

Δελτίο Τύπου

Millennials και Gen Zs, δυο γενιές που επιζητούν κοινωνική αλλαγή και υπευθυνότητα

Η παγκόσμια έρευνα 2021 Millennial & Gen Z της Deloitte επισημαίνει τις προτεραιότητες και τις ανησυχίες των δυο γενιών

- Η πλειοψηφία των νέων πιστεύει ότι βρισκόμαστε σε ένα κρίσιμο σημείο όσον αφορά σε θεμελιώδη κοινωνικά ζητήματα συμπεριλαμβανομένων της κλιματικής αλλαγής, της ανισότητας και των διακρίσεων.
- Η ανεργία (σύμφωνα με το 35% των millennials και το 42% των Gen Zs) και η οικονομική ανάπτυξη (για το 30% των millennials και το 29% των Gen Zs) είναι τα 2 ζητήματα που ανησυχούν περισσότερο τους Έλληνες millennials και Gen Zs.
- Το 62% των Ελλήνων millennials δηλώνουν ότι δεν έχουν μιλήσει ανοιχτά στους εργοδότες τους για το άγχος και την πίεση που βιώνουν από την αρχή της πανδημίας.
- Το 38% των millennials και το 50% των Gen Zs στην Ελλάδα έχουν κάνει επιλογές σχετικά με το είδος εργασίας που είναι διατεθειμένοι να κάνουν και τους οργανισμούς στους οποίους είναι διατεθειμένοι να εργαστούν βάσει της προσωπικής τους ηθικής.

Αθήνα, 22 Ιουνίου 2021 – Μετά από ένα χρόνο έντονης αβεβαιότητας λόγω της πανδημίας COVID-19, της πολιτικής αστάθειας, των αναταραχών που προκλήθηκαν από φυλετικές διακρίσεις και των σοβαρών κλιματικών γεγονότων, οι millennials και οι Gen Zs σε όλο τον κόσμο είναι αποφασισμένοι να κρατήσουν τον εαυτό τους και τους άλλους υπόλογους για τα πιο σημαντικά κοινωνικά ζητήματα. Αυτές οι γενιές έχουν από καιρό επιμείνει για κοινωνική αλλαγή, ωστόσο πολλοί τώρα αισθάνονται ότι βρισκόμαστε σε κρίσιμη σημείο και ζητούν να γίνουν αλλαγές που θα οδηγήσουν σε έναν πιο δίκαιο και βιώσιμο κόσμο.

Η έρευνα 2021 Millennial και Gen Z της Deloitte, στο 10^ο χρόνο της και με την συμμετοχή της Ελλάδας για 1^η φορά φέτος, διαπιστώνει ότι οι ερωτηθέντες διοχετεύουν τις δυνάμεις τους στην ανάληψη δράσεων με νόημα – συμμετέχοντας περισσότερο στα πολιτικά δρώμενα, ευθυγραμμίζοντας τις δαπάνες για τις επιλογές σταδιοδρομίας με τις αξίες τους και προωθώντας αλλαγές στα κοινωνικά ζητήματα που τους απασχολούν περισσότερο. Με τη σειρά τους, όπως έχουμε διαπιστώσει επανειλημμένα με την πάροδο των ετών, οι νέοι έχουν προσδοκίες από ιδρύματα, επιχειρήσεις και κυβερνήσεις να κάνουν περισσότερα.

Το περιβάλλον παραμένει ένα κορυφαίο ζήτημα

Η κλιματική αλλαγή και η προστασία του περιβάλλοντος ήταν η No. 1 προσωπική ανησυχία των millennials πριν από ένα χρόνο. Φέτος οι έγνοιες για την υγεία και την ανεργία είναι στην κορυφή της λίστας των προσωπικών ανησυχιών των millennials. Ωστόσο, η προσοχή τους σε περιβαλλοντικά ζητήματα (ερχόμενη 3η) και το γεγονός ότι παραμένει η No.1 ανησυχία για τους Gen Zs - ακόμη και κατά τη διάρκεια μιας παγκόσμιας πανδημίας, όταν άλλες απειλές για την υγεία, την οικογενειακή ευημερία και τη σταδιοδρομία τους θεωρούνται πιο άμεσες – αποδεικνύει πόσο σημαντικό είναι αυτό το ζήτημα για τους νέους.

