Anna Kowalczyk-Kroenke
Krystyna Leszczewska
Norbert Arszułowicz

Przedsiębiorczość i oczekiwania wobec pracy zawodowej wśród przedstawicieli pokolenia Z na przykładzie województwa podlaskiego

Aspekty psychologiczne i ekonomiczne

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I OCZEKIWANIA WOBEC PRACY ZAWODOWEJ WŚRÓD PRZEDSTAWICIELI POKOLENIA Z NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO – ASPEKTY PSYCHOLOGICZNE I EKONOMICZNE

Anna Kowalczyk-Kroenke
Krystyna Leszczewska
Norbert Arszułowicz

Przedsiębiorczość i oczekiwania wobec pracy zawodowej wśród przedstawicieli pokolenia Z na przykładzie województwa podlaskiego – aspekty psychologiczne i ekonomiczne

WYDAWNICTWO
KSIĘGARNIA
AKADEMICKA

Kraków 2025

Anna Kowalczyk-Kroenke
https://orcid.org/0000-0002-4757-9318

Krystyna Leszczewska
https://orcid.org/0000-0001-7302-647X

Norbert Arszułowicz
https://orcid.org/0000-0003-1520-8384

Copyright © by Akademia Łomżyńska

Recenzent
dr hab. Małgorzata Sidor-Rządkowska, prof. PW

Opracowanie redakcyjne
Dorota Ilnicka

Projekt okładki
Marta Jaszczuk

ISBN 978-83-8368-341-6
https://doi.org//10.12797/9788383683416

Publikacja jest efektem badań i analiz przeprowadzonych przez zespół Katedry Ekonomii i Finansów Akademii Łomżyńskiej w ramach projektu „Zbudowanie systemu koordynacji i monitorowania regionalnych działań na rzecz kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie, w tym uczenia się dorosłych", współfinansowanego ze środków Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększenia Odporności, inwestycja A.3.1.1. Wsparcie rozwoju nowoczesnego kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie

KRAJOWY PLAN ODBUDOWY
Rzeczpospolita Polska
Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU
Podlaskie

WYDAWNICTWO KSIĘGARNIA AKADEMICKA
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel.: 12 421-13-87; 12 431-27-43
e-mail: publishing@akademicka.pl
https://akademicka.pl

Spis treści

Wprowadzenie 7

Rozdział 1.
Pokolenie Z – kim są najmłodsi uczestnicy rynku pracy? Przegląd literatury . . . 13

1.1. Przedsiębiorczość i oczekiwania pokolenia Z wobec pracy w perspektywie badań 17
1.2. Psychologiczne aspekty funkcjonowania pokolenia Z – potrzeby, oczekiwania, wyzwania 24

Rozdział 2.
Metodyka badań 29

2.1. Cele, pytania badawcze i zakres badań 29
2.2. Metody, techniki i narzędzia badawcze 31
2.3. Dobór i charakterystyka próby badawczej 35

Rozdział 3.
Przedsiębiorczość i oczekiwania wobec pracy zawodowej przedstawicieli pokolenia Z – wyniki badań jakościowych 43

3.1. Perspektywa przedstawicieli urzędów pracy regionu podlaskiego 44
3.2. Perspektywa kadry akademickiej szkół wyższych regionu podlaskiego . . . 60
3.3. Perspektywa przedstawicieli instytucji szkoleniowych regionu podlaskiego 69
3.4. Perspektywa pracowników akademickich biur karier szkół wyższych regionu podlaskiego 75

Rozdział 4.
Przedsiębiorczość i oczekiwania wobec pracy zawodowej przedstawicieli pokolenia Z województwa podlaskiego – wyniki badań ilościowych 83

Rozdział 5.
Psychologiczne aspekty funkcjonowania pokolenia Z na podlaskim rynku pracy – wyniki badań ilościowych. 97

Wnioski i rekomendacje 107

Słownik pojęć i zastosowanych skrótów 117

Bibliografia. 119

Wykaz tabel i wykresów 125

Załączniki. 127

Summary 137

Streszczenie 139

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość silnie oddziałuje na sferę społeczną i gospodarczą. Wpływa na kształtowanie się zatrudnienia, zwłaszcza na tych obszarach geograficznych, gdzie liczba przedsiębiorstw, a tym samym dostęp do miejsc pracy, jest relatywnie mała względem potrzeb, co w znacznym stopniu ogranicza możliwość nie tylko znalezienia adekwatnej do umiejętności, wiedzy, wykształcenia i doświadczenia pracy, ale również jej zmianę. To właśnie dlatego podejmowanie działań zmierzających do otwarcia, prowadzenia i rozwoju własnej działalności gospodarczej staje się szansą, aby znaleźć miejsce pracy i kreować własny rozwój zawodowy niezależnie od tego, jakie możliwości w obszarze zatrudnienia oferuje rynek pracy w danym regionie.

W dobie permanentnych zmian o charakterze gospodarczym, społecznym czy ekonomicznym tematyka dotycząca przedsiębiorczości, oczekiwań zawodowych, ale również aspektów związanych z psychospołecznym funkcjonowaniem w pracy z uwzględnieniem perspektywy najmłodszych uczestników rynku pracy, określanych w literaturze przedmiotu jako „pokolenie Z", zyskuje zatem coraz większe znaczenie. Trzeba zauważyć, że najmłodsi uczestnicy rynku pracy, z uwagi na ograniczony poziom swojego doświadczenia lub zupełny jego brak na tym etapie życia, mają także znacznie utrudniony start związany z realizacją ważnej roli życiowej związanej z pracą zawodową.

