UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

Bakalářská práce

2023 **Maxmilián Bistřický**

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

Pracovní hodnoty a motivace generace Y a Z

Bakalářská práce

Autor práce: Maxmilián Bistřický

Studijní program: Sociologie se specializací: Studia současných společností

Vedoucí práce: doc. Mgr. Milan Tuček, CSc.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3.5.2023 **Maxmilián Bistřický**

Bibliografický záznam

BISTŘICKÝ, Maxmilián. *Pracovní hodnoty a motivace generace Y a Z.* Praha, 2023. 48 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce doc. Mgr. Milan Tuček, CSc.

Rozsah práce: 54 347

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou pracovních hodnot a motivací generací Z a Y v České republice. Tím jak generace Z vstupuje na pracovní trh, nabývá na relevanci výzkum jejích hodnot a motivací. Dobré porozumění generačním hodnotám pomáhá v zaměstnání vytvářet prostředí vhodné pro optimalizaci výkonu a satisfakce. Tato práce navazuje na zahraniční výzkum generací a snaží se toto téma více prozkoumat na České populaci. V první časti je práce ukotvena do teorie. Jsou zde popsány obě generace, jejich charakteristiky a rozdíly v obecné rovině i již vyzkoumané hodnotové charakteristiky. Práce je zde také ukotvena do studia hodnot a jsou zde konceptualizovány tři dimenze, na kterých je postavená následná analýza: vnitřní, vnější a sociálně - vztahové hodnoty. K analýze jsou využita data ISSP z modulů Work orientations III a IV z let 2005 a 2015. Analýza v programu IBM SPSS je založená na kontingečních tabulkách doplněných o Chí-kvadrát test a následně je provedena faktorová a klastrová analýza, které testují konzistenci konceptualizovaných dimenzí, jejich sílu a strukturu proměnných. V závěru jsou popsány výsledky analýzy, limity práce a možnosti navazujícího výzkumu.

Abstract

This bachelor's thesis deals with the issue of work values and motivation of generations Z and Y in the Czech Republic. As Generation Z enters the labor market, research into its values and motivations becomes more relevant. A good understanding of generational values helps to create an environment in the workplace suitable for optimizing performance and satisfaction. This work builds on the foreign research of generations and tries to explore this topic more on the Czech population. In the first part, the work is anchored in theory. Both generations are described here, their characteristics and differences on a general level, as well as the already examined value characteristics. The work here is also anchored in the study of values and three dimensions are conceptualized here, on which the subsequent analysis is built: internal, external and social values. ISSP data from modules Work orientations III and IV from 2005 and 2015 are used for the analysis. The analysis in the IBM SPSS program is based on crosstabs supplemented with the Chi-square test and then factor analysis. In the conclusion, the results of the analysis, the limitation of the work and the possibilities of follow-up research are described.

Klíčová slova

Generace Y, Generace Z, Generační hodnoty, Pracovní hodnoty, Mezigenerační srovnání, Vnější hodnoty, Vnitřní hodnoty, Sociálně – vztahové hodnoty

Keywords

Generation Y, Generation Z, Generational values, intergenerational comparison, extrinsic values, intrisic values, socially relational values

Title/název práce

Pracovní hodnoty a motivace generace Y a Z

Work values and motivation of generation Y and Z

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu mé práce panu doc. Milanovi Tučkovi, prom. mat., CSc., za vedení mé práce, což byl chvílemi nelehký úkol, a také za cenné rady pro směřování práce.

Obsah

1. ÚVOD 2

2. TEORETICKÁ ČÁST 3

2.1 GENERACE 3

2.1.1 Časové vymezení generace 3

2.1.2 Vliv věku a generační příslušnosti 4

2.1.3 Vliv doby 4

2.1.4 Generační teorie (Strauss a Howe) 5

2.1.5 Generace Y 5

2.1.6 Generace Z 6

2.2 PRACOVNÍ HODNOTY A MOTIVACE 7

2.2.1 Typy pracovních hodnot 8

2.2.2 Srovnání pracovních hodnot generace Y a Z 9

2.2.2.1 Pracovní hodnoty generace Y 9

2.2.2.2 Pracovní hodnoty generace Z 10

2.2.3 Shrnutí 10

3. METODOLOGIE 12

3.1 POUŽITÁ DATA 12

3.1.1 Popis sběru dat 12

3.1.2 Výběr otázek 12

3.2 ÚPRAVA DAT A METODA ANALÝZY 14

4. ANALYTICKÁ ČÁST PRÁCE 15

4.1 DESKRIPTIVNÍ ANALÝZA 15

4.1.1 Sociálně vztahové hodnoty 15

4.1.1.1 Pomoc lidem 15

4.1.1.2 Užitečnost pro společnost 16

4.1.2 Vnější (extrinzické) hodnoty 17

4.1.2.1 Zaměstnání jako výdělečná činnost 17

4.1.2.2 Důležitost vysokého příjmu 18

4.1.2.3 Důležitost pracovního postupu 19

4.1.2.4 Důležitost pracovní jistoty 20

4.1.3 Vnitřní (intrinzické) hodnoty 21

4.1.3.1 Důležitost samostatného výkonu pracovní činnosti 21

4.1.3.2 Důležitost pracovní flexibility 22

4.1.3.3 Existence nefinanční motivace 23

4.1.3.4 Důležitost zajímavosti práce 24

4.1.3.5 Shrnutí deskriptivní analýzy 25

4.2 FAKTOROVÁ ANALÝZA 26

4.2.1 Shrnutí faktorové analýzy 27

4.3 KLASTROVÁ ANALÝZA 27

4.3.1 Shrnutí klastrové analýzy 30

5. DISKUSE 30

ZÁVĚR 33

SUMMARY 34

LITERATURA.....36

1. Úvod

Cílem této práce je srovnat generaci Z a generaci Y z hlediska pracovních hodnot a motivací. Z celospolečenského hlediska si jsou tyto dvě generace relativně podobné. Obě to jsou stále mladé generace (ačkoliv Y už se dostává do středního věku) a jsou digitálně nativní (prostředí technologií a internetu je pro ně přirozené, vyrostli v něm a používají ho intuitivně). Jsou si dále podobné v environmentální hodnotové orientaci, v důrazu na inkluzivitu a diverzitu a jeví se jako méně materialisticky orientované než například generace X, nebo američtí Baby boomers.

I z hlediska pracovních hodnot je realistické očekávat řadu podobností. Zahraniční výzkumy ukazují, že mezi generacemi nicméně v tomto ohledu existují určité rozdíly, jako například vyšší důraz na flexibilitu práce a společenskou odpovědnost (dopad jejich práce na společnost) u generace Z.

Cíl této práce je srovnat obě generace z hlediska pracovních hodnot, a to ve třech základních dimenzích:

1. Intrinzické – vnitřní (pracovní autonomie, pestrost práce)
2. Extrinzické – vnější (pracovní jistota, finanční ohodnocení)
3. Sociální/vztahové (prospěšnost pro společnost, altruistické hodnoty)

Generace Y dnes představuje významnou část pracovního trhu a generace Z postupně na trh vstupuje. Bližší porozumění tomu, co je v práci motivuje a jaké mají hodnoty je důležité pro vzájemné soužití s jinými generacemi na pracovišti a pro jejich vhodné vedení. Samy tyto generace se navíc postupně dostávají do vedoucích pozic a jejich hodnoty budou mít vliv na to, jakým způsobem firmy či jiné instituce povedou.

