



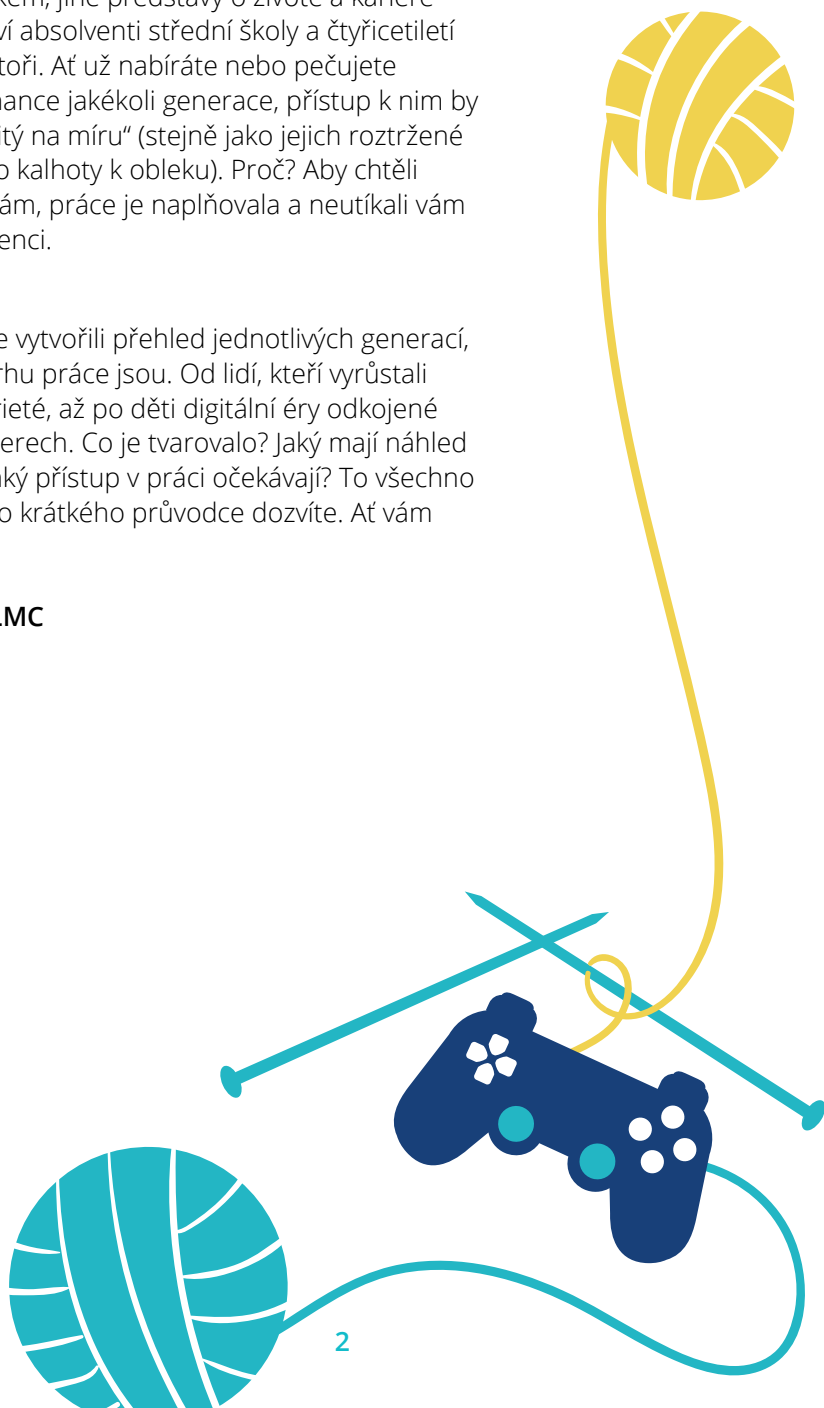
—
**Personalistův
průvodce
po generacích**

lmc

Věk je sice jenom číslo, ale každé číslo se počítá. Je rozdíl, jestli jednáte o benefitech s mileniálem, nebo šedesátníkem, jiné představy o životě a kariéře mají čerství absolventi střední školy a čtyřicetiletí programátoři. Ať už nabíráte nebo pečujete o zaměstnance jakékoli generace, přístup k nim by měl být „šitý na míru“ (stejně jako jejich roztržené džínny nebo kalhoty k obleku). Proč? Aby chtěli zrovna k vám, práce je naplňovala a neutíkali vám ke konkurenci.

