

Orientacja na sukces zawodowy w percepcji młodych generacji – ujęcie aksjologiczne

Anna Kowalczyk-Kroenke 

e-mail: anna.kowalczyk.wawa@gmail.com

DOI: 10.24427/az-2022-0065

Streszczenie

Młodymi generacjami możemy aktualnie określić pokolenie Y1 i Z2, które wniosły wiele istotnych zmian w zakresie zarządzania kapitałem ludzkim w organizacjach, wymuszając konieczność budowania zupełnie nowych systemów zarządzania lojalnością, zaangażowaniem, efektywnością pracy, motywacją, czy nowych modeli przywództwa. To również pokolenia, które wyraźnie stawiają dziś pytania o to, na ile mogą realizować się w danej organizacji, łącząc własne potrzeby, aspiracje, ambicje i możliwości z oczekiwaniami pracodawcy by w efekcie własną pracę zawodową móc utożsamiać z szeroko rozumianym sukcesem. Istotną rolę w kształtowaniu oczekiwań, podejściu do pracy, stosunku do przełożonych i autorytetów, ale również w postrzeganiu własnego sukcesu odgrywają wartości danego człowieka. Niniejszy artykuł ma charakter merytorycznej refleksji i jest próbą odpowiedzi na pytanie – co oznacza i z czym wiąże się sukces zawodowy wśród przedstawicieli młodych generacji, z czym jest utożsamiany i jaką faktycznie ma wartość dla tej grupy pracowników.

Słowa kluczowe

pokolenie Y, pokolenie Z, sukces zawodowy, organizacja, wartości

Wstęp

Wartości normują wiele istotnych wymiarów życia każdego człowieka. Określają postawy i zachowania wobec ludzi, rzeczy, zdarzeń, sytuacji, i tym samym

¹ Urodzeni pomiędzy 1980 a 2000 rokiem; zob. np. Smith, T.J., Nichols, T. (2015), Understanding the Millennial Generation, *Journal of Business Diversity*, vol. 15, s. 39).

² Urodzeni pomiędzy 1995-2010; zob. np. Kutlák, K. (2021). Individualism and self-reliance of Generations Y and Z and their impact on working environment: An empirical study across 5 European countries, *Problems and Perspectives in Management*, vol. 19(1), s. 40).

wpływają na stany emocjonalne, postrzeganie rzeczywistości, ocenę własnej osoby jak również generują potrzeby i dążenia człowieka [Czerniawska i Szydło 2020a; 2020b; 2020c; 2021; Czerniawska i in., 2021].

W ocenie M. Skiby istotne znaczenie w budowaniu indywidualnej hierarchii potrzeb i standardach ich zaspokajania odgrywają trzy elementy, do których autorka zalicza intelekt, wolę oraz emocje rozumiane jako stałe i jednocześnie zmienne w konfiguracyjnym odniesieniu do człowieka składniki jego psychiki. Wskazuje także na istnienie wartości utylitarnych i ideowych funkcjonujących w świadomości danej jednostki – przewaga którejkolwiek z nich wpływa z kolei na zachowanie człowieka [Skiba, 2011, s.43].

Wyznawane wartości warunkują zatem sposób myślenia człowieka i postrzeganie przez niego świata w tym wielu istotnych aspektów, które wpływają na to w jaki sposób kreuje on własne życie i w jaki sposób buduje rzeczywistość wokół siebie [Szydło 2018; Szydło i Grześ- Bukłaho, 2020; Czerniawska i Szydło 2022]. Współczesny świat stawia przed człowiekiem wiele pytań i wyzwań, dając szerokie pole do eksploracji i poszukiwania poczucia sensu swojego istnienia, które może odkrywać w różnych dziedzinach życia, ale jednocześnie otwiera także drogę do pewnych nadużyć i patologii, jeśli wyznawane wartości i związane z tym wewnętrzne potrzeby nie znajdują miejsca i aprobaty w otaczającym świecie. Są nierozumiane i nieakceptowane. Uznano za bardzo istotne stawianie dziś pytań o to, które wartości mają faktycznie znaczenie i w jaki sposób przekłada się to na decyzje, zachowania i postawy pracowników, których w bezpośrednich relacjach doświadczają pracodawcy. W jaki sposób wartości wpływają na podejmowane aktywności, decyzje, stosunki i relacje między ludźmi, którzy współtworzą przestrzeń biznesową oraz jaką wartość i znaczenie ma dziś szerokorozumiany sukces zawodowy wśród przedstawicieli młodych generacji.

