



POKOLENIE „ALFA”

**DEFINICJA
POKOLENIA
„ALFA”**

01

Samo określenie generacji Alfa stworzył badacz pokoleniowy i konsultant w Australii Mark Mc Crindle w 2005 roku. To pierwsza generacja, która urodziła się całkowicie w XXI wieku i jak twierdzi sam twórca, przyjęcie takiej nazwy było zgodne z naukową nomenklaturą używania alfabetu greckiego zamiast łaciny. „Nie ma sensu wracać do A”, jak mówił, to pokolenie, które jest początkiem czegoś nowego, a nie powrotem do starego. Według Mc Crindle'a, pokoleniem Alfa powinno się określać osoby urodzone po 2010 roku, i jak szacuje, każdego tygodnia rodzi się 2,5 miliona Alf na całym świecie, a do w 2025 roku pokolenie to osiągnie w sumie 2 miliardy. Wyznaczenie granic czasowych, co do nowego pokolenia przynosi jednak pewne wątpliwości.

W Polsce zakłada się, że wcześniejsze pokolenie „C” ujmuje się w przedziale 1990 – 2000 r., a wskazane dziesięć lat i tak, dla niektórych obserwatorów i socjologów, wydaje się mało zasadne, zważywszy na szybkość zmian zachodzących we współczesnym świecie, szczególnie gdy przy wyodrębnianiu pokoleń bierzemy pod uwagę zakres wpływów, oddziaływań polityczno-gospodarczych i zmian technologicznych. Przyjęcie dwudziestu lat odstępu w kohortach pokoleniowych wydaje się zatem okresem zbyt długim. Z tego względu, bardziej użyteczne w badaniach naukowych i analizach społecznych, jest założenie, że pokolenia Alfa, to osoby urodzone po 2000 r., zatem niektórzy przedstawiciele w tym roku zyskują pełnoletność i niebawem mogą pojawić się jako potencjalni beneficjenci rynku pracy.

KTO, ILE I JAK?

CZYLI CHARAKTERYSTYKA
DEMOGRAFICZNA.

02

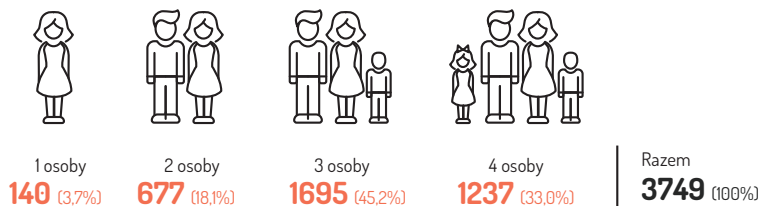
Badania zostały przeprowadzone przez zespół badawczy Leader Sheep metodą ilościową, techniką ankiety internetowej. Promocja ankiety odbyła się poprzez portale społecznościowe oraz informację przesłaną za pomocą korespondencji mailowej.

Próba wynosiła 4000 respondentów, ze wstępnego opracowania materiału, do analizy zakwalifikowano 3749 osób w wieku wskazującym na przynależność do pokolenia Alfa, czyli zgodnie z przyjętą definicją urodzonych po 2000 roku.

W badaniach wzięli udział zarówno dziewczyny, jak i chłopcy, przy czym cecha ta (jak i inne zmienne demograficzne) nie była kontrolowana na poziomie doboru próby. Próba była celowa.

