

STRATEGIA EUROPA 2020 W OPINII POKOLENIA Y¹

Agnieszka Stanimir

Katedra Ekonometrii, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
e-mail: agnieszka.stanimir@ue.wroc.pl

Streszczenie: Celem badania było rozpoznanie opinii osób z Pokolenia Y na temat realizacji celów strategii Europa 2020. W artykule zaprezentowano podstawowe założenia i cele strategii Europa 2020. Dokonano charakterystyki osób należących do pokolenia Y. Na podstawie odpowiedzi respondentów Standardowego Eurobarometru z lat 2011-2014 oceniono ważności dla Pokolenia Y realizacji celów strategii oraz kierunków zmian prowadzących do wyjścia Unii Europejskiej z kryzysu finansowego i gospodarczego. W trakcie analizy respondentów podzielono ze względu na wiek i moment przystąpienia kraju do Unii Europejskiej.

Słowa kluczowe: Pokolenie Y, strategia Europa 2020

WPROWADZENIE

W artykule zaprezentowano wyniki badania realizującego dwa cele. Pierwszym celem było rozpoznanie różnic w postrzeganiu realizacji strategii Europa 2020 z uwzględnieniem wieku mieszkańców Unii Europejskiej oraz momentu przystąpienia kraju do grona członków Unii. Drugim, sprawdzenie, czy Pokolenie Y ocenia pozytywnie zmiany jakie są wynikiem realizacji strategii Europa 2020.

Strategia Europa 2020 jest programem dążącym do inteligentnego i zrównoważonego wzrostu gospodarki związanego z szeregiem działań sprzyjających włączeniu społecznemu. Jak stwierdza José Manuel Barroso w Komunikacie Komisji Europejskiej [Komisja Europejska 2010] „Rok 2010 musi być rokiem nowego początku. Moim pragnieniem jest, aby Europa wyszła z kryzysu

¹ Praca naukowa sfinansowana ze środków Narodowego Centrum Nauki w ramach projektu badawczego nr 2012/05/B/HS4/02499.

gospodarczego i finansowego silniejsza”. Zdefiniowane w strategii Europa 2020 cele główne i szczegółowe dają możliwość zrealizowania powyższego postulatu.

Strategia Europa 2020 obejmuje wytyczne zgrupowane w działaniach na rzecz pięciu celów głównych związanych z zatrudnieniem, innowacyjnością, edukacją, walką z ubóstwem oraz w klimatem i energią². Wyróżniono również siedem inicjatyw przewodnich, z których pięć bezpośrednio przekłada się na wyższą jakość życia obywateli. W obszarze inteligentnego wzrostu gospodarczego są to europejska agenda cyfrowa, unia innowacji, mobilna młodzież. W obszarze wzrostu gospodarczego sprzyjającego włączeniu społecznemu utworzono dwa programy: program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia oraz europejski program walki z ubóstwem. W każdej dziedzinie jaką obejmują cele strategii, analizowanych jest wiele wskaźników, które pozwalają ocenić realizację ustalonych w 2010 roku długookresowych kryteriów.

Osoby młode mieszkające w Unii Europejskiej powinny najwięcej skorzystać z efektów realizacji strategii Europa 2020. Zatem poznanie opinii o strategii Europa 2020 osób należących do Pokolenia Y jest bardzo ważne. Pokolenie Y, to najmłodsze osoby na rynku pracy, studiujące lub kończące naukę na poziomie średnim. Ich umiejętności posługiwania się nowymi technologiami są o wiele wyższe niż osób starszych. Zatem korzystanie z rozwiązań agendy cyfrowej, która jest jedną z inicjatyw przewodnich służących inteligentnemu wzrostowi gospodarki, jest dla tych osób bardzo ważne, gdyż powoduje również lepsze możliwości zatrudnienia a tym samym ograniczenie wykluczenia społecznego. Opinia osób z Pokolenia Y na temat realizacji strategii Europa 2020 daje możliwość oceniania realizacji tego projektu nie tylko jako realizacji wskaźników, ale również przydatności w życiu prywatnym i zawodowym.