K vlastní analýze jsou použita data mezinárodního výzkumu ISSP pro Českou republiku, který v daných intervalech mimo jiné zkoumá právě pracovní orientace. Tato práce využívá data z modulů Work orientations III z roku 2005 (pro generaci Y) a IV z roku 2015 (pro generaci Z). Použití již existujících dat přináší řadu výhod (data jsou kvalitně sebrána, je zde možnost porovnat data sety z různých let atd.). Tvorba výzkumných otázek je nicméně limitována designem výzkumu ISSP, respektive těchto konkrétních modulů. Výzkumné otázky bylo tedy nutné sestavit tak, aby k nim existovaly odpovídající proměnné a konceptualizované okruhy otázek v data setu ISSP.

- V1: Existují v české společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi sociální/vztahové pracovní hodnoty?

- V2: Existují v české společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnější pracovní hodnoty?

- V3: Existují v české společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnitřní pracovní hodnoty?

Práce je strukturována do tří hlavních částí. První část je teoretická a uvádí celý text do kontextu současného poznání problematiky generací a pracovních hodnot. Dále je zde čtenář seznámen se zjištěními již publikovaných prací, které se zabývaly pracovními hodnotami generací Y a Z, a to jak v České republice, tak hlavně v zahraničí.
Následuje metodologická část práce, která popisuje, co to jsou data ISSP, která byla použita. Je zde popsané, jak byla tato data získána, počet a složení respondentů, kdy a jakým způsobem byl výzkum proveden a další klíčové informace o použitých datech. Dále čtenáře seznamuji s metodou analýzy dat, kterou tato práce využívá.

Třetí část práce je samotná analýza a interpretace jejích výsledků.

2. Teoretická část

2.1 Generace

Pojem generace má historické, biologické i sociálně vědní dimenze. Zde jsou vymezeny tři faktory, které jsou pro sociologické zkoumání generace klíčové a následně popsány základní charakteristiky daných generací, kterými se tato práce zabývá.

2.1.1 Časové vymezení generace

Kolik let je jedna generace? Berger (1960) zmiňuje, že v době psaní jeho textu "How long Is a Generation" nepanoval v tomto ohledu přílišný konsenzus. Některé definice ji definovaly jako dobu, potřebnou pro to, aby syn "následoval" anebo překonal svého otce. Tato definice pracovala s 33 lety. To by ale znamenalo, že se v jednom století vystřídají pouze 3 generace, ale například v minulém století je možné rozeznat generací mnohem více. Berger zmiňuje předválečnou generaci, poté tzv. "řvavá dvacátá léta", tzv. dekádu proletariátu, která

následovala po krachu na burze v roce 1929 a následně poválečnou generaci. To jsou 4 generace pouze v první polovině dvacátého století.

Oproti tomu ve století devatenáctém můžeme ve Velké Británii pozorovat 60 let trvající generaci Viktoriánskou (Berger, 1960). Je tedy zřejmé, že pevné časové vymezení generace má své limity. I zmiňované vymezení generací Y a Z se liší jak v délce, tak v tom, kdy přesně jedna generace začíná a druhá končí. V odborné literatuře se často nicméně pracuje s patnácti až dvaceti letými intervaly.

2.1.2 Vliv věku a generační příslušnosti

Dalším problém studia generací je odlišení vlivů věku respondentů a vlivů generační příslušnosti. Podle Hansen a Leuty (2011) mohou dvě porovnávané kohorty vykazovat odlišné hodnoty, i přesto, že jejich generační identita je stejná. Rozdíly v hodnotách jsou určeny více faktory a je důležité výzkumný design přizpůsobit těm faktorům, které se snažím zkoumat. Například, kdyby byla data pro generaci Y a Z sebraná v rámci jednoho roku, příslušníci generací by byli v době dotazování jinak staří, a tím pádem by bylo problematické určit, které rozdíly jsou způsobené generační příslušností, a které rozdílným věkem. Člověk, kterému je 19, je v prvním ročníku vysoké školy, bude považovat jiné věci za důležité než člověk, kterému je 30, čerstvě vstoupil do manželského svazku a chce zakládat rodinu. Tyto rozdíly se přirozeně promítnou i do pracovních hodnot (Kalleberg a Marsden 2020). V této výzkumné práci je problém oddělení věkových a generačních charakteristik řešen použitím dvou data setů, které byly sebrány s odstupem deseti let. Obě zkoumané kohorty byly tedy v době sběru ve stejném věkovém rozmezí.

2.1.3 Vliv doby

Tím, jak se v různých obdobích liší dostupnost potravin, nezaměstnanost, ekonomické cykly apod. se mění i atraktivita různých charakteristik zaměstnání. Podobně mohou hodnoty ovlivňovat i dobově specifické sociokulturní hodnocení typu „greed is good“ (chamtivost je dobrá), což bylo heslo ve Spojených Státech osmdesátých let, které korespondovalo s tehdejším silně kapitalistickým, antikomunistickým duchem tehdejší Americké společnosti. Tyto faktory mají potenciál ovlivnit společnost plošně, nejen určité věkové skupiny. Pro výzkum generací nastává problém tehdy, když porovnáváme dva data sety, které byly sebrány ve velmi odlišných obdobích, například v době recese vs. konjunktury, nebo před a po změně režimu, protože není jasné, jestli se jedná o rozdíly generační či dobové (Kalleberg, 2009).

2.1.4 Generační teorie (Strauss a Howe)

Za zmínku stojí také generační teorie od Strausse a Howe (1997). V publikaci The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America´s Next Rendezvous with Destiny mapují cykly lidského života, které dělí do tří čtyř zhruba dvacetiletých částí, nebo fází (High – opojení, Awakening – probuzení, Unraveling – objasnění a Crisis – krize).

Kubátová a Kukelková (2013) vysvětlují, že tyto cykly se střídají nejen v rámci generace, respektive života jedince, ale i historicky v celé společnosti. Mění se, jak se lidé dívají na umění, kulturu i sebe samotné.

Strauss a Howe (1997) tvrdí, že generace se na základě těchto cyklů, které jsou do značné míry implikovány biologicky je délka jedné generace zhruba 20 let. V této práci se nicméně z důvodu použitých dat pracuje s kratším intervalem, což je dále v práci blíže vysvětleno. Striktně dvaceti letý interval také nekoresponduje s představou, že generace jsou více než biologicky determinované událostmi, které na ně působí při dospívání. Tato práce vychází z toho předpokladu.

2.1.5 Generace Y

Názvů pro označení této generační kohorty se používá více. Například Echo Boomers (odkaz na Americkou generaci Baby Boomers), Tech-savvy (narážka na jejich technologickou zdatnost) nebo Millenials (dospívali na přelomu tisíciletí) (Regine, 2011). Rozšířené označení právě písmenem Y, které je použito v této práci má důvodů více. Za prvé posloupnost po generaci X, ale také symbolický význam, který toto písmeno nese. Anglicky Y (why) znamená proč, což je symbolické pro reflexi nad zajetým pořádkem, kterou je generace Y v některých ohledech známá (Crampton a Hodge, 2009).

Ve vymezení generace Y z hlediska let narození nepanuje úplný konsenzus a jednotlivá vymezení se od sebe liší. Gurau (2012) pracuje s vymezením 1980 – 1999, naopak Morton (2002) považuje generaci Y za ty narozené 1977 – 1994. Oba se odkazují na technologický rozmach internetu a teroristický útok na World trade centre 11. září 2001, jakožto na hlavní formující události. S kratším vymezením pracuje čínský výzkum Zhao a Liu (2008), ve kterém se pracuje s intervalem 1980 – 1989. Argumentují tím, že formující události pro čínskou

generaci Y byly hlavně ekonomický rozmach země a celková transformace společnosti, ke které docházelo za jejich dospívání.

