

Charakterystyka podejścia do pracy przedstawicieli pokolenia Z – praca w systemie wartości młodych. Cz. 1

Characteristics of the approach to work of
representatives of the generation Z – work in the
system of young values. Part 1

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

Streszczenie. Opracowanie stanowi część pierwszą charakterystyki podejścia do pracy wybranej grupy przedstawicieli pokolenia Z. Próba owej charakterystyki dokonana została w oparciu o analizę literatury przedmiotu, badań wtórnych oraz badań własnych. Na tej podstawie sformułowano wnioski dotyczące wartości cenionych przez młodzież z pokolenia Z. Wskazano również, jakie miejsce w systemie wartości badanej grupy respondentów zajmuje praca zawodowa.

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

Abstract. The study is the first part of the characteristic of approach to the work of a selected group of representatives of the Z generation.

An attempt to present this approach was made on the basis of an analysis of the literature, secondary research and own research. On this basis, conclusions regarding the values valued by the youth from the Z generation were formulated. It was also indicated which place in the system of values of the surveyed group of respondents occupational work.

Wprowadzenie. Obecnie na rynek pracy wkraczają młode osoby, będące przedstawicielami tzw. pokolenia Z. W opinii pracodawców często osoby te postrzegane są jako niezwykle roszczeniowe, trudne we współpracy, wymagające szczególnego podejścia. Przypisuje się im lenistwo, brak lojalności, nieco bardziej „swobodne” podejście do pracy. To wszystko sprawia, że współpraca z młodym pokoleniem staje się wyzwaniem dla pracodawców, rekruterów, menedżerów, specjalistów ds. HR, doradców zawodowych czy też szkoleniowców. Czyli wszystkich tych, którzy współpracują lub będą współpracować z przedstawicielami pokolenia Z na polu zawodowym. To sprawia, że niezwykle interesującym i ważnym, tak z praktycznego, jak i naukowego

punktu widzenia staje się rozpoznanie i scharakteryzowanie podejścia, jakie w istocie młodzi ludzie przejawiają względem pracy zawodowej.

„Zetki” dopiero przygotowują się do podjęcia pierwszej pracy lub też (ze względu na swój wiek) mają niewielkie doświadczenie zawodowe. Stąd też, aktualnie, cechy, jakie przejawiają w pracy oraz podejście względem pracy, nie są dostatecznie rozpoznane i scharakteryzowane w literaturze przedmiotu. Pojawiają się jednak opracowania, które podejmują próbę wskazania podejścia do pracy pracowników z pokolenia Z. Niniejszy artykuł ma na celu przybliżenie owego podejścia zarówno na podstawie analizy literatury przedmiotu, jak również badań własnych przeprowadzonych wśród przedstawicieli pokolenia Z. Artykuł składa się z dwóch części. Część pierwsza zawiera charakterystykę pokolenia Z na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz badań własnych. Część druga to kontynuacja opisu badań własnych wraz z odniesieniem do badań wtórnych opisanych w wybranej literaturze przedmiotu.

Podejście do pracy i etos pracy współczesnego pokolenia. Podejście do pracy oraz znaczenie nadawane pracy przez poszczególne jednostki uzależnione jest od wielu czynników. Jednym z nich może być kontekst społeczno-kulturowy determinujący warunki wychowania i dorastania poszczególnych jednostek. Kontekst ten wpływa na kształtowanie się hierarchii wartości charakterystycznej dla określonej grupy osób, czyli dla danego pokolenia, generacji. „Osoby, które wychowywały się w odmiennych okolicznościach społecznych, kulturowych i historycznych mogą mieć odmienne podejście do życia, mieć inną wizję rozwiązywania problemów w obrębie doświadczeń życiowych. Oczywiście jest, że w takich warunkach osoby pochodzące z innego pokolenia mogą mieć inny sposób myślenia i odmienne doznania wynikające z interpretacji zdarzeń z innego punktu widzenia”¹. To wszystko może wpływać również na kształtowanie się odmiennej wizji pracy u przedstawicieli różnych pokoleń.