Pokolenie Y, to osoby urodzone w dwóch ostatnich dekadach XX wieku. W literaturze można znaleźć wiele różnych określeń opisujących tę grupę: milenium, następne pokolenie, i-pop generation, e-generation. Dwudziestoletnia różnica wieku, doświadczenia życiowe i zmieniająca się technologia sprawiają, że nie można uznać tej grupy osób jako jednorodną. Pokolenie Y to osoby, których każdy kolejny rocznik dorastał z coraz powszechniejszym dostępem do nowych technologii, w otoczeniu telefonii cyfrowej i Internetu [Barwińska-Małajowicz, 2011]. Gentry i in. [2011] określają ich jako "grew up in the digital age". Internet dla Pokolenia Y, to miejsce, gdzie poszukują wszystkich potrzebnych informacji. Cechami, które ich charakteryzują i jednocześnie wskazują na odrębności wobec innych pokoleń, są: wielozadaniowość, stałe dokonywanie kilku wyborów jednocześnie [Parment 2013], ciągłe oczekiwanie i przeprowadzanie oceny, nieustające konieczność posiadania motywacji i bodźców do działania. Powyżej wymienione cechy powodują, że osoby z Pokolenia Y wymagają wskazania drogi postępowania, nie podejmując kluczowych decyzji [Gursoy i in. 2008]. Według osób należących do wskazanej kohorty wieku praca powinna umożliwiać realizację

² Więcej na ten temat na stronie internetowej Komisja Europejska-Europa 2020.

prywatnych zainteresowań i celów. Osoby te są pewne siebie i jasno precyzują swoje oczekiwania [Bąkowska 2013]. Równowaga między życiem prywatnym i pracą jest ich mottem życiowym.

ŹRÓDŁO DANYCH

Z uwagi na cel badania, niezbędne było wykorzystanie subiektywnych ocen Europejczyków na temat strategii Europa 2020. Z tego względu wybrano dane pochodzące ze Standardowego Eurobarometru 75. 3 oraz 82. 3³. Standardowy Eurobarometr jest to badanie opinii publicznej prowadzone cyklicznie przez sektor analiz publicznych Komisji Europejskiej. Badanie na tematy zawarte w pierwszej ze wskazanych ankiet odbyło się wiosną 2011 roku, natomiast druga ankieta była zrealizowana jesienią 2014 roku. W Standardowych Eurobarometrach zamieszczane są niezmiennie od 2010 roku, trzy pytania na temat strategii Europa 2020. W badaniu wykorzystano odpowiedzi na dwa z nich, podawane przez osoby w wieku 18-67 lat:

1. QB1: Ocena ważności realizacji celów dla wyjścia przez Unię Europejską z kryzysu finansowego i gospodarczego (oceny od 1 – w ogóle nieważne do 10 – bardzo ważne): zwiększenie wsparcia dla polityki w dziedzinie badań i rozwoju oraz przekształcenie wynalazków w produkty (QB1_1), poprawa jakości i atrakcyjności unijnego systemu szkolnictwa wyższego (QB1_2), rozwój e-gospodarki za pomocą superszybkiego Internetu w obrębie UE (QB1_3), wspieranie gospodarki, która zużywa mniej zasobów naturalnych i emituje mniej gazów cieplarnianych (QB1_4), pomoc w zwiększeniu konkurencyjności bazy przemysłowej UE poprzez promowanie przedsiębiorczości i rozwijanie nowych umiejętności (QB1_5), unowocześnienie rynków pracy w celu zwiększenia poziomu zatrudnienia (QB1_6), pomoc dla osób ubogich i wykluczonych społecznie oraz umożliwienie im odgrywania aktywnej roli w społeczeństwie (QB1_7);
2. QB3: Czy Unia Europejska (na podstawie znajomości priorytetów) idzie w dobrym kierunku, by wyjść z kryzysu i stawić czoło nowym globalnym wyzwaniom (oceny od 1 – w dobrym kierunku, 2 – w złym kierunku, 3 – ani w dobrym/ani w złym, 4 – nie wiem).