Na rozdíl od biologického pojetí generace, které pracuje s konceptem dospívání jedince do věku, kdy je sám schopný mít děti, sociologické pojetí generačních kohort je méně limitované věkem a více určené okolnostmi (Parment 2013).

Modul Work orientations IV (ISSP, 2005), ze kterého jsou v této práci vybrána data pro generaci Y, představuje určitý limit z hlediska vymezení této kohorty. ISSP v České republice dotazuje pouze lidi starší 18 let. Tím pádem je zde horní hranice omezená rokem 1987 (data byla sbírána v průběhu roku 2005). Dolní hranice byla určena arbitrárně na rok 1980. Výsledné vymezení generační kohorty Y v této práci je tedy osmiletý interval 1980 – 1987. Lidé narození v těchto letech zažili sametovou revoluci a dospívali v transformujícím se prostředí českých devadesátých let. Časově se toto vymezení blíží koncepci generace Y výzkumu Zhao a Liu (2008).

Kromě těchto specifických podmínek, kterým byla česká generace Y vystavena, byli formováni i nástupem informačních technologií, stejně jako generace Y v zahraničí. Označuje se za tzv. první digitálně nativní generaci, oproti předešlým, které se označují za digitální migranty. Generace Y vyrostla obklopena počítači, mobily a internetem. Jejich vztah k technologiím je tedy mnohem více intuitivní a s nimi provázaný, než u předešlých generací (Prensky, 2001).

2.1.6 Generace Z

Generace Z je velmi diverzní generací (z hlediska sexuální orientace, genderové identity a v mnoha státech z hlediska rasy). Tak jako generace Y je i generace Z technologicky velmi zdatná (v tomto ohledu dokonce mileniály převyšuje). Vyznačují se velkým sebevědomím a vírou, že dokáži ovlivnit svět (Williams a Page, 2011).

Jedná se o nejvíce globálně propojenou, technologicky zdatnou a materiálně zabezpečenou generaci (ačkoliv nastupující generace alfa ji pravděpodobně v těchto ohledech předčí) (McCrindle, 2014).

Obdobně jako u generace Y se liší i názory na vymezení u generace Z. McCrindle (2014) pracuje s rozmezím 1995 - 2009. Anna Doloť (2018) zmiňuje interval 1990 – 1999. Glass

(2007) pak považuje za začátek generace Z rok 1992. Všichni autoři/autorky se opírají o masivní technologický rozmach, jakožto klíčový formující faktor při dospívání této generace. Nástup informačních technologií, jakokoliv byl rychlý nicméně nebyl náhlý a je těžké stanovit jeden konkrétní rok, kdy už byl jejich vliv dostačující na formování generace. Z toho důvodu se intervaly liší.

V této práci byl pro generaci Z, obdobně jako u generace Y, zvolen osmi letý interval a sice 1990 – 1997. Jedná se o jedince, kteří se narodili v devadesátých letech a dospívali začátkem nového milénia. Teoreticky se toto časové vymezení nejvíce podobá Doloť (2018).

Důvodů pro zvolení tohoto intervalu bylo několik. Data ISSP Work orientations IV, stejně jako u generace Y udala horní limit. V tomto případě to je rok 1997. Jako dolní hranice byl zvolen rok 1990. Dolní hranice na roce 1995 by ve výsledku poskytla extrémně malý vzorek, takže byl výběr rozšířen směrem dolu na nejnižší rok, o který se lze v literatuře opřít, tedy 1990.

Specificky český formující faktor generace Z, který stojí za to zmínit je také vstup ČR do Evropské unie v roce 2004, což usnadnilo vstup na mezinárodní trh práce a cestování po Evropě (Bejtovský, 2016)

2.2 Pracovní hodnoty a motivace

Americká psychologická asociace definuje hodnotu jako morální, sociální nebo estetický princip, který je jednotlivcem nebo společností přijat jakožto vodítko k tomu, co je dobré, žádoucí anebo důležité. (APA, 2023)

Ze sociálně vědního hlediska se jedná o důležitý prediktor chování jedince či společnosti. To potvrzuje i Říčan (2010), který tvrdí, že hodnoty v obecném slova smyslu plní roli těch nejobecnějších postojů jedince, které mají obrovský vliv na jeho životní styl a rozhodnutí.

Dawis a Lofquist (1984) konceptualizovali pracovní hodnoty v rámci Teorie profesního přizpůsobení jako aspekt práce, který je nezbytný pro spokojenost v zaměstnání. Donald Super (1994) je následně definuje jako vztah psychologický či materiální stav, kterého se jedinec v práci snaží dosáhnout.

Pracovní hodnoty mají tedy vliv na to, co jednotlivec považuje za důležité, jaký typ práce vyhledává, jak se v práci chová. Dále jsou jimy predikované například: loajalita, pracovní spokojenost či výkonost. (Hansenová a leutyová, 2011)

Abessola, Hirchi a Rossier (2017) toto potvrzují a dále rozvádí myšlenku, že pracovní hodnoty jedince formují jeho pracovní identitu a jsou klíčové pro spokojenost v práci. Podle jejich výzkumu je nejen spokojenost podmíněna hodnotami, ale hodnoty mají i velký vliv na výběr zaměstnání, které je s nimi v souladu, v souladu s jejich „sebe-přijímáním“.

Generace X, která se v čechách a na slovensku říká také “Husákovy děti”, a která předcházela generaci Y je dobrým příkladem toho jak odlišná socializace působí na utváření hodnot. Baby boomers (poválečná generace), měla v zemích východního bloku podobné hodnotové ukotvení s důrazem na kolektivistický druh práce. Husákovy děti se, ale nejspíš důsledkem Pražského jara (1968) a sametové revoluce (1989) odlišuje od generace X v okolních státech. Dává větší důraz na finanční kompenzaci a kariérní postup (Bejtovský 2016).

Bejtovský (2016) také vysvětluje signifikanci výzkumu hodnot tím, že jak se prodlužuje délka produktivního života, potkává se na jednom pracovišti velké rozpětí generací. Zároveň se v důsledku rychlého vývoje technologií generace zkracují a je tedy běžné, že spolu pracuje poválečná generace, generace X, generace Y i generace Z. Rozdíly mezi nimi jsou značné. Dobré porozumněí těmto generacím a tomu co je motivuje je klíčové pro funkční pracovní prostředí.

2.2.1 Typy pracovních hodnot

Klasifikace pracovních hodnot není v odborné literatuře zcela jednotná. Podle Ros (1999) existují tři základní typy pracovních hodnot. 1) Hodnoty spojené se seberealizací - vnitřní 2) Materiální hodnoty - vnější 3) Sociální - vztahové. Abessolo, Hirschi a Rossier (2017) pracují s obdobnými kategoriemi a přidávají ještě pracovní hodnoty související se společenským statusem.

Na základě typologie hodnot ve zmíněné literatuře a konceptualizace výzkumu ISSP Work orientations IV a III, byly zvoleny 3 kategorie a sice:

1. Vnitřní (intrinzické) – souvisejí s úspěšným výkonem, pracovní autonomií. Jsou to nemateriální hodnoty, které souvisí s potěšením z práce. Dále tyto hodnoty mohou souviset s kreativitou, různorodostí práce či bezpečností a kvalitou pracovního prostředí.
2. Vnější (extrinzické) – Vztahují se k finančnímu ohodnocení, pracovní jistotě, kariérnímu růstu. Jsou to hmotné, materialistické hodnoty.
3. Sociální/ vztahové – souvisí s altruismem, interakcí s druhými a dopadem na společnost.

