

## Δελτίο Τύπου

### Έρευνα Deloitte Global Genz & Millennial: Οι νέες γενιές επιδιώκουν την πρόοδο με τους δικούς τους όρους, δίνοντας προτεραιότητα στη σταθερότητα, τις δεξιότητες και την ευημερία έναντι της ταχείας επαγγελματικής ανέλιξης

*Στην Ελλάδα, σε ένα περιβάλλον αυξημένων οικονομικών πιέσεων, οι νέες γενιές δίνουν προτεραιότητα στη σταθερότητα, την ανάπτυξη δεξιοτήτων, το AI και την αίσθηση σκοπού.*

#### Κύρια σημεία της έρευνας

- Σε σύγκριση με την περσινή έρευνα, οι Gen Zs και Millennials παγκοσμίως εξακολουθούν να ενδιαφέρονται για **ηγετικούς ρόλους**, ωστόσο δίνουν ακόμη μεγαλύτερη έμφαση σε μία βιώσιμη, ισορροπημένη πορεία καριέρας, αποφεύγοντας ταχύτατες προαγωγές όταν αυτές συνδέονται με έντονη πίεση και κίνδυνο burnout. Μόλις το 25% των Gen Zs και το 21% των Millennials προτιμούν την γρήγορη πρόοδο της καριέρας τους, που χαρακτηρίζεται από γρήγορες προαγωγές. Αντιθέτως, οι περισσότεροι προτιμούν τη σταδιακή εξέλιξη ή είναι διατεθειμένοι να κάνουν οριζόντιες μετακινήσεις, προκειμένου να αποκτήσουν εμπειρία που θα υποστηρίξει τη μακροπρόθεσμη επαγγελματική τους επιτυχία. Στην Ελλάδα, ενώ το 69% των Gen Zs και το 57% των Millennials ενδιαφέρονται να επιδιώξουν ηγετικούς ρόλους κάποια στιγμή στην καριέρα τους, μόνο το 5% και το 10% αυτών αντίστοιχα δηλώνουν ότι είναι πρωταρχικός επαγγελματικός τους στόχος.
- Και φέτος, το **κόστος ζωής** παραμένει η σημαντικότερη πηγή ανησυχίας για τις δύο γενιές, με πολλούς νέους να συνεχίζουν να βιώνουν οικονομική πίεση στην καθημερινότητά τους. Ωστόσο, τα φετινά αποτελέσματα καταγράφουν ενίσχυση της συγκρατημένης αισιοδοξίας σε σχέση με το 2025: Παρά τις πιέσεις, το 53% των Gen Zs και το 45% των Millennials αναμένουν ότι η προσωπική οικονομική τους κατάσταση θα βελτιωθεί μέσα στον επόμενο χρόνο.
- Σε διεθνές επίπεδο, η **χρήση AI** έχει αυξηθεί σημαντικά σε σχέση με πέρυσι – από περίπου 6 στους 10 σε σχεδόν 3 στους 4 εργαζόμενους – και μετατοπίζεται από την απλή βελτίωση της παραγωγικότητας σε κεντρικό εργαλείο μάθησης, ανάπτυξης και σχεδιασμού καριέρας, με την ταχύτερη μάθηση και την επαγγελματική ανάπτυξη να αναδεικνύονται στις πιο συχνά αναφερόμενες θετικές επιδράσεις, ιδίως για τους εργαζομένους σε entry-level θέσεις. Στην Ελλάδα, το 61% των Gen Zs και το 65% των Millennials χρησιμοποιούν εργαλεία AI στην καθημερινή τους εργασία.
- Παγκόσμια προτεραιότητα αποτελεί η **αίσθηση σκοπού** (sense of purpose), η οποία φέτος εξελίσσεται σε σχεδόν καθολική προϋπόθεση για την εργασιακή δέσμευση των Gen Zs και Millennials, με το νόημα και τη θετική συνεισφορά

στην κοινωνία να αποτελούν βασικά κριτήρια επιλογής εργοδότη. Το 94% των Gen Zs και το 97% των Millennials στην Ελλάδα δηλώνουν ότι το να αισθάνονται ότι ο ρόλος τους έχει έναν σκοπό είναι σημαντικό για την ικανοποίηση από την εργασία τους.

