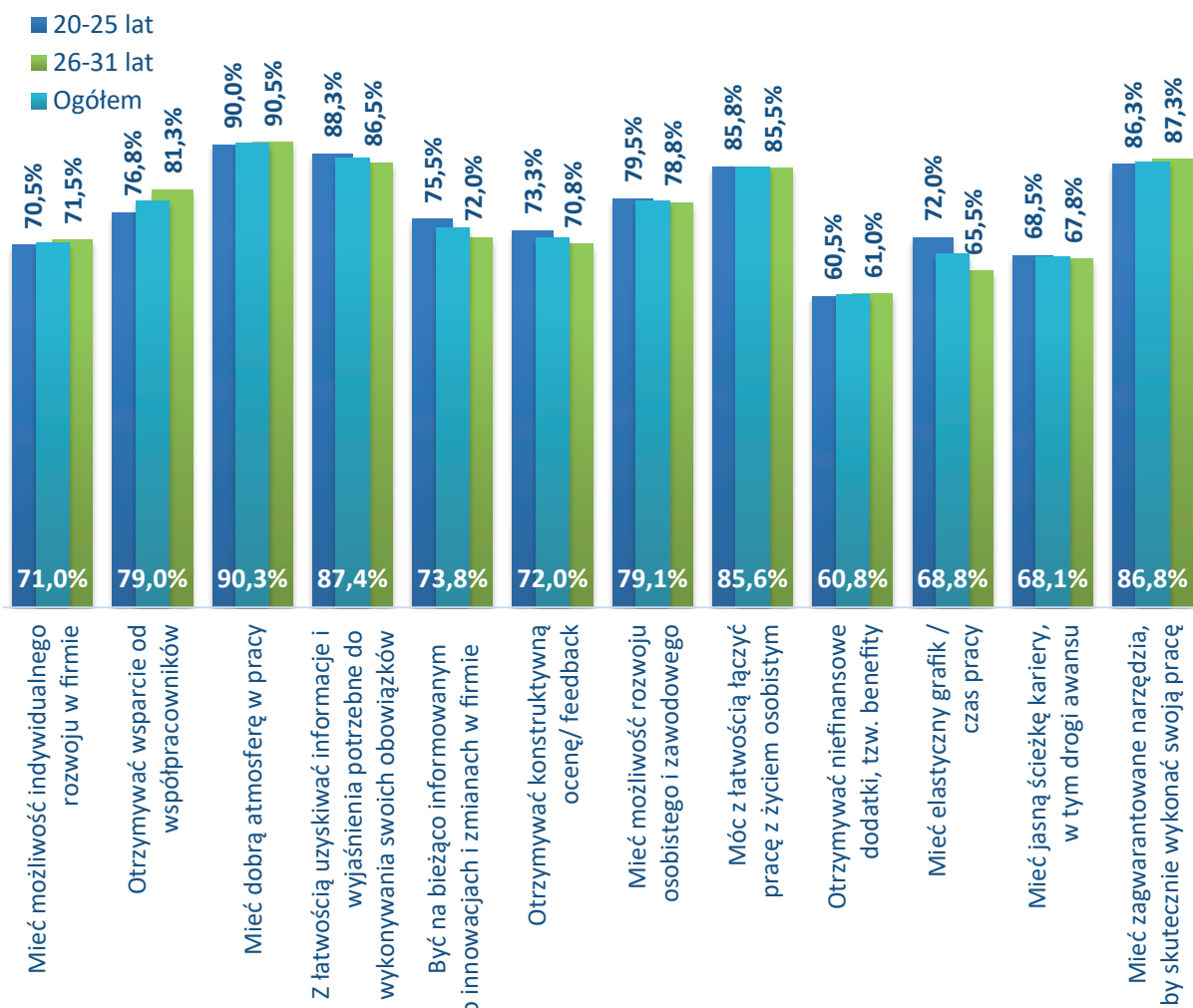
Natomiast za najważniejsze elementy w trakcie wykonywania już podjętej pracy zawodowej, przedstawiciele pokolenia „Z” uznali dobrą atmosferę (90,3% wskazań), a w dalszej kolejności także to, aby:

- z łatwością uzyskiwać informacje i wyjaśnienia potrzebne do wykonywania swoich obowiązków – 85,6%;

- mieć zagwarantowane narzędzia, by skutecznie wykonać swoją pracę – 86,8%;
- móc z łatwością łączyć pracę z życiem osobistym – 87,4%.

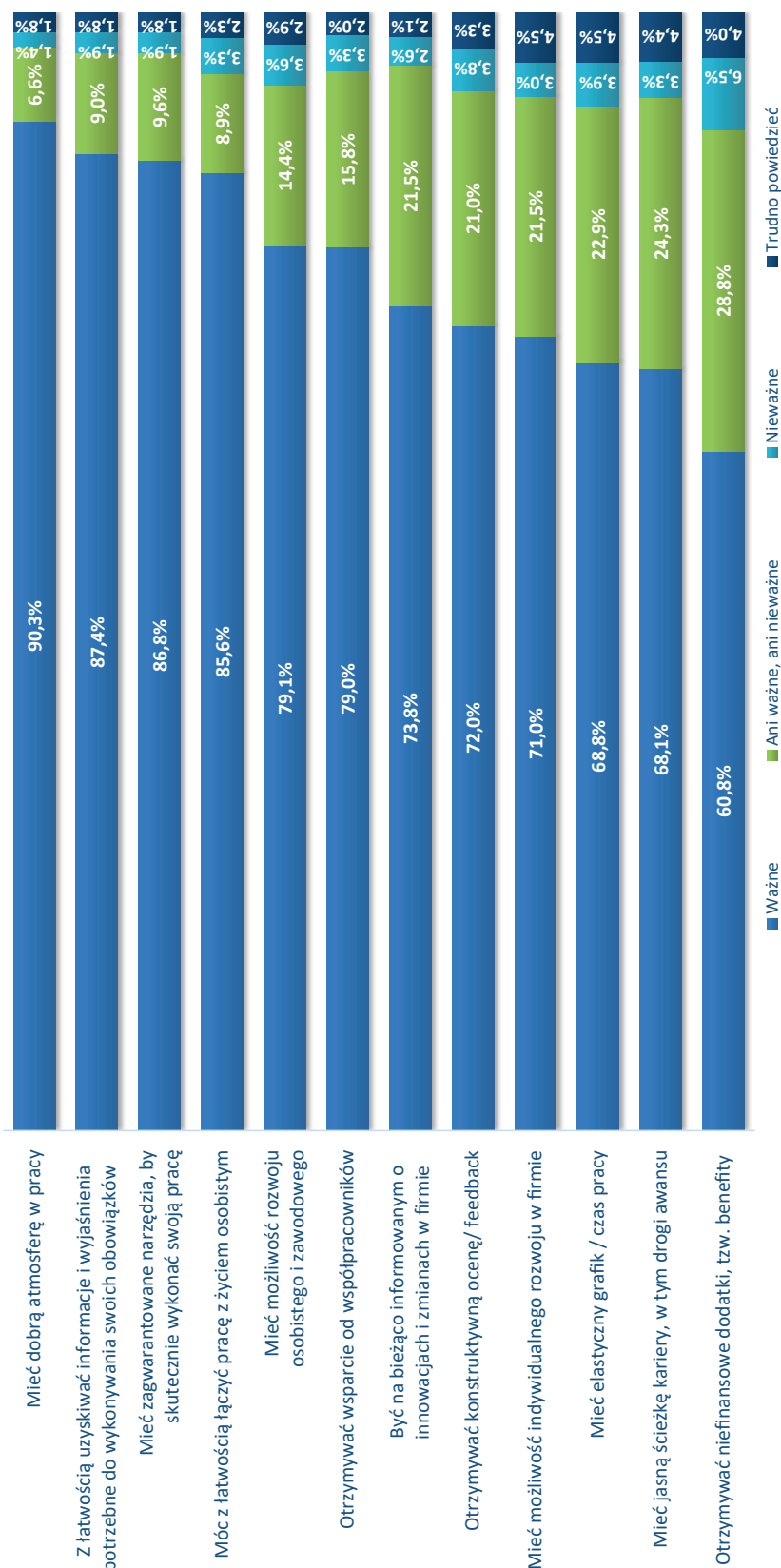
Różnice pomiędzy osobami młodszymi i starszymi nie są w tym przypadku znaczące. Dla badanych w wieku 20-25 lat ważniejsze niż dla ich starszych kolegów jest to, aby w pracy otrzymywać wsparcie od współpracowników (różnica 4,5 pp.), podczas gdy dla osób w wieku 26-31 lat, aby mieć elastyczny grafik / czas pracy.

Wykres 53. Istotność różnych elementów pracy zawodowej (1)



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=792.

Wykres 54. Istotność różnych elementów pracy zawodowej (2)



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

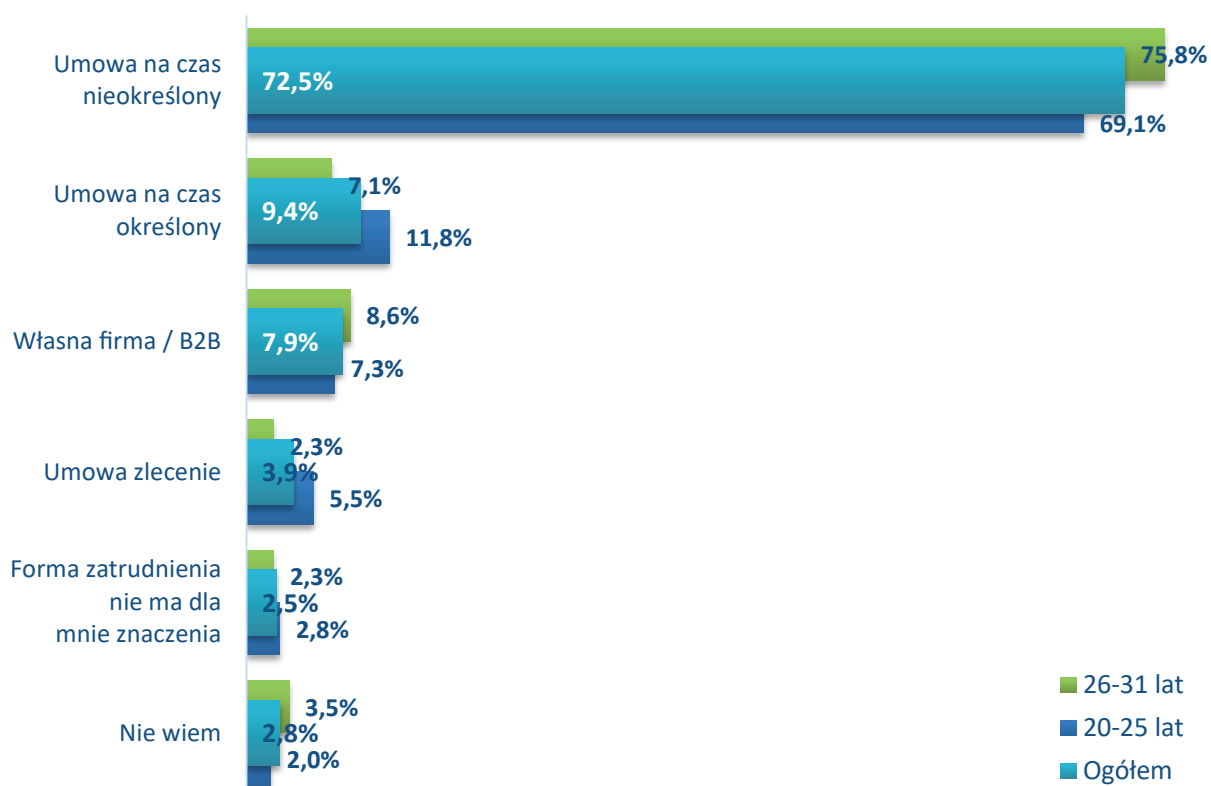
- Zdecydowana większość przedstawicieli pokolenia „Z” chciałaby pracować na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony (72,5%). Znacznie rzadziej pojawiały się takie odpowiedzi jak: umowa na czas określony (9,4%);
- własna firma / B2B¹⁴ (7,9%);

umowa zlecenie (3,9%).

Do odpowiedzi wskazywanych incydentalnie należały umowa o dzieło (0,8%) oraz kontrakt (0,3%).

Obie z badanych grup wiekowych respondentów różniły się od siebie w zakresie częstości wybieranych odpowiedzi. Roczники starsze częściej niż młodsze deklarowały, że najbardziej chciałoby pracować na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony, a młodsze częściej niż starsze na podstawie umowy na czas określony lub umowy zlecenia.

Wykres 55. Pożądana forma zatrudnienia

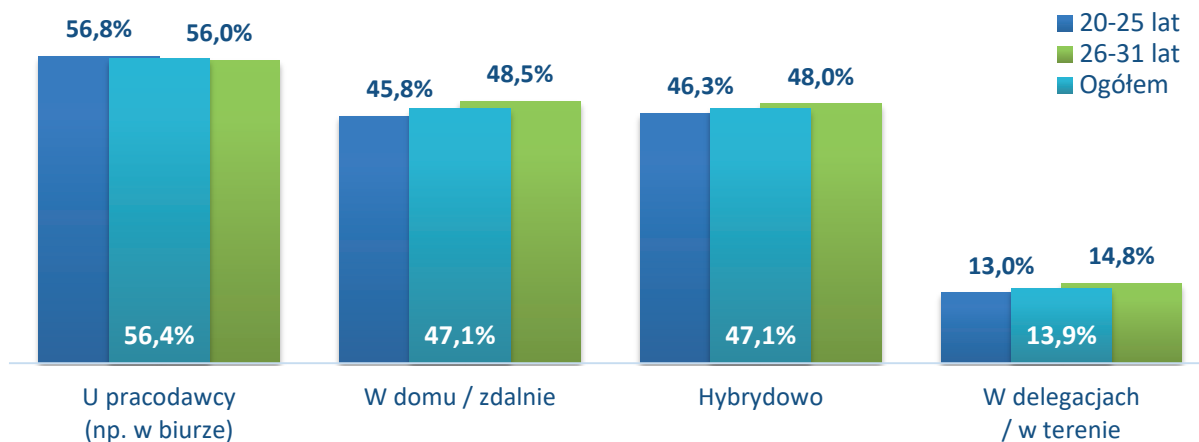


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Badani przedstawiciele pokolenia „Z” najchętniej pracowaliby u pracodawcy (56,4%), a w dalszej kolejności także w domu / zdalnie lub hybrydowo (każdorazowo 47,1%). Najmniej popularną formą była praca w delegacjach / w terenie. Co ciekawe, większość respondentów wskazała jako pożądaną więcej niż jedną formę organizacji pracy, co może świadczyć o stosunkowo dużej elastyczności młodych ludzi w tym obszarze.

¹⁴ Umowa w formule „business to business”, czyli umowa cywilno-prawna, której obie strony są podmiotami gospodarczymi.

Wykres 56. Pożądane miejsce pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Oczekiwania finansowe przedstawicieli pokolenia „Z” są wyższe niż osiągnięte przez nich obecnie dochody i wynoszą najczęściej 4000-7999 zł netto miesięcznie:

- 4000-5999 zł, które zostało wskazane przez 50,1% badanych, w tym 55,5% przedstawicieli grupy wiekowej 20-25 lat oraz 44,8% przedstawicieli grupy wiekowej 26-31 lat;
- 6000-7999 zł, które zostało wskazane przez 25,3% badanych, w tym 21,5% przedstawicieli grupy wiekowej 20-25 lat i 29,0% przedstawicieli grupy wiekowej 26-31 lat.

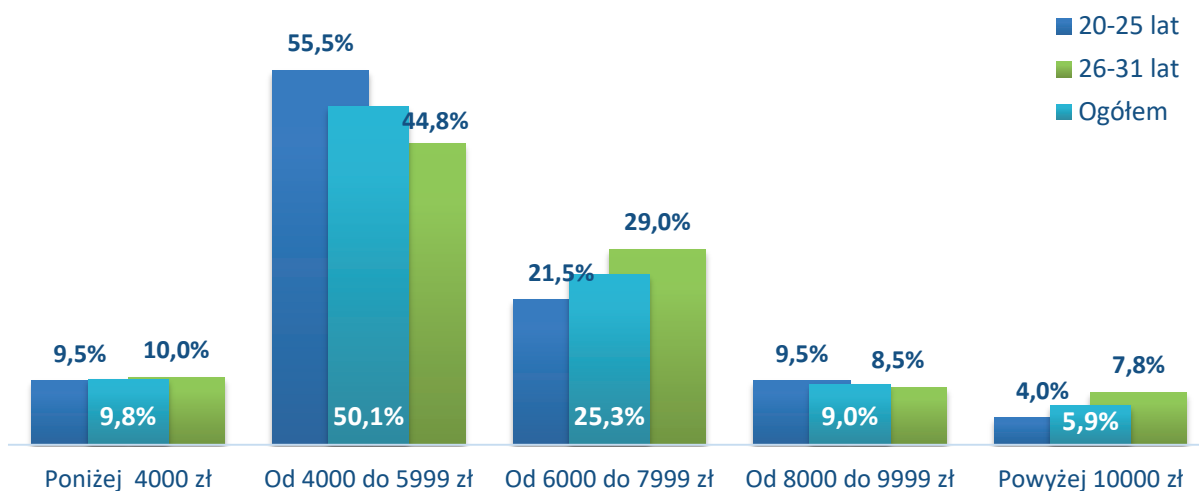
Po raz kolejny obie grupy wiekowe różnią się między sobą najprawdopodobniej z powodu wieku oraz, w konsekwencji, poziomu zaawansowania w rozwoju kariery zawodowej i związanej z nim wysokości osiągniętych i oczekiwanych zarobków. Respondenci młodsi częściej niż starsi deklarowali, że oczekiwane przez nich dochody mieszczą się w niższym przedziale kwot.