Choć ramy czasowe obejmujące najmłodszą pracującą generację pozostają nieostre, to w literaturze uznaje się, że są to ludzie urodzeni pomiędzy rokiem 1995 a 2010[1]. Na potrzeby niniejszych badań przyjęto, iż w analizowanej grupie

---

[1] Por. np. O. Ławińska, A. Korombel, *Pokolenie Z jako wyzwanie współczesnego zarządzania przedsiębiorstwem. Relacje, media społecznościowe i crowdsourcing*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2023, s. 14; J. Gajda, *Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Z wobec pracy zawodowej i pracodawcy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego" 2017, nr 491, s. 159; B. Przybylski, *Pokolenie X, Y oraz Z. Próba uporządkowania ram czasowych i etykiet pokoleniowych*, „Pedagogika Społeczna" 2023, nr 3(89), s. 37; K.A.D.U. Jayatissa, *Generation Z – A New Lifeline: A Systematic Literature Review*, „Sri

uwzględnione zostaną osoby urodzone pomiędzy rokiem 1997 a 2006. Jest to istotne z uwagi na określony etap życiowy, na jakim znajdują się aktualnie przedstawiciele tego pokolenia, a który powiązany jest z podejmowaniem pierwszych istotnych decyzji dotyczących kariery zawodowej. Takie ujęcie pozwoliło wybrać do badań osoby, które realnie na obecnym etapie swojego rozwoju są zdolne do podejmowania wiążących działań ukierunkowanych na realizację aktualnych i przyszłych celów oraz potrzeb zawodowych.

Powodów, dla których tematyka związana z budowaniem karier i kreowaniem przedsiębiorczości wśród najmłodszych przedstawicieli rynku pracy budzi zainteresowanie wśród praktyków biznesu i reprezentantów nauki, jest przynajmniej kilka. Wśród ważnych światowych trendów wpływających na kształtowanie się współczesnego rynku pracy wskazuje się sytuację demograficzną, związaną m.in. ze starzeniem się społeczeństw. To problem, który dotyczy nie tylko krajów Europy, ale również rozpatrywany jest w skali globalnej. Niski przyrost naturalny, notowany w krajach Unii Europejskiej, powoduje powstawanie pytań o to, kto i w jaki sposób będzie zasilać przyszłe rynki pracy. Z jednej strony są to zagadnienia związane z tym, jakimi zasobami, kompetencjami, umiejętnościami i wiedzą będą miały szansę dysponować w przyszłości organizacje oraz w jaki sposób przełoży się to nie tylko na ich konkurencyjność, ale często również na szanse przetrwania. Z drugiej strony jest to obszar problemów związanych z z funkcjonowaniem i równowagą systemów emerytalnych, zapewniających stabilizację na późniejszych etapach życia obywateli. Problematyka starzejących się społeczeństw jest wyzwaniem, którego nie sposób pominąć, analizując zarówno krajowy, jak i regionalny rynek pracy. Istotnie wpływa bowiem na to, jakie perspektywy stoją przed wszystkimi uczestnikami rynku – pracownikami, organizacjami, ale również klientami, partnerami i w konsekwencji – całym społeczeństwem. Analiza dostępnych badań i raportów wskazuje, że obszar ten pozostaje jednym z największych wyzwań w kontekście stabilności rynków pracy. W Polsce, jak pokazują badania, od przeszło 30 lat notuje się spadek liczby urodzeń, co powoduje zmniejszenie udziału najmłodszych grup wiekowych w stosunku do wzrostu udziału roczników najstarszych w populacji ludności polskiej. Sytuacja ta powiązana jest ściśle z aktualnymi trendami – późnym macierzyństwem, którego przyczyn należy upatrywać w dłuższych okresach edukacji, istotną aktywnością zawodową kobiet czy zmianą potrzeb konsumpcyjnych, wśród których wskazuje się m.in. problemy związane z dostępnością do żłobków i przedszkoli, ale również aspekty finansowe i ekonomiczne,

Lanka Journal of Social Sciences and Humanities" 2023, t. 3, nr 2, s. 179-186; N.D. Racolta-Paina, R.D. Irini, *Generation Z in the Workplace Through the Lenses of Human Resources Professionals – A Qualitative Study*, „Quality. Access to Success" 2021, t. 22, nr 183, s. 78.