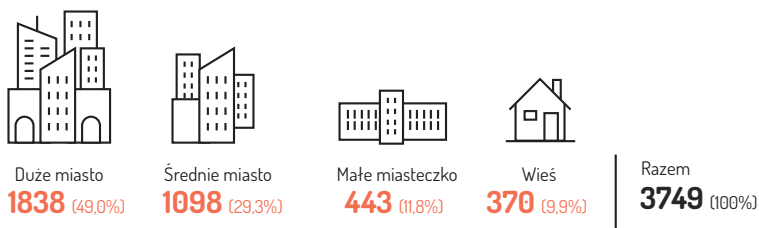
W badaniu wzięło udział 89% dziewczyn oraz 11% chłopców. Były to osoby pochodzące przede wszystkim z rodzin trzyosobowych w układzie mama, tata, respondent (45,2%), w drugiej kolejności, są to rodziny czteroosobowe 33%, rodziny dwuosobowe (rodzic, respondent) 18,1%, a w przypadku 3,7% osób odnotowano wskazanie na samodzielne zamieszkiwanie.

WIELKOŚĆ RODZINY



Młodzi ludzie, którzy wzięli udział w badaniu, zamieszkują głównie duże miasta – 49,0%, w drugiej kolejności wskazywane jest średnie miasto 29,3%, małe miasteczko to miejsce zamieszkania dla 11,8% badanych, a wieś dla 9,9%.

MIEJSCE ZAMIESZKANIA



Respondenci zostali także poproszeni o wskazanie wykształcenia rodziców, zarówno mamy, jak i taty, niezależnie, czy aktualnie mieszkają z nimi w jednym gospodarstwie domowym.

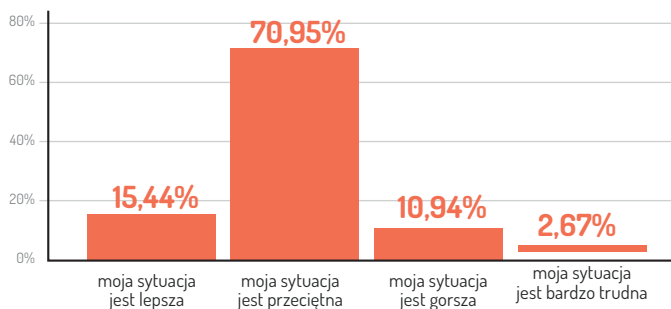
WYKSZTAŁCENIE RODZICÓW



W planowaniu przyszłości, tworzeniu oczekiwań związanych z przyszłą pracą zawodową czy wynagrodzenia, istotna jest subiektywna ocena poziomu zamożności.

W związku z tym badanych spytano o to, jak oceniają swoją sytuację materialną w stosunku do swoich znajomych w tym wieku lub/i kolegów ze szkoły. Zdecydowana większość respondentów 70,95% twierdzi, że ich sytuacja materialna jest przeciętna, czyli taka jak innych z otoczenia znajomych lub w klasie.

OCENA SWOJEJ SYTUACJI MATERIALNEJ



Poza cechami demograficznymi i oceną sytuacji materialnej, poproszono przedstawicieli pokolenia Alfa o określenie, w jaki sposób spędzają czas wolny, czyli czas poza szkołą i lekcjami oraz domowymi obowiązkami.

SPOSÓB SPĘDZANIA CZASU WOLNEGO



Korzystam z portali społecznościowych (FB, Snap, Insta)

2548 (68,0%)



Korzystam z zajęć dodatkowych rozwijających moje zainteresowania

323 (8,6%)



Oglądam tv
39 (1,0%)



Korzystam z Youtube'a

190 (5,1%)



Uprawiam sport lub rekreację

140 (3,7%)



Korzystam z Netflix'a

100 (2,7%)



Korzystam z Internetu (szukam informacji, sprawdzam maile, szukam muzyki, itp.)

114 (3,0%)



Spotykam się z przyjaciółmi

179 (4,8%)



Spędzam na powietrzu

23 (0,6%)



Chodzę do galerii, marketów, itp

5 (0,1%)



Inne

87 (2,4%)

Razem

3749 (100%)

Zdecydowanie najpopularniejszym sposobem spędzania czasu wolnego jest korzystanie z portali społecznościowych, takich jak Facebook, Sanp czy Instagram. Pozostałe formy czasu wolnego, stanowią raczej margines w aktywności młodzieży, są wśród nich korzystanie z Internetu 3,0%, Netflix'a 2,7%, nie wspominając o spędzaniu czasu na powietrzu 0,6%, czy oglądaniu telewizji 1,0%.

