

# Oczekiwania pokolenia Y wobec rynku pracy na przykładzie Polski i Hiszpanii

## Weronika Piątek

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: weronika.piatekk@gmail.com

## Urszula Kobylińska

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania, Katedra Organizacji i Zarządzania

e-mail: u.kobylińska@pb.edu.pl

## Streszczenie

Pokolenie Y to pojęcie stosunkowo nowe, choć pojawiło się po raz pierwszy już w 1993 roku w amerykańskim magazynie "AD Age". Odnosi się ono do osób urodzonych w latach 1983-2000. W perspektywie najbliższej dekady stanie się ono główną siłą roboczą na świecie. W opinii wielu badaczy jest to pokolenie dobrze wyedukowane i świadome swoich możliwości – nie tylko materialnych, rozwojowych, lecz także psychicznych. Celem niniejszego artykułu jest diagnoza potencjału i oczekiwań pokolenia Y wobec pracodawców i rynku pracy w ujęciu dwóch krajów: Polski i Hiszpanii. Badaniem pierwotnym objęto 130 polskich oraz 57 hiszpańskich studentów i absolwentów reprezentujących pokolenie Y. Jako narzędzie badań wykorzystano kwestionariusz ankiety. Wyniki badań wykazują dużo podobieństw, ale także i różnice w oczekiwaniach młodego pokolenia wobec rynku pracy, wynikające prawdopodobnie z odrębnej przeszłości historycznej, różnic kulturowych, a także sytuacji ekonomicznej.

## Słowa kluczowe

Pokolenie Y, Mileniałsi, rynek pracy w Polsce i Hiszpanii

## Wstęp

Z biegiem lat zmieniają się pokolenia na rynku pracy. Obecnie, gdy pokolenie „baby boomers” (osoby urodzone w latach 1946-1964, czyli powojenne pokolenie wyżu demograficznego) odchodzi na emeryturę, w miejscu pracy spotyka się coraz

więcej reprezentantów pokolenia Y –określanych jako Milenialsi [Moczydłowska, 2016]. Z każdym kolejnym rokiem przybywa aktywnych zawodowo osób z tej generacji. Jeśli obecnie wielu z nich jeszcze nie pracuje, część właśnie kończy studia i niedługo będzie poszukiwało pracy. To pokolenie stanie się główną siłą roboczą na rynku pracy w najbliższej dekadzie. Zgodnie z prognozami z 2016 roku, w 2025 roku mogą stanowić aż 75% ogółu pracowników [Pierwsze kroki ..., 2018]. Nowe pokolenie niesie ze sobą wiele pytań: jakie są jego priorytety, wartości, jak efektywnie nim zarządzać, jak zaaranżować skuteczną współpracę z poprzednimi pokoleniami oraz jak pozyskać i zatrzymać pracownika z pokolenia Y?

Celem niniejszego artykułu jest diagnoza potencjału i oczekiwań pokolenia Y wobec pracodawców oraz rynku pracy w ujęciu dwóch krajów: Polski i Hiszpanii. Na bazie wyników badań empirycznych, przeprowadzonych z wykorzystaniem ankiety internetowej, sformułowano wnioski z badań.

## 1. Pokolenie Y – potencjał i wyzwania

Pokolenie Y- inaczej Milenialsi - tym mianem określa się osoby urodzone po roku 1983. Niektórzy autorzy podkreślają że termin ten powinien być używany jedynie do określenia osób urodzonych w Kanadzie oraz Stanach Zjednoczonych, jednak terminologia ta przyjęła się również w UE oraz Polsce, gdzie w ten sposób określa się generację ludzi w wieku około 20-30 lat, dla których początek wieku XXI oznacza czas poszukiwania pierwszej pracy oraz zaznajamianie się ze specyfiką rynku pracy. zamiennie do zdefiniowania tej grupy używa się określeń takich jak: „pokolenie sieci”, „pokolenie Ja” a także pokolenie „klapek i iPodów”.

Opisując pokolenie Y napotkać można na pewne przeciwstawne cechy, które nie ułatwiają zrozumienia Milenialsów, a są konsekwencją warunków w jakich zostali wychowani. Ich najważniejsze wspólne cechy, jak i wydarzenia które w dużej mierze ukształtowały ich osobowość to: dorastanie w czasach gospodarki wolnorynkowej, co łączy się z rozwojem konsumpcjonizmu i wzrostu standardu życia, łatwiejsza dostępność do edukacji i podróży, co skutkuje większą mobilnością. Tempo życia uległo przyspieszeniu, niezbędna stała się dobra znajomość nowej technologii, która obecnie stanowi bardzo ważny element życia młodych ludzi.

