

Generace X, Y, Z na trhu práce

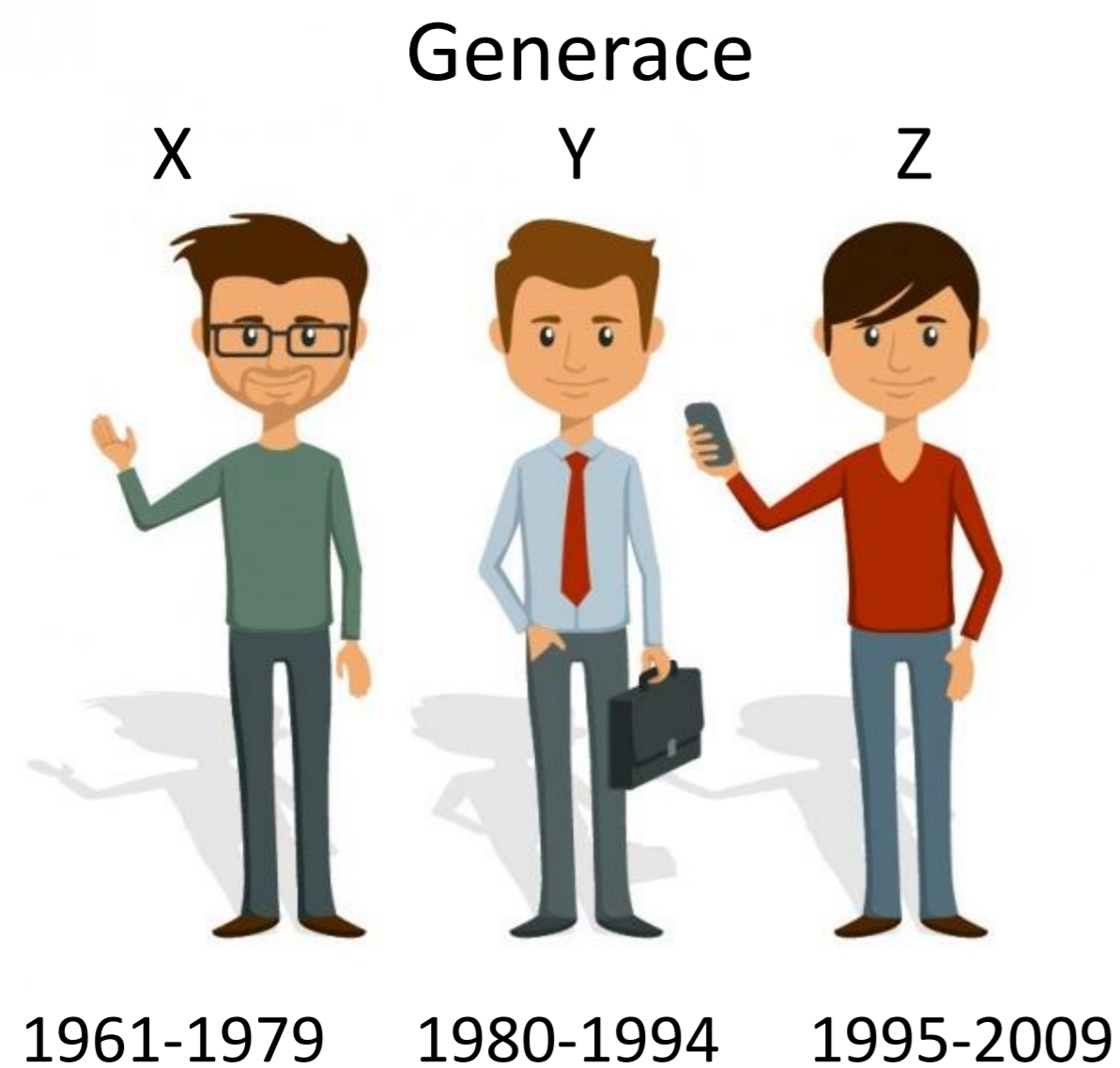
Generation X, Y, Z at the labor market

Anežka Flenerová

Akademický rok: 2016/2017
Studijní obor: Personální management v průmyslových podnicích
Vedoucí práce: PhDr., Blanka Jirkovská, Ph.D.

