Age Management

Mgr. Lucie Halušková

www.hrmeziradky.cz

IVECO BUS

ACTION

kiekert
TECHNOLOGY THAT LEADS

BRAMMER

MOOG

Mgr. Lucie Halušková

CONECTIO

Femme Palette

Velvyslanectví České republiky v Athénách

počítárna

NORGREN

2005 Právnická fakulta Univerzity Palackého, 2012 BIBS – mezinárodní právo a ekonomie

2005- 2019 Výrobní HR Manager ,fanoušek kolektivního vyjednávání a vztahy s odbory

Člen TLC Expert, Unie Personalistů, školitel Orange Academy, pravidelný přispěvatel AD Rem

HR controlling, Internal Auditor, Certifikace pro Onboarding and Offboarding, snižování fluktuace a absence

AUTHENTICA GROUP

Slovácká pekárna

SLOKOV KOVO

2019 -2022 Retail HR Manager

2022 HR Legal Club

(Ne)vinné HR /HR mezi řádky

Dnešní program

- *Generace, Data a rozdíly*
- *Age management*

Generace

Age Management

- **Age management pomáhá zaměstnavatelům využívat rozdílností mezi generacemi pracovníků k lepší efektivitě, produktivitě**

- Způsob vedení lidí zohledňující jejich věk a životní fáze.
- Zdraví, kompetence, hodnoty, postoje i motivace jedince se totiž mění v průběhu života a zaměstnavatelé by s těmito změnami měli umět pracovat.

Princip Age managementu

Jedinec může využít svůj potenciál bez ohledu na svůj věk, kvůli kterému nebude znevýhodňován.

Stárnutí populace

- Vznik ve Finsku v 80. letech.
- ČSÚ – 2/2 21. století ČR 2,5krát více seniorů než dětí

- Průměrný věk obyvatel by se tak měl zvýšit na 50 let.

Tichá generace

Silná poválečná generace

Generace X

Generace Y

Generace Z

Generace Alfa

oblíbený způsob komunikace	lidská interakce	telefon	email	sms, chat	smartphone, sociální sítě	tablet, hry
charakteristické vlastnosti	disciplinovaní, loajální	experimentální, inovátorští	nezávislí, důmyslní	bezprostřední, sebevědomí	kreativní, flexibilní	optimističtí s vysokými nároky
marketing & média	noviny, rádio	časopisy, televize	internetové vyhledávače, televize	sociální sítě, multimédia	sociální sítě, influecing	influecing
typický životní postoj	tradiční, opatrný, svědomitý	optimistický, týmový, pracovitý, důraz na osobní růst	vynalézavý, pracovní a soukromý život v rovnováze	ambiciózní, komunikativní, otevření novým myšlenkám	empatický, propojenost s technologiemi, vnímání mezilidských vztahů a společenských problémů	hyperpropojenost s technologiemi, rozmanitost životního stylu i úhlů pohledu
	1925 - 1945	**1946 - 1965**	**1966 - 1979**	**1980 - 1994**	**1995 - 2014**	**2015+**

Doplňující informace

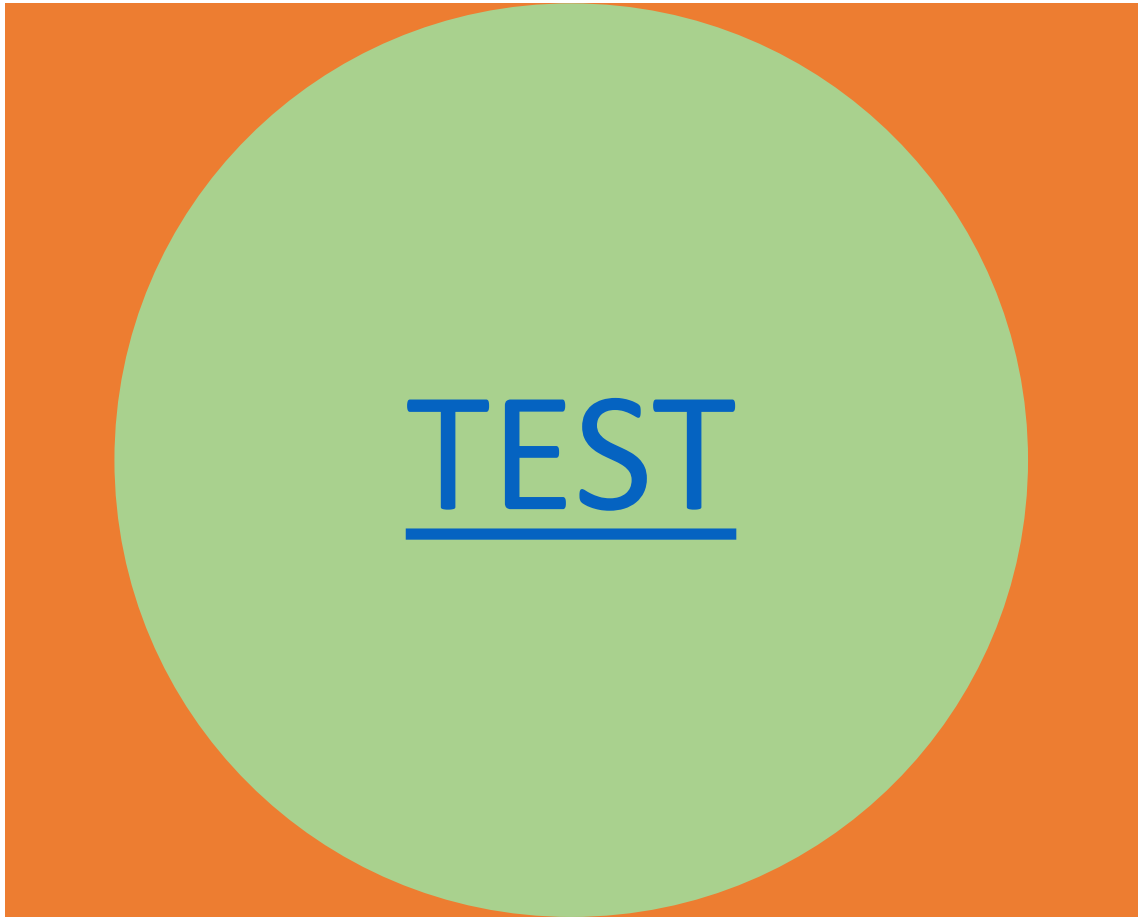
- **Baby Boomers** narození mezi koncem druhé světové války a polovinou šedesátých let hledali v zaměstnání zejména jistotu,
- **Generace X** stála převážně o rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem – work life balance
- **Mileniálové,** narození mezi 1981–1995, pak chtěli ideálně od všeho trochu. (skupina mileniálů se rozděluje na 2 podskupiny dle věku
- **Ekonomicky aktivní generace Z**, (je jich kolem 2 miliard) 1995 -2014 je charakteristická svou otevřeností, , nechutí nechat se omezovat a velkým tématem je psychické zdraví (hedepy, smitio,loono),
- **V zaměstnání touží zejména po netoxickém prostředí, komunikaci a psychické pohodě. Za odvedenou práci chce však dostat férově zaplaceno**
- **U organizace, do které nastupují, hledají stejné hodnoty a společenskou odpovědnost**

