

Η Έρευνα του 2023 της Deloitte για τους Gen Z και τους Millennials αποκαλύπτει την πρόοδο στον εργασιακό χώρο παρά τις νέες δυσκολίες

- ✓ Καθώς οι Gen Z και οι millennials αναθεωρούν τον ρόλο της εργασίας στη ζωή τους, η ισορροπία μεταξύ εργασίας/ζωής παραμένει κορυφαία προτεραιότητα με ευέλικτες εργασιακές συμφωνίες, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων μερικής απασχόλησης που γίνονται πιο ελκυστικές.
- ✓ Οι Gen Z και οι millennials αναφέρουν το κόστος ζωής ως την κύρια κοινωνική τους ανησυχία, με περισσότερους από τους μισούς ερωτηθέντες να λένε ότι ζουν από μισθό σε μισθό
- ✓ Τα επίπεδα στρες και άγχους παραμένουν υψηλά, λόγω των οικονομικών και περιβαλλοντικών τους ανησυχιών, καθώς και λόγω πιέσεων στον χώρο εργασίας
- ✓ Οι Gen Z και οι millennials θέλουν οι εργοδότες να τους βοηθήσουν να προετοιμαστούν για τη μετάβαση σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα

Αθήνα, 18 Μαΐου 2023 - Η Έρευνα της Deloitte για τους Gen Z and τους Millennials διερευνά πώς τα ανατρεπτικά γεγονότα των τελευταίων τριών ετών διαμόρφωσαν τις ζωές και τις απόψεις των ερωτηθέντων. Με την πανδημία COVID-19 να έχει υποχωρήσει, η έκθεση εξετάζει πώς έχουν εξελιχθεί οι εμπειρίες των Gen Z και των millennials στον εργασιακό χώρο και διαπιστώνει ότι, ενώ η πανδημία άφησε σαφώς σημαντική αρνητική κληρονομιά, εισήγαγε επίσης ορισμένες θετικές τάσεις στον χώρο εργασίας. Η έρευνα εξετάζει σε γενικές γραμμές την πρόοδο που νιώθουν αυτές οι γενιές ότι έχουν κάνει οι εργοδότες τους, όπου όμως υπάρχει ακόμη δουλειά να γίνει, ενώ θεωρούν ότι μπορεί να υπάρξουν και πιθανές δυσκολίες. Διερευνά επίσης, πώς οι Gen Z και οι millennials συνεχίζουν να παίρνουν αποφάσεις για τον τρόπο ζωής και την καριέρα τους με βάση τις αξίες τους.

Στο 12ο έτος της πλέον, η έρευνα συγκεντρώνει στοιχεία από περισσότερους από 22.000 Gen Z και millennial ερωτηθέντες σε 44 χώρες. Οι απαντήσεις τους αποκαλύπτουν ότι, ενώ αναγνωρίζουν κάποια θετική αλλαγή, εξακολουθούν να είναι βαθιά ανήσυχοι για το μέλλον τους. Η έκθεση υπογραμμίζει τις συνεχείς ανησυχίες για τα προσωπικά οικονομικά, την κλιματική αλλαγή και την ψυχική υγεία και εξετάζει τη μεταβαλλόμενη σχέση των Gen Z και των millennials με την εργασία.

«Οι Gen Zs και οι millennials πασχίζουν για καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας και ζωής. Καθοδηγούνται επίσης από αξίες, ανησυχούν για το περιβάλλον, την κατάσταση του κόσμου και το μέλλον που βλέπουν να αναπτύσσεται μπροστά τους. Αναζητούν εργοδότες που μπορούν να τους βοηθήσουν να κάνουν τη διαφορά», λέει η Michele Parmelee, Deloitte Global Deputy CEO και Chief People and Purpose Officer. «Οι οργανισμοί που ακούν ενεργά και βοηθούν στην αντιμετώπιση των αναγκών και των ανησυχιών τους, θα βελτιώσουν την επιχειρησιακή ανθεκτικότητα και θα υλοποιήσουν δραστική αλλαγή στον κόσμο μας».