Abessola, Hirschi a Rossier (2017) uvádí i jiné typologie hodnot. Například dělení na: prostředí, kompetenci, status, autonomii organizační kulturu a vztahy. Tato typologie

nevyhovuje datům, se kterými se v této práci operuje. Všechny kategorie by nebyly měřitelné. I Abessola, Hirchi a Rossier se od této typologie odvracejí a tvrdí, že z jejich rešerše vyšlo dělení na vnitřní, vnější a sociálně – vztahové jako nejvíce vhodné. Čtvrtá hodnotová dimenze, kterou navrhují jsou „statusové pracovní hodnoty“, ty ale nebyly výzkumem ISSP měřeny takovým způsobem, aby se daly zahrnout do analýzy.

2.2.2 Srovnání pracovních hodnot generace Y a Z

V této podkapitole jsou shrnuty základní charakteristiky obou zkoumaných generací z hlediska pracovních hodnot.

2.2.2.1 Pracovní hodnoty generace Y

McCrindle (2006) píše, že generace Y nežije, aby pracovala, ale naopak pracuje, aby žila. Tímto známým rčením popisuje to, že generace Y nedává takový důraz na práci, jako generace předešlé. V tomto výzkumu dále 57 % dotazovaných příslušníků generace Y uvedlo, že je pro ně extrémně důležité se nikdy nenudit. Dávají velký důraz na to, aby jejich práce byla zajímavá, tedy důraz na jednu z dimenzí vnitřní motivace.

Smola a Sutton (2011) tvrdí, že generace Y považuje při výběru zaměstnání za velmi důležité mít dostatek volného času a možnost profesního rozvoje.
Preferují flexibilní pracovní úvazky, které jim dovolí v práci trávit méně času (work-life balanc). Flexibilita zaměstnání a profesní rozvoj jsou další příklady vnitřní motivace.

Lyianage a Gamage (2020) prezentují doporučení pro zaměstnavatele, jak motivovat generaci Y k lepším pracovním výkonům. Jako hlavní faktory ovlivňující motivaci generace Y uvádí: 1) Work-life balanc 2) Kariérní růst 3) Chování nadřízených 4) Intelektuálně zajímavou náplň práce a 5) Rozmanitost pracovní činosti. MaCrindle (2006) dodává, že pro generaci Y jsou v práci také velmi důležité přátelské vztahy a diverzita (sociálně vztahová dimenze pracovních hodnot).

Krahn a Galambos (2013) ve článku *Work values and beliefs of ‘Generation X’ and ‘Generation Y’* ukazují, že generaci Y není jednoduché charakterizovat jako striktně extrinzicky či intrinzicky motivovanou. Celkově se podle nich jedná o generaci plnou optimismu až idealismu s velkým “tahem na bránu”.

2.2.2.2 Pracovní hodnoty generace Z

Ze slovenské studie Kirchmayer a Fratričová (2020) vyplývá, že nejsilnější faktory motivace v práci jsou 1) to, jestli je práce baví 2) dosahování svých pracovních cílů 3) vztahy s kolegy (sociálně vztahová). Naopak poměrově menší vliv na motivaci v práci má u generace Z 1) work-life balance 2) organizace pracovní doby 3) pracovní jistota.

Generace Z má na pracovišti silnou tendenci zapojovat se do chodu firmu. Jsou entuziastičtí a chtějí se prosadit. Zároveň je pro ně ale důležitý dobrý vztah s kolegy. Chtějí se v práci posouvat a rozvíjet. Očekávají, že jim zaměstnavatel umožní/zprostředkuje dovzdělání ve formě kurzů apod. Je pro ně taky důležité kvalitní vedení a vyhledávají mentory (Dömeová 2018).

K podobným závěrům ohledně dovzdělávání došli i Maret et al. (2018). Schwabel (2014) dále shrnuje pracovní motivaci Generace Z do tří bodů: 1) smysluplná práce 2) kariérní růst 3) finanční ohodnocení. To potvrzuje i Kubátová (2017) na české populaci.

Podle Aldjic a Ferrel (2022) je generace Z motivována osobním růstem a flexibilitou práce více než ostatní generace. Výzkum Mahmoud et al. (2020) dále potvrdil vyšší míru motivace intrinzitními (vnitřními) faktory u generace Z, než u generace X a Y.

Jak tvrdí Iorgulescu (2016), generace Z je první opravdu globální generací, která se podle ní liší od ostatních takovým způsobem, jaký nebyl dosud pozorován a její vstup na pracovní trh bude představovat největší změnu na pracovišti vůbec. Tvrdí, že jejich schopnost adaptovat se a skvělé porozumnění technologiím je něco, co mají společné s generací Y. Disponují ale podle ní ještě větší schopností multitaskingu a rychlého vstřebávání informací v důsledku toho, že vyrostli na sociálních sítích a množství informací, které denně dostávaly bylo mnohonásobně vyšší než předešlé generace.

Tak jako generace Y jsou velmi sebevědomí a optimističtí co se týče jejich profesního života. Dále vykazují vyšší míru podnikavosti. Dále také zmiňuje, že generace Z preferuje práci v kolektivu před samostatnou prací (Iorgulescu, 2016).

2.2.3 Shrnutí

V této teoretické kapitole jsou přiblíženy klíčové koncepty generace a pracovní hodnoty. Tyto pojmy jsou dále propojeny a čtenář je seznámen s jednotlivými generacemi Y a Z právě z pohledu pracovních hodnot.

Generace jako taková je pojem s přesahem do několik vědních oborů. Ze sociologického hlediska byly v teoretické části zmíněny tři důležité aspekty, které je třeba mít na paměti při zkoumání generací a sice: Časové vymezení, vliv věku a vliv doby. Také je zde krátce zmíněna Generační teorie od Strauss a Howe (1997). V další části jsou teoreticky ukotveny pracovní hodnoty. Je vysvětlen jejich význam, dopad a druhy dělení, včetně toho, který je použitý v této práci (Vnitřní/intrinzické, Vnější/extrinzické a Sociálně – vztahové).

V poslední části teoretického úvodu jsou srovnány generace Y a Z z pracovně hodnotového hlediska, což bude v následné analytické části a diskusi propojeno se zjištěními analýzy. Tato část pracuje s některými českými výzkumy, ale převážně zahraničními, jelikož pracovní hodnoty generace Y a Z, nejsou v Čechách momentálně tak prozkoumané téma, jako v zahraničí.

3. Metodologie

Metodologická část práce je členěna do tří částí. V první části jsou popsána použitá data ISSP, způsob a průběh jejich sběru. Druhá část se zaměřuje na výběr otázek a jejich kategorizaci. Třetí metodologická část je věnována způsobu a metodě analýzy. Zde jsou rozebrány jednotlivé tři aplikované metody analýzy dat a jejich podrobnosti.