Respondentów podzielono na grupy wiekowe, wyróżniając trzy podgrupy w ramach pokolenia Y: 18-24 lat, 25-29 lat, 30-34 lat oraz grupę 35-67 lat. Uwzględniając moment przystąpienia do Unii Europejskiej dokonano podziału

³ European Commission (2014) Eurobarometer 75. 3 (2011) TNS Opinion & Social, Brussels [producer], GESIS Data Archive, Cologne. ZA5481 Data file Version 2. 0. 1, doi:10.4232/1.11852; European Commission, Brussels (2015) Eurobarometer 82. 3 (2014) TNS Opinion, Brussels [producer] GESIS Data Archive, Cologne. ZA5932 Data file Version 2. 0. 1, doi:10.4232/1.12259.

krajów na trzy grupy: 1 – kraje, które przystąpiły do UE przed 2004 r., 2 – kraje, które przystąpiły do UE w 2004 r., 3 – kraje, które przystąpiły do UE w 2007 r.

PREZENTACJA WYNIKÓW ANALIZY

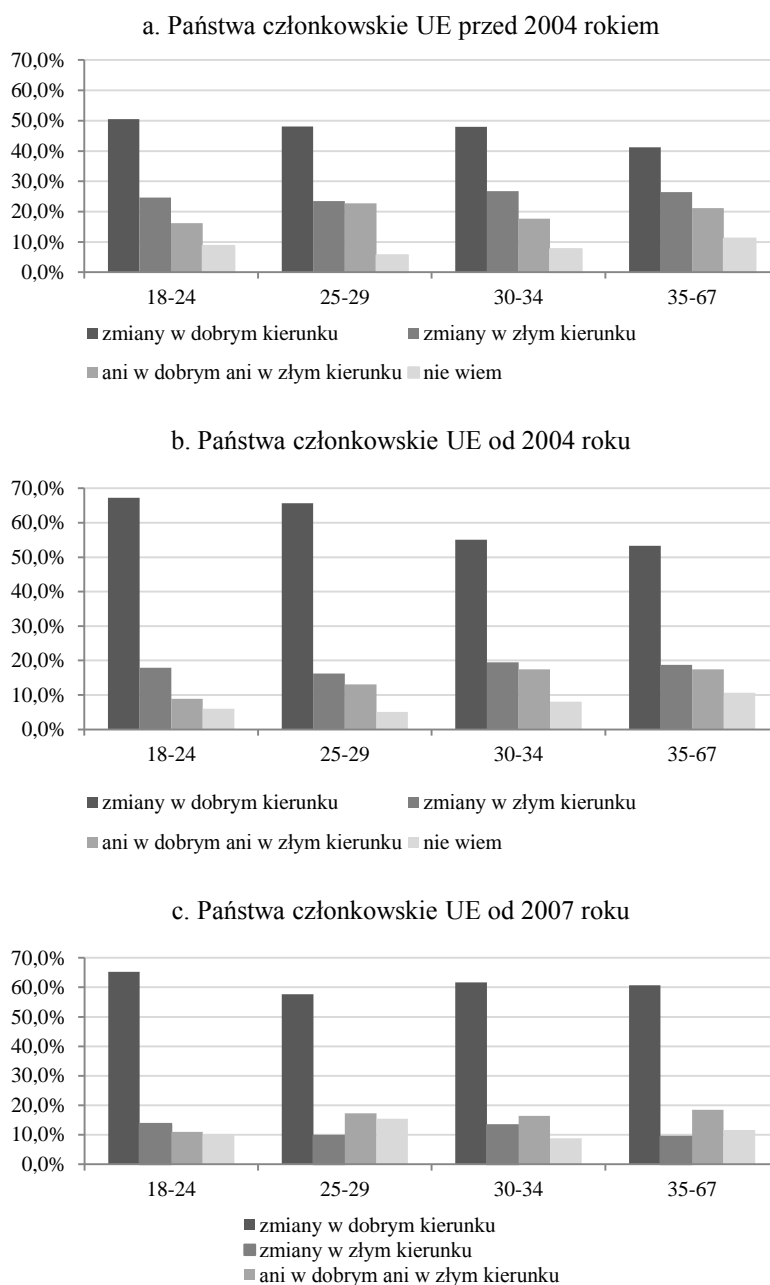
W Standardowym Eurobarometrze przed pytaniami dotyczącymi oceny strategii Europa 2020 nie ma postawionego pytania dotyczącego ogólnej wiedzy na temat tej strategii. Opinia Europejczyków jest od razu gromadzona ze wskazaniem celów związanych z wyjściem Europy z kryzysu. Nie ma zatem możliwości określenia faktycznej znajomości strategii Europa 2020. Dopiero pytanie trzecie (QB3) gromadzi opinie na temat kierunku zmian wywołanych realizacją strategii Europa 2020. W analizie pytań wybranych ze Standardowych Eurobarometrów najpierw skupiono się na pytaniu QB3 a następnie na pytaniu QB1.

