

Adaptacja czy innowacja?

Strategie działania przedstawicieli pokolenia „Z” na łódzkim regionalnym rynku pracy w świetle posiadanych cech kompetencyjnych

**Skrócona wersja raportu**

**Zamawiający badanie:**

**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

# Wprowadzenie

Ten raport to podsumowanie wyników projektu badawczego pt. "Adaptacja czy innowacja? Jak przedstawiciele pokolenia „Z” radzą sobie na łódzkim rynku pracy z uwzględnieniem ich umiejętności". Badanie zostało przeprowadzone w okresie od lipca do listopada 2023 roku przez firmę Pracownia Doradczo-Badawczą EDBAD, na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Łodzi.

Głównym celem badania było pełne zrozumienie sytuacji pokolenia „Z”, obejmujące szanse, zagrożenia i perspektywy młodych pracujących ludzi w kształtowaniu swojej ścieżki zawodowej. Zadaniem analitycznym było więc przygotowanie opisowej i liczbowej charakterystyki sytuacji pokolenia „Z” na łódzkim rynku pracy.

W ramach tego badania, termin "pokolenie »Z«” odnosi się do osób w wieku 20-31 lat, czyli urodzonych w latach 1992-2003.

# Cele badania

* Opisanie umiejętności (zarówno twardych, jak i miękkich) oraz kompetencji zawodowych osób z pokolenia „Z”, które pracują w województwie łódzkim.
* Ocena skali doświadczenia zawodowego, osób z pokolenia „Z”, które pracują w województwie łódzkim.
* Zdobycie opinii na temat przydatności na rynku pracy posiadanych kwalifikacji i doświadczenia zawodowego przez przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy pracują w województwie łódzkim.
* Opisanie umiejętności posiadanych przez pracujących w województwie łódzkim przedstawicieli pokolenia „Z”, które są poszukiwane przez pracodawców z tego regionu.
* Rozpoznanie stopnia mobilności i elastyczności zawodowej przedstawicieli pokolenia „Z”, którzy pracują w województwie łódzkim.
* Przedstawienie perspektyw zawodowych i planów na przyszłość pracujących w województwie łódzkim przedstawicieli pokolenia „Z” – opis ich aspiracji oraz planowanych kroków w drodze do osiągnięcia zawodowych celów.
* Opisanie relacji pracujących w województwie łódzkim przedstawicieli pokolenia „Z” z instytucjami wspierającymi rynek pracy - analiza dostępnych informacji dotyczących źródeł wsparcia dla młodych na rynku pracy.
* Udział pokolenia „Z” w rynku pracy w zakresie branż przyszłości województwa łódzkiego.

# najważniejsze ustalenia badania

Mimo licznych analiz i opisów dotyczących pokolenia „Z” powstałych w ostatnich latach, które rysują dość spójny obraz współczesnych młodych ludzi, wyniki tego badania podkreślają, że grupa „Z” jest wewnętrznie zróżnicowana. Ze względu na różnice wiekowe i związane z nimi etapy życia (mówimy tu o osobach w wieku od 20 do 31 lat), przedstawiciele tego pokolenia mają bardzo odmienne doświadczenia. Z jednej strony są to bardzo młodzi ludzie, którzy jeszcze mieszkają z rodzicami, dopiero rozpoczynający dorosłe życie i poszukujący pierwszej pracy. Z drugiej strony są także trzydziestolatkowie z ustabilizowanymi karierami zawodowymi i życiem rodzinnych, którzy stanowią odrębną grupę. Porównanie tych dwóch grup stanowi wyzwanie analityczne, a uzyskane wyniki w ramach badania powinny być postrzegane jako ogólne tendencje w bardzo zróżnicowanej i dynamicznej rzeczywistości.