**22 Μαΐου 2026** – Καθώς οι Gen Zs και οι Millennials προχωρούν στην ενήλικη ζωή και σε ρόλους ηγεσίας, επαναπροσδιορίζουν την έννοια της προόδου στην εργασία, δίνοντας συχνά προτεραιότητα στη σταθερότητα, την ανάπτυξη δεξιοτήτων και την ευημερία (well-being), έναντι της επαγγελματικής ανέλιξης, σύμφωνα με την έρευνα **2026 Global Gen Z and Millennial Survey της Deloitte**. Στη 15η χρονιά της, η έρευνα βασίζεται στις απαντήσεις περισσότερων από 22.500 συμμετεχόντων από τους Gen Zs και τους Millennials σε 44 χώρες, καθώς και σε ποιοτικά στοιχεία από επιχειρηματικούς ηγέτες.

«Εδώ και δεκαπέντε χρόνια, η έρευνα αυτή αποτυπώνει πώς οι Gen Zs και οι Millennials ανταποκρίνονται στις αλλαγές, αλλά και πώς τις διαμορφώνουν», δηλώνει η **Elizabeth Faber, Deloitte Global Chief People & Purpose Officer**. «Οι γενιές αυτές έχουν ήδη μετασχηματίσει την εργασία με απτό τρόπο και πλέον λαμβάνουν συνειδητές αποφάσεις σχετικά με το πότε και υπό ποιες προϋποθέσεις επιδιώκουν ηγετικούς ρόλους και σημαντικές αποφάσεις ζωής. Τα φετινά ευρήματα δείχνουν ότι πρόκειται για προσαρμοστικές γενιές, πραγματιστικές και συνειδητές ως προς την έννοια της προόδου, ακόμη και καθώς η οικονομική πίεση και η ραγδαία τεχνολογική αλλαγή αυξάνουν τις απαιτήσεις».

#### **Η εικόνα στην Ελλάδα:**

##### **- Οικονομική πίεση, AI και ανάγκη για σκοπό στην εργασία**

Στην Ελλάδα, τα ευρήματα της έρευνας αποτυπώνουν μια γενιά εργαζομένων που ισορροπεί ανάμεσα στον ρεαλισμό και τις αξίες, προσπαθώντας να εξελιχθεί μέσα σε ένα περιβάλλον έντονων οικονομικών και κοινωνικών πιέσεων.

- Το 65% των Gen Zs και το 60% των Millennials στη χώρα δηλώνουν ότι έχουν αναβάλει σημαντικές αποφάσεις ζωής λόγω της οικονομικής τους κατάστασης, ενώ το κόστος στέγασης επηρεάζει τις αποφάσεις σχετικά με την καριέρα και τον τόπο εργασίας για το 82% των Gen Zs και το 74% των Millennials.
- Παράλληλα, η χρήση του AI στην καθημερινή εργασία είναι ήδη σημαντική, καθώς το 61% των Gen Zs και το 65% των Millennials στην Ελλάδα δηλώνουν ότι το αξιοποιούν, την ώρα που μόλις το 29% και το 27% αντίστοιχα θεωρούν ότι τα εργαλεία AI που τους παρέχει ο εργοδότης τους είναι κυρίως ή πλήρως επαρκή.
- Την ίδια στιγμή, η ανάγκη για νόημα στην εργασία παραμένει ιδιαίτερα ισχυρή, με το 94% των Gen Zs και το 97% των Millennials στην Ελλάδα να θεωρούν σημαντική την αίσθηση σκοπού για την εργασιακή τους ικανοποίηση.