Evropská Komise:

„Někteří z nich jsou ochotni pracovat i za nižší mzdu, pokud cítí, že má jejich práce opravdový smysl. Je však pravda, že jsou při vyjednávání o svém finančním ohodnocení často vytrvalí a chtějí být za svoji práci odměněni férově,“

- Za naprostý standard pak mladí zaměstnanci považují třeba home office či pružnou pracovní dobu.

HRA



Mileniálové jsou častěji osamělí, vyhořelí a deprimovaní než jiné generace

29. 7. 2022, 5:55
Dana Sokolová, Novinky

Rychlý životní styl, vysoké ambice a pracovní vytížení i neustálý stres si vybírají na lidech narozených na konci milénia svou daň. Podle zprávy společnosti Blue Cross Blue Shield patří mezi deset největších zdravotních problémů mileniálů deprese. Její výskyt navíc u této generace neustále roste, od roku 2013 se zvýšil o 47 %.

Podnikající mileniálové: zajímá je více smysl než zisk

ALI | 21. 7. 2016

Generace Z je jiná než předchůdci. Chce se ještě více bavit a zároveň mít ještě více moci

ŽIVOTNÍ STYL

Generace Z má nejudržitelnější životní styl ze všech. Jak se jí inspirovat?

Krajina zmatených mileniálů

Vysoká podpora Kotlebově ĽSNS mezi mladými lidmi je reakcí na socioekonomické rozděl

