

Młodzi na rynku pracy

WSTĘP

O Pokoleniu Y powstało setki opracowań. Powoli zbliża się czas, kiedy głos młodych ludzi – urodzonych po 1980 roku – zacznie nabierać siły... także na rynku pracy. Okazuje się, że dominujący od lat model rynku pracodawcy za kilka lat może zmienić się w rynek pracownika – pracownika zupełnie inaczej podchodzącego do kariery, pracy i życia zawodowego niż jego starsi o dekadę lub dwie koledzy. Zdając sobie sprawę z dynamicznego charakteru procesów zachodzących na rynku pracy, pochylamy się nad zagadnieniami związanymi z Generacją Milenium i Pokoleniem Z.

W naszym opracowaniu staramy się znaleźć odpowiedzi na pytania dotyczące obecnej sytuacji młodych ludzi na rynku pracy oraz ich roli w najbliższej przyszłości. Przyglądamy się również cechom młodych pracowników, a także staramy się ustalić, czy i jakie wyzwania stoją przed biznesem w związku z rosnącą liczbą młodych ludzi na rynku pracy, oraz przedstawiamy dobre praktyki tych firm, które tym wyzwaniom starają się sprostać już dziś.

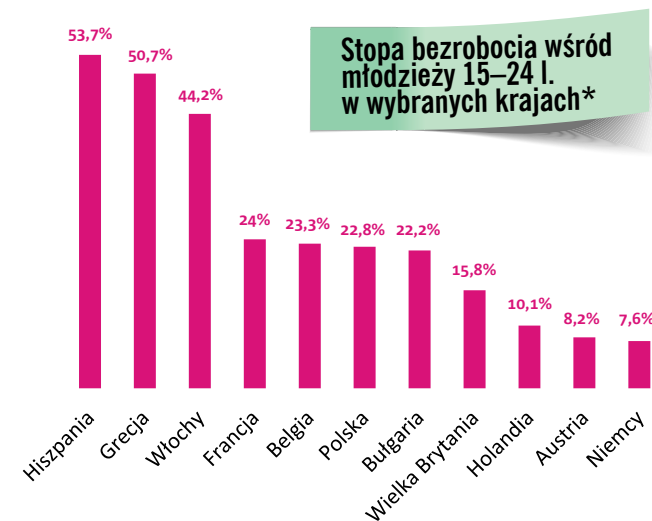
Pokolenie Y – pokolenie ludzi, którzy urodzili się w ostatnich latach socjalizmu, do szkoły chodzili w latach 90., a w dorosłość wkraczali w nowym stuleciu (dlatego wymiennie mówimy o Generacji Milenium). Wspólne doświadczenia pokolenia to m.in. dorastanie w gospodarce wolnorynkowej, szeroki kontakt z technologią (ludzie ci obserwowali jej rozwój), większe możliwości przemieszczania się poza granice kraju.

Pokolenie Z – pokolenie ludzi, którzy urodzili się po 1995 roku, byli dziećmi, kiedy Polska wstępowała do UE i NATO, dlatego właściwie nie pamiętają oni czasów „poza Unię Europejską”, żyją w świecie nowych technologii, są bardzo sprawni w wykorzystywaniu mediów społecznościowych do komunikowania się z innymi (Facebook), zbierania informacji (Twitter), gromadzenia zdjęć (Instagram).



I. Rynek pracy a młodzi ludzie

Zagadnienia związane z rynkiem pracy nie schodzą z ust ekspertów, dziennikarzy i publicystów od kilku lat. Kryzys gospodarczy tak bardzo uderzył w jego stabilizację, że uruchomił wielowymiarowe problemy. Jednym z nich jest

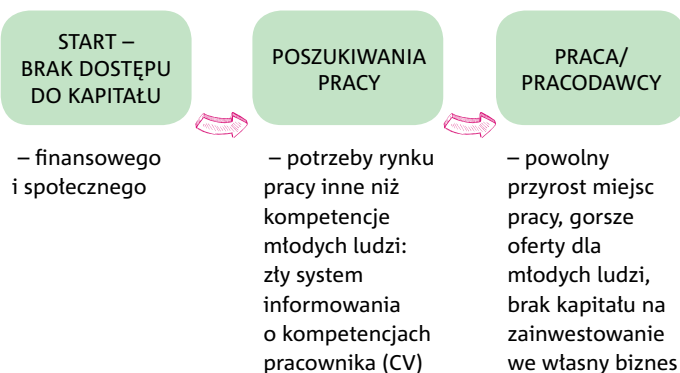


ŹRÓDŁO: RAPORT 2014 „MŁODZI NA RYNKU PRACY. POD LUPĄ”, SYTUACJA MŁODYCH NA RYNKU PRACY Z PERSPEKTYWY PRZEDSIĘBIORSTW MŚP, EUROPEJSKI PROGRAM MODERNIZACJI POLSKICH FIRM. * DANE NA KONIEC SIERPNI 2014 R.

szeroko w Europie komentowane bezrobocie wśród młodych ludzi. Wraz z zatamaniem gospodarczym przedsiębiorcy ograniczali zatrudnienie, a jednocześnie mając do wyboru osoby bardziej doświadczone i te dopiero wstępujące na rynek pracy, decydowali się na zatrudnianie tych pierwszych.

Jak czytamy w analizie GRAPE¹, nie tylko bardzo młodzi, ale też osoby w wieku 25–34 lata w Polsce także borykają się z wieloma problemami na rynku pracy, a niektórzy analitycy uważają wręcz, że ich sytuacja jest najtrudniejsza. W przeważającej większości zakończyli już edukację, niektórzy założyli rodziny i może nawet zaciągnęli kredyty. Należy podkreślić, że choć – jak pokazują analizy² – osoby z wyższym wykształceniem są teoretycznie mniej zagrożone na rynku pracy, to jednak wartość dyplomu w ostatnich latach drastycznie spada. Na skutek nasycenia rynku pracy absolwentami uczelni, kształcących często masowo, na niskim poziomie - dyplom szkoły wyższej traci wartość rynkową. Autorzy raportu „Młodzi 2011” zdiagnozowali kilka istotnych barier, z którymi borykają się młodzi ludzie w procesie podejmowania zatrudnienia.

KLUCZOWE BARIERY DLA MŁODZIEŻY NA RYNKU PRACY



ŹRÓDŁO: K. SZAFRANIEC, RAPORT „MŁODZI 2011”, KANCELARIA RADY MINISTRÓW, WARSZAWA 2011, s. 136–138.

¹ <http://grape.uw.edu.pl/wp-content/uploads/>

² Raport 2014 „Młodzi na rynku pracy. Pod lupą”, op.cit., s. 36.

Młodzi ludzie dobrze orientują się w trendach na rynku pracy, ponieważ, jak pokazują badania Deloitte, lepiej sytuację ekonomiczną kraju oceniają studenci kierunków związanych z ekonomią, finansami i rachunkowością, a gorzej osoby studiujące na takich kierunkach, jak marketing i zarządzanie czy prawo i administracja³. Ponadto badani bardzo krytycznie wyrażają się na temat systemu edukacji i jego roli w wyposażeniu ich w odpowiednie kompetencje. Te oceny mogą się oczywiście wiązać z oszacowaniem swoich szans na rynku pracy.

BRANŻE Z NAJWIĘKSZĄ ILOŚCIĄ OFERT PRACY W POLSCE:

- IT (10,18% ogółu),
- księgowość i finanse (9,17%),
- administracja (5,94%)

BEZROBOCIE WEDŁUG POZIOMU WYKSZTAŁCENIA:

- studia wyższe 5,7%,
- szkoła policealna i średnia zawodowa 9,2%,
- liceum ogólnokształcące 13,9%,
- szkoła zasadnicza zawodowa 11,3%,
- gimnazjum lub niższe 19%

ŹRÓDŁO: WWW.HRTRENDY.PL/2014/03/24/WARTOSC-DYPLOMU-SYTUACJA-ABSOLWENTOW-RYNKU-PRACY-RAPORT/

Ostatnie prognozy zmian demograficznych i związanej z nimi sytuacji rynku mogą jeszcze bardziej wzmocnić Y-greki i Z-etki. Otóż z najnowszych analiz Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że bardzo prawdopodobnym scenariuszem na 2020 rok jest niedobór rąk do pracy.