Warto przy okazji zwrócić uwagę na fakt, że w chwili prowadzenia badania pensja minimalna w Polsce wynosiła 3600 zł¹⁵, a przeciętne wynagrodzenie brutto w drugim kwartale 2023 r. wyniosło 7005,76 zł¹⁶, co dawało odpowiednio 2783,86 oraz 5106,20 złotych netto miesięcznie w przypadku zatrudnienia na podstawie umowy o pracę.

¹⁵ w roku 2023 minimalne wynagrodzenie za pracę w Polsce wzrosło w I półroczu 2023 r. do 3490 zł (z 3010 zł w 2022 r.) oraz w II półroczu 2023 r. do kwoty 3600 zł.

¹⁶ Komunikat Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 9 sierpnia 2023 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia w drugim kwartale 2023 r.

Wykres 57. Pożądana wysokość wynagrodzenia netto (na rękę)

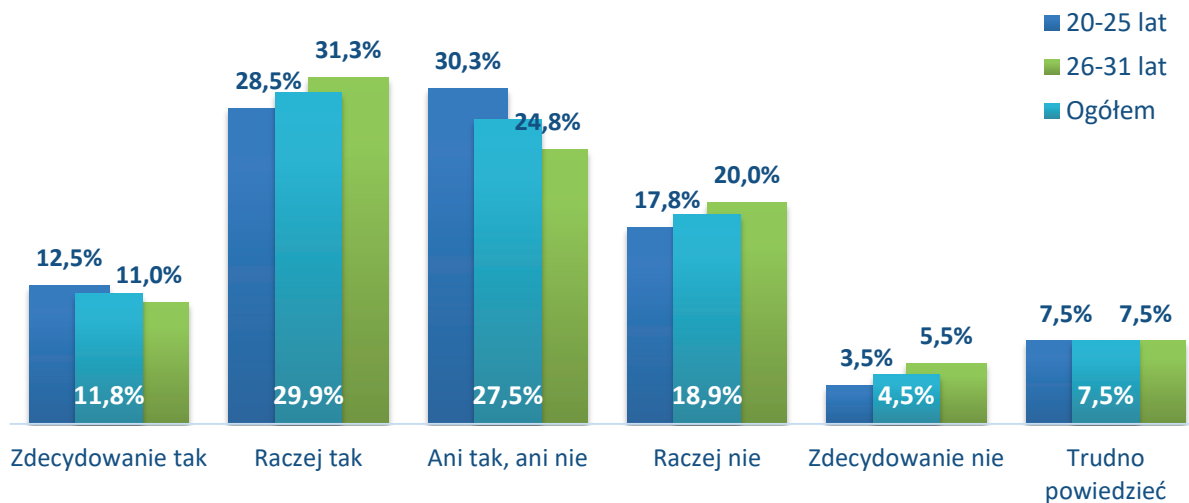


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

5.2. PLANY ROZWOJU KARIERY ZAWODOWEJ

Posiadanie planów rozwoju kariery zawodowej zadeklarowało w badaniu 41,7% respondentów. W obu analizowanych grupach wiekowych wartość tego odsetka różniła się nieznacznie, przy czym respondenci w wieku 20-25 lat charakteryzowali się w tym aspekcie większym zdecydowaniem (większy udział odpowiedzi „zdecydowanie tak”) niż respondenci w wieku 26-31 lat (większy udział odpowiedzi „raczej tak”).

Wykres 58. Posiadanie planu dalszego rozwoju kariery zawodowej



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

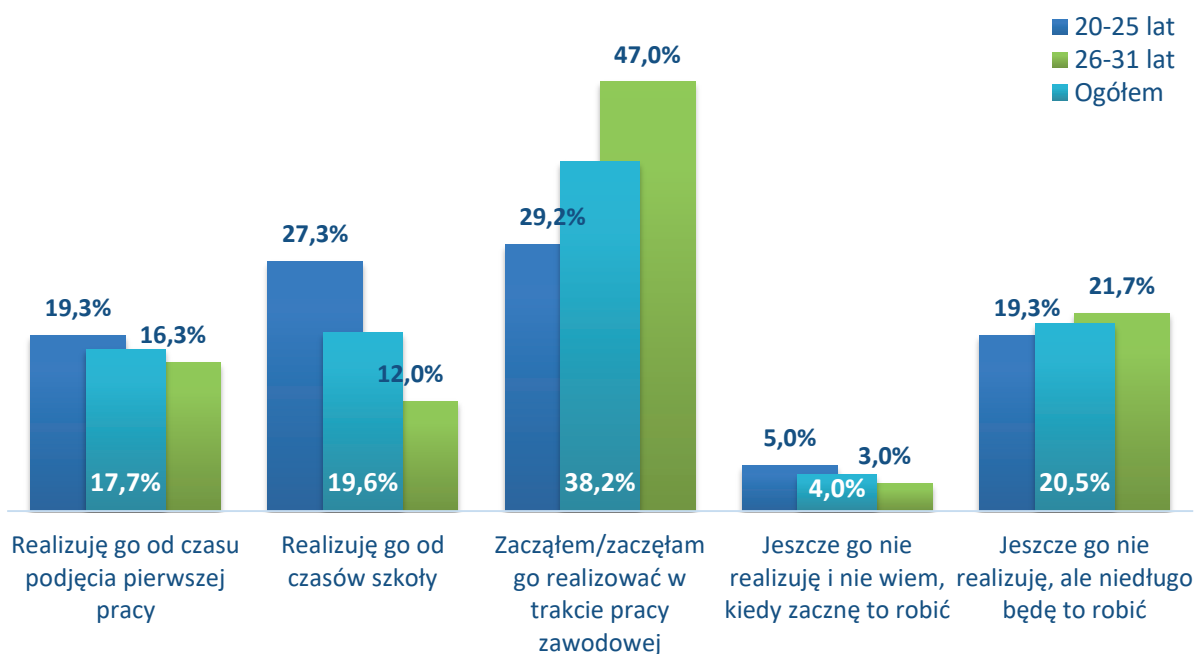
Ponad 1/3 osób (38,2%) posiadających plan rozwoju kariery zawodowej zaczęła jego realizację już w trakcie pracy zawodowej. W dalszej kolejności badani wskazywali na takie odpowiedzi, jak:

- „Jeszcze go nie realizuję, ale niedługo będę to robić” – 20,5% wskazań;
- „Realizuję go od czasów szkoły” – 19,6%;
- „Realizuję go od czasu podjęcia pierwszej pracy” – 17,7%.

Jedynie 4,0% badanych zadeklarowało, że jeszcze go nie realizuje i nie wie, kiedy zacznie to robić. Świadczyć to może o dużym poziomie determinacji i zdecydowania przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy w chwili opracowania planu zawodowego po prostu przystępują do jego realizacji.

Odsetek osób, które zadeklarowały, że swój plan rozwoju kariery zawodowej zaczęły realizować w trakcie pracy zawodowej, jest zdecydowanie wyższy w starszej grupie wiekowej „Zetek” niż wśród ich młodszych kolegów (o 17,5 pp.). Ci ostatni z kolei częściej deklarują realizację swojego planu zawodowego od czasów pierwszej pracy lub od czasów szkoły. Po raz kolejny wynikać może to ze stosunkowo niedawnego wejścia na rynek pracy młodszych przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy kontynuują realizację pierwotnych planów zawodowych, podczas gdy ich starsi koledzy zdążyli już je zmodyfikować w trakcie pracy zawodowej.

Wykres 59. Czas rozpoczęcia realizacji planu rozwoju kariery zawodowej



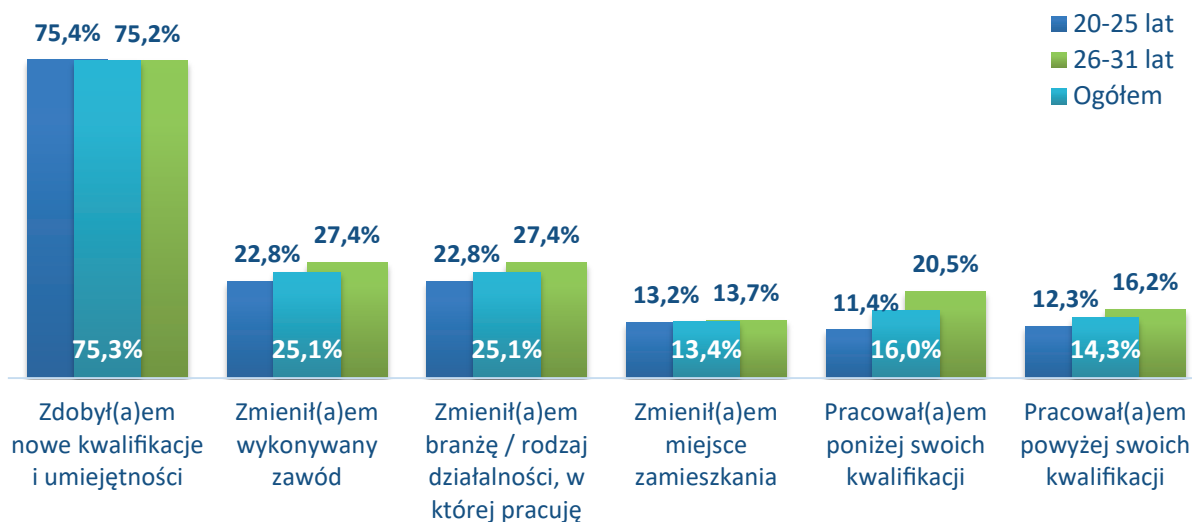
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=327.

Działaniem najczęściej podejmowanym przez „Zetki” w celu realizacji planu rozwoju kariery zawodowej jest zdobywanie nowych kwalifikacji i umiejętności – zrobiło to 75,4% badanych. W dalszej kolejności decydowali się oni na:

- zmianę wykonywanego zawodu – 25,1%;
- zmianę branży / rodzaju działalności, w której pracuje – 25,1%;
- pracę poniżej swoich kwalifikacji – 16,0%;
- pracę powyżej swoich kwalifikacji – 14,3%;
- zmianę miejsca zamieszkania – 13,4%.

Co ciekawe, każda z tych czynności (z wyjątkiem zdobywania nowych kompetencji oraz zmiany miejsca zamieszkania) była podejmowana wyraźnie częściej przez przedstawicieli pokolenia „Z” w wieku 26-31 lat.

Wykres 60. Działania podjęte w celu realizacji planu rozwoju kariery zawodowej



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=231.

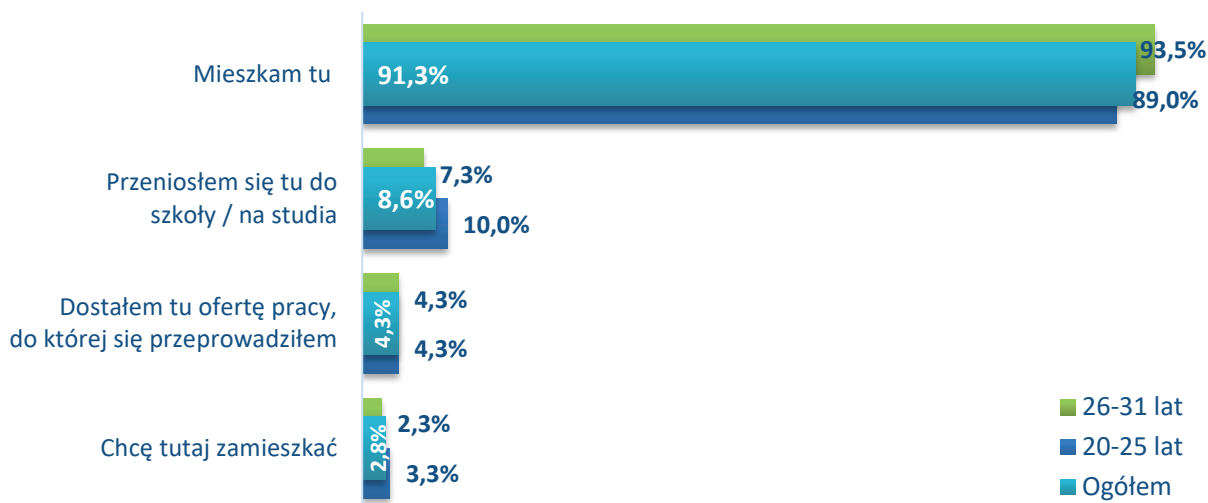
Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowej liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

6 RYNEK PRACY W OCZACH „ZETEK”

6.1. RYNEK PRACY WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO

Zdecydowana większość decyzji badanych przedstawicieli pokolenia „Z” o podjęciu bądź poszukiwaniu pracy w województwie łódzkim była motywowana faktem zamieszkiwania na jego terenie (91,3% wskazań). Jedynie 4,3% z nich przeniósł się do regionu, ponieważ otrzymali tu pracę, zaś 8,6% – ponieważ podjęło tu naukę w szkole bądź na studiach. Niezbyt liczna grupa badanych (2,8%) dopiero chce zamieszkać na stałe w województwie łódzkim, w którym pracuje lub szuka pracy.

Wykres 61. Powody pracowania lub szukania pracy w województwie łódzkim

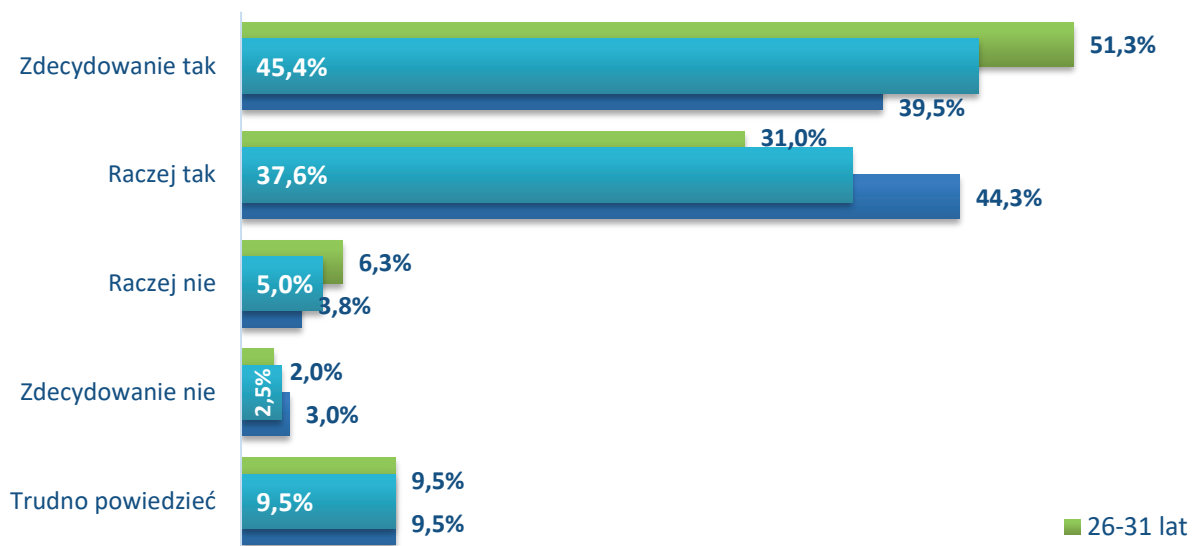


Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowe liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Jednocześnie pracujące i szukające pracy na terenie województwa „Zetki” wydają się dość przywiązane do swojej obecnej lokalizacji. Zdecydowana większość badanych (83,0%) wiąże swoją przyszłość zawodową z województwem łódzkim, 9,5% nie ma co do tego pewności, a 7,5% nie ma takich planów.