**CZY EDUKACJA
COŚ DA NAM W
PRZYSZŁOŚCI?**

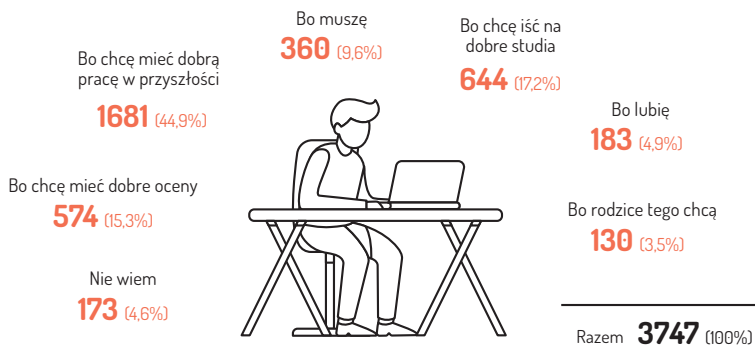
CHARAKTERYSTYKA EDUKACJI.

03

Jednym z pierwszych elementów opisu pokolenia Alfa, było odniesienie do ich nastawienia do nauki poprzez zadanie pytania, „jak bardzo lubią się uczyć?”. Wszyscy respondenci zostali poproszeni o wskazanie, w skali od jednego do dziesięciu, jak bardzo lubią się uczyć. Ogólnie rzecz ujmując, uczniowie lubią się uczyć na poziomie 5,59 (średnia udzielonych odpowiedzi przy medianie M=6, a najczęściej wskazywaną liczbą było „5”), z czego, 17,6% uczniów określiła w skali, swoją sympatię do nauki na poziomie „1-2” co oznacza, że nie lubią się uczyć, a 7,6% na poziomie 9-10, co oznacza, że bardzo lubią się uczyć.

W związku z podobnymi danymi, zweryfikowano, jakie są motywacje do nauki i zapytano respondentów „po co się uczą?”. W większości (44,9%), uczniowie odpowiadają, że „chcą mieć dobrą pracę w przyszłości”, drugą w kolejności odpowiedzią jest „bo chcę iść na dobre studia”, a trzecią 15,3% „bo chcę mieć dobre oceny”. W dalszej kolejności odnajdujemy odpowiedź „bo muszę” (9,6%), dalej mamy „bo lubię” (4,9%), a odpowiedziami najrzadziej wskazywanymi są „nie wiem” 4,6% oraz „bo rodzice tego chcą” 3,5%.

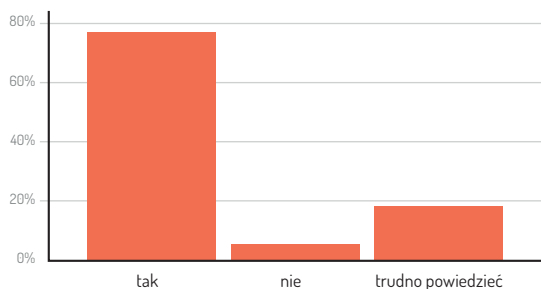
MOTYWACJA DO NAUKI



Jednym z najbardziej istotnych elementów procesu edukacji, oprócz chęci do nauki, (która, jak zostało wskazane, jest na poziomie „średnim”) i własnej gotowości do poszerzenia wiedzy, jest motywacja ze strony nauczycieli. Ważne jest, jak nauczyciel potrafi zachęcić do nauki, poszukiwania nowych rozwiązań i budowania celów na przyszłość. W ocenie nauczyciela dokonanej przez przedstawicieli pokolenia Alfa, nauczyciele motywują ich w skali od 1 do 10 na poziomie 4,01 (średnia wskazywanych ocen), co oznacza stosunkowo niski poziom umiejętności motywowania uczniów.

