

Z generáció a munkahelyeken Generation Z in the workplace

KEMPF MERCÉDESZ hallgató, Kodolányi János Egyetem,
merci.kempf@gmail.com

Abstract

In the constantly changing world of the labor market, differences between generations are becoming increasingly apparent—this is especially true for Generation Z, who, as children of the digital age, are entering the world of work with a completely different outlook than their predecessors. Those born between 1995 and 2009 are not only natural users of technological devices, but also bring new expectations to the workplace. They are often criticized for being less loyal and difficult to integrate into traditional work cultures – but are these assumptions justified?

Based on personal experience and questionnaire-based research, this thesis aims to present the factors that influence Generation Z's attitude toward work, how they are perceived by previous generations, and what tools can be used to promote effective intergenerational cooperation. The topic is particularly relevant as Generation Z is becoming the dominant group of workers today, making it essential to understand them for successful workplace integration and cooperation.

Keywords: Generation Z, workplace, motivation, generational differences, digital development

JEL codes: J24; J13; M54; M12; D91; J63; J81; Z13

Absztrakt

A munkaerőpiac folyamatosan változó világában egyre élesebben rajzolódnak ki a különböző generációk közötti eltérések – különösen igaz ez a Z generáció esetében, amely a digitális korszak gyermekeként egészen más szemlélettel lép be a munkavilágba, mint elődei. A 1995 és 2009 között születettek nemcsak a technológiai eszközök természetes használói, hanem új elvárásokat is hoznak magukkal a munkahelyekkel szemben. Gyakran éri őket az a kritika, hogy kevésbé lojálisak, nehezen illeszkednek be a hagyományos munkakultúrákba – de vajon jogosak ezek a feltételezések?

A dolgozat célja, hogy saját tapasztalatokra és kérdőíves kutatásra alapozva bemutassa, milyen tényezők befolyásolják a Z generáció munkahelyi attitűdjét, hogyan látják őket a korábbi nemzedékek, és milyen eszközökkel lehet elősegíteni a generációk közötti hatékony együttműködést. A téma különösen aktuális, hiszen a Z generáció napjainkban válik a munkavállalók meghatározó csoportjává, így megértésük elengedhetetlen a sikeres munkahelyi integrációhoz és együttműködéshez.

Kulcsszavak: Z generáció, munkahely, motiváció, generációs különbségek, digitális fejlődés

JEL-kódok: J24; J13; M54; M12; D91; J63; J81; Z13

1. Bevezetés

Az egyetemi tanulmányaim során többször találkoztam ezzel a témával, így egyre jobban felkeltette az érdeklődésemet ez a kérdéskör. A kutatásom a „Z generáció a munkahelyeken” címet kapta. Azért ezt a

témát választottam, mert sok helyről lehet hallani, hogy a Z generáció tagjai (1995-2009) a munkahelyeken nem úgy teljesítenek, ahogy kellene vagy ahogy elvárják a munkaadók. Ez tényleg így lenne? Vagy ez csak egy sztereotípia? Ennek a feltételezésnek járok utána.

A Z generáció tagjai a digitális tér fejlődésének kezdetén születtek. Ők azok, akik most vagy egyetemre járnak, vagy épp elkezdtek dolgozni. A legfiatalabb tagjai 15-16 évesek, akik most kezdenek ismerkedni ezzel a gyorsan fejlődő világgal.

Tudnak és akarnak is dolgozni. Sokan igyekeznek talpon maradni ebben a nehéz és bizonytalan világban, egy külön életet élni, amihez szükséges a munkavállalás, így nem a szülőkre támaszkodnak, hanem saját magukra vagy egymásra. Sok esetben a szülők mondják, hogy menjenek el otthonról, és éljék a saját életüket (mikor betöltik a 18. életévüket), így kénytelenek elindulni.

Több helyen is dolgoztam az elmúlt pár évben, és sok embert megismertem ez idő alatt. Volt ebben negatív, illetve pozitív élmény is. Sok Z generációs taggal találkozom nap mint nap, így van ezzel kapcsolatban tapasztalatom, illetve én is ennek a generációnak vagyok tagja. De az idősebb generáció több tagjával is dolgoztam együtt, így le tudtam vonni a következtetést, mik is azok a dolgok, amiket oda-vissza el lehet várni egymástól, akár generációs hovatartozástól függetlenül.

1.1. Célkitűzés

1.2.

A célom, hogy bebizonyítsam: a Z generáció is tud dolgozni, csak más módszerekkel, máshogy lehet őket motiválni, mint elődjeiket. Bemutatom, hogy a Z generáció tagjai képesek együtt dolgozni az idősebb generáció tagjaival (Baby boomer, X és Y), és érdemes is. Annak is utána járok, hogy a munkahelyekről miért megy el olyan gyorsan ez a nemzedék, míg az elődeik akár több évtizeden át is képesek egy helyen dolgozni.

1.3. Generáció fogalma

Az egyik megfogalmazás szerint: „A generációk egy-egy nagyobb embercsoportot jelölnek, akik egymáshoz viszonylag közeli években születtek, ebből adódóan ugyanazok a hatások érik őket, hasonló élményeket szereznek, vagy hasonló traumák állítják őket azonos kihívások elé.” (Bagaméri V, 2024) Egy másik forrás alapján: „A generáció azon emberek összességét jelenti, akik együttesen élnek meg azonos eseményt.” (L. Rédei M, 2001) Több szempontból különböznek egymástól az egyes generációk, ilyenek például az otthonról hozott értékrendek, a prioritások, a kommunikációs képességek és a hozzáállások.

A generációkat, hogy ki melyik csoportba tartozik, a társadalmi vagy egyéb közös pontok alapján határozzák meg, figyelembe véve a digitális fejlődést is a változó világban. A generációkat legtöbb esetben nem lehet globálisan nézni, mivel minden országban különböző hatások voltak/vannak. Ettől a Z generáció azonban erősen eltér.

Hat generációt különböztetünk meg, amit egy táblázatba foglaltam össze (Motivátor, 2024).

1. táblázat: Összefoglaló táblázat a generációkról

Generációk megnevezése	Digitalizáció ismerete	Általános jellemzők
Veteránok/építők (1925-1945)	idős korukban ismerkedtek meg vele	II. világháború átélése gazdasági válság megélése hosszabb koncentráció elhivatottság, biztonság, család
Baby boomer (1946-1964)	közép korúak voltak, mikor megismerkedtek vele	II. világháború utáni gazdasági válság fellendülése új dolgok munkahely elköteleződés
X generáció (1965-1979)	„digitális bevándorlók” információs rendszerek, technológiai újítások	hosszabb koncentráció elhivatottság, megbízhatóság mikromenedzsment
Y generáció (1980-1994)	számítógép ismeret mindennapossá vált technológiai újdonságok elsajátítása	multi-tasking munkahelyükhöz nem feltétlen ragaszkodnak karrier és siker
Z generáció (1995-2009)	„digitális bennszülöttek” életük szerves része	munkavilág ellepése rövid koncentráció jellemző
Alfa generáció (2010-)	a digitalizációban nevelkednek mesterséges intelligencia kiépítése	nemrég születtek koncentráció kevesebb a Z generációhoz képest is lehet ők lesznek a második baby boomer

Forrás: szerző saját szerkesztése

1.3. Módszertan

A Z generációt részletesebben bemutatom, hogy jobban megismerjük őket. Ezt követően a „Z generáció a munkahelyeken” témát dolgozom ki, hogyan viselkednek, mit gondolnak az idősebb generáció tagjai és a főnökük róluk. A diákmunkáról is ejtek pár szót, mivel a Z generáció legfiatalabb tagjai is kezdenek már ismerkedni a munka világával. Ezt követően kitérek a kortárs hatásaira, amin kívül számos egyéb hatás is ér mindenkit. A kutatásom során két kérdőívet elemzek. Az egyik kérdőívet a Z generáció tagjai, a másikat pedig az idősebb generációkhoz tartozók töltötték ki, így nagyobb rálátásom lesz, hogy milyen is a vélemény erről a generációról és mit gondolnak egymásról.

1.4. Kik is a Z generáció tagjai?

A Z generáció az első, ami egy globális nemzedék. Ugyanazokat a tartalmakat fogyasztják a világ minden táján, akár Amerikai Egyesült Államokban, akár Japánban, a közösségi média és az internet segítségével. Ezeken a platformokon rengeteg információt megtudhatnak, megtanulhatnak, akár úgy is, hogy a különböző ország lakóival beszélgetnek. Számátalan dolgot éltek meg együtt, csak különböző országokban, amiket bárhol meg lehetett találni. Voltak az évek során világméretű válságok, mint a Covid-19 járvány, de szembe kell nézniük egyéb nagy kihívásokkal is, mint például a környezetvédelem. Ez a generáció már úgy nevelkedett, hogy hamarabb tudtak a telefonnal, számítógéppel bánni, mint beszélni. Az életük során nem sűrűn fordult elő, hogy a digitális tér nélkül éljenek, akár egy percet is. Ezzel két személyiségük alakult ki, az egy az offline térben és egy pedig az online térben. Az online térben többen vannak, mint az offline-ban, így a konfliktushelyzeteket is kevésbé tudják kezelni. Az online térben, ha két személy összevész, akkor egyszerűen megoldják, kikapcsolják az internetet, viszont az offline térben nem egészen ez a helyzet, ott nem lehet elbújni vagy elmenekülni a problémák elől. A Z generációnak az egyik legnagyobb kihívása, hogy azt megtanulják, hogyan kell viselkedni és kommunikálni a saját korosztályukkal, illetve az idősebbekkel is (HR Portal, 2024).