Wykres 62. Wiązanie przyszłości zawodowej z województwem łódzkim

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Tabela 3: Wiązanie przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej

		Czy wiążesz swoją przyszłość zawodową z województwem łódzkim?									
		Zdecydowanie tak		Raczej tak		Raczej nie		Zdecydowanie nie		Trudno powiedzieć	
wykształcenie	Podstawowe/gimnazjalne	10	38,5%	9	34,6%	3	11,5%	2	7,7%	2	7,7%
	Zawodowe	45	50,0%	28	31,1%	6	6,7%	3	3,3%	8	8,9%
	Średnie	106	48,6%	84	38,5%	5	2,3%	6	2,8%	17	7,8%
	Policealne lub pomaturalne	56	37,6%	55	36,9%	15	10,1%	4	2,7%	19	12,8%
	Wyższe (licencjackie/inżynierskie)	121	46,2%	102	38,9%	11	4,2%	4	1,5%	24	9,2%
	Wyższe (magisterskie)	25	45,5%	23	41,8%	0	0,0%	1	1,8%	6	10,9%
stan cywilny	Żyję samodzielnie (bez związku)	97	36,2%	109	40,7%	15	5,6%	11	4,1%	36	13,4%
	Żyję w związku formalnym lub nieformalnym	266	50,0%	192	36,1%	25	4,7%	9	1,7%	40	7,5%
aktualna sytuacja mieszkaniowa	Mieszkam sam(a)	42	41,6%	34	33,7%	7	6,9%	5	5,0%	13	12,9%
	Mieszkam z dziećmi	14	45,2%	6	19,4%	3	9,7%	4	12,9%	4	12,9%
	Mieszkam z innymi krewnymi	3	42,9%	2	28,6%	1	14,3%	0	0,0%	1	14,3%
	Mieszkam z partnerem/partnerką	94	45,2%	92	44,2%	7	3,4%	1	0,5%	14	6,7%
	Mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi	106	57,0%	59	31,7%	8	4,3%	3	1,6%	10	5,4%
	Mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi oraz rodzicami/teściami	29	63,0%	11	23,9%	0	0,0%	0	0,0%	6	13,0%
	Mieszkam z rodzicami	59	31,6%	83	44,4%	11	5,9%	6	3,2%	28	15,0%
	Mieszkam ze współlokatorami	11	45,8%	9	37,5%	3	12,5%	1	4,2%	0	0,0%
	Inna sytuacja mieszkaniowa	5	50,0%	5	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

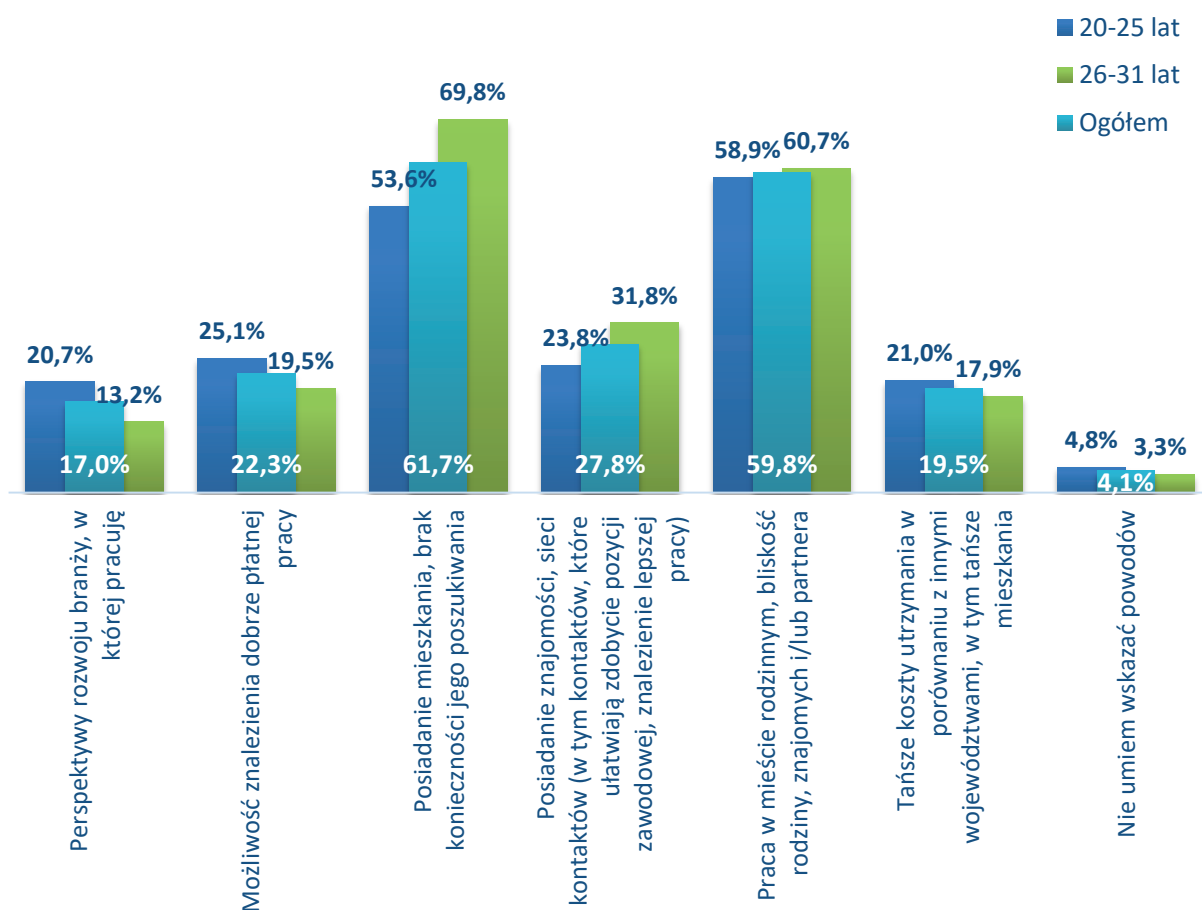
Źródło: opracowanie własne.

Uwaga: Wartości w tabeli sumują się do 100% w wierszach, wg poszczególnych kategorii zmiennych metryczkowych.

Najważniejsze powody, dla których młodzi ludzie planują zostać w województwie, to posiadanie mieszkania, brak konieczności jego poszukiwania (61,7% wskazań) oraz praca w mieście rodzinnym, bliskość rodziny, znajomych i/lub partnera (59,8%).

Również wśród najczęściej wymienianych innych (nie uwzględnionych na wykresie) powodów związania zawodowego z regionem łódzkim są powody pozazawodowe, związane z obowiązkami rodzinnymi.

Wykres 63. Powody wiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=637.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Również analiza rozkładów odpowiedzi na to pytanie pokazuje, że silniej i częściej niż pozostali badani wiążą swoją przyszłość zawodową z województwem łódzkim osoby o ustabilizowanej sytuacji życiowej (np. posiadający w regionie rodziny), kierując się przy tym względami pozazawodowymi.

Tabela 4: Powody wiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej

stan	Dlaczego wiążesz swoją przyszłość zawodową z województwem łódzkim?														
	Perspektywy rozwoju branży, w której pracują		Możliwość znalezienia dobrej płatnej pracy		Posiadanie mieszkania, brak konieczności jego poszukiwania		Posiadanie znajomości, sieci kontaktów, (w tym kontaktów, które ułatwiają zdobycie pozycji zawodowej, znalezienie lepszej pracy)		Praca w mieście rodzinnym, bliskość rodziny, znajomych i/ lub partnera		Tańsze koszty utrzymania w porównaniu z innymi województwami, w tym tańsze mieszkania		Nie umiem wskazać powodów		
	3	10,3%	4	13,8%	8	27,6%	4	13,8%	8	27,6%	8	27,6%	1	3,4%	1
wykształcenie	Podstawowe/gimnazjalne	15	9,9%	15	9,9%	37	24,3%	23	15,1%	50	32,9%	11	7,2%	1	0,7%
	Zawodowe	24	6,6%	49	13,5%	113	31,2%	35	9,7%	102	28,2%	29	8,0%	10	2,8%
	Średnie	16	6,9%	16	6,9%	74	31,9%	33	14,2%	69	29,7%	17	7,3%	7	3,0%
	Policealne lub pomaturalne	44	9,0%	47	9,6%	133	27,2%	73	14,9%	128	26,2%	57	11,7%	7	1,4%
stan cywilny	Wyższe (licencjackie/inżynierskie)	6	6,8%	11	12,5%	28	31,8%	9	10,2%	24	27,3%	9	10,2%	1	1,1%
	Wyższe (magisterskie)	32	7,8%	50	12,3%	116	28,4%	55	13,5%	106	26,0%	35	8,6%	14	3,4%
	Żyję samodzielnie (bez związku)	76	8,1%	92	9,7%	277	29,3%	122	12,9%	275	29,1%	89	9,4%	13	1,4%
	Żyję w związku formalnym lub nieformalnym	19	12,5%	14	9,2%	47	30,9%	24	15,8%	32	21,1%	11	7,2%	5	3,3%
	Mieszkam sam(a)	3	8,3%	7	19,4%	10	27,8%	5	13,9%	10	27,8%	0	0,0%	1	2,8%
	Mieszkam z dziećmi	1	8,3%	3	25,0%	3	25,0%	2	16,7%	2	16,7%	0	0,0%	1	8,3%
	Mieszkam z innymi krewnymi	42	10,1%	45	10,8%	108	25,9%	59	14,1%	112	26,9%	43	10,3%	8	1,9%
	Mieszkam z partnerem/partnerką	21	6,6%	29	9,1%	108	33,8%	43	13,4%	96	30,0%	23	7,2%	0	0,0%
	Mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi	6	7,8%	7	9,1%	25	32,5%	5	6,5%	26	33,8%	6	7,8%	2	2,6%
	aktualna sytuacja mieszkaniowa	Mieszkam z rodzicami i dziećmi oraz rodzicami/teściami	12	4,2%	29	10,2%	79	27,9%	33	11,7%	89	31,4%	32	11,3%	9
Mieszkam ze współlokatorami		3	7,9%	6	15,8%	9	23,7%	6	15,8%	7	18,4%	7	18,4%	0	0,0%
Inna sytuacja mieszkaniowa		1	5,9%	2	11,8%	4	23,5%	0	0,0%	7	41,2%	2	11,8%	1	5,9%

Źródło: opracowanie własne.

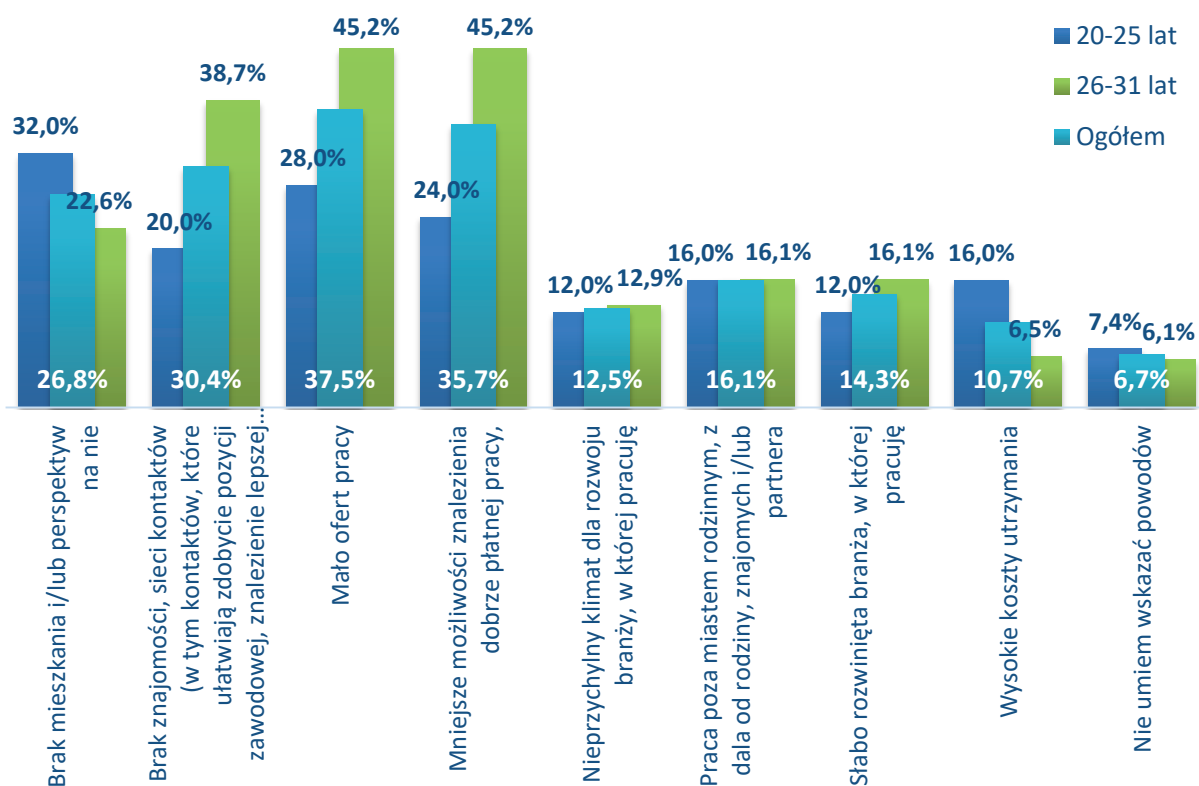
Uwaga: Wartości w tabeli sumują się do 100% w wierszach, wg poszczególnych kategorii zmiennych metryczkowych.

Natomiast wśród powodów niewiązania przyszłości zawodowej z regionem znajdują się przede wszystkim te dotyczące samej pracy, które były każdorazowo częściej wskazywane jako istotne przez starszych respondentów (26-31 lat). Były wśród nich:

- brak znajomości, sieci kontaktów (w tym kontaktów, które ułatwiają zdobycie pozycji zawodowej, znalezienie lepszej pracy) – wskazane przez 30,4% badanych;
- mało ofert pracy – 37,5%;
- mniejsze możliwości znalezienia dobrze płatnej pracy – 35,7%.

Ważnym powodem był również brak mieszkania i/lub perspektyw na nie (wskazany przez 26,8% respondentów). Miał on jednak, w przeciwieństwie do wcześniej wymienionych powodów, większe znaczenie dla młodszych respondentów (20-25 lat).

Wykres 64. Powody niewiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=56.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Tabela 5: Powody niewiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej

	Dlaczego nie wiażesz swoją przyszłość zawodowej z województwem łódzkim?										Nie umiem wskazać powodów				
	Brak mieszkania i/lub perspektyw na nie	Brak znajomości, sieci kontaktów	Mało ofert pracy	Mniej możliwości znalezienia dobrej płatnej pracy	Nieprzychylny klimat dla rozwoju branży, w której pracuję	Praca poza miastem rodzinnym, z dala od rodziny, znajomych i/ lub partnera	Slabo rozwinięta branża, w której pracuję	Wysokie koszty utrzymania							
wykształcenie	Podstawowe/gimnazjalne	0	0,0%	2	25,0%	2	25,0%	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Zawodowe	3	18,8%	1	6,3%	2	12,5%	4	25,0%	1	6,3%	2	12,5%	1	6,3%
	Średnie	6	28,6%	1	4,8%	4	19,0%	3	14,3%	2	9,5%	1	4,8%	3	14,3%
stan cywilny	Policealne lub pomaturalne	4	11,8%	6	17,6%	6	17,6%	7	20,6%	2	5,9%	4	11,8%	3	8,8%
	Wyższe (licencjackie/ inżynierskie)	2	8,0%	6	24,0%	7	28,0%	5	20,0%	1	4,0%	0	0,0%	2	8,0%
	Wyższe (magisterskie)	0	0,0%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	33,3%	0	0,0%	1	33,3%
	Żyję samodzielnie (bez związku)	9	17,0%	8	15,1%	10	18,9%	11	20,8%	1	1,9%	4	7,5%	4	7,5%
aktualna sytuacja mieszkaniowa	Żyję w związku formalnym lub nieformalnym	6	11,1%	9	16,7%	11	20,4%	9	16,7%	6	11,1%	5	9,3%	4	7,4%
	Mieszkam sam(a)	2	9,5%	2	9,5%	5	23,8%	6	28,6%	0	0,0%	3	14,3%	1	4,8%
	Mieszkam z dziećmi	1	10,0%	3	30,0%	1	10,0%	1	10,0%	1	10,0%	1	10,0%	2	20,0%
	Mieszkam z innymi krewnymi	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Mieszkam z partnerem/partnerką	1	11,1%	3	33,3%	1	11,1%	1	11,1%	1	11,1%	0	0,0%	1	11,1%
	Mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi	2	10,0%	2	10,0%	4	20,0%	4	20,0%	3	15,0%	3	15,0%	1	5,0%
	Mieszkam z partnerem/partnerką i dziećmi oraz rodzicami/teściami	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Mieszkam z rodzicami	6	15,8%	5	13,2%	9	23,7%	7	18,4%	2	5,3%	2	5,3%	3	7,9%	
Mieszkam ze współlokatorami	2	25,0%	2	25,0%	1	12,5%	1	12,5%	0	0,0%	0	0,0%	1	12,5%	
Inna sytuacja mieszkaniowa	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	

Źródło: opracowanie własne. Uwaga: Wartości w tabeli sumują się do 100% w wierszach, wg poszczególnych kategorii zmiennych metryczkowych.

Przedstawiciele pokolenia „Z” charakteryzują się umiarkowanie pozytywną opinią na temat rynku pracy w województwie łódzkim, przy czym duża ilość udzielonych odpowiedzi zawierała osądy neutralne („ani dobrze, ani źle” oraz „trudno powiedzieć”).

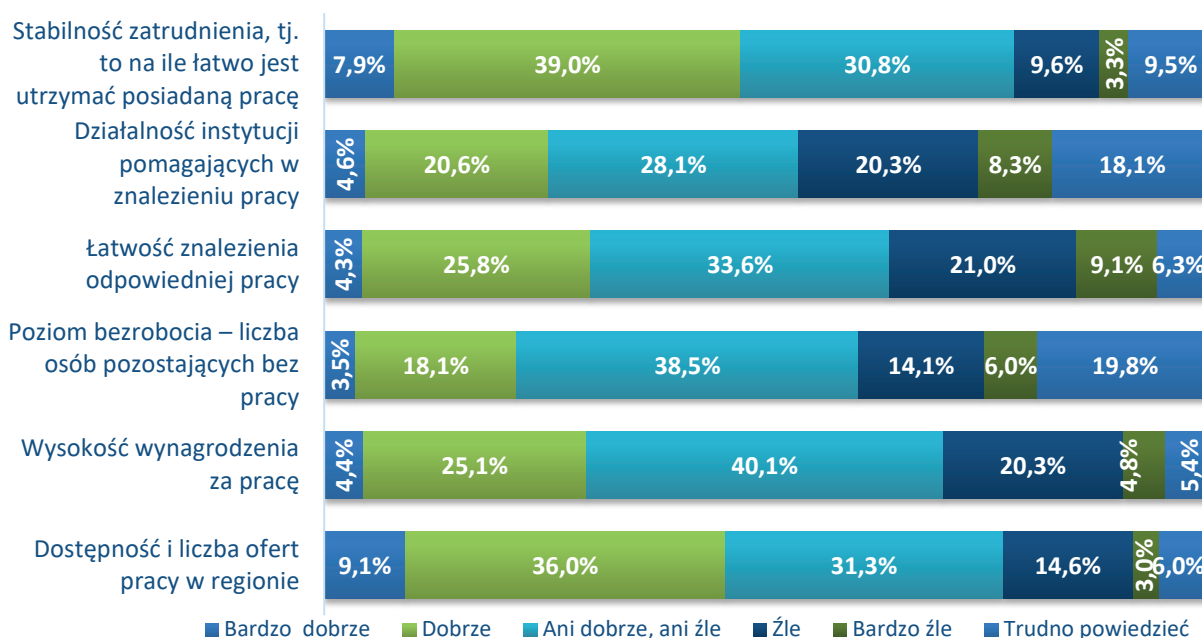
Najbardziej pozytywnymi opiniami cieszą się takie aspekty regionalnego rynku pracy jak:

- stabilność zatrudnienia – na ile łatwo jest utrzymać posiadaną pracę – 46,9% wskazań pozytywnych;
- dostępność i liczba ofert pracy w regionie – 45,1%.