³ Raport, Pierwsze kroki na rynku pracy. Międzynarodowe badanie studentów i absolwentów, Deloitte, kwiecień 2013, s. 29.

- **84%** badanych Polaków twierdzi że Zachód „kusi” nas wyższymi zarobkami
- **59%** Polaków rozważających emigrację nie ma żadnych dochodów
- **7%** Polaków rozważających emigrację zarabia powyżej 3000 zł
- **35%** Polaków w przedziale wiekowym 25–35 lat i **31%** studentów deklaruje chęć wyjazdu

ŹRÓDŁO: P. MACIEJEWICZ, ZAGRANICZNA ZIEMIA OBIECANA: W EMIGRACJI SWYCH SZANS UPATRUJE JEDNA PIĄTA POLAKÓW, 13.11.2014, [HTTP://WYBORCZA.BIZ/BIZNES/1,100896,16964809,ZAGRANICZNA_ZIEMIA_OBIECANA__W_EMIGRACJI_SWYCH_SZANS.HTML?BIZNES=TORUN#BOXBIZTXT](http://WYBORCZA.BIZ/BIZNES/1,100896,16964809,ZAGRANICZNA_ZIEMIA_OBIECANA__W_EMIGRACJI_SWYCH_SZANS.HTML?BIZNES=TORUN#BOXBIZTXT)

Z jednej strony musimy się liczyć z narastającą wciąż emigracją, z drugiej z faktem nieodległego w czasie przejścia na emeryturę obecnych pracowników z wyżu demograficznego. Zatrważające już dane mówiące o masowej emigracji dodatkowo wzmocnione są informacjami o tym, że emigrują już nie tylko ci, którzy nie mają w Polsce pracy, ale wyjazd zarobkowy rozważają także osoby, które w kraju zarabiają kilka tysięcy złotych miesięcznie⁴. Jeśli te prognozy się sprawdzą, za kilka lat na rynku pracy będzie toczyła się prawdziwa walka o talenty, bo jak pokazuje badanie ManpowerGroup prawie 40% przedsiębiorców twierdzi, że niedobór talentów i produktywności⁵. Co więcej, o najlepszych pracowników będą z przedsiębiorstwami konkurować podmioty z rozwijającego się sektora pozarządowego, który oferuje coraz atrakcyjniejsze i zgodne z wartościami młodych ludzi miejsca pracy.

⁴ wyborcza.biz/biznes/1,100896,16964809,Zagranczna_ziemia_obiecana__w_emigracji_swych_szans.html?biznes=torun#BoxBizTxt

⁵ Raport Niedobór Talentów 2013, ManpowerGroup, http://www.manpowergroup.pl/repository/Raporty/Niedobor/PL/2013_Niedobor_talentow_Raport_ManpowerGroup.pdf, s. 3.



Anna Plewa

– Akademia Finansów i Biznesu Vistula
Dyrektorka ds. Współpracy z Biznesem
i Rozwoju Studentów

Czy szkolnictwo wyższe przygotowuje młodych ludzi do efektywnego funkcjonowania na rynku pracy? To pytanie bez jednoznacznej odpowiedzi, choć obserwujemy w ostatnich latach wiele zmian

systemowych, których nadrzędnym celem jest dostosowanie efektów kształcenia do oczekiwań rynku, np. praktyczne profile kształcenia, praktyki i staże zapisane w programach studiów czy „obligowanie” uczelni do współpracy z biznesem. Jak wiadomo, na widoczne efekty zmian systemowych musimy jeszcze trochę poczekać, tym bardziej że jak każda poważna zmiana napotyka ją one opór materii polegający przede wszystkim na postawach przedstawicieli kadry akademickiej. Realne zmiany zachodzą jednak zazwyczaj na kilku poziomach równolegle. Wiele uczelni, widząc bardzo silną konkurencję na rynku edukacyjnym, wdraża własne pomysły i programy zwiększające ich przewagę. Ponieważ głównym miernikiem sukcesu szkół wyższych są absolwenci, o których ubiegają się pracodawcy, one same starają się znaleźć sposoby wykształcenia w studentach takich kompetencji, które zapewnią im sukces zawodowy. Z naszych badań wynika, że pracodawcy mają konkretne potrzeby – nie oczekują bardzo szerokiej wiedzy teoretycznej, ale umiejętności wykorzystania podstawowej wiedzy w praktyce. Kluczową kompetencją poszukiwaną dziś przez pracodawców jest postawa pracownika. Jej podstawowe komponenty to: zaangażowanie i proaktywność, otwartość na nowe doświadczenia i odpowiedzialność. Niestety, klasyczne systemy kształcenia nie posiadają dziś metod i technik rozwijania takich umiejętności. Opracowany przez Grupę Uczelni Vistula „Model współpracy z biznesem” zmierza w kierunku zaspokojenia potrzeb trzech naszych głównych klientów: studentów, absolwentów i przedsiębiorców.



Jolanta Miśków,

– Portal PulsHR
Za-ca redaktora naczelnego

Mimo ukończonych studiów – nierzadko na kilku kierunkach – młodzi często mają problem ze startem zawodowym. Pracodawcy narzekają na niedopasowanie kompetencji do ich oczekiwań.

Dlatego tak ważne jest, żeby młodzi zaczęli zdobywać doświadczenie podczas studiów – biorąc udział w praktykach, stażach czy pracując w czasie wakacji. Sam dyplom uczelni nie jest już gwarantem pracy. Po pierwsze dlatego, że współcześnie studia nie są już niczym elitarnym, a po drugie ponieważ często programy studiów oprócz wiedzy teoretycznej nie dostarczają studentom praktycznych umiejętności, przez co pracodawcy oceniają ich kompetencje jako słabe. Inną kwestią utrudniającą przedstawicielom młodego pokolenia start na rynku pracy jest ich nastawienie. Pracodawcy zarzucają młodym brak pokory i wygórowane oczekiwania finansowe, określając ich postawę jako roszczeniową. Podczas kontaktu z pierwszym pracodawcą okazuje się, że nie będą zarabiać tyle, ile się spodziewali, i że nie zawsze od razu dostaną umowę o pracę. Wówczas część z nich podejmuje decyzję o wyjeździe za granicę. Warto podkreślić, że postawa młodych nie wzięta się znikąd – to efekt utopijnego przekonania, że po studiach czeka ich zawrotna kariera. Taki pogląd wpajali im rodzice, wysyłając na studia i uczelnie kuszące kandydatów ciekawymi kierunkami, po których miała czekać na nich dobrze płatna praca. Tyle tylko, że warunki rynkowe zdążyły się przez ten czas bardzo zmienić. Nie oznacza to jednak, że wszystkich absolwentów studiów czeka rozczarowanie na rynku pracy. Istnieją takie kierunki, jak na przykład informatyka, które nie tylko gwarantują pracę tuż po opuszczeniu murów uczelni, ale też bardzo dobre wynagrodzenie.

II. Pokolenia Y i Z – charakterystyka

75% – taki odsetek siły roboczej będzie stanowiło Pokolenie Y w 2025 roku⁶. W kolejnych latach dotychczas do niego młodszy koledzy z Pokolenia Z. Skoro dzisiejsze 20- i 30-latkowie zdominują przyszły rynek pracy, należy spodziewać się, że jego funkcjonowanie będzie uzależnione od stylu życia, potrzeb i oczekiwań Pokolenia Y i Pokolenia Z. Skoro oni będą liderami społecznymi, politykami, menedżerami, warto ich poznać i zastanowić się, czy polscy Milenialsi rzeczywiście będą stanowić siłę forsującą swój styl na rynku pracy. Obecna sytuacja rynkowa oraz fakt, że tylko część Pokolenia Y już funkcjonuje na rynku pracy, powoduje, że ich „siła przetargowa” jest na razie ograniczona. Pracodawcy choć dostrzegają w nich potencjał i kreatywność, to jednak często zwracają uwagę na brak kompetencji potrzebnych na rynku.

W najbliższym roku osoby urodzone pomiędzy 1981 a 1996 rokiem będą stanowić nową większość siły roboczej i prawdopodobnie przeorganizują środowisko pracy według własnych wyobrażeń. Oznacza to duże zmiany w kulturze organizacyjnej.