1. Sukces zawodowy w kontekście wartości młodego pracownika – przegląd literatury i badań

Analiza literatury polskiej i zagranicznej, przeprowadzony przegląd badań oraz dostępnych raportów wskazują, że nie ma jednej, uniwersalnej definicji sukcesu zawodowego. W wymiarze indywidualnym dla każdej osoby będzie oznaczać coś zupełnie innego, różna może być jego wartość i znaczenie dla danej jednostki, jak również różne mogą być motywy jego realizacji.

P.A. Heslin wskazuje, że subiektywny sukces zawodowy zwykle jest definiowany jako stopień zadowolenia ze swojej pracy, ale podaje także powody, dla których satysfakcja z pracy jest niekoniecznie równoznaczna z wiarą, że człowiek ma

udaną karierę. Sukces zawodowy w jego ocenie odzwierciedla reakcje zarówno na wcześniejsze jak i przewidywane osiągnięcia związane z karierą w szerszym przedziale czasowym niż natychmiastowa satysfakcja z wykonywanej pracy. Uwzględnia także znaczenie poczucia tożsamości, czy równowagi między życiem zawodowym a prywatnym i wskazuje na badania przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych i innych krajach, gdzie menedżerowie i specjaliści odpowiedzieli, że ostatecznie cenią bardziej takie aspekty jak równowaga między życiem zawodowym a prywatnym, czy praca na rzecz wartościowej idei. W ich ocenie są one ważniejsze niż prestiż, władza, pieniądze, awans, które potocznie utożsamiane są z karierą [Heslin, 2005, s. 378].

Podobny pogląd przedstawia A. Metelski, który wyjaśnia, że ludzie definiują sukces zawodowy w kategoriach subiektywnych, a te wymykają się obiektywnym wskaźnikom, które stosowane są w literaturze. Obiektywne wskaźniki, jak na przykład wynagrodzenia czy awanse nie stanowią dokładnych wskaźników sukcesu zawodowego. Ludzie często oceniają własny sukces zawodowy opierając się na czynnikach wykraczających poza typowe wskaźniki. W przeprowadzonych badaniach własnych autor zauważył, że młodzi ludzie utożsamiają sukces w wymiarze zawodowym z możliwościami rozwoju i samorealizacji. Choć finanse są nadal ważnym czynnikiem to tym, co motywuje młodych ludzi do pracy jest znalezienie miejsca, które umożliwi także realizację osobistych szeroko rozumianych celów zawodowych [Metelski, 2019, s. 48-49].

M. Pietruszewski wskazuje, że „sukces zawodowy to rezultat skumulowanego, związanego z pracą zawodową dorobku jednostki w każdym momencie jej kariery, wyrażający się z jednej strony, w subiektywnej autoewaluacji jednostki oraz domniemanej, przez nią samą, oceny jej osiągnięć w oczach innych, zaś z drugiej strony, we wskaźnikach leżących poza jednostką, czyli w bezpośrednich wartościach materialnych i pozamaterialnych osiągniętych w wyniku pracy, a także w ocenie społecznej, faktycznie dokonywanej przez inne osoby” [Pietruszewski, 2015, s.172].

B. Harrington, F. Van Deusen, J. Sabatini-Fraone, J. Morelock przeprowadzili badania wśród osób w wieku 22-35 lat z co najmniej dwuletnim stażem zawodowym, którzy byli zatrudnieni w pięciu dużych firmach mających swoje siedziby w Stanach Zjednoczonych, ale biura również w innych krajach – łącznie 1100 pracowników w tym 56% kobiet i 44% mężczyzn (mediana wieku 31 lat, mediana staż pracy 8 lat, 64% badanych to specjaliści a 29% menedżerowie). Badanych zapytano m.in. o to, jakie są ich cele zawodowe oraz jak mierzą swój sukces zawodowy. Wyniki ukazują, że wśród najważniejszych celów zawodowych młodych pracowników znajdują się: otrzymywanie coraz trudniejszych zadań (82%), możliwość bycia ekspertem w danej dziedzinie (77%), awans na szczebel menedżerski (74%). Większość