LUKÁŠ LIKAVČAN – 12.12.16

Sdílej

Alar
možn
jeho v

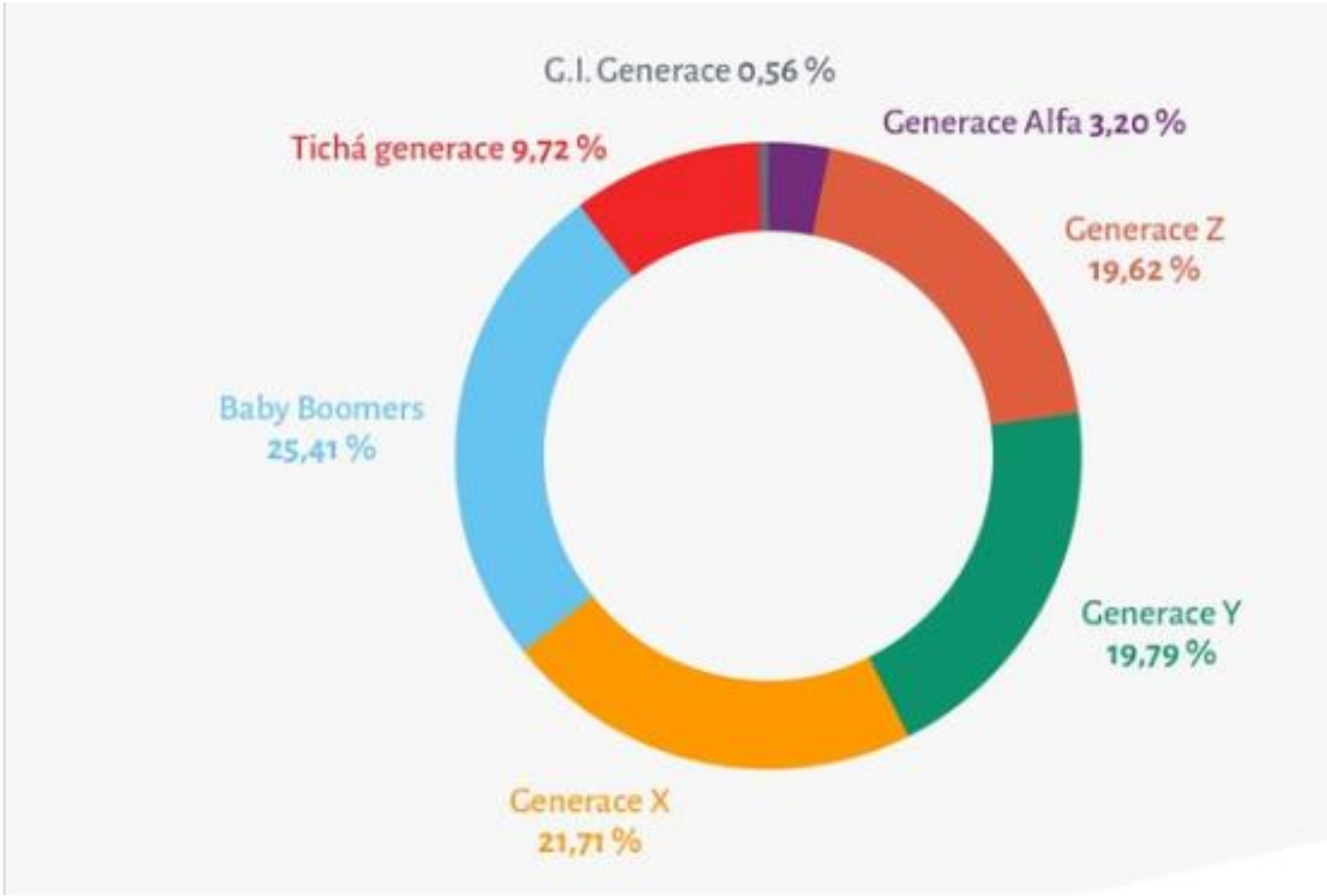
„Tohle je poslední brčko. Mám chuť spáchat nežití.“ Generace Z mění češtinu a místo smíchu volí lebky

Veronika Capáková
5. 6. 2023 18:30 • 3 min. čtení ▶ PŘEHRÁT ČLÁNEK

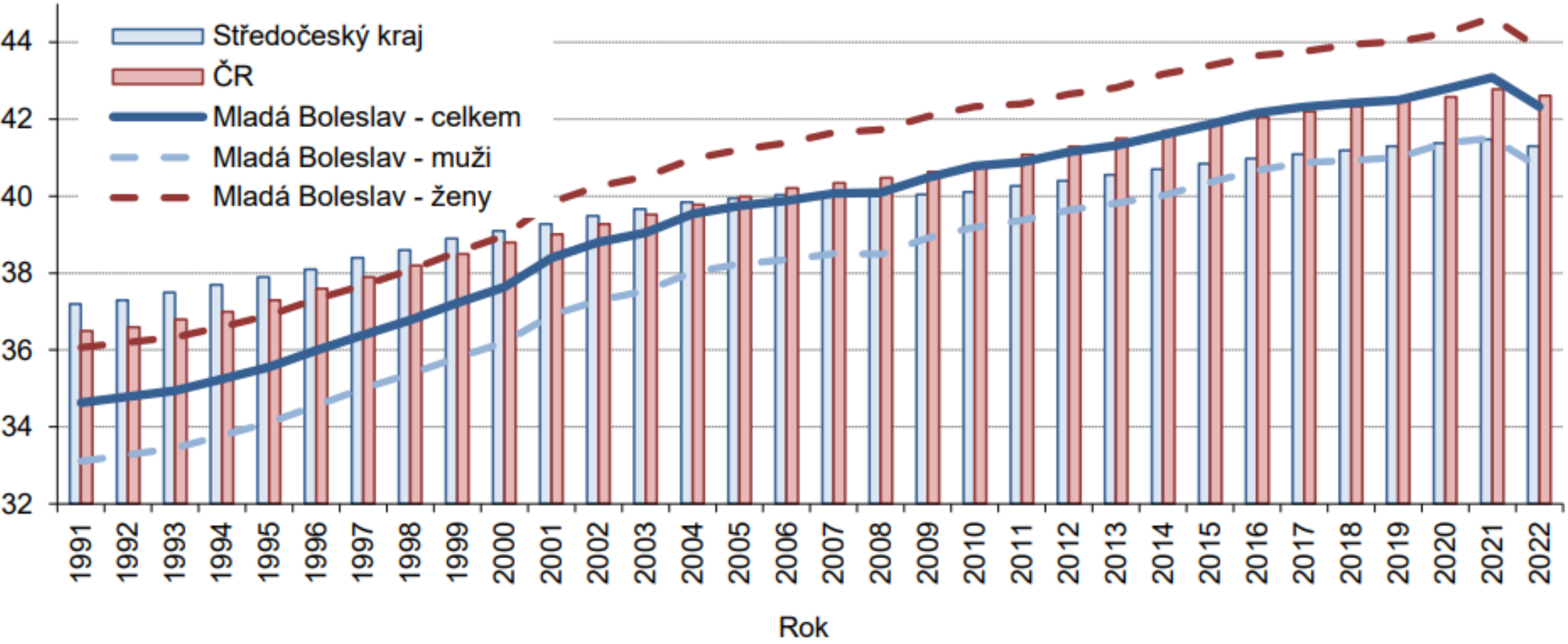
Generace Z je velmi křehká. Když ale v něco věří, tak jde do ulic a bojuje za to, popisuje vědkyně