Όπως σημειώνει η **Ανάλια Κόκκορη, Audit Partner, People and Purpose Leader της Deloitte Ελλάδος**: «Τα ευρήματα για την Ελλάδα αναδεικνύουν μια νέα πραγματικότητα για τους οργανισμούς και την αγορά εργασίας. Οι Gen Zs και οι Millennials δεν απορρίπτουν την πρόοδο, την ηγεσία ή την τεχνολογία, απλώς θέλουν να υπάρχουν οι σωστές προϋποθέσεις ώστε η εξέλιξή τους να είναι αποτελεσματική και βιώσιμη. Αναζητούν οικονομική σταθερότητα, συνεχή ανάπτυξη δεξιοτήτων, ψυχική ευημερία, εμπιστοσύνη και αίσθηση σκοπού. Σε αυτό το πλαίσιο, το AI γίνεται ολοένα και πιο σημαντικό: η αυξανόμενη χρήση του στην εργασία δείχνει ότι οι γενιές αυτές είναι έτοιμες

να το αξιοποιήσουν ως εργαλείο ανάπτυξης. Όπως αναδεικνύει και η έρευνα *Human Capital Trends 2026* της Deloitte, το ζητούμενο για τους οργανισμούς δεν είναι απλώς να αυτοματοποιήσουν την εργασία, αλλά να επανασχεδιάσουν τη σχέση ανθρώπου και τεχνολογίας με τρόπο που να ενισχύει την ανθρώπινη δυνατότητα. Το AI μπορεί να απελευθερώσει τους ανθρώπους από επαναλαμβανόμενες εργασίες και να τους επιτρέψει να εστιάσουν περισσότερο στη δημιουργικότητα, την κρίση, τη συνεργασία και την καινοτομία. Το μεγάλο στοίχημα είναι να γεφυρωθεί το AI gap, μέσα από ουσιαστική επένδυση σε *upskilling*, *reskilling* και κουλτούρα εμπιστοσύνης, ώστε η τεχνολογία να λειτουργεί ως μοχλός ανθρώπινης ανάπτυξης και όχι ως παράγοντας ανασφάλειας».

## 2026 Global Gen Z and Millennial Survey:

### - Η οικονομική πίεση αναδιαμορφώνει τα προσωπικά και επαγγελματικά χρονοδιαγράμματα

Για πέμπτη συνεχή χρονιά, το κόστος ζωής αποτελεί την κυριότερη ανησυχία και για τις δύο γενιές, ξεπερνώντας με σημαντική διαφορά άλλες κοινωνικές ανησυχίες. Η οικονομική πίεση τροφοδοτεί την τάση μετάθεσης σημαντικών αποφάσεων ζωής για αργότερα. Η φιλοδοξία παραμένει, η οικονομική τους πραγματικότητα όμως έχει μεταβάλει τα χρονοδιαγράμματα των σημαντικών σταθμών της ζωής τους.

- **Οι οικονομικοί περιορισμοί μεταβάλλουν τα χρονοδιαγράμματα:** Περισσότεροι από τους μισούς Gen Zs (55%) και Millennials (52%) δηλώνουν ότι έχουν αναβάλει σημαντικές αποφάσεις ζωής, όπως η δημιουργία οικογένειας, η συνέχιση των σπουδών ή η έναρξη μιας επιχείρησης, λόγω της οικονομικής τους κατάστασης.
- **Η εύρεση κατοικίας παραμένει σημαντικός περιοριστικός παράγοντας και επηρεάζει τις επαγγελματικές αποφάσεις:** Το 69% των Gen Zs και το 64% των Millennials δηλώνουν ότι η διαθεσιμότητα ή η δυνατότητα οικονομικής κάλυψης μιας κατοικίας έχει άμεσο αντίκτυπο στις επαγγελματικές τους αποφάσεις και στο πού μπορούν να εργαστούν.
- **Παρά τις πιέσεις, η οικονομική αισιοδοξία παραμένει:** Το 53% των Gen Zs και το 45% των Millennials αναμένουν ότι η προσωπική οικονομική τους κατάσταση θα βελτιωθεί μέσα στον επόμενο χρόνο.

