

Studiu Deloitte: Românii din generațiile Millennials și Z se așteaptă la înrăutățirea situației economice și a contextului sociopolitic în acest an. Principalul lor motiv de îngrijorare este legat de creșterea costului cu traiul zilnic



Evoluția economiei și situația socială și politică îi preocupă pe românii din generațiile Millennials și Z, care se așteaptă la înrăutățirea condițiilor economice (59% dintre Millennials și 49% dintre cei din Generația Z) și a contextului sociopolitic (55%, respectiv 45%) în acest an, procente în creștere cu cel puțin zece puncte comparativ cu anul trecut, conform studiului *Deloitte Global Millennial and Gen Z Survey 2022*, realizat în 46 de țări din întreaga lume, inclusiv România. Aceste perspective îi determină să fie mai prudenți în privința locului de muncă, astfel ca ponderea celor care vor să rămână în aceeași companie mai mult de cinci ani a crescut în ultimul an de la 32% la 41% în cazul Millennials, și de la 21% la 42% în rândurile Generației Z, în timp ce numărul celor care vor să plece mai devreme de doi ani a scăzut de la 44% la 28%, respectiv de la 39% la 29%.

La nivel global, tinerii sunt mai optimiști decât cei din România. Proporția celor din Generația Z care se așteaptă la o înrăutățire a situației economice s-a redus de la 41% la 37% la nivel global, iar în cazul Millennials, de la 43% la 37%. În privința deteriorării contextului sociopolitic, percepția este stabilă, media globală înregistrând o ușoară scădere, de la 40% la 39% (Gen Z) și de la 41% la 39% (Millennials).

Principalul motiv de îngrijorare pentru tinerii români este reprezentat de costul tot mai ridicat al vieții de zi cu zi (51% dintre Millennials și 32% dintre cei din Generația Z). Cu toate acestea, tinerii români spun că își pot susține fără dificultate cheltuielile lunare (63% dintre Millennials și 57% din Generația Z), în timp ce media globală este mai redusă (55%, respectiv 47%). Reprezentanții Generației Z din România sunt optimiști și cu privire la pensionare, 55% fiind încrezatori că vor avea un venit confortabil în acel moment, în timp ce doar 46% dintre Millennials au această convingere. La nivel global, media este de doar 41% în ambele cazuri.

Pe de altă parte, proporția românilor care sunt stresați în cea mai mare parte a timpului s-a redus față de anul trecut cu zece puncte procentuale în cazul Millennials, la 34%, și cu trei puncte procentuale, la 48%, pentru Generația Z.

Motivele care stau la baza alegerii angajatorului diferă de la o generație la alta. Pentru Millennials, cel mai mult contează echilibrul dintre activitatea profesională și viața personală (44%) și oportunitățile de dezvoltare (37%), iar cei din Generația Z sunt mai interesați de salariu și alte beneficii financiare (31%) și de flexibilitatea programului de lucru (28%).

În prezent, românii Millennials lucrează preponderent la birou (66%), în timp ce 24% activează în sistem hibrid și doar 6% la distanță, iar 47% dintre cei din Generația Z își desfășoară activitatea în sistem hibrid, 29% la birou și 22% la distanță. Pentru viitor, Millennials ar prefera să muncească mai mult în sistem hibrid (62%) și doar 22% de la birou, iar cei din Generația Z – 67% hibrid și 12% la birou.

„Rezultatele raportului de anul acesta arată ca tinerii își reevaluează prioritățile, ca urmare a provocărilor întâmpinate în ultimii ani, devin mai stabili în privința locului de muncă, dar și mai preocupați să își optimizeze activitatea, astfel încât să obțină venituri mai mari, echilibru între viața profesională și cea personală și oportunități de promovare. În aceste condiții, angajatorii trebuie să analizeze cu mare atenție toate aspectele care țin de flexibilizarea programului de muncă, de la locul de desfășurare a activității, la programul de lucru, interacțiunea cu colegii etc., pentru a găsi modelul optim de lucru pentru organizație. Pe de altă parte, ar fi un exercițiu interesant de corelat rezultatele acestui studiu cu fenomenul «great resignation», care se manifestă tot mai intens în Europa, dar și în România. Ce reiese cu claritate însă e faptul că angajatorii, în funcție de domeniul în care activează și de categoria profesională a angajaților, ar trebui să accelereze eforturile de actualizare și armonizare a politicilor de personal (recrutare, retenție, motivare etc.), dar mai ales de schimbare a culturii organizaționale astfel încât să ofere angajaților confortul ca aparțin unei organizații în care au perspective de dezvoltare pe termen lung”, a declarat **Raluca Bontaș**, *Partner Global Employer Services, Deloitte România*.

Schimbările climatice reprezintă, de asemenea, o preocupare pentru tinerii români, astfel ca aceștia fac eforturi pentru a proteja mediul (88% dintre Millennials și 92% din cei din Generația Z). Însă foarte puțini sunt de părere că marile companii iau măsuri pentru a combate schimbările climatice (12%, respectiv 22%), iar în cazul guvernelor, proporția este și mai redusă (9%, respectiv 7%).

„De câțiva ani remarcam că și tinerii din România, în special cei din Generația Z, sunt tot mai motivați să contribuie la schimbări atât în interiorul companiei în care activează, cât și în comunitate, cu accent pe protecția mediului. Din acest motiv, observăm deja că atât angajatorii, cât și autoritățile publice acționează din ce în ce mai intens pe agenda de sustenabilitate”, a subliniat Raluca Bontaș.

Studiul Deloitte Global Millennial and Gen Z Survey, ajuns la ediția a 11-a, a fost efectuat în rândul a peste 14.800 de exponenți ai Generației Millennials (născuți între ianuarie 1983 și decembrie 1994) și a aproximativ 8.400 exponenți ai Generației Z (născuți între ianuarie 1995 și decembrie 2003) din 46 de țări din întreaga lume. Printre intervievați sunt atât angajați cu funcții executive în organizații mari, cât și persoane angajate pe baza de proiect (gig), voluntari sau șomeri, absolvenți de studii medii și universitare, dar și persoane care nu au absolvit aceste forme de învățământ (în special în cazul celor din Generația Z).