Źródło: S. Brownstone Fast Comany, www.fastcoexist.com/3037823/millennials-will-become-the-majority-in-the-workforce-in-2015-is-your-company-ready

Zarówno pracodawcy, jak i sami zainteresowani obwiniają za ten stan rzeczy system edukacji. Z raportu „Młodzi na rynku pracy. Pod lupą” dowiadujemy się, że zdaniem większości pracodawców ci, którzy kończą szkoły, są zupełnie nieprzygotowani do efektywnego funkcjonowania na rynku pracy i z tych też powodów część firm ich po prostu nie zatrudnia⁷. Jest to niewątpliwie duże wyzwanie, ale także spore zagrożenie dla młodych ludzi. Wolno jednak przypuszczać, że za kilka lat sytuacja może się zmienić, ponieważ to dzisiejsi i doświadczeni pracownicy mogą nie sprostać wymaganiom

⁶ K. Nowakowska, „Plug and work” czyli pracownik przyszłości. Bez etatu, zawsze gotowy do pracy, ale szczęśliwy, 07.11.2011, Gazeta Prawna, serwis.gazetaprawna.pl/praca-i-kariera/artykuly/834057,pracownik-przyszlosci-plug-and-work.html

⁷ Raport 2014 „Młodzi na rynku pracy. Pod lupą”, op.cit.

BRAKI U MŁODYCH PRACOWNIKÓW WEDŁUG PRACODAWCÓW



- Brak doświadczenia w kontakcie z klientem
- Brak umiejętności rozwiązywania problemów
- Deficyt kompetencji interpersonalnych
- Nieumiejętność pracy w zespole

ŹRÓDŁO: WWW.HRTRENDY.PL/2014/06/24/STUDENCI-NIE-ZNAJA-OCZEKIWAN-PRACODAWCOW-RAPORT-PARP/

KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI



- Zdolność do analizowania i rozwiązywania problemów w miejscu, gdzie zawodzą „maszyny”
- Inteligencja społeczna i emocjonalna
- Nowe, kreatywne myślenie – biegłość w rozwiązywaniu pojawiających się problemów
- Zdolność do pracy w wielokulturowym środowisku
- Umiejętność krytycznego wykorzystywania nowych mediów
- Zdolność do rozumienia pojęć w wielu dyscyplinach
- Myślenie projektowe
- Umiejętność filtrowania istotnych danych w szumie informacyjnym
- Umiejętność współpracy w zespołach wirtualnych

ŹRÓDŁO: RAPORT FUTURE WORK SKILLS 2020, INSTITUTE FOR THE FUTURE FOR HE UNIVERSITY OF PHENIX RESEARCH INSTITUTE [HTTP://WWW.IFTF.ORG/UPLOADS/MEDIA/SR-1382A_UPRI_FUTURE_WORK_SKILLS_SM.PDF](http://WWW.IFTF.ORG/UPLOADS/MEDIA/SR-1382A_UPRI_FUTURE_WORK_SKILLS_SM.PDF), s. 7–12

rynkowym, a prognozowane kompetencje przyszłości są niemal tożsame z młodymi ludźmi, którzy wychowali się w szumie informacyjnym, sieci internetowej i jest oswojone z mobilnością.

Biorąc pod uwagę warunki, w jakich dorastało Pokolenie Y i dorasta jeszcze Pokolenie Z, należy przyjąć, że do większości z tych kompetencji są socjalizowani od najmłodszych lat. Diagnozy mówiące o tym, że osoby należące do Pokolenia Y będą stanowiły główną siłę na rynku pracy, spowodowały, że coraz więcej analityków i badaczy zajęło się ich charakterystyką. Najczęściej młodych ludzi przedstawia się jako jednorodną grupę, której członkowie bardzo cenią sobie równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym oraz nie przywiązują się do miejsca pracy. Badanie Deloitte „Pierwsze kroki na rynku pracy” dowodzi jednak, że młodzi nie stanowią homogenicznej grupy i można wśród nich wyróżnić 6 typów pracowników⁸. (patrz: tabela „Nastawienie do kariery wśród młodych” na str. 5)

Pomimo tych różnic w podejściu do życia zawodowego i kariery, większość Milenialsów posiada wspólne i charakteryzujące ich cechy. Często są to osoby bardzo dobrze wykształcone, co będzie miało niebagatelne znaczenie w kontekście prognozowanej na rynku pracy walki o talenty. W związku z tym, że urodzeni po 1980 roku wychowali się w świecie nowych technologii, świetnie radzą sobie z wszelkiego rodzaju nowinkami technologicznymi, szybko się z nimi oswiają i potrafią je wykorzystać w rozwiązywaniu problemów bądź ułatwianiu sobie funkcjonowania. Dominująca obecność technologii w ich życiu powoduje jednak ryzyko, że po „odcięciu” od technologii i sieci osoby te mogą czuć się zagubione i mieć kłopoty z wyszukaniem informacji tradycyjnymi metodami. Cechująca to pokolenie popularność programu Erasmus i swoboda przemieszczania się oraz kontaktowania z całym światem spowodowała, że większość z dobrze wykształconych osób świetnie zna języki obce, Y-greki swobodnie czują się w środowisku międzynarodowym, a mobilność nie stanowi dla nich problemu.

⁸ Raport Pierwsze kroki na rynku pracy, op.cit.

NASTAWIENIE DO KARIERY WŚRÓD MŁODYCH

29%
Nastawieni na pracę

Mocno ukierunkowani na rozwijanie swojej kariery zawodowej, wysoko cenią rozwój, dlatego aktywnie korzystają z wszelkiego rodzaju szkoleń. Czas wolny i zachowanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym jest na drugim planie.

20%
Poszukujący znaczenia

Praca jest bardzo ważna, ale nie ważniejsza niż rozwój osobisty czy rodzina i znajomi. W ich mniemaniu praca powinna dawać satysfakcję, a nie tylko pieniądze.

16%
Beztroscy

Najbardziej cenią sobie czas spędzony z przyjaciółmi i znajomymi, dlatego w pracy nie angażują się w wykonywanie zadań na 100%.

14%
Wymagający

Wysoko cenią pracę i rozwój kariery zawodowej przy jednoczesnym szacunku do swojego czasu wolnego i zachowania work-life balance. Są pewni siebie i wysoko oceniają swoją wartość rynkową.

11%
Unikający

Ponad pracę przedkładają spokojne, możliwe bezstresowe życie oraz czas dla siebie. Raczej się nie doszkalają, nie odbywają staży, nie poszukują aktywnie lepszej pracy, bo tę, którą mają, traktują jako sposób na zarabianie pieniędzy.

11%
Zdystansowani

Priorytetem są zdrowie i rodzina, o które bardzo dbają. W pracy cenią sobie możliwość godzenia życia zawodowego z prywatnym i kontakt z życzliwymi ludźmi.

ŹRÓDŁO: RAPORT PIERWSZE KROKI NA RYNKU PRACY. MIĘDZYNARODOWE BADANIE STUDENTÓW I ABSOLWENTÓW, DELOITTE, KWIECIEŃ 2013.

Osoby odbywające praktyki oczekują wynagrodzenia netto na poziomie o około 20 proc. wyższym niż wynosi aktualnie minimalna płaca. W przypadku pierwszego pełnoetatowego zajęcia chcą zarabiać 2,8 tys. zł, czyli o około 6 proc. więcej niż wynosi przeciętne wynagrodzenie w Polsce, choć jednocześnie deklarują, że pensja nie jest najważniejszym kryterium rozwoju zawodowego.

Źródło: Raport Deloitte, Pierwsze kroki na rynku pracy.

O ile jeszcze obecna sytuacja na rynku pracy powoduje, że Y-greki dostosowują się do warunków, jakie stawiają pracodawcy, to można przypuszczać, że w perspektywie kilku i kilkunastu lat pracodawcy będą musieli uwzględnić w swojej polityce personalnej oczekiwania i potrzeby dzisiejszych 20- i 30-latków, które wiążą się nie tylko, jak twierdzą eksperci, z wymaganiami finansowymi, ale także z potrzebą godzenia życia zawodowego z prywatnym. Mogą mieć także dość swobodny stosunek do miejsca pracy, nie wiążą się raczej z pracodawcą na dłużej niż 3 lata, co po części wynika z często obserwowanego gwarantowanego „schronienia” w domu rodzinnym i stałego wspierania przez rodziców.

