

Debreceni egyetemisták a munka világának küszöbén: A Z generáció karrierpreferenciáinak vizsgálata

Troitsky Mátyás

közgazdász, PhD-hallgató

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar

Absztrakt: A tanulmány az elsőéves debreceni hallgatók karrierpreferenciáit vizsgálta, akik már a Z generációt képviselik. A válaszadók kiemelten fontosnak tartják a munka-magánélet egyensúlyát, a jó légkört és a fejlődési lehetőségeket. Fizetési elvárásaik meghaladják az országos mediánt, a külföldi tapasztalatszerzés pedig sokuk számára célként jelenik meg.

Kulcsszavak: Z generáció, karrier, munkaerőpiac, egyetemisták

Abstract: The study examined the career preferences of first-year students in Debrecen, who already represent Generation Z. Respondents consider work-life balance, a good atmosphere, and opportunities for development to be particularly important. Their salary expectations exceed the national median, and gaining experience abroad is a goal for many of them.

Keywords: Generation Z, career, labor market, university students

Bevezetés

Napjainkban Magyarországon a foglalkoztatottak száma közel 4,7 millió fő (KSH, 2025), amely 4 generáció munkavállalóiból tevődik össze. A különböző generációk eltérőképpen viszonyulnak mind a munkavégzéshez, mind a munkáltatóhoz és a munkakörnyezethez is (Meretei, 2017). Másként értelmezik saját szerepüket, értékeiket, igényeiket és prioritásaikat a munka területén (Kőműves et al., 2023). A munkaerőpiac folyamatos változásának egyik legjelentősebb és legaktuálisabb tényezője a különböző generációk közötti különbség (Schroth, 2019).

Az elmúlt években egyre nagyobb számban jelentek meg a munka világában a Z generáció tagjai, vagyis azok a fiatalok, akik hozzávetőlegesen 1995 és 2010 között születtek. A Z generáció megjelenése a munkaerőpiacon új kihívások elé állítja a munkáltatókat, mivel a fiatalok számára ma már teljesen más jelent egy munkahely, mint néhány évtizeddel ezelőtt (Bálint et al., 2024). Ez a generáció jelentősen eltér a korábbiaktól, hiszen ők már a digitális világban nő-

tek fel, és az internetnek köszönhetően az első igazán globális nemzedéknek tekinthetők, tagjai olyan kultúrán nevelkedtek, amelyben az információ azonnali hozzáférése, a technológia természetes használata és a gyorsan változó környezethez való alkalmazkodás alapvető készségeiké váltak (Juhász, 2017).

A Deloitte (2025) előrejelzése alapján 2030-ra a Millenniumiak és a Z generáció fogja kitenni a foglalkoztatottak közel 75% -át globálisan, ezért kiemelten fontos és érdemes minél jobban megérteni ezeket a csoportokat. A generációk közötti határok kijelölését korábban elsősorban az adott ország vagy kontinens politikai és gazdasági története határozta meg, napjainkban azonban a globális technikai fejlődés, különösen a telekommunikáció és a számítástechnika vált a fő „szakaszoló erővé”, amely a világ periférikus területein is jóval kisebb fáziskéséssel érezteti hatását. A generációs különbségek feltárása lehetővé teszi annak mélyebb megértését, hogy a munkaerőpiacra újonnan belépő Z generáció milyen sajátosságokat és attitűdöket képvisel.

Jelen kutatásunk középpontjában a Z generáció áll, különös tekintettel a felsőoktatásba frissen bekerülő fiatal hallgatókat vizsgáljuk. Célunk, hogy feltárjuk, milyen elképzeléseik, preferenciáik és elvárásaik vannak a munkával kapcsolatban, illetve milyen irányban tervezik szakmai jövőjüket a generáció tagjai. A felsőoktatási hallgatóknak tanulmányok melletti munkavégzése folyamatosan növekvő tendenciát mutat, amelynek következtében a jelenség mind nemzetközi, mind hazai szinten kiemelt kutatási területté vált. Kocsis (2023) eredményei alapján tudhatjuk, hogy ma már elvethető az a dolgozó hallgatókra vonatkozó sztereotípiák, miszerint csak a nehezebb anyagi helyzetű diákok dolgoznak a megélhetésükért, és hogy ők jellemzően gyengébben teljesítenek a tanulmányaikban. A fiatalok preferenciái, munkapiaci és egyéb jellemzőinek vizsgálata azért is fontos, mivel így közelebb tudunk kerülni ahhoz, hogy megértsük a jövő munkaerőpiacának értékvilágát is (Szöcs, 2024). Vizsgáltuk a hallgatók fizetési igényeit, elképzeléseit. Kiss és munkatársai (2017) szerint a felsőoktatásban tanuló hallgatók végzést követő munkaerő-piaci elvárásai a kezdő bérek tekintetében nem reálisak, kissé elrugaszkodottak.

Szakirodalmi áttekintés

A generáció fogalma

A szakirodalomban a szerzők eltérően értelmezik és definiálják a generáció modern fogalmát. Jelen kutatás Mannheim (1952) fogalmát veszi alapul, aki szociológiai és pszichológiai aspektusból közelített, miszerint a generáció „az egy időszakban született egyének, akiknek azonos a »lokációjuk« és világnézetük, ami főként azokra a történelmi eseményekre és jelenségekre épül, amit mindannyian átéltek a gyerekkori éveikben” (Meretei, 2017, p. 11.). Tehát a gyerekkori tapasztalások és élmények nagymértékben hatással vannak a generáció tagjaira. Kopperschmidt (2000) a generációk fogalmát munkahelyi és szervezeti szem-

pontból közelíti meg. Definíciója szerint a generáció olyan beazonosítható csoport, melynek tagjai azonos születési időszakkal, korral, lokációval rendelkeznek, és a jelentős életesemények azonos kritikus fejlődési éveikben történtek. Kutatásában hangsúlyozza, hogy a generációs különbségek nemcsak szociológiai, hanem munkaerő-piaci és vezetési szempontból is relevánsak, hiszen a különböző generációk eltérő kommunikációs stílusokkal, motivációs tényezőkkel, lojalitási formákkal, tanulási és fejlődési igényekkel rendelkeznek.

A generációs elméletek alapját Strauss és Howe (1991) generációs ciklus-elmélete teremtette meg, amely szerint a társadalmak történelmileg visszatérő mintázatok szerint formálódnak, és minden új generáció sajátos értékrendet, tapasztalatokat és viselkedésmintákat hordoz. A generációk közötti különbségek különösen relevánsak a munka világában, mivel azok hatással vannak a munkavállalók motivációjára, lojalitására, kommunikációjára és a munkához való hozzáállására is (Tapscott, 2009).