Większość osób z pokolenia „Z” pracujących w województwie łódzkim rozpoczęła swoją pierwszą pracę zawodową jeszcze będąc uczniami lub studentami. Dodatkowo, większość z nich doświadczyła przynajmniej kilku zmian miejsc pracy. W momencie przeprowadzenia badania, 78,4% przedstawicieli pokolenia „Z” było aktywnych zawodowo, 8,0% przebywało w trakcie planowanej przerwy od pracy, a 13,6% nie pracowało i poszukiwało zatrudnienia. Przeważająca większość respondentów (68,1%) pracowała w swoim obecnym miejscu zatrudnienia co najmniej przez rok, przy czym staż ten był znacząco dłuższy w przypadku „Z” z 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).

Posiadanie planów dalszego rozwoju kariery zawodowej zadeklarowało w badaniu 41,7% badanych, a większość z nich przystąpiła już do jego realizacji.

Badane osoby z pokolenia „Z” podchodziły do kwestii poszukiwania pracy bardzo świadomie. Zdecydowana większość badanych, aż 99% badanych w całej próbie, posiadała określone preferencje w tym zakresie. Jedynie 1% badanych zadeklarował, że podczas wyboru firmy nie zwraca uwagi na nic poza możliwością zatrudnienia.

Do kluczowych czynników (wskazanych przez co najmniej dwie trzecie badanych) można zaliczyć: lokalizację firmy (71,2% wskazań); wysokość wynagrodzenia (78,2%); czas i koszt dojazdów (65,3%); obowiązki (63,0%). Chociaż w obu analizowanych grupach wiekowych pokolenia „Z” hierarchia ważności poszczególnych kryteriów decydujących o podjęciu zatrudnienia jest podobna, to przypisywane tym kryteriom wagi różnią się między sobą. Starsi badani bardziej cenili takie czynniki jak: wysokość wynagrodzenia, lokalizacja firmy, organizacja czasu pracy i dostępne benefity, natomiast młodsi przedstawiciele pokolenia „Z” częściej podkreślali znaczenie zakresu obowiązków oraz jakości i wyglądu przestrzeni do pracy.

Badanych poproszono też o wskazanie najważniejszych dla nich elementów i aspektów już podjętej pracy zawodowej. Według przedstawicieli pokolenia „Z” najważniejsza była dobra atmosfera (90,3% wskazań), a także łatwy dostęp do informacji i wyjaśnień potrzebnych do wykonywania obowiązków (85,6%). Inne istotne kwestie to posiadanie odpowiednich narzędzi do skutecznego wykonywania pracy (86,8%) oraz możliwość łatwego łączenia pracy z życiem osobistym (87,4%). Najmniej istotne okazały się niefinansowe dodatki, tak zwane benefity (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 (7,9%); umowa zlecenie (3,9%).

Przedstawiciele pokolenia „Z” mają oczekiwania finansowe wyższe niż ich obecne dochody, najczęściej kształtujące się w przedziale od 4000 do 7999 złotych netto miesięcznie. Konkretnie: 50,1% badanych wskazało zakres 4000-5999 zł (w tym 55,5% w wieku 20-25 lat i 44,8% w wieku 26-31 lat), a 25,3% badanych wybrało zakres 6000-7999 zł (w tym 21,5% w wieku 20-25 lat i 29,0% w wieku 26-31 lat).

Przedstawiciele pokolenia „Z” doświadczają stosunkowo szybkiego znalezienia zatrudnienia w województwie łódzkim. Blisko połowa z nich (45,1%) znalazła swoją pierwszą pracę w ciągu krótszego niż 1 miesiąc, a kolejne 33,5% znalazło zatrudnienie w okresie dłuższym niż 1, ale krótszym niż 3 miesiące, co oznacza, że ​​nie napotykali większych trudności. Najczęściej wykorzystywanymi środkami poszukiwania pracy są kanały nieformalne, takie jak Internet (77,6%) oraz wsparcie od znajomych i rodziny (54,0%).