Pokolenie to znacząco różni się od poprzednich. Inne, a jednocześnie antagonistyczne cechy pokolenia Y, takie jak autonomia i przynależność (pragną niezależności ale nie lubią czuć się samotni), rebelia i konformizm (przeciwstawiają się standardom socjalnym ale chcą przynależać do grupy) oraz idealizm i pragmatyzm (mają własnych rodziców za hipokrytów ale siebie uważają za osoby szczere lecz zmuszone działać w realiach dzisiejszych czasów) stanowią duże wyzwanie dla

pracodawców, ponieważ wymagają sporej zmiany w podejściu do zarządzania organizacją i zasobami ludzkimi, zmiany kultury organizacji oraz jej wartości [Baran i Kłós, 2014, s. 923-929].

Pokolenie Y wychowywało się w czasach dostępu do technologii, początków Internetu, większego dostępu do dóbr materialnych, większej zamożności i sporej uwagi ze strony rodziców. Poskutkowało to wykształceniem się pozytywnych cech, takich jak: wysokie ambicje (model wychowania oparty na pochwałach i otwartości świata sprawia że panuje przeświadczenie „chcieć to móc” - młodzi ludzie nie czują zewnętrznych barier, które mogłyby im przeszkodzić w osiągnięciu sukcesu i są bardzo ambitni, jeśli przedstawi się im cel pracy jako atrakcyjny - będą do niego dążyć i będą starali się wykonać swoje zadanie najlepiej jak potrafią), niezależność (pokolenie Mileniśców to indywidualiści, co dając różne perspektywy podejścia do pracy czy projektu stymulować może kreatywność). Bardzo pozytywną cechą jest duże zaangażowanie i umiejętność poświęcenia się pracy, która interesuje i daje satysfakcję. Aby przystosować się do współczesnego szybkiego tempa życia, niezbędne jest nastawienie na zmiany - obecnie jedynym elementem stałym jest zmiana, a osoby z pokolenia Y ze zmianami radzą sobie doskonale, są do nich przyzwyczajone i traktują je jako element życia, w przeciwieństwie do poprzednich generacji, które bardziej stawiały na stabilność i przewidywalność [Myers i Sadaghiani, 2010, s. 225-238]. Mileniści kładą nacisk na jasne określanie oczekiwań - ułatwia to otwartą komunikację i spełnianie oczekiwań dwóch stron bez niedomówień. Cenią sobie także równowagę praca – życie, co zapewnia pracodawcom bardziej produktywnego pracownika, wydajność pracy jest większa, a ryzyko wypalenia zawodowego mniejsze lub bardziej rozłożone w czasie. Osoby z pokolenia Y stawiają na osobisty rozwój - młodzi ludzie mają sami z siebie chęć doskonalenia się i nabywania nowych umiejętności, co w efekcie daje dobrze wykwalifikowanych i chcących rozwijać się dalej pracowników. Czas dorastania Mileniśców to okres rozwoju technologii i w konsekwencji zasypu informacjami - aby się dostosować osoby z pokolenia Y muszą umieć wykonywać kilka czynności jednocześnie, są wielozadaniowcami. Znajomość i chętnie korzystanie z nowych technologii, które często bardzo optymalizują pracę pozwala wykonywać ją bardziej wydajnie i przy okazji oszczędza mnóstwo czasu. Duże znaczenie przywiązują do dobrej atmosfery w pracy, co wspomaga budowanie w miejscu pracy relacji, dzięki którym czuje się odpowiedzialność grupową (co motywuje do rzetelnego wykonywania zadań, żeby nie zawieść a współpracowników). Ważne dla pokolenia Y jest także dobra reputacja firmy, a jednocześnie niechęć do pracy w tych, które są utożsamiane z nieetycznym działaniem, co skutkuje tym, że są one mniej skłonne do podejmowania takich działań. Reasumując, pokolenie to posiada