Δελτίο Τύπου

Οι Gen Z και οι millennials αναγνωρίζουν την πρόοδο στον χώρο εργασίας, αλλά αναζητούν μεγαλύτερη ευελιξία και ισορροπία μεταξύ εργασίας/ζωής

Οι ερωτηθέντες Gen Z και millennials βλέπουν τους εργοδότες να σημειώνουν πρόοδο σε ορισμένους βασικούς τομείς ακόμη και πριν από την πανδημία. Περίπου το ένα τρίτο των Gen Z και millennials εργαζομένων πλήρους ή μερικής απασχόλησης δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι με την ισορροπία μεταξύ της εργασίας και της ζωής τους, σε σύγκριση με μόνο έναν στους πέντε το 2019. Σημειώνεται επίσης ότι η ικανοποίηση από την ευελιξία στην εργασία, μαζί με τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη (DEI) έχουν επίσης αυξηθεί.

Η πανδημία προκάλεσε μια επανεξέταση του ρόλου που παίζει η εργασία στη ζωή τους. Ενώ σχεδόν οι μισοί Gen Z και η πλειονότητα των millennials λένε ότι η δουλειά τους εξακολουθεί να αποτελεί το επίκεντρο της ταυτότητάς τους, δίνουν μεγάλη έμφαση στην ισορροπία μεταξύ εργασίας/ζωής, το οποίο είναι το κορυφαίο χαρακτηριστικό που θαυμάζουν στον κύκλο τους και το κύριο στοιχείο που εκτιμούν όταν επιλέγουν έναν εργοδότη.

Οι Gen Z και οι millennials θέλουν ευελιξία στο πού και πότε εργάζονται. Πολλοί ερωτηθέντες έχουν πλέον υβριδικά μοντέλα εργασίας, ένα όφελος το οποίο εκτιμούν βαθιά. Την ίδια στιγμή, οι ευέλικτες εργασιακές συμφωνίες, οι οποίες προσφέρουν μια σειρά από εργασιακές δομές που αλλάζουν όταν ολοκληρώνεται η δουλειά ή ο αριθμός των ωρών εργασίας, αποτελούν αυξανόμενες προτεραιότητες. Οι Gen Z και οι millennials θα ήθελαν να δουν τους εργοδότες τους να προσφέρουν καλύτερες ευκαιρίες εξέλιξης και σταδιοδρομίας για υπαλλήλους μερικής απασχόλησης, περισσότερες θέσεις εργασίας μερικής απασχόλησης συνολικά και την επιλογή για πιο ευέλικτο ωράριο για τους εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης (π.χ. τετραήμερη εργασία τη βδομάδα).

Ενώ οι Gen Z και οι millennials αναγνωρίζουν την πρόοδο που έχουν σημειώσει οι εργοδότες τα τελευταία χρόνια, υπάρχει ακόμη περιθώριο βελτίωσης. Ανησυχούν δε ότι αυτή η δυναμική θα σταματήσει, καθώς οι επιχειρήσεις υπολογίζουν τις εξωτερικές προκλήσεις, όπως η οικονομική αβεβαιότητα και οι επιπτώσεις του πολέμου στην Ουκρανία.

Το κόστος ζωής παραμένει μια από τις κύριες ανησυχίες και η οικονομική αβεβαιότητα εμποδίζει την ικανότητα των ερωτηθέντων να σχεδιάσουν το μέλλον τους

Περίπου έξι στους δέκα Gen Zs και τα δύο τρίτα των millennials πιστεύουν ότι η οικονομία θα επιδεινωθεί ή θα παραμείνει στάσιμη στη χώρα τους τον επόμενο χρόνο. Μεταξύ αυτών, πολλοί πιστεύουν ότι αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να γίνει πιο δύσκολο ή αδύνατο να ζητήσουν αύξηση ή προαγωγή, να βρουν μια νέα δουλειά ή να αναζητήσουν μεγαλύτερη ευελιξία στην εργασία. Οι οικονομικές τους ανησυχίες επηρεάζουν επίσης την ικανότητά τους να σχεδιάσουν το μέλλον τους σε ένα πιο προσωπικό επίπεδο, με πολλούς να λένε ότι θα γίνει πιο δύσκολο ή αδύνατο να αγοράσουν ένα σπίτι ή να δημιουργήσουν οικογένεια.