Proto jsme vytvořili přehled jednotlivých generací, které na trhu práce jsou. Od lidí, kteří vyrůstali na Televizieté, až po děti digitální éry odkojené na youtuberech. Co je tvarovalo? Jaký mají náhled na svět? Jaký přístup v práci očekávají? To všechno se z tohoto krátkého průvodce dozvíte. Ať vám slouží!

Váš tým LMC



S kým se seznámíme?

Podíl jednotlivých generací na pracovním trhu v ČR v roce 2020:



19,2%

← BABY BOOMERS
55 let a výše



42,2%

← GENERACE X
40 - 54 let

33,3%

← GENERACE Y
25 - 39 let



5,3%

← GENERACE Z
15 - 24 let



Tahle práce není pro mladý

„Jsou staří, neumí jazyky, nic moc už se nenaučí a celkově už nejsou příliš k užítku.“ Tak tenhle zažitý stereotyp o zaměstnancích starších 55 let je naprostý nesmysl. Je na čase, aby personalisté, firmy a manažeři své uvažování změnili. Musí se připravit na to, že dnešní Husákovy děti se brzy přesunou do této početné skupiny a je potřeba s ní umět pracovat.

#moudrost #zkusenosti #loajalita

KDY VYRŮSTALI? Celkem je jich v Česku 3 414 200, z toho pracujících přes milion. Narodili se po válce. Vychovávali je rodiče, kteří oba chodili do práce. Ovlivnili je hippies a punk.

JACÍ JSOU? Bývají materialisticky založení, jelikož od mala slyšali, že za války bylo všeho nedostatek a je potřeba vážit si věcí. Velké procento z nich dosáhlo nižšího vzdělání s výučním listem nebo maturitou. Jsou konzervativnější a moderní technologie nepovažují za tak důležité jako mladší generace. Ekonomická krize v roce 2008 donutila přes čtvrtinu těchto lidí odložit plány na důchod a zůstat v práci.

CO CHTĚJÍ? Stabilitu a úctu. Vráťte jim ji svou loajalitou. Na místě zůstávají o mnoho let déle než mladí absolventi, jejichž průměrná doba setrvání ve firmě bývá jen cca 1,5 roku.

CO MOŽNÁ DĚLÁTE ŠPATNĚ? HR je často podceňuje nebo opomíjí. Když do nich firma neinvestuje a nedá jim příležitost, sami se do ničeho hnát nebudou.



Důvodů, proč byste baby boomers neměli stavět na druhou kolej, je hned několik. „Všichni chtějí mladé a dynamické lidi do svých dynamických kolektivů. Tak zní nejběžnější náborové klišé. Aktuálně je u nás kolem 250 000 nezaměstnaných, přičemž absolventi škol a mladiství z nich tvoří nejmenší část. Lidé nad 50 tvoří z nezaměstnaných celou jednu třetinu,“ upozorňuje datový analytik LMC Tomáš Ervín Dombrovský.



Přitom mezi zaměstnanými mají právě padesátníci zdaleka nejnižší míru fluktuace ze všech – oproti lidem do 34 let jen třetinovou.

Není to tak, že česká populace začne za nějakou dobu postupně stárnout — už stárne, a to velmi rychle.