Πολλοί πιστεύουν (37% των millennials και 40% των Gen Zs) ότι περισσότεροι άνθρωποι θα δεσμευτούν να αναλάβουν δράση για περιβαλλοντικά και ζητήματα κλιματικής αλλαγής μετά την πανδημία. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει στιδήποτε, από την ανακύκλωση μέχρι την αύξηση της χρήσης των μέσων μαζικής μεταφοράς, έως και την αλλαγή των διατροφικών και καταναλωτικών συνηθειών. Ως καταναλωτές, οι millennials και Gen Zs συνεχίζουν να λαμβάνουν αποφάσεις σύμφωνα με τις αξίες τους. Περισσότερο από το

1/4 των millennials και των Gen Zs ισχυρίζονται ότι ο αντίκτυπος των επιχειρήσεων (τόσο θετικός όσο και αρνητικός) στο περιβάλλον έχει επηρεάσει τις αγοραστικές αποφάσεις τους.

Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής είναι η 3^η σημαντικότερη ανησυχία και για τους Έλληνες Gen Zs ενώ τα 2 ζητήματα που ανησυχούν περισσότερο τους Έλληνες millennials και Gen Zs είναι η ανεργία (35% των millennials και 42% των Gen Zs) και η οικονομική ανάπτυξη (30% και 29% αντίστοιχα). Για τους Έλληνες millennials (με 27%) η 3^η σημαντικότερη ανησυχία είναι οι απειλές για την υγεία.

Οι Millennials και Gen Zs πιστεύουν ότι οι διακρίσεις είναι ευρέως διαδεδομένες

6 στους 10 Gen Zs και 56% των millennials υποστηρίζουν ότι ο συστημικός ρατσισμός είναι ευρέως διαδεδομένος στην κοινωνία. Ωστόσο, το προηγούμενο έτος έστρεψε την προσοχή στο ζήτημα των φυλετικών διακρίσεων με τέτοιο τρόπο ώστε το 55% όλων των ερωτηθέντων να πιστεύουν ότι η κοινωνία βρίσκεται «σε κρίσιμο σημείο και θα υπάρξει θετική αλλαγή από εδώ και στο εξής». Οι millennials και Gen Zs κάνουν ό,τι μπορούν για να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα, αλλά επιζητούν επίσης από την κυβέρνηση και άλλους θεσμούς να επιστεύσουν τις αλλαγές.

Το ζήτημα είναι προσωπικό για πολλούς. Τουλάχιστον 1 στους 5 ερωτηθέντες από όλον τον κόσμο δηλώνει ότι δέχεται κάποια μορφή διάκρισης πάντοτε ή συχνά. Το 1/4 πιστεύει ότι έχει υποστεί διακρίσεις από την κυβέρνησή του, και περίπου ο ίδιος αριθμός πιστεύει ότι έχει στοχοποιηθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. 34% των millennials και 38% των Gen Zs πιστεύουν ότι ο ρατσισμός στο χώρο εργασίας είναι συστημικός.

Επειδή οι διακρίσεις μπορούν να αφομοιωθούν σε οργανισμούς με την πάροδο του χρόνου, 3 στους 5 ερωτηθέντες συμφωνούν ότι η θετική αλλαγή θα επέλθει μόνο από την κορυφή προς τα κάτω - από μια αλλαγή στη στάση και τις ενέργειες από αυτούς που έχουν την εξουσία. Ωστόσο, δεν θεωρούν ότι οι θεσμοί αξιοποιούν τις δυνατότητές τους. Όταν τους ζητήθηκε να αξιολογήσουν ποιος καταβάλλει τη μεγαλύτερη προσπάθεια για τον περιορισμό του συστημικού ρατσισμού, μεμονωμένα άτομα και ακτιβιστές βρέθηκαν στην κορυφή της λίστας ξεπερνώντας τα εκπαιδευτικά συστήματα, το σύστημα απονομής δικαιοσύνης και τις κυβερνήσεις.

