



KARIERA I BIZNES

Młodzi nie chcą żyć tylko pracą

ZARZĄDZANIE | Studentom i absolwentom zależy na rozwoju zawodowym, ale nie kosztem równowagi między pracą i życiem prywatnym.

ANITA BŁASZCZAK

Choć prawie siedmiu na dziesięciu młodych Polaków przyznaje, że ich główną motywacją do pracy są potrzeby finansowe, to prawie tyle samo z nich chciałoby połączyć karierę zawodową z zainteresowaniami. Mniej istotna jest jej zgodność z profilem studiów – wynika z raportu Motywacje Młodych 2015, który przygotowała firma doradztwa personalnego Bigram na podstawie ogólnopolskiego badania opinii 1200 studentów i absolwentów w wieku 19–26 lat.

W internetowej ankiecie przeprowadzonej w I kwartale tego roku pytano ich o plany oraz oczekiwania dotyczące zawodowej przyszłości. – Nie są to oczekiwania zbyt wygórowane, ale pracodawcy powinni zdawać sobie sprawę, że młodzi ludzie mają inne podejście do pracy niż starsze pokolenia – ocenia Paulina Mazur, menedżer w Bigramie i koordynatorka badania, którego patronem medialnym była „Rzeczpospolita”.

Inne podejście

To inne podejście oznacza np. duże znaczenie, jakie pokolenie Y (oraz nieco młodsze pokolenie Z) przywiązuje do work-life balance, czyli równowagi między pracą i życiem prywatnym. Dla 38 proc. uczestników badania jest to jeden z kluczowych czynników branych pod uwagę przy wy-

borze kariery, a dla 85 proc. kluczowy motywator.

– Pokolenie Y pracuje, by spełniać swoje marzenia. Nie chce rezygnować ze swoich zainteresowań. Ma też bardziej trzeźwe podejście do pracy – nadgodziny przestały być synonimem sukcesu – ocenia Paulina Mazur. Potwierdza to socjolog Izabela Grabowska, profesor Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, przypominając wiosenną kampanię Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Kadrami. Prowadzona pod hasłem „Jestem Ygrekiem, nie jestem leniem” miała zwalczać negatywny stereotyp młodego pokolenia określanego często jako rozszczeniowie i leniwe.

– Młodzi ludzie nie są leniwi, ale mają inne podejście do życia i pracy niż starsze pokolenie

48 procent

młodych Polaków z pokolenia Y przy wyborze pracodawcy kieruje się prestiżem i mocną pozycją rynkową firmy

X, które dominuje wśród pracodawców i menedżerów – wyjaśnia Grabowska. Przypomina, że dla młodych ludzi sama praca nie jest na czele hierarchii wartości, jak w przypadku ich rodziców. Patrzą na życie i karierę szerzej, co ma też związek ze świadomością, że będą pracować 40–50 lat, zanim przejdą na emeryturę. – Mając taką

Główna motywacja do pracy, odpowiedzi w proc.*



Czynniki mogące zniechęcić do pracy, odpowiedzi w proc.*



źródło: Bigram, Motywacje młodych 2015

OCZEKIWANIA POKOLENIA Y BĘDĄ MIAŁY CORAZ WIĘKSZY WPŁYW NA RYNEK PRACY

perspektywę, wiedzą, że muszą rozłożyć siły na wiele lat. Nie chcą też odkładać na później realizację swych pasji – wyjaśnia prof. Grabowska.

Nie lubią hierarchii...

Z badania wynika jednak, że młodzi ludzie są też gotowi do dużego wysiłku – prawie trzy czwarte z nich akceptuje okazjonalną pracę w weekendy, jeśli wymaga tego projekt. Chcą jednak mieć szansę na rozwój (dla 80 proc. młodych ludzi kluczowym czynnikiem motywującym są możliwości podnoszenia kwalifikacji zawodowych) oraz zrobienie czegoś pożytecznego. Co czwarty uczestnik badania szuka pracy, która będzie pozytywnie wpływała na środowisko.