Z pojęciem pracy ściśle wiąże się pojęcie jej etosu. Etos postrzegać można jako zbiór norm postępowania charakterystyczny dla danej społeczności, a zarazem dominującą w tej społeczności hierarchię wartości”². Analogicznie zatem, „etos pracy to charakterystyczny dla danej jednostki, grupy lub całego społeczeństwa zespół wartości i norm odnoszący się do wartości fundamentalnej, jaką jest praca (...) reguluje jej jakość i charakter, zawiera reguły praktyczne skłaniające jednostki i grupy do ich realizacji w działaniu”³.

¹ E. Karmolińska-Jagodzik, *Komunikacja międzypokoleniowa – rozważania wokół różnic kulturowych*, „Studia Edukacyjne” nr 21/2012, s. 193 dostęp online: http://repozytorium.amu.edu.pl:8080/bitstream/10593/4286/1/studia_educ_21_s_191-210.pdf (odczyt: 20.05.2019 r.)

² Por. M. Kapias, G. Polok, *Etos pracy w perspektywie badań longitudinalnych nad preferencjami aksjologicznymi studentów UE Katowice*, „Studia Ekonomiczne”, tom 187/2014, s. 158; U. Swadźba, *Etos pracy w Polsce. Ewolucja zjawiska*, [w:] U. Swadźba, B. Pactwa, M. Żak (red.), „Praca – więź – integracja: wyzwania w życiu jednostki i społeczeństwa: monografia poświęcona pamięci prof. zw. dr. hab. Władysława Jachera. T. 1, Praca, przedsiębiorczość, gospodarka oparta na wiedzy”, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2015, s. 86.

³ U. Swadźba, *Etos...*, s. 86.

Badacze zajmujący się tematyką etosu pracy dostrzegają pewne trendy, jakie następują w kontekście zmian etosu pracy na przestrzeni czasu, a co za tym idzie wśród różnych pokoleń. I tak, wskazuje się na tradycyjny etos pracy – związany z epoką industrialną, która charakteryzowała się racjonalną działalnością. Sumienna praca w zawodzie służyła wówczas spełnieniu obowiązku. Wraz z odejściem epoki industrialnej i przejściem do gospodarki opartej na usługach i wiedzy, zaczął kształtować się tzw. komunikatywny etos pracy. Zmiany te były konsekwencją zmian w systemach wartości, charakterystycznych dla rozwiniętych zachodnich społeczności. Punktem wyjścia dla wyróżnienia komunikatywnego etosu pracy była teza Ronalda Ingleharta o „spokojnej rewolucji”, która wskazuje, że młodsze pokolenia wyżej cenią wartości niematerialne. Ich przedstawiciele wychowani zostali w społeczeństwie dobrobytu, a co za tym idzie, materialne wartości uważają za oczywiste. Przedstawiciele starszego pokolenia, którzy doświadczyli biedy i różnych braków, częściej będą kierować się wartościami materialnymi. Teza ta ma przełożenie na kształtowanie się wartości pracy⁴. Zdaniem U. Swadźby, na gruncie polskim ważne jest uzupełnienie tej teorii o koncepcję M. Ziółkowskiego, która sugeruje, że „praca jako wartość egzystencjalna powinna być rozpatrywana w ekonomicznej przestrzeni wartości, a inne wartości, jak rodzina, moralność i religia – w przestrzeni społeczno-kulturowej”⁵.

Biorąc pod uwagę kontekst historyczny oraz społeczno-kulturowy, należałoby zwrócić uwagę na zjawisko ewolucji etosu pracy w polskim społeczeństwie. W okresie realnego socjalizmu ludzie żyjący w niedostatku nie mieli możliwości realizacji wartości pracy. „Warunki społeczno-ekonomiczne i powszechna dostępność pracy zdecydowanie osłabiły wartość pracy. Dopiero transformacja systemowa wymusiła inną drogę rozwoju. Z jednej strony umocnił się etos pracy ze względu na trudną jej dostępność, z drugiej strony nastąpiła pokoleniowa zmiana w postrzeganiu różnych aspektów wartości pracy. W młodym pokoleniu kształtuje się nowy etos pracy, gdzie jest ona ważną wartością, ale nie tak istotną. To pokolenie wykazuje realizację post-materialistycznych aspektów pracy. Aktualna jest więc konkluzja, że wartość pracy ma bardzo ważne znaczenie, ale oprócz wartości materialnych i egzystencjalnych młode pokolenie chce realizować się w czasie wolnym, poza pracą. Dlatego możemy mówić o wykształcaniu się nowego, komunikatywnego etosu pracy, który jest symptomem zmiany w systemie wartości młodego pokolenia”⁶.