Natomiast najbardziej negatywnymi:

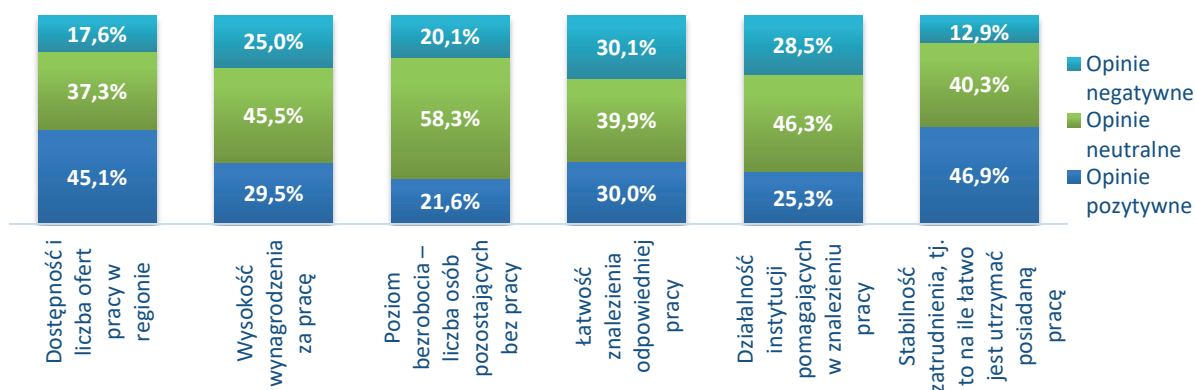
- łatwość znalezienia odpowiedniej pracy – 30,1% odpowiedzi negatywnych;
- działalność instytucji pomagających w znalezieniu pracy – 28,5%;
- wysokość wynagrodzenia za pracę – 25,0%.

Wykres 65. Opinie o rynku pracy w województwie łódzkim



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wykres 66. Opinie o rynku pracy w województwie łódzkim (zagregowane)



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Zdaniem przedstawicieli pokolenia „Z” na regionalnym rynku pracy w województwie łódzkim najbardziej istotne są takie kompetencje twarde, jak:

- znajomość języka obcego – wskazane przez 57,6% badanych.
- podstawowa obsługa komputera np. pakietu office – 43,6%;
- zaawansowane umiejętności z zakresu informatyki: znajomość programowania, pozycjonowania stron, administrowanie bazami danych itp. – 40,8%.

Wykres 67. Kompetencje twarde istotne na rynku pracy w województwie łódzkim w opinii „Zetek”

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

Wśród wymienionych przez respondentów specjalistycznych lub użytkowych programów komputerowych, których znajomość jest, zdaniem respondentów, najbardziej istotna obecnie na regionalnym rynku pracy, znalazły się:

- | | | | |
|---------------------|-------------------|--------------------|------------------|
| – Adflow | – Comarch ERP Op- | – MATLAB | – SUBIEKT |
| – Adobe Illustrator | tima | – Microsoft Office | – Symfonia |
| – Adobe Photoshop | – CRM | – Microsoft Power | – Teamviewer |
| – AutoCAD | – Enova | Point | – Teams |
| – Canva | – Microsoft | – Qgis. LiDAR | – WMS |
| – Cepik | Excel | – Rachmistrz | – Microsoft Word |
| | – Hypermill | – SAP | |
| | – Marcos | | |

Natomiast za najbardziej pożądane w regionie kompetencje miękkie badani uznali przede wszystkim umiejętność pracy pod presją czasu / odporność na stres – wskazaną przez 61,1%, a w dalszej kolejności takie cechy, jak:

- dobra organizacja pracy i zarządzanie czasem – wskazane przez 34,8% badanych;
- kreatywność i innowacyjność – 33,4%;
- komunikatywność i umiejętność pracy w grupie / łatwość w nawiązywaniu relacji – 33,0%.

Wykres 68. Kompetencje miękkie istotne na rynku pracy w województwie łódzkim w opinii „Zetek”



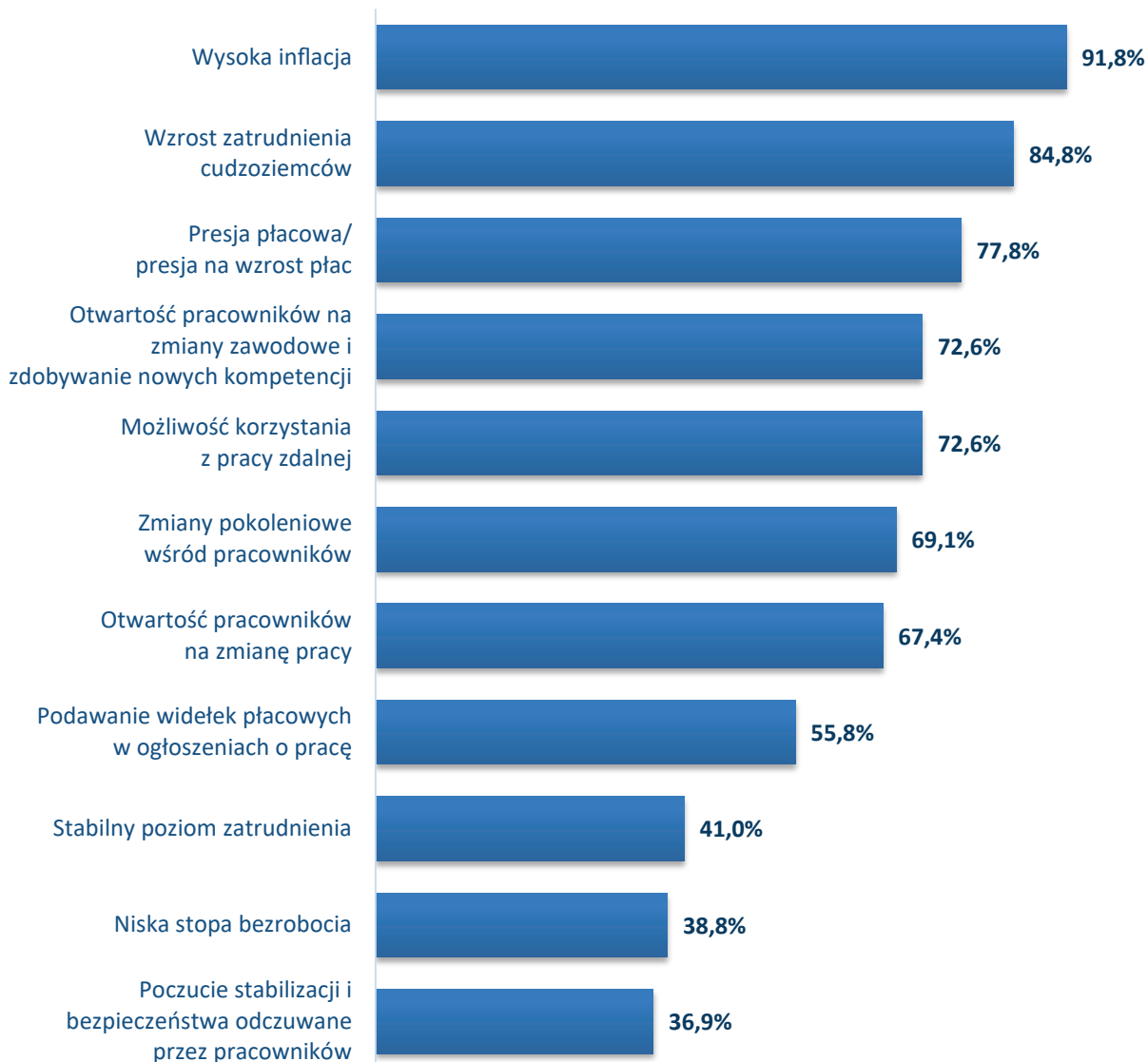
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

6.2. WYBRANE TRENDY NA WSPÓŁCZESNYM RYNKU PRACY

Przedstawiciele pokolenia „Z” poproszono w badaniu o dokonanie oceny, które z wymienionych trendów istotnych na współczesnym rynku pracy dostrzegają, a których nie. Najbardziej widoczne z punktu widzenia „Zetek” są wysoka inflacja oraz wzrost zatrudnienia cudzoziemców. Niepokojące może natomiast wydawać się to, że najstąbiej rozpoznawane były te trendy, które można uznać za pozytywne dla pracowników: stabilny poziom zatrudnienia, niska stopa bezrobocia oraz poczucie stabilizacji i bezpieczeństwa odczuwanych przez pracowników.

Wykres 69. Dostrzeganie trendów na współczesnym rynku pracy



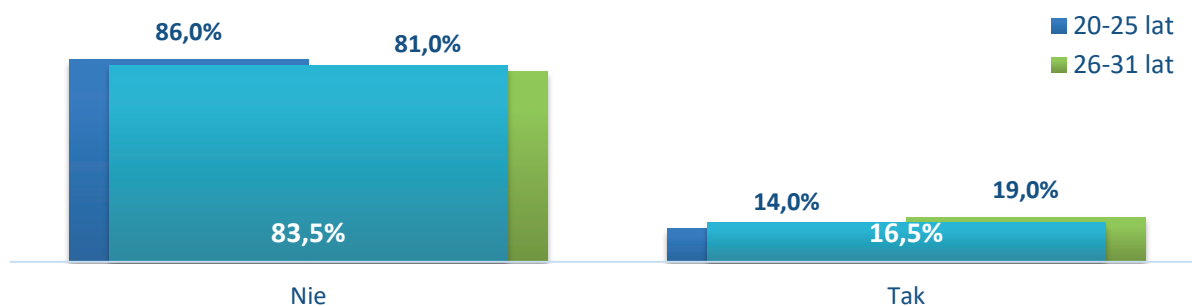
Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

7 INSTYTUCJE WSPIERAJĄCE RYNEK PRACY

Niewielka część (16,5%) przedstawicieli pokolenia „Z” miała okazję korzystać w przeszłości ze wsparcia instytucji wspierających regionalny rynek pracy. Częściej robili to respondenci z grupy wiekowej 26-31 lat.

Wykres 70. Korzystanie z pomocy instytucji wspierających łódzki rynek pracy



Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=800.

Wśród instytucji, z pomocy których korzystali badani, zdecydowanie dominował urząd pracy. Pozostałe wskazania dotyczyły takich podmiotów, jak:

- Agencja pracy
- Agencja pracy tymczasowej
- Beetsma
- Biuro Karier Uł
- FullJob, WorkService
- Grupaprogres
- Inbit
- Job
- Job impulse,
- Krajowe Centrum Pracy
- Manpower
- Młodzi w Łodzi
- Nie ulegać mobbingowi
- Powiatowe Centrum Pracy
- Randstad
- Ochotniczy Hufciec Pracy

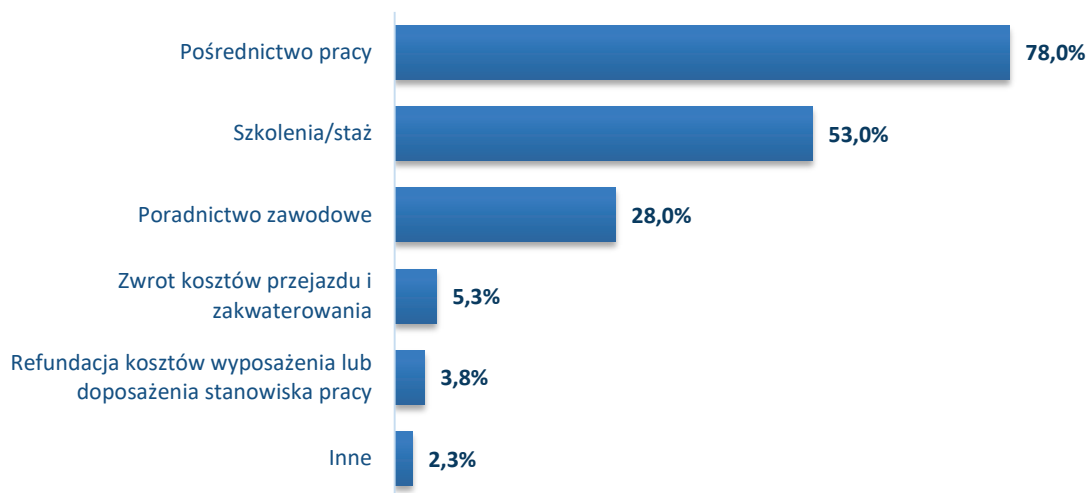
Poza nimi respondenci korzystali z różnego rodzaju form pośrednictwa pracy, stażu i kursów (również współfinansowanych z funduszy UE), których organizatora nie byli w stanie podać.

Z kolei do najczęściej wykorzystywanych form wsparcia należały pośrednictwo pracy (wskazane przez 78% badanych) oraz szkolenie / staż (53,0%), a z dalszej kolejności także poradnictwo zawodowe (28,0%).

Do tych najmniej popularnych (każdorazowo 0,8% osób, które korzystały z pomocy instytucji wspierających rynek pracy) należały:

- refundacja kosztów opieki nad dzieckiem do lat 7 lub osobą zależną;
- bon zatrudnieniowy – refundacja pracodawcy części kosztów wynagrodzenia i składek na ubezpieczenia społeczne;
- bon na zasiedlenie – przyznanie środków finansowych na pokrycie kosztów zamieszkania w związku z podjęciem zatrudnienia poza miejscem dotychczasowego zamieszkania.

Natomiast wśród odpowiedzi „inne” pojawiało się głównie wsparcie obejmujące dofinansowanie do otwarcia działalności gospodarczej.

Wykres 71. Korzystanie z pomocy instytucji wspierających łódzki rynek pracy

Źródło: opracowanie własne, CAWI/CATI wśród przedstawicieli pokolenia „Z”, n=132.

Uwaga: Wartości na wykresie nie sumują się do 100%, ponieważ badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. W analizie statystycznej uzyskanych wyników przyjęto jako podstawę wartości procentowych liczbę respondentów, a nie liczbę wskazań. Wartości procentowe pokazują zatem, jaki odsetek badanych wskazał daną odpowiedź.

8 ŁÓDZCY PRACODAWCY O „ZETKACH”

W ramach analizy strategii działania przedstawicieli pokolenia „Z” na łódzkim regionalnym rynku pracy o opinię poproszono także pracodawców. W ramach projektu badawczego zrealizowane zostały 3 spotkania (w formie wywiadów grupowych FGI) z przedstawicielami pracodawców prowadzących działalność gospodarczą na terenie województwa łódzkiego. W każdym wywiadzie uczestniczyli właściciele lub osoby odpowiedzialne bądź też współodpowiedzialne za kreowanie strategii rozwoju badanych przedsiębiorstw, w tym kreowanie polityki rekrutacji oraz bezpośrednią rekrutację pracowników. Każde ze spotkań gromadziło pracodawców reprezentujących inny sektor rynku pracy. Brały w nich udział osoby działające w różnych branżach gospodarki oraz firmach o różnej wielkości i czasie działania.

W efekcie tak zaprojektowanych spotkań z przedstawicielami firm z województwa łódzkiego możliwe było uzyskanie różnorodnych, wzajemnie uzupełniających się opinii na temat funkcjonowania „Zetek” na regionalnym rynku pracy w województwie łódzkim w oczach pracodawców.

Obraz pokolenia „Z” wyłaniający się z opowieści pracodawców wydaje się być dość krytycznym spletem powszechnie funkcjonujących stereotypów oraz osobistych negatywnych doświadczeń z młodymi pracownikami. Bez jednoznacznej odpowiedzi pozostaje w tym miejscu pytanie, na ile negatywny stosunek i niechętnie nastawienie przedstawicieli pracodawców z regionu łódzkiego wynikają z rzeczywistych deficytów młodych ludzi na polu zawodowym, a na ile są konsekwencją ścierania się ze sobą różnic międzypokoleniowych charakterystycznego dla okresu wchodzenia na rynek pracy nowej generacji pracowników. Bez wątplenia jednak rzeczywisty potencjał przedstawicieli pokolenia „Z” pozostaje wśród większości pracodawców nierozpoznany.

Warto podkreślić, że większość rozmówców posiadała także pozytywne doświadczenia, zarówno prywatne, jak i zawodowe, z pokoleniem „Z”, ale nie przesądzały one o zmianie negatywnego sposobu, w jaki postrzegali oni całą generację.

8.1. REGIONALNY RYNEK PRACY W WOJEWÓDZTWIE ŁÓDZKIM

WARUNKI ZATRUDNIENIA

Z relacji przedstawicieli pracodawców biorących udział w badaniu wynika, że warunki, jakie oferuje regionalny rynek pracy pracownikom, są bardzo zróżnicowane i zależne od wielkości firmy, branży, w jakiej działa, a także kompetencji, umiejętności i stażu pracy samego pracownika.

Regionalny rynek pracy oferuje pracownikom różnorodne formy zatrudnienia, ale zdaniem pracodawców pożądane przez pracowników umowy o pracę nie tylko nie należą do rzadkości, ale (z wyjątkiem branży rolno-spożywczej) stanowią jedną z podstawowych form zatrudnienia.