z badanych osób (64%) ustaliła dla siebie cele zawodowe, ale 44% osób wskazało, że ich wybory zawodowe są oparte raczej na własnych wartościach, a nie na tym co wskazują pracodawcy. Badacze weryfikowali również, jak osoby badane mierzą swój sukces zawodowy. Wyniki ukazały, że wynagrodzenie i tempo wzrostu wynagrodzeń uznano za ważne determinanty sukcesu zawodowego, 95% badanych umieszcza je w przedziale ważny/bardzo ważny/niezwykle ważny. Jednakże satysfakcja z pracy plasowała się jeszcze wyżej niż mierniki wynagrodzeń, bo na poziomie 98%. Wśród innych ważnych mierników wskazano: rozwój nowych umiejętności, osiągnięcia zawodowe, osiąganie celów osobistych (95%), równowaga między pracą a życiem osobistym (94%). Badania ukazują również, że choć wskazuje się nadmierny wpływ tzw. helicopter parents³ na pokolenie Millenium to wpływ rodziców nie ma jednak większego znaczenia dla sposobu postrzegania sukcesu przez uczestników badania. Dla 36% badanych spełnienie oczekiwań rodziców w ogóle nie jest ważne, a tylko 14% ocenia je jako bardzo ważne lub niezwykle ważne. W zrealizowanych badaniach 2/3 uczestników wskazało także na takie aspekty jak pomoc innym i wkład w społeczeństwo, jednak te kryteria pojawiły się na najniższych pozycjach priorytetów miar sukcesu zawodowego [Harrington i in., 2015, s. 15-19].

Najnowsze badania, przeprowadzone na przełomie marca i kwietnia 2022 we współpracy PwC, Well.hr i Absolvent Consulting na próbie 3207 respondentów⁴ w dużych miastach w Polsce ukazują jednak nieco inną perspektywę. Dla 57% młodych Polaków wysokie zarobki są jednym z kluczowych aspektów pracy, a dla 22% świadczą o sukcesie zawodowym. Wyniki wskazują, że 24,9% osób badanych utożsamia sukces z pracą, która jednocześnie jest pasją, a dla 15,8% z nich to poczucie sensu pracy. Co ważne, 65,5% młodych osób przed złożeniem podania o pracę do danej firmy sprawdza jej wartości. Wśród szczególnie istotnych wartości, z którymi identyfikują się dziś młodzi pracownicy znajdują się: środowisko naturalne, przedsiębiorczość i różnorodność⁵.

M. Szymański wskazuje, że wartości tworzą „kręgosłup moralny, który pozwala człowiekowi i grupom społecznym zachować logikę i konsekwencję postępowania, co z kolei czyni je zrozumiałymi oraz przewidywalnymi dla otoczenia społecznego.

³ Nadaktywne rodzicielstwo, rodzice nadmiernie skupieni na otoczeniu dziecka opieką na wielu istotnych płaszczyznach życia, co często utrudnia lub uniemożliwia uniezależnienie się w latach późniejszych, ogranicza swobodę i niezależność decyzji i szeroko rozumianą samodzielność; por. np. Ch. Ganaprasakam, K. Sri Davaidass, S. Chandiran Muniandy (2018) Helicopter Parenting and psychological consequences among adolescent, *International Journal of Scientific and Research Publications*, vol. 8, s. 379.

⁴ W analizie uwzględniono odpowiedzi osób do 27 r.ż. (N=2023).

⁵ Raport Młodzi Polacy na rynku pracy, III edycja badania, 05.2022, projekt zrealizowany we współpracy z PwC, Well.hr, Absolvent Consulting, www.pwc.pl, dostęp: 04.11.2022).

Dlatego można powiedzieć, że wartości są podstawą ładu społecznego i kultury danego społeczeństwa” [Szymański, 2012, s.19]. Pozwalają zatem człowiekowi odkryć i budować własną tożsamość, kreować relacje z innymi ludźmi, funkcjonować w przestrzeni społecznej i odkrywać prawa rządzące światem. Często określają stosunek, jaki dana osoba żywi do sytuacji, danych okoliczności, ludzi, którzy tworzą jej dalszą i bliższą przestrzeń. Mają znaczenie dla łączenia ludzi, różnych grup i ich interesów, poprzez tworzenie poczucia wspólnoty co finalnie przyczynia się do tworzenia tożsamości grupowej. Ta z kolei pozwala na utrzymanie poczucia przynależności co można postrzegać jako jeden z filarów poczucia bezpieczeństwa. Powstaje zatem pytanie – czy człowiek szuka istotnych wartości po to by czuć się bezpiecznym w otaczającym świecie – akceptowanym, rozumianym, docenianym czy raczej wyznawanie konkretnych wartości jest wynikiem świadomego procesu oceny i decyzji jakim chcę i jakim człowiekiem potrafię być. Labilność otoczenia, duża nieprzewidywalność, ogromna konkurencyjność na rynkach pracy zmusza człowieka do poszukiwania nowych form działania by móc odnaleźć swoje miejsce nie tylko na rynku pracy, ale w całej rzeczywistości, która go otacza, dając przy tym satysfakcję w różnych obszarach życia.