Generace Z

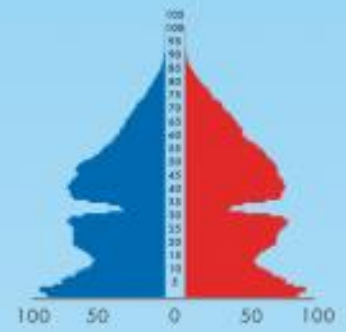
- Pár věcí, které byste měli vědět o generaci Z:
- **Žijí rychle a okamžitě** - nejsou zvyklí čekat ve frontách, na pořad v televizi ani na načtení webu. Čekat více než 10 vteřin na načtení seriálu na Netflixu je pro ně utrpením.
- **Jsou propojení** - internet mají s sebou kamkoli se pohnou, napsat komukoli a dostat odpověď okamžitě je pro ně norma.
- **Jsou zvyklí na prozákaznický přístup** - narodili se do éry, kdy je zákazník v centru pozornosti.
- **Jsou zvyklí na služby a produkty přizpůsobené pro uživatele** - vše v jejich životě je vytvořeno tak, aby se snadno používalo, pokročilé technologie ovládají pohybem prstu, manuály nečtou, protože je nepotřebují.
- **Hůře se orientují v textu** - čtou většinou krátké texty na internetu, kde je běžné stránku „skenovat" a nečíst obsah postupně celý.
- **Jsou zaměření na vizuálno** - fotky, videa, meme a infografiky jsou středobodem obsahu, který konzumují.
- **Zajímají se o nehmotné věci** - jsou schopní školu donutit třídit odpad, gender a pohlaví jsou 2 rozdílné věci, a o psychických poruchách se dozvídají už na základní škole.
- **Influencer je opravdové povolání,** kterým se bez problémů uživíte.
- **Hlavní komunikační platformou je Instagram**, následován Facebookem. Pro zábavu a vzdělávání je YouTube nebo třeba TikTok.


G.I. Generace 0,56 %
Generace Alfa 3,20 %
Tichá generace 9,72 %
Generace Z
19,62 %
Baby Boomers
25,41 %
Generace Y
19,79 %
Generace X
21,71 %

Průměrný věk obyvatel ve městě Mladá Boleslav, Středočeském kraji a České republice v letech 1991–2022