⋮ *Są umowy o pracę, najpierw jest 3-miesięczna próbną, później są na czas nieokreślony. Też czasem zdarzają się umowy zlecenia dla praktykantów, ale bardzo rzadko.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

⋮ *Przeważnie jest to umowa o pracę, zatrudniamy również pracowników agencyjnych, więc to jest troszeczkę inny rodzaj umowy, nie są to nasi pracownicy, tylko agencyjni, my ich po prostu wypożyczamy, jak rozliczają się agencje ze swoimi pracownikami, nie umiem powiedzieć.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Mamy różne formy zatrudnienia, od umowy o pracę, B2B, przez umowy zlecenie. Wynagrodzenie w zależności od stanowiska, doświadczenia i lokalizacji – od najniższego w górę.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Istotnym elementem wynagradzania za pracę, poza regularnie wypłacaną pensją, są także różnego rodzaju benefity. Ogólnie rzecz biorąc, można w pewnym uproszczeniu przyjąć, że im większa firma, tym większa szansa na różnorodne dodatkowe korzyści, takie jak karty podarunkowe, karty sportowe, opieka medyczna, premie okolicznościowe, a nawet dodatkowa opieka medyczna:

W mojej firmie jest ok. 400 osób, są 2 oddziały – w Łodzi i w Warszawie, generalnie branża na rynku światowym nie jest nowa, ale w Polsce się niedawno otworzyła (...). Jeśli chodzi o benefity, to mamy ich dużo, jest karta lunchowa, tam jest chyba 200 zł miesięcznie, jest portal pracowniczy, gdzie 250 zł miesięcznie doładowuje się co miesiąc i można to wykorzystać do jakichś sklepów, też MultiSport, Luxmed. Jest dzień wolny urodzinowy, jak ktoś ma urodziny, to może mieć wolne. Jeszcze jest coś takiego, jak dni urlopu, do 5 dni można mieć dodatkowo od naszej firmy, chodzi o to, że za każdy rok przepracowany jest 1 dodatkowy dzień urlopu, 5 dni maksymalnie można mieć dodatkowo. Jeszcze mamy prezenty świąteczne, jakieś pieniądze zawsze w grudniu wpadają, wczasy pod gruszą, jeszcze są dodatki, jak się dziecko urodzi, jak się wyjdzie za mąż.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

U nas zarobki są powyżej średniej krajowej plus jakieś dodatki to karty medyczne, były do tej pory środy owocowe, których już nie ma, karty MultiSport, wczasy pod gruszą, dofinansowania do kolonii dzieci, do obozów młodzieżowych, tego typu rzeczy.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Obligatoryjnie, do niektórych każdy może sam przystąpić, np. pakiet medyczny jest w trzech wariantach, kwestia bogatszej wersji to jest dosłownie kilka złotych więcej ze strony pracownika dołożonych. Fundusz Świadczeń Socjalnych, karta turystyczna, dofinansowanie dla dzieci do wakacji, coś tam jest – to jest wszystko obligatoryjne, wchodzi w system, loguje się.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Mimo dużej popularności systemów dodatkowych, często niefinansowych form wynagrodzeń, w przypadku mniejszych firm wypracowanie stałego systemu benefitów jest znacznie trudniejsze i z reguły nie występuje.

Zatrudniam 2 osoby (...) Jeżeli chodzi o dodatki dla pracowników, to jedyne co mogę zaofiarować na dzień dzisiejszy to kwestia, że oprócz pensji, którą im płacę, mogą sobie dorobić, jeżeli chcą dorobić, to zawsze mogą zarobić dodatkowe pieniądze. (...) staram się, żeby ich zarobki były godne, jeżeli chodzi o dodatki, to jako taka mała działalność gospodarcza nie jestem w stanie im zapewnić nic dodatkowego.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

W naszej firmie nie ma takich dodatkowych bonusów typu owocowe czwartki, bo jesteśmy małą firmą, natomiast w firmach grupy są takie przedsięwzięcia, jakieś dodatki funkcjonują, są fundusze socjalne.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Obecna i rosnąca popularność systemów benefitowych w przedsiębiorstwach z regionu łódzkiego wydaje się mieć swoje źródło nie tylko w polityce pracodawców, ale także być odpowiedzią na wyrażane wprost oczekiwania, w szczególności młodych pracowników.

⋮ *Ale kandydaci jak przychodzą, zazwyczaj młodzi, to właśnie pytają o te benefity, dla nich jest to bardzo ważne, żeby te benefity mieć. Pracownik ze stażem większym nie ma takich oczekiwań, po prostu tego nie było, nie miał takiej potrzeby, nie dopytuje.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

W części przedsiębiorstw ze względu na dużą rotację pracowników benefity są zarezerwowane dla pracowników z odpowiednim stażem pracy lub dopiero powyżej osiągnięcia pewnego poziomu awansu w strukturze przedsiębiorstwa.

⋮ *Jeżeli chodzi o benefity, to od pewnego levelu są te medyczne, natomiast w podstawowym... znaczy inaczej, jest taka rotacja, zrobienie takiej karty wymaga poświęcenia czasu i pieniędzy na to, czyli jeżeli jest rotacja w firmie, to tego się nie robi. Od pewnego momentu ona pracownikowi przysługuje, to nie jest tak, że jest ona za darmo, ale z dużym dofinansowaniem.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

ROTACJA PRACOWNIKÓW

Sama wspomniana wyżej rotacja wydaje się w opowieściach pracodawców stałym elementem nie tylko regionalnego, ale również krajowego rynku pracy. Młodzi ludzie, którzy stanowią obecnie podstawę zasilającą kadry firm, częściej i łatwiej, w porównaniu z poprzednimi pokoleniami, zmieniają obecnie pracę. Prowadzi to do dużej niestabilności zatrudnienia, będącej utrudnieniem również z perspektywy pracodawców.

⋮ *Ogólnie jest tragedia, co pracownik przyjdzie, to już ma 6-7 prac za sobą, 7 prac w ciągu dwóch-trzech miesięcy, to jest szok, nie mogę w to uwierzyć (...) Młodzi nie może się odnaleźć w ogóle, przychodzi... (...) on po tygodniu mówi czy po trzech dniach, że on się nie czuje, jeszcze miał inne prace, tam kierowcą był. Mówię: Chłopie, dokąd ta droga zmierza? Jeżeli się nie czujesz tu, tu, tu i tu, więc gdzie? Nie umieją się zdecydować.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

Silnej rotacji towarzyszą też znaczne trudności ze znalezieniem pracowników. Większość uczestników spotkań odczuwała nie tylko systematycznie zmniejszającą się liczbę osób chętnych do podjęcia pracy, ale także zwracała uwagę na ogólny spadek motywacji do podjęcia pracy oraz zaangażowania wśród młodych ludzi.

⋮ *Ktoś tutaj wspominał, że jest problem z pracownikami, u nas jest problem wieczny z kucharzami, bo nie ma kucharzy i nie ma ludzi za bardzo, którzy chcieliby się tego nauczyć, z tym jest zawsze problem, potem jest kelnerstwo, a na samym końcu kierowcy, z kierowcami jest najmniejszy problem, ale z kucharzami jest ogromny problem, ogromny, nie ma w ogóle ludzi chętnych do pracy. Do gastronomii przychodzą przede wszystkim ludzie młodzi, czyli 20-30 lat i oni nie chcą przychodzić.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

⋮ *Niestety obecnie młodzież... mam takie wrażenie, (...), nie bardzo ma czas na pracę, więc to* ⋮
 ⋮ *bywa różnie i ciężko jest znaleźć dobrego pracownika, wykształcić go.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

DEFICYTOWI PRACOWNICY I ICH KOMPETENCJE

Przedstawiciele wszystkich analizowanych branż (tj. rolno-spożywczej, przemysłowej i usługowej) zgodnie deklarowali, że najważniejszymi i jednocześnie najbardziej deficytowymi cechami na współczesnym rynku pracy są chęć do pracy i zaangażowanie pracowników. Cechy te, ich zdaniem, szczególnie trudno spotkać właśnie u przedstawicieli młodszego pokolenia.

⋮ *Chęć do pracy. (...) To jest chyba najważniejsze, bo kwalifikacje – jeszcze jesteśmy w stanie* ⋮
 ⋮ *pracownika czegoś nauczyć. (...) Ale musi być zaangażowanie tego pracownika, a z tym jest* ⋮
 ⋮ *chyba największy problem, przynajmniej ja tak mam ostatnio od 2-3 lat, że jest ciężko zna-* ⋮
 ⋮ *leźć osobę, która by się zaangażowała, chciała, nawet jeżeli są jakieś motywacje.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

⋮ *Moderator: To jest deficytowy pracownik?* ⋮
 ⋮ *- Taki chętny.* ⋮
 ⋮ *- Taki, który jest 4 dni w tygodniu gotowy do pracy, to już jest dobry pracownik.* ⋮
 ⋮ *- Zdrowy, bo często przychodzą, podpisują umowę i za 2 dni idą na zwolnienie, nagle cho-* ⋮
 ⋮ *rują.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Poza cechami osobowości, nie mniej istotne wydają się określone umiejętności i kompetencje, a także wiedza. Choć biorącym udział w badaniu przedsiębiorcom trudno było stworzyć uniwersalną listę, gdyż, jak się okazuje, są to cechy silnie zależne od branży i profilu działalności firmy, można przypuszczać, że na czele takiej listy znalazłaby się znajomość języków obcych, programów komputerowych (zarówno codziennego użytku, jak i specjalistycznych), a także znaczna część praktycznych umiejętności zawodowych, których przyszli pracownicy nie nabywają w wystarczającym stopniu w drodze powszechnej edukacji.

⋮ *Przynajmniej u mnie spory nacisk też się kładzie na język, dlatego że pracujemy w firmie* ⋮
 ⋮ *międzynarodowej rozproszonej po całym świecie, więc język jest potrzebny, może nieko-* ⋮
 ⋮ *niecznie od pracowników liniowych, gdzie też by się przydał, bo różni są ludzie zatrudniani* ⋮
 ⋮ *przez agencje, nie tylko język rosyjski, z tych republik przyjeżdżają do nas, oni nie wszyscy* ⋮
 ⋮ *mówią w języku rosyjskim, przydałby się inny język, ale to jest tak dodatkowo. Natomiast* ⋮
 ⋮ *na wyższych stanowiskach, na stanowiskach specjalistycznych jest wymagany język i cho-* ⋮
 ⋮ *ciaż minimum Excela i Office'a, ale to pokolenie akurat sobie świetnie z Excelem i Office'm* ⋮
 ⋮ *radzi i z portalami społecznościowymi, gorzej z inną wiedzą.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Jak zauważają badani, deficyt praktycznych umiejętności zawodowych oraz specjalistycznych kompetencji jest w dużej mierze wynikiem sytuacji w systemie kształcenia, w którym przez wiele lat umiejętności te nie były rozwijane, zarówno wśród dzieci i młodzieży w szkołach, jak i później podczas studiów.

Jeszcze oprócz tych chęci, motywacji to jednak ten wyuczony zawód, w tej chwili tych pracowników jest bardzo mało, więcej jest umysłowych, magistrów, myślących dużo, a mniej takich faktycznie pracujących fizycznie po szkołach zawodowych i do tych specjalnych prac to faktycznie brakuje, chociażby jak CV składają, to brakuje tego wykształcenia zawodowego.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

(...) bardzo potrzebny i poszukiwany na rynku, np. nauczyciele zawodu, z którymi jest dramat, w momencie, kiedy zostały zlikwidowane formalnie szkoły zawodowe to te branżówki raczkują dopiero i tak naprawdę jeszcze dużo czasu upłynie, zanim, jeżeli w ogóle, osiągną ten poziom co szkolnictwo zawodowe kiedyś, brakuje przede wszystkim nauczycieli zawodów, a muszą być.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Problemem jest nie tylko deficyt kształcenia i wspierania umiejętności technicznych w szkołach powszechnych, ale również sam deficyt szkół o odpowiednim profilu. Pracodawcy boleśnie odczuwają brak przygotowania zawodowego, zarówno na poziomie absolwentów szkół podstawowych i średnich, jak i na poziomie likwidowania specjalistycznych, dość deficytowych kierunków studiów, o absolwentów których coraz trudniej na rynku pracowniczym.

Ja przede wszystkim przyjmuję inżynierów do pracy, (...), to jest wąska specjalizacja, brakuje ich. W większości zatrudniamy w Łodzi, absolutna większość inżynierów, jaka jest zatrudniona na S14, jest spoza Łodzi, to jest Kraków, Kielce, Katowice, Grudziądz, Wrocław, co jest przykre, ponieważ Politechnika Łódzka nie szkoli budownictwa. (...) Były zaoczne jeszcze kiedyś, teraz chyba już nie ma.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Samo kształcenie w zakresie zawodowym i branżowym oraz jego efekty edukacyjne odbiegają, zdaniem uczestników spotkań, od rzeczywistych potrzeb rynku pracy. Szkoły uczą często przy wykorzystaniu przestarzałego sprzętu oraz niewykorzystywanych już programów, podczas gdy przedsiębiorcy, ze względów praktycznych, podążają za branżowymi nowinkami technicznymi.

Jeżeli chodzi o same kwalifikacje, to wiadomo, że młody człowiek tych kwalifikacji po tych szkołach, które są, nie ma żadnych, nie ma żadnej wiedzy, mimo że jemu się wydaje, że jest najmądrzejszy, praktycznie każdy uczy się od zera, więc u mnie, jeżeli chodzi o kwalifikacje, to ja i tak muszę pracownika wszystkiego nauczyć, ponieważ to, czego uczą w szkole, to niestety jest stary sprzęt, teraz sprzęt mamy nowy, firmy się rozwijają, inwestujemy w sprzęt taki najnowocześniejszy, więc to, czego oni się nauczą w szkole, nie przyda się im na starcie, bo prawda jest taka, że jeżeli chcę mieć dobrego pracownika, to muszę go uczyć od zera.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Na interesujący aspekt rekrutowania do pracy młodych pracowników, zwrócił uwagę uczestniczący w jednym ze spotkań przedstawiciel firmy budowlanej. Jego zdaniem nie w każdej branży problem z młodymi pracownikami jest zjawiskiem nowym, a jego doświadczenia pokazują, że rekrutowanie młodych ludzi do pracy zawsze było problematyczne.

W tej branży, w której jestem, zawsze był jakiś tam problem, zwłaszcza z młodymi pracownikami, bo nie była to atrakcyjna branża dla nich, więc były różne metody typu przyjmowanie uczniów, którzy dostali się do takich szkół gorszego sortu, również zagadnienie przyjmowania młodych chłopców poprzez cechy budowlane, przyuczenie do zawodu. Na początku było tak, że we wrześniu było 10 delikwentów chętnych, w listopadzie było może 5, w maju

było 2 i może 1 do końca roku dotrwał, żeby jakieś egzaminy zdać i coś z tego było. Po prostu branża moja jest taka, że trzeba trochę dźwignąć, trzeba coś tam, dla młodych ludzi zupełnie nieatrakcyjna. (...) Natomiast wydaje mi się, że troszkę to wynika z samej branży, która nie za bardzo jest wdzięczna w związku z tym dorośli ludzie, którzy już się w tym życiu zawodowym poparzyli w różny sposób i już wiedzą, że nie podskoczą wyżej pewnego statusu, oni tą pracę szanują i są w niej dobrzy, ale nie ma tego pędu młodzieży, czyli średnia wieku pracowników niestety się niebezpiecznie zwiększa.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

8.2. „ZETKI” JAKO PRACOWNICY

WYSOKIE OCZEKIWANIA „ZETEK”-PRACOWNIKÓW

Jednym z pierwszych skojarzeń pracodawców z młodym pokoleniem pracowników były ich wygórowane, szczególnie finansowe, ale także organizacyjne, oczekiwania względem pracy zawodowej. Młodzi pracownicy nie tylko oczekują bardzo określonych warunków pracy, ale, co w niektórych sytuacjach wydaje się jeszcze bardziej problematyczne dla pracodawców, także wprost komunikują, jakimi warunkami pracy są zainteresowani.

Jacy są jako pracownicy? Jakie mają oczekiwania od rynku pracy? (...) Nieadekwatne do umiejętności. (...) Bardzo duże oczekiwania, a umiejętności zero.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Naprawdę przy minimalnym zaangażowaniu jest dosyć dużo gratyfikacji, ale po prostu tej młodzieży się nie chce, ta młodzież chciałaby na starcie od razu mieć wszystko, tym bardziej, że wszyscy wszędzie trąbią, że wszyscy wszystko mają, czyli samochód, telefon, zwrot za paliwo, najlepiej jeszcze zakwaterowanie, żeby im za mieszkanie zapłacić, (...) żeby do pracy przychodzili maksymalnie na 2-3 godziny.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Wysokim i jasno określonym wymaganiom młodych ludzi towarzyszy jednak, zdaniem pracodawców, brak właściwego zaangażowania w wykonywanie obowiązków zawodowych, odczuwany przez nich jako brak wzajemności ze strony pracowników z pokolenia „Z”.

To jest chyba takie pokolenie, które tak jak wcześniej padło, ono przychodzi do pracy i nic nie jest w stanie zaoferować albo bardzo mało, a wymaga od pracodawcy naprawdę wysokiego wynagrodzenia plus jeszcze różne kupony, on 4 godziny porobi i dobra, dalej nie może i albo przyjdzie, albo nie przyjdzie i tyle. Raczej dosyć ciężcy pracownicy z punktu widzenia pracodawcy.

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

Niektórzy z uczestników rozmów upatrywali źródeł tej postawy w ogólnym dobrobycie i wysokim standardzie życia młodych ludzi, w efekcie którego nie mają oni już w sobie silnego etosu pracy. Pracy często również w trudnych warunkach i za nieadekwatne wynagrodzenie, która zdaniem starszych od nich osób (w tym właśnie pracodawców) w czasach początków ich własnej kariery zawodowej miała dopiero zagwarantować poprawę początkowo trudnej sytuacji materialnej. Inni natomiast w nieracjonalnym gospodarowaniu zasobami, choć i tu kluczowe wydaje się porównanie do własnych doświadczeń z młodości.