W kontekście pracy i szeroko rozumianego życia zawodowego znaczenie wyznawanych i deklarowanych przez pracownika wartości można rozpatrywać w odniesieniu do aktywności jakie podejmuje, wysiłku, zaangażowania i determinacji jaką przejawia w stosunku do określonych celów edukacyjnych, rozwojowych, biznesowych, ale także relacji, które buduje na różnych płaszczyznach i zachowań, które określają kim jest. Wartości będą określać również postawę do zadań, autorytetów, współpracowników, sukcesów, porażek, potencjalnych wyzwań, ale także wpływać na sposób oceny własnej osoby i podejmowanych działań, które w różnym stopniu mogą warunkować osiągnięcie sukcesu/satysfakcji lub jego brak. Siła wartości polega na budowaniu w człowieku przekonania o tym kim faktycznie jest – do czego (lub nie) jest zdolny, jaką rzeczywistość wokół siebie kreuje, co stanowi trzon jego myśli, motywów i wyborów.

I. Oleksa wskazuje, że pracę należy oceniać jako wartość autoteliczną, jest ona źródłem innych wartości, ale także siłą etyczną, która powoduje, że wartości przechodzą z poziomu potencjalności do konkretnych aktów [Oleksa, 2012, s. 15]. W ocenie autorki każda praca powinna być rozpatrywana w kontekście dwóch ujęć – zewnętrznym oraz wewnętrznym. Zewnętrzny aspekt pracy to taka jej kreacja, gdzie efekt można dostrzec w formie materialnej, intelektualnej czy duchowej, natomiast jej wewnętrzny wymiar to rozwój biologiczny, poznawczy, społeczny, kulturowy i duchowy danej osoby – co finalnie powoduje przyjęcie i urzeczywistnienie własnej hierarchii wartości [Oleksa, 2012, s. 16.]. Na znaczenie pracy w ujęciu jej

jako wartości autotelicznej wskazuje także J.F. Jacko zwracając uwagę na pochodną wartości pracy. W tym kontekście stawia pytania o to w jakim stopniu praca sprzyja rozwojowi pracownika i innych ludzi (wartość eudajmonistyczna), czy zaspokaja ich potrzeby (wartość utylitarna), czy sprzyja tworzeniu wartościowych relacji społecznych (wartość dialogiczna) oraz czy nie pozostaje w sprzeczności z podstawowymi prawami człowieka (wartość personalistyczna) [Jacko, 2017, s. 16].

2. Sukces zawodowy w perspektywie pokoleniowej

Prowadząc rozważania nad znaczeniem wartości sukcesu zawodowego warto spojrzeć przez pryzmat jego znaczenia w odniesieniu do różnic pokoleniowych. W tym miejscu można postawić pytanie o to w jaki sposób praca zawodowa sprzyja realizacji potrzeb człowieka, ale też jaką jest wartością w kreowaniu własnego życia w różnych jego wymiarach i w jakim stopniu decyduje o tym na ile działania zawodowe przynoszą satysfakcję na różnych płaszczyznach życia. R. Gerlach [2016] zwraca uwagę, na kwestie pokoleniowości w postrzeganiu wartości pracy. W odniesieniu do pokolenia Baby Boomers (pokolenie wyżu demograficznego) oraz pokolenia X praca jest wartością umożliwiającą uzyskanie innych wartości, ale pozostaje także wartością samą w sobie. W ujęciu tych pokoleń celem życia jest praca. Z kolei pokolenie Y określa pracę jako wartość w drodze do rozwoju i podnoszenia jakości własnego życia również poza nią [Szydło 2017]. Co istotne pokolenia te wyraźnie różni cel jaki chcą osiągnąć za pomocą pracy.

Jak zauważa W.T. Wątroba, pokolenie Millenialsów różni się zasadniczo od wszystkich innych generacji zwłaszcza w dwóch aspektach – chodzi o potrzebę usamodzielnienia zarówno w wymiarze ekonomicznym, jak i społecznym. Autor nie próbuje tłumaczyć tego trudnościami w znalezieniu pracy, cenami nieruchomości, które uniemożliwiają samodzielny ich zakup, obciążeniami kredytowymi w przypadku chęci podjęcia studiów. Te aspekty uznaje za obiektywne uwarunkowania, a za ważniejsze uważa przyczyny subiektywne, które są wynikiem określonego stylu wychowania tej generacji. Wśród nich dostrzega, m.in. nadmierną opiekuńczość, skutkującą silnym przywiązaniem emocjonalnym oraz hedonistycznym podejściem do życia, niską skłonnością do wyrzeczeń i chęci kierowania własnym losem [Wątroba, 2019, s.153]. Takie ujęcie pozwala sądzić, że pokolenie Y nie upatruje pełnej odpowiedzialności za własne życie w sobie, ale szuka jej na zewnątrz wspierając się modelem życia znanym z dzieciństwa – poszukując wsparcia, opieki, dużego zrozumienia i akceptacji na zewnątrz. Można spodziewać się, że własne oczekiwania wobec życia i pracy będzie formułować na podstawie tego, z czym mierzy się od wczesnych lat dziecięcych a następnie dorastania.