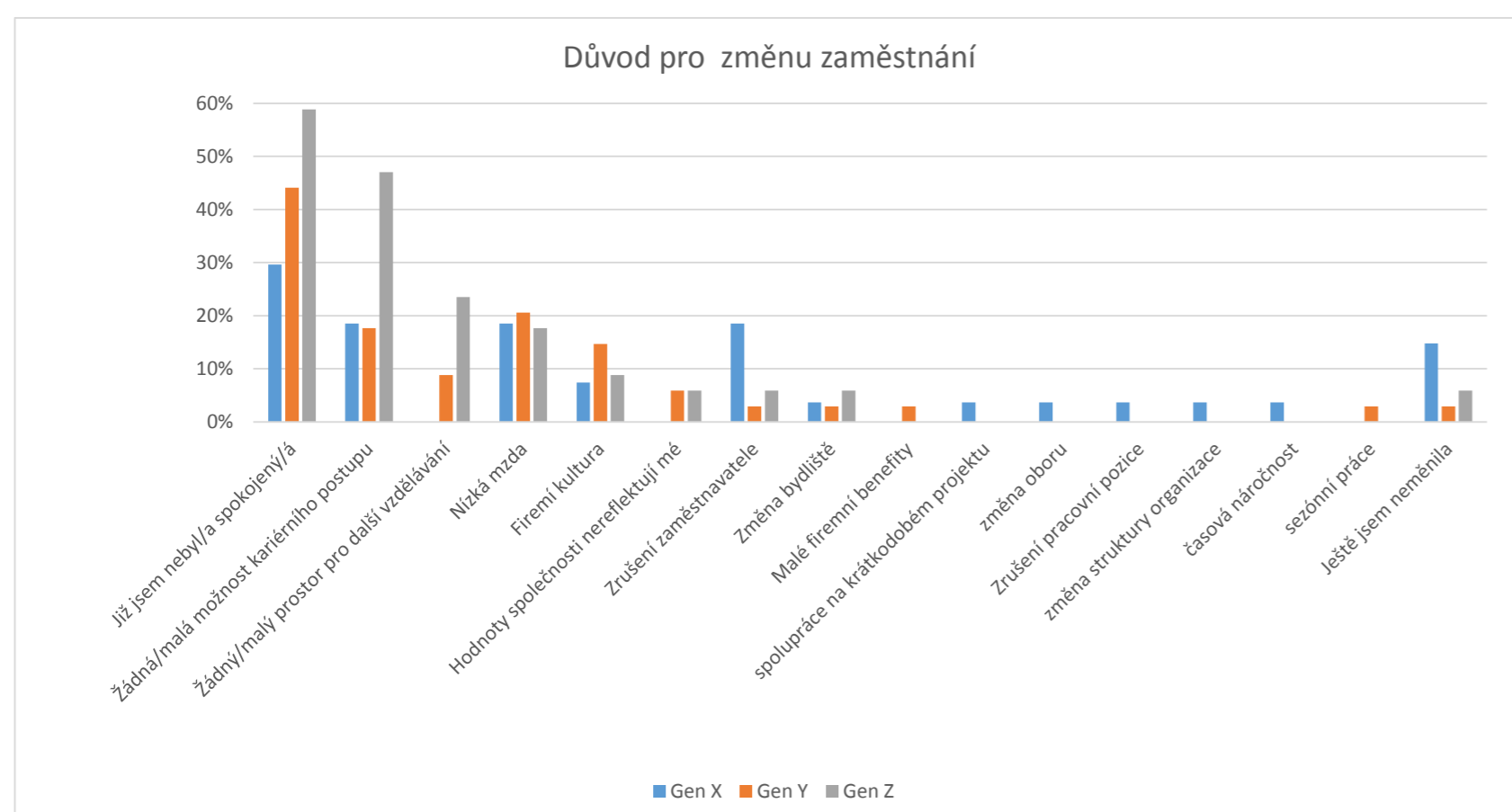


**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**



Abstract

My bachelor theses contains description of Generations X, Y, Z with focus on their behavior at the labor market. The goal of my work is to suggest effective recruitment for each generation based on the described behavior. I chose quantitative questionnaire as the method of practical part, which I then compared with existed surveys. The result was the behavior characteristics when looking for a new employment, which the lead to the proposal how to target each generation the best way.