Na Rysunku 1 (a, b, c) zaprezentowano udziały ocen Europejczyków z 2011 roku wobec strategii Europa 2020 na podstawie odpowiedzi udzielonych na pytanie "Czy Unia Europejska (...) idzie w dobrym kierunku, by wyjść z kryzysu ...".

Rysunek 1 zawiera trzy wykresy, odrębnie dla wyróżnionych grup krajów, obrazujące udziały odpowiedzi na postawione pytanie z uwzględnieniem podziału na cztery grupy wieku. Respondenci mogli wybrać jedną z czterech odpowiedzi. W każdej grupie krajów oraz w każdej grupie wieku najczęściej wybieraną w 2011 roku była odpowiedź wskazująca, że zmiany wynikające z realizacji priorytetów strategii Europa 2020 idą w dobrym kierunku.

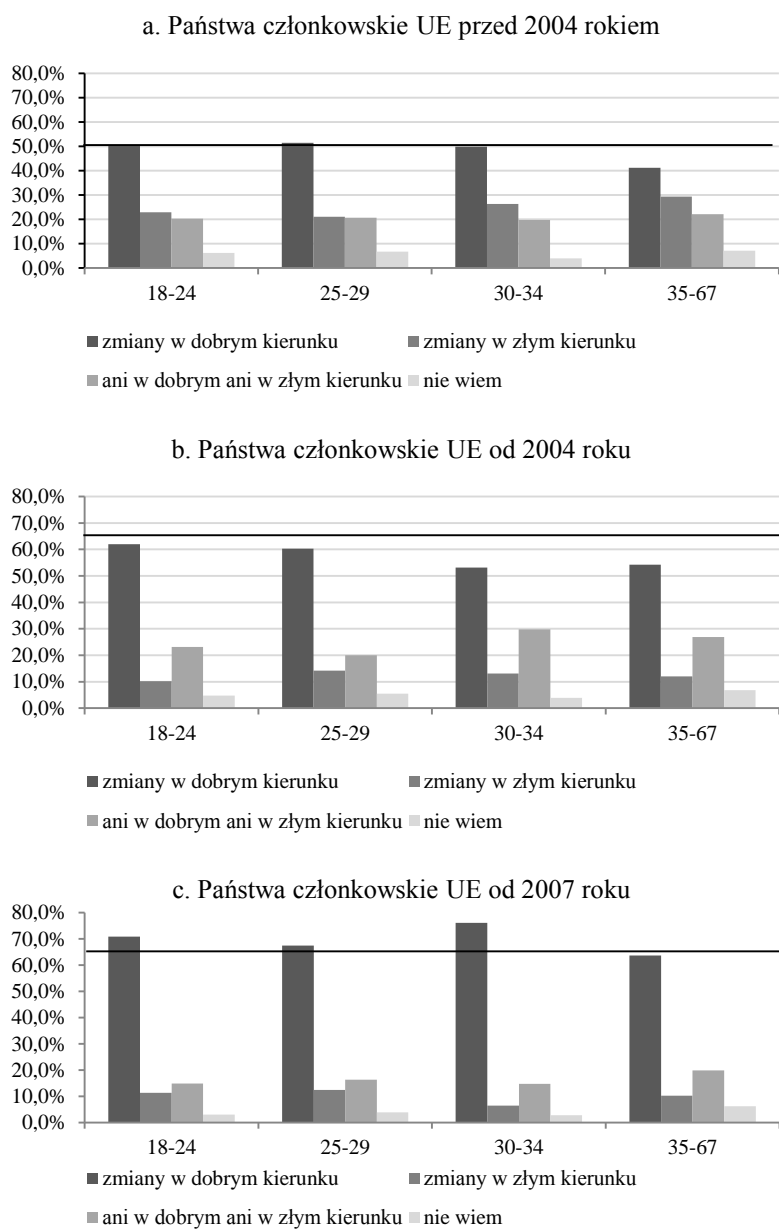
W 2011 r. w państwach, które należały do UE przed 2004 r. w porównaniu do dwóch pozostałych grup krajów, jest najmniej osób, które pozytywnie oceniają zmiany wywołane realizacją celów strategii Europa 2020. W państwach, które przyjęły członkostwo w Unii przed 2004 r. jest mniejszy udział osób w wieku 35-67 lat, które oceniają zmiany jako idące w dobrym kierunku (Rysunek 1 a). Natomiast nie można stwierdzić, że udział osób w tym wieku, które oceniają zmiany negatywnie jest znacząco wyższy niż udział osób z Pokolenia Y prezentujących taką opinię. Wśród osób spoza Pokolenia Y jest wiele takich, które nie potrafią ocenić tych zmian (odpowiedź "nie wiem"). W państwach, które przystąpiły do UE w 2004 r. ponad 60% osób w wieku 18-29 lat ocenia