



180

1839-2019

Generační obměna a její dopady v TŽ



Ing. Ivo Žižka

Ředitel pro personalistiku a vnější vztahy



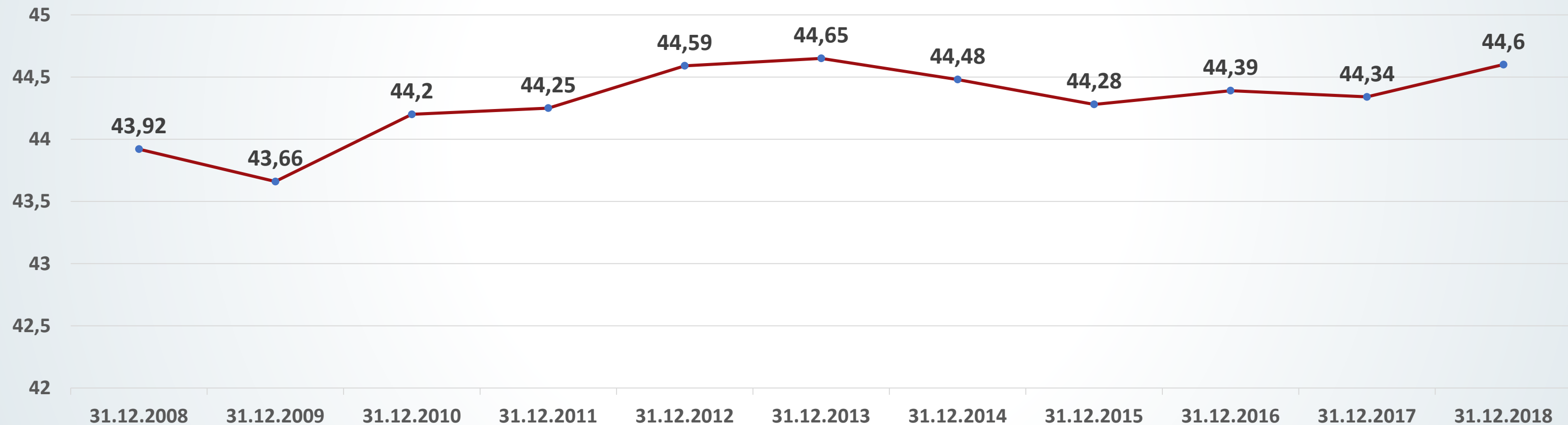
180
1839-2019

Potřeba technicky vzdělaných lidí pro TŽ

- ⇒ Generační obměna = cca 350 nových kolegů ročně
- ⇒ Dobrovolná fluktuace = dalších 250
- ⇒ Vlastní škola = cca 120 absolventů ročně
- ⇒ Zbytek z trhu práce
- ⇒ Co je proti zájmu?
 - ⇒ „Firemní kultura“ společnosti
 - ⇒ Nechuť k nepřetržitému provozu (work-life balance)
 - ⇒ Ale také mezilidské vztahy

