

## Studiu național: Provocarile Generației Z, în 2021: lipsa resurselor și a educației financiare, ghidarea în cariera și gestionarea emoțiilor



**Lipsa resurselor financiare (77%) și a educației în acest domeniu (60%), lipsa motivației (65%) și a consilierii în cariera (59%), dar și stările emoționale fluctuante (49%) sunt principalele provocări cu care se confruntă, în prezent, tinerii din România, la mai bine de un an de la începutul pandemiei, arată datele celui mai recent studiu național Insights PulseZ.**

Studiul „*Insights PulseZ*”, aflat la cea de-a doua ediție, a fost conceput și coordonat de specialiștii programelor naționale antreprenoriale „Vreau sa Fiu Antreprenor” (VSFA) și „Insights” - din cadrul organizației **Romanian Business Leaders** (RBL) și realizat de agenția de studii de piață IZI data, în luna iulie a.c., în rândul a aproximativ 1.200 de tineri din România. Cercetarea s-a axat pe surprinderea stărilor, comportamentelor, intereselor și dorințelor tinerilor din România, în noul context pandemic, membri ai generației Z (cei născuți după 1995, cunoscuți și ca iGeneration, Centennials sau „nativii digitali”), în ultimele luni ale acestui an (iulie 2021), comparativ cu anul 2020 (perioada mai-iunie 2020, când a fost desfășurată prima ediție a studiului).

„Prin acest studiu ne-am propus să analizăm comportamentele și stările tinerilor din România, interesele și motivațiile lor, în acest context pandemic, comparativ cu ceea ce a însemnat 2020 pentru ei, astfel încât să le putem înțelege deciziile de acțiune și consum, planurile de dezvoltare, precum și percepția asupra lumii de astăzi și a noii realități. Generația Z este considerată prima generație născută într-o perioadă în care internetul și noile tehnologii sunt disponibile la scară largă, acești tineri fiind extrem de conectați la mediul digital și consumatori avizi de social-media – companiile, organizațiile, dar și autoritățile se raportează la preferințele lor în construirea strategiilor de business”, punctează **Alin Claudiu Apostu**, coordonator al studiului Insights și Project Manager în cadrul programelor naționale „Insights” și „Vreau sa Fiu Antreprenor”.

“Cei care nu se uita la generația Z, care nu se modelează după aceștia, vor deveni inadaptați mai curând decât se aștepta. Viitorul se întâmplă deja și se întâmplă repede. De multe ori, relevanța generației Z este subestimată, deoarece puterea financiară a acestei generații este mai scăzută. Însă, forța generației Z se manifestă deja, prin puterea ei de influență asupra generațiilor mai mature dar și prin nealinieră tinerilor la structurile sociale tradiționale. Gen Z se remarcă în toate studiile noastre, nativii digitali sunt structural diferiți. Prin studiul „Insights PulseZ” ne-am propus să o înțelegem în profunzime, să ne pregătim activ pentru ce urmează” – Silvia Luican, fondator IZI data

### **În 2021, generația Z resimte oboseala, stări emoționale fluctuante și are probleme financiare**

La aproape un an și jumătate de la începutul pandemiei de coronavirus, tinerii generației Z din România au marturisit că **se simt mai oboșiți** (50% în 2021 vs. 34% în 2020), că **se confruntă cu stări emoționale fluctuante** (49% în 2021 vs. 37% în 2020), dar și **cu momente de**

**incertitudini** referitoare la perioada ce va urma, luând în calcul și **actualele tensiuni din sfera personala și profesionala** (32% în 2021 vs. 26% în 2020).

Totodata, datele arata ca, în 2021, tinerii resimt mai pregnant lipsurile din societatea româneasca față de acum un an. **Cele mai importante dintre lipsurile** menționate de reprezentanții generației Z sunt **resursele financiare** (77% în 2021 vs. 59% în 2020), urmate la o distanță considerabila de **lipsa consilierii în cariera** (59% în 2021 vs 47% în 2020), precum și **problema birocrăției și lipsa digitalizării** (55% în 2021 vs. 32% în 2020), dar și **lipsa susținerii morale din partea apropiaților** (50% în 2021 vs. 34% în 2020) și, nu în ultimul rând, **lipsa accesului la programe de învățare non-formala – cursuri, programe de leadership** (48% în 2021 vs. 37% în 2021).

### Organizarea personala, educația financiara și tehnologia - în topul abilităților de dezvoltare

Participanții au fost întrebați despre abilitățile/ariile de care au nevoie și pe care și-ar dori sa le învețe pentru a se dezvolta. Topul abilităților menționate de ei sufera mici modificari față de cel menționat anul trecut, iar explicația sta în contextul economic prin care a trecut România în ultimul an. Astfel, daca **organizarea personala** (gestionarea timpului, productivitatea proprie) ramâne, în continuare, pe primul loc în topul preferințelor (60%), în 2021, **nevoia de educație financiara și de investiții** crește semnificativ, ajungând pe primul loc printre nevoile tinerilor (60% în 2021 vs 51% în 2020).