zmiany, które są efektem omawianej strategii jako pozytywne (Rysunek 1 b). Udział osób powyżej 29 roku życia, które pozytywnie oceniają te zmiany jest niższy. Wśród osób 30-67-letnich wyższy był udział osób, które twierdziły, że Unia Europejska idzie w złym kierunku by wyjść z kryzysu. W pozytywnej ocenie kierunku zmian zachodzących w Unii Europejskiej najmniejsze różnice w udziałach osób z czterech grup wieku można zauważyć w krajach, które przystąpiły do Unii Europejskiej w 2007 roku – 60% zarówno młodszych jak i starszych osób ocenia zmiany jako idące w dobrym kierunku (Rysunek 1 c). W krajach tych, niezależnie od wieku, jest najmniej udział osób (w porównaniu do pozostałych dwóch grup krajów), które oceniają zmiany jako niekorzystne.

Rysunek 1. Opinie Europejczyków w 2011 roku – pytanie QB3



Źródło: opracowanie własne na podstawie European Commission (2014) oraz European Commission (2015)

Rysunek 2. Opinie Europejczyków w 2014 roku – pytanie QB3



Źródło: opracowanie własne na podstawie European Commission (2014) oraz European Commission (2015)

Kolejny rysunek prezentuje ocenę zmian następujących wskutek realizacji strategii Europa 2020 w 2014 roku (Rysunek 2).

Na Rysunku 2 (a, b, c) zaznaczono najwyższy udział osób w 2011 r. (linia pozioma), które pozytywnie oceniały kierunek zmian będących efektem wypełnienia celów strategii Europa 2020 – w każdym przypadku były to opinie osób z najmłodszej grupy wieku.