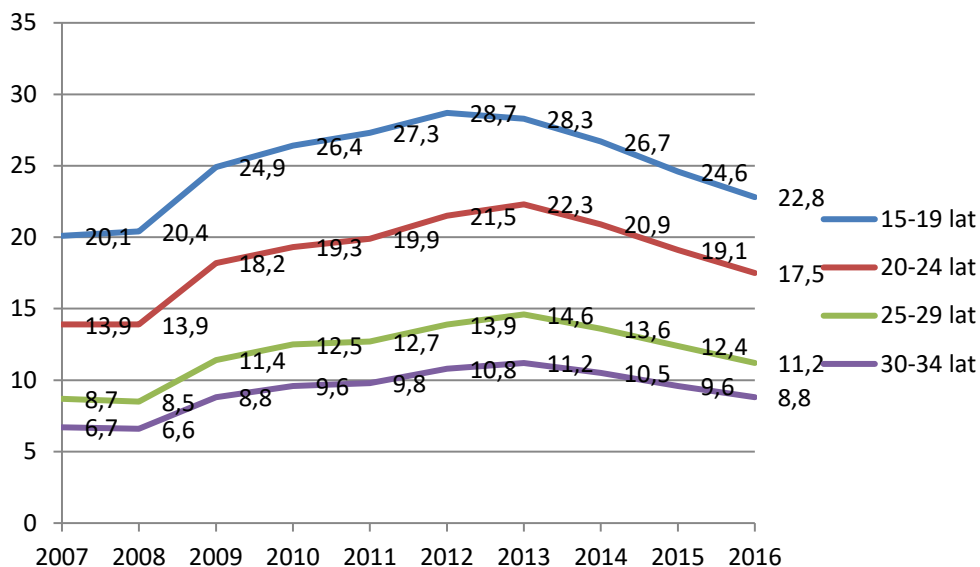
wyższe kompetencje niż poprzednie pokolenia, a w zasadzie pokolenie Y jest do tej pory najlepiej wyedukowanym pokoleniem ze względu na łatwy dostęp do edukacji i skupienie uwagi rodziców na dziecku, a głównie ich chęć do podnoszenia jego zdolności językowych od bardzo młodego wieku co jest obecnie bardzo istotne ze względu na coraz większą globalność firm [Smolbik-Jęczmień, 2013, s. 191].

Zmiana modelu wychowania oraz realiów dorastania pokolenia Y niesie ze sobą także negatywne skutki, takiej jak roszczeniowa postawa wobec pracodawcy (ze względu na wysokie kwalifikacje mają wysokie wymagania, które czasem ciężko zaspokoić). Łatwy dostęp do informacji sprawił, że wielu młodych ludzi nie czuje obowiązku nauki skoro ma świadomość, że może bardzo szybko wyszukać potrzebne informacje w Internecie. Niestety te osoby często mają problem z zauważaniem nierzetelności informacji co skutkuje używaniem nieprawidłowych lub nieaktualnych danych i może prowadzić do osłabienia jakości pracy wykonywanej przez takiego pracownika [Smolbik-Jęczmień, 2013, s. 191-202]. Milenialsi nie rzadko mają problem z uznawaniem autorytetu innych, a przez partnerski model wychowania mają mniejszy autorytet do starszych niż poprzednie pokolenia. Współcześnie o szacunku decyduje w głównej mierze doświadczenie, a nie wiek. Egoistyczna postawa zakładająca, że własny komfort i wygoda są ważniejsze, niż poświęcanie się pracodawcy sprawia, że pracodawca musi podejmować coraz więcej akcji żeby przystosować się do wymagań pracownika, co kiedyś wydawałoby się nie do pomyślenia. Osoby z pokolenia Y cechują się także mniejszą skłonnością do lojalności. Milenialsi często borykają się z trudnościami w bezpośrednich kontaktach, ponieważ postęp i wszechobecna technologia sprawiają że ludzie coraz mniej rozmawiają twarzą w twarz, a raczej wykorzystują do tego celu telefony i komputery, skupiając się na wirtualnych relacjach bardziej niż na prawdziwych. Niestety będzie sprawiało to coraz większe braki kadrowe w zawodach wymagających umiejętności miękkich. Milenialsi miewają problemy z przyjmowaniem krytyki - przyzwyczajeni do ciągłego chwalenia i bezstresowego wychowywania przyjmują krytykę, nawet konstruktywną jako atak, co może spotkać się z oburzeniem i poczuciem niesprawiedliwej oceny. Modele wychowania sprawiły też powstanie potrzeby stałej informacji zwrotnej i zmniejszeniem się samodzielności [Stachowska, 2012, s. 33].