Ludzie urodzeni w latach 80. i 90. z trudnością tolerują autorytatywny styl zarządzania, a preferują otwartość i chętnie angażują się w partycypowanie w planowaniu i dyskusjach służących podejmowaniu decyzji o kierunkach działań firmy. Dla pracowników przyszłości niezwykle istotną częścią wykonywanej pracy jest uzyskiwanie konstruktywnego feedbacku od przełożonego, co z jednej strony może wynikać z procesów wychowawczych i zwyczajów „życia” w sieci (gdzie każdy jest oceniany), a z drugiej ocena pozwala oszacować progres w rozwoju osobistym, który dla Y-greków jest także bardzo istotny. Pokolenie żyjące w szumie informacyjnym, stale bodźcowane nowymi wrażeniami, może mieć kłopot z monotonią w pracy, warto więc stworzyć takie środowisko pracy, w którym Y-greki będą miały poczucie, że stawiają czoła wyzwaniom, realizują jasno definiowane cele i osiągają oczekiwane rezultaty. Znana i obserwowana przez lata rywalizacja i „wyścig szczurów” są powoli wypierane przez skłonność do współpracy. Młodzi ludzie bardzo szybko

organizują się w rozmaite społeczności, chętnie dzielą się wiedzą, doświadczeniami i pomysłami, co znowu w pełni odpowiada ich potrzebie pracy w pozytywnej atmosferze oraz zachowania pewnej spójności w życiu zawodowym i prywatnym, którą można określić zdaniem „pracuj tak, jak żyjesz”⁹.

Milenialsi oczekują od Ciebie pomocy i wsparcia w tworzeniu lepszego świata. Bądź ich mentorem, daj im pożyczki, zatrudnij ich i co najważniejsze traktuj ich z szacunkiem.

Źródło: D. Schawbel, Why You Can't Ignore Millennials? <http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2013/09/04/why-you-cant-ignore-millennials/>

⁹ Ibidem.



Halina Frańczak

– Deloitte, dyrektor marketingu i komunikacji w Polsce oraz krajach bałtyckich

Pokolenia Y i Z to nie tylko osoby, które nad pracę zawodową przedkładają własny rozwój i osobiste szczęście. Wśród przedstawicieli tych generacji można wyróżnić kilka typów charakteryzujących się

skrajnie różnym podejściem do pracy i życia prywatnego. Te różnice widać szczególnie w Polsce, gdzie rozbieżność warunków ekonomicznych między regionami wpływa na duże zróżnicowanie motywacji i ambicji młodych. To, co ich łączy, to wiara w siebie i optymizm co do znalezienia interesującego zajęcia, a także nacisk na zindywidualizowany rozwój. Często od pieniędzy ważniejsze są dla nich dostęp do mentorów i ciekawa oraz pełna wyzwania ścieżka kariery, a także udział w pasjonujących, innowacyjnych projektach. To pokolenie nie ma kompleksów, nie odczuwa barier w szukaniu pracy poza własnym krajem, a równocześnie dzięki obecności w mediach społecznościowych jest świetnie zorientowane w ofertach na rynku pracy.

Rynek premiuje dziś szybkość, elastyczność i gotowość do zmian, zarówno po stronie pracodawców, jak i pracowników. Jedni i drudzy muszą zrozumieć, że charakter ich relacji i wzajemnych oczekiwań bardzo się zmienił. Młodzi ludzie preferują mniej sformalizowany, ale za to bardziej samodzielny i niezależny styl pracy. Wyniki tegorocznego badania Deloitte i Universum, które pokazują, że studenci na całym świecie, także w Polsce, marzą o pracy w Google, nie pozostawiają co do tego wątpliwości.



Dr Krzysztof Wasielewski

– Instytut Socjologii UMK w Toruniu, socjolog młodzieży i edukacji

Współczesne młode pokolenie to przede wszystkim dzieci otwartej Europy i nowoczesnych technologii. Z tą pierwszą cechą wiąże się otwartość na świat, inne kultury, łatwość podróżowania czy brak przywiązania do podejmowanej pracy

i miejsca (kraju), w którym przyszło ją wykonywać. Przychodzi to wyjątkowo łatwo, bowiem młodzież zna języki obce i jest gotowa uczyć się nowych rzeczy. Z tą drugą cechą wiąże się niemal powszechna znajomość nowoczesnych urządzeń i technologii. To pokolenie, które żyje przede wszystkim w świecie wirtualnym, w stałym kontakcie z komputerem czy smartfonem połączonym z internetem, w którym „żyje” na portalach społecznościowych, kontaktując się z podobnymi sobie na całym świecie.

Patrząc z perspektywy rynku pracy to potencjalni pracownicy wolnych zawodów (np. informatycy, graficy komputerowi czy specjaliści public relations, pracownicy nowoczesnych korporacji). Predestynuje ich do tego, z jednej strony, indywidualizm, z drugiej zaś, mniejsze kompetencje społeczne objawiające się występującymi czasem trudnościami w komunikacji face to face. Może to skutkować swoistym zagubieniem w szarej rzeczywistości i kłopotami z dostosowaniem się i akceptacją obowiązujących tam reguł. Pamiętać należy, że jakkolwiek współczesne młode pokolenie ma zazwyczaj wysokie, aczkolwiek zróżnicowane jakościowo wykształcenie, to już niekoniecznie wysokie kompetencje. Oba te elementy zależą od umiejętności konstruowania własnej ścieżki kariery (również tej szkolnej), na którą wpływa w znacznej mierze kapitał kulturowy rodziny i umiejętności jego wykorzystania. Ten zaś jest mocno zróżnicowany. Sukces dzieci będzie zatem mocno uzależniony od sukcesu (bądź jego braku) rodziców.

III. Wyzwania dla biznesu

Pojawienie się kilka lat temu pracowników z Pokolenia Y nie wywołało od razu u pracodawców dużych zmian, warto jednak zdać sobie sprawę z tego, że z biegiem lat liczba młodych osób tworzących rynek pracy będzie tylko rosta. Przed biznesem, przyzwyczajonym do określonego od dawna porządku, te zachodzące już pokoleniowe zmiany stawiają konkretne wyzwania.

Wyzwania

WORK-LIFE BALANCE

Według badań Inteligence Group aż 74% przedstawicieli Pokolenia Y deklaruje, że chce pracować w ramach elastycznego czasu pracy, a 88% oczekuje stworzenia możliwości integracji życia zawodowego i prywatnego (work-life integration).

Dlaczego?

Postrzeganie pracy przez młodych ludzi w kategoriach zupełnie innych niż przez ich starszych kolegów.

Dla Pokolenia X (ludzi urodzonych w latach 60-tych, 70-tych i początku lat 80-tych) życie zawodowe jest na tyle ważne, że determinuje wiele sfer życia prywatnego. Pokolenie Y do pracy podchodzi raczej swobodnie, ponieważ równie ważna lub ważniejsza jest dla niego sfera życia prywatnego.

Młodzi lepiej odnajdują się w środowiskach, które oferują elastyczny model pracy. Nie chodzi o to, by pracować wyłącznie zdalnie lub odejść od regulaminowych godzin pracy «od do». Pokolenie Y doceni przejawy elastyczności, które mogą polegać np. na możliwości wykonania części pracy z domu lub zwiększenia tolerancji na incydentalne odejścia od sztywno ustalonych godzin pracy.

Źródło: M. Massalski, Jak budować kapitał z Pokoleniem Y?, inwestycje.pl/kadry_i_place/Jak-budowac-kapital-z-Pokoleniem-Y;179048;0.html

Wyzwania

ZMIANA SYSTEMÓW MOTYWACYJNYCH

Dla młodych ludzi ważniejsze niż premia mogą okazać się: atmosfera pracy, możliwości rozwoju osobistego, wyzwania przed nimi stawiane, możliwość zespołowej pracy przy ciekawych projektach, kreowanie indywidualnej ścieżki rozwoju zawodowego.

Dlaczego?