### - Οι ηγετικές θέσεις παραμένουν ελκυστικές, αλλά μόνο εφόσον είναι βιώσιμες

Το ενδιαφέρον για τις ηγετικές θέσεις παραμένει υψηλό, χωρίς όμως να αποτελεί άμεση προτεραιότητα. Όπως και πέρσι, έτσι και φέτος, μόλις το 6% των Gen Zs και των Millennials δηλώνουν ότι η κατάκτηση μιας ηγετικής θέσης αποτελεί τον κύριο επαγγελματικό τους στόχο. Η επιφυλακτικότητα αυτή συνδέεται με τις ανησυχίες για τις πιέσεις που μπορεί να συνεπάγεται ένας ηγετικός ρόλος.

- **Οι Gen Zs και οι Millennials λαμβάνουν επαγγελματικές αποφάσεις που δίνουν προτεραιότητα στη μακροπρόθεσμη καταλληλότητα μιας θέσης έναντι της βραχυπρόθεσμης ανέλιξης:** Οι περισσότεροι Gen Zs και Millennials προτιμούν τη σταθερή πρόοδο (44% των Gen Zs και 45% των Millennials) ή τις οριζόντιες μετακινήσεις (21% των Gen Zs και 19% των Millennials), έναντι των γρήγορων προαγωγών (25% των Gen Zs και 21% των Millennials).
- **Η ηγεσία συνδέεται με πιέσεις στο well-being:** Τα συχνότερα αναφερόμενα εμπόδια για την ανάληψη ηγετικών ρόλων είναι το άγχος και το burnout (50% των

Gen Zs και 49% των Millennials), η υπερβολική ευθύνη (50% των Gen Zs και 48% των Millennials), καθώς και οι ανησυχίες για την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (41% των Gen Zs και 46% των Millennials).

- **Ωστόσο, πολλοί εξακολουθούν να επιθυμούν ηγετικούς ρόλους στο μέλλον:** Τα τρία τέταρτα των Gen Zs (76%) και τα δύο τρίτα των Millennials (67%) δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να διεκδικήσουν ανώτερους ηγετικούς ρόλους σε κάποια στιγμή της καριέρας τους.

#### - **Επιτάχυνση του AI, έλλειψη οργανωσιακής ετοιμότητας**

Σχεδόν τα τρία τέταρτα των Gen Zs και των Millennials (74%) δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν το AI στην καθημερινή τους εργασία, ποσοστό σημαντικά αυξημένο σε σχέση με πέρυσι (57% των Gen Zs και 56% των Millennials). Παρότι το AI αντιμετωπίζεται ευρέως ως επιταχυντής, που συμβάλλει στη βελτίωση της αποδοτικότητας, της ποιότητας του παραγόμενου έργου και της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, ορισμένοι θεωρούν ότι οι οργανισμοί δυσκολεύονται να ακολουθήσουν τον ίδιο ρυθμό. Παράλληλα, οι συμμετέχοντες βρίσκονται αντιμέτωποι με την ψηφιακή κόπωση, η οποία εντείνεται από την εισροή ψηφιακών εργαλείων που συχνά δεν είναι επαρκώς ενσωματωμένα σε υφιστάμενα συστήματα και ροές εργασίας.