Generációk a munkaerőpiacon

Jelenleg 4 generáció munkavállalóiból tevődik össze a munkaerőpiac: a Baby Boomerek, az X generáció, az Y és a Z generáció. Már elhagyta a munkaerőpiacot a Veteránok generációja, illetve még nincs a munkaerőpiacon a Z-ket követő Alfa generáció. A generációk időbeli határolására nincs egységesen elfogadott pontos dátum, így mi McCrindle & Wolfinger (2014) időintervallumát tekintetük mérvadónak. A generációk közötti különbségek megértése, tudatos kezelése elengedhetetlen a sokgenerációs munkahelyi környezetekben, mivel elősegíti a szervezeti kohéziót, növeli a hatékonyságot, és hozzájárul a hosszú távú munkavállalói elkötelezettség kialakításához (Kupperschmidt, 2000).

Baby boomer (1946-1964)

A 2. világháborút követően született generáció tagjait az újrakezdés időszaka, a válságokhoz való alkalmazkodás és a gyors népességnövekedés jellemezte. Értékrendjük középpontjában a becsület és a tisztesség áll. A későbbi nemzedékek számára ők jelentik az idősebb és sikeres testvért, azt a kedvenc generációt (a magyar közbeszédben: „nagy generációt”), amelyről rengeteget írtak és beszéltek (McCrindle & Wolfinger, 2014).

A munkaerőpiacon kiemelt értékkel bírnak, hiszen ők képviselik a legidősebb korosztályt, jelentős élettapasztalattal és szakmai múlttal. Mivel életük során a technológia nem volt meghatározó tényező, munkavégzési szokásaikat kevésbé befolyásolja a digitális világ. A szocializmus időszakában nőttek fel, ahol a hierarchia elfogadása és a kemény munka volt a norma, ami máig meghatározza a munkához való hozzáállásukat. A munkahelyi címeket, hierarchiákat és formalításokat is nagyra értékelik. A munkahelyükhöz ragaszkodnak, és hűségesek. Sokan közülük egész karrierjüket egy munkáltatónál töltötték (Juhász et al.,

2023). Legfőbb munkahelyi értékeik: egyenlőség, optimizmus, lojalitás, csapat-szellem (Malatyinszki, 2020).

X generáció (1965- 1979)

Az X generáció jellemzően a „kulcsos gyerekek” nemzedéke, akik gyakran egyedül töltötték otthon az időt, mivel mindkét szülő dolgozott. Ez hozzájárult önállóságuk, alkalmazkodóképességük és pragmatizmusuk kialakulásához (McCrindle & Wolfinger, 2014). A gazdasági instabilitás időszakában nőttek fel, és tanúi voltak a technológia gyors fejlődésének. Főbb munkaértékeik: függetlenek, alkalmazkodók, egyensúlyra törekvők, szkeptikusak, megbízhatók, magas munkaelvárásaik vannak és magasan kvalifikáltak (Khera & Malik, 2014). Megjelenik náluk a munka és a magánélet egyensúlya, könnyebben váltanak munkahelyet is, illetve nyelveket is jobban beszélnek, és a versenyszellemük is kimagasló. Az internetet csak később ismerték meg, viszont munkavégzésükhöz elengedhetetlen annak használata, ami konfliktusokat eredményezhet (Juhász et al., 2023).

Millenniumiak – az Y generáció (1980-1994)

Az Y generáció, más néven Millenniumiak, az 1980 és 1994 között született kohorsz, akik a gyermekkorukat analóg technológiák között élték, de fiatal felnőttként már aktívan részesei lettek a digitális forradalomnak. Ez a kettősség meghatározza a generáció különleges helyzetét és szerepét mind a munkaerőpiacon, mind a társadalmi és kulturális változásokban (McCrindle & Wolfinger, 2014). Jólétbe és gyors technológiai fejlődésbe születtek. A munka és a magánélet kapcsolata hangsúlyos számukra. A célorientált munkát helyezik előtérbe, értékeli a sokszínűséget, és folyamatos tanulási és fejlődési lehetőségeket keresnek (Dolot, 2018).

Főbb munkahelyi értékeik: magabiztosság, tolerancia, versenyszellem, praktikusság, törekvés, technológiai jártasság (Twenge, 2010).

A Z generáció általános jellemzői

A Z generáció, más néven digitális bennszülöttek nemzedéke, az 1995 és 2010 között születetteket foglalja magában (McCrindle & Wolfinger, 2014). Ez a generáció az első, amely már a digitális technológia világába született bele, gyermekkoruk óta természetes számukra az internet, az okoseszközök, a közösségi média és az azonnali információhoz jutás. E sajátos szocializáció következtében a Z generáció tagjai alapvetően eltérő gondolkodásmóddal, kommunikációs stílussal és elvárásokkal rendelkeznek, mint a korábbi nemzedékek (Dolot, 2018). Az internetnek köszönhetően az első igazán globális nemzedéknek tekinthetők, tagjai olyan kultúrán nevelkedtek, amelyben az információ azonnali hozzáférése, a technológia természetes használata és a gyorsan változó környezethez való alkalmazkodás alapvető készségeiké váltak (Juhász, 2017).

A generációra jellemző, hogy tudásuk jelentős hányadát iskolán kívülről szerzik (Garai-Fodor & Jäckel, 2018). Viszont ez az a generáció, amely legkorábban lép be az oktatás világába, és onnan a legkésőbb lép ki. A generáció tagjai formálisabb oktatásban részesülnek, amit jól tükröz a felsőoktatásban tanulók számának jelentős emelkedése is (McCrindle & Wolfinger, 2014). Főbb jellemzőik: kreativitás, kitartás, gyakorlatiasság, tudás iránti vágy, illetve az élethosszig tartó tanulás már életstílusukká vált (Ferincz & Szabó 2012).

A Z generáció munkához való viszonya

A Z generáció nem fogadja el a hagyományos, merev munkaszervezési formákat. A rugalmas munkavégzés, mint például a home office, a hibrid munkarend vagy a rugalmas munkaidő, alapvető elvárásként jelenik meg részükről. Úgy vélik, hogy a munka nem válhat a magánélet rovására, ezzel szemben inkább az egyensúly megtalálását és a mentális egészség megőrzését tartják fontosnak (Dolot, 2018).

Bár a Z generáció nyitott a kihívásokra, és elkötelezett lehet egy számára megfelelő munkaadó iránt, nem jellemző rájuk a hosszú távú lojalitás minden áron. Míg a korábbi generációk számára a stabilitás és a hosszú távú karrierépítés volt a meghatározó, addig a Z generáció tagjai inkább a rugalmasságot, a gyors fejlődési lehetőségeket keresik, és amennyiben nem tetszik valami, habozás nélkül váltanak (Csiszárík-Kocsír, 2018). Ez a tendencia kihívás elé állítja a munkáltatókat, akiknek új stratégiákat kell kidolgozniuk a megtartásuk érdekében.