3.1 Použitá data

3.1.1 Popis sběru dat

Analýza pracuje s daty, které poskytuje studie ISSP. Analyzovaná data modulu Work Orientations III byla sesbírána v roce 2005 stratifikovaným náhodným výběrem, který byl realizován ve třech krocích: 1. výběr sběrových lokací (sampling points) 2. výběr domácností 3. výběr individuálních respondentů. Sběr dat proběhl v roce 2005 a trval čtyři týdny. Výběrový soubor je reprezentativní pro občany ČR 18+. (ISSP, 2008)

U druhého souboru dat (modul Work Orientations IV) z roku 2015 byli respondenti vybráni obdobným způsobem jako v roce 2005 (stratifikovaný náhodný výběr, rozdělený do tří kroků). Samotný sběr trval 1-2 měsíce (v průběhu roku 2015). U obou modulů byli respondenti dotazováni face-to-face. Data jsou reprezentativní pro dospělé jedince České národnosti. (ISSP, 2017)
Pro konstrukci výběrového rámce byla využita databáze České pošty. (ISSP, 2017)

Oba moduly mají v použitých částech dotazníku shodné otázky, byla použita stejná výběrová procedura a moduly mají stejnou oporu výběru. ISSP zašticuje řadu mezinárodních výzkumů, které jsou tradičně opakované v určitých intervalech a má s longitudiálními výzkumy dlouholetou zkušenost. (ISSP, 2008) , (ISSP, 2017)

3.1.2 Výběr otázek

Ze souboru byly zvoleny pouze okruhy a otázky, které nevyžadují zkušenost se zaměstnáním a pohybují se ve více hypotetické rovině, protože značná část respondentů neměla v době dotazování zkušenost se zaměstnáním („*Jak důležité je, aby byla práce zajímavá*?“ – pro zodpovězení této otázky není potřeba aby respondent měl vlastní zkušenost se zaměstnáním,

oproti tomu otázka: „*Jak často máte pocit, že vám práce zasahuje do rodinného života?“* tuto zkušenost vyžaduje*).*

K analýze jsou tedy použity pouze otázky z prvních dvou okruhů. 1) Work centrality (pracovní centralita), který se zaměřuje na to jak klíčovou roli hraje práce v životě jedince a 2) Work values (pracovní hodnoty).

Okruh mapujuje centrální význam zaměstnanecké aktivity a snaží se zjistit, co pracovní/zaměstnanecká aktivita pro dané respondenty znamená. Konkrétněji, jestli je práce (zaměstnání) pro ně pouze způsob vydělání peněz nebo jestli je motivuje ještě něco jiného. Otázky měří sociálně - vztahové pracovní hodnoty a byly zařazeny do dotazníku v roce 2005, aby rozšířily možnosti analýzy. V doprovodném materiálu zdůvodňují použití tohoto konceptu takto: „By knowing what work means to people one is able to assess what motivates them and how they respond to their work environment“ „Když víme co práce pro lidi znamená, můžeme posoudit, co je motivuje, a jak budou reagovat na jejich pracovní prostředí. (Jutz et. Al, 2017)

Okruh Pracovní hodnoty je rozsáhlejší a z celkových 9 otázek je pro analýzu využito 8 (otázka na důležitost osobního kontaktu nebyla do modulu z roku 2005 zahrnuta a proto není možné ji použít v této analýze). ISSP pracuje s konceptualizací třech základních hodnot: 1) vnější (finanční stránka práce, pracovní jistota atp.) 2) vnitřiní (pracovní flexibilita a to, jestli je práce zajímavá) 3) sociální
(míra prospěšnosti pro společnost atp.) (Jutz et al. 2017)

Otázky jsou v této práci rozděleny do hodnotových dimenzí takto:

Sociálně – vztahové pracovní hodnoty:

- *“Jak je podle vás osobně v zaměstnání důležité mít možnost pomáhat lidem”*
- *“Jak je podle vás osobně v zaměstnání důležité mít pocit užitečnosti pro společnost”*

Vnější pracovní hodnoty:

- *“Jak moc souhlasíte s tvrzením, že zaměstnání je způsob, jak vydělat peníze - nic víc”*
- *“Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít vysoký příjem”*
- *“Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít příležitost k postupu”*
- *“Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležitá pracovní jistota?“*

Vnitřní pracovní hodnoty:

- *"Jak je podle vás osobně v zaměstnání osobně důležité mít možnost pracovat samostatně"*
- *"Jak je podle vás osobně v zaměstnání důležité mít možnost zvolit si hodiny či dny, kdy pracujete"*
- *"Jak moc souhlasíte s tvrzením: Líbilo by se mi mít placené zaměstnání, i kdybych nepotřeboval peníze"*
- *"Jak je podle vás osobně v zaměstnání důležité, aby byla práce zajímavá"*

3.2 Úprava dat a Metoda analýzy

Pro analýzu dat byl zvolen program SPSS Statistics od firmy IBM. Analýza je dělena do tří částí. Deskriptivní, faktorová a třetí klastrová analýza. První část využívá kontingenčních tabulek spolu s Chí-kvadrát testy. Rozdíly v odpovědích a statistická významnost jsou interpretovány a navázány na výsledky již proběhlých výzkumů generací.

V druhé části je provedena faktorová analýza celého souboru, který se přirozeně rozdělil do tří faktorů. Cílem této analýzy je prozkoumat vztahy mezi proměnnými, zjistit co vzniklé faktory měří a do jaké míry se shodují s konceptem tří dimenzí pracovních hodnot, se kterým se v této práci operuje. Následně je testováno, zda se generace v daných faktorech mezi sebou liší.

Třetí část je klastrová analýza. Zde se také pracuje s celým souborem a jedná se o K-Means klastrovou analýzu. Na základě testů provedených na dvou a tří klastrovém řešení je nakonec použito řešení se čtyřmi klastry. V tomto řešení jsou nejvíce hodnotově diferenciované klastry a tím pádem je lze lépe interpretovat.

Jednotlivé klastry jsou popsány a následně je v nich měřeno procentuální zastoupení generací Y a Z. Cílem této analýzy je zjistit jak se do jakých hodnotových shluků se respondenti dělí, jestli tyto shluky odpovídají koncepci tří dimenzí hodnot a jestli se shluky generačně liší.
Soubor z roku 2005 n = 1226 byl zúžen na respondenty v rozmezí 18-25 let, tedy narozené mezi lety 1980 – 1987 (generace Y n = 134). Soubor z roku 2015 n = 1435 byl také zúžen na respondenty v rozmezí 18-25 let, tedy narozené 1990 – 1997 (generace Z n = 112).

4. Analytická část práce

Proměnné jsou rozděleny do tří skupin kategorií podle teoretického vymezení pracovních hodnot. 1) sociálně - vztahové hodnoty 2) vnější (extrinzické) hodnoty 3) vnitřní (intrinzické) hodnoty. Tato převzatá kategorizace proměnných do třech dimenzí pochází z výzkumu ISSP (ISSP, 2017). ISSP kategorizaci teoreticky ukotvuje ve výzkumech Kalleberg and Stark (1993) a (Kalleberg 1977; Curtice 1993).

4.1 Deskriptivní analýza

4.1.1 Sociálně vztahové hodnoty

Sociálně - vztahové hodnoty je název první kategorie analýzy dat, která je spjata s výzkumnou otázkou… *Existují v České společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi sociálně - vztahové pracovní hodnoty?*

Tyto hodnoty zahrnují otázky na pomoc lidem a užitečnost pro společnost. V literatuře se objevuje i alternativní název této dimenze: Altruistické hodnoty. McCrindle 2006)

4.1.1.1 Pomoc lidem

Generace Y n =132, Generace Z n = 112

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání osobně důležité mít možnost pomáhat lidem" (ISSP,2005)(ISSP,2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité, ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 1)

			osobně důležité: pomáhat lidem					celkem
			Velmi důležité	důležité	Ani důležité, ani nedůležité	nedůležité	Zcela nedůležité	
Generační příslušnost	Generace_Y	N	16	64	41	9	2	132
		% z generaceY	12.1%	48.5%	31.1%	6.8%	1.5%	100.0%
	Generace_Z	N	29	50	22	10	1	112
		% Z generace Z	25.9%	44.6%	19.6%	8.9%	0.9%	100.0%
celkem		N	45	114	63	19	3	244
		% celkem	18.4%	46.7%	25.8%	7.8%	1.2%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 2)			
	hodnota	df	Asymptomatická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	10.019[a]	4	.040
N Platných odpovědí	244		

Generace Y a Z se v této dimenzi na 5% hladině významnosti statisticky liší (tabulka 2). V kontingenční tabulce (tabulka 1) je vidět, že rozložení respondentů, kteří spadají do generace Y je více orientované na střed, zatímco generace Z je spíše na kraji škály. Pro generaci Z je to, aby pomáhali v práci lidem důležitější, než pro generaci Y.