- **Οι Gen Zs και οι Millennials χρησιμοποιούν το AI ως σύμβουλο καριέρας (Career Coach):** Πέρα από την ενίσχυση της αποδοτικότητας και της ποιότητας της εργασίας, οι γενιές αυτές αξιοποιούν το AI για να εντοπίζουν ευκαιρίες μάθησης και ανάπτυξης (79% και στις δύο γενιές), να αναζητούν συμβουλές σταδιοδρομίας (72% των Gen Zs και 69% των Millennials) και να διαχειρίζονται το εργασιακό άγχος (67% των Gen Zs και 65% των Millennials).
- **Υπάρχει χάσμα ετοιμότητας στο AI μεταξύ εργαζομένων και οργανισμών:** Οι Gen Zs και οι Millennials θεωρούν ότι προσαρμόζονται ταχύτερα από τους εργοδότες τους, καθώς σχεδόν το ένα τρίτο πιστεύει ότι ο οργανισμός τους δεν είναι προετοιμασμένος για τις αλλαγές που θα φέρει το AI (30% των Gen Zs και 31% των Millennials), ενώ πάλι το ένα τρίτο δηλώνει ότι τα εργαλεία AI που είναι διαθέσιμα στην εργασία τους είναι μόνο εν μέρει ή καθόλου επαρκή (33% των Gen Zs και 32% των Millennials).
- **Σε ένα εργασιακό περιβάλλον που διαμορφώνεται από την τεχνολογία, η ψηφιακή υπερφόρτωση αποτελεί κίνδυνο:** Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (58% των Gen Zs και 54% των Millennials) δηλώνουν ότι βιώνουν ψηφιακή κόπωση από τις συνεχείς ειδοποιήσεις, την εναλλαγή μεταξύ εργαλείων και τη χρήση πολλαπλών πλατφορμών.

#### - **Έρχεται μια σημαντική αλλαγή γενεών**

Καθώς οι baby boomers συνταξιοδοτούνται, οι οργανισμοί βρίσκονται αντιμέτωποι με αυξανόμενη πίεση να διατηρήσουν τη θεσμική γνώση, την ίδια στιγμή που προετοιμάζονται για την Gen Alpha, η οποία αναμένεται να εισέλθει στο εργατικό δυναμικό σε σημαντικούς αριθμούς μέχρι το τέλος της δεκαετίας.

- **Η απώλεια γνώσης αποτελεί πραγματικό κίνδυνο:** Μόλις το 54% των Gen Zs και το 60% των Millennials δηλώνουν ότι οι ομάδες τους θα μπορούσαν να διατηρήσουν την απόδοσή τους εάν ένα βασικό στέλεχος με κρίσιμη τεχνογνωσία αποχωρούσε αύριο, αναφέροντας ως εμπόδια για την αποτελεσματική μεταφορά

γνώσης, τα περιορισμένα κίνητρα, την έλλειψη χρόνου, ζητήματα εμπιστευτικότητας και την υψηλή κινητικότητα εργαζομένων.

- **Η επίδραση του AI στις προσλήψεις εξελίσσεται:** Σχεδόν το ένα τέταρτο των συμμετεχόντων (23%) δηλώνει ότι το AI οδηγεί τις εταιρείες τους στη δημιουργία νέων entry-level ρόλων, αν και ορισμένοι εξακολουθούν να ανησυχούν για την επίδρασή του στις θέσεις εργασίας, με το 20% των Gen Zs και το 17% των Millennials να αναφέρουν ότι οι οργανισμοί τους περιορίζουν τους entry-level ρόλους.
- **Οι Gen Zs και οι Millennials παραμένουν αισιόδοξοι για την ανάπτυξη καριέρας σε entry-level θέσεις:** Όταν ρωτήθηκαν για το πώς η χρήση του AI επηρεάζει τις entry-level θέσεις εργασίας στους οργανισμούς τους, οι συμμετέχοντες ανέφεραν συχνότερα ότι επιτρέπει στους entry-level εργαζομένους να αποκτούν εμπειρία ταχύτερα (26% των Gen Zs και 28% των Millennials), τους δίνει τη δυνατότητα να εστιάζουν σε εργασία υψηλότερης αξίας (25% των Gen Zs και των Millennials) και επιταχύνει τις προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης (25% των Gen Zs και των Millennials).