Może z wychowania też, że mi wszystko się należy i są roszczeniowi. (...) Skoro nie robię nic, a mam takie życie, to jak już wstanę i coś zrobię, to chcę mieć 3 razy lepsze.

[PRACODAWCA - SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

W tej chwili średnio on bierze 3 i pół, 4 tys. i takiemu chłopakowi brakuje do pierwszego. Ja kiedyś (...) odbierałem maksymalnie 1200 wypłaty, z tego sobie organizowałem jakiś kurs i miałem na sobotę, miałem na dziewczynę, wiadomo, że inne były koszty, ale jeszcze człowiek mógł odłożyć z tego tysiąca. A tutaj 4 tys., 4 i pół i brakuje do pierwszego. I jeszcze oni mieszkają u mamusi, to nie jest to, że utrzymuje się sam, nie ponoszą kosztów. Jednego takiego miałem, odebrał tą czwórkę, on po dwóch tygodniach przychodzi, on nie ma pieniędzy. To na kogo jesteś zły?

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

Symptomatyczna jednak wydaje się w tym miejscu dokonana przez jednego z rozmówców krytyka niechęci przedstawicieli pokolenia „Z” do pracy w godzinach nadliczbowych, którą pracodawcy często utożsamiają z brakiem prawdziwego zaangażowania.

Osoby młode (...) nie mają takiej motywacji dużej, pomimo że finanse są spore, to oni godzina 16:30 jak jest, to rzadko kiedy ktoś zostanie dłużej, co 15 lat temu było nie do pomyślenia.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

BRAK ZAANGAŻOWANIA I POTRZEBY ROZWOJU ZAWODOWEGO

Dla przedstawicieli pracodawców z województwa łódzkiego, którzy sami należeli do pokoleń starszych, praca zawodowa kojarzyła się nie tylko z miejscem i sposobem zarabiania pieniędzy, ale także sposobem życia, rozwijania zainteresowań i pasją. Dlatego szczególnie dla nich dotkliwym wydaje się być niedostatek czy wręcz brak podobnych postaw obserwowany u młodych ludzi.

Praca to jest pasja, żeby ta młodzież przychodziła z jakąś taką pasją (...). Tej pasji brakuje bardzo, tej kreatywności, ci ludzie tacy zmęczeni przychodzą do tej roboty.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Pracodawcy zwracają uwagę, że brakowi zaangażowania towarzyszy też brak potrzeby, a nawet niechęć do rozwijania kompetencji i umiejętności zawodowych oraz pogłębiania posiadanej wiedzy.

Nie ma czegoś takiego, takiej pokory trochę, chcę się nauczyć, chcę się rozwinąć, sam chcę przede wszystkim się rozwijać, nauczyć się czegoś więcej, zarobić więcej. Nie, to jest takie: Przyszedłem, jestem, dajcie mi.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Dzisiaj młodzi ludzie, którzy przychodzą, to oni nie chcą z tej swojej sfery komfortu w ogóle wyjść, (...) przecież wiadomo, że młody człowiek nie ma umiejętności, on się tego musi nauczyć, ale żeby się nauczył, to musi być otwarty, a żeby był otwarty, to musi chcieć, a on nie chce.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

A oni mieli takie podejście: Nie, ja już to wszystko wiem, co mi tam będziesz pokazywała, ja nie potrzebuję się uczyć. I w ogóle (...) to ja nie wiem, czy ja potrzebuję tę pracę. Oni mają takie podejście, że to jest takie właśnie nie nasze to podejście.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Brak chęci rozwoju dotyczy nie tylko pracowników rozpoczynających pracę, od których oczekuje się nabycia umiejętności adekwatnych do nowych zadań i obowiązków, ale także tych, którym oferuje się (nawet bezpłatną) możliwość rozwoju i nabywania nowych kompetencji związanych z realizowaną już ścieżką kariery.

Mam wyznaczone kwoty na szkolenie, w zależności od ilości etatów, które muszą tworzyć, w którymś momencie przychodzi końcówka roku, mówię: Słuchajcie, mam pieniądze na szkolenie, możecie sobie wybrać dowolne szkolenie jakie chcecie, byle by było związane z naszą działalnością i powiem (...) Nie, on może wybrać dowolną firmę, w dowolnej firmie. (...) Może powiedzieć: Jadę tam i tam, mam szkolenie takie i takie, ja mu za przejazd nie oddam, ale za szkolenie mu zapłacę (...). I nie mam specjalnego odzewu, nie ma takiej chęci, że oni pójdą i np. zrobi kurs spawacza albo jakikolwiek (...), żeby podnieść kwalifikacje.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Jednocześnie w sposobie, w jaki pracodawcy postrzegają oczekiwania zawodowe i sposoby realizowania karier przez młodych ludzi, widać ścieranie się ze sobą zupełnie różnych pokoleniowo perspektyw, które prowadzi w chwili obecnej w dużej mierze do wzajemnego niezrozumienia i frustracji.

Oni nie chcieli pracować, oni chcieli mi pokazać, że wiedzą więcej niż ja, później chcieli zarabiać więcej niż ja, a później się okazało, że w sumie to oni tej pracy to na razie nie chcą, a w ogóle na tę pracę nie bardzo mają czas.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

NIESAMODZIELNOŚĆ I BRAK INICJATYWY

Kolejnym obszarem, na który zwrócili uwagę przedstawiciele pracodawców, był brak pewnego rodzaju samodzielności i inicjatywy w realizowaniu zadań służbowych. Zdaniem przedsiębiorców młodzi pracownicy są w swojej pracy zadaniowi i odtwórcy. Często nie koncentrując się na szerszym kontekście realizacji jakiegoś zadania, nie podejmują próby samodzielnego rozwiązywania pojawiających się problemów, a na trudności reagują rezygnacją i wycofaniem.

Nie wiem, jak to nazwać, nie potrafię tego zdefiniować, to jest brak chęci rozwiązania problemu samemu, najlepiej, żeby ktoś to podał na tacy (...). Jeżeli jest jakiś szablon – jest sprawa załatwiona, natomiast, jeżeli pojawia się jakiś drobny schodek, coś trzeba zrobić inaczej, no to zdarzają się błędy, jest brak umiejętności to jedna rzecz, dwa jeszcze brak chęci do rozwiązania tego problemu samemu.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Uważam, że oprócz braku chęci rozwoju jest brak samodzielności, mimo tego, że te osoby są bardzo tak osadzone w tych mediach społecznościowych i tych innych kanałach, natomiast w pracy powie się od A do B i już do C sam nie dojdzie.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Jeżeli ma 4 punkty, o czwartym wiem ja, a 3 powiem, że trzeba zrobić, ale ten czwarty wynika z trzech pierwszych, ale ja nie powiedziałam o tym czwartym, to już nie, czyli jasno trzeba powiedzieć: To, to, to. Wtedy tak.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

WYBIERANIE ŁATWEJ DROGI

W sytuacji, w której od przedstawicieli pokolenia „Z” oczekuje się posiadania wiedzy, umiejętności lub kompetencji, których nie mają, reagują oni w niespotykany wśród przedstawicieli poprzednich generacji sposób – wycofują się i rezygnują z prób pokonania trudności.

To tak jak z przedszkolakiem, który zaczyna czytać i on potrafi przeczytać, ale jak mu się da coś od razu, to wycofuje się: Ja nie umiem. To jest na tej samej zasadzie, ja to zaobserwowałam nie tylko u niej, ale u koleżanek, kolegów, że to jest takie wycofanie się, bo: A jak się wygłupię i wyjdę na kretyna? I jeszcze odpowiedzialność, oni nie chcą brać absolutnie żadnej odpowiedzialności.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Co z tego, że ta maszyna powinna wykonywać jakąś pracę, jak zaraz się okazuje, że on nie nadaje się, nie umie. Jest plac: Jedź, ucz się, ale on 2-3 godziny porobi, denerwuje się, zmęczy, wsiadł w samochód, pojechał. Nie wiem, czy mało tych kursów doszkalających jest.

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

Co więcej, jak pokazują opinie pracodawców, rezygnacja z pracy przychodzi „Zetkom” z zaskakującą dla ich przełożonych łatwością i często w nieprzewidziany przez nich sposób.

Oni odchodzą, nie mają zaplecza, tylko na żywioł, rzucam, odchodzę i już.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

Tendencjom tym towarzyszy trend wybierania przez młodych ludzi łatwo dostępnych i relatywnie dobrze płatnych prac i zawodów, w których nie są potrzebne specjalistyczne kompetencje. Pogłębia to dodatkowo trudności, jakie przedsiębiorcy w regionie mają w znalezieniu pracowników.

Trochę tych firm różnych powstaje, strefy ekonomiczne, jakieś Amazony, zastanawiam się, czy nie zauważyliście, że do takich firm idą często... tam nie potrzebują praktycznie żadnych kwalifikacji. (...) Im łatwiej tam po prostu iść, niż się wyuczyć u ciebie, niż iść do mnie, czy iść na ładowarkę, czy cokolwiek. (...) Chyba łatwiej dla takich młodych też czasami dla niektórych iść tam, niż się szkolić w czymś.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Zachowania takie wpisują się w ogólne zmiany w życiu społecznym oraz na rynku pracy, takie jak relatywnie niska stopa bezrobocia, duża liczba miejsc pracy, dość wysoki poziom życia, odroczenie samodzielnej dorosłości poprzez późniejsze zakładanie rodziny i dłuższe pozostawanie na utrzymaniu rodziców. Jednym z efektów tych zmian jest powstanie warunków, w których młodzi ludzie mogą przez dłuższy czas, bez ryzyka i odczuwania obciążenia finansowego, poszukiwać pracy, która spełnia ich oczekiwania.

Ale to wszystko zaczyna się od tego, że jest rynek pracownika, po prostu on wie, że podziękuje u ciebie i dwie bramy dalej złapie inną robotę. A te okresy, kiedy było zupełnie odwrotnie, ja to pamiętam z racji wieku, przełomowe historie, był producent stolarki okiennej,

kiedy dziennie przychodziło 10 osób, pytając o pracę, i to pytanie było tylko, czy jest ta praca, wtedy pracodawca mógł przebierać, a teraz jest na odwrót, pracownik, skoro nie ma żadnego niebezpieczeństwa, że on nie będzie mógł gdzieś pracować, to się tak zachowuje.

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

Ale może to wynika z tego, że jest ta praca i mogą sobie pozwolić na to, bo 20 lat temu było ciężko zdobyć pracę, to trzymam ją, uczę się wszystkiego, chłonę, żeby mnie tylko nie zwolnili.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

ZALETY „ZETEK” JAKO PRACOWNIKÓW

Pomimo ogólnie krytycznego podejścia, biorący udział w spotkaniach pracodawcy z regionu dostrzegali też pozytywne cechy przedstawicieli pokolenia „Z” jako pracowników. Cechy te mogą nie tylko być wykorzystywane w pracy na konkretnych stanowiskach, ale, w szerszym ujęciu, także pozytywnie wpływać na cały rynek pracy. Były to przede wszystkim:

- posiadanie kompetencji cyfrowych i obycia w świecie wirtualnym na bardzo wysokim poziomie:

Pod względem technologii, takiego podejścia, mają świeże spojrzenie, inne, świeże, są odważniejsi w tym akurat, w takim podejściu anonimowym do ludzi, bo tak face to face nie, ale żeby zadziałać poza branżę bardziej, to wiedzą wszystko. Mają inne podejście, ja bym się jeszcze zastanowiła, czy to zrobić, a oni to już zrobili i poszło.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- dbałość o work-life balance:

U nich mi się podoba to, że oni nie są skazani na taką martyrologię, że: Ojej, jak ja muszę ciężko pracować. Albo: Dzisiaj zostałam tyle czasu w pracy. – No to nie zostawaj, zostań tyle ile trzeba. To jest akurat pozytywne.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- niespotykana dotychczas mobilność:

Taką mobilność, ktoś mi zaproponował dajmy na to ciekawszą pracę na Śląsku, ok, dobra, to ja dziękuję i jadę na Śląsk, w sumie mnie nic nie trzyma, na Śląsku nie była aż tak ciekawa ta praca, ale w Gdańsku mi zaproponowali coś wydaje mi się fajniejszego, ciach, bach i już jestem w Gdańsku, natomiast my tak nie zrobimy.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- elastyczność i wielość form świadczenia pracy:

Nienormowany czas pracy, ten nienormowany czas i praca hybrydowa to też bardzo by było fajnie, gdyby trochę tu, trochę tu mógł sobie popracować.

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- tolerancyjność, otwartość i oczekiwanie szacunku, a także niezgoda na działania przemocowe:

Mobbingu żadnego, bo to są ludzie, którzy walczą z tym dosyć mocno, to jest dobre, uważam.

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

- niespotykana dotychczas mobilność:

⋮ *Taką mobilność, ktoś mi zaproponował dajmy na to ciekawszą pracę na Śląsku, ok, dobra,* ⋮
⋮ *to ja dziękuję i jadę na Śląsk, w sumie mnie nic nie trzyma, na Śląsku nie była aż tak ciekawa* ⋮
⋮ *ta praca, ale w Gdańsku mi zaproponowali coś wydaje mi się fajniejszego, ciach, bach i już* ⋮
⋮ *jestem w Gdańsku, natomiast my tak nie zrobimy.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- elastyczność i wielość form świadczenia pracy:

⋮ *Nienormowany czas pracy, ten nienormowany czas i praca hybrydowa to też bardzo by było* ⋮
⋮ *fajnie, gdyby trochę tu, trochę tu mógł sobie popracować.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

- tolerancyjność, otwartość i oczekiwanie szacunku, a także niezgoda na działania przemocowe:

⋮ *Mobbingu żadnego, bo to są ludzie, którzy walczą z tym dosyć mocno, to jest dobre, uwa-* ⋮
⋮ *żam.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

POKOLENIE „Z” W OCZACH PRACODAWCÓW:

Sektor przemysłowy	Sektor usługowy	Sektor rolno-spożywczy
<p><i>To jest pokolenie Neo. (...) Neo? Co to znaczy? (...) Matrixa widziałaś?</i></p> <p><i>Oni się nie martwią o pracę. My się martwiliśmy bardziej o pracę, a im nie zależy, jak nie ta praca, to będzie inna.</i></p> <p><i>Bardziej wyluzowani, to takie pokolenie wędrownie, przemieszczają się, mają możliwość podróżowania.</i></p> <p><i>Mam wrażenie, że to takie pokolenie, które nie dość, że nie przeżyło stania w kolejkach, to jeszcze nie czytało o tym w podręcznikach historii.</i></p> <p><i>W przeciwieństwie do ich rodziców, którzy sami musieli wszystko zrobić. (...) Czyli wszystko dostali na tacy.</i></p> <p><i>Oni o nic nie muszą walczyć.</i></p> <p><i>Ciężkie czasy tworzą silnych ludzi, silni ludzie tworzą łatwe czasy, łatwe czasy tworzą łatwych ludzi.</i></p> <p><i>Mają szacunek do siebie.</i></p> <p><i>Oni swoje prawa znają bardzo dobrze, ale nie znają obowiązków.</i></p>	<p><i>Różnorodność – dla nich nie stanowi różnicy kolor skóry, kolor upodobań seksualnych, czy ktoś jest takiego wyznania czy takiego, są różnorodni, im to w ogóle nie przeszkadza.</i></p> <p><i>Mają radość życia.</i></p> <p><i>Są tacy bardziej wolni.</i></p> <p><i>Poza podziałami i świetnie się między sobą dogadują.</i></p> <p><i>Asertywność (...) tylko czasami brak komunikacji.</i></p> <p><i>Są to ludzie, którzy podchodzą tak nonszalancko: Ok, jestem dzisiaj tutaj, zobaczę, jak jest, a jak mi się nie spodoba, to cóż, do widzenia, nie podoba mi się – odchodzę.</i></p> <p><i>Mają niektórzy bardzo fajne pomysły.</i></p> <p><i>Zmienia pracę często, gdy pojawiają się jakieś schody.</i></p> <p><i>Ta cała innowacyjność, nowe technologie, to ma pomagać ludziom, ale (...) to jest trochę ogłupianie społeczeństwa.</i></p> <p><i>Nie są kreatywni, nie myślą.</i></p> <p><i>Należy im się. (...) Roszczeniowi.</i></p> <p><i>Nie doceniają, że tę wiedzę chce im się sprzedać (...), pokazać.</i></p> <p><i>Brakuje im takiej ciekawości.</i></p> <p><i>Mają łatwość przemieszczania się.</i></p> <p><i>Wszyscy narzekają, jeśli jest tylko temat o tym pokoleniu.</i></p> <p><i>Wszystko chcą na już. (...) To co musiałem zdobywać 20 lat, czy 10, tu ktoś chce już, natychmiast.</i></p>	<p><i>Nie ma przywiązania pracownika do firmy.</i></p> <p><i>Pokolenie influencerów.</i></p> <p><i>Mocno roszczeniowe.</i></p> <p><i>Często zmieniają pracę.</i></p> <p><i>Nie są zaangażowani, nie są skupieni na robocie, rozmarzeni są, są w zupełnie innym miejscu niż w pracy, żyją światem wirtualnym, może marzeniami tych innych ludzi, żyją innym życiem, nie swoim, tylko czyimś.</i></p> <p><i>Oni nie chcą nic zmieniać.</i></p> <p><i>Na pewno są kreatywni.</i></p> <p><i>Do siebie mają szacunek.</i></p> <p><i>Relacje to mają, ale telefoniczne. (...) internetowe.</i></p> <p><i>Zmieniają kraj (...) to jest ta mobilność.</i></p> <p><i>Oni żyją tu i teraz.</i></p> <p><i>Dajmy im szansę.</i></p>

8.3. ZATRUDNIANIE PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA „Z” JAKO WYZWANIE

Pracodawcy wyrazili przekonanie, że przedstawiciele pokolenia „Z”, ze względu na cechy takie jak brak zaangażowania i wysokie oczekiwania względem pracodawcy i warunków zatrudnienia oraz posiadanie zalet, które trudno wykorzystać w oferowanej przez nich pracy, nie są atrakcyjni jako potencjalni pracownicy. Jednocześnie jednak spora część z nich wyraziła przekonanie, że zatrudnianie „Zetek” jest nieuniknioną konsekwencją zmian pokoleniowych.