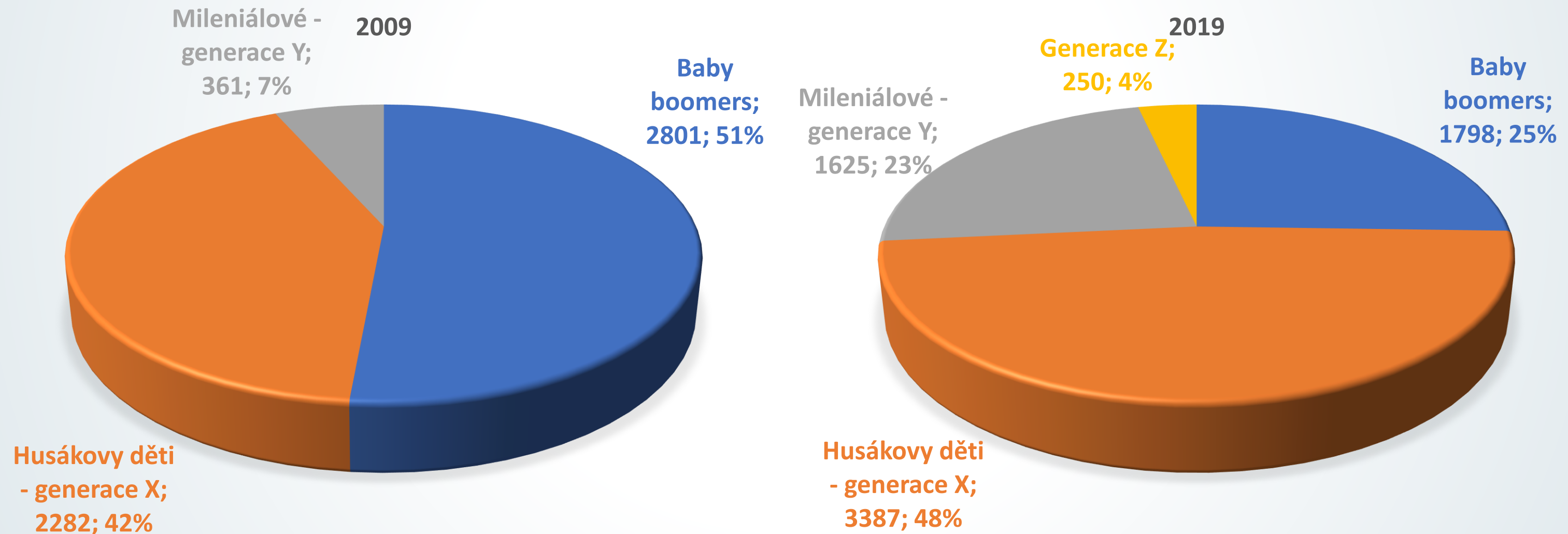
Interní komunikace napříč generacemi (vnitřní situace TŽ)

➔ TŽ – průměrný věk



Interní komunikace napříč generacemi (vnitřní situace TŽ)

→ TŽ – generační skladba 2009 / 2019



Interní komunikace napříč generacemi (generace Y)

- ➔ Mileniálové (generace Y) jako zaměstnanci
- ➔ Přinášejí nové pohledy a postoje, kterými se liší od předchozích generace
 - ➔ žijí on-line
 - ➔ vyhledávají informace (např. recenze zaměstnavatelů)
 - ➔ sdílejí svou zkušenost s ostatními
 - ➔ moderní technologie ovládají a vyžadují (jako nástroj zjednodušení a urychlení činností)
 - ➔ méně na ně fungují striktní pravidla nebo zákazy
 - ➔ nižší ochota se jim podřizovat
 - ➔ tendence „přezkoumávat“ jejich smysl a opodstatněnost
 - ➔ důraz na „zaměstnaneckou zkušenost“

Interní komunikace napříč generacemi (generace Y)

- ➔ Co v práci motivuje mileniály
 - ➔ work – life balance x flexibilita
 - ➔ smysl práce x smysluplnost práce (činností)
 - ➔ spravedlnost – férovost (ve vztazích, v přístupu k lidem, v odměňování)
 - ➔ autonomie v práci (podíl na rozhodování o konkrétních úkolech, způsobech jejich naplnění, organizaci práce...)
 - ➔ vědomí „vyššího poslání“ – firmy a tím i vlastní práce
 - ➔ komunikace – ne jen jednosměrná = chtějí říct svůj názor a vidět, že je zaměstnavatel skutečně poslouchá a jejich názor má dopad

Interní komunikace napříč generacemi (generace Z)

- ③ Generace Z a jejich priority:
 - ③ snaha o propojení pracovního a soukromého života (flexibilita, práce z domu...)
 - ③ on-line a digitální technologie jako běžná součást života i práce
 - ③ důraz na hodnoty – kritický pohled na značku firmy
 - ③ vysoká míra individualismu
 - ③ požadavek na přátelské a příjemné pracovní prostředí
 - ③ důležitost komunikace – potřeba stálé zpětné vazby
- ③ Výše příjmu a benefity jsou rozhodující jen nakolik jim umožní naplnit uvedené priority

Děkuji za pozornost