A Deloitte (2025) kutatása alapján a Z generáció munkához való viszonyát meghatározza a munka és a magánélet egyensúlyának fontossága, ami egyúttal átértelmezi a karrierrel kapcsolatos célkitűzéseiket is. Míg a korábbi generációknál, mint például a Millenniumiaknál jellemzőbb volt a vezetői pozíciók elérése mint elsődleges cél, a Z generáció tagjai csak kis arányban (6%) törekednek kifejezetten vezető szerepre. Ez azonban nem az ambíció hiányát jelenti, hanem a célok és motivációk átrendeződését. A Z generáció tagjainak 70%-a hetente legalább egyszer fejleszt olyan készségeket, amelyek előmozdítják karrierjüket, szemben a Millenniumiak 59%-ával. Míg az Y generáció nagyjából 30%-a munka közben tanul új készségeket, a Z generáció tagjainak körülbelül kétharmada, 67%-a, munkaidőn kívül fejleszt készségeket. Azonnali és gyakori visszajelzéseket igényelnek, amelyek segítik őket a gyors alkalmazkodásban és önértékelésben (Seemiller & Grace, 2016; Prensky, 2001).

Anyag és módszer

A kutatásunk célja a Z generációhoz tartozó, frissen egyetemre került hallgatók munka világához való hozzáállásának, elvárásainak és preferenciáinak feltérképezése volt. A vizsgálat fókuszában azon fiatalok állnak, akik felsőoktatási tanulmányaikat nemrégiben kezdték meg, így még pályaválasztásuk, karrierútjuk

elején járnak. A kutatás kvantitatív módszertanon alapult, online kérdőíves, Google Forms felmérés formájában valósult meg anonim módon. Az adatgyűjtés 2024. augusztus 25. és szeptember 10. között a Debreceni Egyetem által szervezett gólyatáborban került lebonyolításra. A kérdőívet a Debreceni Egyetem 13 különböző karának hallgatói tölthették ki. A kérdőív zárt és nyitott kérdéseket, valamint 7 fokú Likert-skálát tartalmazott az attitűdök és preferenciák mérésére.

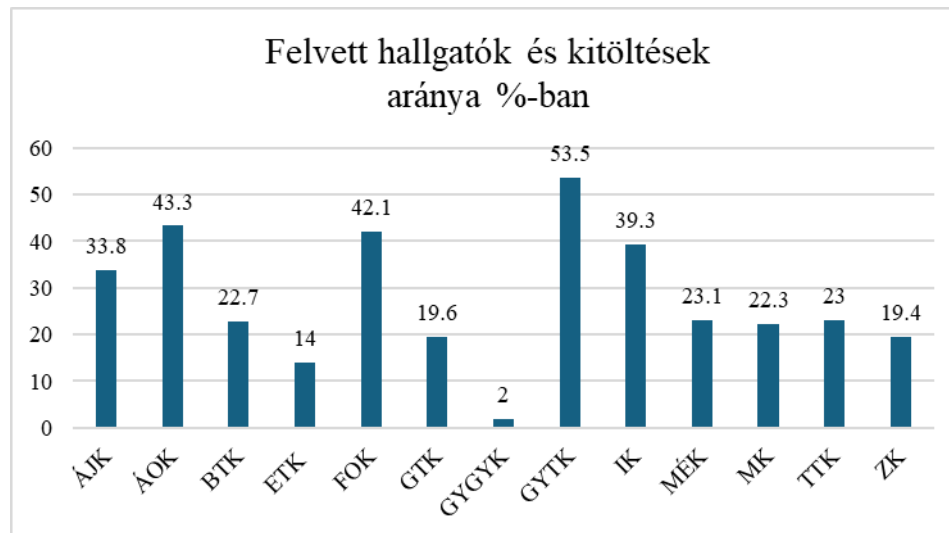
A kérdőív több kérdéskörből állt. Szerepeltek benne demográfiai kérdések, munkatapasztalat és jövőbeli elképzelésekre vonatkozó kérdések, felmérésre kerültek a korábbi munkahelyi tapasztalatok, jövőbeli munkahely-választási szempontok, karrierrel kapcsolatos preferenciák és célok, illetve a jövőbeli vállalkozási hajlandóságok, tervek. Továbbá vizsgáltuk a véleményformáló forrásokat, hogy milyen személyek vagy platformok befolyásolják leginkább a hallgatók munkával kapcsolatos döntéseit, pl. szülők, tanárok, influenszerek, közösségi média stb. Érdeklődési kör és információszerzés: mely témák iránt érdeklődnek a hallgatók, és milyen forrásokból tájékozódnak. Felmérésre kerültek a hallgatók külföldi munkavállalásával kapcsolatos elképzelései, akarnak-e külföldön munkatapasztalatot szerezni, esetleg hosszú távon letelepedni. A kutatásunkból kiderül a korosztály fizetési igénye, mennyire vannak tisztában a jelenlegi fizetéseikkel, amit összehasonlítottunk a Központi Statisztikai Hivatal adataival. A mintavétel nem reprezentatív, a kutatás elsődlegesen a frissen egyetemre bekerülő hallgatók véleményének és attitűdjeinek vizsgálata volt.

Eredmények

A kutatás során összesen $N = 1506$ fő frissen felvett egyetemi hallgató töltötte ki az online kérdőívet, akik 13 kar¹ hallgatóiból tevődik össze. A nemek közötti arány: 57% nő, 43% férfi. Az 1. ábrán a kitöltők arányát láthatjuk a 2024-ben általános- és pótélfelvételen felvett hallgatók számához képest. A függőleges tengely a kitöltők arányát jelöli százalékban, a vízszintes tengelyen a karok rövidítése szerepel. A mutató azt fejezi ki, hogy az adott karra felvett hallgatók hány százaléka vett részt a kutatásban. Legmagasabb arányt a GYTK (Gyógyszerésztudományi Kar) érte el, több, mint 50%-os részvétellel. A FOK (Fogorvostudományi Kar), az ÁOK (Általános Orvostudományi Kar) és az IK (Informatikai Kar) szintén 40% fölötti részvételi arányt mutatnak, ami jó hallgatói elérést je-

¹ÁJK (Állam- és Jogtudományi Kar), ÁOK (Általános Orvostudományi Kar), BTK (Bölcsészettudományi Kar), ETK (Egészségtudományi Kar), FOK (Fogorvostudományi Kar), GTK (Gazdaságtudományi Kar), GYGYK (Gyermekevelési és Gyógypedagógiai Kar), GYTK (Gyógyszerésztudományi Kar), IK (Informatikai Kar), MÉK (Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi és Környezetgazdálkodási Kar), MK (Műszaki Kar), TTK (Természettudományi és Technológiai Kar), ZK (Zeneművészeti Kar)

lez. A legalacsonyabb részvételi arány a GYGYK (Gyermekevelési és Gyógypedagógiai Kar) esetében tapasztalható, mindössze 2%.