3. Sukces zawodowy w przestrzeni wartości pokoleń Y i Z

Dynamika zmian, turbulencja, nieprzewidywalność i jednocześnie duże potrzeby w zakresie pozyskania kapitału ludzkiego powodują, że organizacje muszą permanentnie myśleć o zmianach, które umożliwią zaspokojenie potrzeb biznesowych i organizacyjnych. Jak zauważają D. Kuczerka i K. Smoąg to właśnie przedstawiciele generacji X, Y oraz Z będą aktualnie stanowić najważniejszy zasób dla organizacji. Autorki upatrują dużych podobieństw zwłaszcza w przypadku pokoleń Y i Z, których okres dorastania przypadł na czas intensywnych zmian technologicznych i społecznych wprowadzających zupełnie nowe standardy życia [Kuczerka i Smoąg, 2018, s.135].

W ocenie A. Opalińskiej istotne jest badanie stosunku przedstawicieli pokoleń do zadań, jakie generuje rynek pracy. Wśród nich autorka upatruje przede wszystkim: stosunek pracownika do pracodawcy, cele powiązane z realizacją kariery zawodowej, organizację pracy, podejście do czasu wolnego, a dalej także stosunek do zmiany pracy, pracy zdalnej czy także podejście do marki i reklamy [Opalińska, 2018, s.144]. Podejście do pracy, sposób funkcjonowania w organizacji, umiejętność wyjścia z niej, sposób budowania kariery, ale także sposób budowania relacji często wskazuje na to jakie wartości są dziś kluczowe dla przedstawicieli nowych pokoleń.

Analizy wskazują na to, że przedstawiciele młodych generacji powoli „wypierają” z rynku pracy przedstawicieli pokolenia BB. Szacuje się, że do roku 2025 pokolenie to będzie stanowiło 75% ogółu pracowników [Piątek i Kobylińska, 2018, s. 88]. Dlatego wiele organizacji swoją uwagę koncentruje dziś na tym, w jaki sposób i wokół jakich wartości koncentrować struktury organizacyjne, tak by zatrudnienie a przede wszystkim utrzymanie pracownika w perspektywie długofalowej w ogóle było możliwe. Otwarcie na wartości pokolenia Y i Z jest szansą budowania konkurencyjności organizacji poprzez tworzenie takich miejsc pracy, których idea działania, sposób funkcjonowania, dostarczane dobra, usług będą bliskie wartościom szczególnie istotnym dla wskazanych pokoleń [Moczydłowska, 2020].

Wartości, wokół których koncentrują się starsze pokolenia, tj. Baby Boomers i X choć wciąż pozostają istotne, to jednak nie są filarem dla podejmowanych aktywności i decyzji zawodowych wśród młodych pracowników. Wśród ważnych wartości determinujących zachowania pokolenia BB w miejscu pracy i podejście do niej należy upatrywać ciężkiej pracy, poświęcenia dla pracy kosztem zobowiązań rodzinnych, przyjacielskich, czasu wolnego. To, co szczególnie motywuje do pracy tę generację to przede wszystkim strach przed jej utratą oraz kwestie finansowe [Mazur-Wierzbicka, 2015, s.310]. Podobne wartości w kontekście pracy wyznaje również pokolenie X. Natomiast zupełnie inną perspektywę znaczenia i wartości prac, y jak

ukazano w przeprowadzonym przeglądzie przyjmują pokolenia Y i Z i choć pozostaje ona ważną częścią życia nie jest bazą dla funkcjonowania tych pokoleń w przestrzeni zawodowej.

Zmianą, która rzutuje na podejście do budowania sukcesu zawodowego jest poszukiwanie stanu równowagi między pracą zawodową, a życiem prywatnym i wydaje się, że obszar ten wciąż pozostaje otwarty w kontekście eksploracji naukowych – z jednej strony jak daleko powinni posunąć się pracodawcy by umożliwić rzeczywiste łączenie pracy z życiem prywatnym przy jednoczesnym zachowaniu oczekiwanych rezultatów biznesowych i z drugiej strony – jak daleko sięga ten balans, kiedy faktycznie mogą uzyskać go pracownicy i co muszą zrobić, żeby osiągnąć oczekiwany stan jednocześnie nie przyjmując patologicznych zachowań względem zatrudniających ich pracodawców.