Na ile powyższa teza w istocie znajduje potwierdzenie w opracowaniach i badaniach naukowych poświęconych charakterystyce młodego pokolenia Z? Co wynika ze zmian następujących w postrzeganiu pracy przez nowe pokolenia? Jak faktycznie młode pokolenia postrzegają pracę i jaki wpływ ma na to swoisty kontekst społeczno-kulturowy w którym przyszło im funkcjonować? Próbę odpowiedzi na powyższe pytania należałoby rozpocząć od scharakteryzowania analizowanego w niniejszym artykule pokolenia, tj. generacji Z.

⁴ Por. tamże, s. 86–87.

⁵ Tamże, s. 86–87.

⁶ Tamże, s. 86–87.

Charakterystyka pokolenia Z. Pokolenie Z jest różnie charakteryzowane w literaturze przedmiotu. Niektóre źródła podają, że do generacji tej zalicza się już osoby urodzone po 1990 roku⁷. Inni autorzy osoby urodzone w latach 1990–95 zaliczają jeszcze do pokolenia Y, a kolejne pokolenie (tj. generację Z) rozróżniają po 1995 roku⁸. Jeszcze inne źródła podają, że pokolenie Z to osoby urodzone po roku 1997⁹. Podkreśla się, że jest to bardzo zróżnicowane pokolenie, niemniej jednak przypisuje się mu pewne charakterystyczne cechy takie jak m.in.: mobilność, elastyczność, wielozadaniowość, bycie ciągle „online”. Wskazuje się, że to właśnie zaznajomienie z nowymi technologiami, dorastanie w ich „otoczeniu” ukształtowało podejście do życia młodych osób. Generacja Z nazywana jest także pokoleniem C od słowa „connect” (ang. podłączony do sieci). Świat wirtualny i realny to dla nich ta sama rzeczywistość¹⁰. Pokolenie to nazywane jest także w literaturze pokoleniem „i”, czyli generacją ipada, iphone’a, a także pokoleniem instant. Jego przedstawiciele chcą mieć wszystko „na już” i teraz. W czasie, kiedy dorastali niczego im nie brakowało. Ich rodzice, którzy często sami dorastali w poczuciu braku „czegoś” zazwyczaj troszczyli się o to, by zagwarantować swoim dzieciom wszystko, na co mogli sobie i im pozwolić. Dodatkowe zajęcia, nauka języków obcych to pewnego rodzaju „norma”. Z tego też względu podkreśla się, że przedstawiciele pokolenia Z cechuje dobra znajomość języków obcych, wielozadaniowość, różnorodność zainteresowań, dążenie do realizacji siebie i swoich zainteresowań. Z drugiej strony wskazuje się, że są to również

⁷ A. Żarczyńska-Dobiesz, B. Chomałowska, *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/ 2014, s. 407; M. Świerkosz-Hołyśz, *Pokolenie Z wkracza na rynek pracy*. „Społeczeństwo i Edukacja”, nr 21(2)/2016, s. 441; J. Wiktorowicz, I. Warwas, (2016). *Pokolenia na rynku pracy* (red.), J. Wiktorowicz, I. Warwas, M. Kuba, E. Staszewska, P. Woszczyk, A. Stankiewicz, J. Kliombka-Jarzyna, *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*. Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2016 s. 22; Raport *Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, dostęp: <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (odczyt 20.05.2019); J. Szydło, *Differences Between Values Preferred by Generations X, Y and Z*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. 18, z. 3, cz. 1/2017, s. 91.

⁸ J. Dudek, *Oczekiwanie osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów*, (red.) A. Lipka, M. Król, *Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2017, s. 144; E.J. Cilliers, *The challenge of teaching generation Z*, „International Journal of Social Sciences”, 3(1)/ 2017, s. 189–190., B. Hysa, *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie”, z. 97/ 2016, s. 329; M. Ensari, *A study on the differences of entrepreneurship potential among generations*. „Research Journal of Business and Management”, 4(1)/ 2017, s. 53.