Pozytywne oceny (niezależnie od wieku) mieszkańców państw, które przystąpiły do Unii Europejskiej przed 2004 r. nie zmieniły się znacząco (Rysunek 2 a). W 2014 r. w porównaniu do roku 2011 wzrósł udział osób powyżej 29 roku życia, które sceptycznie oceniły efekty działań Unii Europejskiej na rzecz wyjścia z kryzysu.

W państwach, które przystąpiły do Unii Europejskiej w 2004 r. udział osób w wieku 18-34, które pozytywnie oceniły w 2014 r. działania Unii na rzecz wyjścia z kryzysu jest niższy niż w 2011 r. Natomiast dla osób z najstarszej grupy odnotowano wzrost udziału osób pozytywnie oceniających te działania. Warto również zauważyć, że udział osób z tej grupy państw członkowskich, które negatywnie oceniają efekty działań w ramach realizacji celów strategii Europa 2020 był w 2011 r. niższy niż w 2014 r. Wzrosły znacząco udziały osób we wszystkich grupach wieku, które nie oceniają pozytywnie, ani negatywnie zmian zachodzących w trakcie realizacji celów strategii.

Pytanie QB1 Standardowego Eurobarometru zbudowano na 10-cio stopniowej skali porządkowej. Uwzględniając opinie Europejczyków na temat siedmiu priorytetów uzyskano pomiar na skali Stapela. Wyniki badania opinii można by zaprezentować w postaci profili semantycznych, jednak byłyby one nieczytelne ze względu na małe zróżnicowanie wartości (Tabela 1).

Z analizy wartości profili zamieszczonych w Tabeli 1 można wywnioskować, że w obydwu rozpatrywanych okresach, priorytety strategii Europa 2020 były bardzo wysoko oceniane przez Europejczyków. Priorytet UE na rzecz wsparcia działań w dziedzinie badań i rozwoju (QB1_1) był w 2011 r. wyżej oceniony przez wszystkich mieszkańców państw, które przystąpiły do UE w 2004 i 2007 r. W 2014 r. wzrosła ważność działań w tym zakresie w krajach, które przystąpiły do Unii w 2007 r. Kolejny priorytet – poprawa jakości szkolnictwa wyższego (QB1_2) – był w 2011 r. wskazywany jako bardzo ważny przez pokolenie Y w krajach, które najpóźniej uzyskały członkostwo, dodatkowo ocena ta jeszcze bardziej wzrosła w 2014 r. w tych krajach, wśród osób w wieku 18-24 lata. W 2014r. w porównaniu do 2011 r. w ocenie respondentów z krajów, które przystąpiły do UE przed 2007 r. nastąpił wzrost ważności priorytetu w dziedzinie zmniejszania zużycia zasobów naturalnych i emisji gazów cieplarnianych. W krajach, które przystąpiły do UE przed 2004 r. i w 2007 r. wśród osób w wieku 18-29 oraz 35-67 odnotowano w 2014r. w porównaniu do 2011 r. wzrost ważności priorytetu w obszarze walki z ubóstwem i wykluczeniem społecznym.

Dla pozostałych priorytetów nie odnotowano znaczących zmian w ocenie ważności dokonanej przez respondentów.