Tomáš Ervín Dombrovský, datový analytik LMC

Průměrný věk českých zaměstnanců nyní dosahuje **43,5 roku**. Když se podíváme, jaká bude situace za další dekádu, **dvě třetiny** zaměstnanců budou výrazně **nad čtyřicítkou** a početně nejsilnějším ročníkům tzv. Husákových dětí bude vesměs **přes padesát**. Co se tedy naučíte s nynějšími baby boomers, to využijte v budoucnu s generací X. Je to nutnost, starších zaměstnanců bude přibývat.

Kolik firem zajímá věk? Budete se divit.
PŘEČTĚTE SI TO!

Praxe mluví za vše

Vybrali jsme dvě firmy, které by mohly svým přístupem ke starším zaměstnancům jít příkladem.

„Pustili jsme se do změn a osvěty, pro personalisty jsme uspořádali semináře, téma jsme otevřeli také s manažery a vedením společnosti. Změnili jsme inzerci, připravili stránku přímo nazvanou 50+ a životopisů začalo přibývat. Personalisté začali zvát a přijímat daleko víc lidí a manažeři zjistili, že v padesátnících mají stabilní zaměstnance.“

Ladislav Onderka, recruitment manager, IKEA

Naše banka je trochu specifická v tom, že průměrný věk našich lidí je 47,5 roku, což je víc než průměr obyvatel Česka. Snažíme se hodně zaměřovat na flexibilitu, protože je velice obtížné vyhovět různým typům lidí. Proto podporujeme zkrácené úvazky, investovali jsme hodně peněz a úsilí do home office.

Radek Hájek, personální ředitel, ČSOB

Nevíte, kde brát lidi?

TADY



GENERACE X

Husákovy děti táhnou ekonomiku

Je jich přes 2 400 000, z toho celkem 2 281 800 pracujících. A to už je pořádné číslo. Mějte je v hledáčku.

#pracanti #vyssimzda #seberealizace

KDY VYRŮSTALI? Narodili se mezi lety 1966 a 1979. Prožili analogové dětství (s mončičáky a igráčkem). Abbu, Europe, Madonnu a Elán poslouchali z kazeťáku a desek. Vyzkoušeli kalhoty do zvonu, netopýří rukávy i džínové kraťasy. Trendy byly plíšňáče vybělené chlórem a pro pravé džíny chodili do Tuzexu.

JACÍ JSOU? Pamatují socialismus i optimismus devadesátek – konečně mohli cestovat, podnikat, studovat. Právě oni se přestali masově ženit a vdávat a tuší, že ze státního důchodu nevyžijí. Mezi jejich hodnoty patří finanční zabezpečení, klidný život a vlastní bydlení. Razí heslo „nejdřív práce, potom zábava“.

CO CHTĚJÍ? V zaměstnání je drží zajímavá náplň práce, finanční ohodnocení, zvyk, pohodlí nebo přístup nadřízeného a vlastní seberealizace. Motivuje je dobrý vztah s kolegy, možnost vidět výsledky vlastní práce, pochvala a ocenění, příjemný kontakt se zákazníkem i kariérní postup.

CO MOŽNÁ DĚLÁTE ŠPATNĚ? „Xka“ chtějí dělat něco smysluplného, zajímá je dopad jejich práce. Jde o lidi na vrcholu sil a jsou hodně žádaní. Myslete na to.

„Nyní je Husákovým dětem přes 40 let, mají své rodiny, jsou na vrcholu pracovní kariéry a patří do věkové skupiny s nejvyšší hrubou mzdou.“

Gabriela Stražilová, ČSÚ

Zástupci generace X jsou zvyklí pracovat ve standardním režimu, byli u budování kapitalismu, kdy bylo normální pracovat přesčas. Jsou to lidé, u nichž se předpokládá, že vzhledem k věku budou věrní firmě a nepotřebují speciální přístup.

Ale pozor. Husákovy děti jsou ve věku, kdy se stále více ptají po smyslu práce. Jsou často materiálně zabezpečeny, tudíž pro ně není problém udělat změnu. Není neobvyklé, když zvažují i změnu směrem k podnikání a větší nezávislosti. Zaměstnavatelé by tedy neměli tuhle generaci brát jako jistý inventář. Jsou motorem dnešní ekonomiky.