⁹ M. Wąsowski, *Co pokolenia X, Y i Z myślą o sobie i innych na rynku pracy? Słowo „leniwi” często się pojawia*, 2018, dostęp: <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarządzanie/pokolenia-x-y-i-z-na-ryнку-pracy-raport-universum-global/z543vnf> (odczyt 22.05.2019); H. Bresman, V. D. Rao., *Badanie przeprowadzone w 19 krajach pokazuje podobieństwa i różnice pomiędzy pokoleniami X, Y i Z*, Wyd. Harvard Business Review Polska, dostęp: https://www.hbrp.pl/b/badanie-przeprowadzone-w-19-krajach-pokazuje-podobienstwa-i-roznicze-pomiedzy-pokoleniami-x-y-i-z/PMDOEGSyj?NO_COOKIE=1 (odczyt 22.05.2019 r.).

¹⁰ B. Hysa, *Zarządzanie różnorodnością...*, s. 329.

osoby bardzo wymagające, a nawet roszczeniowe – przyzwyczajone do swego dobrobytu i jasno wyrażające swoje wymagania i oczekiwania.

W kontekście ich podejścia do pracy podkreśla się, że są to osoby, które chciałyby „osiągnąć oszałamiającą karierę zawodową natychmiast, bez wysiłku. Trudno jest im pogodzić się z wizją długotrwałego budowania kariery zawodowej za pomocą małych kroków. Szukają pracy nie tylko w Polsce czy swojej najbliższej okolicy, ale na całym świecie, gdyż cechuje ich mobilność i znajomość języków obcych. To, co dla starszych pokoleń stanowiło zagrożenie, dla przedstawicieli generacji Z jest obiektem fascynacji i polem do eksperymentowania. Nie zależy im na stabilności w pracy, szukają różnorodności, uciekają od rutyny. Chętnie komunikują się z innymi kulturami, chcą wyjeżdżać na zagraniczne staże, stale zmieniać i doskonalić ustalone procesy oraz próbować nowych metod pracy. Bardziej niż pracę samodzielną cenią sobie pracę w grupie. Potrafią robić wiele rzeczy naraz oraz trudno im się skupić na jednej czynności”¹¹.

Podkreśla się, że w przeciwieństwie do nieco starszych Y-ków mają mniej optymistyczne podejście do swojej przyszłości zawodowej. Choć są raczej pewni siebie, to jednak mają więcej obaw dotyczących swojej przyszłości, są bardziej ostrożni. Realistycznie i dosyć materialistycznie podchodzą do życia¹².

Przedstawiciele pokolenia Z wychowywani byli i dorastali w przeświadczeniu, że wiele zależy od nich – ich pracy, rozwoju, zaangażowania. Cenią zatem samorozwój. Według pokolenia Z „nauka i rozwój powinny przebiegać zgodnie z zasadą „just in time learning”. Chcą wszystko mieć i wiedzieć natychmiast, na zawołanie, najlepiej online. (...) Mają specyficzne podejście do zdobywania wiedzy. Ważne jest dla nich szybkie dotarcie do informacji”¹³.

Co także niezwykle istotne w aspekcie analizy podejścia do pracy przedstawicieli tego pokolenia, „Zetki” swoje życie zawodowe oraz prywatne rozumieją jako „całość, w której chcą być sobą oraz kierować się tymi samymi wartościami”¹⁴. W literaturze podkreśla się, że są to osoby, które w swojej pracy dążą przede wszystkim do tego, aby realizować swoje własne cele i potrzeby, a nie wymagania i oczekiwania kogokolwiek innego. Sugeruje się zatem, że wiele osób z tego pokolenia zakłada lub planuje założyć własną firmę¹⁵.

Jest to jednakże pokolenie pełne paradoksów i jak już zostało to podkreślone – wewnętrznie zróżnicowane. Sami o sobie najczęściej mówią: leniwi, ambitni, ciężko pracujący, zdeterminowani, zmotywowani, zrelaksowani, znudzeni, ciekawi świata¹⁶.

¹¹ B. Hysa, *Zarządzanie różnorodnością...*, s. 329–330.

¹² A. Żarczyńska-Dobiesz, B., Chomątowska, *Pokolenie „Z”* ..., s. 408.

¹³ Tamże, s. 408.

¹⁴ Tamże, s. 408.