Ο ρόλος των επιχειρήσεων στη συζήτηση είναι αβέβαιος και υποβαθμίζεται από τους millennials και τους Gen Zs. Η δυνατότητα των επιχειρήσεων να βοηθήσουν στο να επέλθει σημαντική αλλαγή κρίνεται υποδιπλάσια σε σχέση με την αντίστοιχη των μεμονωμένων ατόμων, των εκπαιδευτικών συστημάτων και της κυβέρνησης. Και όσον αφορά στο ποιος καταβάλλει τη μεγαλύτερη προσπάθεια για να αντιμετωπιστεί ο συστημικός ρατσισμός, οι επιχειρήσεις και οι ηγέτες των επιχειρήσεων κατατάσσονται από τους ερωτηθέντες στην τελευταία θέση μεταξύ των 8 επιλογών που προσφέρονται. Στην **Ελλάδα** μόνο 11% των millennials και 20% των Gen Zs πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις και οι επικεφαλής τους κάνουν ό,τι μπορούν για να περιορίσουν τον συστημικό ρατσισμό.

Για να καλύψουν το κενό που άφησαν οι θεσμοί, οι νέοι παίρνουν την αλλαγή στα χέρια τους. Οι ερωτηθέντες ισχυρίζονται ότι εκπαιδεύουν άλλους, μοιράζονται ενημερωτικό περιεχόμενο σε κοινωνικές πλατφόρμες, ψηφίζουν υπέρ προοδευτικών πολιτικών και εμπορικού αποκλεισμού επιχειρήσεων και brands που δεν μοιράζονται τις αξίες τους στο θέμα των διακρίσεων.

Το στρες και το άγχος διαχέεται στο χώρο εργασίας, επισημαίνοντας την αυξανόμενη ανάγκη των επιχειρήσεων να επικεντρωθούν στη βελτίωση της ψυχικής υγείας στον εργασιακό χώρο

Η πανδημία COVID-19 έφερε το άγχος στο προσκήνιο της κοινωνικής συνείδησης - το 41% των millennials και 46% των Gen Zs αισθάνονται άγχος στην εργασία καθ' όλη την διάρκεια ή τις περισσότερες ώρες. Τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ελλάδα είναι 54% για τους millennials και 71% για τους Gen Zs. Τα οικονομικά, η οικογενειακή ευημερία και οι προοπτικές εργασίας αποτελούν τα κύρια αίτια άγχους.

Αυτό το άγχος διαχέεται στο χώρο εργασίας. Περίπου το 1/3 όλων των ερωτηθέντων - το 31% των millennials και το 35% των Gen Zs - έχουν πάρει άδεια από τη δουλειά λόγω του άγχους και του στρες που έχει προκληθεί από την πανδημία. Ωστόσο, σχεδόν το μισό αυτής της ομάδας αιτιολόγησε διαφορετικά την απουσία του στον εργοδότη του, πιθανότατα λόγω του συνεχιζόμενου στίγματος σχετικά με την ψυχική υγεία στο χώρο εργασίας. Στην πραγματικότητα, μόνο το 38% των millennials και το 35% των Gen Zs ένιωθαν αρκετά άνετα να μιλήσουν ανοιχτά με τους προϊσταμένους τους για το άγχος που νιώθουν. Και περίπου το 40% δηλώνουν ότι οι εργοδότες τους δεν έχουν υποστηρίξει επαρκώς την ψυχική τους υγεία κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Στην **Ελλάδα** το 61% των millennials και το 76% των Gen Zs δηλώνουν ότι οι επαγγελματικές προοπτικές τους δημιουργούν μεγάλο άγχος και στρες. Μόνο ένα 23% των Ελλήνων Gen Zs διαφωνούν ότι οι εργοδότες σχεδιάζουν πολιτικές για την υποστήριξη της ψυχικής υγείας των εργαζομένων μετά την πανδημία.