„Jde o generaci zkušenou, zodpovědnou, která má nadhled, a je proto vhodné zapojit ji ve firmě jako mentory či školitele.“

Lenka Šilerová, Senior Consultant, Ipsos



Umožněte Xkům
pracovní flexibilitu. Jde o tzv.
sendvičovou generaci, která se
mnohdy stará o nedospělé děti
i stárnoucí rodiče.



Flexibilní pracovní doba.
A CO JEŠTĚ ČEŠI MILUJÍ?

U mileniálů vede zajímavá náplň práce

Generace Y představuje asi čtvrtinu populace. To není malé číslo. Většina z nich už navíc pracuje a na trhu práce budou ještě hodně dlouho. Mileniálové jsou hladoví po úspěchu a mají jiná očekávání. HR by se jim proto mělo soustředěně věnovat.

#devadesatky

#sebevedomi

#nezavislost

KDY VYRŮSTALI? Rodili se zhruba od roku 1980 do poloviny 90. let.

JACÍ JSOU? Dospívali na přelomu tisíciletí a jejich očekávání od života i práce jsou dost odlišná od předchozích generací. Jejich mládí poznamenal nástup domácích počítačů a internetu, v roce 1992 ochutnali v prvním McDonaldu cheeseburger. Mileniálky měly světové módní trendy jako na dlani. V noci mileniálové vymetali kluby, kina, divadla, festivaly.

CO CHTĚJÍ? Generace Y je nezávislá, sebevědomá, touží po úspěchu. Už nestaví na formálním vzdělání, které bylo předpokladem pro výkon kvalifikovaného zaměstnání. Za klíčové považují praktické dovednosti. Pracovní a soukromý život oddělují.

CO MOŽNÁ DĚLÁTE ŠPATNĚ? Předpokládáte, že mileniálové nejsou vůbec loajální? Z LMC Výzkumu Znalosti značek (podzim 2019) sice vyplývá, že mladí lidé častěji očekávají, že změní práci, nutně to však neznamená, že by byli neloajální – k věku, kdy potřebují získávat zkušenosti, to zkrátka patří. Pokud s nimi budete pracovat a dáte jim možnost se rozvíjet a posouvat, vydrží u vás.



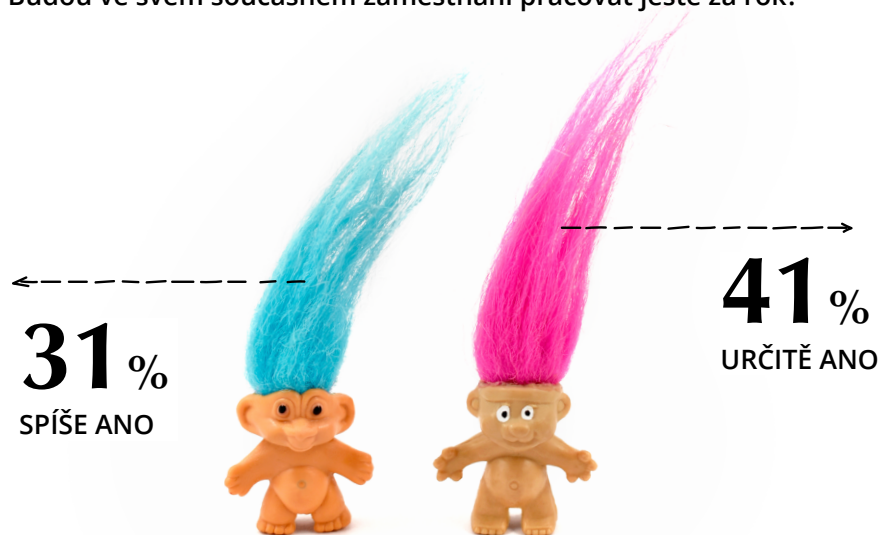
V zaměstnání je udrží:

- možnost posouvat se k zajímavějším projektům a více je ovlivňovat
- zajímavá náplň práce
- finanční ohodnocení
- vztahy s kolegy
- zvyk
- pohodlí
- fakt, že jim v práci vyjdete vstříc
- pracovní podmínky
- rozvoj kvalifikace
- prestiž firmy, v níž pracují

Jejich motivaci posílí:

- pochvala a ocenění
- možnost vidět výsledky své práce
- mít příjemný kontakt s kolegy nebo zákazníkem
- kariérní postup

Budou ve svém současném zaměstnání pracovat ještě za rok?



Generace Y podle průzkumu LMC častěji hledá zaměstnání na internetu. Využívá k tomu pracovní portály v podobné míře jako ostatní lidé.

Do výzkumu generace Y se pustili i psychologové z Masarykovy univerzity v Brně. Výsledky zveřejnili v roce 2017:

„Generace Y bývá označována za požívačnou a odkládající povinnosti. Podle zkoumání to ale vypadá, že to nedělá záměrně. Jde totiž o první porevoluční generaci, která má téměř neomezené možnosti, a teď se pere s tím, jak si z nich co nejlépe vybrat.“

Ve společnosti Behavio dělí mileniály na tři skupiny:

1

KARIÉRISTÉ

(nejčastěji se vyskytující druh): Je pro ně klíčový kariérní postup a rozvoj pracovních schopností.

2

BOHÉMOVÉ:

Chtějí, aby je práce bavila, hledají mezi ní a soukromím balanc a neřeší tolik kariérní růst.

3

STABILISTÉ:

Nechtějí žít v nejistotě a je pro ně důležitá stabilní práce.

Co nejtrapnějšího zažili mileniálové na pohovorech?

ČTĚTE

GENERACE Z

Digitální domorodci nejsou líní. Jsou efektivní

Děti nového tisíciletí nebo taky generace Z. Tak se označují nejmladší zaměstnanci. Jak se chovají a budou chovat v pracovním životě a na co je nalákáte?



#udrzitelnost

#mladivpred

#smartgenerace

KDY VYRŮSTALI? Narodili se po roce 1995 (částečně se překrývají s generací Y). Do této generace patří 1 700 700 dětí. Něco málo přes 960 tisíc z nich je ve věku 15 až 24 let a z toho pouhých 286 200 už pracuje.

JACÍ JSOU? Chytrý telefon uměla „zetka“ ovládat dřív než vidličku. Mají YouTube hvězdy, doma mezi ně patří třeba Kovy (ale i úspěšní startupisté). Poslouchají muziku, sledují filmy a videa (nebo je natáčejí), hrají videohry, visí na sociálních sítích. Jako první generace veřejně přiznávají, že se nechávají ovlivnit influencery.

CO CHTĚJÍ? Lákají je nové zážitky. Ve Spotify zveřejnili výzkum, podle něž věří, že hudba lidi spojuje. Milují novinky, zajímají je nové věci, myšlenky, hudba, podcasty, koníčky, zážitky... Zároveň jde o generaci pragmatictější, s uvědomělejším přístupem k životu. Podle McKinsey & Company chce 7 z 10 mladých po firmách odpovědnost v sociální a environmentální oblasti.

CO MOŽNÁ DĚLÁTE ŠPATNĚ? Zřejmě jim platíte méně, než by si představovali. Z výzkumu LMC JobsIndex (září 2019) vyplývá, že 58 % mladých mezi 18 a 24 lety má pocit, že dostávají nižší mzdu, než by odpovídalo jejich pozici. Celých 40 % z nich si přitom myslí, že jejich práce se stala rutinou a je stereotypní. Z aktuálního průzkumu mezi absolventy vyplývá, že důležitější než peníze je pro ně smysluplnost práce, kariéerní posun a učení se něčemu novému a zajímavému.