Daca fetele menționeaza într-o mai mare masura nevoia de a **învața sa-și gestioneze mai bine emoțiile** (66% fete vs. 40% baieti), baietii menționeaza mai des **educația financiara** (64% baieti vs 56% fete), **tehnologia** (44% baieti vs 29% fete) și **lucrul în echipa** (30% baieti vs 21% fete).

Referitor la planurile profesionale ale tinerilor, **1 dintre 3 respondenți ai generației Z precizeaza ca planuiește sa se angajeze în România**, iar **21% dintre ei se gândesc sa își continue studiile în țara noastra**. Doar **12% dintre participanții la studiu declara ca vor sa lucreze în strainatate** și tot atâția sunt cei care intenționeaza sa își deschida o afacere.

### Preferințele tinerilor privind consumul digital și platformele social-media

Cei mai mulți dintre respondenții studiului (43%) au declarat ca, în aceasta perioada, **petrec zilnic între 4 și 8 ore în fața ecranelor**, urmați de **aproape o treime (28%) care susține ca sta în fața ecranelor între 8 și 12 ore**. Nu se remarca diferențe în funcție de genul tinerilor, în ceea ce privește timpul petrecut în fața ecranelor, dar sunt mai mulți cei între 19-21 de ani care acorda mediului digital între 8-12 ore (32% vs. 24% 16-19 ani). De asemenea, sunt mai mulți tinerii din mediul urban (31%) care își petrec între 8-12 ore navigând pe ecrane în comparație cu cei din mediul rural (25%).

În ceea ce privește platformele social-media preferate de catre Generația Z, **Instagram este principalul canal folosit de o treime din tinerii din România** (33%), urmat de **Facebook** (22%), **Youtube** (17%), **WhatsApp** (13%) și **TikTok** (12%). Cei cu vârste cuprinse între 16 și 18 ani folosesc Instagram în mai mare masura (47%) decât ceilalți tineri din categoriile de vârsta 19-21 ani, respectiv 22-24 ani, menționându-l pe primul loc în topul preferințelor, mențiunile scăzând, însa, gradual cu vârsta: Instagram este înlocuit cu Facebook, care ajunge pe locul I în rândul celor de 22-24 ani (28%).

### Despre studiul „Insights PulseZ”

Studiul „Insights PulseZ”, aflat la cea de-a doua ediție, a fost realizat în luna iulie a.c., pe un eșantion de 1.186 de respondenți, 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 starilor, comportamentelor, intereselor, motivațiilor și dorințelor tinerilor din România, membri ai generației Z, comparativ cu anul 2020 (perioada mai-iunie 2020, când a fost desfășurată prima ediție a studiului). Datele colectate, în cadrul studiului național PulseZ, vor fi comunicate în mai multe etape, în perioada următoare. Raportul complet al rezultatelor poate fi descărcat gratuit [AICI](#).

Studiul a fost coordonat de către echipa programelor naționale „Vreau să fiu Antreprenor” și „Insights”, din cadrul organizației non-guvernamentale Romanian Business Leaders, cu sprijinul partenerilor de cercetare iZi Data și suport Chilli Ideas, Coca-Cola HBC, Aegon Romania și Banca Transilvania.

### **Despre Vreau să fiu Antreprenor**

[„Vreau să fiu Antreprenor”](#) (VSFA) este un program național, lansat în 2013, parte a organizației Romanian Business Leaders (RBL), care promovează gândirea și acțiunea antreprenorială în rândul tinerilor din România.

În prezent, VSFA numără 10 comunități locale de antreprenori, care creează și implementează proiecte de impact pentru aproximativ 32.000 de tineri. Peste 250 de conferințe au fost organizate în întreaga țară sub umbrela VSFA.

### **Despre Insights**

[Programul „Insights”](#), parte a asociației Romanian Business Leaders, este de a sprijini organizațiile să se dezvolte prin potențialul și creativitatea unora dintre cei mai inovatori antreprenori din România.

Insights sprijină dezvoltarea tinerilor și îi încurajează în mediul de business, organizând zece bootcampuri, până în prezent, și aducând plus valoare companiilor românești de toate dimensiunile, pentru a susține dezvoltarea economică a țării.

În 2019, Insights a primit premiul pentru “Top 10 programe globale pentru dezvoltarea ecosistemului de inovație” din partea Agenției Naționale Unite pentru Informații și Telecomunicații (ITU).

### **Despre Romanian Business Leaders**

[Romanian Business Leaders](#) (RBL) este o organizație apolitică, non-guvernamentală și non-profit care oferă o platformă de acțiune și implicare socială pentru antreprenorii și șefii de companii din mediul de business privat. Misiunea RBL este aceea de a fi vocea și vehiculul de acțiune al liderilor de business pentru a construi o Românie în care generațiile viitoare să își dorească să trăiască. Proiectele sale, care au la bază factori precum educația, antreprenoriatul și buna guvernare, sunt inițiate și dezvoltate de cei peste 200 de membri voluntari, antreprenori și executivi de top din România.