Závěr

Při náboru zaměřeném na Generaci Z by se měla zdůraznit flexibilita, možnost vzdělávání a neformální prostředí. Při sestavování inzerátu by se mělo dát prostor nevšednosti a kreativitě. Poté by měli být zveřejněni i na sociálních sítích. Inzerát by měl být strukturovaný s rozepsaným popisem společnosti a pozice.

Při získávání Generace Y by se měla zdůraznit také flexibilita, proměnlivost práce a firemní benefity. Při cílení na Generaci Y lze také využít sociální sítě. Inzerát mířený na tuto generaci by neměl být anonymní, dále, stejně jako u Generace Z, by neměl obsahovat strohý popis společnosti a pracovní pozice.

Generaci X lze nalákat na vyšší finančního ohodnocení, flexibilitu a pracovní kolektiv. U Generace X je také dobré využití sociálních sítí, ne všichni je však používají, takže se na ně nelze tak spoléhat. Inzerát cílený na tuto generaci by měl obsahovat rozsáhlejší popis společnosti a měl by být strukturovaný.

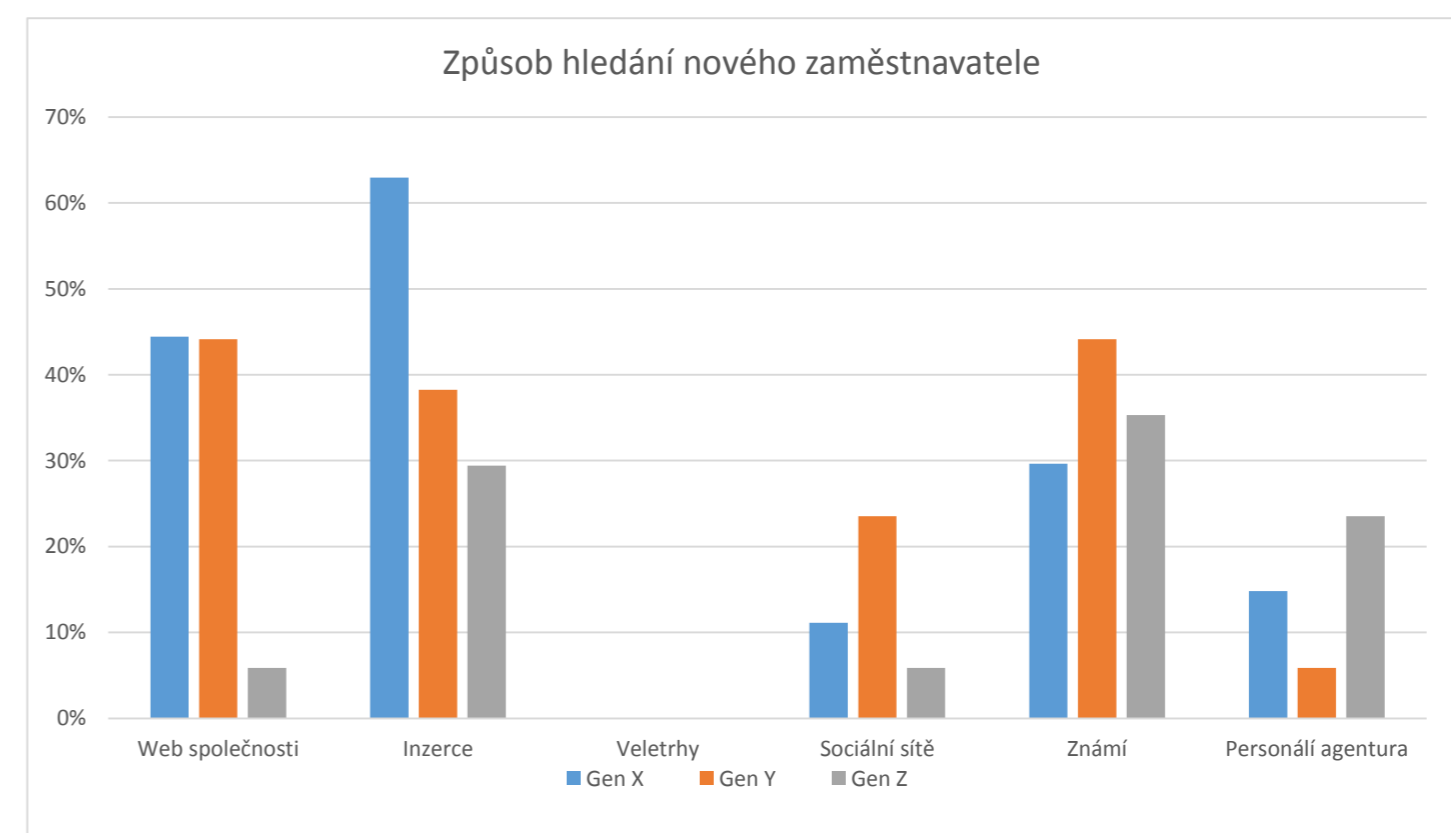
Zvýšit možnost reakcí od všech generací pak lze zveřejněním výše mzdy a firemních benefitů.