Tabela 1. Opinie Europejczyków w latach 2011 i 2014 – pytanie QB1

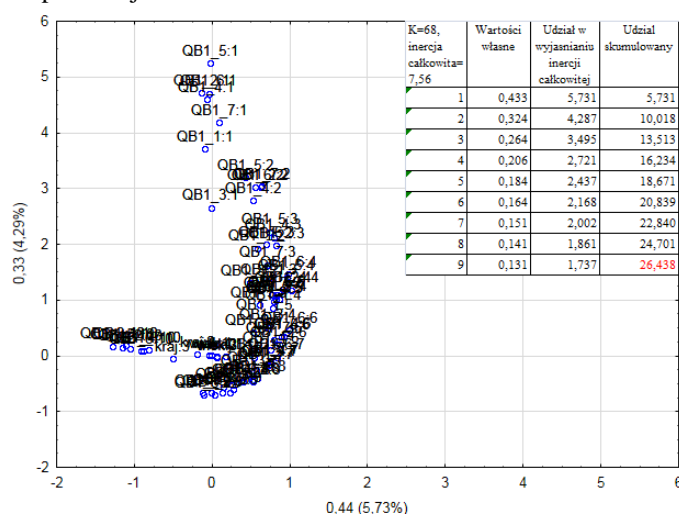
		grupy wieku w grupach krajów w zależności od momentu przystąpienia do UE											
		18-24 UE do 2004	18-24 UE od 2004	18-24 UE od 2007	25-29 UE do 2004	25-29 UE od 2004	25-29 UE od 2007	30-34 UE do 2004	30-34 UE od 2004	30-34 UE od 2007	35-67 UE do 2004	35-67 UE od 2004	35-67 UE od 2007
2011	QB1_1	7	8	8	7	8	8	7	8	8	7	8	8
	QB1_2	8	8	9	8	8	9	8	8	9	8	8	8
	QB1_3	7	8	8	7	7	8	7	8	8	7	7	8
	QB1_4	8	9	9	8	8	9	8	8	9	8	8	9
	QB1_5	7	8	9	7	8	9	8	8	9	8	8	9
	QB1_6	8	9	9	8	9	10	8	9	9	8	9	10
	QB1_7	8	9	9	8	9	10	8	9	9	8	9	9
2014	QB1_1	8	8	9	8	8	9	8	8	8	8	8	9
	QB1_2	8	9	10	8	8	9	8	8	9	8	8	9
	QB1_3	7	8	8	7	8	8	8	8	8	7	8	9
	QB1_4	9	9	9	8	9	9	9	8	9	9	9	9
	QB1_5	8	8	9	8	8	9	8	8	9	8	8	9
	QB1_6	9	9	10	8	9	10	8	9	10	8	9	10
	QB1_7	9	9	10	8	9	9	9	8	9	9	9	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie European Commission (2014) oraz European Commission (2015)

Rozwinięciem analizy profili może być analiza korespondencji dla macierzy Burta. W tym celu należy każdy wariant pytania QB1 potraktować jako odrębną zmienną o 10 kategoriach. W analizie uwzględniono również zmienne opisujące wiek oraz moment przystąpienia kraju do UE. Rzeczywisty wymiar przestrzeni rzutowania punktów wynosi 68. Redukcja wymiaru do przestrzeni R^2 daje możliwość zachowania jedynie 10% rzeczywistych powiązań między kategoriami zmiennych. Na Rysunku 3 zaprezentowano rozrzut punktów w przestrzeni R^2 uzyskany dla danych z 2014 r. Punktów jest bardzo dużo w związku z czym interpretacja relacji między kategoriami zmiennych na podstawie oceny wzrokowej jest niemożliwa. Po sprawdzeniu kryterium osypiska dla wartości własnych. Należy wskazać jako najlepszą przestrzeń rzutowania punktów, przestrzeń dziewięciowymiarową. Z tego względu do oceny powiązań między kategoriami zmiennymi wykorzystano klasyfikację hierarchiczną metodą Warda, przeprowadzoną na podstawie współrzędnych obliczonych dla rzutowania punktów w przestrzeni R^9 . Z wyróżnionych po zastosowaniu klasyfikacji grup można wskazać dwie najważniejsze zawierające informacje o tym, które kategorie opisujące priorytety strategii Europa 2020 są najważniejsze dla respondentów. W 2014 r. najbardziej charakterystyczną oceną dla wszystkich respondentów z krajów, które przystąpiły

do UE przed 2004 r. i w 2004 r. jest wartość 8 na dziesięciostopniowej skali ważności przyznana dla wszystkich priorytetów strategii. Natomiast w krajach, które przystąpiły w 2007 r. do UE w 2014 r. ocena najwyższa w najpełniejszy sposób odzwierciedla opinie respondentów o priorytetach strategii Europa 2020.