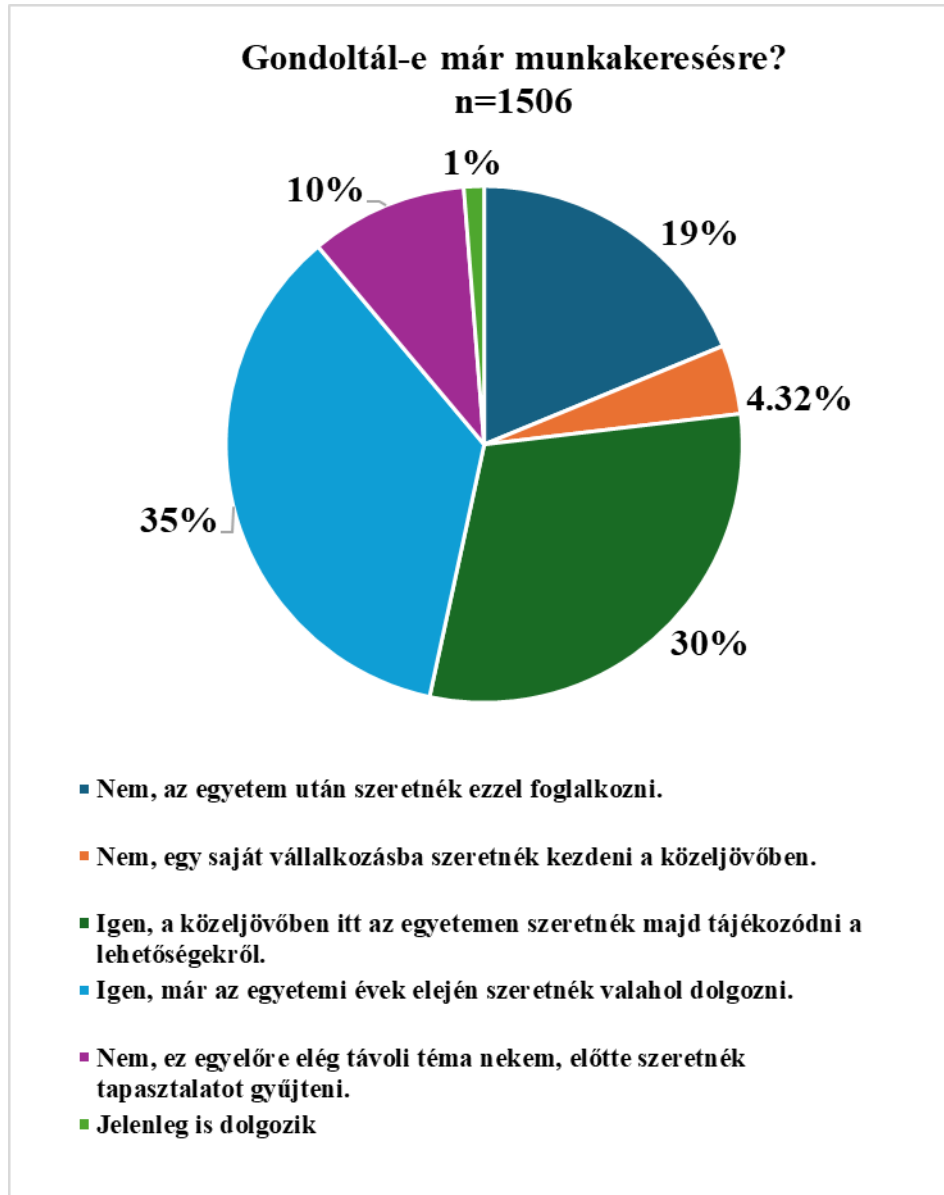
1. ábra A felvett hallgatók és a kitöltések aránya

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

Munkatapasztalat és munkavállalási szándék

A válaszadók 78 %-a dolgozott már korábban, 22%-a még nem szerzett munkatapasztalatot. Többségük alkalmi vagy diákmunka keretében, illetve szezonálisan, főként nyáron, vagy pedig a családi vállalkozásokba segített be. A munkakör alapján a válaszadók közül sokan a szellemi munkát részesítik előnyben, azonban a válaszadók 64,3 százalékának a fizikai munka sem esik neheze. A válaszadók többsége pozitív attitűdöt mutat a szellemi munkával kapcsolatban. A kérdésre 4 fokú skálán válaszolhattak (1 = egyáltalán nem jellemző, 4 = teljes mértékben jellemző). A válaszok átlageredményei 3,2, vagyis a válaszadók több, mint 83%-a erős szándékot mutat a szellemi tevékenységek iránt. A csapatmunka fontosságának kérdésére a hallgatók csupán 21,9 százaléka válaszolta, hogy leginkább fontos számára. Ez megegyezik a szakirodalomban találtakkal: Twenge (2010) és Dolot (2018) is rámutat arra, hogy a Z generáció tagjai nagyra értékelik az önállóságot, az egyéni teljesítményt és a személyes kontrollt a munkavégzés során. Ezzel magyarázható, hogy bár képesek csapatban dolgozni, nem feltétlenül preferálják a csapatmunkát.

Az egyéni kihívás keresésének kérdése a hallgatók 70,1 százalékának inkább fontos, 27 százalékának pedig leginkább fontos a munkaválasztás során.



2. ábra: A munkakeresésre adott válaszok százalékos megoszlásban

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

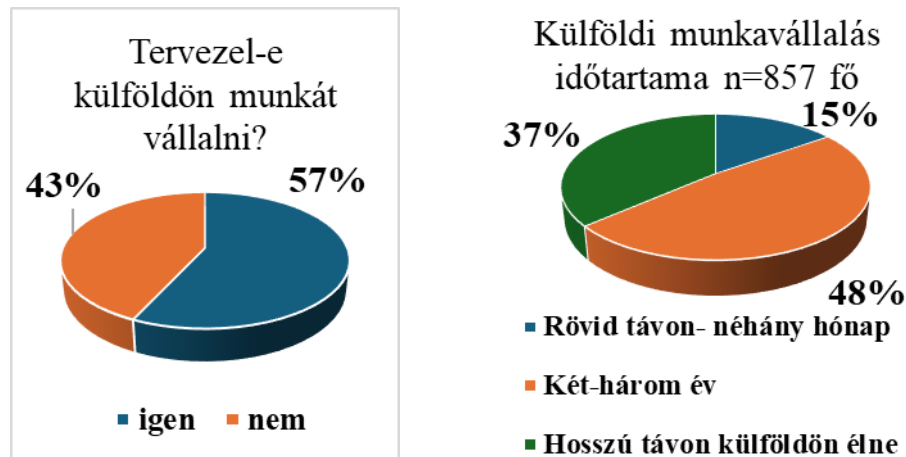
Ahogy a 2. ábrán láthatjuk, a válaszadók több, mint kétharmada (65%), már gondolt a munkakeresésre, közülük 35% már konkrétan dolgozna is egyetemi éve alatt, 30% pedig rövid távon tervezi feltérképezni a lehetőségeket. Az

eredmények arra utalnak, hogy a Z generáció tudatosan és korán kezdi karrier-útja építését: a hallgatók többsége már tanulmányai kezdetén foglalkozik a munkaerő-piaci jövőjével, és a diploma megszerzése előtt szakmai munkatapasztalatot igyekszik szerezni. A diákmunka legfőbb célja gyakran az, hogy a hallgatók értékes szakmai tapasztalatokat szerezzenek, melyek előnyt jelentenek számukra a jövőbeni álláskeresés során (Liskuné Vathy et al., 2020).