Parrish & Crawler International vezetője szerint a fókuszálási idejük 8 másodperc, de ennek ellenére a multi-tasking képességük növekszik, azaz többfele is tudnak figyelni egyszerre. Ez a képességük azért alakul ki, mivel nagyon sok információt kapnak egyszerre a világ minden tájáról. Az információk gyors áramlása miatt egyre türelmetlenebbek, kevésbé tudnak koncentrálni egy dologra. Ez káros is lehet az életük folyamán még a tanulás vagy a munkafolyamatok rovására is mehet (Vach V, 2024).

Számukra fontos a tanulás: rendszeresen jelennek meg újabbnál újabb applikációk vagy másféle újítások a digitális világukban, így kénytelenek folyamatosan követni ezeket, hogy a társaikkal tudjanak beszélgetni ezekről. Nagyon sok mindent már nem az iskolában vagy a való életben tanulnak meg, hanem az online térben (Motivátor, 2024).

1.4.1. Online és offline összemosódás

Mind a két terület egyformán fontos számukra, az élő beszéd is, de az online tér is. Ha barátságokról van szó, nem igazán vannak különbségek. Ha online van egy barát, akkor attól függetlenül szeretnek találkozni személyesen, offline-ban is. Ennek vannak hátrányai, például rengeteg információt kapnak nagyon kis időn belül. Az online térbe sokszor belefeledkeznek, ami sok negatív hatással van rájuk, ilyen az alváshiány, a feladatok elhanyagolása. Nagyon sok időt töltenek az online térben, szinte sosincs kikapcsolva.

Ez a generáció már nem biztos, hogy az iskolapadban fogja megtanulni az egyes készségeket, hanem az internet segítségével sajátítja el ezeket, illetve a való életben. A sok haszontalan tartalom mellett sok tanító jellegű videót is néznek ezeken a közösségi oldalakon.

1.4.2. Racionális döntéshozatal

Megfontoltan hoznak meg döntéseket, a lehetőségeket több oldalról megvizsgálják, és aztán fognak dönteni, nem érzelmekből cselekednek. Az első nagy döntés mindenki számára a pályaválasztás, hogy hol és mit tanuljon tovább, vagy egyáltalán tanuljon-e tovább. Ezt követően a legnagyobb döntés a munkavállalás és a családalapítás.

1.4.3. Nehéz pályaválasztás

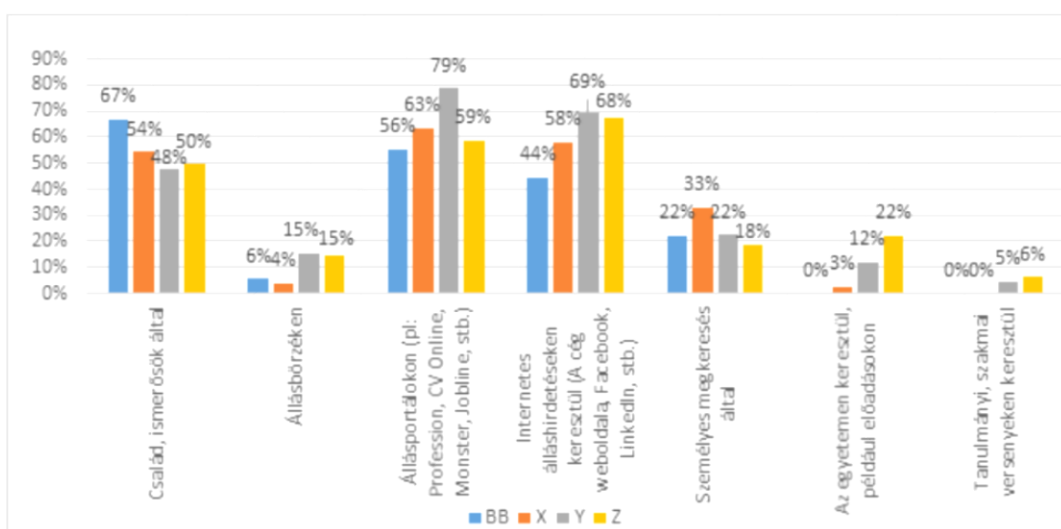
A világ kinyílt, túl sok lehetőség van napjainkban, így nagyon nehéz választani, hogy mit is szeretne tanulni, arra még nem is gondolnak, hogy mi lesz a munka világában. Mindemellett igen szép számban jelentek meg új szakmák, mely esetekben még az X és Y generáció, azaz a szüleik azzal sincsenek tisztában, hogy az mit is jelent. Gyakran teljesen más szakmákban helyezkednek el a munkahelyeken,

nem is biztos, hogy azzal fognak foglalkozni, amit tanultak. Több befolyásoló tényező is lehet, mint például a barátom ezt és ezt választotta, akkor az nekem is jó lesz. Népszerűek azok szakmák is, amikkel sokat lehet majd keresni. Manapság minden bizonytalan, nem lehet tudni, mi lesz holnap, így nagyon előre nem gondolkoznak: „Mi is leszek, ha nagy leszek?”. Erre a kérdésre az idősebb generáció tagjai nem feltétlen olyan választ kapnak az ifjúságtól, amit értenek, vagy elfogadhatónak találnak. (Malatyinszki Sz, 2022, 2024, Bartha A. – Malatyinszki Sz, 2024) A pályaválasztás előtt álló tanulók számára 2020-ban a Covid-19 járvány nem volt segítség, sok diák nem rendelkezett megfelelő eszközzel vagy épp a családi háttér sem segítette őket. Viszont a tantermi oktatás bővült ebben az időben. Megjelent a „hibrid” oktatás lehetősége, a technológia is ugrásszerűen fejlődött, de a tanulók teljesítményére ez rossz hatással volt. Ez az elszigetelődést is előhozta a diákokból, csak az interneten keresztül látták a tanáraikat, illetve a társaikat is, a szocializációs fejlődés megtorpant, némileg visszafejlődött. Az átállás nehézkes volt, de később sokkal kényelmesebbé vált, bizonyos munkahelyeken ez is az egyik feltétel. Ez a járvány nem csak az oktatásban rontotta a helyzetet, hanem a munkaerő-piaci esélyekben is (Motivátor, 2024).

2. Hogyan és hol keresnek munkát a Z generáció tagjai?

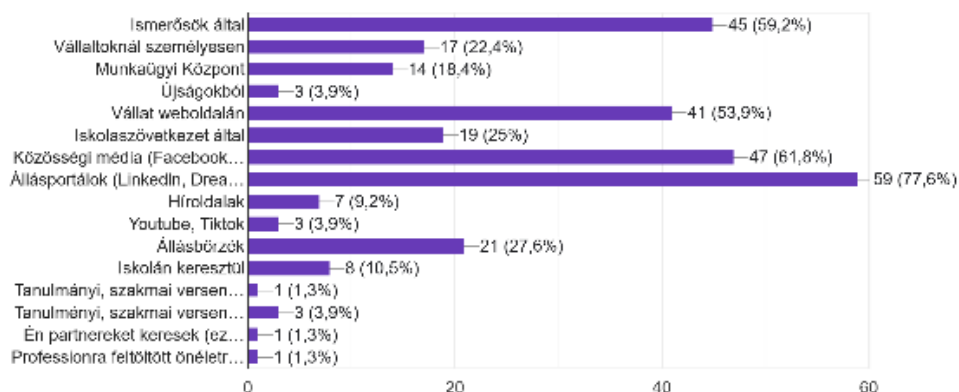
A Z generáció tagjai bizonytalanok, a munkahelyi kilátásaik nem igazán pozitívak, mivel sok pályakezdő fél attól, hogy nem fog állást találni magának. Sokkal kisebb létszámban születtek, mint az elődeik. Ettől függetlenül sokan egyetemre járnak vagy terveznek menni, így a minőségi kétértelmű munkás egyre kevesebb és kevesebb lesz (Pethő A, 2024). Így a bizonytalanságot meg lehet érteni (Fogas K, 2015). A kérdőívre adott válaszok (76 fő) szerint a Z generáció legtöbb tagja (59 fő, közel 78%) az állásportálokon, például a LinkedIn, a DreamJobs keresnek maguknak állást, így a HR munkatársaknak ott a legelőnyösebb meghirdetni a betöltetlen pozíciókat. Sokan keresnek munkát a közösségi médiában (47 fő, 62%), illetve az ismerősök, kapcsolatok által (45 fő, azaz 59%). Többen jelölték meg az adott vállalat weblapját (41 fő, közel 54%), és népszerű az állásbörze is (21 fő, 28%), ahogy ez az alábbi diagramról leolvasható.

