

47% dintre tinerii generației Z au ca obiectiv independența financiară

- Independența financiară ia locul împlinirii personale, după cum arată rezultatele studiului Insights PulseZ 2022

București, 15 noiembrie 2022 – Situația financiară se află în prim planul atenției Generației Z, fiind considerată mai importantă decât satisfacția împlinirii personale în plan familial sau chiar sănătatea, așa cum reiese din studiul conceput și coordonat de specialiștii programelor naționale antreprenoriale „Vreau să Fiu Antreprenor” (VSFA) și „Insights” - din cadrul organizației Romanian Business Leaders (RBL) și realizat la nivel național de către agenția de studii de piață IZI data.

„Siguranța financiară primează în perioade de criză, iar tinerii înțeleg pe deplin acest lucru. Valul de incertitudini generate de anii de pandemie și acum de situația creată de războiul din Ucraina și efectele sale în plan economic, justifică într-o oarecare măsură aspirația pentru independența financiară a celor 47% dintre tinerii intervievați”, a declarat Alin-Claudiu Apostu, Project Manager pentru Insights și Vreau să fiu Antreprenor.

Printre cei mai menționați factori motivatori în rândul tinerilor, se numără independența financiară (47%), împlinirea pe plan personal (44%), starea de sănătate (37%), dorința de a lăsa ceva de valoare în urmă (33%). Semnificativ mai multe fete menționează independența financiară și dezvoltarea psihică/ emoțională, în timp ce semnificativ mai mulți băieți menționează dorința de faimă/ celebritate.

Următorii pași ai tinerilor după terminarea studiilor

În special fetele resimt nevoia de siguranță financiară, majoritatea (52%) fiind preocupate de acest subiect față de doar 42% dintre băieți, dorința de a avea o carieră de succes și cea de a avea libertate de decizie fiind sensibil egală pentru ei.

După terminarea studiilor, tinerii au în vedere: angajarea în România (24%, în scădere față de anul trecut 30%), continuarea studiilor în România (24%), angajarea în altă țară (9%). Semnificativ mai multe fete menționează angajarea în România, în timp ce semnificativ mai mulți băieți menționează angajarea în altă țară.

Motivația și așteptările legate de carieră

Pentru cei care iau în calcul opțiunea de angajare, cel mai important criteriu pe care îl folosesc în selectarea unui loc de muncă este satisfacția oferită de ceea ce fac. Trei sferturi dintre ei se ghidează după acest principiu, iar mai mult de jumătate dintre participanții la studiu (53%) urmăresc să obțină un pachet salarial cât mai consistent. Aproape tot atâția (51%) preferă un program de lucru flexibil și posibilitatea de a lucra de la distanță, iar 45% se orientează către o echipă și o atmosferă de lucru în care să se simtă confortabil.



„Tinerii Generației Z au crescut având derulată pe fundal mentalitatea inoculată părinților și bunicii, mentalitate de tipul ”dacă vrei rezultate trebuie să muncești mult”; ”niciun efort nu este prea mare dacă e pentru munca ce îți place”, mentalitate care a pavat calea către obsesie, workaholism, burnout și depresie. De aici și nevoia de a rescrie scenariul pentru filmul acesta al desfășurării muncii”, a subliniat Leonard Rizoiu, Managing Partner pentru LeoHR.

Percepția asupra beneficiilor extrasalariale plasează ca principale beneficii de bază tichetele de masă și asigurările de sănătate sau abonamentele medicale, ambele întrunind opțiunile a 73% dintre respondenți. Beneficiile speciale care îi atrag pe tineri către un loc de muncă sunt abonamentul la sala de sport și cadourile primite de la angajator (66%) fiind îndeaproape urmate de asigurarea chiriei (65%). Aceste beneficii nu numai că atrag noua forță de muncă, ci și ajută la păstrarea acesteia.

Motivul principal al tinerilor pentru care vor să-și construiască o carieră profesională este pentru siguranța sau independența financiară (55%), la mare distanță fiind urmat în ierarhia opțiunilor de necesitatea de dezvoltare personală (14%). Pentru majoritatea tinerilor, posibilitatea lucrului de la distanță care să le permită opțiunea de a călători și munci în același timp (61%) îi poate motiva să își atingă obiectivele mai repede, același procent întrunind și opțiunea lucrului de acasă. Cum 56% dintre tineri arată că sunt dispuși să meargă la birou, se pare că modul de lucru hibrid este soluția de viitor, acolo unde activitatea se pretează.

“Salarii mai mari în sensul de realiste, mai multă flexibilitate a modului de lucru, mai mult timp liber, o mai mare responsabilitate socială și față de mediu – aceste cândva preferințe ale milenialilor, au devenit așteptări de ”nenegociat” ale tinerilor Gen Z”, a completat Leonard Rizoiu, Managing Partner pentru LeoHR.