¹⁵ A. Bencsik, G. Horváth-Csikós, T. Juhász., *Y and Z Generation at Workplace*, „Journal of Competitiveness”, 8(3)/2016, s. 90–106.

¹⁶ M. Wąsowski, *Co pokolenia X, Y i Z myślą o sobie i innych na rynku pracy? Słowo "leniwi" często się pojawia*, 2018, dostęp: <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarzadzanie/pokolenia-x-y-i-z-na-ryнку-pracy-raport-universum-global/z543vnf> (odczyt 22.05.2019).

Jak zatem łatwo zauważyć, wskazują na cechy, które wzajemnie się wykluczają. W podobny sposób oceniają ich przedstawiciele innych pokoleń (tabela 1). Trudno zatem wyciągać jakieś uogólnione, generalne wnioski na ich temat.

Tabela 1. Opinia o pokoleniu Z

Pokolenie Z o sobie samych	Pokolenie Y o pokoleniu Z	Pokolenie X o pokoleniu Z
leniwi, ambitni, ciężko pracujący, zdeterminowani, zmotywowani, zrelaksowani, znudzeni, ciekawi świata	leniwi, naiwni, beztroscy, ciekawi, kreatywni, zrelaksowani, ambitni, oddani, pracowici	leniwi, naiwni, zabawni, chcą się uczyć, ciekawi świata, studenci, oddani, nieznanzi, niedoświadczeni

Źródło: opracowanie na podstawie: M. Wąsowski, Co pokolenia X, Y i Z myślą o sobie i innych na rynku pracy? Słowo „leniwi” często się pojawia, 2018, dostęp: <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarzadzanie/pokolenia-x-y-i-z-na-rynku-pracy-raport-universum-global/z543vnf> (odczyt 22.05.2019).

Niemniej jednak w literaturze przedmiotu opisywane są wyniki badań prowadzonych wśród osób z pokolenia Z, które nieco bardziej przybliżyć mogą do lepszego zrozumienia i scharakteryzowania ich podejścia do pracy. Ponadto w celu dopełnienia tej charakterystyki postanowiono przeprowadzić własne badania wśród wybranej grupy przedstawicieli pokolenia Z, tj. wśród studentów urodzonych po 1990 roku.

Podejście do pracy przedstawicieli pokolenia Z – przegląd badań oraz analiza badań własnych. Badania dotyczące aspiracji życiowo-zawodowych, w tym podejścia do pracy wybranej grupy przedstawicieli pokolenia Z przeprowadzone zostały wśród studentek i studentów kierunków pedagogicznych (Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego im. Jana Długosza w Częstochowie oraz Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie) w okresie marzec –maj 2018 r. Badania poprzedzone były badaniami pilotażowymi. W badaniu właściwym wzięło udział łącznie 310 osób.

Do badań właściwych celowo wybrano studentów urodzonych po 1990 r., choć w toku badań okazało się, że większość respondentów stanowiły osoby urodzone po 1995 r. (tj. 268 osób – blisko 90%), co może być ważną informacją w kontekście toczonych w literaturze dyskusji dotyczących kwalifikacji i nazewnictwa generacji Z. W przypadku opisywanych badań z całą pewnością uznać można, że przebadani studenci reprezentowali pokolenie Z.

Do badania przystąpiło 280 studentek i 30 studentów. Ze względu na specyfikę kierunków pedagogicznych strukturę osób badanych w większości stanowiły kobiety.

Interpretacja wyników badań powinna zatem głównie odnosić się do studentek studiów pedagogicznych. Badane osoby na ogół nie posiadały doświadczenia zawodowego (157 wskazań), co może być istotną uwagą w kontekście przedmiotu badań, jakim było podejście do pracy.