A vállalkozói szellem jelen van a fiatalokban, több, mint 4%-a saját vállalkozás alapításában gondolkodik, ez a válaszadók közül kis réteget képvisel, de az eredmények alapján karonként jelentős különbségek mutatkoznak a hallgatók vállalkozási attitűdjében. A legmagasabb vállalkozási kedv érték a Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Karon van, 11,8%, a Gazdaságtudományi Karon, 10,0%, az Informatikai Kar hallgatói között pedig 7,0%. Mind a gazdasági, mind az informatikai szakok a képzésből eredően olyan kompetenciákat fejlesztenek, mint, például menedzsment, vállalat-gazdaságtani ismeretek, digitális tudás, problémamegoldás; ezek mind elősegítik a vállalkozói gondolkodás kialakulását. A MÉK esetében a magas arány meglepő lehet, de magyarázható a mezőgazdaságban és élelmiszeriparban jellemző családi vállalkozások elterjedtségével, amely jövőmodellként szolgál a hallgatóknak. Viszonylag alacsony a vállalkozási kedv az Általános Orvostudományi Karon és a Bölcsészettudományi Karon, ahol mindkét esetben 1,9% volt, illetve az Egészségtudományi Karon csupán 2,5% válaszolt pozitívan. Ebből arra következtethetünk, hogy ezen karok hallgatói inkább az alkalmazotti életpályák felé orientálódnak, a stabil, strukturált intézményi munkaköröket preferálják.

Külföldi munkavállalási szándék és időtávok

A kutatásunkban arra is kerestük a választ, hogy a hallgatók terveznek-e külföldön munkát vállalni, illetve, ha igen, milyen időtávban gondolkodnak. A válaszok alapján egyértelműen kirajzolódik a 3. ábrán a Z generációra jellemző mobilitási nyitottság, ugyanakkor jól látható az időtávok differenciálódása is. A hallgatók 57%-a válaszolta, hogy tervez külföldön dolgozni a jövőben, míg 43% nem tervez ilyet.



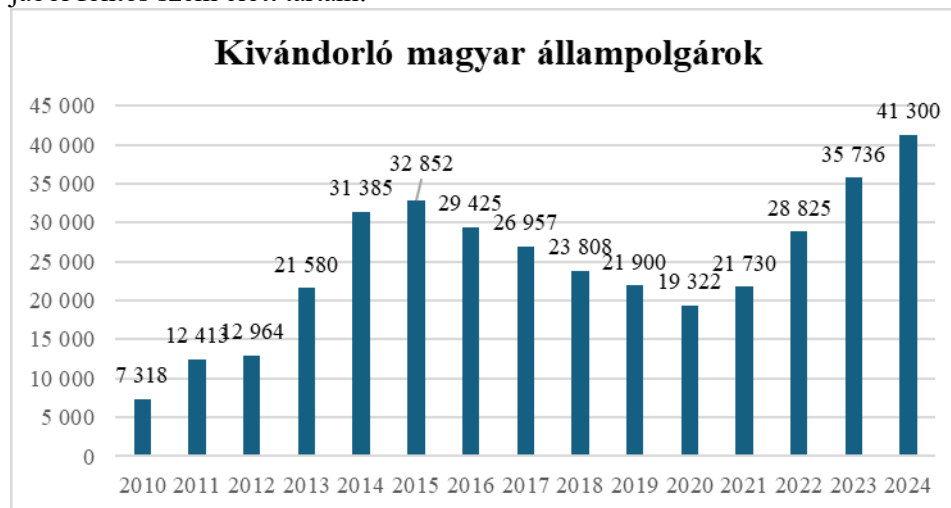
3. ábra: Külföldi munkavállalás és időtartama

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

Azok közül, akik külföldi munkát terveznek (n = 857 fő), az időtartammal kapcsolatos megoszlás a következő:

- 15% – rövid távon, néhány hónapra menne ki dolgozni
- 48% – középtávon, két-három éves időszakban gondolkodik
- 37% – hosszú távon képzei az életét külföldön.

Akik hosszú távon külföldön képzei el az életüket, az egész sokaságra tekintve a válaszadók 20%-a, vagyis minden ötödik hallgató. Ez a hallgatói bázis komoly elvándorlási potenciált képvisel, amit a hazai munkaerőpiac szempontjából fontos szem előtt tartani.

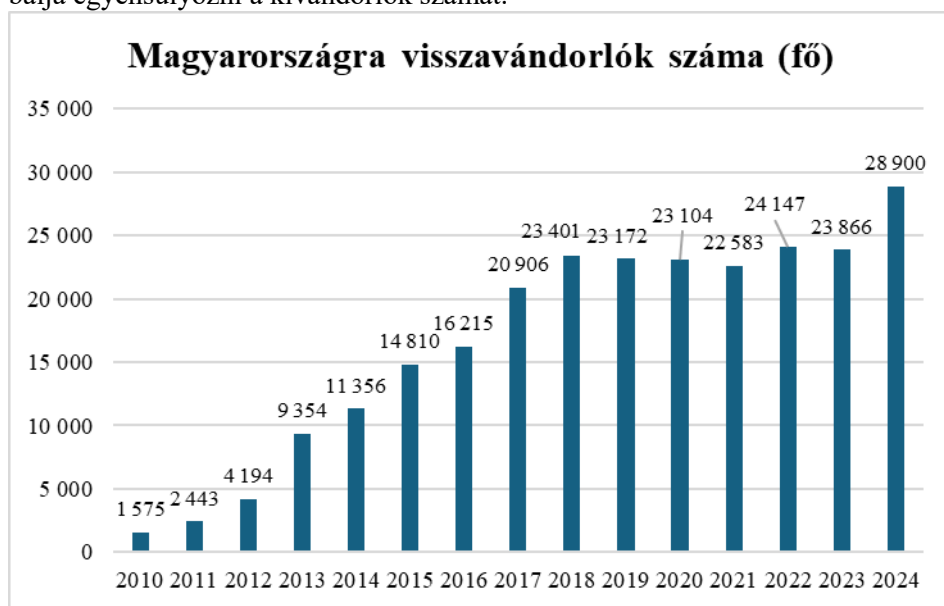


4. ábra: A kivándorló magyar állampolgárok száma 2010-2024. között

Forrás: Saját szerkesztés KSH adatai alapján (2025)

A 4. ábrán láthatóak a KSH adatai, mely szerint a 2010-es évtől kezdve folyamatosan nőtt a Magyarországról kivándorló magyar állampolgárok száma, ami 2015-ben tetőzött, majd csökkenésnek indult. Az utóbbi évek járvány- és gazdasági hatásai után újabb felfutás következett. Jelenleg több, mint 40 ezer fő vándorol ki egy évben. Összességében megállapítható, hogy a Magyarországról kivándorló, külföldön munkát vállalók aránya a dinamikusabb növekedés ellenére sem tekinthető kiemelkedően magasnak a régió országaihoz viszonyítva (Morvay, 2015). A tendencia rámutat arra, hogy a mobilitási szándék hosszú ideje jelen van a magyar társadalomban és a fiatalabb generációk körében különösen releváns kérdés. Hárs és Simon (2017) kutatásukban felhívják a figyelmet, hogy a kivándorlók legjelentősebb csoportja a 18-29 éves korosztály, főként fiatalok, fiatal felnőttek. A kivándorlás egyre növekvő társadalmi-gazdasági kihívás, amely különösen érinti a fiatal, felsőfokú végzettségű korosztályokat. A város és az egyetem közötti szoros együttműködések alapvető szerepet játszhatnak a fiatalok helyi munkaerő-piaci integrációjában és motivációjának erősítésében (Nagy et al., 2024).

