Warszawa, 17.05.2023 r.

**INFORMACJA PRASOWA**

**Farmaceuci z generacji Z chcą rozwoju zawodowego u pracodawców dbających o zdrowie psychiczne pracowników**

**Jak wynika z ankiety przeprowadzonej przez Gedeon Richter Polska na grupie studentów farmacji, najbardziej cenioną przez nich wartością w miejscu pracy jest dbałość o zdrowie psychiczne pracowników i równowaga między pracą a życiem prywatnym na co wskazuje 93 proc. badanych. Co jeszcze jest ważne dla przyszłych pracowników sektora farmaceutycznego?**

Wartości, które również są istotne dla młodych adeptów farmacji, to równość płacowa bez względu na płeć (77 proc.), jasno określone cele działalności firmy (48 proc.), a także podejmowanie działań wspierających wyrównywanie szans na co wskazało 46 proc. ankietowanych.

**Mentoring i zaopiekowanie kluczowe na starcie**

Najczęściej wskazywaną przez studentów farmacji motywacją do podjęcia pracy w danej firmie jest wysokość wynagrodzenia, na co w pytaniu wielokrotnej odpowiedzi wskazało 96,5 proc. Kolejno są to jasno określone możliwości rozwoju (87 proc.), a także jasno określone benefity pozapłacowe (69 proc.). Okazuje się, że oprócz stricte materialnych potrzeb, aż 65 proc. ankietowanych wskazało na potrzebę mentoringu doświadczonego pracownika w pierwszych tygodniach pracy. Jak na tę potrzebę, którą wysuwają pracownicy pokolenia Z odpowiadają pracodawcy?

*Bardzo cieszą mnie wyniki tej ankiety. Wybory studentów pokazują, że młodzi ludzie mają potrzebę, by w miejscach pracy funkcjonowały wysokie standardy zatrudnienia. Osoby, które są naszymi mentorami czy opiekunami, które wdrażają nas w nowym miejscu pracy są niezwykle ważne. Dojrzałe firmy wiedzą o tym dobrze, że odpowiednie wdrażanie pracowników zwiększa radykalnie ich szanse na sukces, odnalezienie się w zespole i w swojej roli. W takiej sytuacji korzyści są obopólne. Z kolei brak wsparcia ze strony pracodawcy sprawi, że koszt rekrutacji będzie wyższy, tak samo jak ryzyko odejścia tej osoby. Z perspektywy psychologicznej, naturalne jest, że w sytuacji, która dużo od nas wymaga, ważne jest poczucie pewnej przewidywalności i tego, że w sytuacji trudności czy wątpliwości jest ktoś, kto ma większe doświadczenie i zwyczajnie nas wesprze. To jeden z wielu elementów, który składa się na budowanie dobrostanu psychicznego w miejscu pracy* – **mówił podczas webinaru skierowanego do studentów farmacji w ramach programu Recepta na Sukces Mateusz Banaszkiewicz – psycholog zdrowia.**

**Pokolenie Z: chcemy by nasz szef był dla nas partnerem i autorytetem**

Postrzeganie przez pracowników szefa czy szefowej zmienia się wraz ze zmianą pokoleniową i wchodzeniem młodego pokolenia na rynek pracy. Tradycyjny obraz dyrektora czy dyrektorki, którzy siedzą za biurkiem i wydają polecenia odszedł już do lamusa. Młodzi na rynku pracy oczekują, realnej współpracy, zaangażowania i wsparcia swoich przełożonych.

*Nasze pokolenie różni się od pokolenia funkcjonującego długo na rynku pracy. Mamy nieco inny obraz autorytetu zawodowego. Jako osoby, które dopiero stawiają swoje pierwsze kroki w karierze, uczące się dopiero pracy z zespole, oczekujemy tego, że pracodawca będzie wyrozumiały i wesprze nas merytorycznie, ale również mentalnie. W zamian potrafimy dać naprawdę bardzo wiele. Dla nas szef to osoba, która rzeczywiście ma wiedzę, którą chce przekazać, wprowadza pozytywną atmosferę do zespołu, potrafi rozwiązywać konflikty w zespole. Słowem kluczem jest partnerstwo. Chcemy być partnerami w relacji zawodowej, a nie jedynie wykonawcami zleconych zadań. Potrzebujemy poczucia sprawczości w pracy. ­*– **mówiła podczas spotkania z ekspertem Barbara Kędzior – studentka IV roku farmacji, Wiceprzewodnicząca ds. Zewnętrznych Polskiego Towarzystwa Studentów Farmacji.**

