

Studiu Deloitte: Posibilitatea de a lucra de acasa reduce nivelul de stres pentru Generațiile Millennials și Z



Programul de lucru flexibil, implementat pe scara larga pe fondul pandemiei de COVID-19, ar putea reprezenta o soluție pentru reducerea nivelului de stres pe care îl resimt tinerii. Aproape 70% dintre Millennials și 64% dintre exponenții Generației Z susțin ca posibilitatea de a lucra de acasa în viitor ar scădea stresul, reiese din cel mai recent studiu Deloitte Millennial Survey. Aceasta ediție a studiului a fost efectuată pe baza a doua sondaje – primul, derulat în 43 de țări, înainte de apariția noului coronavirus, iar al doilea, în 13 țări, după declanșarea pandemiei.

Conform studiului, nivelul de stres continua sa preocupe intens tinerii și sa le influențeze planurile cu privire la cariera. Totuși, ponderea celor care spun ca sunt stresati în cea mai mare parte a timpului a scazut în timpul pandemiei în cazul ambelor categorii față de rezultatele primului sondaj, de la 50% la 42% pentru Millennials și de la 52% la 44% pentru cei din Generația Z, pe fondul încetirii activității din perioada stării de urgență.

Situația financiară rămâne un factor de stres pentru Millennials, mai ales pentru cei care și-au început cariera la debutul crizei financiare din 2008, iar acum se confrunta cu o noua recesiune. Din sondajul derulat anterior pandemiei a reieșit ca mai mult de 50% dintre ei estimau o înrăutățire a situației lor financiare în anul care urma, iar ponderea acestora a crescut la 61% după răspândirea virusului.

Tinerii, în special cei din generația Millennials, simt tot mai mult nevoia de stabilitate, tendința manifestată încă dinainte de pandemie. Din primul sondaj reiese ca cei care vor sa ramâna alaturi de angajatorul lor timp cinci ani sau mai mult sunt mai numeroși decât cei care vor sa îl paraseasca în următorii doi ani. Aceasta situație este o premieră de la includerea acestei întrebări în studiu, în urma cu patru ani. Ponderea celor care ar pleca în doi ani sau mai puțin a scazut de la 49% la 31%, iar a celor care vor sa ramâna pe termen lung a urcat de la 28% la 35%. Cei din Generația Z sunt dispuși sa își schimbe locul de munca mai des, însă doar jumătate vor sa o faca în primii doi ani, față de 61%, în ediția anterioară a studiului.

În același timp, generațiile tinere se implica tot mai mult în acțiuni cu caracter social. Trei sferturi dintre participanții la sondaj spun ca pandemia i-a determinat sa fie mai atenți la nevoile altora și ca intenționează sa se implice în acțiuni benefice pentru comunitate, aspect care se reflecta și în obiceiurile lor de cumpărare. În jur de 60% planuiesc sa cumpere mai mult de la marii comercianți care și-au protejat angajații și au avut un impact pozitiv în societate în timpul pandemiei. De asemenea, aproape trei sferturi vor face un efort suplimentar sa cumpere produse și servicii de la afaceri mici, locale.

Nu în ultimul rând, o largă majoritate (80%) considera ca guvernele și organizațiile de afaceri trebuie să facă eforturi mai mari pentru a proteja mediul, deși se tem că impactul economic al pandemiei ar putea face acest aspect mai puțin prioritar.

„În plus față de cele de mai sus, dacă ne raportăm la faptul că două treimi dintre participanții la sondajul desfășurat după declanșarea pandemiei s-au declarat mulțumiți de rapiditatea și de maniera în care au acționat angajatorii lor ca răspuns la criza sanitară și la faptul că aproximativ 60% susțin că acest aspect i-a determinat să își dorească să rămână alături de angajatorii lor pe termen lung, se desprinde un fir conductor în discuția despre angajament în munca la nivelul generației foarte tinere. Iar acesta este modul în care companiile aleg să se aplece în mod autentic asupra preocupărilor angajaților și grija pentru bunăstarea lor este manifestată practic, nu doar declarativ”, a declarat **Raluca Bontaș**, *Partener Global Employer Services, Deloitte România*.

La cea mai recentă ediție a studiului *Deloitte Global Millennials Survey* au participat, aproape 18.500 de reprezentanți ai generației Millennials și Z din 43 de țări la etapa de dinaintea declanșării pandemiei, și 9.100 de respondenți din 13 țări, la etapa de după răspândirea noului coronavirus. Printre intervievați sunt atât persoane cu funcții executive în mari organizații, cât și angajați cu normă redusă, voluntari sau șomeri, absolvenți de studii medii și universitare, dar și persoane care nu au absolvit aceste forme de învățământ.