Fontos megemlíteni, hogy nemcsak a kivándorlás mutat növekedő tendenciát. Az 5. ábrán látható a visszavándorlók száma is, amely szintén növekvő tendenciát mutat. A visszavándorlók száma évről évre növekszik, ez pedig próbálja egyensúlyozni a kivándorlók számát.



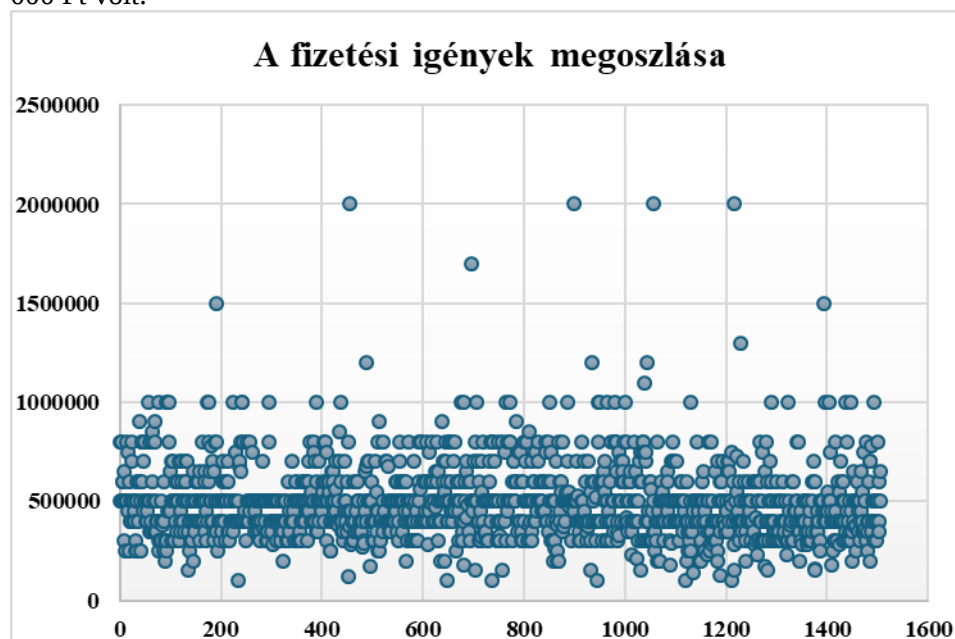
5. ábra: Magyarországra visszavándorlók száma 2010-2024. között

Forrás: Saját szerkesztés KSH adatai alapján (2025)

Fizetési preferenciák

Felmérésre kerültek továbbá a hallgatók fizetési igényei, mekkora fizetéssel lennének elégedettek. A hallgatók fizetéssel kapcsolatos elvárásai széles skálán mozogtak, amelyet a 6. ábrán láthatunk. A válaszadók arra válaszoltak, mekkora fizetéssel lennének elégedettek. Az eredmények a következőképpen alakultak:

- A minimumérték 100 000 Ft.
- A maximumérték 2 millió Ft.
- Az átlagos fizetési igény 492 586 Ft.
- A medián érték (középérték) 500 000 Ft.
- A módusz, tehát a leggyakrabban megjelölt fizetési összeg szintén 500 000 Ft volt.

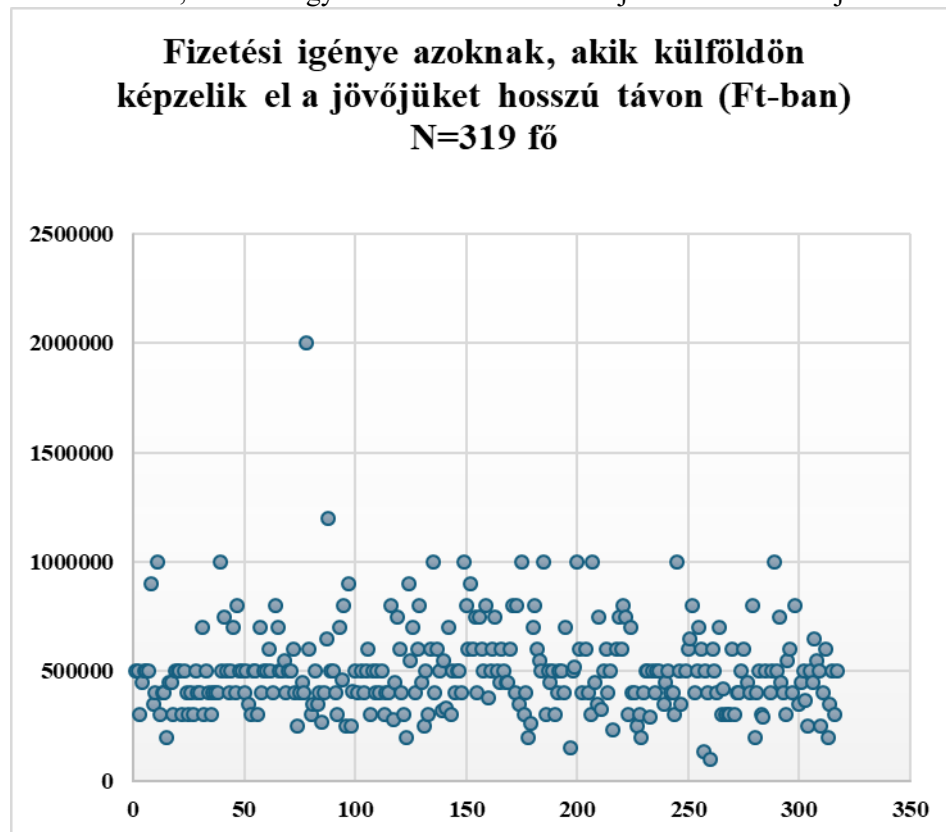


6. ábra: A hallgatók fizetési igényei

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

Ezek az értékek arról tanúskodnak, hogy a fiatalok döntő többsége félmillió forint körüli nettó fizetéssel lenne elégedett, ami a jelenlegi piaci viszonyok között elég ambiciózus, de nem irreális cél, különösen az szja-mentesség figyelembevételével. A fenti adatokat érdemes összevetni a Központi Statisztikai Hivatal 2024. augusztusi hivatalos kereseti adataival, ami alapján a bruttó átlagkereset 628 800 Ft volt, a nettó átlagkereset 433 100 Ft. A nettó medián kereset, tehát az az összeg, amelynél az emberek fele többet, a másik fele kevesebbet keres, 360 100 Ft volt. Fontos megjegyezni, hogy a 25 év alattiak személyi jöve-

deleladó-mentessége esetén ez az összeg 512 472 Ft-ot tett ki. Ezek alapján megállapítható, hogy a diákok átlagos fizetési elvárása közel 500 000 Ft, ami meghaladja a tényleges magyarországi nettó átlagkeresetet, de közel esik az szja-mentes bérhez, ami sok egyetemista esetében reális jövedelmi kilátást jelenthet.