Praca w systemie wartości przedstawicieli pokolenia Z. W pierwszej kolejności postanowiono określić, jakie wartości (na poziomie deklaratywnym) cenią w życiu badane osoby i jakie miejsce w systemie wartości młodzi ludzie przypisują pracy. Respondentom przedstawiono listę wartości i poproszono ich o przypisanie im rang od 1 do 5, gdzie 5 oznaczało wartość bardzo ważną, a 1 w ogóle nieważną (tabela 2). Na podstawie odpowiedzi badanych respondentów można wskazać, że najwyższymi wartościami dla większości osób są: rodzina¹⁷, miłość i zdrowie. Należy zauważyć, że w tym aspekcie badani przedstawiciele pokolenia Z byli dosyć zgodni - wartości te zostały wskazywane jako bardzo ważne przez większość z nich. Dopiero w dalszej kolejności badane osoby wskazywały na rozwój osobisty oraz wartości moralne. Praca i wartości związane z pracą, takie jak rozwój kariery oraz sukces zawodowy uznawane były za ważne, ale już zdecydowanie rzadziej jako „bardzo ważne”. Co ciekawe, młodzi ludzie dosyć wysoko cenią sobie wartości moralne. Za „bardzo ważne” uznało owe wartości 140 osób oraz wewnętrzny spokój i harmonię (136). To nieco więcej niż w przypadku wartości „praca”, którą za bardzo ważną uznało 124 respondentów. Obserwacja ta niejako potwierdza informacje, jakie na temat pokolenia Z pojawiają się w literaturze, i które wskazują, że praca nie jest najistotniejsza w ich systemie wartości. W tym momencie jednak warto odwołać się do prezentowanej już koncepcji M. Ziółkowskiego, która sugeruje, że praca pojmowana jako wartość egzystencjalna powinna być rozpatrywana w osobnej przestrzeni wartości aniżeli takie wartości jak rodzina czy moralność¹⁸. Z jednej strony brak rozróżnienia tychże wartości w skonstruowanej ankiecie mógłby zatem spowodować, że w porównaniu z wartościami społeczno-kulturowymi, wartość materialna – egzystencjalna została oceniona jako mniej ważna, gdyż zadziałał mechanizm wyboru – porównywania wartości. Zaznaczyć należy jednak, że badane osoby nie miały żadnych ograniczeń co do liczby wskazań oceny „bardzo ważna”, więc nie musiały wybierać i ustalać żadnej kolejności ważności. Dlatego też brak rozróżnienia wartości w toku badania nie powinien wpłynąć znacząco na udzielone odpowiedzi.

¹⁷ Bezpieczeństwo rodzinne to wartość, którą jako najistotniejszą uznali także przedstawiciele pokolenia Z w toku badania opisywanego przez J. Szydło, więcej: J. Szydło, *Differences...*, s. 96.

¹⁸ U. Swadźba, *Etos...*, s. 86.

Tabela 2. Ocena wybranych wartości przez przedstawicieli pokolenia Z

<p style="text-align: center;">OCENA WAŻNOŚCI POSZCZEGÓLNYCH WARTOŚCI 1 – W OGÓLE NIE JEST WAŻNA 2 – RACZEJ NIE WAŻNA 3 – ŚREDNIO WAŻNA 4 – WAŻNA 5 – BARDZO WAŻNA (PROSZĘ WSTAWIĆ X W ODPOWIEDNIM POLU)</p>						
WARTOŚĆ:		1	2	3	4	5
1	MIŁOŚĆ	1	2	3	28	276
2	PRACA	0	3	26	157	124
3	PIENIĄDZE	1	12	73	165	57
4	NAUKA	2	3	66	177	59
5	RODZINA	0	1	2	30	277
6	ROZWÓJ OSOBISTY	1	1	25	131	149
7	PAŃSTWO	17	46	157	65	20
8	PRZYJAŹŃ/ ŻYCIE TOWARZYSKIE	0	4	37	141	124
9	ZDROWIE	0	2	7	25	274
10	NIEZALEŻNOŚĆ	1	5	43	137	122
11	PASJA/ HOBBY	0	7	55	159	87
12	SZACUNEK I UZNANIE SPOŁECZNE	3	5	66	153	81
13	WEWNĘTRZNY SPOKÓJ I HARMONIA	1	3	37	130	136
14	ROZWÓJ KARIERY	1	3	66	163	75
15	SUKCES ZAWODOWY	1	0	63	158	86
16	WARTOŚCI RELIGIJNE	31	45	78	95	60
17	WARTOŚCI MORALNE (SPRAWIEDLIWOŚĆ, DOBRO, SZLACHTNOŚĆ)	2	8	33	123	140
18	WŁADZA	52	87	112	44	12
19	WIEDZA	1	4	50	180	67
20	PRZYJEMNOŚCI/ WYGODA ŻYCIA	1	9	74	158	66

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Uwaga: nie wszystkie odpowiedzi w poszczególnych wierszach sumują się do 310 z uwagi na fakt, iż niektórzy respondenci pomijali odpowiedź na wybrane pytania. W takim wypadku zwykle odrzuca się w całości nie w pełni wypełnioną ankietę. W tym wypadku jednakże badacze postanowili pozostawić ankietę i poddać je analizie, by ukazać pewne trendy. Bezzasadnym natomiast było wyliczanie wartości procentowych.