4.1.1.2 Užitečnost pro společnost

Generace Y n =132, Generace Z n = 111

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít pocit užitečnosti pro společnost" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 3)								
			osobně důležité: užitečnost pro společnost					celkem
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležité, ani nedůležité	Nedůležité	Zcela nedůležité	
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	22	62	37	9	2	132
		% Z generace Y	16.7%	47.0%	28.0%	6.8%	1.5%	100.0%
	Generace_Z	Count	28	50	23	8	2	111
		% Z generace Z	25.2%	45.0%	20.7%	7.2%	1.8%	100.0%
Celkem		N	50	112	60	17	4	243
		% celkem	20.6%	46.1%	24.7%	7.0%	1.6%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 4)			
	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	3.543[a]	4	.471
N platných odpovědí	243		

U této proměnné z této kategorie je sice v kontingenční tabulce (tabulka 3) vidět podobné rozložení jako u první proměnné z kategorie sociálně – vztahové hodnoty, nicméně test signifikance (tabulka 4) ukazuje, že se generace Y a Z mezi sebou statisticky neliší. Být užitený pro společnost je pro obě tyto generace poměrně důležité.

4.1.2 Vnější (extrinzické) hodnoty

Druhá kategorie analýzy se zaměřuje na motivaci na základě finanční odměny, kariérního postupu a pracovní jistoty. Je spjata s výzkumnou otázkou… *Existují v české společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnější pracovní hodnoty?*

Vnější hodnoty zahrnují otázky na finanční ohodnocení, kariérní postup a pracovní jistotu.

4.1.2.1 Zaměstnání jako výdělečná činnost

Generace Y n = 134, Generace Z n = 111

"Jak moc souhlasíte s tvrzením, že zaměstnání je způsob, jak vydělat peníze - nic víc" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015). Tato proměnná je kódována takto: 1 – Silně souhlasím, 2 – Souhlasím, 3 –

Ani souhlasím, ani nesouhlasím 4 – Nesouhlasím 5 - Silně nesouhlasím, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 5)								
			Zaměstnání jako způsob výdělku					celkem
			Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Ani souhlas, ani nesouhlas	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	
Generační_ příslušnost	Generace_Y	N	20	47	30	32	5	134
		% Z generace Y	14.9%	35.1%	22.4%	23.9%	3.7%	100.0%
	Generace_Z	N	11	36	21	33	10	111
		% Z generace Z	9.9%	32.4%	18.9%	29.7%	9.0%	100.0%

celkem	N	31	83	51	65	15	245
	% celkem	12.7%	33.9%	20.8%	26.5%	6.1%	100.0%

Chi-kvadrát Tests (tabulka 6)			
	hodnota	df	Asymptotická Significance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	5.228[a]	4	.265
N platných odpovědí	245		

Rozdíly, které jsou vidět v tabulce 5 (Výraznější finanční orientace u generace Y) nejsou statisticky významné (tabulka 6). Generace Y a Z se tedy v této otázce neliší. Jinými slovy, pozorované rozdíly v odpovědích by mohly být náhodné a neexistují dostatečné důkazy pro tvrzení, že zde existuje významný generační rozdíl. Obě generace projevují podobné vzory souhlasu, neutrálních odpovědí a nesouhlasu s tvrzením.

4.1.2.2 Důležitost vysokého příjmu

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít vysoký příjem" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015). Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 7)								
			Osobně důležité: vysoký příjem					celkem
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležié, ani nedůležité	nedůležité	Zcela nedůležité	
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	46	63	20	4	0	133
		% Z generace Y	34.6%	47.4%	15.0%	3.0%	0.0%	100.0 %
	Generace_Z	N	24	58	26	2	2	112
		% Z generace Z	21.4%	51.8%	23.2%	1.8%	1.8%	100.0 %
celkem		N	70	121	46	6	2	245
		% celkem	28.6%	49.4%	18.8%	2.4%	0.8%	100.0 %

Chi-kvadrát Test (tabulka 8)			
	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	8.835[a]	4	.065
N Platných odpovědí	245		

V této otázce se generace Y a Z statisticky liší na 10% hladině signifikance (tabulka 8). Mít vysoký příjem je důležitější pro generaci Y. Pro generaci Z je vysoký příjem také důležitý, ale pohybuje se více ve středu škály (23.2% oproti 15% u generace Y).

Tyto výsledky nekorespondují se Schwabel (2014) i Kubátovou (2017) v České republice, podle kterých je finanční orientace výraznější u generace Z. Bylo by potřeba provést mezinárodní srovnání, které by prozkoumalo, jestli je česká generace Z méně finančně motivovaná než stejná generace v jiných státech, nebo naopak generace Y více finančně motivovaná než generace Y v jiných státech. Prostředí, které formovalo generaci Z v ČR bylo nicméně díky internetu a politicko-ekonomickém vývoji (vstup do EU, začlenění do evropského trhu) pravděpodobně relativně podobné tomu prostředí, které formovalo generaci Z v jiných státech. Větší rozdíl ve formujících vlivech je možné předpokládat u generace Y, která byla v ČR formována transformujícím prostředím devadesátých let, což by mohlo vést k rozdílné hodnotové orientaci v této proměnné.

4.1.2.3 Důležitost pracovního postupu

Generace Y n =132, Generace Z n = 111

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít příležitost k postupu" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 9)								
			Osobně důležité: Příležitost k postupu					Celkem
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležité, ani nedůležité	Nedůležité	Zcela nedůležité	
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	30	51	34	15	2	132
		% Z generace Y	22.7%	38.6%	25.8%	11.4%	1.5%	100.0%
	Generace_Z	N	20	66	18	6	2	112
		% Z generace Z	17.9%	58.9%	16.1%	5.4%	1.8%	100.0%
Celkem		N	50	117	52	21	4	244
		% Celkem	20.5%	48.0%	21.3%	8.6%	1.6%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 10)			
	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	11.139[a]	4	.025
N Platných odpovědí	244		

Generace se mezi sebou v této proměnné liší (tabulka10) a to na 5% hladině signifikance. Pro generaci Z jsou příležitosti k pracovnímu postupu důležitější než pro generaci Y, která odpovídala více ve středu škály, až lehce negativně (11.4% odpovědělo, že pracovní postup považují za pro ně nedůležitý). Schwabel (2014) uvádí kariérní růst jako jednu ze tří hlavních pracovních hodnot generace Z.

4.1.2.4 Důležitost pracovní jistoty

Generace Y n = 133, Generace Z n = 112

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležitá pracovní jistota?"(ISSP, 2005) (ISSP, 2015). Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 11)								
			Osobně důležité: Pracovní jistota					
			Velmi důležité	důležité	Ani důležité, ani nedůležité	nedůležité	Zcela nedůležité	Celkem
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	52	65	12	2	2	133
		% Z generace Y	39.1%	48.9%	9.0%	1.5%	1.5%	100.0%
	Generace_Z	N	66	39	4	3	0	112
		% Z generace Z	58.9%	34.8%	3.6%	2.7%	0.0%	100.0%
Celkem		N	118	104	16	5	2	245
		% within Generační_příslušnost	48.2%	42.4%	6.5%	2.0%	0.8%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 12)			
	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	12.654[a]	4	.013
N platných odpovědí	245		

V této otázce se generace statisticky významně liší (tabulka 12). Pracovní jistota je významná pro obě generace, nicméně generace Z na ni klade lehce větší důraz než generace Y, což odpovídá i výzkumu Kirchmayer a Fratričová (2020). Test signifikance na 5% ukázal statisticky významný rozdíl mezi generacemi. Jinými slovy, pozorované rozdíly v odpovědích nejsou pravděpodobně způsobeny náhodou a existují dostatečné důkazy pro tvrzení, že existuje významný generační rozdíl v tom, jak vnímají důležitost pracovní jistoty. Je zajímavé, že pracovní jistota je důležitější pro generaci Z a vysoký příjem zase pro generaci Y. Pracovní jistota souvisí s finančním ohodnocením a bylo by logické předpokládat, že člověk, který klade veliký důraz na výši příjmu si bude chtít takovou práci ponechat.