Kdy jsou „zetka“ v práci spokojená?

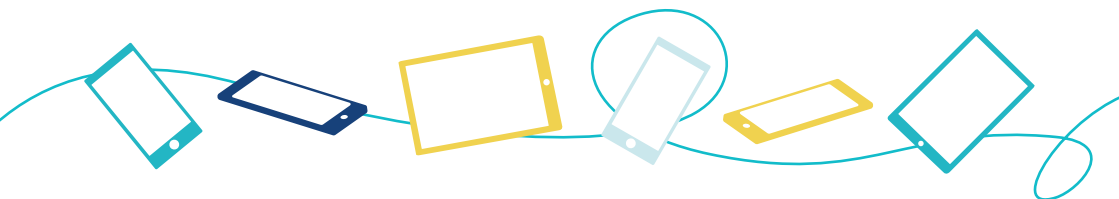
Hlavním parametrem spokojenosti u současného zaměstnavatele je pro ně pracovní atmosféra ve firmě (až 72 %) a úspěšnost firmy na českém trhu (69 %). Potom je na řadě skutečnost, jestli je práce vůbec baví (61 %), a spokojenost se zaměstnavatelem (55 %).

LMC JobsIndex

V porovnání se staršími generacemi jsou Z nejméně loajální. V práci je ale podle Ipsosu udrží vztahy s kolegy, pracovní podmínky a vědomí, že jim zaměstnavatel vyjde vstříc. Podle portálu Česko v datech mají chuť sbírat zkušenosti rovnou v pracovním procesu a ve velkých organizacích pracují jako nezávislé jednotky. Využívají online výzkumy, virtualizaci a řeší inovace. Chtějí věci dělat efektivněji a inovativně.

„V práci očekávají rovnost a volnost. Jsou týmovější než generace Y. Mají ambici vše zorganizovat a zařídit. Úspěch je podle nich dán spoluprací s ostatními lidmi. Jejich očekávání od zaměstnavatele jsou vysoká. Jsou nároční na sebe i na zaměstnavatele a chtějí, aby byli aktivně podporováni v kariéerním postupu.“

Markéta Kneblíková, Ipsos

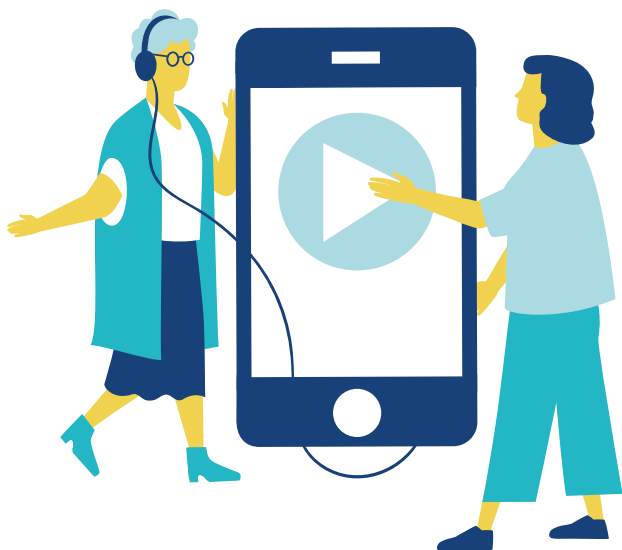


Závěr

Práce s lidmi je ta nejtěžší na světě. Lidé se samozřejmě nedají škatulkovat a spousta z nich se zástupcům generací, o nichž píšeme, úspěšně vymyká. Ale i pár univerzálních rad a zkušeností může znamenat velký rozdíl.

Mějte své lidi rádi, ať už nosí tesilky, nebo džíny, poslouchají Evu a Vaška, nebo AC/DC. Oplatí vám to. Třeba **spravedlivým ohodnocením na Atmoskopu**, kopáním za váš tým nebo svou loajálností.

Vaše LMC



lmc