Wewnętrzna motywacja do dalszej nauki może przekładać się na gotowość do kontynuacji nauki poprzez podjęcie jej na poziomie edukacji wyższej. Spośród badanej zbiorowości, 77,5% wskazuje gotowość i chęć kontynuacji edukacji na studiach, natomiast 4,3% nie wyraża potrzeby studiowania, a 18,1% badanych wybrało odpowiedź „trudno powiedzieć”. Wskazania te pokrywają się z wewnętrzną motywacją uczniów do nauki, jak wskazano powyżej stosunkowo duża część z nich, uczy się w szkole, aby iść na „dobre studia”.

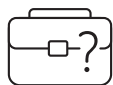
GOTOWOŚĆ PÓJŚCIA NA STUDIA



Wybór zawodu to trudna i ważna decyzja, szczególnie w kontekście współczesnych procesów społecznych, ekonomicznych, a przede wszystkim technologicznych, tym bardziej ciekawe jest, jak młodzież widzi swoją przyszłość w tym kontekście. Wśród zawodów, jakie zaproponowano przedstawicielom pokolenia Alfa, znalazły się tradycyjne, jak prawnik, lekarz czy nauczyciel.

ale również coach, trener czy szeroko rozumiane zawody artystyczne, każdy z nich mógł również dopisać swój zawód, którego nie odnalazł w kafeterii odpowiedzi. Pierwsza najbardziej popularna piątka zawodów albo raczej odpowiedzi to:

WSKAZANA ODPOWIEDŹ NT. ZAWODU



Nie potrzebuję
konkretnego
zawodu

960 (25,6%)



Lekarz
/ lekarka

516 (13,8%)



Blogger,
youtuber

492 (13,1%)



Wolny zawód
artystyczny

319 (8,5%)



Prawnik
/prawniczka

200 (5,3%)

NA BOGATO I NA LUZIE.

CHARAKTERYSTYKA
PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ

04

Istotnym obrazem przyszłości zawodowej młodzieży jest jej wyobrażenie o firmie, która spełnia ich oczekiwania, jako wymarzonego miejsca pracy. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią 46,0% jest „firmą moich marzeń jest korporacją z rozpoznawalną marką, można w niej dużo zarobić i szybko awansować. Ważna jest możliwość rozwoju, szkolenia, podnoszenie kwalifikacji, ale też atmosfera pracy, natomiast najmniej osób 2,0% chciałoby pracować w instytucji państwowej – mogę być urzędnikiem czy konsultantem jakimś – to daje stabilność w przyszłości” odpowiedź ta zyskuje odzwierciedlenie we wskazanej powyżej deklaracji chęci wykonywana zawodu urzędnika.

KTÓRY Z PONIŻSZYCH OPISÓW FIRMY, NAJBARDZIEJ ODPOWIADA FIRMIE TWOICH MARZEŃ?

Firma moich marzeń jest **korporacja** z rozpoznawalną marką, można w niej dużo zarobić i szybko awansować. Ważna jest możliwość rozwoju, szkolenia, podnoszenie kwalifikacji ale też atmosfera pracy.

1724 (46%)

Firma moich marzeń to moja **własna firma**

871 (26,2%)

Firma moich marzeń **nie musi być duża**, znana i rozpoznawalna, pracuje się w luźnej atmosferze i dba o zainteresowania i talenty pracowników. Wartościami ważnymi dla firmy są czas wolny, rodzina i sprawy społeczne. Firma oferuje dużo dodatkowych elementów – karty na taksówki, jedzenie czy masaż. Zarobki nie są najważniejsze.

808 (21,1%)

Firma moich marzeń to jakaś **instytucja państwowa** – mogę być urzędnikiem czy konsultantem jakimś – to daje stabilność w przyszłości.