1. ábra: Hol keresnek a Z generáció tagjai állást?



Forrás: szerző saját szerkesztése

2. ábra: Milyen felületen, kinél keresnek állást a Z generációsok?
3.



Forrás: szerző saját szerkesztése

A KSH adatait figyelembe véve megállapítható, hogy egyre csökken az olyan személyek száma, akiknek a végzettsége 8 általános osztállyal kevesebb, de a felsőfokú oktatásban (egyetem, főiskola, mesterképzés) egyre többen vesznek részt és végzik el. 2024-es adatok alapján látható, hogy meglehetősen sokan tanulnak a gazdálkodási és menedzsment, a pszichológia és a jogász szakokon. Újdonság, hogy megnőtt a népszerűsége a pedagógiai szakoknak (Székács R, 2024).

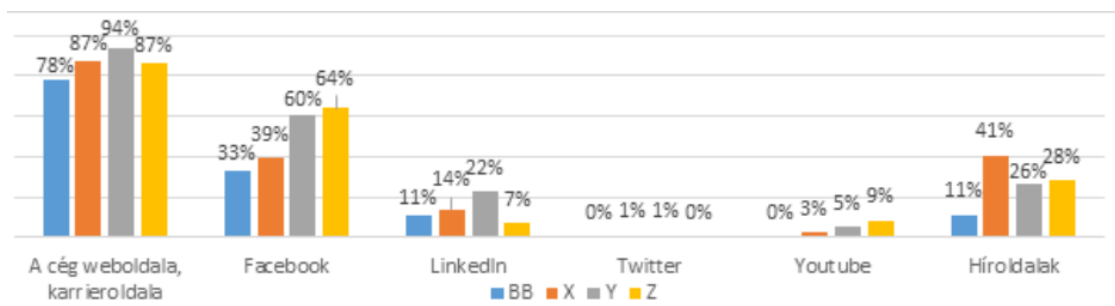
2.1. Z generáció toborzása a munkahelyekre

Hatékonyabb, ha több módszert is keverünk, így több leendő munkavállalóból lehet válogatni, akár több generációt is meg lehet találni, aki a célcsoportba bekerülhet. Offline módon lehet például a munkahelyeken, a Munkaügyi Központban vagy az újságban. Online esetben már több a lehetőség: a közösségi média, a különböző álláshirdetési oldalak, mint például a LinkedIn vagy a DreamJobs. (HRPortál, 2024).

Hogyan lehet ezt a generációt megszólítani? Legfőképpen a közösségi médiában vannak jelen, így ezeken a platformokon lehet toborozni őket a leghatékonyabban, például Facebook, TikTok és Instagram. Egyéb oldalak is számításba jöhetnek, mint a LinkedIn vagy a DreamJobs, ahol magát a vállalatot is megismerhetik a leendő munkavállalók.

A következő diagram azt mutatja, hogy a különböző generációk mi alapján tájékozódnak a munkalehetőségekről. Ebből látszik, hogy a Z generáció tagjai is inkább az online térben igyekeznek munkát keresni, ugyanúgy, mint a társadalom idősebb tagjai. Az állásportálokon több információra lehet szert tenni, mind a leendő munkaadóról, mind magáról a munkáról, a felvétel követelményeiről. Gyakran előfordul, hogy ezeket a hirdetéseket felteszik, megosztják, de miután megtalálták a megfelelő munkavállalókat, a „már nem aktuális” információk ugyanúgy a rendszerben maradnak.

3. ábra: A különböző generációk mi alapján tájékozódnak a munkalehetőségekről?



Forrás: szerző saját szerkesztése

A HR Portál összegyűjtötte, hogy a Z generáció tagjai mely oldalakra kattintanak hamarabb, de összehasonlítja más generációkkal is. Sok esetben a választott vállalat „karrier” menüpontját keresik fel. A legtöbben, azaz a 64%-uk a Facebook-ról tájékozódnak, ezt követően pedig a hírportálokon, vagy egyéb lehetőségeken keresztül keresik fel a számukra szimpatikus munkahelyeket (Kovács K, 2022).

2.2. Idősebb generációk és a vezetők véleménye a Z generációról

A Z generáció tagjai ugyanazt várják el a munkahelyeken is, amit kaptak otthon kis korukban, azaz az azonnali visszajelzéseket. A munkahelyi körülményeknek etikusnak kellene lenniük, azaz például nem gyerekeket dolgoztatni vagy nem állatokon kísérletezni. A személy és a vállalat céljai legyenek azonosak vagy hasonlóak.

Ha jól együtt tudnak dolgozni az idősebb generációhoz tartozókkal, akkor egy nagyon hatékony munkahellyé tud válni a hely. Fontos, hogy a kreativitásukat és a technológiában való jártasságot ki tudják használni. A vezetők is jól járnak, ha az üzleti világba beengedik őket, hiszen innovatívabbak és versenyképesek lehetnek, az újabb feltételek mellett is.

Török Adrienn, UniYou ügyvezetője és társalapítója szerint nem várják el, hogy minden az ölükbe hulljon, hanem megoldoznak a dolgokért (Gombkötő M, 2024).

Elsősorban mit is kell tenni a vezetőknek, hogy megismerjék a Z generációt? A coach szemléletet kellene ösztönözni, ami segítheti a beilleszkedést, vagy a konfliktushelyzetekben is megoldást nyújthat a dolgozók és a vezetők számára egyaránt.

Az idősebb generációkba tartozó vezetőknek előnyösebb lenne, ha nem egyként kezelnék őket, hanem külön-külön, nem mindenki egyforma, megvan mindenkinek a maga saját személyiségjege.

Bombera Krisztina említett egy megjegyzést, amit „A rejtélyes Z generáció: Berecki Enikővel Bombera Krisztina beszélget” című podcast-ban hallottam: „Szívesen betanítom, de ne én neveljem fel” (Bombera K, 2024). Előítéletekkel veszik fel a fiatalabb generáció tagjait a munkáltatók, pedig ők csak megértést várnának el. Sok esetben ennek a generációnak a tagjai gyors sikert szeretnének elérni, pedig ez nem feltétlen garantált. Viszont az idősebb generáció tagjai sok esetben hamarabb nőttek fel, mint a mostaniak tagjai. A nagykorúságot jelentő 18. életév betöltésekor nem minden fiatal minősül „felnőttnek”, hiszen szellemileg és/vagy lelkileg még további fejlődésre lehet szükségük, ami akár 25 éves korukig is eltarthat. (Bereczki E, 2024)

A vezetők szemszögéből a Z generáció tagjai türelmetlenek, nem fókuszálnak eléggé a rengeteg információ áramlása miatt. Nem olyan könnyű őket kezelni, elérni, hogy a kívánt tevékenységet az elvárt minőségben és időre elvégezze. Sok esetben támogatnák őket, mivel látják bennük a potenciált.

Az általam készített kérdőívből kiderült, hogy a vezetők meghallgatják ennek a generációnak a véleményét (73 kitöltőből 63%), mikor új ötletekkel állnak elő vagy, ha valamivel esetleg problémájuk van.

2.3. Z generáció munkamorálja

A rossz munkamoráljuk, nem megfelelő a kommunikációs képességük és túl magas az önértékelésük miatt több vezető nem is veszi fel őket. Az itbusiness.hu által megkérdezett vezetők szerint a szülők és a tanárok nem készítették fel a Z generációt a munka világára, így még nem lennének képesek belépni a nagybetűs életbe, de a rossz munkamorál oka lehet még a modern kultúra és a járvány. (ITBusiness, 2023)

Egy amerikai kutató, Ravin Jesuthasan szerint a Z generációnak azért is más a munkamorálja, mivel az egész életüket kiteszi a pénzügyi bizonytalanság. Az instabilitás miatt nem maradnak egy helyen huzamosabb ideig, mivel a jövőjük úgyis ingadozó, ezzel a szemlélettel elég pesszimisták, sötét pénzügyi és gazdasági jövőképpel rendelkeznek. (Basa M, 2024)

Nekik már nem a munka az életük, hanem azért dolgoznak, hogy éljenek. Ezen mentalitás miatt fontos számukra a munka és a szabadidő egyensúlya. Lehetőségként felmerül a home office, amivel bármikor és bárhol tudnak dolgozni.