## **2. Sytuacja Milenialsów na rynku pracy w Polsce i Hiszpanii**

Z badań Eurostatu wynika, że w 2013 roku bezrobocie w krajach Unii Europejskiej osiągnęło rekordowy poziom - 10,8%. W dalszych latach stopa bezrobocia zaczęła spadać i w 2016 roku osiągnęła poziom 8,6%. Poniższy wykres (rys. 1)

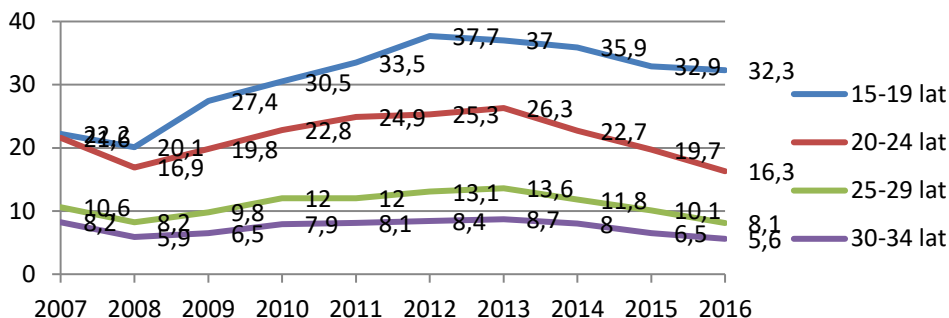
przedstawia bezrobocie wyrażone w procentach w poszczególnych grupach wiekowych w całej Unii Europejskiej.



Rys. 1. Stopa bezrobocia w UE w grupach wiekowych 15-34 lata

Źródło: (<http://www.ec.europa.eu/eurostat>, 20.03.2018).

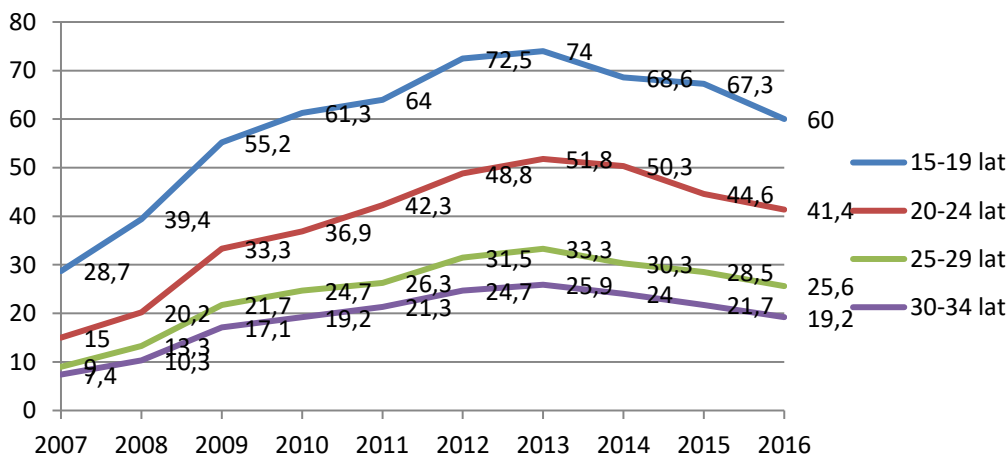
Najnowsze dane pokazują, że stopa bezrobocia wśród młodych w Polsce jest średnio o 1 punkt procentowy niższa niż przeciętnie w UE-28 (rys. 2). Jednakże panuje tu gorsza sytuacja zatrudnieniowa dla młodych kobiet - wskaźnik zatrudnienia młodych Polek był około 5 punktów procentowych niższy niż przeciętniej mieszkanki Unii Europejskiej. Wskazywać to może na niższy potencjał zatrudnieniowy, skierowany do kobiet przez przedsiębiorstwa znajdujące się w tym kraju [Kobylińska i in., 2016, s. 31-55].



**Rys. 2.** Stopa bezrobocia w Polsce w grupach wiekowych 15-34 lata

Źródło: (<http://www.ec.europa.eu/eurostat>,20.03.2018).

Niski poziom zatrudnienia młodych Polaków występuje razem z jednoczesnym kontynuowaniem kształcenia - Polska spełnia założenia programu Europa 2020, zakładającego ograniczenie liczby osób przedwcześnie kończących studia do poziomu poniżej 10%. W 2015 roku odsetek osób przedwcześnie opuszczających studia w Polsce wyniósł 5,3% i był to trzeci najniższy wskaźnik spośród krajów członkowskich Unii. Niestety, na tle innych krajów Unii wskaźnik zatrudnienia młodych osób w Polsce jest niski, co wskazuje na mały potencjał popytu na pracę w kontekście zatrudniania młodych osób.



**Rys. 3.** Stopa bezrobocia w Hiszpanii w grupach wiekowych 15-34 lata

Źródło: (<http://www.ec.europa.eu/eurostat>,20.03.2018).