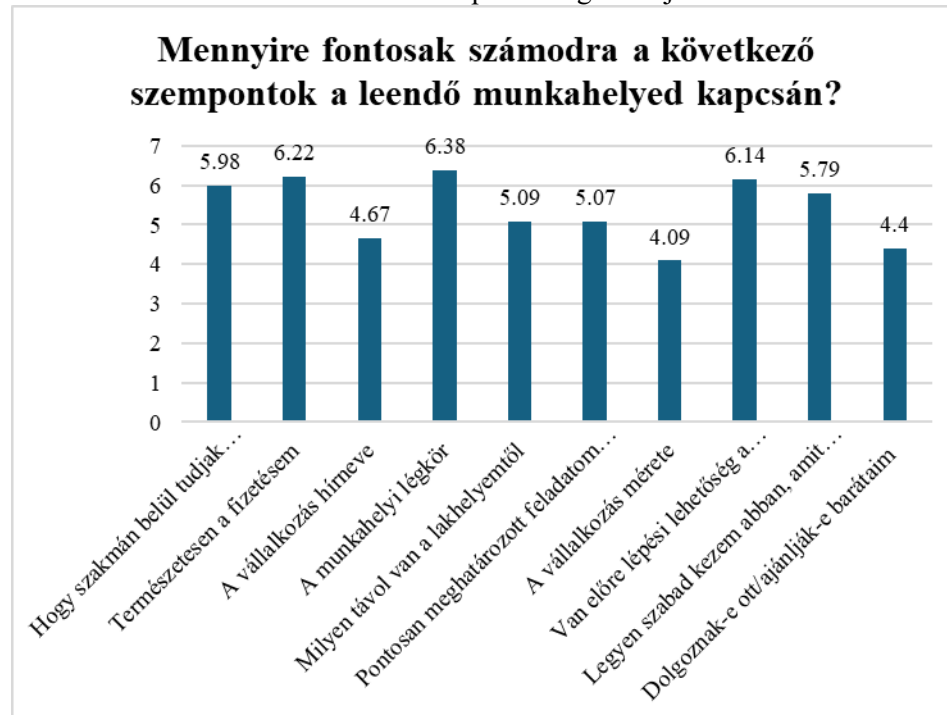
7. ábra Külföldön hosszú távra tervezők fizetési elvárásai

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

A 7. ábrán látható azoknak a fizetési igénye, akik külföldön képzelték el a jövőjüket. A vizsgált adatsor mediánja és módusza is 500 000 Ft, ami megegyezik az egész minta értékeivel. Az átlagérték pedig: 493 373 Ft, ami nem jelentős eltérés. A teljes mintán elvégzett Mann–Whitney próba alapján a külföldi munkavállalási szándék és a fizetési igény között nincs szignifikáns különbség ($p = 0,444$).

Ez azt jelenti, hogy a hallgatók fizetési elvárásai függetlenek attól, hogy terveznek-e külföldön dolgozni, legalábbis a jelen mintában. A két csoport átlagos fizetési igénye hasonló nagyságrendű. Eredményeinkből arra tudunk következtetni, hogy a pályakezdő hallgatók egyrészt még nem rendelkeznek tiszta

képpel a pénzügyi piacokkal kapcsolatos elvárásairól, másrészt a külföldi munkavállalási szándék háttérében nem csupán a magasabb jövedelmek állnak.



8. ábra: A munkahelyválasztás szempontjainak átlageredményei

Forrás: Saját szerkesztés primer adatok alapján (2025)

A 8. ábra azt mutatja be, hogy a válaszadó fiatalok mennyire tartják fontosnak a különböző szempontokat leendő munkahelyük kiválasztásakor. A skála 1-től 7-ig terjed, ahol a magasabb érték egyre erősödő fontosságot jelez. Ezek alapján a hallgatók a jó munkahelyi légkört, a fejlődési lehetőségeket és a versenyképes fizetést tartják leginkább meghatározónak karrierjük megkezdésekor. Eredményeink összhangban vannak a szakirodalommal, amely szerint a Z generáció kiemelkedően érzékeny a munkahelyi légkörre, és előnyben részesíti a pozitív, támogató környezetet, valamint a gyors fejlődési lehetőségeket. Emellett fontos számukra az is, hogy a munkájuk önazonos legyen, és a tanult szakmájukhoz kapcsolódjon. A fiatalok nem a cég külső presztízst és méretét tartják elsődlegesnek, nem is azt, hogy dolgoznak-e ott barátaik, hanem inkább a belső működést, hangulatot és az egyéni lehetőségeket.

Kutatva a különböző véleményforrások befolyásolásának súlyát a leendő munkahely kiválasztásakor, az eredmény alapján a hallgatók döntő többsége saját megérzéseire hallgat, a külső megerősítés háttérbe szorul, mivel a fiatalok az önmegvalósítást és belső elégedettséget részesítik előnyben. Ugyanakkor egy

másik kérdéskör eredménye a Z generáció általános hír-információ gyűjtési csatornáival kapcsolatban azt mutatja, hogy a hallgatók 87%-a a közösségi média felületéről tájékozódik, 72%-a internetes hírportálról, 65% pedig baráti beszélgetésekből. Legkevésbé a nyomtatott újságokat választották, 5,6%, illetve a televíziót mint hírforrást csupán 29% jelölte.

Összefoglalás

A Z generáció megjelenése a munkaerőpiacon új szemléletmódot és kihívásokat jelent a munkáltatók számára. A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy a fiatalok döntéseit elsősorban belső meggyőződés, nem pedig külső vélemények határozzák meg. Ahhoz, hogy a Z generáció sikeresen integrálódjon a munka világába, elengedhetetlen a generáció értékeinek és igényeinek mélyebb megértése. A változó munkaerő-piaci környezetben azok a szervezetek és intézmények lehetnek versenyképesek, amelyek képesek nyitottan, rugalmasan és jövőorientáltan reagálni ezekre az új elvárásokra.

A fiatalok jelentős része már felsőoktatási tanulmányai alatt gondolkodik a munkavállaláson. A válaszadók közel 80%-a rendelkezik valamilyen munkatapasztalattal, és a többségük a szellemi munkát preferálja. Ez a tudatos, korai munkaerő-piaci orientáció fontos erőforrást jelent a munkáltatók számára, ugyanakkor komoly kihívásokat is tartogat, különösen a munkahelyi lojalitás, a hosszú távú elköteleződés és a munkaerő megtartása terén.