Wnioskować zatem można, że praca nie jest najistotniejszą wartością dla badanych przedstawicieli pokolenia Z. Nie można uznać natomiast, że nie jest dla nich w ogóle ważna. Jako ważną (157) lub bardzo ważną (124) uznało ją łącznie 281 osób. Ze zdecydowaną pewnością uznać należy jednak, że młodzi ludzie bardziej cenią sobie inne aspekty życia. Na pytanie „co uważa Pan/i za najważniejsze w życiu?” najczęściej wskazywali na: zdrowie, dobro najbliższych, szczęście w małżeństwie/związku oraz bycie sobą (tabela 3).

Tabela 3. Najważniejsze aspekty życia w opinii pokolenia Z

ZA NAJWAŻNIEJSZE W ŻYCIU UWAŻA PANI/PAN: (MAX 3 ODPOWIEDZI)	
zdrowie	224
dobro najbliższych	162
szczęście w małżeństwie/ związku	150
bycie sobą	136
spokój i bezpieczeństwo	56
realizację swoich zainteresowań	47
wolność osobistą/ niezależność	45
kariera zawodowa	22
wysoki status materialny	17
korzystanie z przyjemności życia	16
religię – rozwój duchowy	13
uznanie społeczne	2

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Karierę zawodową jako jeden z najważniejszych aspektów życia wskazało niewiele, bo 22 osoby. Co ciekawe, jeszcze mniej osób za najważniejszy uznało wysoki status materialny. Najrzadziej respondenci wskazywali także na uznanie społeczne. Odpowiedzi te znów sugerują, że takie wartości jak zdrowie, rodzina, miłość są wysoko cenione przez młodych. Respondenci zwrócili uwagę również na to, że istotnym jest „być sobą”, co znajduje odzwierciedlenie w wysoko ocenianej wartości zdefiniowanej jako wewnętrzny spokój i harmonia.

Powyższe spostrzeżenia znajdują potwierdzenie w literaturze przedmiotu oraz opisywanych tam badaniach. W raporcie pt. „Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ” przedstawione zostały wyniki badań, z których wynika, że dla 108 badanych osób urodzonych po 1990 r. najważniejszymi wartościami w życiu są kolejno: rodzina, zdrowie, samodzielność. W dalszej kolejności praca, pieniądze, kariera i rozrywka¹⁹.

¹⁹ Raport *Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, dostęp: <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (odczyt 20.05.2019).

Wnioski. Celem opracowania było przybliżenie podejścia do pracy pracowników z pokolenia Z w oparciu o wybraną literaturę przedmiotu, jak również wnioski z badań własnych.

Część pierwsza prezentowanego artykułu dotyczyła głównie scharakteryzowania wartości, jakie cenią w życiu młode osoby oraz ukazania, jakie miejsce zajmuje praca w systemie wartości pokolenia Z. Przeprowadzone badania pozwalają na następujące konkluzje:

1. Praca okazała się być ważną dla większości badanych osób, choć zdecydowanie nie najważniejszą wartością w życiu (wniosek znajdujący potwierdzenie w innych badaniach oraz w opisach funkcjonujących w literaturze przedmiotu).
2. Badani respondenci oprócz wartości społeczno-kulturowych takich jak rodzina, miłość, zdrowie cenią także takie aspekty jak: rozwój osobisty, wartości moralne, wewnętrzny spokój i harmonię, uznając te wartości za bardzo ważne zaraz po wspomnianych: rodzinie, miłości zdrowiu. Takie wyniki potwierdzają zatem liczne tezy pojawiające się w literaturze przedmiotu wskazujące na to, że pokolenie Z jako osoby wychowane w społeczeństwie dobrobytu wyżej cenią wartości niematerialne, gdyż materialne wartości uważają za oczywiste.