W przypadku Hiszpanii napotykać na znacznie większe bezrobocie niż na przykład w Polsce lub średnie w Unii Europejskiej (rys. 3). Stopa bezrobocia ogółem osiągnęła szczyt w 2013, gdy wyniosła 26,1%. Z najnowszych danych wynika, że występuje tendencja spadkowa – w 2016 roku bezrobocie było na poziomie 19,6% (Eurostat, 2016).

Wzrost bezrobocia w Hiszpanii zapoczątkowany był kryzysem na giełdzie w Stanach Zjednoczonych, który swoje początki miał już w roku 2007. Wzrost gospodarczy w Hiszpanii w latach 1995 do 2006 opierał się na wzroście popytu inwestycyjnego i na przyroście zatrudnienia. Branża budowlana zaczęła się dynamicznie rozwijać, a szczególnie sektor mieszkaniowy, zaś niskie stopy procentowe i łatwo dostępne kredyty przyczyniły się do wzrostu popytu konsumpcyjnego i inwestycyjnego. Niestety wzrost gospodarczy Hiszpanii bazował na makroekonomicznych nierównowagach, które uwidaczniały się w deficycie na rachunku bieżącym bilansu płatniczego oraz na pogłębiającym się zadłużeniu sektora prywatnego. Rozwój pracochłonnej gałęzi gospodarki, jaką jest budownictwo i niski poziom produktywności pracy względem głównych partnerów handlowych, spowodowały dużo silniejsze niż w pozostałych krajach strefy euro załamanie gospodarcze. Niski poziom produktywności pracy wobec głównych partnerów handlowych oraz rozwój pracochłonnych gałęzi gospodarki jak budownictwo, spowodowało załamanie gospodarcze dużo silniejsze niż w innych krajach strefy euro [Mucha-Leszko, 2013, s. 107-120]. Wybuch kryzysu finansowego i załamanie sektora nieruchomości (przez co pracę straciło wielu Hiszpanów), spowodowało duży wzrost bezrobocia. Przyczyną jednej z najwyższych w krajach Unii Europejskiej stopy bezrobocia wśród ludzi młodych jest kilka czynników. Osób z pokolenia ninis (ani-ani) cały czas przybywa. Są to osoby które zakończyły edukację przed 16 rokiem życia, a także nie posiadają żadnych obowiązków, ani aspiracji zawodowych. Przyczyn w powstaniu pokolenia ninis można byłoby doszukiwać się w niewydolnym systemie edukacji oraz tego, że podczas rozkwitu rynku nieruchomości wielu młodych ludzi porzuciło edukację na rzecz wysokich i szybkich zarobków na budowie. Dodatkowo zniechęcać może fakt, że edukacja uniwersytecka w Hiszpanii jest płatna, a niechęć Hiszpanów do nauki języków obcych oraz słaba jakość nauczania języków obcych w szkole sprawia, że ich kwalifikacje na rynku międzynarodowym nie są konkurencyjne. W efekcie z braku edukacji ciężko jest znaleźć pracę w kraju a także za granicą, co powoduje, że coraz więcej młodych Hiszpanów dołącza do grupy ninis [Piętaś, 2015, s. 70-95].

### 3. Metodyka badań

Do pomiaru oczekiwań pokolenia Y wobec rynku pracy i pracodawców wykorzystano metodę badań ankietowych z wykorzystaniem narzędzia kwestionariusza ankiety internetowej. Badanie zostało przeprowadzone w I kwartale 2018 roku. Objęto nim losowo dobrane osoby zaliczające się do pokolenia Y w Polsce i Hiszpanii. Łącznie zebrano 133 ankiety wypełnione przez respondentów polskich i 57 przez respondentów hiszpańskich. Pytania zawarte w kwestionariuszu miały na celu uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) Jakie są najważniejsze wartości w życiu młodych z pokolenia Y w Polsce i Hiszpanii?
- 2) Jakie są oczekiwania wobec miejsca pracy oraz pracodawcy osób z pokolenia Y w obu krajach?
- 3) Czy odpowiedzi respondentów z Polski różnią się od odpowiedzi uzyskanych przez hiszpańskich respondentów?

Biorąc pod uwagę profil respondenta, wśród badanych pochodzących z Polski 88,6% było w wieku 20-25 lat, 9,1% w wieku 26-30 lat a 2,3% miało od 31 do 34 lat. Z kolei wśród respondentów z Hiszpanii 64,9% miało 20-25 lat, 29,8% 26-30 lat a 5,3% 31-34 lata. Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, 47,7% Polaków biorących udział w ankiecie tylko studiowało, 34,8% studiowało i pracowało 17,4% tylko pracowało. Wśród respondentów hiszpańskich 47,7% tylko studiowało, 28,1% tylko pracowało a 24,6% studiowało i pracowało.