4.1.3 Vnitřní (intrinzické) hodnoty

Třetí kategorie je spjata s výzkumnou otázkou… *Existují statisticky pozorovatelné rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnitřní pracovní hodnoty?*

4.1.3.1 Důležitost samostatného výkonu pracovní činnosti

Generace Y n = 133, Generace Z n = 111

"Jak je podle vás v zaměstnání osobně důležité mít možnost pracovat samostatně" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 13)

			Osobně důležité: Pracovat samostatně					Celkem
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležité, ani nedůležité	Nedůležité	Zcela nedůležité	
Generační_příslušnost	Generace _Y	N	32	56	27	17	1	133
		% Z generace Z	24.1%	42.1%	20.3%	12.8%	0.8%	100.0%
	Generace _Z	N	16	54	24	16	1	111
		% Z generace Y	14.4%	48.6%	21.6%	14.4%	0.9%	100.0%
Celkem		N	48	110	51	33	2	244
		% Celkem	19.7%	45.1%	20.9%	13.5%	0.8%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 14)

	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	3.622[a]	4	.460
N platných odpovědí	244		

Významná část obou generací považuje možnost pracovat samostatně za velmi důležité kritérium (tabulka 13). Výsledky testu chi-kvadrátu ukazují hodnotu 0,46, což je nad běžným prahem významnosti 0,05. To znamená, že rozdíly v odpovědích mezi generací Y a generací Z ohledně důležitosti možnosti pracovat nezávisle/samostatně na pracovišti nejsou statisticky významné. Jinými slovy, pozorované rozdíly v odpovědích by mohly být náhodné a neexistují dostatečné důkazy pro tvrzení, že existuje významný generační rozdíl v tom, jak vnímají důležitost této proměnné. (tabulka 14).

4.1.3.2 Důležitost pracovní flexibility

Generace Y n = 132, Generace Z n = 112

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité mít možnost zvolit si hodiny či dny, kdy pracujete" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 15)								
			Osobně důležité: zvolit si kdy pracovat					
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležité, ani nedůležité	Nedůležité	Zcela nedůležité	Celkem
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	20	56	30	22	4	132
		% Z generace Y	15.2%	42.4%	22.7%	16.7%	3.0%	100.0%
	Generace_Z	N	26	31	38	16	1	112
		% Z generace Z	23.2%	27.7%	33.9%	14.3%	0.9%	100.0%
Celkem		N	46	87	68	38	5	244
		% Celkem	18.9%	35.7%	27.9%	15.6%	2.0%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 16)			
	Hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	10.083[a]	4	.039
N platných odpovědí	244		

Pracovní flexibilita je na 5% hladině signifikance důležitější pro generaci Y (tabulky 15 a 16). Generace Z je více středově orientovaná, což značí, že se u ní nejedná o tak klíčovou kategorii jako u generace Y. Smola a Sutton (2011) popisují generaci Y jako silně motivovanou pracovní flexibilitou, nicméně Aldjic a Ferrel (2022) tvrdí, že generace Z je pracovní flexibilitou motivována ještě více než ostatní generace. Podobně jako u proměnné „důležitost vysokého příjmu" je tedy otázkou, zda je česká generace Z podprůměrně orientovaná na tuto proměnnou, nebo naopak česká generace Y nadprůměrně. Na druhou stranu, work-life balanc (který je částečně určen flexibilitou pracovního úvazku) je zase spojován spíše s generací Y (Lyianage a Gamage, 2020). Kirchmayer a Fratričová (2020) tvrdí, že pro generaci Z není Work-life balanc tak zásadní.

4.1.3.3 Existence nefinanční motivace

Generace Y n = 133, Generace Z n = 112

"Jak moc souhlasíte s tvrzením: Líbilo by se mi mít placené zaměstnání, i kdybych nepotřeboval peníze"(ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Silně souhlasím, 2 – Souhlasím, 3 – Ani souhlasím, ani nesouhlasím 4 – Nesouhlasím 5 - Silně nesouhlasím, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka (tabulka 17)								
			Placené zaměstnaní i když nepotřebuje peníze					Celkem
			Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Ani souhlasím, ani nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	10	51	40	27	5	133
		% Z generace Y	7.5%	38.3%	30.1%	20.3%	3.8%	100.0%
	Generace_Z	N	22	48	20	17	5	112
		% Z generace Z	19.6%	42.9%	17.9%	15.2%	4.5%	100.0%
Celkem		N	32	99	60	44	10	245
		% Celkem	13.1%	40.4%	24.5%	18.0%	4.1%	100.0%

Chi-kvadrát Test (tabulka 18)			
	Value	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	11.817[a]	4	.019
N platných odpovědí	245		

I v této kategorii se generace liší (na 5% hladině signifikance). Generace Z výrazně více inklinuje k tomu chodit do zaměstnání i v případě, že by to pro ně nebylo z finančního hlediska nutné. Nepřímo tedy ukazuje nižší míru finanční motivace a potvrzuje existenci jiných významných motivačních faktorů. Generace Y je více středově, až záporně orientovaná. Tím ukazují, že finanční motivace je pro ně důležitý faktor.

4.1.3.4 Důležitost zajímavosti práce

Generace Y n = 133, Generace Z n = 112

"Jak je podle vás osobně pro zaměstnání důležité aby byla práce zajímavá" (ISSP, 2005) (ISSP, 2015).

Tato proměnná je kódována takto: 1 – Velmi důležité, 2 – Důležité, 3 – Ani důležité ani nedůležité 4 – Ne příliš důležité 5 - Velmi nedůležité, 8 - Nedokážu vybrat

Kontingeční tabulka(tabulka 19)							
			Osobně důležité: Zajímavá práce				
			Velmi důležité	Důležité	Ani důležité, ani nedůležité	Nedůležité	Celkem
Generační_příslušnost	Generace_Y	N	51	65	8	9	133
		% Z generace Y	38.3%	48.9%	6.0%	6.8%	100.0%
	Generace_Z	N	49	53	8	2	112
		% Z generace Z	43.8%	47.3%	7.1%	1.8%	100.0%
Celkem		N	100	118	16	11	245
		% Celkem	40.8%	48.2%	6.5%	4.5%	100.0%

Chí-kvadrát test (tabulka 20)			
	Hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chi-kvadrát	3.944[a]	3	.268
N platných odpovědí	245		

U této proměnné nebyl nalezen statisticky významný rozdíl. U generace Y odpovědělo 87.2%, že považuje mít zajímavou práci za důležité a u generace Z 91.1% (tabulka 19). Neutrální postoj k této otázce zastává 6% generace Y a 7.1% generace Z. Za nedůležité následně 6.8% generace Y a 1.8% generace Z. Rozdíly jsou malé a podle Chí-kvadrát testu nejsou statisticky významné (tabulka 20).