2.4. Mit vár el a Z generáció a munkahelyektől?

A Z generáció, mivel egyre informáltabb az internet által, egyre többet vár el a leendő munkahelyétől, ahol szeretne maradni akár több éven keresztül is. A HR portálon (Kovács K, 2022) talált cikket olvasva több pontban is megtalálható, miket is vár el ez a generáció, ezekből néhány:

- megközelíthetőség (tömegközlekedés, autó)
- stabilitás
- társas kikapcsolódási tér (sportolási, közös étkezési lehetőség)
- csapat- és önálló munka
- jól-léti támogatás
- környezettudatosság
- tanulási, fejlődési lehetőség (rövid tanfolyam, mentorálás, coaching, informális online tanfolyam, szakképesítés, tanulószerveződéses gyakorlati képzés)
- több pozícióban is kipróbálhassák magukat
- globális gondolkodás
- 0 túlóra
- családbarát felfogás
- nyitottság (az interneten talált információk segítségével kapnak új ötletet)

A vállalatnak jó, ha van egy karrierterve, mivel a munkavállaló így rangban is tud fejlődni, magasabb pozícióba is léphet előre. Az egyik legegyszerűbb példa a McDonald's, ahol szintén vannak ilyen lehetőségek. Többféle lehetséges vezetői pozíció is van, például koordinátor vagy vendégélmény-menedzser.

A Z generáció rangsorában is a legfontosabb dolog a fizetés, de ezen kívül még fontosnak tartják a kölcsönös tiszteletet, illetve a megbecsülést, de a munkahely hangulatát is. E generáció tagjai nyíltan és bátran képviselik saját érdekeiket, ami pozitív hatással van a szervezeti kultúrára is. (Bereczki E, 2024)

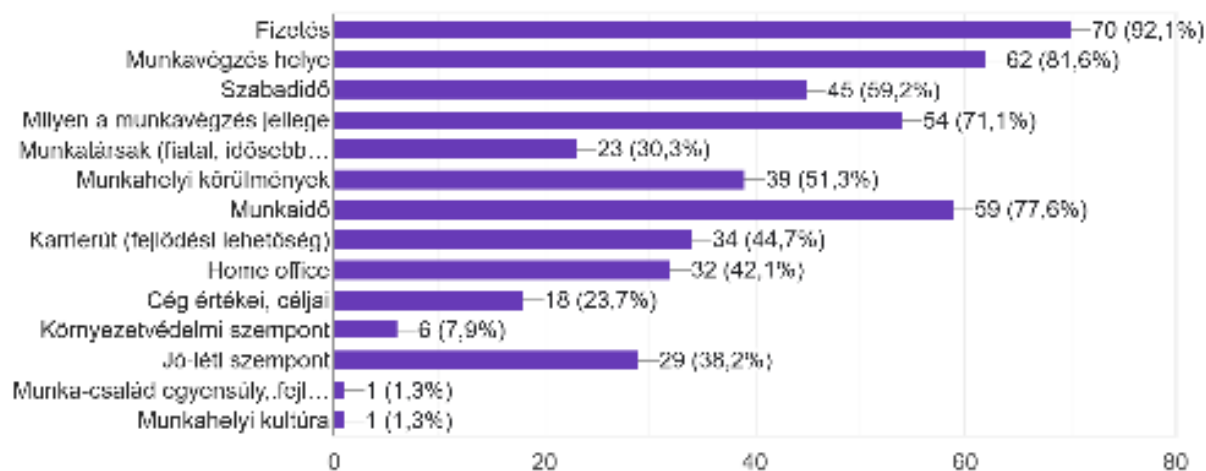
A vállalatban már nincs meg az életkorból adódó hierarchikusság, mivel a fiatalabbak is tudnak hatékonyabb, esetleg egyszerűbb módszereket mutatni az idősebbeknek a munkájukkal kapcsolatban.

Olyan helyekre igyekeznek menni, ahol meghallgatják őket, „nem csak robotként kezelik őket, hanem emberként bánnak velük” (Szücs R, 2024). A mentorálás is kiemelkedő számukra, mivel ez esetben úgy érzik, hogy meg vannak becsülve. A főnöknek egyben mentornak is kellene lennie, akik segítik őket, nem csak a feladatokat mondják el, hanem meg is mutatják, vagy akár még meg is tanítják nekik. A mentorálás segítségével a feladatokat, az egyes folyamatokat jobban megismerhetik, de maguk is kitalálhatnak újabbakat, amivel gyorsabban és hatékonyabban vihetik véghez a munkájukat.

A pénzügyekkel kapcsolatban is sokkal hamarabb kapnak információt, így ezért mernek magasabb fizetést kérni annak ellenére, hogy nincs akkora tapasztalatuk. Az idősebb generációk tagjai úgy gondolják, hogy irreálisak a bérigényeik. Sok helyen olvasható, hogy nettóban 4-500.000 Ft szeretnének kapni a leendő munkahelyükről, már ezzel indítanak az állásinterjún is. Az idő haladtával, a tapasztalatok megszerzésével párhuzamosan egyre magasabb fizetést kaphatnak, ami vonzó lehet a fiatalok számára. (HRPortál, 2024)

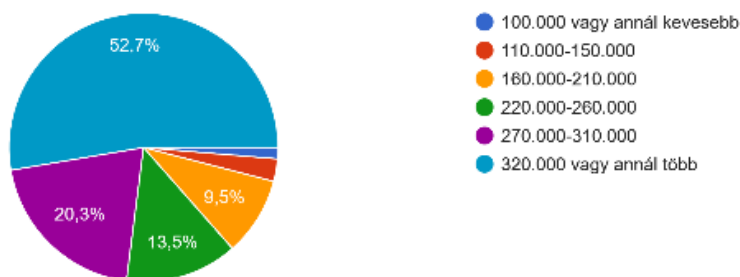
Az általam összeállított kérdőívre kapott válaszok is ezeket a nézeteket igazolják (76 fő). Munkavállaláskor a fiatalok is elsődlegesen a fizetést nézik (92%), fontos még számukra a munkavégzés helye (82%) és munkaidő (78%), valamint a munka jellegét (71%) is figyelembe veszik. A munkájukért igyekeznek minél magasabb bért kialkudni, mint minden más munkavállaló, a 74 fő kitöltő 53%-a minimum 320.00 forint nettó bért vár el. A munkaidőn kívül nem szívesen dolgoznak, kivéve, ha azt kifizetik (59% 74 kitöltőből).

4. ábra: Milyen szempontok érvényesülnek a munkahelyválasztásnál?



Forrás: szerző saját szerkesztése

5. ábra: Mekkora fizetésért mész el szívesen dolgozni? (nettóban)



Forrás: szerző saját szerkesztése

2.5. Kompenzációs csomagok

Kompenzációs csomagokat is ki lehet alakítani, ha a munkaadó nem tud alaphéért emelni. Ha nem vonzó (és megtartó) a juttatás, akkor hamar elcsábíthatja a konkurencia, ahol többet ígérnek. Az alaphéren kívül kaphatnak béren kívüli juttatásokat is, amivel akár a lojalitásuk is megszerezhető. Ilyen lehet a Szép-kártya, bizonyos utalványok. Például a McDonald's minden alkalmazottjának biztosít egy kártyát, amivel 20% kedvezményt kap bármely magyarországi McDonald's étteremben.

Az új munkavállalókra legyenek felkészülve, azaz (iroda esetén) legyen berendezve az íróasztala számítógéppel és a hozzá szükséges egyéb eszközökkel. Másféle munkahelyen az adott munkafeltételekkel, munkaeszközökkel fel legyenek szerelkezve, hogy érezze a munkavállaló, tényleg fontos a vállalat és a vezetők számára. Így kimutatják, örülnek, hogy ő lehet az új kollégájuk.

A leendő kolléga érkezésére a többi munkavállalót is fel kell készíteni. Például ilyenek lehetnek a csapatépítő programok, amikre az új kollégát is elhívják. Így megismerhetjük az erősségeit, a gyengeségeit, de egy fesztelen beszélgetésbe is be tudják vonni, például egy ebédnél. Ezt követően jobb az együttműködés.

Érdemes tartani rendszeres teljesítményértékelő gyűléseket. Ezeken a megbeszéléseken megtárgyalják az eredményeket, és egyeztetik az elkövetkező időszakokra/időszakokra vonatkozó terveket és célokat. A McDonald's-ban ezt úgy oldották meg, hogy a faliújságra kiírták, mik a célok, amiket el kellett érniük a hónap, illetve év végére. A vezetők egy hónapban akár többször is tartottak megbeszélést.

3. Z generáció a munkahelyeken

A 2012-es Munkatörvény alapján „munkavállaló az lehet, aki a 16 életévét betöltötte. Ettől eltérően munkavállaló lehet – az iskolai szünet alatt – az a 15 életévét betöltött tanuló, aki nappali rendszerű képzés keretében tanulmányokat folytat”. (MT 2012. évi I. törvény)

2025-re a Z generáció tagjainak ¼-e már a munka világában lesz, és aktívan fog dolgozni.