Tylko niewielka grupa przedstawicieli pokolenia „Z” (16,5%) skorzystała z pomocy instytucji wspierających regionalny rynek pracy. W większości przypadków były to urzędy pracy, a także agencje zatrudnienia oraz różne podmioty i instytucje, które pomagają młodym ludziom w aktywizacji zawodowej. Najczęściej wybieranymi formami wsparcia były: pośrednictwo pracy (wybrane przez 78% respondentów) oraz szkolenia i staże (53,0%). Poradnictwo zawodowe było także stosunkowo często wykorzystywane, choć przez mniejszy odsetek badanych (28,0%).

Mniej niż połowa badanych przedstawicieli pokolenia Z potwierdziła, że wykonywana praca jest zgodna z ich wcześniejszymi doświadczeniami i zainteresowaniami. Zgodność pracy z wykształceniem potwierdziło 46,3% badanych, z doświadczeniem zawodowym – 48,0%, z zainteresowaniami zawodowymi – 30,6%, a z zainteresowaniami pozazawodowymi/hobby – 47,8%.

Przedstawiciele pokolenia „Z” wykazują umiarkowanie wysoki poziom zadowolenia z wykonywanej pracy. Do aspektów, które są dla nich najbardziej satysfakcjonujące (więcej osób zadowolonych niż niezadowolonych) należą: 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 wśród aspektów niesatysfakcjonujących (więcej niezadowolonych niż zadowolonych) wymieniane są możliwości i perspektywy awansu (30,0%) oraz wysokość wynagrodzenia (27,6%).

Przedstawiciele pokolenia „Z” uważają, że są dobrzy w tym, co robią. Jeśli chodzi o umiejętności praktyczne, prawie wszyscy ankietowani potwierdzili, że potrafią obsługiwać komputer. Duża część z nich również zna język obcy i posiada prawo jazdy. Mniej osób czuje się pewnie w bardziej specjalistycznych dziedzinach. Respondenci wysoko ocenili swoje umiejętności miękkie, dając im co najmniej 7 punktów na 10-punktowej skali oceny, z jednym wyjątkiem: zdolności przywódcze/perswazja, które zostały ocenione na 5,53 punktu.

Ciekawe jest to, że pokolenie „Z” wysoko ocenia u siebie kompetencje miękkie. To prowokuje pytanie, czy perspektywa pracodawców lepiej odzwierciedla rzeczywisty poziom umiejętności i kompetencji potrzebnych na lokalnym rynku pracy, czy może to raczej sami członkowie pokolenia „Z” są bardziej pewni swoich umiejętności. Dodatkowo, czy różnice w ocenach między obiema grupami wynikają z konfrontacji różnych perspektyw generacyjnych na rynku pracy, gdzie każda grupa ma odmienne potrzeby i opinie?

Sami pracodawcy, pytani o zdanie na temat najważniejszych cech, umiejętności i kompetencji zawodowych na łódzkim rynku pracy, podkreślili przede wszystkim wagę chęci i gotowości do pracy. Zdaniem pracodawców, to właśnie te cechy są najbardziej potrzebne i trudno je znaleźć wśród potencjalnych pracowników. Firmy zgodnie twierdzą, że są w stanie zapewnić szkolenie i rozwój umiejętności niezbędnych do wykonywania konkretnych zadań. Ważne jest jednak zaznaczenie, że obecny system edukacji, ich zdaniem, nie jest w stanie tego zapewnić. Pracodawcy również zauważają trudności w motywowaniu młodych pracowników do skutecznej pracy. Wysoka rotacja pracowników i ogólny brak chętnych do podjęcia zatrudnienia dodatkowo komplikują tę sytuację.

Przedstawiciele pokolenia „Z”, aktywni zawodowo w województwie łódzkim, wyróżniają się wysoką mobilnością i elastycznością zawodową. Większość z nich doświadczyła już kilku zmian miejsc pracy, co wiązało się z nabywaniem nowych kompetencji i umiejętności. Dodatkowo, duża grupa badanych, mając plan rozwoju zawodowego, zdobyła nowe umiejętności lub nawet zmieniła zawód, branżę, a czasem nawet miejsce zamieszkania. Warto zaznaczyć, że większość pracujących ankietowanych nadal poszukuje nowych możliwości zatrudnienia.