które mogą wpływać na odsuwanie w czasie decyzji o posiadaniu potomstwa. Nie bez znaczenia są zatem: poziom zamożności społeczeństwa, promowane modele rodziny, wykształcenie czy polityka społeczna w kraju[2]. Polska od lat znajduje się w pierwszej trzydziestce krajów demograficznie starych na świecie, próg zaawansowanej starości demograficznej przekroczyła już w 1980 r. Prognozy GUS wskazują także, że liczba osób w wieku emerytalnym zwiększy się do 9,6 mln w roku 2030[3]. W tym kontekście powstaje wiele istotnych pytań: Jak kreować rynek pracy, aby z jednej strony poradzić sobie z problemem starzejącego się społeczeństwa i brakiem dostępu do kapitału, wiedzy i umiejętności, a z drugiej – jak najlepiej wykorzystać potencjał i możliwości młodych pokoleń wynika z kontekstu zdania? Które aspekty w kontekście społecznego i zawodowego funkcjonowania młodych ludzi są szczególnie istotne? W jaki sposób budować dzisiejsze organizacje, by móc sprostać oczekiwaniom i potrzebom przyszłych generacji? Jak umożliwiać realizacje ważnych ról rodzinnych i zawodowych? Czym będzie praca przyszłości i jakie tworzyć warunki, by łączenie istotnych ról społecznych, zwłaszcza wśród młodych ludzi, w ogóle było możliwe? Jakie kierunki rozwoju karier mają szansę największego powodzenia w wymiarze ekonomicznym, społecznym, psychologicznym z uwzględnieniem uwarunkowań danego regionu? W jakim stopniu przedsiębiorczość może stanowić alternatywę dla pracy na etacie wśród młodych pokoleń, szczególnie w regionach, gdzie dostęp do miejsc pracy jest ograniczony? W jaki sposób wykorzystać kreatywność i innowacyjność najmłodszych pracujących generacji, ale również jakie warunki tworzyć, by realizacja tej formy pracy była dla nich atrakcyjna i realna do osiągnięcia?

To pytania ważne dla województwa podlaskiego, w którym także obserwuje się negatywne tendencje w zmianie struktury wiekowej mieszkańców. Choć Podlaskie jest regionem relatywnie młodym, to struktura wiekowa populacji i ludności według ekonomicznych grup wieku i udziału osób w wieku produkcyjnym zajmuje czwartą pozycję w Polsce. Wykazuje zatem cechy społeczeństwa starzejącego się[4].

---

[2] Zob. Raport przygotowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Instytut Analiz Rynku Pracy Sp. z o.o.: *Starzenie się społeczeństwa – wyzwanie dla rynku pracy, aktywizacja pracowników 50+*, PARP, 2020, s. 4, [on-line:] https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Starzenie_sie_spoleczenstw.pdf [dostęp: 12.07.2024].

[3] Zob. *Starzenie się społeczeństwa polskiego i jego skutki*, Opracowania tematyczne OT-601, Kancelaria Senatu, Biuro Analiz i Dokumentacji, 2011, s. 4, [on-line:] https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/15/plik/ot-601.pdf [dostęp: 12.07.2024].

[4] Zob. *Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego 2030*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok 2020, [on-line:] https://strategia.wrotapodlasia.pl/pl/strategia_rozwoju_wojewdztwa_podlaskiego_2030/ [dostęp: 12.07.2024].

Analizowana w niniejszej pracy przedsiębiorczość zasługuje na szczególną uwagę z powodu uwarunkowań regionu podlaskiego, a tym samym możliwości, jakie ten obszar oferuje swoim mieszkańcom w wielu istotnych wymiarach, w tym jednym z najważniejszych dla sprawnego funkcjonowania jednostki w społeczeństwie – pracy. Z jednej strony kluczowy pozostaje dostęp regionalnych przedsiębiorstw do samych zasobów ludzkich i wykorzystanie potencjału przedstawicieli najmłodszego pracującego aktualnie pokolenia Z, które w dobie wielowymiarowych kryzysów, powiązanych m.in. z wysoką inflacją, kryzysem gospodarczym, ekonomicznym, wysokimi kredytami i niewielką dostępnością pracy, musi poszukiwać najbardziej optymalnych, czyli gwarantujących samodzielną egzystencję, warunków zatrudnienia. Z drugiej strony przedsiębiorczość należy wiązać z innowacyjnością w danym regionie i zatrzymywaniem najbardziej perspektywicznych jednostek, które poprzez zakładanie nowych działalności gospodarczych mogą w sposób istotny przyczyniać się do tego, na jakim poziomie będą kształtować się m.in. poziom bezrobocia czy rozwój regionu. Dane wskazują, że niski poziom PKB w województwie podlaskim i wysoki poziom bezrobocia świadczą o niskim wskaźniku przedsiębiorczości w regionie. Na obszarze województwa podlaskiego znacznie mniej osób podejmuje decyzję o prowadzeniu działalności gospodarczej niż w innych regionach Polski. Poziom i struktura bezrobocia wskazują jednak, że istnieją takie zasoby siły roboczej, które mogłyby taką działalność prowadzić, wśród bezrobotnych dominują bowiem osoby młode i dobrze wykształcone[5]. Podejmowanie działań przedsiębiorczych może zatem decydować o tym, czy kapitał intelektualny pozostanie w regionie, czy też konieczność poszukiwania pracy wpłynie na relokację młodych pracowników.

Głównym celem niniejszych badań jest analiza i ocena uwarunkowań postaw przedsiębiorczych, oczekiwań wobec pracy zawodowej oraz trudności i barier, jakie dostrzegają przedstawiciele pokolenia Z w kontekście tworzenia i rozwijania własnej działalności gospodarczej w województwie podlaskim. Analiza uwzględnia aspekty psychologiczne i ekonomiczne.

W pracy przyjęto następujące cele szczegółowe:

Cel 1: analiza uwarunkowań postaw przedsiębiorczych oraz motywacji do podejmowania działań przedsiębiorczych wśród przedstawicieli pokolenia Z.

Cel 2: identyfikacja cech osobowości i predyspozycji psychospołecznych, które w ocenie pokolenia Z sprzyjają podejmowaniu działań przedsiębiorczych.