A fizetési igények tekintetében a hallgatók medián elvárása 500 000 Ft nettó körül alakult, amely meghaladja a magyar nettó medián keresetet, ám közel áll a 25 év alattiak szja-mentesített kereseti szintjéhez. A külföldi munkavállalás szándéka szintén erősen jelen van: a válaszadók 57%-a tervezi, hogy legalább egy időre külföldön dolgozik. Ugyanakkor a statisztikai elemzés nem mutat szignifikáns összefüggést a külföldi munkavállalási szándék és a fizetési igény között, vagyis a mobilitási szándék nem feltétlenül párosul magasabb fizetési igénnyel. A kivándorlás problémája is kirajzolódik, a hallgatók 20%-a hosszú távon képzelel el az életét külföldön. Ez azt jelenti, hogy minden ötödik hallgató potenciálisan véglegesen elhagyhatja Magyarországot, ami komoly társadalmi és gazdasági következményekkel járhat.

A válaszadók döntő többsége, 87% -a, a közösségi média felületéről gyűjt információkat, amelyek nagyban befolyásolják szemléletüket, azonban munkahelyválasztásnál leginkább belső megérzéseikre hallgatnak. Mivel ennek a generációnak az életében központi szerepet tölt be a közösségi média, érdemes lehet konkrét Z generációt célzó csatornákon felvenni a kapcsolatot a fiatalokkal, és mind a szakmai élethez, mind a magánélethez fontos, erős, támogató szakmai közösségeket, mentorhálózatok kialakítani, ahol közösségre találhatnak, ezáltal pedig elérni, hogy itthon maradjanak, és itthon képzeljék el a jövőjüket.

Felhasznált irodalom

- Bálint A., Galambvári G., Bogóné Dr. Jehoda R., Dr. Vakhal P. (2024) A magyar régiók munkaerőpiaca 2035-ben. Stratégiai előrejelzés. Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetsége, Budapest.
- Csiszárík-Kocsír, Á., & Garai-Fodor, M. (2018). Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle: Gazdasági És Társadalmi Folyóirat*, 14(1-3), 107–119.
- Deloitte (2025) 2025 Gen Z and Millennial Survey
<https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/campaigns/2025/2025-genz-millennial-survey.pdf>
letöltve: 2025.06.03.
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 44–50.
<https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Ferincz, A. & Szabó, Zs. R. (2012). Z generáció hatása a munkaadói szervezetekre. *Munkaügyi Szemle*, 56 (2), 88-93.
- Garai-Fodor, M. & Jäckel, K. (2018). Kvalitatív kutatási eredmények a Z generáció körében-milyen karrierről álmodnak, milyen munkahelyen dolgoznának szívesen a „Z”-k. *Budapest, MMXVIII*, 70.
- Hárs, Á., & Simon, D. (2017). A külföldi munkavállalás és a munkaerőhiány. In K. Fazekas & J. Köllő (Szerk.), *Munkaerőpiaci Tükör 2016* (pp. 94–108). Budapest: MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet
- Howe, N., & Strauss, W. (1992). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. Harper Collins.
- Juhász, C. (2017). Z generációs hallgatók felsőoktatási motivációjának vizsgálata. *Közép-Európai Közlemények*, 10(2), 131–141.
- Juhász, T., Czeglédi, C., & Varga, E. (2023). Különböző generációk a munkahelyeken. *Közösségi Kapcsolódások - tanulmányok kultúráról és oktatásról*, 3(2), 74–83.
<https://doi.org/10.14232/kapocs.2023.2.74-83>
- Kárpáti, T. (2020) Négy generáció munkahelyi viselkedése –Generációk a munkahelyen 1.rész
<https://jobgroup.hu/en/blog/generaciok-a-munkahelyen-1-1>
letöltve: 2025.05.30.
- Khera, S. N., & Malik, S. (2014). Life priorities and work preferences of Generation Y: An exploratory analysis in Indian context. *Jindal Journal of Business Research*, 3(1–2), 63–76.
<https://doi.org/10.1177/2278682116643607>
- Kiss, Z., Barizsné Hadházi, E., & Kun, A. I. (2017). A leendő munkavállalás hallgatói szemmel: egy a Debreceni Egyetem alapszakos hallgatói

- körében végzett felmérés eredményei. *TAYLOR*, 9(1), 183–190. Elérés forrás <https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/taylor/article/view/13090>
- Kocsis, Zs. (2023) A hallgatói munkavállalás sajátosságai és egyetemi pályafutásra gyakorolt hatása a Debreceni Egyetemen, Doktori Disszertáció <https://dea.lib.unideb.hu/server/api/core/bitstreams/a46fc108-d6ef-427d-93f9-bf4a07b35e7b/content> letöltve: 2025.06.01.
 - Kőműves, Z. S., Pálmai, L., Kovács-Kósa, P., & Szabó-Szentgróti, G. (2023). Generációs különbségek elemzése a versenyszférában. *Új Munkaügyi Szemle*, 4(3), 2–13.
 - Központi Statisztikai Hivatal (2025) A Magyarországon született visszavándorló magyar állampolgárok https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0032.html letöltve: 2025.06.01.
 - Központi Statisztikai Hivatal (2025) Gyorstájékoztató, Foglalkoztatottság és munkanélküliség, 2025. április <https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/fem/fem2504.html> letöltve: 2025.06.01.
 - Központi Statisztikai Hivatal (2025) A kivándorló magyar állampolgárok célországok és nemek szerint https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0031.html letöltve: 2025.06.01.
 - Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: Strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65–76.
 - Liskuné Vathy, V., Bognár, I. Ádám, Kőműves, P. M., Körösparti, P., & Nagy, A. S. (2020). Millennium Generation Work Experience. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 5(1), 657-665. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2020.1.54>
 - Malatyinszki, S. (2020). Az új generáció, mint erőforrás. *Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok-Gazdálkodás-és Szervezéstudományi folyóirat*, (1), 90-101.
 - Mannheim, K. (1952). The sociological problem of generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 163, 95.
 - McCrindle, M., & Wolfinger, E. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations*. The ABC of XYZ 3rd Edition.
 - Meretei, B. (2017). Generációs különbségek a munkahelyen – szakirodalmi áttekintés. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 48 <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.10.02>
 - Morvay, E. (2015). Külföldi munkavállalás a közép-kelet-európai országokban az európai munkaerő-felmérések alapján. MPRA Paper No. 90631 <https://core.ac.uk/reader/214010000> letöltve: 2025.06.01.

- Nagy, P., Vezendi, L., Tóth, B., & Nagy, A. (2024). Perspectivas relacionadas con el trabajo de los estudiantes de primer año en la universidad de debrecen hungría. *Revista Cubana de Educación Superior*, 43(1 ene-abr), 205-220.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- Schroth, H. (2019). Are You Ready for Gen Z in the Workplace? *California Management Review*, 61, 000812561984100. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*.
- Szócs, A. (2024). Fiatalok és a munka világa. Munkavállalási jellemzők és motivációk a Covid-19 megjelenése óta az egyetemisták körében. *Közösségi Kapcsolódások* 2024(1), 115– 123. <https://doi.org/10.14232/kapocs.2024.1.115-123>
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital* (p. 384). Boston: McGraw-Hill Education.
- Twenge, J. (2010). A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes. *Journal of Business and Psychology*, 25, 201–210. <https://doi.org/10.1007/s10869-010-9165-6>