«Οι Gen Zs και οι Millennials προσαρμόζονται σε έναν κόσμο που απαιτήσε από αυτούς ανθεκτικότητα, νωρίς και συχνά. Προχωρούν μπροστά προσεκτικά, επιλεκτικά και με τους δικούς τους όρους. Ο τρόπος με τον οποίο διαχειρίζονται την αβεβαιότητα, πώς ορίζουν την επιτυχία, πώς σταθμίζουν τους συμβιβασμούς και πώς αλληλοεπιδρούν με τους εργοδότες, θα βοηθήσει στη διαμόρφωση των προτύπων που θα συναντήσει η Gen Alpha καθώς θα αρχίσει να εισέρχεται στην αγορά εργασίας τα επόμενα χρόνια», προσθέτει η **Elizabeth Faber**. «Αυτό αναδεικνύει μια ευρύτερη πραγματικότητα: αυτά που οι γενιές χρειάζονται, θέλουν και περιμένουν από την εργασία θα συνεχίσουν -και πρέπει- να εξελίσσονται. Οι οργανισμοί που θα μπορέσουν να συμβαδίσουν θα είναι εκείνοι που είναι διατεθειμένοι να εξελιχθούν μαζί τους, αναγνωρίζοντας ότι οι προσδοκίες από την εργασία θα συνεχίσουν να αλλάζουν και δημιουργώντας συστήματα σχεδιασμένα ώστε να αλλάζουν μαζί τους».

Για περισσότερες πληροφορίες, διαβάστε την πλήρη έρευνα εδώ:

[Deloitte Global Gen Z and Millennial Survey 2026](#)

#### **Σχετικά με την έρευνα**

Η έρευνα **2026 Gen Z and Millennial Survey** της Deloitte περιλαμβάνει τις απαντήσεις 14.384 Gen Zs (γεννημένων μεταξύ Ιανουαρίου 1995 και Δεκεμβρίου 2007\*) και 8.211 Millennials (γεννημένων μεταξύ Ιανουαρίου 1983 και Δεκεμβρίου 1994). Συνολικά, συμμετείχαν 22.595 άτομα από 44 χώρες της Βόρειας Αμερικής, της Λατινικής Αμερικής, της Δυτικής και Ανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής, της Αφρικής και της περιοχής Ασίας-Ειρηνικού. Η έρευνα διεξήχθη μέσω διαδικτυακών συνεντεύξεων (online self-complete style) μεταξύ 24 Νοεμβρίου 2025 και 15 Ιανουαρίου 2026.

\*Η γενιά Gen Z ορίζεται συνήθως ως οι γεννημένοι μεταξύ Ιανουαρίου 1995 και Δεκεμβρίου 2010, αλλά η παρούσα μελέτη δεν περιλαμβάνει συμμετέχοντες κάτω των 18 ετών. Επομένως, κάθε χρόνο ο ορισμός των Gen Zs στην έρευνα μετατοπίζεται κατά ένα έτος, ώστε να περιλαμβάνει το σύνολο των ενήλικων Gen Zs.

#### **Για περισσότερες πληροφορίες**

Deloitte, Κέλλυ Κουφοπούλου, Senior Manager, Brand & Communications

email: [kkoufopoulou@deloitte.gr](mailto:kkoufopoulou@deloitte.gr)

This document has been prepared by Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants. Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 000665201000 and its registered office at Marousi Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme, a Greek company, registered in Greece with registered number 0001223601000 and its registered office at Marousi, Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25 and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 144724504000 and its registered office at Thessaloniki, Municipality of Pylaia - Chortiatis of Thessaloniki, Vepe Technopolis Thessaloniki (5th and 3rd street), are one of the Deloitte Central Mediterranean S.r.l. (“DCM”) countries. DCM, a company limited by guarantee registered in Italy with registered number 09599600963 and its registered office at Via Tortona no. 25, 20144, Milan, Italy is one of the Deloitte NSE LLP geographies. Deloitte NSE LLP is a UK limited liability partnership and member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee. Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of any of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

DTTL, Deloitte NSE LLP and Deloitte Central Mediterranean S.r.l. do not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more about our global network of member firms. Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte’s approximately 460,000 people make an impact that matters at [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)