Dla pokolenia Z, które ujmuje życie prywatne i zawodowe jako całość i do tego odnosi swoje wartości i w przeciwieństwie do Y-greków, którzy uczą się z wyprzedzeniem, poddaje się nauce „tu i teraz” [Domagalska-Grędyś, 2017, s.41] praca przybiera dziś zupełnie inny wymiar. Pokłosem podejścia do pracy oprócz przemian o charakterze społecznym, ekonomicznym, gospodarczym jest również, m.in. wpływ rodziców i sposób wychowania, czyli to, co dotyka człowieka najsilniej. Pokolenie Z to ludzie żyjący w czasach, gdzie ryzyko oceniane jest przez pryzmat porażki, a przez to w ocenie młodych silnie negowane. Treść poglądów i przekonań kształtują zachowania rodziców, które przybierają charakter nadopiekuńczy. Efektem tych działań jest nadmierna ostrożność oraz potrzeba kontroli ryzyka [Gajda, 2017, s.162].

Literatura ten sposób wychowania dzieci określa, jak wspomiano wcześniej jako *helicopter parents* [Moilanen i Manuel, 2019, s. 2145] i upatruje wielu negatywnych konsekwencji dla samodzielnego funkcjonowania zarówno w przestrzeni prywatnej jak i zawodowej. Autorki wskazują, że z jednej strony opiekunowie oferują wsparcie i miłość, z drugiej nadmierne zaangażowanie i kontrolę, co sprowadza się do naruszania autonomii emocjonalnej i psychologicznej. Ten styl wychowania ogranicza możliwość samodzielnego życia, może powodować wysoki poziom depresji, słabość konstrukcji psychicznej człowieka, ograniczać zdolność budowania relacji z rówieśnikami. Należy pamiętać, że proces wychowawczy rodziny powiązany jest ze zjawiskiem, które R. Skrzypliak określa jako dziedziczenie wartości (wzorce, reguły, zasady, postępowania). Niezależnie od przemian, jakich doświadcza rodzina, tego co dokonuje się wokół niej na przestrzeni czasu to właśnie ona przekazuje zasadniczy „zrąb wartości”. Autor zaznacza, że kluczowe znaczenie ma tu szczególna rola rodziny jako grupy, którą z danym człowiekiem wiąże szczególnie

więź emocjonalna i podatność na oddziaływanie dużo silniejsze niż w przypadku innych instytucji wychowania czy środowiska [Skrzypniak, 2001, s.151].

Skutki określonego sposobu wychowania można dostrzec w przyjmowanych postawach, sposobach funkcjonowania, radzenia sobie ze stresem, krytyką, ale także sukcesem, podejściem do budowania i utrzymania relacji, stosunkiem do pracy i przełożonych, i w końcu – stosunkiem do własnej osoby [Moczydłowska, 2021].

Jak słusznie wskazuje M. Kleszcz, „wiedza, mądrość życiowa, moralność młodego pokolenia są najbardziej wyrazistymi wskaźnikami trafności lub nietrafności, prawidłowości lub nieprawidłowości, skuteczności lub nieskuteczności oddziaływań szkoły, rodziny czy całego społeczeństwa” [Kleszcz, 2011, s.8].

Porównanie wartości poszczególnych pokoleń pokazano w tabeli 1.

Tab.1. Wartości pokoleń BB, X, Y, Z

| Pokolenie | Kluczowe wartości |
|------------------------|--|
| Pokolenie Baby Boomers | Poszanowanie autorytetów Porządek społeczny postrzegany przez pryzmat struktury pionowej Praca jako nadrzędna wartość sama w sobie Przywiązanie do jednego pracodawcy (brak poszukiwania alternatyw zawodowych) |
| Pokolenie X | Poszanowanie autorytetów i wysoka etyka pracy choć mniejsze jej oddanie niż w przypadku BB Preferowanie pracy zespołowej Potrzeba informacji zwrotnej Motywacja jest wynikiem uzyskanego zadowolenia z pracy Odpowiedzialność, cierpliwość, brak szybkich chaotycznych działań |
| Pokolenie Y | Duże znaczenie w kontekście łączenia pracy zawodowej i życia prywatnego Elastyczność Wirtualny styl rozwiązywania problemów i komunikacji Odwaga w ocenie pracy przełożonych Mobilność Atmosfera pracy Ważna rodzinna atmosfera (kultura klanu) – miejsce pracy przedłużeniem rodziny |
| Pokolenie Z | Silna potrzeba funkcjonowania z wykorzystaniem nowych technologii i Internetu Trudności w budowaniu relacji rzeczywistych Przestrzeń Internetu jako miejsca budowania własnej tożsamości w różnych wymiarach – prywatnym i zawodowym Dążenie do zaspokojenie potrzeb własnych, ale i społecznych (obalenie mitu egoizmu) Istotna dobra atmosfera i możliwość samorealizacji Wysokie znaczenie zarobków dla pokolenia Z (wyższe niż dla pokolenia Y) Ważna rodzinna atmosfera (kultura klanu) – miejsce pracy przedłużeniem rodziny |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wojtaszczyk, 2016, s. 35; Gajda, 2017, s. 161; Domagalska-Gredys, 2017, s.44-45.