Cel 3: identyfikacja potencjalnych ograniczeń oraz ryzyk, które uniemożliwiają lub utrudniają podejmowanie działań przedsiębiorczych wśród przedstawicieli pokolenia Z.

---

[5] A. Piekutowska, *Przedsiębiorczość indywidualna w województwie podlaskim*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2021, s. 45-56.

Cel 4: identyfikacja aktualnych oczekiwań związanych z karierą zawodową przedstawicieli pokolenia Z.

Cel 5: opracowanie rekomendacji dla instytucji wspierających kształcenie, szkolenie i aktywność zawodową (szkoły wyższe, urzędy pracy, biura karier szkół wyższych, instytucje szkoleniowe).

Realizacja wskazanych celów badawczych została przedstawiona w poszczególnych rozdziałach niniejszego raportu. W rozdziale pierwszym skoncentrowano się na charakterystyce pokolenia Z. Opisano aspekt przedsiębiorczości i oczekiwania tego pokolenia wobec pracy na podstawie dostępnych badań i raportów oraz omówiono analizę psychologicznych aspektów funkcjonowania pokolenia Z, z uwzględnieniem potrzeb, oczekiwań i wyzwań, z jakimi mierzy się ta generacja. W rozdziale drugim przedstawiono szczegółowo metodykę badań. Wskazano cele, pytania badawcze oraz zakres badań. Omówiono metody i narzędzia badawcze oraz dobór próby. Rozdziały trzeci, czwarty i piąty prezentują wyniki przeprowadzonych badań własnych. W rozdziale trzecim przedstawiono wyniki badań jakościowych dotyczących przedsiębiorczości i oczekiwań wobec pracy zawodowej przedstawicieli pokolenia Z z perspektywy pracowników akademickich biur karier szkół wyższych, przedstawicieli urzędów pracy, kadry akademickiej szkół wyższych oraz przedstawicieli instytucji szkoleniowych regionu podlaskiego. W rozdziale czwartym przedstawiono analizy dotyczące przedsiębiorczości i oczekiwań wobec pracy zawodowej przedstawicieli pokolenia Z województwa podlaskiego z perspektywy tej generacji. W rozdziale piątym zaprezentowano z kolei psychologiczne aspekty funkcjonowania pokolenia Z na podlaskim rynku pracy.

Raport kończą wnioski i rekomendacje dla regionalnych instytucji (urzędów pracy, instytucji szkoleniowych, biur karier) wspierających młodych pracowników w kreowaniu własnych biznesów oraz budowaniu kariery zawodowej. Publikacja ta może stanowić także wsparcie dla kadry akademickiej, wskazując, w jakim kierunku powinna przebiegać edukacja, i które jej aspekty są kluczowe dla kształtowania przedsiębiorczości wśród młodych pracowników.

Rozdział 1.

Pokolenie Z – kim są najmłodsi uczestnicy rynku pracy?

Przegląd literatury

Demograficzne ujęcie terminu „pokolenie" należy utożsamiać z osobami urodzonymi w przedziale czasowym wynoszącym zazwyczaj 25 lat. To okres, w którym jednostka dorasta zarówno w sensie biologicznym, jak i społecznym. Z perspektywy nauk społecznych pokolenie z kolei postrzega się z uwzględnieniem ram czasowych opartych na kluczowych zdarzeniach określających jego początek i koniec. Jako że historia cechuje się wysoką nieregularnością wydarzeń, poszczególnym pokoleniom przypisuje się różną długość ich trwania[6]. Członkowie określonej kohorty różnią się od pozostałych pewnymi specyficznymi dla nich cechami, poglądami czy doświadczeniami życiowymi, a dynamiczne zmiany współczesnego świata powodują, że każde kolejne pokolenie różni się coraz bardziej od poprzednich[7]. W ujęciu socjologicznym kładzie się nacisk na warunki społeczne, a manifestacja określonych postaw, motywacji, nastawienia i systemu wartości jest pochodną określonych doświadczeń i wydarzeń historycznych, dlatego trudno wskazać jedną cechę, którą można byłoby uznać za wyróżniającą dane pokolenie.Natomiast płaszczyzną, która w sposób niezwykle wyraźny obrazuje różnice występujące pomiędzy różnymi pokoleniami, jest rynek pracy[8]. Studiując pojęcie pokolenia, należy mieć świadomość, że nie oznacza ono jednorodnej zbiorowości[9]. Nawet jeżeli analizuje się przedstawicieli w ramach jednego

---

6 W. Wątroba, *Pokolenia w społeczeństwach postkapitalistycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2022, s. 19.

7 I. Czerska, *Pokolenie* head down *jako konsekwencja smartfonizacji społeczeństwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu" 2016, nr 459, s. 219.

8 M. Matysiak, *Dlaczego tacy jesteśmy? Identyfikacja czynników kształtujących polskie pokolenia Y i Z*, [w:] *Przedsiębiorczość i zarządzanie talentami. Wybrane zagadnienia*, red. M. Grabowska, K. Kluth, Politechnika Warszawska. Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych, Płock 2018, s. 147.

9 *Tamże*, s. 149.

pokolenia, to zróżnicowanie cech, które można by w jakikolwiek sposób uznać za charakterystyczne dla większości, będzie duże. Z jednej strony można patrzeć przez pryzmat ważnych cech powiązanych z postępem, zmianą, rozwojem czy rewolucją w przestrzeni społecznej, gospodarczej, ekonomicznej, z drugiej – warto uwzględnić emocje i związane z nimi postawy, motywacje, konflikty czy wartości.