A Z generáció, de az Y generáció is új szemlélettel érkezik a munkahelyekre, így a technológiai szakadék mélyül a fiatalabbak és az idősebbek között. A munkahelyeken jó a fiatalabb munkavállalókkal dolgozni, mert új színt visznek a munkahelyi kultúrába, az innovációba, továbbá kommunikációs előnyökkel jár. Könnyebben és gyorsabban tanulnak, sokkal innovatívabbak is, mint az idősebb generációk. A kommunikációjuk is előnyös lehet, mivel a korukhoz közelebbi fogyasztókat próbálják

meggyőzni, hogy ezeket a termékeket vegyék meg, ezeket a szolgáltatásokat vegyék igénybe. (Pannonsafe, 2020)

A Z generáció tagjai számára fontos a tapasztalatgyűjtés, amit a középiskolás és/vagy az egyetemi évek alatt lehet megszerezni. Egy-egy területen hosszabb ideig is kipróbálhatják magukat, így jobban meg tudják határozni, mi az, amit szívesen csinálnának. Erre az 50 órás közösségi szolgálat teljesítése tökéletes megoldás a fiatalok számára. Így több területbe is betekintést nyerhetnek, majd ezt követi/követheti a diákmunka vállalása. Az egyetemi évek alatt van lehetőség a duális képzésre, ahol 3-4 év munkatapasztalatot is szerezhetnek a tanulmányaik folytatása mellett.

A primer kutatásom során a kérdőívet összesen 76 fő töltötte ki a Z generációból, 40 fő az idősebb generációból. Az összesített adatokból az derült ki, hogy a Z generáció szívesen vállal munkát: A kitöltők 62%-a (47 fő) már 15 és 19 éves kora között már dolgozott, 87%-a (66 fő) iskolai feladatai mellett (ld. alábbi diagram). Fontos kiemelni, hogy a kitöltők jelentős része a fővárosban (25% - 19 fő), megyei jogú városban (17% - 13 fő) vagy városban (43% - 33 fő) él, ahol munkalehetőség hamarabb található. Az idősebb generáció tagjainak közel 80%-a (33 fő) dolgozik fiatalokkal, és ezek 91%-a (30 fő) szívesen is dolgozik velük, mivel új ismereteket hoznak a vállalatához, lelkesek, ambíciózusak és lendületesek. Az idősebbek szerint a Z generációs tagok nagyon magabiztosak az informatikai eszközök használatában, kommunikatívak és rugalmasak.

3.1. Z generáció diákmunkában

A diákok többféle jogviszonyban dolgozhatnak, de a leggyakoribb az iskolaszövetkezeten való munkavállalás, mivel itt egész évben található munkalehetőség az országon belül bárhol. Nyáron az iskolai szünet idején több az ajánlat (szabadságolások, szezonális munka), és több a jelentkező is, mivel ekkor nem korlátozó tényező az iskolai oktatás. A munkabeosztás többnyire rugalmas, a munkavállalók saját maguk osztják be, mikor és hogyan szeretnének dolgozni. A McDonald's-ban is mi határoztuk meg, mivel többségünk még középiskolába vagy felsőoktatásba járt, így közös erővel próbáltuk összeegyeztetni a munkaidőt az iskolával. Az órarendünkhöz igazítottuk a beosztásunkat, és ehhez a vállalat is alkalmazkodott. Ez az egyik legkiemelkedőbb szempont a bérezés mellett a diákok számára. Mi lehet a motivációjuk, amiért elkezdenek dolgozni? A kérdőívre adott válaszok (76 fő) szerint a többség (59%) különböző fesztiválokra, programokra gyűjt. Szintén nagyszámú szavazatot (30,7%) kapott az a szándék is, hogy külön szeretnének költözni a szüleiktől. A harmadik legjelentősebb motiváció (18,7%) az, hogy a párjukkal szeretnének összeköltözni a közel jövőben.

3.1.1. Miért jó, ha 15-24 évesen elmennek a diákok dolgozni?

Az otthoni pénzügyi helyzet javításához jelentősen hozzájárulhat, különösen a felsőoktatásban való részvétel esetén. Sok fiatal nem tud a család támogatni, így elmennek dolgozni iskola mellett, hogy a tandíjat ki tudják fizetni.

A gyerekek önbecsülését is növelheti. Vannak dolgok, amiket az iskolában vagy az otthon falai között nem lehet megtapasztalni, megtanulni. Előfordul, hogy miután elkezd dolgozni, és kilép a komfort zónájából, rádöbben, olyanokra is képes, amivel nem is volt eddig tisztában.

A Z generáció zöme már 2-5 munkahelyen kipróbálta magát (74 válaszdából 77%), de vannak olyan esetek, akiknek 5-nél több munkahelyük is volt már. Azonban olyan nincs, aki ugyanott dolgozik, ahol először kezdett. Ennek is megvan az az előnye, hogy több tapasztalatuk lesz, mire ténylegesen

kikerülnek a munka világába, és így színesebb lesz az önéletrajzuk. Egy HR munkatárs hamarabb felveszi azt a leendő munkavállalót, akinek magasabb az iskolája, de mellette vannak különböző munkatapasztalatai is.

A versenyszellem is lehet motiváló. A kortársakkal tud versenyezni az óraszámok vagy a fizetések tekintetében. Köztudott, a pénzügyekről nem annyira előnyös beszélgetni, de a fiataloknál ez nem annyira nagy probléma. Mégis előfordulhat ezekből időnként némi konfliktus, különböző féltékenység vagy épp irigység is. Egyes munkahelyeken versenyeket is meghirdetnek, például adott időszak alatt ki adja el a legtöbb fánkot. Iskolaszövetkezetek által meghirdetett versenyekkel is lehet találkozni, hogy minél többet dolgozzanak a munkahelyeken. Például a Fürge Diáknál is van erre lehetőség, hogy ezzel ösztönözzék a több munkát, vagy ha hozol magaddal valakit, akkor kapsz plusz juttatást is.

A családok is hatással lehetnek a Z generáció tagjaira, háromféle is lehet, amit otthonról hozhat. Az egyik lehetőség, hogy ugyanúgy elmegy dolgozni, mint amit otthon is látott a szülőktől, nagyszülőktől. A másik lehetőség, hogy ők sem fognak munkát vállalni, mivel jön a segély és az egyéb más juttatások, amikért nem kell megdolgozni. A harmadik, ami ritkán fordul elő, hogy amit otthon lát, számára az egy rossz példa, így ebből ki szeretne törni, egy másik útra térni, így elkezd tanulni, majd dolgozni.

A kortárs hatásokon kívül egyéb hatások is érik a fiatalokat, ilyenek az influenzaszerek. A mai világban akadnak olyan lehetőségek is, amihez nem kell kimozdulni a házból, mégis lehet vele jövedelmet szerezni, ilyen lehet például az influenzaszerek élete. Ezzel lehet nagy hírnevet (és jövedelmet) szerezni, de lehet az ellenkezője is, hogy a nagy befektetett energia és pénz ellenére haszon nem lesz belőle. A mai virtuális világban nagyon kreatívnak és egyedinek kell lenni ahhoz, hogy ebből meg is lehessen élni.

3.1.2. Statisztikai adatok

A KSH oldalán megtalálható adatokból látható a foglalkoztatási ráta korcsoport és nemek szerinti alakulása, azaz a 15-24 éves korosztályban 2022-ben 27,6% és 2023. évben 27,4% volt ez az arány. Az elmúlt időszakban, az adatok alapján csökkent ez az arány.

A magyar statisztika szerint minden negyedik magyar diák dolgozik a tanulmányai mellett. Az európai kutatások szerint csak 6% dolgozik Hazánkban (Eurostat). A jelentős eltérés a két adat között abból adódik, hogy zömében iskolaszövetkezeten keresztül dolgoznak (például Fürge Diák, Meló Diák). Ez a módszer EU-ban nem annyira elfogadott, csupán a direkt munkát fogadják el. A diákszövetkezetek által megadott adatok segítségével ki tudjuk jelenteni, hogy a felsőoktatásban minden második hallgató dolgozik iskola mellett.

A legnépszerűbb állások, amiket szívesen elvállalnak a diákok, az egyszerű operátori munka, a könnyű betanított munka. Ezeket a munkákat mindig mentorálja valaki, akik betanítják őket. A legnépszerűbb munkahelyek a gyorséttermek, turisztikai vagy a kereskedelmi egységek. Rugalmasan kezelik a beosztásokat, és figyelembe veszik, mely időszakokban tudnak műszakot vállalni a diákok az iskolai feladatok elvégzése mellett. A legnépszerűbbek a ruhabolti eladói, az árufeltöltői, a hostess, az irodai és az adminisztratív feladatok. Ezeket a 2023-as diákszövetkezeti adatokból olvastam. (HR Portál, 2024)

A kérdőívet kitöltők (76 fő) zöme, 73%-a dolgozik diákmunkában (60%+13%), és ezen belül a többség szellemi munkát végzett (54%).

3.2. Z generáció munkanélkülisége

Ha nem elégedettek a munkahelyükkel, akkor inkább lesznek munkanélküliek, mint hogy ott maradjanak abban a bizonyos helyzetben. (Szücs R, 2024) Ha olyan a munkahely, akkor lépni kell, de nem feltétlenül úgy, hogy ne legyen B terv. A Z generáció egy része még ezt megteheti, mivel otthonról kaphatnak pénzügyi támogatást, így nem muszáj gondolkodni a következő lépésen.