⋮ *Bym powiedział w ten sposób, że nie mamy wyboru, bo to są ludzie, którzy tak czy inaczej wchodzą na rynek, są na tym rynku i innych nie będzie, bo tych ludzi mimo wszystko ubywa, tak stricte, jeśli chodzi o branżę rolniczą, gdzie jest coraz ciężiej znaleźć pracownika w ogóle, a jeszcze, żeby miał jakieś pojęcie i chęć do roboty, bo te warzywa się same z pola nie zwiozq.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

⋮ *Moderator: Podsumowując, czy to jest rodzaj pracownika, którego chętnie byście zatrudnili?* ⋮
 ⋮ *– Nie. Pomijając wyjątki, raczej nie.* ⋮
 ⋮ *– Zależy indywidualnie od osoby.* ⋮
 ⋮ *– U mnie nie ma wyjścia. (...) Biorę, co jest [uśmiech].* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR PRZEMYSŁOWY]

W tej sytuacji pracodawcy dostrzegają potrzebę zmiany swojego podejścia i nauczenia się zasad komunikacji z nowymi pracownikami. Wydaje się, że jak na razie brakuje im jednak do tego narzędzi. Co w części pracodawców rodzi zrozumiałą frustrację.

⋮ *My się musimy przestawić trochę i nauczyć, jak z takim pokoleniem pracować.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

⋮ *Musimy się po prostu nauczyć z nimi rozmawiać. Zmieniają się czasy, zmieniają się ludzie, zmieniają się podejścia wszystkie i my też musimy się pozmieniać, żeby się dostosować. Przynajmniej spróbować.* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR USŁUGOWY]

⋮ *Cały czas my musimy do nich się dostosowywać. Czemu oni do nas nie mogą się troszeczkę dostosować, dać coś od siebie? Czemu to my cały czas musimy się dostosowywać?* ⋮

[PRACODAWCA – SEKTOR ROLNO-SPOŻYWCZY]

9 PODSUMOWANIE

➔ Mimo licznych opracowań i charakterystyk pokolenia „Z”, które powstały w ostatnich latach, z których wyłania się dość spójny obraz współczesnych młodych ludzi, w świetle ustaleń analitycznych niniejszego badania należy podkreślić, że „Zetki” stanowią grupę wewnątrznie różnorodną. Ze względu na wiek, a w konsekwencji moment życia, w którym znajdują się obecnie (mowa przecież o ludziach od 20 do 31 lat) przedstawiciele tego pokolenia charakteryzować się potrafią bardzo odmiennymi doświadczeniami. Z jednej strony mamy wśród nich ludzi bardzo młodych, mieszkających z rodzicami, dopiero wkraczających w dorosłość i poszukujących pierwszej pracy, z drugiej natomiast także ustatkowanych trzydziestolatków o wieloletniej, rozwijającej się karierze zawodowej i ustabilizowanej sytuacji rodzinnej. Zestawienie ze sobą tych grup stanowi niewątpliwe wyzwanie analityczne, a uzyskane w badaniu wyniki traktować należy jako rodzaj uogólnienia w rzeczywistości bardzo zróżnicowanej i dynamicznej sytuacji.

➔ Większość przedstawicieli pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim rozpoczęła swoją pierwszą pracę zawodową jeszcze w trakcie nauki, a także posiada przynajmniej kilkukrotne doświadczenie zmiany miejsca pracy. W chwili realizacji badania aktywnych zawodowo było 78,4% przedstawicieli pokolenia „Z”, w trakcie zaplanowanej przerwy od pracy zawodowej było 8,0% badanych, a nie pracowało i szukało pracy 13,6%. Większość badanych (68,1%) pracowała w obecnym miejscu zatrudnienia od co najmniej roku, ale staż ten był znacząco dłuższy w przypadku „Zetek” ze starszej grupy wiekowej.

Najczęstszymi formami zatrudnienia wśród przedstawicieli pokolenia „Z” są umowa o pracę na czas nieokreślony – (51,1% badanych); umowa o pracę na czas określony – 24,3% badanych oraz umowa zlecenie – 13,9% badanych. Choć w przypadku obu podkategorii respondentów, najczęściej wskazywanym wymiarem czasu pracy był ekwiwalent zatrudnienia w pełnoetatowym wymiarze godzin (40 godzin tygodniowo), to był on wskazywany częściej przez osoby w wieku 25-31 lat (66,9% w stosunku do 52,0%), podczas gdy osoby młodsze częściej wskazywały na niepełny wymiar czasu pracy (21,7% badanych w tej grupie w stosunku do 9,9% w grupie starszej). Posiadanie planów dalszego rozwoju kariery zawodowej zadeklarowało w badaniu 41,7% respondentów, a większość z nich przystąpiła już do jego realizacji.

➔ Badane „Zetki” podchodziły do kwestii poszukiwania pracy bardzo świadomie. Preferencje w tym zakresie posiadała zdecydowana większość badanych – 98,8% respondentów w wieku 20-25 lat, 99,3% – w wieku 26-31 lat, w całej próbie – 99,0%. Jedynie 1% respondentów zadeklarował, że podczas wyboru firmy nie zwraca uwagi na nic poza możliwością zatrudnienia.

Do najważniejszych (wskazanych przez co najmniej ⅓ badanych) czynników zaliczyć można: lokalizację firmy (71,2% wskazań); wysokość wynagrodzenia (78,2%); czas i koszt dojazdów (65,3%); obowiązki (63,0%). O ile w obu analizowanych grupach wiekowych pokolenia „Z” hierarchia istotności poszczególnych kryteriów determinujących decyzję o podjęciu zatrudnienia jest podobna, o tyle przypisywane owym kryteriom wagi różnią się od siebie. Podczas gdy starsi z badanych większą wagę przypisują takim czynnikom jak: wysokość wynagrodzenia, lokalizacja firmy, sposób organizacji czasu pracy oraz dostępne benefity, to młodszy przedstawiciele pokolenia „Z” częściej wskazywali na zakres obowiązków oraz jakość i wygląd przestrzeni do pracy.

Badanych poproszono także o wskazanie najważniejszych dla nich elementów i aspektów już podjętej pracy zawodowej. Za najważniejsze z nich przedstawiciele pokolenia „Z” uznali dobrą atmosferę (90,3% wskazań), a w dalszej kolejności także to, aby: z łatwością uzyskiwać informacje i wyjaśnienia potrzebne do wykonywania swoich obowiązków (85,6%); mieć zagwarantowane narzędzia, by skutecznie wykonać swoją pracę (86,8%); móc z łatwością łączyć pracę

z *życiem osobistym* (87,4%). Za najmniej istotne uznali otrzymywanie niefinansowych dodatków, tzw. benefitów (60,8%).

Młodzi pracownicy najpowszechniej chcieliby pracować na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony (72,5%). Znacznie rzadziej pojawiały się takie odpowiedzi jak: umowa na czas określony (9,4%); własna firma / B2B (7,9%); umowa zlecenie (3,9%). Osoby starsze częściej niż młodsze deklarowały, że najbardziej chciałyby pracować na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony, a młodsze częściej niż starsze na podstawie umowy na czas określony lub umowy zlecenia. Badani przedstawiciele pokolenia „Z” najchętniej pracowaliby u pracodawcy (56,4%), a w dalszej kolejności także w domu / zdalnie lub hybrydowo (każdorazowo 47,1%). Najmniej popularną formą była praca w delegacjach / w terenie (13,9%).

Oczekiwania finansowe przedstawicieli pokolenia „Z” są wyższe niż osiągnięte przez nich obecnie dochody i wynoszą najczęściej 4000-7999 zł netto miesięcznie. W tym: 4000-5999 zł (50,1% badanych, w tym 55,5% w wieku 20-25 lat oraz 44,8% w wieku 26-31 lat) oraz 6000-7999 zł (25,3% badanych, w tym 21,5% w wieku 20-25 lat oraz 29,0% w wieku 26-31 lat). Po raz kolejny obie grupy wiekowe różnią się między sobą w sposób wynikający najprawdopodobniej z wieku oraz – w konsekwencji – poziomu zaawansowania w rozwoju kariery zawodowej i związanej z nim wysokości osiągniętych i oczekiwanych zarobków. Respondenci młodszy częściej niż starsi deklarowali, że oczekiwane przez nich dochody mieszczą się w niższym przedziale kwot.

Warto przy okazji zwrócić uwagę na fakt, że w chwili prowadzenia badania pensja minimalna w Polsce wynosiła 3600 zł, a przeciętne wynagrodzenie brutto w drugim kwartale 2023 r. wyniosło 7005,76 zł, co dawało odpowiednio 2783,86 oraz 5106,20 złotych netto miesięcznie w przypadku zatrudnienia na podstawie umowy o pracę. Należy w tym miejscu także odnotować, że oczekiwania finansowe (w wysokości deklarowanej podczas rozmów o pracę, a nie przez respondentów w ankiecie) młodego pokolenia budziły sprzeciw pracodawców i zostały przez nich ogólnie określone jako wygórowane, roszczeniowe i nieadekwatne do posiadanych umiejętności.

- Doświadczenia w poszukiwaniu pracy w województwie łódzkim, jakie posiadają przedstawiciele pokolenia „Z”, pokazują, że znalezienie pracy przychodzi im stosunkowo szybko – blisko połowa (45,1%) przedstawicieli pokolenia „Z” swojej pierwszej pracy poszukiwała krócej niż 1 miesiąc, a kolejne 33,5% – ponad 1, ale do 3 miesięcy – a więc bez większych trudności. Najczęściej wykorzystywanymi drogami poszukiwania zatrudnienia są kanały niesformalizowane, jak Internet (77,6%), oraz znajomi i rodzina (54,0%).

Jedynie kilkanaście procent (16,5%) przedstawicieli pokolenia „Z” miało okazję korzystać ze wsparcia instytucji wspierających regionalny rynek pracy. Dla większości z nich był to urząd pracy, a w dalszej kolejności agencje zatrudnienia oraz liczne podmioty i instytucje, których działalność jest ukierunkowana na aktywizację zawodową młodych ludzi. Najczęściej wykorzystywanymi przez nich formami wsparcia były: pośrednictwo pracy (wskazane przez 78% badanych) oraz szkolenie/staż (53,0%), a w dalszej kolejności także poradnictwo zawodowe (28,0%). Zdecydowana większość badanych, niezależnie od wieku, pracowała w miejscu wskazanym przez pracodawcę (72,2%), a najmniejsza część z nich w domu / zdalnie (6,7%). W przypadku pozostałych form organizacji pracy, osoby młodsze (20-25 lat) charakteryzowały się większą mobilnością, częściej pracowały w delegacjach lub w terenie (9,5% w stosunku do 5,0%), podczas gdy praca osób starszych (26-31 lat) była bardziej elastyczna – częściej pracowali oni hybrydowo, raz z domu, raz u pracodawcy (15,7% w stosunku do 11,8%).

Badani przedstawiciele pokolenia „Z” w mniej niż połowie przypadków potwierdzili zgodność wykonywanej pracy zawodowej z wcześniejszymi doświadczeniami i posiadanymi zainteresowaniami. Zgodność pracy z wykształceniem potwierdziło 46,3% badanych; z doświadczeniem

zawodowym – 48,0%; z zainteresowaniami zawodowymi – 30,6%); z zainteresowaniami pozazawodowymi, hobby – 47,8%.

Przedstawiciele pokolenia „Z” deklarowali umiarkowanie wysoki poziom zadowolenia z wykonywanej pracy. Do aspektów, które uznali za najbardziej satysfakcjonujące (więcej zadowolonych niż niezadowolonych badanych) należały: relacje ze współpracownikami (75,8%); forma zatrudnienia (73,8%); wymiar czasu pracy (75,4%); relacje z przełożonymi (66,7%); zakres obowiązków (65,2%); forma organizacji pracy (60,0%). Natomiast do aspektów niesatysfakcjonujących (więcej niezadowolonych niż zadowolonych badanych): możliwości i perspektywy awansu (30,0%); wysokość wynagrodzenia (27,6%). Jednocześnie, poza zgodnością pracy z zainteresowaniami, *młodszy badani częściej* deklarowali zadowolenie niż starsi.

- ➔ Przedstawiciele pokolenia „Z” mają dobrą opinię na temat posiadanych przez siebie kompetencji i umiejętności. W przypadku tzw. kompetencji twardych, niemal wszyscy badani deklarowali umiejętność podstawowej obsługi komputera, a zdecydowana większość znajomość języka obcego i posiadanie prawa jazdy. Mniej liczne były natomiast wskazania w bardziej specjalistycznych obszarach. Respondenci dość wysoko ocenili także stopień, w jakim posiadają większość z przedstawionych im do oceny kompetencji miękkich (każdorazowo co najmniej prawie 7 punktów w 10-punktowej skali oceny). Wyjątek stanowiły zdolności przywódcze / perswazja (5,53 pkt) oraz swoboda wystąpień publicznych (4,90 pkt).

Dodatkowo, jak pokazały wyniki badania, „Zetki” są dobrego zdania o posiadanych przez siebie kompetencjach zawodowych. Ponad $\frac{2}{3}$ z nich bardzo dobrze i dobrze oceniło swoje kompetencje zarówno w zawodzie wyuczonym (łącznie 64,4% wskazań), jak i w zawodzie, w którym pracuje obecnie (79,2%) oraz w zawodzie, w którym chciałoby pracować (62,7%).

Jednocześnie należy mieć na uwadze, że umiejętności i kompetencje (szczególnie praktyczne, zawodowe) posiadane przez rozpoczynających pracę w regionie łódzkim przedstawicieli pokolenia „Z”, przez pracodawców zostały ocenione dość nisko – jako wymagające znacznego uzupełnienia i dostosowania do potrzeb realizacji zadań służbowych. Jednocześnie pracodawcy krytycznie podeszli do tzw. umiejętności miękkich młodych pracowników. Choć dostrzegali takie ich zalety, jak otwartość, przyjazność i dbałość o jakość tzw. atmosfery, to nie przekładały się one w ich odczuciu na przydatność „Zetek” jako pracowników. Decydowały o tym przede wszystkim niewielka odporność na stres (na który reagują wycofaniem), niechęć do pracy pod presją czasu oraz tendencje do łatwego wycofywania się z realizacji powierzonych zadań bez właściwej komunikacji z pracodawcą. Przedsiębiorcy zwracali także uwagę na niski, ich zdaniem, poziom zaangażowania pokolenia „Z” w pracę, a także zbyt małą samodzielność i nieprzejawianie inicjatywy w wykonywaniu powierzonych obowiązków, który utożsamiali z brakiem odpowiedzialności zawodowej.

Co ciekawe, są to kompetencje miękkie, które wysoko ocenili u siebie respondenci z pokolenia „Z”. Nasuwa się zatem w tym miejscu pytanie, na ile perspektywa pracodawców, a na ile perspektywa samych „Zetek” jest lepszym odzwierciedleniem ich rzeczywistego poziomu umiejętności i kompetencji potrzebnych na regionalnym rynku pracy? A także, na ile różnice w ocenach obu grup są wynikiem ścierania się na rynku pracy perspektyw różnych generacji o odmiennych potrzebach i opiniach?

- ➔ Pracodawcy zapytani o opinię na temat najbardziej obecnie pożądanых cech, umiejętności i kompetencji zawodowych pracowników na rynku pracy w województwie łódzkim deklarowali, że są to przede wszystkim chęć i gotowość do pracy. Z ich perspektywy są to cechy najbardziej deficytowe. Przedsiębiorcy zgodnie deklarowali, że są w stanie przygotować i wyszkolić pracownika, a także wyposażyć go w umiejętności i kompetencje potrzebne do wykonywania określonych zadań (co ważne, w opinii pracodawców nie jest w stanie w obecnej formie zrobić tego w żaden sposób system edukacji, również branżowej i zawodowej). Nie są natomiast w stanie

zmotywować młodych pracowników do zaangażowanej i efektywnej pracy. Sytuację tę utrudnia dodatkowo bardzo ich zdaniem wysoka rotacja pracowników i ogólny deficyt osób chętnych do podjęcia zatrudnienia.

- ➔ Przedstawiciele pokolenia „Z” aktywni zawodowo na terenie województwa łódzkiego charakteryzują się dość wysokim poziomem mobilności i elastyczności zawodowej. Większość z nich posiada przynajmniej kilkukrotne doświadczenie zmiany miejsca pracy oraz związanego z nią nabywania nowych kompetencji i umiejętności. Dodatkowo zdecydowana część badanych posiadających plan dalszego rozwoju zawodowego, w celu jego realizacji zdobyła nowe kompetencje i umiejętności, a część z nich także zmieniła wykonywany zawód, branżę, a nawet miejsce zamieszkania. Większość z pracujących respondentów deklarowała też, że nadal poszukuje innej pracy.

„Zetki” najczęściej zmieniają pracę z własnej inicjatywy, kierowane zarówno motywami związanymi z warunkami zatrudnienia („nie odpowiadała mi wysokość wynagrodzenia” – 36,0% badanych; „nie miałem perspektyw rozwoju” – 33,5%; „znalazłem lepszą pracę” – 31,5%; „nie odpowiadały mi warunki pracy” – 30,4%; „nie odpowiadał mi zakres obowiązków” – 18,2%), jak i szeroko rozumianą atmosferą w pracy („nie odpowiadała mi atmosfera w pracy” – 23,5%; „nie dogadywałem się z przełożonymi” – 17,5%), a także chęcią eksperymentowania i zdobywania nowych zawodowych doświadczeń („chciałem spróbować czegoś innego” – 21,0%).