Każde pokolenie posiada własny „punkt krytyczny", który w mniejszym lub większym stopniu zaznacza swoją obecność i jest dobrze widoczny dla obserwatorów z zewnątrz. Jako okres kształtowania się tożsamości społecznej danego pokolenia wskazuje się przedział pomiędzy 19. a 26. rokiem życia. To czas, w którym obserwowana jest najsilniejsza aktywność pokoleniotwórcza, kiedy oprócz osobowości i tożsamości indywidualnej, określającej człowieka, kształtuje się również tożsamość danego pokolenia, która utożsamiana jest z symboliczną przynależnością do określonych ram czasowych i terytorialnych segmentów rzeczywistości społecznej. Wtedy ukazują się cechy identyfikacyjne odpowiedzialne za sposób funkcjonowania oraz przyjęty styl życia młodych w określonym miejscu i czasie[10]. Analizując cechy charakterystyczne dzisiejszej młodzieży, należy stwierdzić, że jest to młodzież tzw. nowej Polski, a więc dorastająca po roku 1989, a idąc dalej – po 2000, kiedy procesy kształtujące sytuację pokoleniową dzisiejszych młodych ludzi stały się szczególnie intensywne. Współczesna młodzież całkowicie odcina się od czasów sprzed roku 1989, a własną współczesność traktuje jako początek nowej ery, nie tylko bez uwzględnienia przeszłości, ale również w zupełnym oderwaniu od niej[11]. Ma to swoje odzwierciedlenie także w dzisiejszych postawach, przekonaniach, poglądach, a finalnie wartościach, normach i zachowaniach.

W dzisiejszym ujęciu najmłodsze generacje to Z i Alfa, przy czym należy zaznaczyć, że pokolenie Alfa to osoby urodzone w roku 2010 i później, zatem najstarsi mają 15 lat i pozostają wciąż dziećmi. Najmłodszą grupą aktywną zawodowo jest natomiast pokolenie Z. Ramy czasowe dotyczące narodzin tego pokolenia pozostają nieostre, a wśród licznych opracowań wskazuje się m.in. na osoby urodzone po roku 1994[12]. Dominują trzy daty wskazywane jako czas narodzin przedstawicieli tej grupy – 1995, 2000, 2001. Przeważa jednak pogląd, że są to osoby urodzone w 2000 r. i później, choć równie często przyjmuje się rok 1995[13]. Trudności z wyodrębnieniem kohort wiekowych pokolenia Z (jak również Y) upatruje się w braku silnych, niepowtarzalnych, oddziałujących na całe pokolenia

[10] W. Wrzesień, *Kilka uwag o pokoleniowej sytuacji współczesnej polskiej młodzieży*, „Ruch Prawniczy, Ekonomicznych i Socjologiczny" 2016, t. 78, nr 1, s. 230.

[11] *Tamże*, s. 232.

[12] Por. J. Gajda, *dz. cyt.*, s. 159.

[13] B. Przybylski, *dz. cyt.*, s. 37.

wydarzeń formujących, stąd też pokolenia te dzielą się na „plemienia"z dominującym stylem życia obowiązującym w danym środowisku[14]. Jednym z głównych czynników wyodrębnienia generacji Z jako niezależnej grupy społecznej jest skok technologiczny w latach 1990-2000, związany przede wszystkim z rozprzestrzenieniem się internetu i rozwojem telefonii komórkowej[15]. Zmiany zapoczątkowane istnieniem internetu i jego szybkim rozwojem wpłynęły na całe społeczeństwa, a przede wszystkim na najmłodsze pokolenia, których narodziny i okres dorastania przypadł właśnie na czas rozkwitu technologii, z którymi do dziś najsilniej są utożsamiane, a które wpływają na dzisiejsze postawy, zachowania, oczekiwania i potrzeby. Dostęp, rozumienie i obycie z technologią, tak charakterystyczne dla młodych pokoleń[16], rozpatrywane są w literaturze z różnych perspektyw – zarówno jako wielka siła tego pokolenia, ale również istotna słabość. Analizując obraz tej generacji w ujęciu zawodowym, można zauważyć wyraźnie dużą niespójność. Z jednej strony w ocenach pracodawców jej przedstawiciele postrzegani są bowiem jako osoby roszczeniowe, trudne we współpracy, wymagające indywidualnego podejścia, a także leniwe, nielojalne i prezentujące swobodne podejście do pracy[17]. Z drugiej zaś wskazuje się na wysokie kompetencje cywilizacyjne tej grupy, ze szczególnym uwzględnieniem użytkowania wirtualnej przestrzeni[18]. Wśród innych kompetencji charakteryzujących to pokolenie wymieniane są: umiejętność posługiwania się co najmniej jednym językiem obcym, wysoki stopień mobilności przestrzennej i zawodowej, szybkość w wyszukiwaniu i przetwarzaniu informacji, kreatywność, komunikatywność, pracę w grupie[19]. Trzeba jednak zaznaczyć, że to:

> […] kontekst społeczny istotnie wpływa na postawy czy poglądy młodych generacji, tworząc możliwości strukturalne i wyposażając w konkretne zasoby. Jako kluczowe procesy i zjawiska należy wskazać neoliberalizm, indywidualizację, wydłużenie procesu scholaryzacji, zmiany w procesie przejścia od edukacji do zatrudnienia,

[14] B. Jamka, *Wyzwania związane z charakterystyką młodych na rynku pracy: potencjał interpretacyjny neuronauk*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie" 2019, nr 80, s. 105.