### 4. Wyniki badań

Na pytanie dotyczące wartości kluczowych w życiu młodego pokolenia respondenci mieli do wyboru 9 odpowiedzi, przy czym mogli zaznaczyć co najwyżej 3 priorytety (tabela 1).

Dokonując analizy wyników zawartych w tabeli 1 zauważono, że wśród respondentów polskich najważniejszymi wartościami dla tego pokolenia były rodzina, miłość i przyjaźń, a najmniej ważnymi podróże, kariera i ojczyzna. Dla respondentów z Hiszpanii najważniejsza okazała się przyjaźń, rodzina i miłość, a za najmniej ważne wartości uznali karierę, wiarę i ojczyznę.

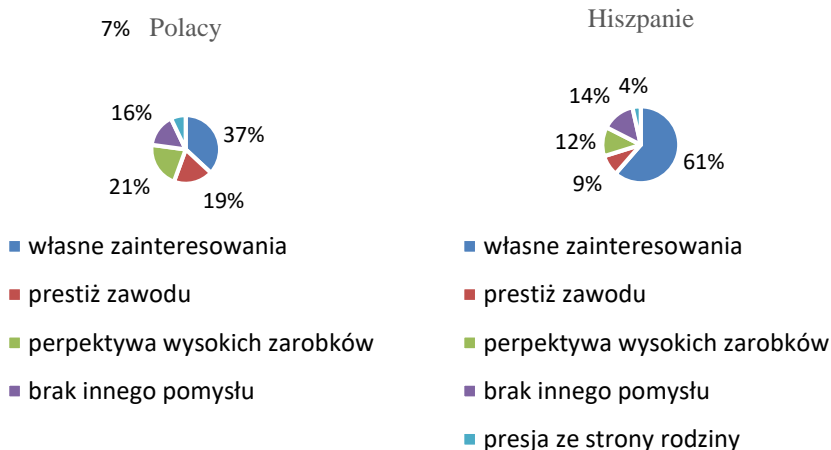


**Tab. 1.** Najważniejsze wartości w życiu Milenialsów w Polsce i Hiszpanii

Kategoria odpowiedzi	Respondenci z Polski	Respondenci z Hiszpanii
pieniądze	28,80%	36,80%
kariera	15,30%	12,30%
miłość	65,60%	49,10%
przyjaźń	37,40%	63,20%
rodzina	71,80%	56,10%
wykształcenie	28,20%	38,60%
ojczyzna	9,90%	0%
wiara	27,50%	7%
podróże	19,80%	24,60%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych.

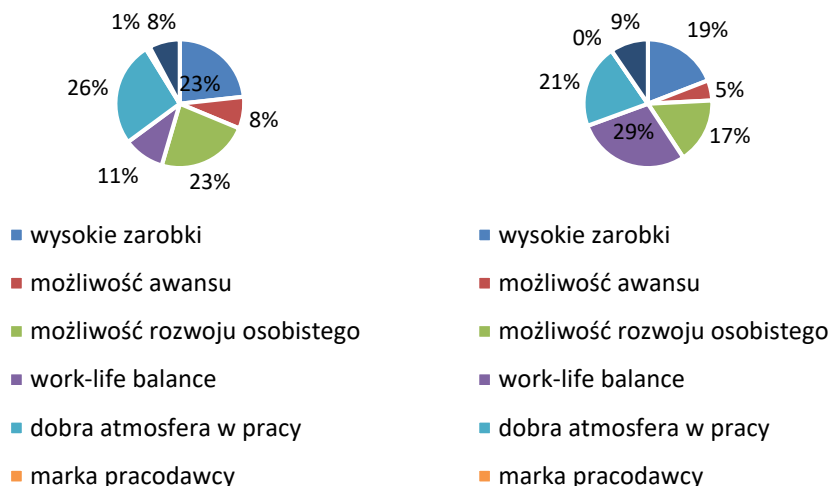
W kolejnym pytaniu respondenci zapytani zostali o determinanty wyboru studiów. Analizując informacje przedstawione na rys. 4 widać, że w Polsce, jak i w Hiszpanii, wybór kierunku studiów najczęściej podyktowany jest własnymi zainteresowaniami, a najrzadziej presją ze strony rodziny. Prestiż zawodu jest dużo bardziej cenionym bodźcem dla respondentów z Polski (19% wskazań), niż z Hiszpanii (9% odpowiedzi).