Podsumowanie

Z naukowego punktu widzenia, w kontekście wyników przeprowadzonego przeglądu literatury i badań wyraźnie wyłania się obraz młodych pokoleń jako ludzi, którzy skupiają swoje życie wokół wartości dających spełnienie na różnych polach, w tym przede wszystkim tych, które umożliwiają łączenie celów zawodowych z celami osobistymi. Badania i raporty wskazują, że młode pokolenia dokładnie wiedzą czego pragną, nie boją się stawiać jasno sprecyzowanych oczekiwań swoim pracodawcom, ale jednocześnie w swoich postawach bywają bezkompromisowi, a przez to postrzegani są jako osoby roszczeniowe i trudne w zarządzaniu. Wciąż otwarte pozostaje pytanie, jak nadawać wartość celom, które stawia organizacja i w jaki sposób je stawiać by osiągnąć porozumienie na linii pracownik-pracodawca, uwzględniając interes biznesowy z oczekiwaniami pracowników młodych generacji.

ORCID iD

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

Literatura

1. Czerniawska M., Szydło J. (2022), *Traditionalism, Modernism, Postmodernism - Worldview Analysis in the Context of Values*, WSEAS Transactions on Business and Economics, 2022, vol. 19, pp. 701-713, doi:10.37394/23207.2022.19.62.
2. Czerniawska D., Czerniawska M., Szydło J. (2021), *Between Collectivism and Individualism – Analysis of Changes in Value Systems of Students in the Period of 15 Years*, Psychology Research and Behavior Management, 2021, vol. 14, s.2015-2033, doi:10.2147/PRBM.S330038.
3. Czerniawska M., Szydło J. (2021), *Do Values Relate to Personality Traits and if so, in What Way? – Analysis of Relationships*, Psychology Research and Behavior Management, Vol. 14, s.511-527, doi:10.2147/PRBM.S299720.
4. Czerniawska M., Szydło J. (2020a), *The Worldview and Values – Analysing Relations*, WSEAS Transactions on Business and Economics, Vol. 17, Art. #58, pp. 594-607, doi: 10.37394/23207.2020.17.58
5. Czerniawska M., Szydło J. (2020b), *More or Less Pro-Liberal? Comparative Analysis of the Attitudes of Young People Entering the Labour Market*, European Research Studies Journal, Volume XXIII, Issue 3, 564-580, doi:10.35808/ersj/1655.

6. Czerniawska M., Szydło J. (2020c), *Conditions for Attitudes towards Native Culture, Religion and Church and Religiously Motivated Ethics*, European Research Studies Journal, 2020, vol. 23, nr 4, s.123-134, doi:10.35808/ersj/1675.
7. Domagalska-Grędyś M. (2017), *Wartości w pracy młodych pokoleń Y i Z*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2, pp.41.
8. Gajda J (2017), *Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Z wobec pracy zawodowej i pracodawcy*, Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 491, pp. 161.
9. Ganaprakasam Ch., Sri Davaidass K., Chandiran Muniandy S. (2018), *Helicopter Parenting and psychological consequences among adolescent*, International Journal of Scientific and Research Publications 8, pp.379.
10. Gerlach R. (2016), *Praca człowieka jako wartość i/czy zniewolenie*, Polish Journal of Continuing Education 4/2016, pp.31.
11. Harrington B., Van Deusen F., Sabatini-Fraone J., Morelock J. (2015), *How Millennials Navigate Their Careers. Young Adult views on Work, Life and Success*, Boston College, Center for Work& Family, Carroll School of Management, pp.1-37.
12. Heslin P.A. (2005), *Experiencing Career Success*, Organizational Dynamics 4, vol. 34, pp. 378.
13. Jacko J.F. (2017), *Wartość pracy*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie 25, pp.16.
14. Kleszcz M. (2011), *Postawa twórcza a hierarchia wartości młodego pokolenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, pp.8.
15. Kuczerska D., Smoląg K. (2018), *Oferty pracy a oczekiwania potencjalnych pracowników z pokolenia Y i Z*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie 31, pp. 134-144.
16. Kutlák K. (2021), *Individualism and self-reliance of Generations Y and Z and their impact on working environment: An empirical study across 5 European countries*, Problems and Perspectives in Management 19(1), pp.40.
17. Mazur-Wierzbička E. (2015), *Kompetencje pokolenia Y- wybrane aspekty*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Studia i prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Zarządzanie 39, pp.310.
18. Metelski A. (2019), *Modern Perceptions of career success*, e-mentor 3(80), pp. 45-50.
19. Moczydłowska J. (2021), *Kluczowe kompetencje zmieniających się organizacji — nowe wyzwania na rynku pracy*, Marketing i Rynek, vol. 28, nr 1, s. 3-10, doi:10.33226/1231-7853.2021.1.1.
20. Moczydłowska J. (2020), *Przynależność generacyjna pracowników jako źródło wyzwań dla zarządzania*, Sopińska A., Modliński A. (red.), *Współczesne zarządzanie – koncepcje i wyzwania*, Warszawa, Oficyna Wydawnicza SGH, s. 275-291.