OBYVATELSTVO ČR



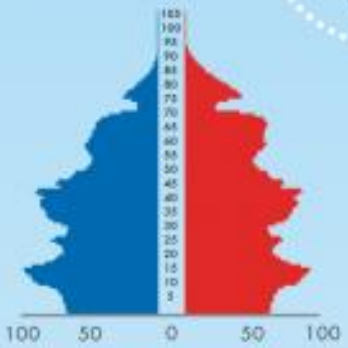
k. r. **1950**

zvýšení porodnosti na konci 2. světové války a po jejím skončení

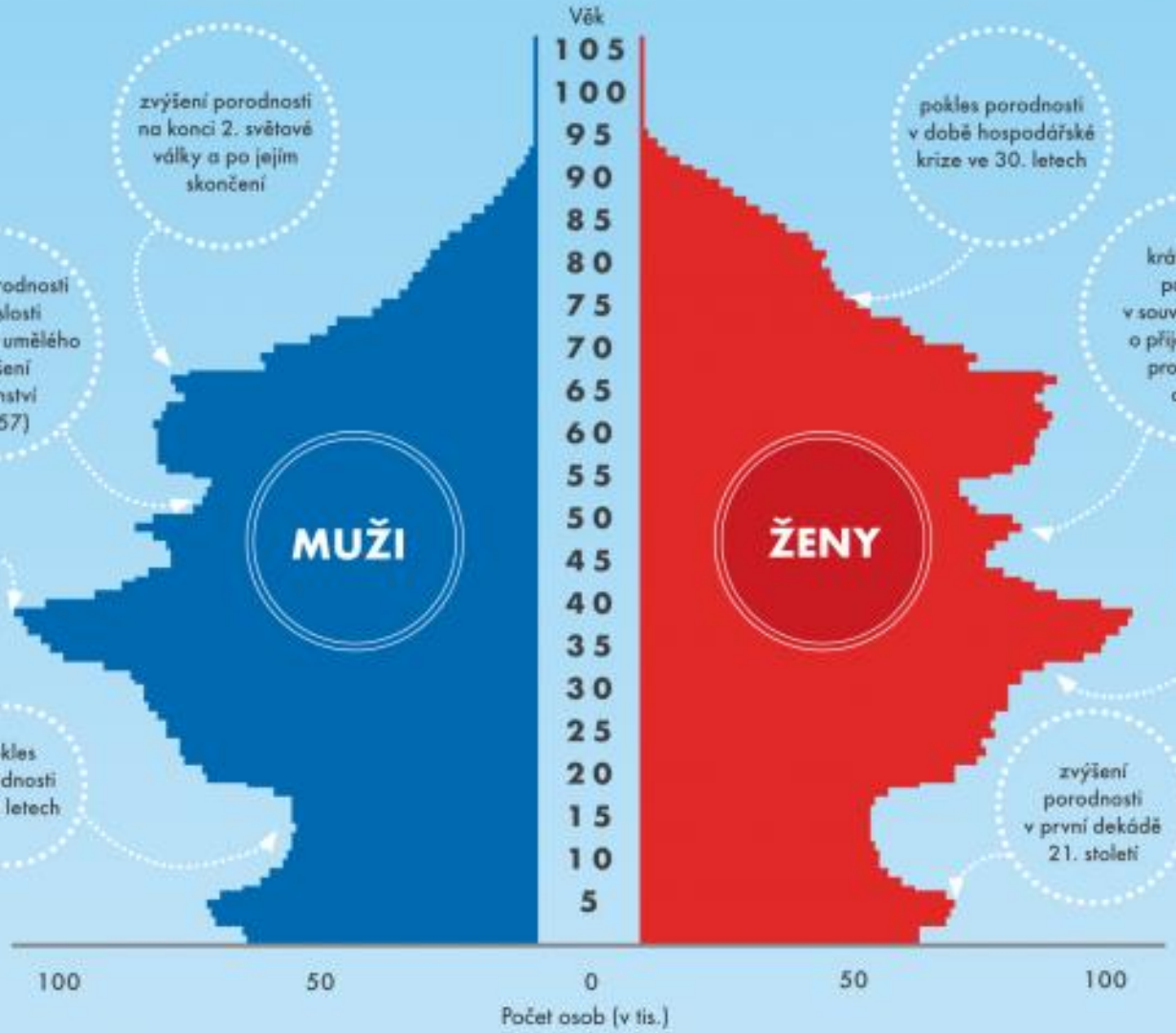
pokles porodnosti v souvislosti s legalizací umělého přerušení těhotenství (r. 1957)

zvýšení porodnosti v 70. letech v důsledku přijetí pronatalitních opatření a sekundární vlny porodnosti

pokles porodnosti v 90. letech



k. r. **1990**



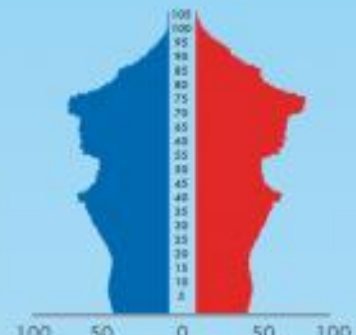
k. r. **2013**

pokles porodnosti v době hospodářské krize ve 30. letech

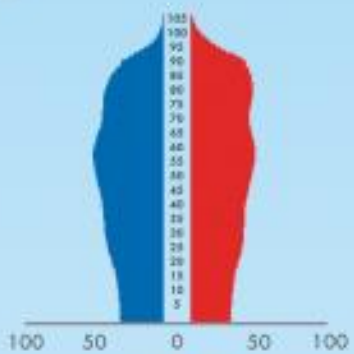
krátké oživení porodnosti v souvislosti se sliby o přijetí některých pronatalitních opatření

pokles porodnosti v souvislosti se zdražením dětského oblečení a obuvi (r. 1979)