76 (2,0%)

Firma moich marzeń **ma mi dawać zadowolenie** – najważniejsze, aby praca nie była nudna i zbyt wymagająca, w gronie ciekawych ludzi. Może być mała, polska albo większa czy zagraniczna lub fundacja – nie ma to znaczenia, i tak popracuję w niej krótko i poszukam kolejnej fajnej.

117 (4,7%)

Razem **3749** (100%)

Badana młodzież stwierdziła ponadto, że praca w przyszłości będzie wymagała specjalistycznego wykształcenia – biotechnologii, informatyki, fizyki (25,0%) – stąd prawdopodobnie dla części badanych „dobre studia”, o których wyżej było wspomniane. Inni mają stosunkowo „smutną” wizję, gdyż twierdzą, że „trudno będzie o fajną pracę w przyszłości” (21,7%), ale może być ona wykonywana za pomocą technologii z domu, co jest główną ideą pracy w przyszłości dla 12,0%. Z kolei 18,8% uznaje, że przyszłościową pracę będzie cechowało dobre uposażenia i że będzie ona po prostu dobrze płatna. 9,9% uznaje, że będą ją głównie wykonywać roboty, a biura będą wirtualne (3,8%). Inni przygotowują się na pracę wielogodzinną 7,1%.

W firmie marzeń, jako dobrym miejscu pracy prawdopodobnie dużo się zarabia, warto mieć również zawód, który umożliwia zarówno spełnienie finansowe, jak i poczucie satysfakcji i wyróżnienia. Zapytano zatem przedstawicieli pokolenia Alfa ile chcieliby zarabiać w przyszłości, oraz, które z zawodów są dla nich prestiżowe. W przypadku tych drugich oto ranking najbardziej prestiżowych zawodów:



Prawnik /prawniczka
(27%)



Lekarz/ lekarka
(21,5%)



Blogger/ka
YouTuber/ka
(20,6%)



Wolny zawód
-artystyczny związany
ze sztuką lub filmem
(12,5%)



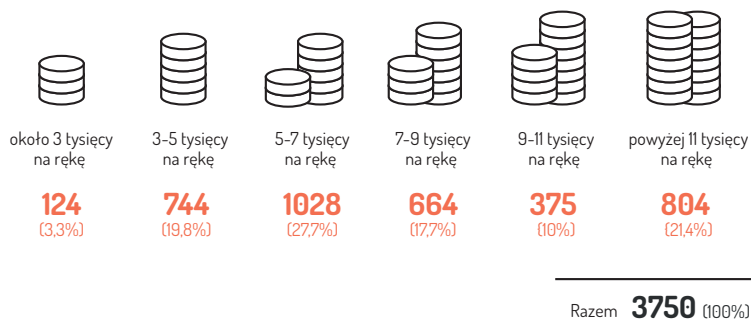
Manager
(12,5%)



Trener/ka rozwoju,
coach/ Psycholog/
terapeuta
(7,8%)

W kwestii oczekiwanych zarobków, na początku kariery zawodowej, najbardziej popularną odpowiedzią (27,7%) jest 5-7 tysięcy na rękę, ale 19,8% nie pogardziłoby 3-5 tysiącami, a 3,3% zadowolony się nawet 3 tysiącami. Z kolei, 21,4% swoje wymagania stawia w wysokości powyżej 11 tysięcy na rękę, 17% oczekuje pensji na poziomie 7-9 tysięcy, a 10% chce zarabiać 9-11 tysięcy na rękę.