**Nadgodziny największą obawą pracowników generacji Z**

Jak wynika z badania, pierwszą najczęściej wskazywaną obawą dotyczącą pracy wśród przyszłych farmaceutów jest praca po godzinach, na którą w pytaniu wielokrotnej odpowiedzi wskazało aż 86 proc. badanych. Kolejne to: zbyt szybkie tempo pracy (75,5 proc.), brak możliwości rozwoju (60,5 proc.) oraz toksyczna atmosfera pracy (59 proc.)

*Te wyniki jasno pokazują, że dla pokolenia Z czas poświęcany na życie prywatne jest niezwykle istotny. Równocześnie wielu pracowników obawia się braku możliwości rozwoju, co oznacza, że mimo niechęci do spędzania czasu w pracy po godzinach, to pokolenie ambitne, otwarte na wyzwania, które chce się rozwijać, ale w warunkach, które gwarantują pewien balans między pracą, a życiem prywatnym. To czynnik, który ma wpływ na zdrowie psychiczne, o które młodzi ludzie chcą dbać. Dzięki rosnącej świadomości społecznej w tym temacie, chodzenie do psychiatry czy psychologa przestaje być tematem tabu. To jednak nie wystarcza młodym ludziom. Chcą układać swoje życie i kształtować karierę zawodową w takim miejscu, które pozwoli zapobiec problemom psychicznym, które często wynikają z tego, czego pracownicy się obawiają. Zbyt szybkie tempo pracy, praca pod ciągłą presją, toksyczna atmosfera to tylko niektóre z czynników, które utrudniają dbanie o higienę psychiczną.* **– mówi Mateusz Banaszkiewicz.**

**Młodzi otwarci na dialog z pracodawcą**

W wielu dyskusjach na temat pokolenia Z pojawiają się zdania o jego roszczeniowości wobec pracodawcy. „Roszczeniowi i leniwi”, „wszystko mają podane na tacy i jeszcze narzekają”, „dopiero zaczynają, a już chcą stawiać warunki” to tylko niektóre ze stwierdzeń, które padają w dyskusji publicznej, przestrzeni medialnej czy w mediach społecznościowych. Czy naprawdę tak jest?

59 proc. ankietowanych studentów w odpowiedzi na zlecenie dodatkowych zadań, których nie są w stanie wykonać w godzinach pracy, zakomunikowałoby to pracodawcy i spytałoby o możliwości rozwiązania problemu. 26 proc. oprócz poinformowania o problemie samo zaproponowałoby rozwiązanie, licząc na to, że pracodawca to doceni. 13 proc. po prostu poinformowałoby, że wykona tyle zadań, ile zdąży w godzinach pracy, a jednie 2 proc. zostałoby po godzinach pracy, nie komunikując problemu pracodawcy.

*Czasy w których poprzednie pokolenia pracowników wchodziły na rynek pracy, zmieniły się diametralnie. Różnica pokoleniowa staje się barierą komunikacyjną, ale nie jest nie do przeskoczenia. To, na co warto zwrócić uwagę to fakt, że większość pracowników pokolenia Z bardziej otwarcie mówi o swoich potrzebach, problemach, jest otwarte na dialog. Dla niektórych pracodawców może być to zaskoczeniem, ale dojrzały szef, który ma świadomość zmieniających się realiów, doceni taką postawę. Zdarza się, że czasem dobór słów jakimi młodzi pracownicy wyrażają swoją opinię czy przekazują informację, a także ekspresja mogą być dla szefa zaskakujące i wzbudzające negatywne emocje. Mylna interpretacja tych komunikatów prowadzi często do nieporozumień, napięć, a w najgorszym przypadku do wypalenia zawodowego. Kluczem do sukcesu jest nauka komunikacji, więcej empatii, jasne określenie zasad już na początku współpracy, a także integracja zespołu. Każdy jego członek może wnieść coś wartościowego w unikalny sposób, dlatego trening kompetencji miękkich odgrywa tu wielką rolę. –* **podkreśla Banaszkiewicz.**