zvýšení porodnosti v první dekádě 21. století



k. r. **2050**



k. r. **2100**

GENERACE NAPŘÍČ PRACOVNÍM TRHEM

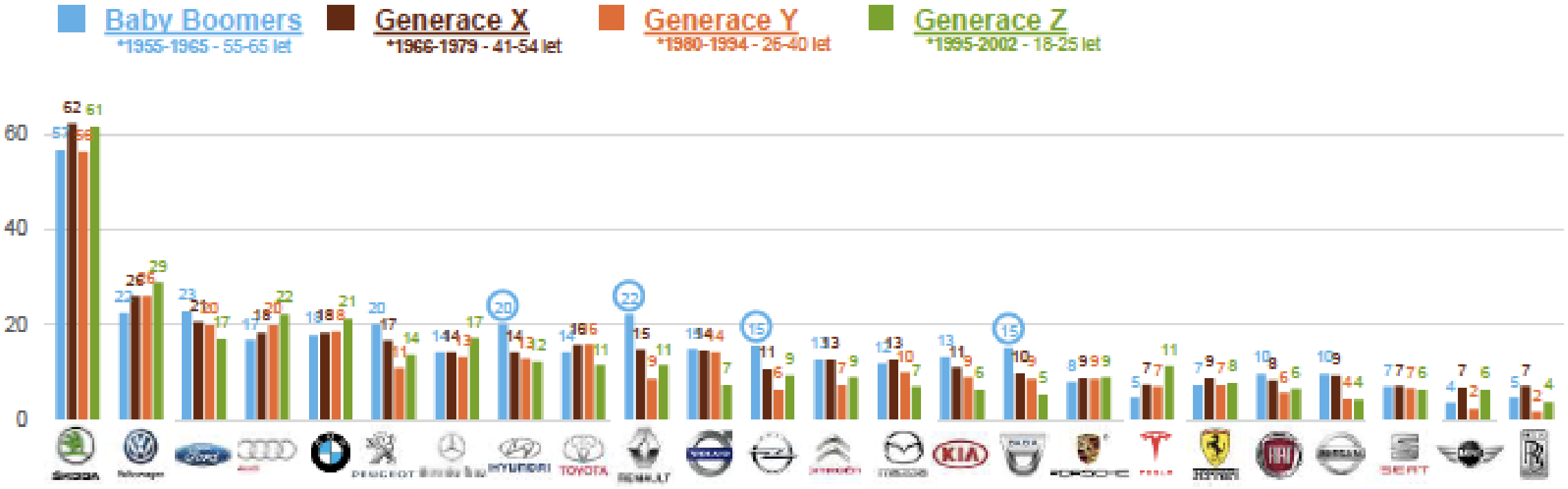
42,2 %
GENERACE X
40 – 54 let

33,3 %
GENERACE Y
25 – 39 let

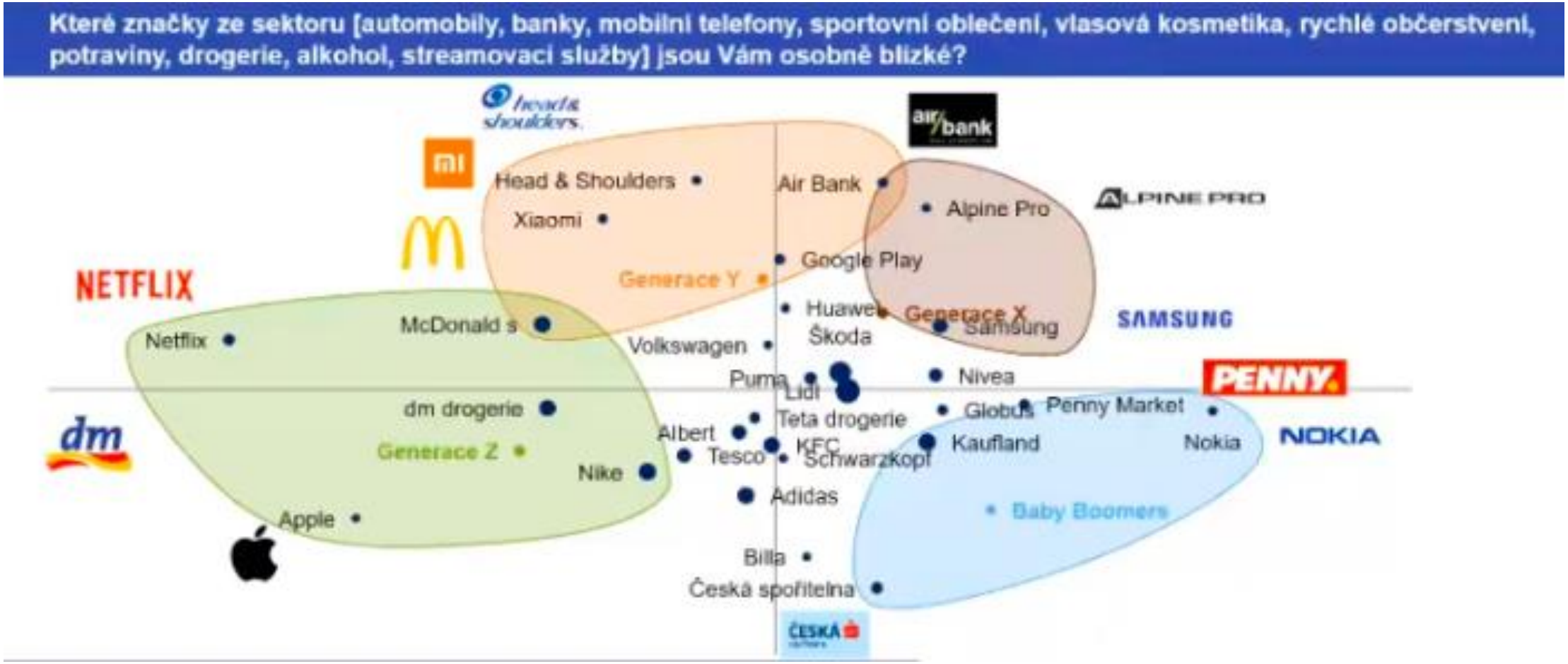
19,2 %
BABY BOOMERS
55 let a výše

5,3 %
GENERACE Z
15 – 24 let

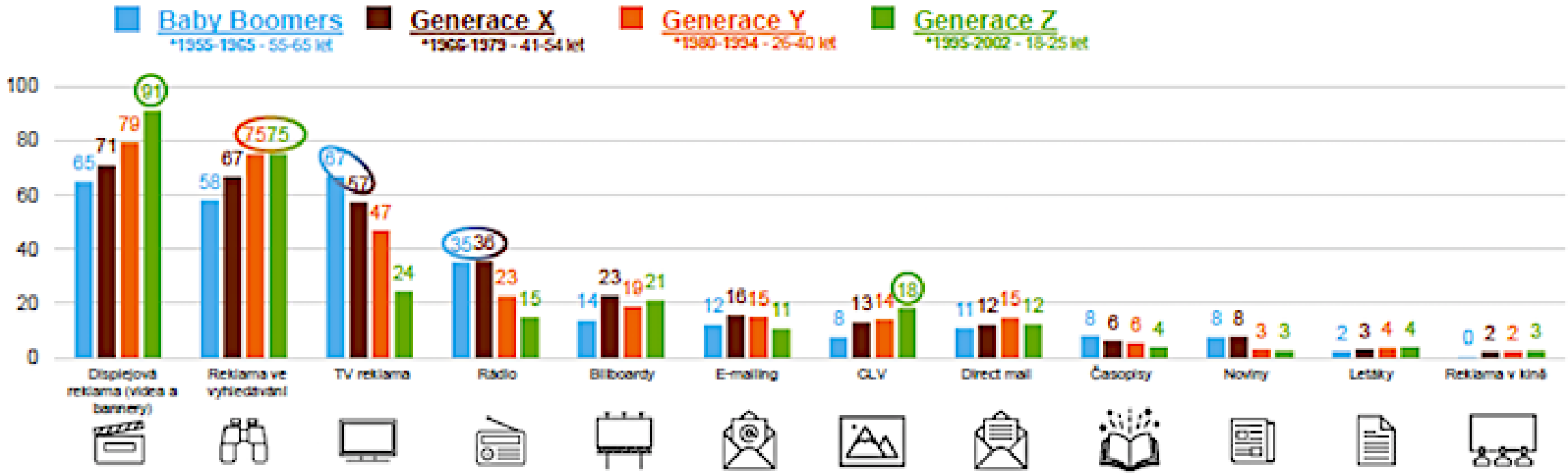
Které značky ze sektoru AUTOMOTIVE jsou Vám osobně blízké? %



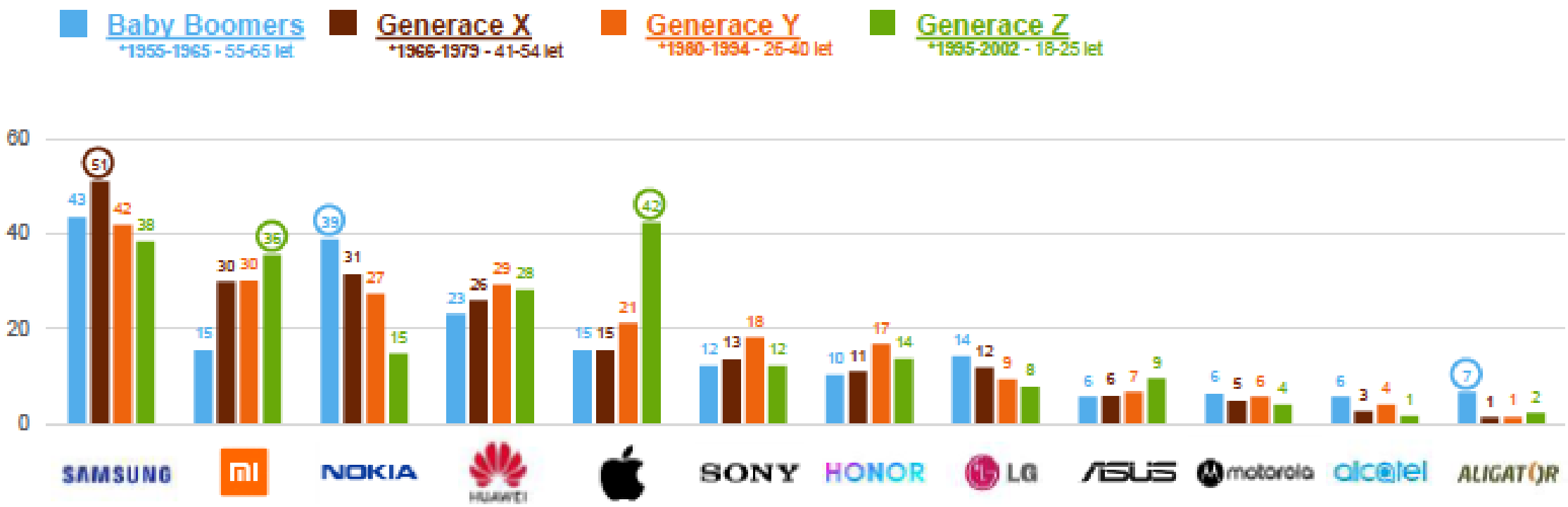
Značky podle generací



Níže jsou uvedeny informační zdroje, se kterými jste se mohl/a setkat. Prosím uveďte, jak často jste v posledních týdnech …



Které značky ze sektoru MOBILNÍCH TELEFONŮ jsou Vám osobně blízké? %



Které 3 z následujících témat Vás nejvíce znepokojují? TOP 5

	Baby Boomers *1955-1965 - 55-65 let		Generace X *1966-1979 - 41-54 let		Generace Y *1980-1994 - 26-40 let		Generace Z *1995-2002 - 18-25 let	
1.	Koronavirus (COVID-19)	61	Koronavirus (COVID-19)	54	Koronavirus (COVID-19)	46	Koronavirus (COVID-19)	49
2.	Morální úpadek	32	Kontrola imigrace	26	Zločin a násilí	26	Poškozování životního prostředí	34
3.	Zločin a násilí	30	Zločin a násilí	24	Poškozování životního prostředí	25	Zločin a násilí	25
4.	Kontrola imigrace	26	Morální úpadek	23	Chudoba a sociální nerovnost	25	Nezaměstnanost	24
5.	Kvalita a dostupnost zdravotní péče	21	Kvalita a dostupnost zdravotní péče	21	Morální úpadek	23	Klimatická změna	24

AGE MANAGEMENT V PRAXI

V inzerátech by se tak zaměstnavatelé například měli vyhnout frázím typu „práce v mladém kolektivu“ apod.