**Rys 4.** Determinanty wyboru kierunku studiów wśród młodych z Polski i Hiszpanii

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych.

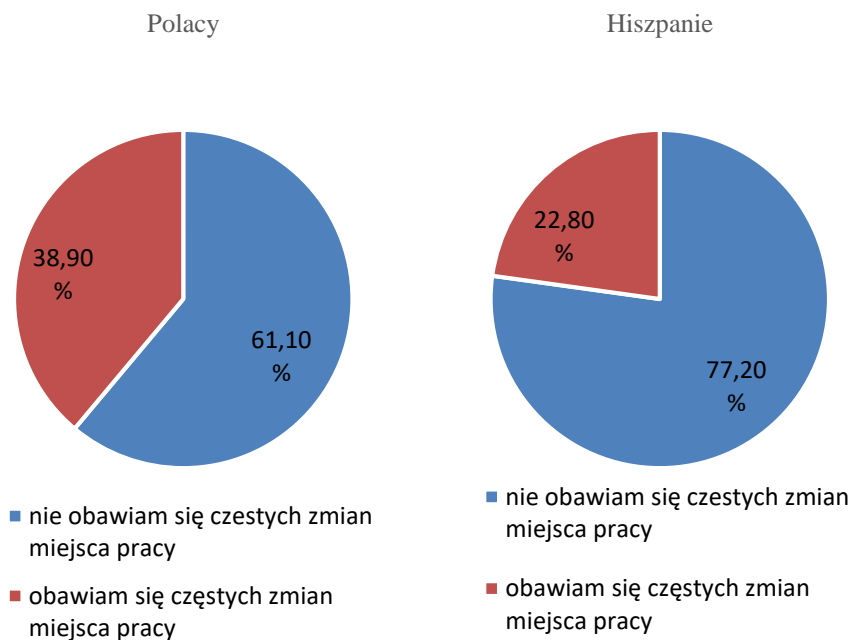
Kolejne pytanie dotyczyło priorytetów związanych z miejscem pracy w opinii respondentów. Dla Polaków kluczowe czynniki w miejscu pracy to: dobra atmosfera w pracy (26%), możliwości rozwoju zawodowego oraz wysokie zarobki (23%). Dla młodych Hiszpanów priorytety ułożyły się podobnie, aczkolwiek na pierwszym miejscu uplasował się work life balance (29%), dalej dobra atmosfera (21%) oraz wysokie zarobki (19%) (rys. 5).



**Rys. 5.** Priorytety w pracy zdaniem respondentów z Polski oraz Hiszpanii

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych.

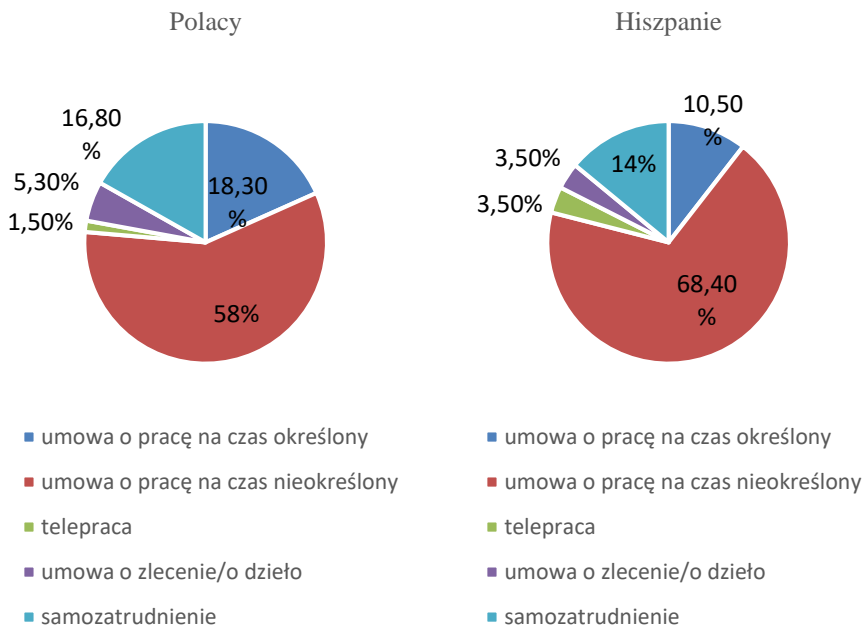
W dalszym badaniu zapytano respondentów o obawy związane ze zmianą miejsca pracy. Z odpowiedzi uzyskanych w ankietach wynika że Milenialsi nie boją się zmiany miejsca pracy i ta tendencja jest silniejsza w Hiszpanii (rys. 6).