– Ygreki są idealistami, którzy chcą zidentyfikować się

z firmą wbrew temu, co się sądzi o ich roszczeniowym podejściu. Mają silną potrzebę czuć się częścią czegoś ważnego – ocenia Magdalena Jarczak, HR Business Partner w Comarch SA.

Jak zauważa Paulina Mazur, pokolenie Y dużo oczekuje od pracodawców i przełożonych, którzy swój autorytet muszą budować nie na firmowej hierarchii, ale na wiedzy eksperckiej i doświadczeniu. Potwierdza to Magdalena Jarczak, HR Business Partner w Comarchu. Według niej w pokoleniu Y dobre zarządzanie rozumiane jest jako podejście partnerskie. Podejście hierarchiczne nie jest akceptowane, tym bardziej że niezależnie od pełnionej funkcji pokolenie Y ceni sobie niezależność.

Zdaniem Pauliny Mazur młodymi ludźmi lepiej jest zarządzać nie przez cele (np.

sprzedażowe), ale przez wyznaczanie, przy których będą mogli się wykazać proaktywnością i motywacją do pracy. Tym bardziej że 44 proc. uczestników badania wymienia to jako swój ważny atut.

...ale chcą awansować

Anna Jastrzębska, dyrektor ds. zarządzania rozwojem w Biurze Zarządzania Kadrami PZU, podkreśla, że pokolenie Y potrzebuje większej swobody działania oraz poczucia celu swojej pracy i kontroli nad rozwojem zawodowym. – Oczekują informacji zwrotnej i jasnych kryteriów oceny i awansu. Nie boją się też tego komunikować – dodaje Jastrzębska.

Wymagania młodych ludzi dotyczące np. szybkiej informacji zwrotnej i dynamiczne-

go rozwoju (w tym awansów) są sporym wyzwaniem. Przekonał się o tym właściciel sieci Biedronka Jeronimo Martins Polska. W ubiegłym roku firma uruchomiła program rozwoju „1000 absolwentów” skierowany do młodych absolwentów uczelni, których zatrudniano od razu na stanowisku zastępcy kierownika sklepu.

Jednak po kilku miesiącach – jak relacjonował serwis Puls HR – grupa roczarowanych uczestników programu „zrobiła raban” na forach internetowych. Narzekali na słabe perspektywy awansu, nadmiar obowiązków, niezbyt atrakcyjne zarobki oraz fakt, że ich szefami są niekiedy ludzie bez studiów. Biuro prasowe JMP Polska argumentuje, że od zatrudnienia pierwszych pracowników w ramach programu minęło zaledwie pół roku a kandydaci na każdym etapie rekrutacji byli informowani o zakresie przyszłych obowiązków. – Pozycja zastępcy kierownika to pierwszy etap kariery, którą młodzi absolwenci mogą rozwijać w naszej firmie. Liczymy, że spośród osób zrekrutowanych w programie „1000 absolwentów” znajdziemy kandydatów na kolejne stanowiska – podkreślają służby prasowe Biedronki przypominając, że wśród kilkuset uczestników krytycznych opinii jest kilka.

– My byliśmy mniej asertywni – przyznaje menedżer jednej z sieci handlowych, która na początku kariery aplikowała tam...na stanowisko kasjerki. Gdy okazało się, że skończyła studia i biegle zna ojczysty język firmy zaofiarowano jej posadę w centrali. ©

Maszy pytanie, wyślij e-mail do redaktora sekcji „Kariera i biznes” Anity Błaszczak

a.blaszczak@rp.pl

85 proc.

młodych Polaków wskazuje work-life balance jako kluczowy czynnik motywujący

15 proc.

studentów i absolwentów deklaruje chęć założenia własnej firmy i ma pomysły na własny biznes