WYSOKOŚĆ ZAROBKÓW



W kontekście uposażeń na rynku polskim wskazane przez młodzież wysokości zarobków wydają się raczej „marzycielskimi” oczekiwaniami albo wskazują na brak wiedzy realiów ekonomicznych. Chociaż warto zwrócić uwagę jeszcze na ilość godzin, jaką przedstawiciele pokolenia Alfa chcą pracować, bo może tu jest odpowiedź w tak wysokich stawach uposażeń. W tym obszarze młodzi ludzie nie deklarują odmiennych od aktualnych standardów codziennego dnia pracy, najwięcej osób (38,4%) wskazało odpowiedź, że chciałaby pracować 8 h dziennie, choć na drugim miejscu znalazła się odpowiedź (35,3%), że najlepiej jakby nie było stałej zasady, co do ilości godzin – to ciekawa perspektywa, nawiązująca zapewne do elastycznych godzin pracy. Inni chcą pracować albo jedyne 6 godzin (10,0%), albo są gotowi nawet do pozostania w pracy 10 godzin, jeśli tego będzie wymagała firma (15,6%).

IŁOŚĆ GODZIN PRACY PODCZAS DNIA



Standardowo
8 godzin dziennie

1440 (38,4%)



W dowolnie
ustalonym wymiarze,
bez stałej ilości
godzin dziennie

1323 (35,3%)



4 godzin
dziennie

376 (10,0%)



Nawet 10 godzin
jeśli będzie tego
wymagała firma

584 (15,6%)



Inna ilość godzin

19 (0,7%)

Razem **3747** (100%)

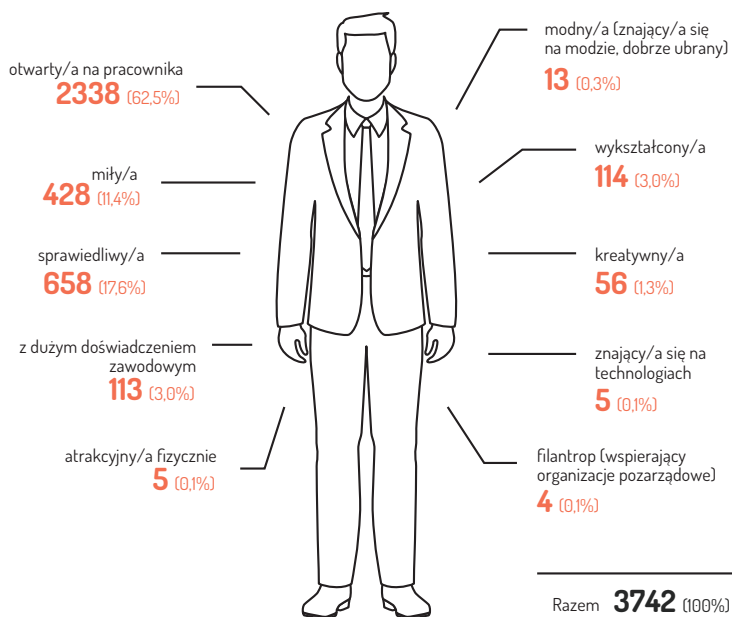
Ciekawą kwestią z perspektywy przyszłości zawodowej młodych ludzi, jest także rodzaj firmy, gdzie widza się w roli pracownika – czy jest to firma rodzinna, własna, a może korporacja?

W korporacji chcieliby pracować 22,4% badanych, w małej firmie 5,1%. Najpopularniejszymi firmami są „własna firma” oraz „średnia firma”, które badani w zgodzie wskazują po równe 34,8%. Ponadto, według wskazanych odpowiedzi rodzaj firmy – polska czy zagraniczna nie ma to znaczenia dla 59,7% badanych, z kolei dla 24,3% istotne jest, aby była to firma zagraniczna, a dla 16,0% wybór firmy padłby na polską firmę. Oprócz wielkości firmy, jej kulturowego pochodzenia, respondenci zostali poproszeni o wskazanie, jakie inne cechy w przyszłej pracy są ważne z ich perspektywy. W rankingu cech ważnych przyszłej pracy, na pierwszym miejscu odnajdujemy „zarobki” 60,7%, na drugim miejscu jest „możliwość podróżowania po świecie” 15,7%, a wielką trójkę kończy „luźna atmosfera pracy” 7,8%. Lokalizacja firmy (2,3%), czy „możliwość szybkiej kariery (awansu)” 4,4% są raczej marginalnie wskazywane.