Použitá literatura:

ARMSTRONG, M., a TAYLOR, S. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy. 13. vyd. Praha: Grada Publishing, 2015
HORVÁTHOVÁ P., BLÁHA, J., ČOPÍKOVÁ, A. Řízení lidských zdrojů: Nové trendy. Management Press, 2016
KOCIÁNOVÁ, R. Personální řízení: Východiska a vývoj, 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012
MCCRINDLE, M. THE ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. 3. vyd., McCrindle Research Pty Ltd, 2014

Abstrakt

Obsahem mé bakalářské práce je popis Generací X, Y, Z a to zejména jejich chování na trhu práce. Cílem mé práce je z popsaného chování navrhnout efektivní nábor pro každou generaci. Jako metodu praktické části jsem zvolila kvantitativní dotazníkové šetření, které jsem následně porovnála s již provedenými průzkumy na toto téma. Výsledkem byla charakteristika jejich chování při hledání zaměstnání, z čehož jsem navrhla, jak na každou generaci lépe zacílit.

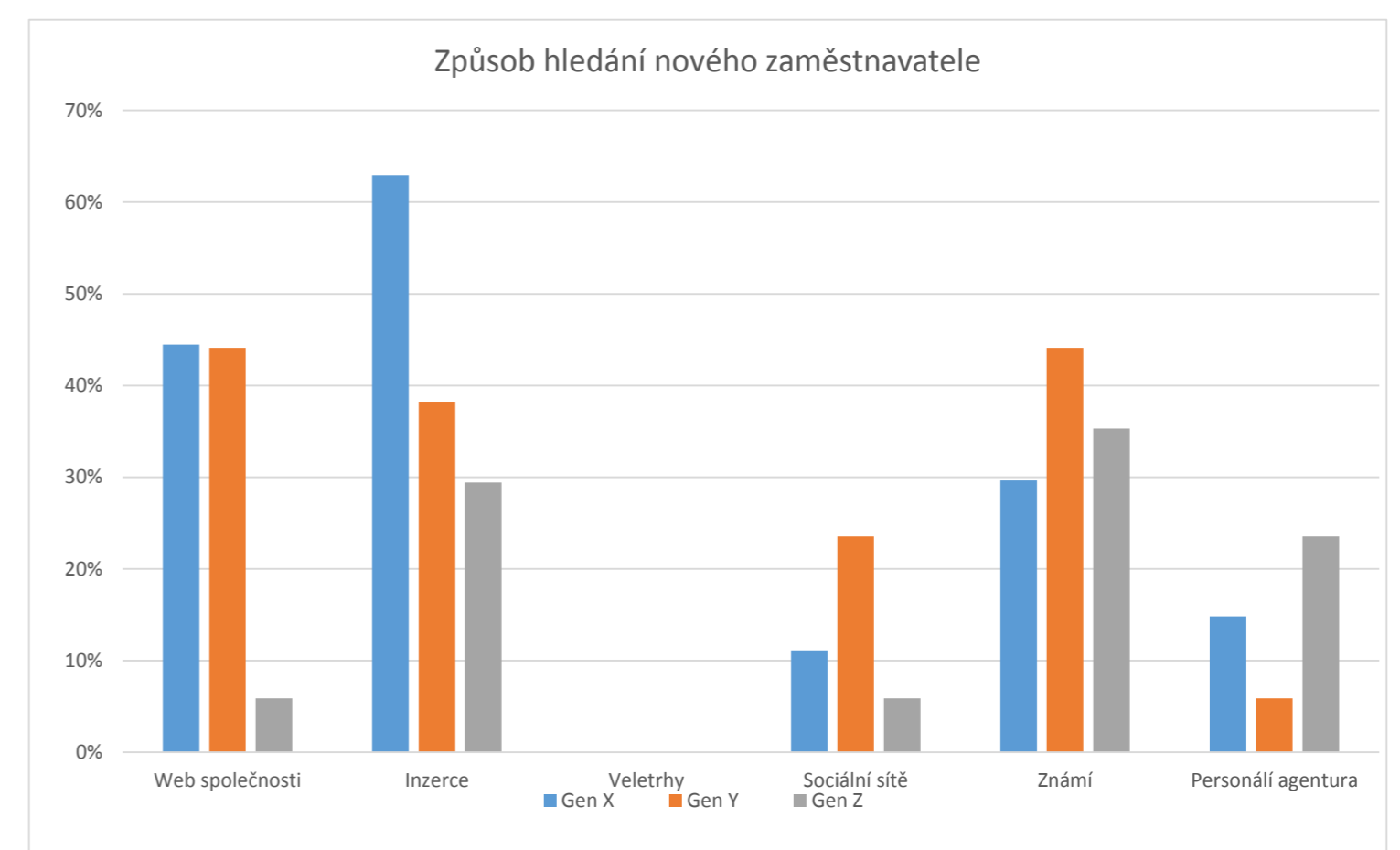


Metodika

Průzkum jsem provedla pomocí kvantitativního šetření formou dotazníku s uzavřenými či polootevřenými otázkami, které se týkaly pracovního prostředí, motivace a změny zaměstnání Generace X, Generace Y a Generace Z. Toto šetření nebylo vázáno na žádnou konkrétní společnost.