Młodzi ludzie w przeciwieństwie do swoich starszych kolegów nie żyją po to, by pracować, ale pracują, by żyć. Tak odmienna postawa wobec pracy ma także wpływ na to, co motywuje poszczególnych pracowników do działania i co sprawia, że rośnie lub słabnie lojalność wobec pracodawcy. Kariera, pieniądze, uznanie w oczach szefa nie imponuje już Y-grekom jak ich starszym o pokolenie kolegom.

Firmy stosują coraz bardziej zróżnicowane pakiety wynagrodzeń, ale nie sprawdzają, czy spełniają one rolę motywacyjną. Błędem jest niedocenywanie motywacji pozapłatcowej i niedopasowanie benefitów do wieku, zainteresowań czy potrzeb pracownika.

Źródło: D. Czerwińska, Trudne wyzwania przed działami HR, <http://kariera.pb.pl/2528059,62969,trudne-wyzwania-przed-dzialami-hr>

ZARZĄDZANIE ZESPOŁAMI WIELOPOKOLENIOWYMI

Istnieją jednak „przykłady organizacji, które wdrożyły politykę zarządzania różnorodnością (...). Zespoły zdywersyfikowane są bardziej zmotywowane, proaktywne, a poziom fluktuacji kadr jest w nich mniejszy. Menedżerowie wskazują, że nawet przyłączenie do zespołu jednej czy dwóch osób z pokolenia 50+ powoduje wzrost motywacji innych pracowników i produktywności grupy”.

(Źródło: J. Naduk, Zdywersyfikowany zespół: na styku pokolenia 50+ i generacji Y, Forbes, <http://kariera.forbes.pl/zdywersyfikowany-zespol-na-styku-pokolenia-50-i-generacji-y,artykuly,158353,1,1.html>)

Zanim, jak pokazują badania, w roku 2025 Pokolenie Y będzie stanowiło 75% siły roboczej, firmy muszą mądrze zarządzać pracownikami niezwykle zróżnicowanymi wiekowo. Obecnie w jednym miejscu pracy spotykają się różne generacje pracowników, z odmiennymi potrzebami, oczekiwaniami i aspiracjami. Obecnie na rynku pracy aktywne jest Pokolenie Baby Boomers (ludzie urodzeni w latach 40-tych i 50-tych), Pokolenie X, od kilku lat Pokolenie Y, a przez furtkę rynku pracy zaglądamy już przedstawicieli Pokolenia Z.

Dla korporacyjnej starszyny Zety są jeszcze bardziej obce niż Mileniałsi, do odmienności których i tak trudno było przywyknąć. Teraz już jednak nie chodzi o to, aby poradzić sobie z kolejnymi pracownikami niedostosowanymi do zastanego w firmach porządku. Ważniejszym wyzwaniem staje się to, jak w ogóle ogarnąć firmę, w której pracuje aż pięć pokoleń: od 70-letnich dziadków po 20-letnich smarkaczy.

Źródło: A. Kowalik, Pięć pokoleń w jednej firmie, kariera.forbes.pl/kto-pracuje-w-korporacjach,artykuly,181481,1,1.html

Wyzwania

SPÓŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRACODAWCY

Stawiając na autentyczność, dążą do integrowania swoich wartości z miejscem pracy, co oznacza, że firmy w coraz większym stopniu zobowiązane będą do realnego inwestowania w programy rozwoju odpowiedzialności i minimalizowania negatywnego oddziaływania na otoczenie.

Dlaczego?

Młodzi w coraz większym stopniu będą egzekwować od pracodawców realnych dowodów na wdrażanie strategii CSR. Badania „The Millennial Survey 2014” pokazują, że większość przedstawicieli Pokolenia Y uważa, że biznes powinien bardziej zaangażować się w rozwiązywanie problemów społecznych (np. gospodarowanie zasobami naturalnymi, przeciwdziałanie nierównościom ekonomicznym). Pokolenie Milenium wierzy, że biznes może wesprzeć społeczeństwo w zakresie:

- Niedostatku zasobów naturalnych – 68%
- Zmian klimatycznych – 65%
- Nierówności społecznych – 64%

Źródło: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-infographic.pdf>

Zdaniem respondentów sukces działalności firmy powinno mierzyć się nie tylko wynikami finansowymi, ale również tym, w jakim zakresie wpływa ona na poprawę jakości życia społeczeństwa. Zdaniem Pokolenia Y powinien to być jeden z podstawowych celów działania przedsiębiorstwa. Młodzi ludzie interesują się działalnością charytatywną i udziałem w „życiu publicznym”.

Źródło: http://www.brief.pl/artykul,1575,pokolenie_y_stawia_na_innowacyjnosc.html

63% Milenialsów przekazuje pieniądze na cele charytatywne, 43% działa w wolontariacie lub organizacjach społecznych, 52% podpisuje różnego rodzaju petycje.

Źródło: The Millennial Survey 2014.

Wyzwania

EMPLOYER BRANDING

Odpowiednie zarządzanie marką pracodawcy jest o tyle istotne, że w przeciwieństwie do wcześniejszych pokoleń, Generacja Y będzie lojalna i zaangażowana wobec tego pracodawcy, który zdoła ją uwieść, którego wartości będą odpowiadały potencjalnemu pracownikowi i któremu Y-grek zaufa.

Dlaczego?

Pokolenia Y i Z wychowane wśród nowych technologii i z nimi, niemal nieustannie jest on-line i prawie nie korzysta już z tradycyjnych nośników informacji. Młodzi ludzie żyją w wirtualnym świecie, zatem jeśli firmy będą zamierzały się promować wśród potencjalnych pracowników z tego właśnie pokolenia, to muszą zaangażować czas, energię i pieniądze w promocję w wirtualnej rzeczywistości. Ich aktywność nie może się ograniczać do aktualizowania strony internetowej.

Ponieważ komunikacja przy użyciu social media, tak istotna w przypadku pozyskiwania wybrednych pracowników z pokolenia Y, wymaga odpowiednich umiejętności, coraz więcej firm zaczyna zatrudniać całe działy odpowiedzialne za tę dziedzinę.

Źródło: M. Świech, Jak oblaskawić pokolenie Y?, http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90445,7864432,Jak_oblaskawic_pokolenie_Y_.html

ŹRÓDŁO:

- R. ASGHAR, WHAT MILLENNIALS WANT IN THE WORKPLACE (AND WHY YOU SHOULD START GIVING IT TO THEM), [HTTP://WWW.FORBES.COM/SITES/ROBASGHAR/2014/01/13/WHAT-MILLENNIALS-WANT-IN-THE-WORKPLACE-AND-WHY-YOU-SHOULD-START-GIVING-IT-TO-THEM/](http://www.forbes.com/sites/robasghar/2014/01/13/what-millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them/)
- J. NADUK, ZDYWERSYFIKOWANY ZESPÓŁ: NA STYKU POKOLENIA 50+ I GENERACJI Y, FORBES, [HTTP://KARIERA.FORBES.PL/ZDYWERSYFIKOWANY-ZESPOL-NA-STYKU-POKOLENIA-50-I-GENERACJI-Y,ARTYKULY,158353,1,1.HTML](http://kariera.forbes.pl/zdywersyfikowany-zespol-na-styku-pokolenia-50-i-generacji-y,artykuly,158353,1,1.html)
- THE MILLENNIAL SURVEY 2014, [WWW2.DELOITTE.COM/CONTENT/DAM/DELOITTE/GLOBAL/DOCUMENTS/ABOUT-DELOITTE/GX-DTTL-2014-MILLENNIAL-SURVEY-INFOGRAPHIC.PDF](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-infographic.pdf)



Kinga Jabtonowska-Hieronimczuk
– Siemens Sp. z o.o.,
dyrektor ds. public relations