Młodzi ludzie, nazywani "Zetkami", najczęściej decydują się na zmianę pracy z własnej inicjatywy. Motywacje do tego są różnorodne, związane zarówno z warunkami zatrudnienia, jak i ogólnym środowiskiem pracy. Część z nich zmienia pracę z powodu wynagrodzenia (36,0% z nich stwierdziło, że nie było zadowolonych z wysokości wynagrodzenia), braku perspektyw rozwoju (33,5%), znalezienia lepszej pracy (31,5%), nieodpowiednich warunków pracy (30,4%) czy niezadowalającego zakresu obowiązków (18,2%). Atmosfera w pracy również odgrywa istotną rolę, np. nieodpowiadająca atmosfera w pracy (23,5%) czy problemy z przełożonymi (17,5%). Dodatkowo, chęć eksperymentowania i zdobywania nowych doświadczeń zawodowych jest kolejnym czynnikiem wpływającym na decyzje o zmianie pracy (21,0%). Warto zauważyć, że większość respondentów wskazała, że preferuje więcej niż jedną formę organizacji pracy, co sugeruje ich stosunkowo dużą elastyczność w tym temacie.

Mobilność i elastyczność zawodowa, a także gotowość do zmiany pracy, zostały zauważone przez pracodawców w regionie, ale z wyraźną krytyką. Pracodawcy zwracają uwagę na niechęć młodych ludzi do zdobywania zawodowych kwalifikacji w miejscu pracy. Jednocześnie zauważają, że młodzi łatwo rezygnują z zatrudnienia i są skłonni podróżować do innych regionów czy nawet krajów w poszukiwaniu pracy.

Większość przedstawicieli pokolenia „Z” podjęła decyzję o pracy bądź poszukiwaniu zatrudnienia w województwie łódzkim głównie ze względu na fakt mieszkania na tym obszarze (91,3%). Tylko 4,3% ankietowanych przybyło do regionu, ponieważ znaleźli tu pracę, natomiast 8,6% zdecydowało się na ten krok z powodu nauki w szkole bądź na studiach.

Zarówno pracujący, jak i ci szukający pracy w województwie łódzkim, wydają się być dość przywiązani do obecnej lokalizacji. Zdecydowana większość badanych (83,0%) planuje związać swoją przyszłość zawodową z tym regionem. Wśród głównych powodów, dla których zamierzają pozostać w województwie, wymieniają posiadanie mieszkania i uniknięcie potrzeby jego poszukiwania (61,7%) oraz praca w rodzinnym mieście, bliskość rodziny, znajomych i/lub partnera (59,8%).

Natomiast wśród powodów, dla których niektórzy nie planują związać swojej przyszłości zawodowej z regionem łódzkim, dominują czynniki związane bezpośrednio z sytuacją zawodową. Należą do nich brak znajomości i sieci kontaktów, szczególnie takich, które mogłyby pomóc w zdobyciu pracy lub znalezieniu lepszego zatrudnienia (30,4% respondentów), niewielka liczba ofert pracy (37,5%), ograniczone możliwości znalezienia dobrze płatnej pracy (35,7%), a także brak mieszkania i/lub perspektyw na jego zdobycie (26,8%).

Badani nie wykazują silnych opinii na temat regionalnego rynku pracy w województwie łódzkim, a w kwestii oceny różnych jego aspektów przeważają odpowiedzi neutralne. Najbardziej pozytywnie oceniane aspekty to stabilność zatrudnienia, czyli łatwość utrzymania pracy (46,9% pozytywnych ocen), oraz dostępność i liczba ofert pracy w regionie (45,1%). Natomiast najwięcej negatywnych ocen dotyczy możliwości znalezienia odpowiedniej pracy (30,1%), działalności instytucji pośredniczących (28,5%) oraz wysokości wynagrodzenia (25,0%).