Jako limit mého průzkumu se ukázala zaměstnanost generace Z, která ještě není tak rozšířená na trhu práce.

Data jsem sbírala pomocí online dotazníku, který byl šířen pomocí sociálních sítí, dále jsem rozdala několik tištěných dotazníků, které byli určené pro Generaci X. Sběr dat probíhal v období od 12.4. do 21.4.2017.



Výsledky

Generace X je loajálnější vůči svému zaměstnavateli než mladší generace. Déle než 10 let u stejného zaměstnavatele je ochotná zůstat nejvíce Generace X, měnit do 3 let nejčastěji chce Generace Y. Pracovní prostředí všechny generace upřednostňují uvolněné s přátelskými vztahy. Čím je generace mladší, tím jsou otevřenější k práci v méně tradičního uspořádání - open space, formou space sharing či v kavárnách. Stěhovat za prací.

Nové zaměstnání hledají všechny generace přes pracovní portály a webové stránky společností, dále pak mladší generace na sociálních sítích. Generace Y si nejvíce potrpí na formu, jakou je volná pracovní pozice inzerovaná. Nejčastější překážky při odpovědi na inzerát byla u Generace X strohý popis organizace a pracovního místa, u Generace Y anonymita inzerátu a strohý popis společnosti, u Generace Z neuvedené benefity a mzda.