Firmy takie jak Siemens – prowadzące działalność od wielu lat – wielokrotnie spotykają się z licznymi zmianami kulturowymi, obyczajowymi, a w ich następstwie także z przeobrażeniami na rynku,

na którym działają. Kluczową zasadą powodzenia w biznesie jest umiejętność dostosowania się do potrzeb klientów oraz rynku. Dostosowania pod każdym względem: oferty, zasobów, sposobu działania, struktur. Nie inaczej jest i tym razem. Mamy więc do czynienia z ewolucją i zmianą podejścia do pracy, do realizacji własnych potrzeb i planów. Zjawisko to należy oceniać kompleksowo. Zmiana nie może dotyczyć jedynie procesu zatrudnienia i komunikacji z pracownikami. Coraz większa rzesza klientów i odbiorców reprezentuje i będzie reprezentować generację, którą teraz określamy umownie Pokoleniem Y. Dlatego przeobrażenia powinny być skierowane zarówno do wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Wiadomo, że w biznesie sukcesy odnoszą przedsiębiorstwa elastyczne i otwarte na zmiany. Działania, które zwiększają różnorodność i elastyczność, okazują się zwykle korzystne dla firm, zwłaszcza w dłuższej perspektywie. Przedsiębiorstwa powinny zatem zwiększyć możliwości partycypacyjne, a co za tym idzie: aktywizujące własnych pracowników, umożliwiające ich udział w planowaniu własnego rozwoju oraz w określaniu celów. To nowe wyzwania – ale i nowe możliwości rozwoju także dla przedsiębiorstw. Dobrym podsumowaniem tego podejścia jest stwierdzenie prof. Krystyny Szafranec przygotowującej raport „Młodzi 2011”: „Dzisiejsza młodzież to nie jest pokolenie, które chce zmieniać świat. To raczej pokolenie, które chce się w nim zaadaptować i w nim realizować swoje cele i aspiracje”.



Jolanta Miśków
– PulsHR.pl,
z-ca redaktora naczelnego portalu

Głównym problemem firm nie jest niedobór kandydatów na rynku pracy, ale ich niedopasowanie kompetencyjne. W związku z tym pracodawcy muszą się natrudzić, żeby znaleźć i zatrudnić odpowiednią osobę na dane stanowisko,

a procesy rekrutacyjne trwają długo, są żmudne i kosztowne. Dlatego coraz większą popularnością cieszą się w Polsce programy referencyjne (tzw. friendhunting), w ramach których to pracownicy polecają do pracy kogoś ze swoich znajomych. Takie rozwiązanie zwiększa szanse zatrudnienia właściwej osoby w krótszym czasie. To czysty zysk dla obu stron, ponieważ nierzadko pracownik za polecenie nowej osoby (jeśli zostanie ona zatrudniona) dostaje gratyfikację pieniężną. A więc z jednej strony wyzwaniem dla biznesu jest sprawne i szybkie znajdowanie na rynku talentów, a z drugiej – stwarzanie coraz bardziej atrakcyjnych warunków pracy, aby zatrzymać tych pracowników, którzy już w firmie są i świetnie sobie radzą. Można się spodziewać, że w związku z tym w 2015 roku pracodawcy będą bardziej skorzy do podnoszenia wynagrodzeń, aby zatrzymać w firmie specjalistów. Jeszcze większe wyzwanie, jeśli chodzi o pozyskiwanie dobrych pracowników, czeka pracodawców z sektora informatycznego. Ostry bój o kandydatów toczy się w tej branży nie od wczoraj – przykładem akcja Luxoftu, rosyjskiej firmy informatycznej, która pracownikom biurowców w Krakowie rozdawała pączki, z informacją, że za polecenie dobrego informatyka firma płaci 4 tys. zł. Nic nie wskazuje na to, żeby w najbliższym czasie było łatwiej. Liczba miejsc pracy w IT wzrasta szybciej, niż uczelnie są w stanie wykształcić informatyków. To może wymusić na pracodawcach konieczność ściągania do Polski specjalistów z innych krajów. A i to może okazać się dużym wyzwaniem, bo deficyt informatyków dokuca całej UE.

BZWBK Grand Tour – poznaj samego siebie!

• Motywacje

Program Grand Tour – poznaj samego siebie! przeprowadzany jest w ramach Santander Universidades będącego częścią globalnego przedsięwzięcia o tej samej nazwie, realizowanego od ponad 17 lat przez Banco Santander – głównego udziałowca Banku Zachodniego WBK. Niektóre działania prowadzone w ramach Santander Universidades są odpowiedzią na wyzwania, jakie stawia młodym ludziom i pracodawcom współczesny i przyszły rynek pracy, a także odpowiedzią na potrzeby młodego pokolenia. Jak pokazują badania, młodym bardziej niż na karierze zależy na zdobywaniu doświadczenia i rozwoju kompetencji. Potrafią dobrze rozwiązywać rutynowe problemy, ale słabiej radzą sobie z niestandardowymi zadaniami, potrzebują wsparcia przy wyznaczaniu celów i szczególnie cenią sobie work-life balance.

• Charakterystyka projektu

Grand Tour – poznaj samego siebie! to sześciodniowy program rozwojowy skierowany do studentów III i IV roku studiów I stopnia oraz studentów wszystkich lat studiów II stopnia uczelni należących do Santander Universidades. Celem projektu jest ułatwienie młodym ludziom wejścia na rynek pracy i wsparcie ich rozwoju osobistego. W ramach dwuetapowego naboru zostaje wybrana maksymalnie 12-osobowa grupa studentów, która bierze udział w zajęciach i warsztatach z różnych obszarów, m.in: historia, sztuka, społeczeństwo, biznes, relacje międzyludzkie. Każdego dnia uczestnicy otrzymują plan aktywności z określonymi celami i trenowanymi kompetencjami, ułatwiający szczegółową analizę zdobywanych osiągnięć. Realizacja programu umożliwia studentom spotkanie i poznanie ciekawych ludzi:

właścicieli firm, przedsiębiorców, dyrektorów, założycieli fundacji. W trakcie całego wyjazdu uczestnikom Grand Tour – poznaj samego siebie! towarzyszy dwóch wykwalifikowanych osobistych trenerów, którzy aranżują i prowadzą codzienne wieczorne dyskusje, dające szansę dzielenia się z pozostałymi osobami wnioskami i emocjami z przeżytego dnia.

Ideą programu Grand Tour – poznaj samego siebie! jest pokazanie młodym ludziom, że dojrzałe życie nie wiąże się z rezygnacją z ideałów, że bez względu na rodzaj podejmowanej pracy każdy może mieć pozytywny wpływ na otoczenie – środowisko i ludzi. Celem projektu jest uświadomienie uczestnikom, że o sukcesie w życiu decyduje nie tylko pozycja i władza, ale również satysfakcja płynąca z aktywności, które się podejmuje. W trakcie sześciu dni uczestniczący w programie mają możliwość odkrycia swojego potencjału, pokonania barier oraz nieświadomych uprzedzeń, doświadczenia silnych, wartościowych przeżyć, poszerzenia własnych horyzontów, jak również nawiązania nowych znajomości i budowania relacji z ludźmi opartych na otwartości, szczerości i autentyczności.

Program kierowany jest do osób aktywnych społecznie, ciekawych świata oraz przygotowujących się do wejścia na rynek pracy.

• Korzyści

Formuła programu Grand Tour – poznaj samego siebie! wychodzi naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom, jakich domaga się Pokolenie Y. Należą do nich chęć zdobycia doświadczenia i potrzeba rozwoju osobistego, co realizowane jest w trakcie licznych spotkań z przedstawicielami dużych i małych przedsiębiorstw, osobami kierującymi się w życiu pasją. Kolejną potrzebą jest poznanie własnych możliwości poprzez wykonywanie różnorodnych zadań pozwalających na większą samodzielność działania, a także doskonalenie umiejętności wyznaczania sobie celów oraz chęci podejmowania się

niestandardowych zagadnień. Korzyści z realizacji programu czerpie także Bank Zachodni WBK. Ma możliwość obserwacji i nawiązania relacji z ponadprzeciętnymi jednostkami, dla których nie liczy się tu i teraz, ale szerszy kontekst każdej sytuacji, w które swoje życie widzą w szerszej perspektywie. Najlepszym i najbardziej wyróżniającym się uczestnikiem Grand Tour – poznaj samego siebie! bank zaproponował płatny staż.

Bank Zachodni WBK w swoim portfolio projektowym posiada także inne działania skierowane do młodych ludzi. Wśród nich znajdują się programy rozwojowe adresowane do przyszłych liderów: Liderzy Przyszłości, Pierwszy Krok, Najlepsi z Najlepszych oraz Rzeszowska Akademia Inspiracji realizowana przez Wyższą Szkołę Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie w ramach Santander Universidades.