Co więcej, zapytana o pożądaną formę organizacji / miejsce pracy większość respondentów wskazała jako pożądaną więcej niż jedną formę organizacji pracy, co może świadczyć o stosunkowo dużej elastyczności młodych ludzi również w tym obszarze.

Kwestia mobilności i elastyczności zawodowej, a także otwartości na zmianę pracy została zauważona (w dość krytycznym świetle) także przez funkcjonujących w regionie pracodawców, którzy z kolei zwracali uwagę na (w ich opinii) niechęć młodych ludzi do zdobywania w pracy nowych zawodowych kwalifikacji, przy jednoczesnej łatwości w rezygnowaniu z zatrudnienia oraz podróżowaniu za wybrana pracą do innych regionów, a nawet krajów.

Choć w materiale empirycznym brak na to jednoznacznych dowodów, wydaje się, że „Zetki” charakteryzuje duża mobilność i elastyczność w zakresie, który przedstawiciele tego pokolenia wybrali i nakreślili samodzielnie. Są natomiast mniej gotowi do podporządkowania się w tych obszarach wymaganiom pracodawcy.

- ➔ Zdecydowana większość decyzji badanych przedstawicieli pokolenia „Z” o podjęciu bądź poszukiwaniu pracy w województwie łódzkim motywowana była faktem zamieszkiwania na jego terenie (91,3% wskazań). Jedynie 4,3% z nich przeniosło się do regionu, ponieważ otrzymali tu pracę, zaś 8,6% – ponieważ podjęło tu naukę w szkole bądź na studiach.

Jednocześnie pracujące i szukające pracy na terenie województwa „Zetki” wydają się dość przywiązane do obecnej lokalizacji. Zdecydowana większość badanych (83,0%) wiąże swoją przyszłość zawodową z województwem łódzkim. Najważniejsze powody, dla których młodzi ludzie planują zostać w województwie, to posiadanie mieszkania, brak konieczności jego poszukiwania (61,7% wskazań) oraz praca w mieście rodzinnym, bliskość rodziny, znajomych i/lub partnera (59,8%).

Natomiast wśród powodów niewiązania przyszłości zawodowej z regionem łódzkim znajdują się przede wszystkim czynniki związane z samą pracą. Były wśród nich: brak znajomości, sieci kontaktów (w tym kontaktów, które ułatwiają zdobycie pozycji zawodowej, znalezienie lepszej pracy) – wskazane przez 30,4% badanych; mało ofert pracy – 37,5%; mniejsze możliwości znalezienia dobrze płatnej pracy – 35,7%, a w dalszej kolejności również brak mieszkania i/lub perspektyw na nie – 26,8% wskazań.

Badani nie mają silnie ugruntowanych opinii na temat regionalnego rynku pracy w województwie łódzkim, w pytaniu o ocenę jego różnych aspektów przeważały odpowiedzi neutralne. Najbardziej pozytywnymi opiniami cieszą się takie aspekty regionalnego rynku pracy, jak: stabilność zatrudnienia, tj. to na ile łatwo jest utrzymać posiadaną pracę – 46,9% ocen pozytywnych; dostępność i liczba ofert pracy w regionie – 45,1%. Natomiast najbardziej negatywnymi: łatwość znalezienia odpowiedniej pracy – 30,1% ocen negatywnych; działalność instytucji pomagających w znalezieniu pracy – 28,5%; wysokość wynagrodzenia za pracę – 25,0%.

Zdaniem „Zetek” na regionalnym rynku pracy w województwie łódzkim najbardziej istotne są takie kompetencje twarde, jak: znajomość języka obcego – wskazana przez 57,6% badanych; podstawowa obsługa komputera np. pakietu office – 43,6%; zaawansowane umiejętności z zakresu informatyki (znajomość programowania, pozycjonowania stron, administrowanie bazami danych itp.) – 40,8%. Natomiast za najbardziej pożądane w regionie kompetencje miękkie badani uznali przede wszystkim „umiejętność pracy pod presją czasu /odporność na stres – wskazaną przez 61,1% z nich.

10 WNIOSKI Z BADANIA: MIEJSCE PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA „Z” NA RYNKU PRACY WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO – SZANSE I ZAGROŻENIA

Wydaje się, że pokolenie „Z” jest grupą bardziej wewnętrznie zróżnicowaną niż pozostałe, aktywne na rynku pracy pokolenia. Przyczyn tego stanu doszukiwać się można zarówno w, charakterystycznie przypisywanych „Zetkom”, atomizacji i indywidualizacji, jak i typowej obecnie dla ludzi w tym wieku ewolucji sytuacji życiowych – są wśród nich zarówno bardzo młodzi, rozpoczynający pracę zawodową i dorosłe życie, jak i starsi, już całkiem w tym dorosłym życiu i karierze ustatkowani. Stawia to wyzwania zarówno przed pracodawcami, jak i przed szeroko rozumianym rynkiem pracy i funkcjonującymi w jego obrębie instytucjami. Są one związane przede wszystkim z koniecznością dopasowania, a w konsekwencji wewnętrznego zróżnicowania sposobów myślenia o przedstawicielach pokolenia „Z” oraz dróg i mechanizmów podejmowania z nimi współpracy.

GDYBY SPOJRZEĆ Z ZEWNĄTRZ, TROCHĘ OCZAMI PRACODAWCÓW, NA BADANYCH PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA „Z” MOŻNA, W PEWNYM UOGÓLNIENIU, POWIEDZIEĆ, ŻE TO POKOLENIE PEŁNE SPRZECZNOŚCI:

- ➔ są mobilni, ale gdy mają w regionie mieszkanie lub rodzinę, to chętnie zostaną na miejscu;
- ➔ są elastyczni, jeżeli chodzi o pracę, ale większość pragnie pracować na podstawie umowy na czas nieokreślony (przywiązanie do tradycyjnych form zatrudnienia rośnie wraz z wiekiem);
- ➔ są uważani za osoby motywowane do pracy przez idee i wartości, ale wielu z nich jako podstawowe determinanty wyboru pracy wymienia finansowe warunki zatrudnienia;
- ➔ są asertywni, ale mają trudności z komunikacją bezpośrednią;
- ➔ lepiej czują przestrzeń wirtualną – bo są tam non stop – niż rzeczywistą;
- ➔ oczekują precyzyjnych i kompleksowych informacji o warunkach i zasadach pracy, ale sami potrafią porzucić pracę, nie informując o tym wcześniej;
- ➔ potrafią zawalczyć o swoje, choć często lepiej znają swoje prawa niż obowiązki;
- ➔ są postrzegani jako nastawieni na łatwy i bezwysiłkowy zysk, ale jednocześnie chętnie angażują się w zadania, które sami uważają za ważne;
- ➔ mają relatywnie bogate i różnorodne doświadczenia zawodowe, ale przy tym dość często szybko i bez problemu zmieniają pracę;
- ➔ nie przywiązują się do pracodawcy, ale sami szukają stabilizacji (np. umowa na czas nieokreślony);
- ➔ chcą osiągnąć sukces, ale nie myślą o nim w długoterminowej perspektywie – nie mają trudności z podjęciem nowej decyzji o przyszłości – są tu i teraz;
- ➔ są uważani za bardzo kreatywnych i twórczych, ale w pracy potrzebują precyzyjnych instrukcji i rzadko wykazują się inicjatywą.

Szczególnie istotna jest przy tym znacząca różnica pomiędzy sposobem postrzegania i traktowania pracy zawodowej przez pokolenie „Z” a tym, jak robili to dotychczas inni pracownicy. W przypadku wcześniejszych pokoleń stosunek do pracy ewoluował stosunkowo powoli, co pozwalało na znalezienie wspólnej perspektywy i wypracowanie porozumienia pomiędzy nowymi na rynku pracy pracownikami a ich przełożonymi. Jak pokazują opinie pracodawców z regionu łódzkiego, podejście do pracy przedstawicieli pokolenia „Z” jest w dużym stopniu całkowitym zerwaniem z dotychczas obowiązującą narracją, jak się wydaje nie tylko zawodową, ale również życiową. W efekcie obie grupy, co wyraźnie pokazały rozmowy z pracodawcami, często nie znajdują nici porozumienia, funkcjonując niejako

w dwóch rozłącznych komunikacyjnie rzeczywistościach. Bo, co ważne, wchodzący na rynek pracy przedstawiciele pokolenia „Z” oraz ich potencjalni pracodawcy nie tylko postrzegają pracę odmiennie, ale także wykorzystują odmienne sposoby, strategie i skrypty komunikacyjne. W efekcie trudno im wzajemnie o swoich perspektywach opowiedzieć. Wydaje się, że ta niemożność porozumienia się zniechęca obie strony.

Jak pokazały analizy, to właśnie kwestie komunikacyjne, a nie niedostatki wiedzy, umiejętności i kompetencji, mogą być podstawą nieporozumień na linii pracodawcy – pracownicy z pokolenia „Z”. Z jednej strony regionalne „Zetki” są w zdecydowanej większości dość wysoko wykształcone, posiadają różnorodne doświadczenia zawodowe oraz oceniają swoje kompetencje stosunkowo dobrze (choć należy pamiętać, że ocenę tę nie zawsze potwierdzają pracodawcy). Z drugiej strony natomiast pracodawcy deklarują, że w efekcie licznych trudności ze znalezieniem odpowiednich i zaangażowanych pracowników są gotowi sami przygotować i wyszkolić zatrudniane osoby, o ile tylko będą one zainteresowane długotrwałą współpracą na oferowanych warunkach. Jak podkreślali w rozmowach regionalni pracodawcy, podstawową cechą, jakiej oczekują od nowego pracownika są „chęci”. Być może jednak są to chęci rozumiane inaczej niż te definiowane przez chcące pracować „Zetki”.

Sytuacja w regionie łódzkim wydaje się szczególnie trudna także dla młodych pracowników. Nie dość, że rynek pracy nie oferuje im satysfakcjonujących warunków finansowych, to jeszcze spotykają się z negatywnym nastawieniem pracodawców i niezrozumieniem w istotnych dla siebie kwestiach (choćby takich, jak oddzielenie pracy zawodowej od życia prywatnego, czy praca w określonych ramach czasowych). Nie dziwi zatem, że pracy w regionie częściej szukają ci młodzi pracownicy, którzy są już z województwem związani w inny sposób, np. posiadają tu mieszkanie lub rodzinę, podczas gdy pozostali wykazują się większą mobilnością i łatwiej im opuścić region w poszukiwaniu odpowiedniej pracy.

Deficytowe w regionie wydają się w tej sytuacji nie działania ukierunkowane na kształcenie i przygotowanie do pracy nowego pokolenia, ale na rozwijanie w nich umiejętności komunikacyjnych związanych z pracą zawodową i porozumiewaniem się z pracodawcami – nie w skrótowej, wirtualnej formie, ale zgonie z kanonami, jakimi posługują się pracodawcy – oraz lepsze poznanie i być może pełniejsze zaakceptowanie norm i zasad (a także praw i obowiązków obu stron) panujących na rynku pracy. Natomiast w przypadku działań skierowanych do pracodawców konieczne wydają się działania informacyjne, ukierunkowane na odkrywanie potencjału kryjącego się w pokoleniu „Z”, który wydaje się być przez regionalnych pracodawców bagatelizowany. A także uczące zrozumienia i szacunku dla zmieniających się norm, zwyczajów i potrzeb kolejnych pokoleń pracowników.

Warto przy tym pamiętać także o trendach charakterystycznych dla współczesnego rynku pracy, już nie tylko w województwie łódzkim, ale na całym świecie. Wzmocniona przez pandemię pozycja pracy zdalnej wprowadziła na rynek pracy zjawisko dotychczas niespotykane w podobnej skali – ponadregionalną, a nawet międzynarodową konkurencję zarówno pracowników o miejsca pracy, jak i pracodawców o talenty. Być może już w najbliższej przyszłości będzie trzeba myśleć nie w kategoriach sytuacji przedstawicieli pokolenia „Z” na regionalnym rynku pracy w województwie łódzkim, ale o pracy dla przedstawicieli pokolenia „Z” z województwa łódzkiego oraz o pracownikach dla regionalnych pracodawców.

11 SPIS ELEMENTÓW GRAFICZNYCH

11.1. SPIS TABEL

Tabela 1: Struktura próby w badaniu CAWI/CATI	11
Tabela 2: Zestawienie wywiadów grupowych z przedstawicielami pracodawców	13
Tabela 3: Wiązanie przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej	51
Tabela 4: Powody wiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej	53
Tabela 5: Powody niewiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim wg wykształcenia, stanu cywilnego oraz aktualnej sytuacji mieszkaniowej	55

11.2. SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Płeć	14
Wykres 2. Wykonywanie pracy zawodowej.	14
Wykres 3. Poszukiwanie pracy	15
Wykres 4. Nauka dzienna	15
Wykres 5. Spełniający kryteria rekrutacyjne	15
Wykres 6. Wiek badanych a spełnianie kryteriów rekrutacyjnych	16
Wykres 7. Płeć	17
Wykres 8. Wiek	17
Wykres 9. Wielkość miejscowości zamieszkania (tys. mieszkańców).	18
Wykres 10. Powiat zamieszkania	18
Wykres 11. Główny kierunek wykształcenia	19
Wykres 12. Sytuacja rodzinna	20
Wykres 13. Poziom wykształcenia	20
Wykres 14. Sytuacja mieszkaniowa	20
Wykres 15. Liczba osób w gospodarstwie domowym (wspólnie zamieszkujących i gospodarujących).	21
Wykres 16. Liczba osób w gospodarstwie domowym dokładających się do budżetu	21
Wykres 17. Średniomiesięczne dochody netto na osobę w gospodarstwie domowym.	22
Wykres 18. Średniomiesięczne osobiste dochody netto przedstawicieli pokolenia „Z”.	22
Wykres 19. Czas podjęcia pierwszej pracy	23
Wykres 20. Dotychczasowa liczba miejsc pracy	24

Wykres 21. Ogólny staż pracy	25
Wykres 22. Powody zmiany pracy	26
Wykres 23. Czas poszukiwania pierwszej pracy	27
Wykres 24. Metody poszukiwania pracy	28
Wykres 25. Aktualna sytuacja na rynku pracy	28
Wykres 26. Staż zatrudnienia w obecnym miejscu pracy	29
Wykres 27. Forma zatrudnienia	29
Wykres 28. Wymiar czasu pracy	30
Wykres 29. Sektor zatrudnienia	31
Wykres 30. Doświadczenie pracy w RIS WŁ i w sektorze TLS	32
Wykres 31. Miejsce pracy (forma organizacji pracy)	33
Wykres 32. Zgodność pracy zawodowej z wykształceniem	34
Wykres 33. Zgodność pracy zawodowej z posiadanym doświadczeniem zawodowym	34
Wykres 34. Zgodność pracy zawodowej z zainteresowaniami zawodowymi.	34
Wykres 35. Zgodność pracy zawodowej z zainteresowaniami pozazawodowymi, hobby.	34
Wykres 36. Zadowolenie z miejsca w strukturze firmy / hierarchii zawodowej	35
Wykres 37. Zadowolenie z zakresu obowiązków zawodowych	35
Wykres 38. Zadowolenie z relacji ze współpracownikami	35
Wykres 39. Zadowolenie z relacji z przełożonymi	35
Wykres 40. Zadowolenie z wysokości wynagrodzenia	35
Wykres 41. Zadowolenie z możliwości i perspektyw awansu	35
Wykres 42. Zadowolenie z wymiaru czasu pracy.	36
Wykres 43. Zadowolenie z formy organizacji pracy	36
Wykres 44. Zadowolenie z formy zatrudnienia	36
Wykres 45. Zadowolenie z dostępnych benefitów	36
Wykres 46. Zadowolenie ze zgodności pracy z zainteresowaniami	36
Wykres 47. Kompetencje twarde	38
Wykres 48. Kompetencje miękkie	39
Wykres 49. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie wyuczonym	40
Wykres 50. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie, w którym się pracuje.	40
Wykres 51. Ocena kompetencji zawodowych w zawodzie, w którym chce się pracować.	40
Wykres 52. Determinanty wyboru firmy zatrudnienia	41
Wykres 53. Istotność różnych elementów pracy zawodowej (1)	42
Wykres 54. Istotność różnych elementów pracy zawodowej (2)	43
Wykres 55. Pożądana forma zatrudnienia	44
Wykres 56. Pożądane miejsce pracy	45
Wykres 57. Pożądana wysokość wynagrodzenia netto (na rękę)	46

Wykres 58. Posiadanie planu dalszego rozwoju kariery zawodowej	46
Wykres 59. Czas rozpoczęcia realizacji planu rozwoju kariery zawodowej.	47
Wykres 60. Działania podjęte w celu realizacji planu rozwoju kariery zawodowej	48
Wykres 61. Powody pracowania lub szukania pracy w województwie łódzkim	49
Wykres 62. Wiązanie przyszłości zawodowej z województwem łódzkim	50
Wykres 63. Powody wiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim	52
Wykres 64. Powody niewiązania przyszłości zawodowej z województwem łódzkim	54
Wykres 65. Opinie o rynku pracy w województwie łódzkim	56
Wykres 66. Opinie o rynku pracy w województwie łódzkim (zagregowane).	57
Wykres 67. Kompetencje twarde istotne na rynku pracy w województwie łódzkim w opinii „Zetek”	58
Wykres 68. Kompetencje miękkie istotne na rynku pracy w województwie łódzkim w opinii „Zetek”	59
Wykres 69. Dostrzeganie trendów na współczesnym rynku pracy	60
Wykres 70. Korzystanie z pomocy instytucji wspierających łódzki rynek pracy	61
Wykres 71. Korzystanie z pomocy instytucji wspierających łódzki rynek pracy	62