[15] E. Paczka, *Zmiana zachowań rynkowych pokolenia Z*, „Ekonomia. Wroclaw Economic Review" 2020, nr 26/1, s. 24.

[16] Por. np. A.P. Singh, J. Dangmei, *Understanding the Generation Z: The Future Workforce*, „South Asian Journal of Multidisciplinary Studies" 2016, t. 3, nr 3, s. 2.

[17] D. Kukla, M. Nowacka, *Charakterystyka podejścia do pracy przedstawicieli pokolenia Z – praca w systemie wartości młodych*, cz. 1, „Polish Journal of Continuing Education" 2019, nr 3, s. 120.

[18] R. Muster, *Pokolenie „Z" na współczesnym rynku pracy w opiniach pracodawców*, „Humanizacja Pracy" 2020, nr 1, s. 133.

[19] *Tamże*, s. 133.

zmiany na rynku pracy ludzi młodych, zmianę roli i modelu państwa, wirtualizację, smartfonizację komunikacji społecznej[20].

Pokolenie Z określane jest jako grupa, która jako pierwsza była wychowywana bezstresowo. Badania sugerują również, że przedstawiciele tej generacji to indywidualiści, samotnicy, często z pesymistycznym spojrzeniem na świat[21]. Należy jednak pamiętać o różnicach indywidualnych, które decydują o konkretnych postawach, zachowaniach, potrzebach czy wyznawanych wartościach, to one w dużej mierze determinują to, kim jest człowiek i uniemożliwiają przyjęcie sztywnych ram dotyczących charakterystyki tej generacji. Niemniej jednak uwaga rynku pracy – przedstawicieli organizacji, praktyków biznesu czy ludzi nauki – jest skoncentrowana na poznaniu pokolenia Z, które w istotny sposób wpływa i w najbliższej przyszłości będzie wpływać na to, jak ten rynek będzie się kształtował. Już dziś pokolenie Z można utożsamiać z generacją, która jako pierwsza nie boi się mówić o własnych potrzebach, oczekiwaniach, wartościach, zdecydowanie komunikując i egzekwując to, co decyduje o jakości życia i satysfakcji w różnych jego dziedzinach. W takim rozumieniu przedstawiciele Zetek to duże wyzwanie dla pracodawców, ale również całego rynku pracy. Odmienna perspektywa i postrzeganie życia zawodowego, jako jednego z wielu elementów, istotnie wpływają na zmiany, jakie muszą zaistnieć w organizacjach, by współpraca pomiędzy nimi a młodym pokoleniem w ogóle była możliwa. Praca w ramach danej organizacji to zresztą tylko jedna z wielu możliwości, jakie dziś widzi dla siebie to pokolenie. Zarówno generacja Z, jak i wcześniejsze pokolenie Y – to grupy, które istotnie różnią się od swoich poprzedników – pokolenia X i *Baby Boomers*. Dzisiejsze Zetki to ludzie, którzy chcą i potrafią korzystać z benefitów, jakie oferuje rynek pracodawców. Jako kluczowe kwestie wskazuje się łączenie pracy z pasją, praca na własny rachunek, wysokie oczekiwania związane z czasem wolnym, brak lojalności wobec pracodawcy, tzw. efekt kameleona (pochwały, odwzajemnianie emocji, docenienie), organizacja pracy własnej (jasny podział obowiązków), klimat pracy (swoboda, strefy relaksu itp.)[22]. W tym kontekście uwidacznia się obraz osób, które niezwykle dbają o wybór środowiska, w jakim pracują, atmosferę, jaka towarzyszy im na co dzień, relacje i zobowiązania, jakie biorą na siebie. Wybrzmiewa potrzeba zachowania balansu, ale również koncentracja uwagi na własnej osobie, swoich oczekiwaniach, możliwościach, potrzebach, które często stanowią trzon

[20] K. Messyasz, *Pokolenie Z na rynku pracy – strukturalne uwarunkowania i oczekiwania*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica" 2021, nr 76, s. 99-100.

[21] A. Opalińska, *W poszukiwaniu komunikacji między pracownikami a pracodawcami: analiza porównawcza pokoleń funkcjonujących na współczesnym rynku pracy*, „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze" 2018, nr 9, s. 147.

[22] *Tamże*, s. 148.

Bibliografia

Publikacje zwarte

Bojar M., Bojar E., Bojar W., *Przedsiębiorczość. Startupy i klastry*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin 2021.

Codogni M. i in., *Przedsiębiorczość w warunkach gospodarki globalnej – wybrane aspekty*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2014.

Dyduch W., *Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2008, Prace Naukowe – Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego.

Edukacja a rynek pracy, t. 4: *Młodzi na rynku pracy – pracownicy, przedsiębiorcy, bezrobotni*, red. M. Jelonek, K. Kasparek, M. Magierowski, PARP, Warszawa 2015.

Glinka B., Gudkova S., *Wykorzystanie teorii ugruntowanej do badań przedsiębiorczości*, [w:] *Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu. Organizacje, konteksty, procesy zarządzania*, red. B. Glinka, M. Kostera, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 559-560.