• Linki:

<http://www.bzwbk.pl/santanderuniversidades-pl/santander-universidades.html>
http://www.bzwbk.pl/_items/csr/2013pl/index.html#/o
www.bzwbk.pl/csr

TCHIBO Projekty z zakresu Równowaga Praca – Rodzina w Tchibo Polska

• Motywacje

Tchibo to firma z branży FMCG posiadająca sieć ponad 50 sklepów w całej Polsce. Od 2006 roku zrównoważony rozwój jest integralną częścią jej strategii biznesowej, co znajduje odzwierciedlenie w odpowiedzialności wobec pracowników. Dzięki Programowi Równowaga Praca – Rodzina firma zaspokaja potrzeby 2 stron: pracowników chcących mieć wpływ na organizację swojej pracy i życia prywatnego, oraz pracodawcy, który dąży do zwiększenia zaangażowania pracowników i efektywności pracy.

• Charakterystyka projektu

Program opiera się na wsparciu pracowników w zakresie godzenia życia zawodowego z prywatnym. Szereg działań podejmowanych w tym obszarze można ująć w 4 kategoriach: zatrudnienie i czas pracy; opieka nad rodziną; dodatkowe świadczenia pracownicze i wzmocnienie kultury organizacji sprzyjającej zachowaniu work-life balance. W ramach pierwszego obszaru osoby zatrudnione w Tchibo mają możliwość korzystania z elastycznego czasu pracy czy pracy w niepełnym wymiarze godzin. Inicjatywa „Bezpieczny powrót do domu” umożliwia pracownikom, którzy do domu wracają późnym wieczorem, skorzystanie z vouchera taksówkowego lub otrzymania zwrotu kosztów przejazdu.

Ważne jest też zapewnienie bezpieczeństwa rodzinom pracowników. W przypadku narodzin lub przysposobienia dziecka – poza „wyprawką” w wysokości 1000 zł, każdy pracownik ma prawo do 2 dni płatnego urlopu okolicznościowego i dodatkowy dzień ze względu na ślub lub pogrzeb osoby bliskiej. Inicjatywa społeczna „Dwie

godziny dla Rodziny”, do której dołączyła firma, pozwala pracownikom na zakończenie pracy w dniu akcji 2 godziny wcześniej, aby mogli ten czas spędzić z rodziną. Tchibo realizuje programy szkoleniowo-doradcze, wspierające pracowników w rolach rodzinnych. Dodatkowo pracownicy mogą liczyć na firmę w trudnych sytuacjach życiowych, ponieważ w swojej polityce uwzględnia ona udzielenie zapomogi osobom w trudnej sytuacji materialnej oraz urlopu bezpłatnego, jeżeli sytuacja życiowa wymaga zaprzestania aktywności zawodowej przez pewien czas.

Dla firmy ważnym elementem odpowiedzialności jest zdrowie pracowników, dlatego w ramach dodatkowych świadczeń socjalnych Tchibo oferuje im opiekę medyczną w prywatnej placówce oraz możliwość wykupienia pakietu rodzinnego po preferencyjnych cenach, a także prawo do skorzystania z pakietu „Zdrowa Kobieta / Zdrowy Mężczyzna” i wykonania podstawowych badań diagnozujących stan zdrowia. Pracownicy są wspierani w prowadzeniu zdrowego stylu życia przez pakiet sportowy Multisport oraz rozmowy z lekarzami, dietetykami i fizjoterapeutami, które odbywają się w trakcie „Dni Zdrowia”. Ponadto inicjatywa „Owoce w biurze i sklepie” zapewnia pracownikom minimum raz w tygodniu dostęp do świeżych owoców i warzyw lub ich przetworów. Firma wspiera także rekonwalescencję pracowników oraz ich rodzin, udzielając dofinansowania wczasów profilaktyczno-leczniczych. Poza świadczeniami zdrowotnymi osoby zatrudnione mogą otrzymać pożyczkę mieszkaniową na zakup, rozbudowę lub remont mieszkania.

Wzmocnienie kultury organizacyjnej odbywa się poprzez przestrzeganie wytycznych zawartych w Kodeksie Postępowania Tchibo oraz Tchibo DNA. Każdy nowy pracownik zapoznaje się z treścią tych dokumentów, a także z kluczowymi dla Tchibo wartościami. Od każdego zatrudnionego, niezależnie od jego miejsca w organizacji, wymaga się absolutnego przestrzegania zasad opisanych w obu dokumentach.

• Korzyści

Korzyści dla pracowników płynące z programu to przede wszystkim poprawa jakości życia rodzinnego i stanu zdrowia (fizycznego oraz psychicznego) dzięki redukcji negatywnych skutków nierównowagi (zmęczenia fizycznego, stresu, obciążenia psychicznego). Ponadto program umożliwia zwiększenie poczucia bezpieczeństwa pracownika i jego rodziny. Dzięki realizacji programu Tchibo jako pracodawca podnosi efektywność czasu poświęconego na pracę, zwiększa poziom zaangażowania i satysfakcji pracowników oraz ogranicza ich rotację.

• Linki:

<http://www.tchibo.com/content/1000076/-/pl/kariera/work-life-balance.html>

Tesco Akademia dla Młodych

• Motywacje

Tesco, jeden z największych pracodawców w Polsce, dzięki rekrutacji posiada bogate doświadczenie w kontaktach z młodymi ludźmi wchodzącymi na rynek pracy. Niestety, jak pokazuje doświadczenie, polscy absolwenci nie są konkurencyjni na rynku pracy.

Obecnie od absolwentów oczekuje się nie tylko kierunkowej wiedzy, ale też pełnego zakresu umiejętności interpersonalnych. Zdolności, takie jak praca w zespole, zarządzanie czasem czy radzenie sobie ze stresem, zazwyczaj rozwijane były w pierwszej pracy. Współcześnie każdy pracodawca oczekuje od kandydatów umiejętności społecznych już na starcie kariery, w związku z tym młode osoby bez doświadczenia zawodowego są z założenia na przegranej pozycji. Z tego powodu Tesco, wykorzystując swoje wieloletnie doświadczenia pracodawcy zatrudniającego młodych ludzi, przygotowało szeroki program szkoleń Akademia dla Młodych, który od listopada 2014 roku pomaga absolwentom w adaptowaniu się na rynku pracy na samym początku ścieżki zawodowej.

• Charakterystyka projektu

Akademia dla Młodych to nowa bezpłatna inicjatywa Tesco mająca na celu wspieranie młodych ludzi w rozwijaniu kluczowych umiejętności niezbędnych w ich miejscu pracy oraz w życiu prywatnym. Zaprojektowane warsztaty i zajęcia kładą nacisk na rozwijanie kompetencji interpersonalnych, tzw. miękkich – najbardziej pożądanych przez pracodawców, a jednocześnie zazwyczaj niedostatecznie rozwijanych w szkołach i na uczelniach.

W ramach projektu stworzono platformę e-learningową, która zawiera 14 bezpłatnych, certyfikowanych szkoleń w ramach 5 modułów szkoleniowych: współpraca, budowanie własnego wizerunku, osiągnięcie celów, budowanie wytrwałości, od pomysłu do realizacji.

Celem projektu jest pomoc w przygotowaniu młodych osób do rozpoczęcia życia zawodowego, zmniejszenie wśród nich bezrobocia i wyrównywanie szans na rynku pracy. Poza szkoleniami e-learningowymi, trenerzy z Tesco przeprowadzają szkolenia warsztatowe zarówno dla młodzieży, jak i nauczycieli oraz wykładowców, którzy, będąc ambasadorami, mają możliwość realizowania wszystkich szkoleń podczas zajęć.

Odbiorcami projektu są uczniowie i studenci, którzy bezpośrednio korzystają ze szkoleń, oraz nauczyciele i wykładowcy, którym firma dostarcza materiały szkoleniowe i przekazuje certyfikaty trenera akademickiego. Program szkoleń realizowany jest we współpracy z gimnazjami, szkołami średnimi, uczelniami, biurami karier, kołami naukowymi, biurami pracy oraz kuratoriami i organizacjami pozarządowymi. Działania te objęte zostały patronatem Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej oraz Krajowego Ośrodka Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej, a także wielu uczelni i szkół w Polsce.