Η πανδημία αυξάνει τις οικονομικές ανησυχίες και τον προβληματισμό σχετικά με την άνιση κατανομή του πλούτου

Η πανδημία COVID-19 έχει επιτείνει την αβεβαιότητα των νέων για το οικονομικό τους μέλλον. Τα 2/3 όλων των ερωτηθέντων λένε ότι «συχνά ανησυχούν ή αγχώνονται» για την οικονομική τους κατάσταση. Ο ίδιος αριθμός λέει ότι η πανδημία τους έκανε να επανεκτιμήσουν και να αλλάξουν τους οικονομικούς τους στόχους. Σκεπτόμενοι μακροπρόθεσμα, μόνο το 36% των millennials και το 40% των Gen Zs πιστεύουν ότι οι προσωπικές τους οικονομικές καταστάσεις θα βελτιωθούν έως το 2022.

Ενώ οι προσωπικές οικονομικές ανησυχίες όλο και περισσότερο απασχολούν τους νέους, το ίδιο ισχύει και για την ανισότητα στην κατανομή του πλούτου ως ένα μεγαλύτερο κοινωνικό ζήτημα. Οι περισσότεροι millennials (69% παγκοσμίως και 86% στην **Ελλάδα**) και Gen Zs (66% παγκοσμίως και 75% στην **Ελλάδα**) που ρωτήθηκαν πιστεύουν ότι ο πλούτος και το εισόδημα κατανέμονται άνισα σε ολόκληρη την κοινωνία.

Πολλοί πιστεύουν ότι μπορεί να χρειαστεί κυβερνητική παρέμβαση για την προώθηση της αλλαγής. Σχεδόν το 1/3 ψήφισε ή υποστήριξε πολιτικούς που θέλουν να μειώσουν την εισοδηματική ανισότητα. Περίπου το 60% των ερωτηθέντων λένε ότι η νομοθεσία για τον περιορισμό του χάσματος στις αμοιβές μεταξύ των ανώτερων στελεχών και των μέσων υπαλλήλων θα βοηθούσε σημαντικά, όπως και η νομοθεσία που απαιτεί από τις επιχειρήσεις να πληρώνουν τους εργαζομένους τουλάχιστον το ελάχιστο απαιτούμενο για να βιοπορίζονται. Και περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες ισχυρίζονται ότι ένας ενιαίος κατώτατος μισθός σε παγκόσμιο επίπεδο θα μπορούσε να βοηθήσει στην επίλυση αυτού του ζητήματος.

Οι απόψεις ότι οι επιχειρήσεις έχουν θετικό κοινωνικό αντίκτυπο συνεχίζουν να μειώνονται και η εργασιακή δέσμευση και αφοσίωση περιορίζονται

Διατηρώντας μια σταθερή πτώση τα τελευταία χρόνια, φέτος το 47% των millennials και το 48% των Gen Zs πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία. Αυτό σηματοδοτεί την πρώτη φορά που ο αριθμός αυτός έπεσε κάτω από το 50%. Ακόμη πιο χαμηλά είναι τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ελλάδα με το 29% των **Ελλήνων** millennials και το 36% των Gen Zs μόνο να πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις αφήνουν θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία.

