

Sajtóközlemény

Kiadja: Budapesti Metropolitan Egyetem
Budapest, 2018-10-18

Z-generáció: a sneakererek, a babzsákok és a virtuális valóság a jövő?

A Z-generáció szerint a következő tíz évben a virtuális valóság forradalmasítja majd a munkaerőpiacot. Hamarosan a három legtöbbször tanulmányozott generáció, az X, az Y és a Z egyszerre lesz jelen a munkahelyeken, a *Generation series* nevű kutatás eredményei szerint pedig az ideális munkaerő megszerzése és megtartása múlhat azon, hogy a munkáltató felismeri-e a különféle korosztályok teljesen eltérő igényeit – többek között erről is szó esik majd a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) saját TEDx konferenciáján.

Három generáció (X - 1965-1983; Y - 1984-1996; Z - 1997-2002) 18 000 szakemberének és diákjának véleményét mérte fel az INSEAD Emerging Market Institute, az Universum, az MIT Leadership Center és a HEAD Foundation 19 országban lefolytatott [nemzetközi kutatása](#). A felmérés azt vizsgálta, mit gondolnak globális szinten a különböző korosztályok képviselői az ideális munkáltatóról, munkakörülményekről és munkahelyről. Az eredmények szerint a három generációt teljesen más motivációk vezérik.

Virtuális valóság és home office

A diákok és a már dolgozó szakemberek is egyetértettek abban, hogy a következő évtizedben leginkább a virtuális valóság (Virtual Reality, VR) fogja megváltoztatni a mindennapi munkavégzésüket. Négy megkérdezettből három továbbá úgy gondolja, hogy a kötetlen és nem helyhez kötött munkavégzésre való átállás nagy lehetőségeket kínál majd számára.

A fiatalok nemzetközi vállalatnál dolgoznának

A *Generation series* eredményei szerint négy Y- és Z-generációs diákból egy szívesen indítana saját vállalkozást, ez az arány azonban még magasabb a már aktívan dolgozó Y- és X-generációsok között: ebben a csoportban már a válaszadók egyharmada motivált a saját vállalkozás létrehozásában. Arra a kérdésre, hogy milyen cégnél dolgoznának szívesen pályafutásuk hátralévő részében, a Z-generációs diákok 35 százaléka és a még felsőoktatási tanulmányokat folytató Y-generációsok 39 százaléka a nemzetközi vállalatot vagy szervezetet jelölte meg válaszként, míg az Y generációs dolgozók 43 százaléka és az X-generációsok 41 százaléka saját vállalkozásban vagy startup-vállalatnál képzelel el a jövőjét.

Tréningek vs. e-learning

A cégek nagy összegeket fordítanak a vállalati tréningprogramokra – ezt az összeget 2015-ben globálisan 356 milliárd dollárra becsülték. Egy 2010-es McKinsey kutatás válaszadójának 25 százaléka azonban úgy gondolja, a tréningek nem javították a munkavállalók teljesítményét. Egy másik, 2011-es tanulmány szerint pedig a megszerzett készségek 90 százaléka egy éven belül elvész. A *Generation series* adatai azt

mutatják, hogy mindhárom generáció a személyes tréninget preferálja az online képzési lehetőségekkel szemben. A digitális közegben nevelkedett, amerikai Z-generációs diákok 78 százaléka szintén a személyes tréningeket kedveli, de az X-generációs szakembereknek csupán 50 százaléka nyilatkozott hasonlóan.

Vezetői ambíciók

A *Generation series* kutatás azt is vizsgálta, mi motiválja, és mi korlátozza a különféle generációkat, ha egy vezetői pozíció elvállalásáról van szó. A globális átlag azt mutatja, hogy minden korosztály számára fontos, hogy kipróbálja magát valamilyen vezetői pozícióban. A Z- és Y-generációknál ez több mint 60 százalékos arányt jelent, míg az X-generáció 57 százalékanak fontos a vezetővé válás. Minden vizsgált korosztály számára a stressz a vezetői szerepkör legkevésbé vonzó velejárója. A stressznek való kitettség a Z-generációt aggasztja a legjobban (58%), de még a legidősebb csoportban is a stressz a vezetővé válás legfőbb negatívuma (52%). Összességében az Egyesült Államok válaszadói aggódnak a leginkább a stressz miatt, de erősen kiugrik az átlagból a mexikói Z-generációsok (83%) véleménye is. A legfiatalabb korcsoport számára az elbukástól való félelem (34%) és a magabiztosság hiánya (33%) is korlátozó tényezőként jelenik meg a vezetővé válás témakörében. A Z-generáció számára a magasabb szintű felelősség volt a vezetői szerepkör legnagyobb pozitívuma.

„A munkaadókat nagyon érdekli ez a korosztály, hiszen mindenhol azt hallják, hogy nem vagyunk lojálisak, nehéz minket megtartani. Sok nagyvállalat a jó munkahelyi légkör érdekében még babzsákokat is vásárol, de úgy érzem, itt egy kis félreértésről van szó. A babzsák inkább csak a jelképe korosztályunk formálhatóságának, sokszínűségének” - mondta el Trunk Tamás, a Sneakerek, Márkák, Z-Generáció című könyv szerzője, DABLY néven ismert YouTuber. „A közösségi média révén szuperhőssé válhatnak számunkra vállalatvezetők, neves vállalkozók is. Bár azt mondják, hogy az influencerek befolyásolnak minket, biztos vagyok benne, hogy nekünk inkább inspirátorokra van szükségünk.”

A Budapesti Metropolitan Egyetem saját konferenciáján is foglalkozik a generációk közötti különbségekkel: a *Sok/k/színűség* az egyéni-társadalmi sokféleséget, mint a változás és innováció mozgatóerejét járja körül. A METU már másodszorra szervez a világszerte ismert és számos globális kezdeményezést inspiráló TED eseménysorozathoz kapcsolódva saját TEDx rendezvényt. Az eseményt 2018. október 25-én, az Uránia Nemzeti Filmszínházban rendezik meg, ahol többek között Trunk Tamás előadását is meghallgathatják a résztvevők.

Bővebben a konferenciáról: <http://tedx.metropolitan.hu/>

További információ:

Varga Dóra

+36 1 920 1817

+36 30 857 8179

dvarga@noguchi.hu

A Budapesti Metropolitan Egyetemről

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Magyarország legnagyobb magánkézben lévő felsőoktatási intézménye. A Metropolitanen 2 karon, 4 fő képzési területen folyik képzés: kommunikáció, üzlet, turizmus és művészet. A folyamatosan bővülő magyar és angol nyelvű kínálatban jelenleg 33 alapszak, 16 mesterszak, 22 szakirányú továbbképzés és 8 felsőoktatási szakképzés közül választhatnak az egyetem iránt érdeklődők. A Metropolitannek jelenleg közel 6500 hallgatója van, akik 2011-től már nemcsak a fővárosban, hanem Hódmezővásárhelyen is folytathatják tanulmányaikat. Az intézmény 2001 óta meghatározó és dinamikusan fejlődő szereplője a hazai felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A Metropolitan jelenleg több mint 170 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.