• Korzyści

Uczestnicy szkoleń rozwijają swoje umiejętności w zakresie 5 kluczowych kompetencji społecznych. W ramach modułu „Współpraca”, młodzi rozwijają empatię, poznają swój typ osobowości, co pomaga im udoskonalić komunikację z innymi ludźmi. Dowiadują się też, jakie cechy charakteru pozwalają budować trwałe relacje zawodowe i prywatne. W module „Budowanie własnego wizerunku” uczestniczący w szkoleniu poznają znaczenie pierwszego wrażenia. Moduł „Osiągnięcie celów” pomaga zrozumieć sposób efektywnego wyznaczania celów, podejmowania decyzji oraz zarządzania

czasem. W module „Budowanie wytrwałości” trenerzy uczą radzenia sobie ze stresem, reagowania na zmiany w sposób konstruktywny, a także zachowania pozytywnego podejścia w obliczu zmian i trudności. W ramach ostatniego modułu – „Od pomysłu do realizacji” – uczestnicy zdobywają wiedzę na temat wzajemnego inspirowania się, współpracy i wykorzystywania swoich mocnych stron.

Podejmowane w projekcie działania mają charakter długofalowy. Ich efekty będą widoczne w przyszłości, niemniej jednak dla Tesco bezpośrednim profitem wstąpienia się w głos młodego pokolenia jest czerpanie korzyści z różnic pokoleniowych. Różnice między Generacją X i Generacją Y stają się katalizatorem do nowych, niekonwencjonalnych i innowacyjnych rozwiązań.

Tesco na co dzień prowadzi wiele projektów skierowanych do grupy młodych ludzi wewnątrz i na zewnątrz firmy, dzięki którym wykorzystuje wiedzę o młodym pokoleniu przy opracowywaniu i wdrażaniu konkurencyjnych rozwiązań.

• Linki:

www.akademiadlamlodych.pl

<https://www.facebook.com/AkademiaDlaMlodych>

NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI

- 1 Za kilka lat na rynku pracy będą dominować pracownicy z Pokolenia Y i Pokolenia Z, co może mieć wpływ na stosunki pracodawców z pracownikami i kulturę organizacyjną przedsiębiorstw.
- 2 Zmiany demograficzne oraz emigracja osób w wieku produkcyjnym doprowadzi do walki o talenty.
- 3 Generacja Milenium posiada wiele wspólnych cech, ale można też wyróżnić kilka typów pracowników różniących się od siebie w podejściu do życia zawodowego.
- 4 Młodych, wykształconych ludzi charakteryzuje swobodne korzystanie z nowych technologii, otwartość i ciekawość świata, mniejsze przywiązanie do pracodawców i nieustanna chęć rozwoju osobistego.
- 5 Już dziś firmy powinny przygotować się na wyzwania stawiane przez młodych pracowników.
- 6 Młodzi ludzie chcą pracować w zgodzie ze swoimi wartościami i charakteryzuje ich wrażliwość społeczna, dlatego zwracają uwagę na odpowiedzialność pracodawców.

ŹRÓDŁA I INSPIRACJE:

- R. Asghar, What Millennials Want In The Workplace (And Why You Should Start Giving It To Them), <http://www.forbes.com/sites/robasghar/2014/01/13/what-millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them/>
- S. Brownstone, Millennials will become the majority in the workforce in 2015. Is your company ready?, <http://economicdevelopment.org/2014/11/millennials-will-become-the-majority-in-the-workforce-in-2015-is-your-company-ready/>
- D. Czerwińska, Trudne wyzwania przed działami HR, <http://kariera.pb.pl/2528059,62969,trudne-wyzwania-przed-dzialami-hr>
- grape.uw.edu.pl/wp-content/uploads/
- A. Kowalik, Pięć pokoleń w jednej firmie, <http://kariera.forbes.pl/kto-pracuje-w-korporacjach-artykuly,181481,1,1.HTML>
- J.K. Kowalski, J. Kapiszewski, Za sześć lat koniec z bezrobociem, <http://serwisy.gazetaprawna.pl/praca-i-kariera/artykuly/791138,za-szesc-lat-koniec-z-bezrobociem.html>
- P. Maciejewicz, Zagraniczna ziemia obiecana: w emigracji swych szans upatruje jedna piąta Polaków, 13.11.2014, http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,16964809,Zagraniczna_ziemia_obiecana__w_emigracji_swych_szans.html?biznes=turun#BoxBizTxt
- M. Massalski, Jak budować kapitał z Pokoleniem Y?, http://inwestycje.pl/kadry_i_place/Jak-budowac-kapital-z-Pokoleniem-Y;179048;0.HTML
- J. Naduk, Zdywersyfikowany zespół: na styku pokolenia 50+ i generacji Y, Forbes, <http://kariera.forbes.pl/zdywersyfikowany-zespol-na-styku-pokolenia-50-i-generacji-y,artykuly,158353,1,1.HTML>
- K. Nowakowska, „Plug and work” czyli pracownik przyszłości. Bez etatu, zawsze gotowy do pracy, ale szczęśliwy, 07.11.2011 Gazeta Prawna, <http://serwisy.gazetaprawna.pl/praca-i-kariera/artykuly/834057,pracownik-przyszlosci-plug-and-work.html>
- Pokolenie Y stawia na innowacyjność, http://www.brief.pl/artykul,1575,pokolenie_y_stawia_na_innowacyjnosc.html
- Przychodzi Y do pracy, <http://hrstandard.pl/2013/06/17/przychodzi-y-do-pracy/>
- http://inwestycje.pl/kadry_i_place/Jak-budowac-kapital-z-Pokoleniem-Y;179048;0.html
- Raport 2014 „Młodzi na rynku pracy. Pod lupą”, Sytuacja młodych na rynku pracy z perspektywy przedsiębiorstw MŚP, Europejski Program Modernizacji Polskich Firm
- Raport Future Work Skills 2020, Institute for the future for he University of Phenix Research Institute http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf
- Raport Niedobór Talentów 2013, ManpowerGroup, http://www.manpowergroup.pl/repository/Raporty/Niedobor/PL/2013_Niedobor_talentow_Raport_ManpowerGroup.pdf
- Raport Pierwsze kroki na rynku pracy. Międzynarodowe badanie studentów i absolwentów, Deloitte, kwiecień 2013
- D. Schawbel, Why You Can't Ignore Millennials? <http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2013/09/04/why-you-cant-ignore-millennials/>
- Studenci nie znają oczekiwań pracodawców, www.hrtrendy.pl/2014/06/24/studenci-nie-znaja-oczekiwan-pracodawcow-raport-parp/
- K. Szafraniec, Raport „Młodzi 2011”, Kancelaria Rady Ministrów, Warszawa 2011
- M. Świech, Jak obłaskawić pokolenie Y?, http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90445,7864432,Jak_oblaskawic_pokolenie_Y_.HTML
- The Millennial Survey 2014, www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-infographic.pdf
- <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-infographic.pdf>
- Wartość dyplomu a sytuacja absolwentów na rynku pracy, www.hrtrendy.pl/2014/03/24/wartosc-dyplomu-sytuacja-absolwentow-ryнку-pracy-raport/

OPRACOWANIE ANALIZY:

dr Marta Karwacka (FOB)
WSPÓŁPRACA:
Piotr Sobolewski (FOB)
Case:
Katarzyna Teter (BZWBK),
Magdalena Izydorczak (Tchibo),
Małgorzata Tokarz (Tesco).

Analizy tematyczne Forum Odpowiedzialnego Biznesu

to cyklicznie wydawane dokumenty, których celem jest dostarczenie podstawowych informacji na wybrany temat w zwięzłej i przystępnej formie oraz przedstawienie różnych punktów widzenia, które pojawiają się w dyskursie publicznym. Analiza wskazuje również, dlaczego dany temat może być istotny dla przedsiębiorstw oraz na jakie aspekty powinny one zwrócić uwagę w kontekście realizacji ich strategii CSR.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najstarszą i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społeczną odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób.

Forum to organizacja typu think-and-do-tank, będąca rzecznikiem prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny, czyli biorący pod uwagę wpływ przedsiębiorstwa na środowisko i społeczeństwo.

KONTAKT:

Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
e-mail: biuro@fob.org.pl,
tel. 22 627 18 71

www.odpowiedzialnybiznes.pl