Η εργασιακή δέσμευση και αφοσίωση σημείωσαν μικρή μείωση από το ρεκόρ του περασμένου έτους. Περισσότεροι millennials και Gen Zs, εάν τους δινόταν η ευκαιρία, θα άφηναν τους σημερινούς εργοδότες τους εντός 2 ετών (36% και 53% αντίστοιχα, σε σύγκριση με 31% και 50% το 2020), ενώ περίπου οι ίδιοι λένε ότι σκοπεύουν να παραμείνουν τουλάχιστον 5 χρόνια (34% millennials, 21% Gen Zs). Παράλληλα, το 44% των millennials και το 49% των Gen Zs (στην Ελλάδα το 38% των millennials και το 50% των Gen Zs) δηλώνουν ότι έχουν κάνει επιλογές σχετικά με το είδος εργασίας που είναι διατεθειμένοι να κάνουν και τους οργανισμούς στους οποίους είναι διατεθειμένοι να εργαστούν βάσει της προσωπικής τους ηθικής τα τελευταία δύο χρόνια.

«Με την πάροδο των ετών, αυτή η έρευνα έδειξε σταθερά ότι οι millennials και οι Gen Zs καθοδηγούνται από τις αξίες τους και ζητούν στον εαυτό τους, και στις επιχειρήσεις, να αναλαμβάνουν τις ευθύνες τους», δήλωσε ο **Γιώργος Φράγκος**, Consulting Partner, Human Capital Leader της Deloitte Ελλάδος. «Ακόμα και σε μια δύσκολη χρονιά, συνεχίζουν να πιέζουν για θετική κοινωνική αλλαγή. Οι επιχειρήσεις που μοιράζονται το όραμά τους και υποστηρίζουν τις προσπάθειές τους να δημιουργήσουν ένα καλύτερο μέλλον, θα αναδειχθούν στην κορυφή.»

Για περισσότερες πληροφορίες και για να δείτε ολόκληρα τα αποτελέσματα της Deloitte's Millennial Έρευνας και το report με τα ελληνικά ευρήματα, επισκεφτείτε: www.deloitte.com/millennialsurvey-2021.

Μεθοδολογία

Στην έκθεση του 2021 συγκεντρώθηκαν οι απόψεις 14.655 millennials και 8.273 Gen Zs (22.928 ερωτηθέντες συνολικά) από 45 χώρες της Βόρειας Αμερικής, της Λατινικής Αμερικής, της Δυτικής Ευρώπης, της Ανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής, της Αφρικής και της Ασίας-Ειρηνικού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω μια διαδικτυακής, self-complete-style συνέντευξης. Η επιτόπια εργασία ολοκληρώθηκε μεταξύ 8 Ιανουαρίου και 18 Φεβρουαρίου 2021.

Οι Millennials που περιλήφθηκαν στη μελέτη γεννήθηκαν μεταξύ Ιανουαρίου 1983 και Δεκεμβρίου 1994. Οι ερωτηθέντες Generation Z γεννήθηκαν μεταξύ Ιανουαρίου 1995 και Δεκεμβρίου 2003.

Η έκθεση αντιπροσωπεύει ένα ευρύ φάσμα ερωτηθέντων, από εκείνους με διοικητικές θέσεις σε μεγάλους οργανισμούς έως και άλλους που συμμετέχουν στην gig economy, κάνουν αμειβόμενη εργασία ή είναι άνεργοι. Επιπλέον, η ομάδα Gen Z περιλαμβάνει μαθητές που έχουν ολοκληρώσει ή είναι στην διαδικασία ολοκλήρωσης πτυχίων, εκείνους που έχουν ολοκληρώσει ή σχεδιάζουν να ολοκληρώσουν επαγγελματικές σπουδές και άλλους που είναι στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και μπορεί ή όχι να συνεχίσουν την τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Για περισσότερες πληροφορίες

- Deloitte, Μαριαλένα Μανδρέκα, Senior Consultant Brand & Communications
email: mmandreka@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 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.

This document and its contents are confidential and prepared solely for your use, and may not be reproduced, redistributed or passed on to any other person in whole or in part, unless otherwise expressly agreed with you. No other party is entitled to rely on this document for any purpose whatsoever and we accept no liability to any other party, who is provided with or obtains access or relies to this document.

© 2021 For more information contact Deloitte Central Mediterranean.