Dopełnieniem prowadzonych analiz było określenie, jaki model życia preferują przedstawiciele pokolenia Z i jak w model ten wpisuje się praca. W szczególności interesującym było to: jak młodzi ludzie postrzegają pracę, jakie ma ona dla nich znaczenie i jaką formę pracy preferują? Opis badań własnych wraz z odwołaniem do badań wtórnych, które pozwalają dokonać próby udzielenia odpowiedzi na powyższe pytania, jest przedmiotem drugiej części artykułu.

Bibliografia

1. Bencsik A., Horváth-Csikós G., T. Juhász., *Y and Z Generation at Workplace*, „Journal of Competitiveness”, nr 8(3)/2016, s. 90–106.
2. Bresman H., Rao V.D., *Badanie przeprowadzone w 19 krajach pokazuje podobieństwa i różnice pomiędzy pokoleniami X, Y i Z*, Wyd. Harvard Business Review Polska, dostęp: https://www.hbrp.pl/b/badanie-przeprowadzone-w-19-krajach-pokazuje-podobienstwa-i-roznice-pomiedzy-pokoleniami-x-y-i-z/PMDOEgSyj?NO_COOKIE=1 (odczyt 22.05.2019r.).
3. Cilliers E.J., *The challenge of teaching generation Z*, „International Journal of Social Sciences”, nr 3(1)/ 2017, s. 189–190.
4. Domagalska-Gredys M., *Wartości w pracy młodych pokoleń Y i Z*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, tom XIX, Zeszyt 2/ 2017, s. 42.
5. Dudek J., *Oczekiwania osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów*, (red.) A. Lipka, M. Król, *Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim*. Wyd. CeDeWu., Warszawa, 2017 s. 144.
6. Ensari M., *A study on the differences of entrepreneurship potential among generations*. „Research Journal of Business and Management”, 4(1)/ 2017 s. 53.
7. Hysa B., *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie”, z. 97/ 2016, s. 329.

8. Kapias M., Polok G., *Etos pracy w perspektywie badań longitudinalnych nad preferencjami aksjologicznymi studentów UE Katowice*, „Studia Ekonomiczne”, tom 187/ 2014, s. 158.
9. Karmolińska-Jagodzick E., *Komunikacja międzypokoleniowa – rozważania wokół różnic kulturowych*, „Studia Edukacyjne” nr 21/2012, s. 193 dostęp online: http://repozytorium.amu.edu.pl:8080/bitstream/10593/4286/1/studia_eduk_21_s_191-210.pdf (odczyt: 20.05.2019 r.).
10. Swadźba U., *Etos pracy w Polsce. Ewolucja zjawiska*. [w:] U. Swadźba B. Pactwa, M. Żak (red.), „Praca – więź – integracja: wyzwania w życiu jednostki i społeczeństwa: monografia poświęcona pamięci prof. zw. dr. hab. Władysława Jachera. T. 1, Praca, przedsiębiorczość, gospodarka oparta na wiedzy”, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2015, s. 86.
11. Szydło J., *Differences Between Values Preferred by Generations X, Y and Z*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. 18, z. 3, cz. 1/2017, s. 91.
12. Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/ 2014, s. 407.
13. Świerkosz-Hołyś M., *Pokolenie Z wkracza na rynek pracy*, „Społeczeństwo i Edukacja”, nr 21(2)/2016, s. 441.
14. Wiktorowicz J., Warwas I., *Pokolenia na rynku pracy*, (red.) J. Wiktorowicz, I. Warwas, M. Kuba, E. Staszewska, P. Woszczyk, A. Stankiewicz, J. Kliombka-Jarzyna, *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2016, s. 22.
15. Raport *Zmiany pokoleniowe na rynku pracy – XYZ*, dostęp: <http://szkolenia-biznesowe.prolearning.pl/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Raport-XYZ.pdf> (odczyt 20.05.2019).
16. Wąsowski M., *Co pokolenia X, Y i Z myślą o sobie i innych na rynku pracy? Słowo „leniwi” często się pojawia*, 2018, dostęp: <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarządzanie/pokolenia-x-y-i-z-na-ryнку-pracy-raport-universum-global/z543vnf> (odczyt 22.05.2019).
17. Żarczyńska-Dobiesz A., Chomątowska B., *Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 350/2014, s. 408.

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

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