A Z generáció harmada azt mondja, hogy nem érzik magukat anyagi biztonságban. Lendvai Zsolt kutatása szerint (Lendvai Zs, 2024) sokuk hónapról hónapra él, és komoly feladat a számlák kifizetése. Ilyen esetben a tanulásra költenek a legkevesebbet. Köztudott, a tanulás az egyik legdrágább befektetés, az önköltséges képzés egy feléve több százezres tandíjat is jelenthet. Inkább nem mennek felsőoktatási intézménybe tanulni, mivel így nem kell felvenni hitelt, és nem adóssággal kezdik a felnőtt életüket. (Lendvai Zs, 2024)

Ha a fiatalok korán lépnek a munka világába, az meghatározza a munkaerejük minőségét, de az nem a végzettségtől, a szocializációtól függ, hanem a felelősségvállalástól, a konfliktuskezeléstől és/vagy a munkatársakkal való együttműködéstől. Ezek a képességek nem a munkába lépés első éveiben derülnek ki, hanem a későbbiekben, de negatív diszkriminációt érezhet az, akinek alacsonyabb a végzettsége. Ez legfőképpen a városokban érzékelhető. A kisebb településeken, falvakon vagy tanyákon az ilyen jellegű lehetőségekről kevesebb információ érhető el, így ezek a munkaügyi központok, a civil szervezetek segítségével juthat el hozzájuk. Emiatt is növekszik náluk a munkanélküliségi ráta.

3.2.1. Statisztikai adatok

A KSH adatai szerint 4,2% volt a munkanélküliségi ráta, amit 2023 utolsó negyedévére vonatkozóan mutattak ki. Ebből a 15-24 éves korig 46ezer főt jelent, aminek a rátája 14,7% volt (az alábbi táblázatban látható).

4. táblázat: Munkanélküliségi ráta (KSH, 2023, 4. negyedév)

Korcsoport, éves	Létszám		Munkanélküliségi ráta	
	ezer fő	változás, ezer fő ^{a)}	%	változás, százalékpont ^{a)}
15–24	46,3	12,6	14,7	3,6
25–54	142,6	14,2	3,9	0,4
55–74	30,9	4,1	3,2	0,2
Összesen	219,8	30,9	4,4	0,6

Forrás: KSH

Ezen a táblázaton az elmúlt két évet vizsgálhatjuk korcsoportonként. Látszik, hogy az általam vizsgált generáció az, aminek a legmagasabb a munkanélküliségi rátája. Ennek egyik oka lehet, hogy korukból adódóan a 15-19 évesek zöme még középfokú iskolai tanulmányaikat folytatják, szoros napirenddel. Érettségire és szakvizsgára, az egyetemi felvételre való felkészülés nem sok lehetőséget enged a munkavállalásra. Másik oka lehet az erős előítélet a Z generációval szemben, így inkább a megbízhatóbbnak vélt, idősebb generációt választják egy állásinterjú alkalmával. Továbbá sok álláshirdetésben olvasható, hogy 1-3 évig terjedő munkatapasztalat az elvárás, de a pályakezdők között kevés személy rendelkezik ezzel, például a duális képzésben részesült fiatalok.

3.2.2. Mi várható a jövő generációjától?

A HR portál (Kovács K, 2022) több pontban összefoglalta, mik is azok a dolgok, amiket elvárhatnak a Z generáció egyes tagjaitól.

5. táblázat: Elvárások a Z generáció tagjaitól

digitálisan műveltek	„digitális bennszülöttek”, egyes digitális eszközök már kis korukban is az életük része volt
gyors felfogás	napi szinten rengeteg információval találkoznak, de csak azokat az információkat fogadják be, ami számukra vagy a jövőjükre nézve fontos lehet
gyors válasz	a dicséretet is szívesen fogadják, de az építő kritikát is
online tér	a vezetők, a kollégák azt láthatják, hogy folyamatosan az interneten vannak, de eközben információkat gyűjtenek, vagy kapcsolataikat alakítgatják, ami akár a vállalat számára is hasznos lehet
multi-tasking, mobilisak	a sok információ áramlása miatt több helyre is tudnak figyelni, így több munkát is tudnak végezni párhuzamosan
munkahelyi, személyes kapcsolatok	így a kollégákat, az egyes folyamatokat jobban megismerhetjük, megtanulhatjuk
fix munkaidő	Z generáció számára értékes az egészségre való törekvés, és az, hogy kiszámítható legyen az életük
rugalmasság	ha van időpontjuk munkaidőben, akkor el tudjanak menni, és ezt az időt lecsúsztatják később
elérhetőség	ha valami történik, akkor a főnöktől segítséget lehessen kérni
szabadság	a munkavégzés során szükséges egy kis szabadság, a kezdeti iránymutatás után az önálló feladatvégzést részesítik előnyben
biztonság	a kételyek miatt a Z generációnak szüksége van a biztonságra, ha nincs akkor sokszor váltják a munkahelyüket

Forrás: szerző saját szerkesztése

Klaikó Dóra, munka- és szervezetpszichológus mondta „A Z generáció és a főnök” interjújában, hogy „A munka az életük része, de nem az életük”. (Gubár G, 2023)

3.3. Z generáció által támogatott motivációs eszközök

A munkaadóknak nagy kihívást jelent, hogy a Z generáció tagjait megtartsa, illetve motiválja a hatékonyabb munkavégzésre. (Profession.hu, 2018)

A Z generáció számára fontosak a gyakorlatias, apró leckék, információk az egyes munkafolyamatokban. Sok esetben, ha valamit nem tudnak, akkor az online térhez fordulnak segítségért,

ahol „kisebb falatokban” szerzik meg azokat a megoldási lehetőségeket, amiket az idősebbektől is megkaphatnának, de számukra így egyszerűbb. Ezért is van problémájuk a kommunikációval. Vannak olyan kollégák, akik nem úgy mondják el a folyamatot, ahogy az számukra érthető lenne.

A mentális egészség számukra nagyon fontos. A Z generációsok egy része úgy érezte, hogy nem tud élni a szabadságolás lehetőségével anélkül, hogy nem kellene tartaniuk az ítélkezéstől vagy a negatív következményektől. A vezetőknek csökkenteniük kellene a szabadnapok kivétele körüli stigmát és támogatni kellene a munkavállalók jól-létét.

A Z generáció számára fontos, hogy használható információkat kapjanak a menedzserektől, a mentoroktól vagy épp a coachoktól. A vezetők hozzáállása nagyban befolyásolja, hogy a munkavállalók hogyan érzik magukat annál a vállalatnál, ezáltal az elégedettségük milyen. Ha elégedett egy munkavállaló, akkor jobban és hatékonyabban fog dolgozni. (Deloitte, 2024)

A munkahelyen lehetőség van az elismerő 5 nyelvet is alkalmazni: (Chapman G. – White P, 2023)

6. táblázat: Munkahelyi elismerések formái

Elismerő szó	Nem érdemtelen, eltúlzott dicséret. (Négyszemközt, írásban, kollégák előtt szóban) Teljesítmény dicséret: az elért eredmények, teljesítmények utána szóbeli dicséret. Jellemvonások megerősítése: A munkatárs jellemvonásait dicsérik, de ebbe nem tartozik bele a teljesítmény. Személyiség megerősítése: A munkatárs pozitív vonásainak kiemelése, ebbe bele tartozik az életfelfogás is, illetve a pozitív személyiségvonások.
Minőségi idő	Fontos a különböző programok, nehézségek, újabb ötletek ismertetése. Ide tartoznak a különböző projektek, csapatépítő rendezvények. Amikre nagyon kell figyelni egy személyes beszélgetésnél: a szemkontaktus, a visszakérdezés, a testbeszéd, az érzelmek jogossága, ne foglalkozunk egyéb dolgokkal, és ne szakítsuk félbe a másik felet.
Segítő kéz	A munkatársak egymás mellett kiállnak, és segítik egymást a feladat elvégzésében. Ilyen lehet például a túlóra vállalása, részmunka elvégzése.
Figyelmes ajándék	Személyes ajándékok, ami lehet akár egy sportesemény, egy vásárlási utalvány vagy a szabadság is (például egy nehéz projekt után jól esik egy kis extra pihenés).
Elismerő érintés	A munkahelyen is előfordulhatnak bizonyos elfogadható fizikai érintések, például egy baráti vállon veregetés. Ez problémát is okozhat, ha félreértik. Viszont a biztató érintés kimutatja a szeretetet, az elismerést és az együttérzést.