•**Vzdělávání –** realizujte workshopy na téma age managamentu, aby si i samotní zaměstnanci byli vědomi důležitosti věkové diverzity na pracovišti.

•**Zkušenosti** – využívejte specifik jednotlivých generací a zaveďte mentoringové programy, ve kterých si budou zaměstnanci vzájemně sdílet své zkušenosti, dovednosti a budou se motivovat.

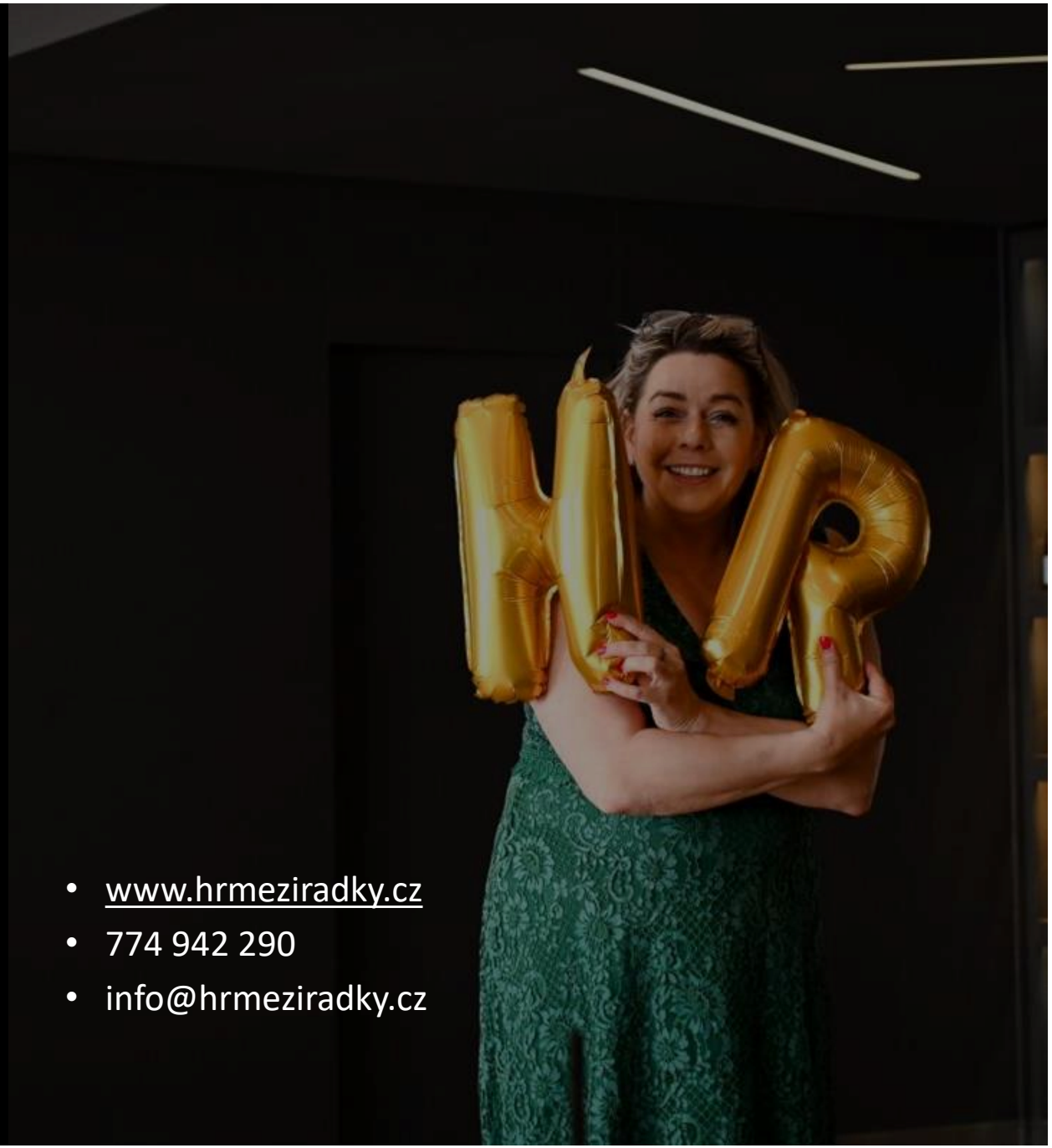
•**Organizace práce** – přizpůsobit můžete např. časy směn cyklům spánku a bdělosti a reagovat tak na individuální potřeby pracovníků.

•**Benefity** -podporujte sladění pracovního a osobního života pomocí benefitů či zkrácených úvazků.

HR MEZI ŘÁDKY

16.5.2024

VINAŘSKÝ DŮM
DOMINANT
RAKVICE



- www.hrmeziradky.cz
- 774 942 290
- info@hrmeziradky.cz