21. Moilanen K.L., Manuel M. L. (2019), *Helicopter Parenting and Adjustment Outcomes in Young Adulthood: A Consideration of the Mediating Roles of Mastery and Self-Regulation*, Journal of Child and Family Studies 28(8), pp.2145.
22. Oleksa I. (2012), *Praca jako wartość społeczna*, Scientific Bulletin of Chełm, Section of Pedagogy 1/2012, pp.15.
23. Opalińska A. (2018), W poszukiwaniu komunikacji między pracownikami a pracodawcami: analiza porównawcza pokoleń funkcjonujących na współczesnym rynku pracy, Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego 9, pp.144.
24. Piątek W., Kobylńska U. (2018), *Oczekiwania pokolenia Y wobec rynku pracy na przykładzie Polski i Hiszpanii*, Akademia Zarządzania 2/2018, pp.88.
25. Pietruszewski M. (2015), *Wskaźniki sukcesu zawodowego i ich operacjonalizacja w praktyce badawczej*, w: Swadźba U., Żak M., Humanizacja Pracy 1(279), pp.172.
26. Skiba M. (2011), *Potrzeby i wartości człowieka jako wyznaczniki ludzkiego działania*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej 3, pp.43.
27. Skrzyński R. (2011), *Transmisja międzypokoleniowa wartości wychowawczych w rodzinie*, Roczniki Socjologii Rodziny 13, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań, pp.151.
28. Smith T.J, Nichols T. (2015), *Understanding the Millennial Generation*, Journal of Business Diversity vol.15, pp.39.
29. Szymański M.J. (2012), *Wartości i antywartości – aspekt edukacyjny*, Ruch Pedagogiczny 2/2022, pp.19.
30. Szydło J. (2017), *Differences between Values Preferred by Generations X, Y and Z*, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, T. 18, z. 3, cz. 1, 2017, s. 89-100.
31. Szydło J., Grzes-Bukłaho J. (2020), *Relations between National and Organisational Culture—Case Study*, Sustainability, vol. 12, nr 4, pp. 1-22, 1522, doi:10.3390/su12041522.
32. Wątroba W.T. (2019), *Transgresywność systemów wartości pokoleń we współczesnym kapitalizmie*, Folia Oeconomica, Acta Universitatis Lodziensis nr 5(344), pp.139-158.
33. Wojtaszczyk K. (2016), *Przynależność generacyjna jako determinanta postaw wobec pracy. Stereotypy a rzeczywistość*, Edukacja Ekonomistów i Menedżerów. Problemy. Innowacje, Projekty 1, pp.35.
34. Młodzi Polacy na rynku pracy (2022), III edycja badania, PwC, Well.hr, Absolvent Consulting, <https://www.pwc.pl>, [04.11.2022], pp.1-33.

Orientation to professional success in the perception of young generation – an axiological approach

Abstract

Nowadays, young generations can be defined as a generation Y and Z, which brought many significant changes in the field of human capital management in organizations, forcing the need to build completely new management systems for loyalty, commitment, work efficiency, motivation, or new leadership models. These are also generations that today clearly ask how much they can fulfill yourself in a given organization, combining your own needs, aspirations, ambitions and possibilities with the expectations of the employer, in order to be able to identify your own professional work with the broadly understood success.

The values of a given person play an important role in shaping expectations, approach to work, attitude to superiors and authorities, but also in the perception of one's own success. This article is a substantive reflection and is an attempt to answer the question - what does professional success among the representatives of the young generation mean and what is associated with it, what is it associated with and what value it actually has for today's employees.

Key words

generation Y, generation Z, success, organization, values