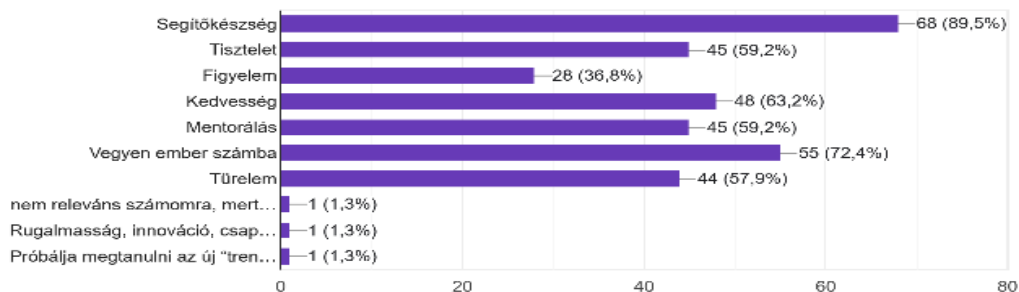
Forrás: szerző saját szerkesztése (Chapman G. – White P, 2023)

Mit is várunk el a munkatársainktól? A saját és az idősebb generáció tagjaitól is ugyanazt várják el a Z generáció tagjai. A 76 válaszadó a legfontosabbnak a segítőkészséget (89%), a kedvességet (63%) és az emberszámba vételt (72%) jelölték.

6. ábra: Elvárások az idősebb generációk tagjaitól

Az idősebb generáció tagjaitól (baby boomer, X és Y) mit vársz el a munkahelyeden? (Több válasz lehetséges)

76 válasz



Forrás: szerző saját szerkesztése

Az idősebb generáció tagjai (33 válasz) a fiatalokhoz elismerő szavakkal közelítenek elsősorban (82%), a másik legfontosabb közeledés pedig a segítségnyújtás felajánlása (76%), azaz például, ha valamiben bizonytalanok vagy nem tudnak valamit, akkor szívesen segítenek az ifjabbaknak, akiket tényleg érdekel a téma, akik lelkesek.

Kijelenthető, hogy legerősebb motiváció eszközök: a fizetésemelés (81%), a fejlődési lehetőség (64%), a rugalmas munkaidő (61%) és a bónuszok, dicséretetek (58%).

3.4. Z generáció beilleszkedése a munkahelyen

Négy módszerrel lehet őket beilleszteni a munkahelyekre, a toborzást követően ez az egyik legfontosabb feladata a HR munkatársnak. (HR Group, 2024)

7. táblázat: A beillesztés négy módszere

Mentor program	Cél: az új munkatársaknak sikerüljön minél hamarabb megérteni a kiválasztott vállalat kultúráját. Kérdések megválaszolása.
Kommunikáció	Z generáció és az idősebbek meg tudják egymást érteni, például nyíltan beszélgetni munkáról vagy másról.
Projektalapú munka	Saját kreativitásuk és technológiai jártasságuk bemutatása. A képességeik jobban és hatékonyabb kihasználása a munkahelyen.
Visszajelzés, elismerés	Fontos a Z generáció számára a folyamatos visszajelzés és a teljesítmény elismerés. Ezzel folyamatosan fejlődnek és állandó tanulásra ösztönzik.

Forrás: szerző saját szerkesztése (HR Group, 2024)

Hosszú távon gondolkodni a Z generációval? A válasz, igen, a kérdés csak az, hogyan? Mind a két félnek kell alkalmazkodni egymáshoz, azaz a Z generációs munkavállalónak az elvárásait egy kicsit lejjebb kellene adni, az idősebb generációknak pedig türelmesebbnek kellene lenniük. A türelem és a tolerancia mindkét oldal felől szükséges, mivel az újdonsült munkavállaló még sok mindent nem tud, és nem fog mindent megérteni elsőre. (HR Portal)

Az általam készített kérdőívből kiderült, hogy a válaszadók többsége egy évnél (74 kitöltőből 77%) tovább is dolgozott már egy munkahelyen. Ezek szerint egyes munkahelyeken vannak olyan módszerek, amivel rá tudják venni a fiatalok a hosszabb távú maradásra is.

Az idősebb generáció tagjai szerint a Z generációsok azért hagyják ott olyan hamar a munkahelyüket, mert nincs kitartásuk, vagy gyorsan akarnak szerezni munkát, a változatosságra vágnak egy munkahelyen is, illetve még keresik magukat, mit is szeretnének igazából.

3.5. Hogyan változnak meg a munkahelyek?

A munkahelyeknek is szükséges változniuk. Nem csak a munkavállalóknak, hanem a munkaadóknak is alkalmazkodniuk kell a folyamatos változásokhoz. A következő időkben radikálisabb változás várható a nagyfokú digitalizáció miatt. Ahogy az élet minden területén, úgy a munka világában is egyre nagyobb teret kap a mesterséges intelligencia (például a ChatGPT).

A generációs különbségek miatt egyre nagyobb a szakadék. A nyugdíjasok is dolgoznak még, de már a Z generáció idősebb tagjai is kezdenek egyre jobban beáramlani a munkaerőpiacra. A munkahelyeken az idősebbeknek több problémát jelentenek a digitalizáció és a robotizáció által okozott nehézségek, a fiataloknak ez szinte természetes folyamat.

4. Következtetés

A primer kutatásomból az derült ki, hogy a fiatalok szeretnének dolgozni, de sok vállalat nem szívesen veszi fel őket. Ha van ötletük, nem feltétlenül hallgatják meg őket. Az idősebb kollégák viszont kedvelik őket, mivel a kíváncsiságukat és a lelkesedésüket nem ölték még ki belőlük. Nagyon sok fiatal már kiskoruként is vállal munkát: a család kényszere miatt, vagy egyszerűen saját elhatározásból, mert saját fizetésből szeretnének valamit megszerezni. Sokan a home office-t részesítik előnyben, amit a Covid-19 járvány hozott magával. Azt láthatjuk, hogy a Z generáció tagjait is lehet motiválni, hogy hosszabb távon maradjanak egy-egy munkahelyen, csak meg kell őket ismerni. A munkaadóknak nagy kihívás a Z generáció, de egyre nagyobb a kíváncsiság, hogy milyen lesz a következő generáció, az alfa generáció. Sok vezető tart a Z generációtól, mivel mindenhol csak azt lehet hallani, hogy „nem felelősségteljesek, nem kitartóak, csak a telefont nyomkodják”, de a kérdőívek válaszai ennek ellentétét mutatják, hogy van remény, a Z generációsok között is akad, nem kis számban, akik hosszú távon is gondolkoznak egy munkahelyen, és az elvártaknak megfelelően tudják elvégezni a rájuk bízott feladatokat.

Egyes munkahelyeken szinte csak fiatalokat vesznek fel, és itt valóban magasabb is a fluktuáció (például gyorséttermek). Vannak azonban olyan munkahelyek is, ahol idősebbek és fiatalok is hatékonyan dolgoznak együtt (Gyulai Várfürdő), de előfordulnak olyan munkahelyek is, ahol csak idősebbeket foglalkoztatnak, az ifjabbak számára nem vonzóak ezek a helyek (Kormányhivatal).