Οι Gen Z και οι millennials συνεχίζουν να αναφέρουν το κόστος ζωής ως την κύρια κοινωνική τους ανησυχία, πάνω από την ανεργία και την κλιματική αλλαγή. Περισσότεροι από τους

Δελτίο Τύπου

μισούς Gen Z (51%) και millennials (52%) σημειώνουν ότι ζουν από μισθό σε μισθό (αύξηση πέντε ποσοστιαίων μονάδων σε σχέση με το 2022).

Παρά τις επιθυμίες τους για καλύτερη ισορροπία εργασίας/ζωής και την ικανότητα μείωσης των ωρών εργασίας, πολλοί Gen Z (46%) και millennials (37%) έχουν αναλάβει είτε μερικής είτε πλήρους απασχόλησης αμειβόμενη εργασία σε συνδυασμό με την κύρια εργασία τους προκειμένου να τα βγάλουν πέρα. Οι κορυφαίες θέσεις εργασίας περιλαμβάνουν την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στο διαδίκτυο, την περιστασιακή εργασία (gig work), όπως το delivery φαγητού ή εφαρμογές που προσφέρουν υπηρεσίες μεταφοράς, την επιδίωξη καλλιτεχνικών φιλοδοξιών και το influencing στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται ως πηγή εισοδήματος για μερικούς, επιδεινώνουν επίσης το οικονομικό άγχος - το 51% των Gen Z και το 43% των millennials λένε ότι τα social media τους κάνουν να θέλουν να αγοράσουν πράγματα που δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά.

Το επίμονο άγχος και η εξουθένωση καταπονούν αυτές τις γενιές

Σχεδόν οι μισοί από τους Gen Z (46%) και τέσσερις στους δέκα millennials (39%) λένε ότι νιώθουν άγχος είτε συνεχώς είτε πολύ συχνά και τα επίπεδα άγχους είναι ακόμη υψηλότερα μεταξύ των γυναικών, των LGBT+ ερωτηθέντων, των εθνικών μειονοτήτων και των ατόμων με αναπηρία. Εκτός από τις ανησυχίες για τα προσωπικά τους οικονομικά και την ευημερία των φίλων και της οικογένειάς τους, η κακή ισορροπία μεταξύ εργασίας/ζωής και ο μεγάλος φόρτος εργασίας συμβάλλουν στα επίπεδα άγχους τους. Οι ερωτηθέντες δυσκολεύονται να αποσυνδεθούν από την εργασία, με το 23% των Gen Z και το 30% των millennials να δηλώνουν ότι απαντούν στα email εργασίας εκτός των κανονικών ωρών εργασίας, τουλάχιστον πέντε ημέρες την εβδομάδα. Αυτές οι πιέσεις στον χώρο εργασίας μπορεί επίσης να έχουν οδηγήσει στα υψηλότερα επίπεδα εξουθένωσης συγκριτικά με πέρυσι.

Επιπρόσθετα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την ευημερία τους, τα οποία κάνουν περίπου τέσσερις στους δέκα Gen Z και millennials να αισθάνονται μόνοι και ανεπαρκείς. Ωστόσο, πάνω από το μισό ποσοστό κάθε γενιάς, λέει ότι η πρόσβαση στους πόρους ψυχικής υγείας έχει γίνει ευκολότερη λόγω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ότι αυτά έχουν γενικά θετικό αντίκτυπο στη ζωή τους, ιδιαίτερα λόγω της ικανότητας σύνδεσης με φίλους, οικογένεια και για άλλους κοινωνικούς λόγους.

Οι ευθύνες φροντίδας είναι επίσης ένας παράγοντας, καθώς περισσότερο από το ένα τρίτο των Gen Z (34%) και τέσσερις στους δέκα millennials (39%) έχουν καθημερινές ή περιοδικές ευθύνες φροντίδας τόσο για παιδιά όσο και για γονείς ή ηλικιωμένους συγγενείς. Ενώ οι Gen Z είναι λιγότερο πιθανό από τους millennials να έχουν καθημερινές ευθύνες φροντίδας για παιδιά, είναι ωστόσο ελαφρώς πιο πιθανό να φροντίζουν γονείς ή ηλικιωμένους συγγενείς. Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα Gen Z και millennials λένε ότι αυτές οι ευθύνες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ψυχική τους υγεία.