Hryniewicka A., *Psychologiczne przyczyny i konsekwencje braku dialogu międzypokoleniowego*, [w:] *Dialog pokoleń 3*, red. E. Wierzbicka-Piotrowska, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2017, s. 21-34, *Z Prac Towarzystwa Kultury Języka*.

Kapusta F., *Przedsiębiorczość. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Forum Naukowe, Poznań–Wrocław 2006.

Kłobukowski P., Glinka B., *Badanie przedsiębiorczości – metody, pomiar, podejścia badawcze*, [w:] *Przedsiębiorczość*, red. W. Pasierbek, K. Wach, Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum w Krakowie, Kraków 2022, s. 47-66, https://doi.org/10.35765/slowniki.195.

Leszczewska K., Widelska U., *Istota i uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw w skali lokalnej – podstawy teoretyczne*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw w skali lokalnej*, red. K. Leszczewska, C. Sadowska-Snarska, SAN, Łódź–Warszawa 2020, s. 9-20, *Studia i Monografie*.

Ławińska O., Korombel A., *Pokolenie Z jako wyzwanie współczesnego zarządzania przedsiębiorstwem. Relacje, media społecznościowe i crowdsourcing*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2023, https://doi.org/10.17512/CUT/9788371939426.

Matejun M., Staroń W., *Kwalifikacje i predyspozycje do podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w opinii przedsiębiorców z regionu łódzkiego*, [w:] *Zarządzanie organizacją w nowej rzeczywistości gospodarczej*, red. A. Daniluk, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2009, s. 160-163.

Matysiak M., *Dlaczego tacy jesteśmy? Identyfikacja czynników kształtujących polskie pokolenia Y i Z*, [w:] *Przedsiębiorczość i zarządzanie talentami. Wybrane zagadnienia*, red. M. Grabowska, K. Kluth, Politechnika Warszawska. Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych, Płock 2018, s. 147-162.

Paszkowski J., Paszkowski P., *Ewolucja stanu i struktury dużych przedsiębiorstw w województwie podlaskim*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2022.
Piekutowska A., *Przedsiębiorczość indywidualna w województwie podlaskim*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2021.
Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 1998.
Piotrowska M., *Oczekiwania pokolenia Z wobec rynku pracy w zakresie warunków zatrudnienia*, [w:] *Problemy gospodarki i rynku pracy*, red. M. Gasz, A. Politaj, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2023, s. 9-15, https://doi.org/10.15611/2023.69.5.01.
Sieger P. i in., *Global Student Entrepreneurship. 2021: Insights from 58 Countries*, University of St. Gallen, St. Gallen–Bern 2021.
Siuda P., *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja*, [w:] *Metody badań online*, red. P. Siuda, Wydawnictwo Naukowe Katedra, [Gdańsk] 2016, s. 28-81.
Wątroba W., *Pokolenia w społeczeństwach postkapitalistycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2022.

Artykuły naukowe

Aronowska I., *Zaufanie jako podstawa narzędzi motywacji*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie" 2016, t. 17, z. 10, cz. 1: *Zarządzanie w dobie ograniczonego zaufania*, s. 61-77.
Baran M., Kłos M., *Pokolenie Y – prawdy i mity w kontekście zarządzania pokoleniami*, „Marketing i Rynek" 2014, nr 5, s. 923-929.
Bednarowska Z., *Desk research – wykorzystanie potencjału danych zastanych w prowadzeniu badań marketingowych i społecznych*, „Marketing i Rynek" 2015, nr 7, s. 18-26.
Białasiewicz M., *Wybrane aspekty drobnej przedsiębiorczości*, „Studia i Prace WNEIZ US" 2016, nr 43/1, s. 9-18, https://doi.org/10.18276/sip.2016.43/1-01.
Bieniok H., *Przedsiębiorczość i innowacyjność źródłem sukcesu osobistego i firmy*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach" 2016, nr 278, s. 157-169.
Blachowska-Szmigiel M., *Pokolenie Z w przestrzeni edukacji formalnej: potrzeby i wyzwania*, „Studia Edukacyjne" 2023, nr 70, s. 167-184, https://doi.org/10.14746/se.2023.70.11.
Czerska I., *Pokolenie* head down *jako konsekwencja smartfonizacji społeczeństwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu" 2016, nr 459, s. 214-221, https://doi.org/10.15611/pn.2016.459.20.
Dacka M., *Potrzeba wsparcia pokolenia Z w szkole i na rynku pracy w sytuacji pandemii Covid-19*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Pedagogika" 2022, t. 44, nr 2, s. 175-198, https://doi.org/10.12775/AUNC_PED.2022.019.
Dawidziuk S., *Nauka o przedsiębiorczości*, „Postępy Techniki Przetwórstwa Spożywczego" 2012, nr 1, s. 122-126.
Drela K., *Psychologiczno-ekonomiczne problemy bezrobocia*, „Współczesne Problemy Ekonomiczne" 2015, nr 10, s. 133-145.
Edelman L.F. i in., *The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-Up Activities*, „Journal of Business Venturing" 2016, t. 31, nr 4, s. 428-448, https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003.
Gaidhani S., Arora L., Sharma B.K., *Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace*, „International Journal of Management, Technology and Engineering" 2019, t. 9, nr 1, s. 2804-2812.
Gajda J., *Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Z wobec pracy zawodowej i pracodawcy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu" 2017, nr 491, s. 158-171, https://doi.org/10.15611/pn.2017.491.15.