**Rys. 6.** Obawy dotyczące zmiany pracy w Polsce i Hiszpanii

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych.

Na pytanie o preferowane formy umowy o pracę polscy respondenci rzadziej niż hiszpańscy rówieśnicy zaznaczyli umowę na czas nieokreślony. Z kolei w Hiszpanii mniej respondentów zainteresowanych jest samozatrudnieniem.



**Rys. 7.** Preferowana forma umowy o pracę według respondentów z Polski i Hiszpanii

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych.

## Podsumowanie

Celem głównym niniejszego artykułu była diagnoza potencjału i oczekiwań pokolenia Y wobec pracodawców oraz rynku pracy w ujęciu dwóch krajów: Polski i Hiszpanii. Po przeprowadzeniu analizy wyników badań można stwierdzić że pomimo różnic (głównie uwarunkowanych historią i stylem życia), Milenialsi z obu krajów mają ze sobą dużo wspólnego: najczęściej na pierwszym miejscu stawiają na więzi z bliskimi, o wyborze kierunku studiów decydują ich własne zainteresowania, nie boją się zmian pracy a najbardziej pożądaną formą umowy o pracę jest umowa na czas nieokreślony. Niewielką różnicę widać w priorytetach w miejscu pracy: najważniejszymi aspektami dla Hiszpanów są równowaga między pracą i życiem osobistym, dobra atmosfera w pracy oraz wysokie zarobki gdy dla Polaków są to możliwość rozwoju osobistego i tak samo, wysokie zarobki oraz dobra atmosfera w pracy.

## Literatura

1. Baran M., Kłos M. (2014), *Pokolenie Y - prawdy i mity w kontekście zarządzania pokoleniami*, Marketing i Rynek 5, s. 923-929
2. Czerniawska M. (2015), *Axiological conditioning of attitudes of students towards equal rights rule and equal distribution rule*, Engineering Management in Production and Services 7 (1), pp. 232-253
3. Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat> [20.03.2018]
4. Fazlagić J. (2008), *Charakterystyka pokolenia Y*. E-mentor 3 (25), s.13-16
5. Kobylińska U., Kozłowski A., Rollnik-Sadowska E., Samul J. (2016), *Sytuacja osób młodych na rynku pracy w województwie podlaskim*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok, 179 s.
6. Moczyłowska J. M. (2016), *Proces budowania relacji międzypokoleniowych jako wyzwanie dla menedżerów*, w: Weiss E., Bitkowska A. (red.), *Wielowymiarowość podejścia procesowego w zarządzaniu*, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa, s. 291-302
7. Mucha-Leszko B. (2013), *Hiszpania w unii walutowej-czynniki rozwoju, przyczyny problemów gospodarczych i procesy dostosowawcze*, AnnalesOeconomia 47 (1), s. 107-120
8. Myers K.K., Sadaghiani K. (2010), *Millenials in the Workplace: A communication Perspective on Millenials' Organizational Relationship and Performance*, Journal of Business and Psychology 25 (2), pp. 225-238
9. Piętaś Ł. (2015), *Kryzys w Hiszpanii w latach 2008-2013*, Ekonomia XXI wieku 2 (6), s. 70-95
10. *Pierwsze kroki na rynku pracy 2018*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/human-capital/articles/hr-pierwsze-kroki-na-ryнку-placy-2018-kadry.html> [26.01.2018]
11. Smolbik-Jęczmień A. (2013), *Rozwój kariery zawodowej u przedstawicieli pokolenia X i Y-nowe wyzwania*, Modern Management Review XVIII 20 (4), s. 191-202
12. Stachowska S. (2012), *Oczekiwania pokolenia Y wobec pracy i pracodawcy*, Zarządzanie zasobami ludzkimi 2, s. 33-56

## **Expectations of the Y generation in the labour market on the example of Poland and Spain**

### **Abstract**

Generation Y is a relatively new concept, although it first appeared in 1993 in the American magazine "AD Age" and refers to people born in 1983-2000. It is a generation well educated and aware of their capabilities - not only material, developmental but also psychological. The aim of this article is to diagnose the potential and expectations of generation Y towards employers and the labour market in terms of two countries: Poland and Spain. Primary research covered 130 Polish and 57 Spanish students and graduates representing the Y generation. A survey questionnaire was used as a research tool. The research results show a lot of similarities but also differences in the expectations of the young generation towards the labour market resulting from a separate historical past, cultural differences as well as the economic situation.

### **Keywords**

Y generation, Millennials, labour market in Poland and Spain