Według członków pokolenia „Z” na łódzkim rynku pracy, kluczowymi umiejętnościami twardymi są: znajomość języka obcego – 57,6%, podstawowa obsługa komputera (np. pakietu Office) – 43,6%, oraz zaawansowane umiejętności informatyczne, takie jak programowanie, pozycjonowanie stron czy administrowanie bazami danych – 40,8%. W kontekście kompetencji miękkich, badani najbardziej cenią umiejętność pracy pod presją czasu oraz odporność na stres, co zaznaczyło 61,1% z nich.

Wydaje się, że pokolenie „Z” wykazuje większe wewnętrzne zróżnicowanie w porównaniu z innymi pokoleniami na rynku pracy. To zróżnicowanie może wynikać zarówno z przypisywanej „Zetkom” atomizacji i indywidualizacji, jak i z różnic w sytuacji życiowej. Wśród członków tego pokolenia znajdują się zarówno bardzo młodzi, którzy dopiero zaczynają swoją zawodową karierę i dorosłe życie, jak i starsi, którzy już od jakiegoś czasu uczestniczą aktywnie w życiu zawodowym i społecznym.

Zauważa się istotną różnicę w sposobie postrzegania pracy między członkami pokolenia „Z” a przedstawicielami starszych pokoleń pracowników. Ta różnica odzwierciedla zmieniającą się świadomość młodych ludzi pod wpływem szybkich zmian technologicznych i globalizacji. Postawy osób z pokolenia „Z” wobec pracy są praktycznie przeciwieństwem postaw starszych pokoleń, które również uczestniczą w życiu zawodowym. To wyraźnie wynika z przeprowadzonych wywiadów z pracodawcami, którzy często mają trudności w porozumiewaniu się z młodymi pracownikami. Mają wrażenie, że ci funkcjonują w innej, równoległej rzeczywistości. Różnice w podejściu do życia i strategiach komunikacyjnych tworzą napięcia, które ostatecznie mogą działać zniechęcająco zarówno na pracodawców, jak i na pracowników z pokolenia „Z”.

W tej sytuacji brakiem nie są działania skierowane na naukę i przygotowanie nowego pokolenia do pracy, ale raczej konieczność rozwijania umiejętności komunikacyjnych związanych z pracą zawodową i porozumiewaniem się z pracodawcami. Ważne jest, aby te umiejętności były rozwijane w sposób zgodny z oczekiwaniami pracodawców, a nie jedynie w formie skrótowej czy wirtualnej. Ponadto istotne jest, aby młodzi ludzie lepiej poznali i akceptowali normy, zasady, prawa i obowiązki obowiązujące na rynku pracy.

W przypadku działań skierowanych do pracodawców, konieczne są informacyjne działania ukierunkowane na odkrywanie potencjału drzemiącego w pokoleniu „Z”. Wydaje się, że regionalni pracodawcy bagatelizują ten potencjał. Ważne jest również nauczenie pracodawców zrozumienia i szacunku dla zmieniających się norm, zwyczajów i potrzeb kolejnych pokoleń pracowników.

Warto zauważyć trendy charakterystyczne dla współczesnego rynku pracy, które obowiązują nie tylko w województwie łódzkim, ale na całym świecie. Zwiększona popularność pracy zdalnej, dodatkowo podkreślona przez pandemię, wprowadziła do rynku pracy nowe zjawisko – ponadregionalną, a nawet międzynarodową konkurencję zarówno między pracownikami o miejsca pracy, jak i pracodawcami o talenty.

W najbliższej przyszłości konieczne może być przemyślenie sytuacji przedstawicieli pokolenia „Z” nie tylko na regionalnym rynku pracy w województwie łódzkim, ale także w szerszym kontekście. Możemy zacząć myśleć o pracy dla przedstawicieli pokolenia „Z” z województwa łódzkiego oraz o pracownikach dla regionalnych pracodawców niezależnie od granic regionu.