Irodalomjegyzék

1. Bagaméri Viki, 2024.02.05., X, Y, Z és alfa generációk élnek együtt? https://gyerekszoba.hu/csalad/x-y-z-alfa-milyen-generaciok-elnek-ma-egyutt/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwj9-zBhDyARIsAERjds1oro3p0aj-iukNr4PsvCcK4iF_1xhNcgznNR4aU42srqbKX2F6HDgaAm2MEALw_wcB Letöltve: 2024.08.13.
2. Balogh Gábor, Karoliny Mártonné (szerk.) – *Az emberi erőforrások menedzselése*, Akadémia Kiadó, 2023
3. Bartha Adrienn – Malatyinszki Szilárd (2024) Z Generáció kihívásai a munkaerő-piacon – Mi hajt minket? HR Akadémia, 2024. 11. 25.
4. Bassa Mirtill (2024), Könnyebbé és stresszmentesebbé teszi a munkát ez a hozzáállás – Ilyen a Z generáció munkamorálja, Femina, (2024.02.19.), 2024.07.23. <https://femina.hu/kapcsolat/z-generacio-karrier-munkamoral/>
5. Bereczki E. (2024) Pannon rádió – A Z generáció munkamorálja – Bereczki Enikő, generációs szakértőt kérdezzük <https://www.mixcloud.com/pannonradio/a-z-gener%C3%A1ci%C3%B3-munkamor%C3%A1lja-bereczki-enik%C5%91-gener%C3%A1ci%C3%B3s-szak%C3%A9rt%C5%91t-k%C3%A9rdezz%C3%BCk/?fbclid=IwAR3kILrpnWF48aZ7hWtop2BLqvgzOrj56mqJqijIEqEtfmpTLhn9p-qCSfug>
6. Bereczki Enikő (2024): A rejtélyes Z generáció: Berecki Enikővel Bombera Krisztina beszélget, HVG könyvek, (2024.07.07.) <https://www.youtube.com/watch?v=gygooiA3gVg&t=950s>
7. Bereczki Enikő (2024) – *Hogyan formálják a Z generáció elvárásai a munkahelyeket?*, 2024.07.05. https://panpeterstop.blog.hu/2024/07/05/generaciok_868
8. Bombera Krisztina (2024): *A rejtélyes Z generáció: Berecki Enikővel Bombera Krisztina beszélget*, HVG könyvek, <https://www.youtube.com/watch?v=gygooiA3gVg&t=950s>
9. család.hu (2024) Pop, sátor, politika – *Miért vonzóak a fesztiválok?* 2024.01.14. (2024.10.21) <https://csalad.hu/csaladban-elni/pop-sator-politika-miert-vonzok-a-fesztivalok>
10. Deloitte (2024) Motiváció, inspiráció, jutalmazási stratégia: ezek a feltételek szükségesek a Z generációnak, Deloitte, (2024.01.09.), 2024.07.24. <https://profitline.hu/motivacio-inspiracio-jutalmazasi-strategia-ezek-a-feltetelek-szuksegesek-a-z-generacionak-457072>
11. Fogas Krisztina (2015) - *Z generáció: ilyen az új nemzedék a munkahelyen!*, Profession.hu, 2015.11.10. <https://www.profession.hu/cikk/z-generacio-ilyen-az-uj-nemzedek-a-munkahelyen>
12. Gábor Kálmán (2000) (szerk.) – *Társadalmi átalakulás és ifjúság, A szabadság, mint esély*, Szeged, 2000
13. Gary Chapman, Paul White (2024) *A munkahelyi elismerés 5 nyelve*, Marmet, Budapest, 2023
14. Gombkötő Marcell (2024) Igenis akar dolgozni a Z generáció! – Interjú Szili-Török Adriennel, az UniYou ügyvezetőjével és társalapítója, HRBlog.hu, 2024.07.28. (2024.08.03.) https://www.hrportal.hu/hrblog/gombkoto-marcell/igenis-akar-dolgozni-a-z-generacio_-_interju-szili-torok-adriennel--az-uniyou-ugyvezetojével-es-tarsalapitojával-20240728.html
15. Gubár Gabriella (2024) *Munka Világ 2023.12.25.* – A Z generáció és a főnökök, Pécs TV, Gubár Gabriella, Klaikó Dóra interjú (2024.07.04.) <https://www.youtube.com/watch?v=U1YFXBKRxA>
16. HR Portál (2022) Z Generáció a munkaerőpiacon https://www.hrportal.hu/hrblog/brandma-employer-branding---toborzas--onboarding--munkaero-megtartas-z-generacio-a-munkaeropianon---hogyan-gondolkozz-az-o-fejükkal_-20221006.html
17. HR Portál (2024) Egyre nehezebb a fiatalok toborzása és megtartása, de mi lehet a megoldás?
18. HR Portál (2024) Ezek a Z generáció igényei 2024-ben, HR Portál (2024.06.) <https://www.hrportal.hu/c/ezek-a-z-generacio-igenyei-2024-ben-20240801.html>
19. HR Portál (2024) Melyek a legnépszerűbb diákmunkák és mennyit lehet keresni?, (2024.01), 2024.08.03. <https://www.hrportal.hu/hr/melyek-a-legnepszerubb-diakmunkak-es-mennyit-lehet-keresni-20240131.html>
20. HR Portal (2024): Miben erősek a munkában és hogyan tanulnak? Terítéken 4 generáció, HR Portál (2024.05.), <https://www.hrportal.hu/hr/miben-erosek-a-munkaban-es-hogyan-tanulnak-teriteken-4-generacio-20240524.html> Letöltve: 2024.07.22.
21. HR-Group (2024) Z generáció a munkavilágában, eu-Jobs HR-Group, 2024.04.16. (2024.07.22.) <https://eujobshrgroup.hu/z-generacio-a-munka-vilagaban/>
22. HRPortál (2024) Itt a Z generáció, jön az alfa: generációs toborzási stratégiák, (2024.05.), 2024.07.23. <https://www.hrportal.hu/hr/itt-a-z-jon-az-alfa-generacios-toborzasi-strategiak-20240606.html>
23. Kolosi Tamás, Szelényi Iván, Tóth István György (2022) – *Társadalmi riport 2022*, Társi Zrt., 2022
24. Kovács Kata - *Z generáció a munkaerőpiacon – Hogyan gondolkodik az ő fejükkal?*, 2022.10.06. https://www.hrportal.hu/hrblog/brandma-employer-branding---toborzas--onboarding--munkaero-megtartas-z-generacio-a-munkaeropianon---hogyan-gondolkozz-az-o-fejükkal_-20221006.html

25. Kovács Kata (2022) – BrandMa Employer Branding, Z generáció a munkahelyeken – Hogyan gondolkodsz az ő fejükkel?, HR Portál, (2022.10.06.), 2024.07.22. https://www.hrportal.hu/hrblog/brandma-employer-branding---toborzas-onboarding-munkaero-megtartas/z-generacio-a-munkaeropiacon---hogyan-gondolkodsz-az-o-fejukkel_-20221006.html
26. Kovács Kata (2022) - Z generáció a munkaerőpiacon – Hogyan gondolkodsz az ő fejükkel?, 2022.10.06. (2024.07.05.) https://www.hrportal.hu/hrblog/brandma-employer-branding---toborzas-onboarding-munkaero-megtartas/z-generacio-a-munkaeropiacon---hogyan-gondolkodsz-az-o-fejukkel_-20221006.html
27. L. Rédei Mária (2001) Demográfia, ELTE Eötvös Kiadó
28. Lendvai Zsolt (2024) Hónapról hónapra élnek az Y és a Z generáció tagjai, Men Instyle, (2024.05.21.), 2024.07.24. <https://www.instylemen.hu/megelhetes-kiadasok-generacios-kutatas-174081>
29. Lendvai Zsolt (2024) Örülnek, ha a számlákat ki tudják fizetni, leghamarabb a felsőoktatáson spórolnak, 2024.05.21. <https://www.instylemen.hu/megelhetes-kiadasok-generacios-kutatas-174081>
30. Malatyinszki Szilárd (2024) Generációk váltakozása, TANÍ-TANI ONLINE p. - Paper: https://tani-tani.info/generaciok_valtakozasa
31. Malatyinszki Szilárd (2022) A digitalizáció hatása az emberi erőforrásra, KJE, 2022.
32. Motivátor magazin (2024) A Z generáció jellemzői és nehézségei, Motivátor magazin (2023.02.01.), <https://motivatormagazin.hu/pszichologia/a-z-generacio-jellemzoi-es-nehezsegei/> Letöltve: 2024.07.24.
33. Motivátor magazin (2024) Generációs különbségek, Motivátor magazin (2024.01.21.)
34. MT (2012) Munkatörvénykönyv szóló 2012. évi I. törvény 34. §-a szerint <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200001.TV>
35. PannonSafe (2020), Így köteleződik el egy Y vagy Z generációs munkavállaló, Vállalkozói biztosítás – 2020. 10. 12. <https://www.pannonsafe.hu/blog/vallalkozoi-biztositas/igy-kotelezodik-el-egy-y-vagy-z-generacios-munkavallalo/183>
36. Pethő Anikó - *Veszély vagy potenciál a túlképzett pályázó? Így látja a fejedősz,* 2024.01. <https://www.hrportal.hu/hr/veszely-vagy-potencial-a-tulkepzett-palyazo-igy-latja-a-fejedasz-20240103.html>
37. Pethő Anikó (2024) Veszély vagy potenciál a túlképzett pályázó? Így látja a fejedősz, 2024.01.
38. Profession (2018) Z generáció a munka világában: mit kell tudni róluk?, Profession – Toborzás, kiválasztás (2018.04.20.), 2024.07.24. https://www.profession.hu/hrfeed/z-generacios-palyakezdo/?psafe_param=1&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw4f6zBhBVEiwATEHFVgXZEG3Tfow8pdpdsmfzdESg3M6EBgm_4ofYY9jx6EKgnSC-XUGehoCa_8QAvD_BwE
39. Székács Réka (2024) Felvételi 2024: ezek a legnépszerűbb alap – és osztatlan szakok az idei felvételin, 2024.03.21. (2024.07.22.) https://eduline.hu/erettsegi_felveteli/20240307_legnepszerubb_alap_es_osztatlan_szakok_a_2024es_felvetelin
40. Szűcs Róbert (2024) Fogadjuk el, hogy a Z generáció inkább munkanélküli, mint hogy elégedetlen legyen a munkahelyén? (2024.07.29.) <https://multijob.hu/fogadjuk-el-hogy-a-z-generacio-inkabb-munkanelkuli-mint-hogy-elegedetlen-legyen-a-munkahelyen/>
41. Szűcs Róbert (2024) Miért lesz rossz főnöke a milleniumi generáció a Z generációnak?, Multijob, (2024.07.05.) <https://multijob.hu/miert-lesz-rossz-fonoke-a-milleniumi-generacio-a-z-generacionak/>
42. Töröcsik Mária (2017) *Self-marketing, Személy és marketing kapcsolatok*, Akadémia Kiadó, 2017
43. Vach Vivien (2021) Z generáció a munkahelyen – velünk vagy ellenünk?, mindset pszichológia, 2021.07.24. (2024.07.23.) <https://mindsetpszichologia.hu/z-generacio-a-munkahelyen-velunk-vagy-ellenunk>