Rodzaj firmy, oczekiwane zarobki to istotne elementy przestrzeni zawodowej, lecz z perspektywy osób zarządzających, dobrze jest wiedzieć jeszcze, jakie cechy, według pokolenia Alfa, powinien mieć dobry pracodawca. Najważniejsze, aby pracodawca był otwarty na pracownika – tę cechę podkreśla aż 52,5% respondentów, drugą ważną cechą jest sprawiedliwość – ten aspekt wskazuje 17,6% badanych, 11,4% młodych ludzi twierdzi, że najważniejsze, aby pracodawca

był miły. Wśród ważnych cech osobowości pracodawcy odnajdujemy także wykształcenie oraz doświadczenie zawodowe – obie otrzymały jedynie po 3,0%.

POŻĄDANA CECHA CHARAKTERU U PRZYSZŁEGO PRACODAWCY



PERSPEKTYWA POZAPRACOWA

CHARAKTERYSTYKA CELÓW
RODZINNYCH.

05

Wśród celów, jakie stawiają sobie na przyszłość młodzi ludzie, ważne miejsce oprócz zawodowych, zajmują oczywiście cele rodzinne. Młodzież biorąca udział w badaniu wskazała, w jakim wieku chce założyć rodzinę, pobrać się, a może inaczej widzi swoją przyszłość w relacjach partnerskich. Najbardziej popularnym wiekiem, w którym młodzi ludzie chcą się pobrać, jest 20-25 lat – takiej odpowiedzi udzieliło 45,2% badanych. Inni chcą tego dokonać w okresie 26-30 lat – 39,3%, pogląd, że „nie chcę się pobierać – będę żyć w nieformalnym związku” wyraża 7,3% respondentów, a 3,9% twierdzi, że w ogóle nie chce się pobierać ani żyć w związku, tylko deklaruje pozostanie singlem. Małżeństwo po 40. roku życia planuje 0,4% przedstawicieli pokolenia Alfa.

Będąc w związkach formalnych lub nieformalnych, młodzi ludzie deklarują chęć posiadania potomstwa – taką opinię wykazuje 68,3% badanych, a 8,6% deklaruje, że nie chce mieć dzieci, natomiast 23,1% nie podjęło jeszcze tej decyzji i wskazało odpowiedź „trudno powiedzieć”.

Jedną z cech, na którą zwracamy uwagę przy wyborze partnera, jest wygląd. We współczesnych czasach, z perspektywy psychologii i socjologii, koncentracja młodzieży na punkcie wyglądu, przynosi wiele problemów związanych z poczuciem wartości, generowaniem kompleksów, czy dążeniem do ideału. W związku z tym zapytano przedstawicieli pokolenia Alfa o to, jak ważny jest dla nich wygląd, co wydaje się być zaskakującą odpowiedzią, ważność elementu, jakim jest wygląd, w skali od 1 do 10, wskazywany jest na „6” (średnia odpowiedzi) – przy czym płeć determinuje jego istotność – dziewczynki wskazują zazwyczaj jego wyższą rangę.

Obraz współczesnej młodzieży wydaje się być wymagający z perspektyw ich przyszłości zawodowej – szczególnie w kontekście oczekiwań od pracodawcy, oczekiwanych zarobków, czy zawodów, jakie młodzież chce pełnić. Zastanawiające jest na ile ich deklaracje są efektem obserwacji życia, a na ile chęcią zmiany sytuacji zawodowej w kontekście obserwacji rodziców czy starszego rodzeństwa? Pozostaje jednak refleksja, na ile starsze pokolenia są gotowe do pracy z pokoleniem Alfa.

autorzy: zespół Leader Sheep

Gdańska 113/18, Łódź 90-507
NIP: 727 234 39 01 REGON: 472048679