Η προσπάθεια για μεγαλύτερη περιβαλλοντική βιωσιμότητα και κοινωνικό αντίκτυπο καθοδηγεί τον τρόπο ζωής και τις αποφάσεις καριέρας

Δελτίο Τύπου

Έξι στους δέκα Gen Z και millennials λένε ότι έχουν αισθανθεί άγχος για το περιβάλλον τον περασμένο μήνα και περίπου το ίδιο ποσοστό αναφέρει ακραία καιρικά φαινόμενα και πυρκαγιές ως παράγοντες άγχους. Αυτές οι ανησυχίες επηρεάζουν τη λήψη των αποφάσεών τους, από τον οικογενειακό προγραμματισμό και τις βελτιώσεις στο οικιακό περιβάλλον, μέχρι το τι τρώνε και φορούν. Οι ερωτηθέντες προχωρούν σε μια σειρά ενεργειών, όπως το να αγοράσουν ένα ηλεκτρικό όχημα ή να αποφεύγουν την οδήγηση αυτοκινήτου συνολικά, ή να κάνουν τα σπίτια τους περισσότερο αποδοτικά ενεργειακά, να ακολουθούν χορτοφαγική ή vegan διατροφή και να αποφεύγουν την γρήγορη μόδα ενισχύοντας τα second-hand ρούχα. Μερικοί αποφασίζουν να έχουν λιγότερα ή καθόλου παιδιά για να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους.

Οι ανησυχίες για το κλίμα διαδραματίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις σταδιοδρομίας των Gen Z και των millennials. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες λένε ότι ερευνούν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο και τις πολιτικές ενός brand πριν αποδεχθούν μια θέση εργασίας, ενώ, συγκεκριμένα, ένας στους έξι λέει ότι έχει ήδη αλλάξει δουλειά ή κλάδο λόγω κλιματικών ανησυχιών και περίπου το ένα τέταρτο των ερωτηθέντων λέει ότι σκοπεύει να το κάνει στο μέλλον.

Στην πραγματικότητα, η ικανότητα αλλαγών σε κοινωνικά ζητήματα συνολικά, έχει τη δυνατότητα να ορίσει την πρόσληψη και τη διατήρηση αυτών των γενεών. Σχεδόν τέσσερις στους δέκα λένε ότι έχουν απορρίψει αναθέσεις εργασίας λόγω ηθικών ανησυχιών, ενώ περισσότεροι από το ένα τρίτο έχουν απορρίψει εργοδότες που δεν ευθυγραμμίζονται με τις αξίες τους. Οι Gen Z και οι millennials θέλουν να έχουν τη δύναμη να οδηγούν στην αλλαγή τους οργανισμούς τους, αλλά ενώ τείνουν να αισθάνονται ότι μπορούν να τους επηρεάσουν θετικά σε τομείς που σχετίζονται με προϊόντα και υπηρεσίες, DEI, ανάπτυξη και εκπαίδευση και διαχείριση φόρτου εργασίας, η επιρροή σε άλλους κρίσιμους τομείς, όπως ο κοινωνικός αντίκτυπος και η βιωσιμότητα, υστερεί. Περίπου οι μισοί από τους Gen Z και τους millennials λένε ότι πιέζουν τις επιχειρήσεις να δράσουν για την κλιματική αλλαγή, αλλά λιγότεροι από ένας στους έξι λένε ότι αισθάνονται ικανοί να επηρεάσουν τις προσπάθειες βιωσιμότητας του οργανισμού τους.

Αυτό που θέλουν οι Gen Z και οι millennials από τους εργοδότες είναι να τους ενδυναμώσουν και να τους παρέχουν εκπαίδευση και υποστήριξη, τόσο για να τους βοηθήσουν ώστε να λαμβάνουν πιο βιώσιμες αποφάσεις στη ζωή τους, όσο και για να αναπτύξουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη μετάβαση σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Περισσότεροι από τους μισούς Gen Z (56%) και οι μισοί millennials (50%) λένε ότι έχουν λάβει ήδη αυτήν την εκπαίδευση, αλλά θα είναι απαραίτητο να κλιμακωθεί αυτή η γνώση, καθώς εκτιμάται ότι περίπου 800 εκατομμύρια θέσεις εργασίας είναι ευάλωτες σε κλιματικές ακρότητες.