Rysunek 3. Opinie Europejczyków w latach 2014 – pytanie QB1 – wyniki analizy korespondencji



Źródło: opracowanie własne na podstawie European Commission (2014) oraz European Commission (2015)

PODSUMOWANIE

W literaturze dotyczącej charakterystyki Pokolenia Y, często pojawiają się informacje, że są to osoby znacząco różniące się od osób ze starszych pokoleń sposobem postrzegania rzeczywistości, obowiązków, poglądów, potrzeb i zachowań. W trakcie przeprowadzonego badania nie udało się wskazać bardzo drastycznych różnic między młodymi i starszymi osobami, na temat postrzegania celów strategii Europa 2020. Natomiast zauważono różnice w ocenie zasadności prowadzenia działań wynikających z realizacji tej strategii wśród osób, które zamieszkują kraje, które przystąpiły do Unii Europejskiej przed 2004 r., w 2004 r. oraz w 2007 r. Tu różnice występują między mieszkańcami poszczególnych krajów bez względu na wiek. W przypadku analizy pytania QB3, najmniejsze różnice w opiniach między grupami wieku występują w krajach, które przystąpiły do Unii Europejskiej w 2007 r. W krajach członkowskich od 2004 r. osoby z dwóch najmłodszych grup wieku lepiej oceniają starania Unii na wyjście z kryzysu, niż osoby powyżej 29 roku życia – jednak te różnice opinii nie są zbyt wysokie.

BIBLIOGRAFIA

- Barwińska-Małajowicz A. (2011) Y Generation on the contemporary labour market – dark fiction or completely new quality? *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, zeszyt 19/2011, str. 301-309.
- Bąkowska J. (2013) *Managing Generation Y Employees in an International Company*, Working Papers in Management, Finance and Economics, Poznań, MBA Poznań-Atlanta.
- European Commission (2014) Eurobarometer 75. 3 (2011) TNS Opinion & Social, Brussels [producer]. GESIS Data Archive, Cologne. ZA5481 Data file Version 2.0.1, doi: 10.4232/1.11852.
- European Commission (2015) Eurobarometer 82. 3 (2014) TNS Opinion, Brussels [producer], GESIS Data Archive, Cologne. ZA5932 Data file Version 2.0.1, doi: 10.4232/1.12259.
- Komisja Europejska (2010) Komunikat Komisji – Europe 2020, Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, Komisja Europejska, KOM (2010) 2020 wersja ostateczna.
- Komisja Europejska – Europa 2020. <http://ec.europa.eu/europe2020> (dostęp z dnia 01.07.2015).
- Gentry W. A., Deal J. J., Griggs T. L., Mondore S. P., Cox B. D. (2011) A comparison of generational differences in endorsement of leadership practices with actual leadership skill level, *Consulting Psychology Journal Practice & Research*, 63(1), 39-49.
- Gursoy D., Maier T. A., Chi C. G. (2008) Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce, *International Journal of Hospitality Management* 27 (2008), pp. 448–458.
- Parment A. (2013) *Die Generation Y Mitarbeiter der Zukunft motivieren, integrieren, führen*, Wiesbaden Springer Fachmedien.

EUROPE 2020 STRATEGY IN THE OPINION OF GENERATION Y

Abstract: The aim of the study was to identify the opinion of people from Generation Y on the implementation of the objectives of the strategy Europe2020. The article presents the basic principles and objectives of the Europe 2020 strategy. The characteristics of persons belonging to the Generation Y was made. On the basis of the respondents assessments contained in Standard Eurobarometer from years 2011-2014, were assayed Generation Y opinions about the objectives of the strategy and direction of changes leading to the exit of the European Union financial and economic crisis. During the analysis, respondents were divided according to the age and the moment of the country's accession to the European Union.

Keywords: Generation Y, strategy Europe 2020