**Warto wspierać studentów od samego początku**

Kształtowanie kompetencji miękkich tj. komunikacja oparta na empatii jest podstawą, która pozwala minimalizować ryzyko wystąpienia problemów ze zdrowiem psychicznym spowodowanych przez czynniki związane ze środowiskiem pracy. Obecnie wielu młodych ludzi rozpoczyna karierę już w trakcie studiów, co jest z jednej strony ważnym doświadczeniem, ale z drugiej może powodować obciążenie obowiązkami, które z kolei w przyszłości może prowadzić do wypalenia zawodowego. Żeby tego uniknąć, warto wiedzieć jak przeciwdziałać sytuacjom, które mają negatywny wpływ na nasz dobrostan psychiczny.

*Od dziewięciu lat prowadzimy program edukacyjny Recepta na Sukces, który kierujemy do studentów farmacji. Pomysły na każdą kolejną odsłonę programu są konsultowane z jej odbiorcami, bo tylko tak jesteśmy w stanie diagnozować potrzeby, wyzwania czy obawy tej grupy. W zeszłorocznej odsłonie pokazywaliśmy, jak różne są ścieżki kariery po studiach z farmacji i jak poszukiwać swojej własnej drogi. Naturalne dla nas było podjęcie tematu dobrostanu psychicznego w miejscu pracy w tegorocznej edycji programu. Dane z ogólnodostępnych raportów pokazują, że wypalenie zawodowe już dotyka osoby z pokolenia Z, co jest niepokojące bo przecież to osoby, które dopiero niedawno zaczęły stawiać pierwsze kroki w karierze. Wobec tego wyzwania, edukujemy w tym roku, tak by wyposażyć tych młodych, ambitnych ludzi w praktyczne wskazówki, które pozwolą na zdrowy rozwój zawodowy i realizację zawodową w miejscu przyjaznym dla pracowników. Jedną z popularnych i lubianych form edukacji są webinary* – mówi inicjatorka programu – Aleksandra Marciniak, starsza specjalistka ds. PR w Gedeon Richter Polska.

Dodatkowych informacji udzielają:

Aleksandra Marciniak,
Starszy specjalista ds. PR
Dział PR, Gedeon Richter Polska Sp. z o. o.
Koordynator kampanii „Recepta na sukces”,
email: amarciniak@grodzisk.rgnet.org
tel.: tel.: +48 695 300 696

Mateusz Konwerski,
Senior Communications Consultant,
LoveBrands Group
Biuro kampanii „Recepta na Sukces”,
e-mail: biuro@receptanasukces.pl,
tel.:  +48 883 555 368

Gedeon Richter Plc., z siedzibą w Budapeszcie, jest jedną z największych firm farmaceutycznych w Europie Środkowo-Wschodniej, coraz prężniej rozwijającą swoją działalność na rynkach Europy Zachodniej, w Chinach i Ameryce Łacińskiej. W 2017 roku firma Richter osiągnęła skonsolidowaną sprzedaż na poziomie 1,4 mld euro (1,6 mld dol.), a jej wartość giełdowa wyceniana była na 4,1 mld euro (4,9 mld dol.). Wachlarz produktów firmy Richter obejmuje wiele ważnych obszarów terapeutycznych, m.in. ginekologię, ośrodkowy układ nerwowy oraz układ sercowo-naczyniowy. Posiadając największe centrum badawczo-rozwojowe w Europie Środkowo-Wschodniej, spółka Richter koncentruje swoje badania nad lekami oryginalnymi w dziedzinie chorób ośrodkowego układu nerwowego. Za sprawą swojego powszechnie uznanego doświadczenia w dziedzinie chemii steroidów firma Richter odgrywa na świecie znaczącą rolę w zakresie zdrowia kobiet. Aktywnie angażuje się również w rozwój produktów biopodobnych. Więcej informacji: www.gedeonrichter.pl