Οι εργοδότες μπορούν και πρέπει να δράσουν



Δελτίο Τύπου

Καθώς οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν νέες προκλήσεις, θα είναι σημαντικό για τις προσπάθειες πρόσληψης και διατήρησης, οι εργοδότες να συντηρήσουν την πρόοδο που έχουν σημειώσει και να συμβάλουν στην ενίσχυση αυτής της δυναμικής.

«Οι Gen Z και οι millennials αντιμετωπίζουν έναν μοναδικό συνδυασμό προκλήσεων σε ένα κομβικό σημείο της ζωής τους, καθώς προχωρούν στην καριέρα τους, μεγαλώνουν τις οικογένειές τους και φροντίζουν τους αγαπημένους τους», προσθέτει η Parmelee. «Είναι κρίσιμο για τους εργοδότες να κατανοήσουν αυτές τις γενιές και να συνεχίσουν να ωθούν την πρόοδο στις προκλήσεις που έχουν μεγαλύτερη σημασία για αυτούς. Αυτό όχι μόνο θα συμβάλει στην ενίσχυση της παραγωγικότητας και στη διατήρηση του ταλέντου αλλά θα χτίσει τελικά εμπιστοσύνη και αξία για τις επιχειρήσεις στην κοινωνία ευρύτερα».

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με την έρευνα της Deloitte Global 2023 Gen Z and Millennial και το Mental Health Deep Dive με βάση τα ευρήματα, επισκεφθείτε τη διεύθυνση: www.deloitte.com/genzmillennialsurvey.

Μεθοδολογία

Η Deloitte Global 2023 Gen Z and Millennial Survey αντικατοπτρίζει τις απαντήσεις των 14.483 Gen Zs και των 8.373 millennials (22.856 ερωτηθέντες συνολικά), από 44 χώρες στη Βόρεια Αμερική, τη Λατινική Αμερική, τη Δυτική Ευρώπη, την Ανατολική Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή, την Αφρική και την Ασία-Ειρηνικός. Η έρευνα διεξήχθη με τη χρήση διαδικτυακής τύπου συνέντευξης που ολοκληρώνει κάποιος μόνος του. Η επιτόπια εργασία ολοκληρώθηκε μεταξύ 29 Νοεμβρίου 2022 και 25 Δεκεμβρίου 2022. Εκτός από την έρευνα, τον Μάρτιο του 2023, πραγματοποιήθηκαν ποιοτικές συνεντεύξεις με 60 Gen Z και millennials από τη Βραζιλία, τη Γερμανία, την Ινδία, την Ιαπωνία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ.

Όπως ορίζεται στη μελέτη, οι ερωτηθέντες Gen Z γεννήθηκαν μεταξύ Ιανουαρίου του 1995 και Δεκεμβρίου του 2004 και οι ερωτηθέντες millennial γεννήθηκαν μεταξύ Ιανουαρίου του 1983 και Δεκεμβρίου του 1994.

Για περισσότερες πληροφορίες

Deloitte, Κέλλυ Κουφοπούλου, Manager, Brand & Communications

email: kkoufopoulou@deloitte.gr

This document has been prepared by Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants.

Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 000665201000 and its registered office at Marousi Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme, a Greek company, registered in Greece with registered number 0001223601000 and its registered office at Marousi, Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25 and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 144724504000 and its registered office at Thessaloniki, Municipality of Pylaia - Chortiatis of Thessaloniki, Vepe Technopolis Thessaloniki (5th and 3rd



Δελτίο Τύπου

street), are one of the Deloitte Central Mediterranean S.r.l. (“DCM”) countries. DCM, a company limited by guarantee registered in Italy with registered number 09599600963 and its registered office at Via Tortona no. 25, 20144, Milan, Italy is one of the Deloitte NSE LLP geographies. Deloitte NSE LLP is a UK limited liability partnership and member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of any of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

DTTL, Deloitte NSE LLP and Deloitte Central Mediterranean S.r.l. do not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte’s approximately 312,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.