Summary

Entrepreneurship and expectations towards professional work among representatives of Generation Z on the example of the Podlaskie Voivodeship – psychological and economic aspects

The monograph by Anna Kowalczyk-Kroenke, Krystyna Leszczewska and Norbert Arszulowicz is a comprehensive study on the essence of entrepreneurship and expectations towards professional work in the context of the functioning of the youngest active generation on the labor market – Generation Z. The authors approach the subject taking into account two key perspectives – economic and psychosocial. The work contains a total of 5 chapters, and in the final part conclusions and recommendations.

The first chapter focuses on the characteristics of Generation Z, which, according to the literature on the subject, is considered the youngest generation active on the labor market. This chapter presents the essence of entrepreneurship and expectations of Generation Z in the light of available research and reports. The psychological aspects of the functioning of this generation in relation to its needs, expectations and challenges it faces are also indicated. The second chapter contains a detailed description of the research methodology, including the objectives of the study, research questions and the scope of the study. The methods, techniques and research tools used are presented, as well as the method of selecting and characterizing the research sample. The third and fourth chapter contain the results of empirical research. The third chapter presents the results of qualitative research carried out in four groups, which take into account the perspective of representatives of employment offices in the Podlaskie region, academic staff of universities in the Podlaskie region, representatives of training institutions and representatives of academic career offices of universities in the Podlaskie region. The fourth chapter describes the results of quantitative research carried out in the group of representatives of generation Z, taking into account both the aspect of entrepreneurship and professional expectations of representatives of this generation and the psychological elements of the functioning of this generation on the Podlaskie labor market. This work ends with conclusions from the research and recommendations dedicated to both educational and academic institutions, as well as career offices and offices supporting the professional activity of young generations on the labor market.

The publication combines theoretical analysis with in-depth empirical research in both qualitative and quantitative dimensions, which allows for a fuller understanding of the essence of the needs, expectations and difficulties faced by the youngest participants of the modern labor market.

Keywords: Generation Z, entrepreneurship, professional work, own business

Streszczenie

Przedsiębiorczość i oczekiwania wobec pracy zawodowej wśród przedstawicieli pokolenia Z na przykładzie województwa podlaskiego – aspekty psychologiczne i ekonomiczne

Monografia autorstwa Anny Kowalczyk-Kroenke, Krystyny Leszczewskiej i Norberta Arszułowicza stanowi wszechstronne opracowanie dotyczące istoty przedsiębiorczości i oczekiwań wobec pracy zawodowej w kontekście funkcjonowania najmłodszego aktywnego pokolenia na rynku pracy – generacji Z. Autorzy podejmują temat, uwzględniając dwie kluczowe perspektywy – ekonomiczną oraz psychospołeczną. Praca zawiera łącznie 5 rozdziałów, a w części końcowej wnioski i rekomendacje.

Rozdział pierwszy koncentruje się na charakterystyce pokolenia Z, które zgodnie z literaturą przedmiotu uznawane jest za najmłodsze aktywne na rynku pracy pokolenie. W rozdziale tym zaprezentowano istotę przedsiębiorczości oraz oczekiwania pokolenia Z w świetle dostępnych badań i raportów. Wskazano również na psychologiczne aspekty funkcjonowania tej generacji w odniesieniu do jej potrzeb, oczekiwań i wyzwań, z którymi się mierzy. Rozdział drugi zawiera szczegółowy opis metodyki badań, w tym celów badania, pytań badawczych oraz zakresu badań. Zaprezentowano metody, techniki oraz wykorzystane narzędzia badawcze, a także opisano sposób doboru i charakterystykę próby badawczej. Rozdział trzeci i czwarty to rozdziały zawierające wyniki badań empirycznych. W rozdziale trzecim przedstawiono wyniki badań jakościowych zrealizowanych w czterech grupach, które uwzględniają perspektywę przedstawicieli urzędów pracy regionu podlaskiego, kadry akademickiej uczelni wyższych regionu podlaskiego, przedstawicieli instytucji szkoleniowych oraz przedstawicieli akademickich biur karier uczelni wyższych regionu podlaskiego. W rozdziale czwartym opisano wyniki badań ilościowych zrealizowane w grupie przedstawicieli pokolenia Z ujmując zarówno aspekt przedsiębiorczości i oczekiwań zawodowych reprezentantów tego pokolenia jak i psychologiczne elementy funkcjonowania tej generacji na podlaskim rynku pracy. Niniejszą pracę kończą wnioski z badań oraz rekomendacje dedykowane zarówno instytucjom edukacyjnym, akademickim, jak również biurom karier oraz urzędom wspierającym aktywność zawodową młodych pokoleń na rynku pracy.

Publikacja łączy w sobie analizę teoretyczną z pogłębionymi badaniami empirycznymi zarówno w wymiarze jakościowym, jak i ilościowym, co pozwala na pełniejsze zrozumienie istoty potrzeb, oczekiwań i trudności, z jakimi borykają się najmłodsi uczestnicy współczesnego rynku pracy.

Słowa kluczowe: pokolenie Z, przedsiębiorczość, praca zawodowa, własna firma

WYDAWNICTWO
KSIĘGARNIA
AKADEMICKA

https://akademicka.pl

ISBN 978-83-8368-341-6
9 788383 683416