GenZ conștientizează obligația morală a plății datoriilor la timp – 88%

În ceea ce privește atitudinea față de bani, 89% dintre tineri și-ar dori să facă bani rapid și ușor. De asemenea, 70% consideră că toți avem obligația morală să ne plătim datoriile (credite bancare, facturi, etc.) la timp, în timp ce 64% dintre respondenți afirmă că persoanele care nu își plătesc datoriile la timp nu sunt de încredere. *“Tinerii din generația Z sunt asumați și conștientizează obligația morală în ceea ce privește plata datoriilor la timp (88%), precum și faptul că dacă nu știi să-ți gestionezi bugetul lunar, cu siguranță vei avea datorii (74%). De altfel, 80% dintre tinerii activi pe piața muncii (22-24 ani) conștientizează într-o măsură mai mare importanța planificării lunare a bugetului”, a declarat Liviu Costică, COO KRUK România.*

Așteptările tinerilor la locul de muncă, în strânsă legătură cu wellbeing-ul

Printre factorii care influențează starea de bine la locul de muncă, tinerii menționează preponderent: echipa/ colectivul (76%), flexibilitatea de lucru (59%), sistemul bine organizat al locului de muncă (54%) și accesul la oportunități de dezvoltare (50%). În timp ce fetele apreciază mai mult echipa/ colectivul și accesul la oportunități de dezvoltare, băieții apreciază mai mult autonomia în muncă. Așteptările lor legate de promovare sunt foarte ridicate, aproape jumătate (49%) apreciind că promovarea ar trebui să o primească în termen de maxim un an de la intrarea pe o poziție, iar 17% evaluează că o vor primi peste cel puțin 2 ani. Lucrurile stau un



pic diferit în ceea ce privește schimbarea locului de muncă, doar 18% doresc să își schimbe jobul în mai puțin de un an și 15% plănuiesc să stea mai mult de 5 ani într-o companie.

Deciziile tinerilor: sustenabilitatea unui brand afectează decizia de cumpărare

“În privința brandurilor care aplică principii sustenabile, ar fi interesant de urmărit în practică cât din acest interes pentru comportamentul sustenabil al unei companii se translatează și în privința alegerii unui potențial angajator. De exemplu, sustenabilitatea unui brand afectează decizia de cumpărare, în cazul a 42% din respondenții la studiul PulseZ. Cu toate acestea, cercetările din piața forței de muncă ne arată că misiunea și valorile unei companii sunt printre ultimii factori luați în calcul de angajații care se gândesc să își schimbe locul de muncă”, a declarat Oana Datki, Managing Partner pentru CTeam.

Chiar dacă sunt preocupați cu precădere de situația financiară, de posibilități de dezvoltare personală și de beneficii extrasalariale, tinerii nu uită de importanța pe care o au acțiunile sustenabile. Astfel, atunci când vine vorba de producția de bunuri, ei consideră destul de importante și foarte importante folosirea de către companii a unor metode de producție sustenabile (88%) și revânzarea, repararea, reciclarea produselor utilizate sau defecte sustenabile (88%).

Studiul „Insights PulseZ” surprinde starea Generației Z în 2022

Aflat la cea de-a treia ediție, studiul „Insights PulseZ” a fost conceput și coordonat de specialiștii programelor naționale antreprenoriale „Vreau să Fiu Antreprenor” (VSFA) și „Insights” - din cadrul organizației Romanian Business Leaders (RBL) în rândul a aproximativ 1.200 de tineri din România cu vârste cuprinse între 16-24 de ani, fiind reprezentativ la nivel național din punct de vedere al distribuției pe sexe, regiunii și mediului urban-rural. Cercetarea s-a axat pe surprinderea stărilor, comportamentelor, intereselor și dorințelor tinerilor din România, în noul context pandemic, membri ai generației Z.

Puteți descărca varianta publică a studiului [aici](#).

Studiul a fost realizat cu sprijinul partenerilor de cercetare IZI data și susținerea partenerilor: Banca Transilvania, CAT Music, Chilli Ideas, Aegon, KRUK România, Bursa de Valori București, BDO. Parteneri media: AGERPRES, CursDeGuvernare, IQads, Revista Cariere, Adservio, New Money, Economistul, România Durabilă, Club Economic, România Pozitivă, Sparknews. Parteneri pe partea de comunicare este First PR Agency, iar pentru monitorizarea presei: Klarmedia.

Despre VSFA

Vreau să fiu Antreprenor (VSFA) este programul Fundației Romanian Business Leaders care sprijină tineri cu vârste cuprinse între 16 și 24 ani să își împlinescă potențialul prin



antreprenoriat, intraprenoriat și inovație, pornind de la convingerea că succesul lor contribuie mai departe la creșterea economică și socială a țării.

VSFA în cifre: 5 proiecte ([Vreau să fiu Antreprenor](#), [Insights](#) - unul dintre primele 10 programe globale pentru dezvoltarea unui ecosistem de inovație (ITU, 2019), [Tinerii în Arenă](#) - inițiativa europeană a anului pentru capacitatea tinerilor (Emerging Europe, 2022), [Studiul PuseZ](#) și [Highflyers](#)) care au influențat viețile a peste **35.000 tineri**, au condus la dezvoltarea a peste **70 de afaceri** pornite de tineri și au sprijinit peste **15 companii** românești. Mai multe pe vsfa.ro.

Despre Fundația Romanian Business Leaders

Fundația Romanian Business Leaders este vocea și vehiculul de acțiune al liderilor din mediul privat de business pentru construcția unei Români în care generațiile viitoare să își dorească să trăiască. Misiunea RBL este ca România să devină o țară mai bună pentru afacerile responsabile și, în felul acesta, pentru toți românii. Proiectele fundației se subscriu celor trei domenii pe care comunitatea RBL le consideră importante pentru schimbare și dezvoltarea societății: antreprenoriat, educație și bună guvernare. Mai multe pe www.rbls.ro.

Media contact

Cosmin Sava / cosmin@vsfa.ro / +40 748 091 733