4.1.3.5 Shrnutí deskriptivní analýzy

V první kategorii hodnot (sociálně – vztahové), jsou dvě proměnné. Z toho jedna (pomoc lidem) se ukázala jako důležitější pro generaci Z. V kategorii vnější pracovní hodnoty je pro generaci Y důležitější mít vysoký příjem. Pro generaci Z je naopak důležitější pracovní jistota a možnost postupu. V třetí kategorii pracovních hodnot (vnitřní) je pro generaci Y důležitější flexibilita, naopak generace Z dává velký důraz na nefinanční motivace.

Výsledky deskriptivní analýzy tedy neukazují jasné rozdělení generací do vymezených tří kategorií, nicméně ve většině proměnných se generace mezi sebou liší.

V kontingečních tabulkách je vidět, že data nejsou normálně rozložená. Odpovědi se spíše soustředí kolem nižších hodnot (souhlasím, důležité), než kolem střední hodnoty „ani, ani“. To může mít negativní vliv na další analýzy.

4.2 Faktorová analýza

Faktorová analýza byla zvolena proto, že umožňuje zredukovat počet dimenzí/proměnných se kterými se pracuje na nižší množství faktorů zkoumajících určitou hodnotu/hodnoty. To je užitečné při interpretaci vztahů mezi zkoumanými proměnnými a generacemi. Následné porovnání struktury faktorů ukazuje, který faktor je silnější u generace Y a který u generace Z. Důležité je zmínit, že nepracujeme se 100% vyčerpanou variancí, tím pádem část variability vstupních dat zůstává stále nevysvětlená. Variance byla u faktorové analýzy vyčerpána z 56% (byly zahrnuty jen faktory s variancí vyšší 10%).

Proměnné se přirozeně rozdělily do tří faktorů (tabulka 21) a v každém z faktorů byly ponechány pouze koeficienty vyšší 0.3. Tabulka 22 následně ukazuje frekvence jednotlivých faktorových skóre vůči generacím Y a Z. Na základě rozdílů průměrů obou generací bylo u každého faktoru vyhodnoceno, zda se mezi generacemi v daném faktoru nachází statisticky významný rozdíl. Generace se liší ve žlutě zvýrazněných faktorech 2 a 3.

Rotovaný matrix (tabulka 21)			
	faktory		
	1	2	3
Zaměstnání jako způsob výdělku (vnější)		.720	
Placené zaměstnaní i když nepotřebuji peníze (vnitřní)		-.309	.552
Osobně důležité: Pracovní jistota (vnější)			.831
Osobně důležité: Výsoký příjem (vnější)	.304	.751	
Osobně důležité: Příležitost k postupu (vnější)	.635		
Osobně důležité: Zajímavá práce (vnitřní)	.723		
Osobně důležité: Pracovat samostatně (vnitřní)	.709		
osobně důležité: Pomáhat lidem (sociálně – vztahová)	.570	-.414	.375
osobně důležité: Užitečnost pro společnost (sociálně – vztahová)	.634	-.304	.331

Osobně důležité: Zvolit si kdy pracovat (vnitřní)	.534	.418	

Report (tabulka 22)				
Generační_příslušnost		REGR Faktorové skóre 1	REGR Faktorové skóre 2	REGR Faktorové skóre 3
Generace_Y	Průměr	.0269887	-.1203141	.1677347
	N	128	128	128
	Sm. Odchylka	1.07719559	.96213050	.96687954
Generace_Z	Průměr	-.0316931	.1412863	-.1969728
	N	109	109	109
	Sm. Odchylka	.90488789	1.02923929	1.00665838
Celkem	Průměr	.0000000	.0000000	.0000000
	N	237	237	237
	Std. Deviation	1.00000000	1.00000000	1.00000000

Druhý faktor se ukázal jako důležitější pro generaci Y. Jedná se o faktor reprezentující vnější hodnoty, který zároveň ukazuje záporný vztah k sociálně – vztahovým hodnotám. Záporný vztah je vidět i u proměnné "existence nefinanční motivace", která je klasifikovaná jako vnitřní typ pracovní hodnoty. Dále tento faktor také zahrnuje proměnnou "důležitost pracovní flexibility", která se tradičně řadí do vnitřních pracovních hodnot.

Třetí faktor je naopak důležitější pro generaci Z a jsou v něm profilované sociálně – vztahové hodnoty. Dále je v něm i velmi silný důraz na pracovní jistotu a nefinanční motivaci.

4.2.1 Shrnutí faktorové analýzy

Faktorová analýza ukazuje, že generace Z je silněji motivována sociálně – vztahovými hodnotami, než generace Y. Generace Y je naopak silněji finančně motivována. Je pro ni také více důležitá pracovní flexibilita, což vychází i z kontingečních tabulek, na základě teorie byl nicméně očekáván větší důraz na flexibilitu u generace Z (Aldjic a Ferrel, 2022). Generace Z je zase více motivována pracovní jistotou, což opět vychází i z kontingečních tabulek a také to odpovídá výzkumu pracovních hodnot generace Z Kirchmayer a fratričová (2020).

4.3 Klastrová analýza

Byla zvolena K-means klastrová analýzy se 4 klastry, která rozdělila respondenty do 4 shluků podle podobnosti jejich odpovědí. Následně jsou shluky popsány podle toho, jaké proměnné

jsou pro danou skupinu respondentů klíčové (hodnoty nižší než 2). V druhém kroku je zkoumána generační stavba klastrů a testována signifikance rozdílů.

Od klastrové analýzy se očekává identifikace pracovně hodnotových profilů, které je možné porovnat s koncepcí tří dimenzí pracovních hodnot a následně dále porovnat generace Y a Z.

Finální klastrová centra (tabulka 23)				
	Klastr			
	1	2	3	4
Zaměstnání jako způsob výdělku (vnější)	2.03	2.02	3.47	3.96
Placené zaměstnaní i když nepotřebuji peníze (vnitřní)	2.61	3.31	2.27	2.12
Osobně důležité: Pracovní jistota (vnější)	1.50	1.85	1.82	1.40
Osobně důležité: Výsoký příjem (vnější)	1.51	1.95	2.45	2.14
Osobně důležité: Příležitost k postupu (vnější)	1.89	2.69	2.49	1.95
Osobně důležité: Zajímavá práce (vnitřní)	1.61	2.31	1.80	1.30
Osobně důležité: Pracovat samostatně (vnitřní)	1.78	3.07	2.86	1.74
osobně důležité: Pomáhat lidem (sociálně – vztahová)	2.09	3.13	2.24	1.67
osobně důležité: Užitečnost pro společnost (sociálně – vztahová)	1.97	3.16	2.20	1.65
Osobně důležité: Zvolit si kdy pracovat (vnitřní)	1.86	2.78	3.57	1.88

Počet respondent v jednotlivých klastrech (tabulka 24)		
Klastr	1	74.000
	2	55.000
	3	51.000
	4	57.000
N platných odpovědí		237.000
Chybejici hodnoty		9.000

Pracovní jistota a zajímavá práce jsou poměrně důležité u všech čtyř klastrů, moc to tedy o třídění respondentů nevypovídá. Tyto hodnoty jsou do značné míry důležité napříč výběrem.

První klastr je silně orientovaný na vnější motivační faktory (finanční ohodnocení, pracovní postup), je zde ale i důraz na užitečnost pro společnost a také relativně významná orientace na samostatnost (možnost určit si pracovní dobu, možnost pracovat samostatně) a užitečnost pro společnost. Pro druhý klastr je kromě pracovní jistoty důležitý vysoký plat a stejně jako pro ostatní klastry i pracovní jistota. Je tedy motivovaný extrinzicky. Třetí klastr se jeví jako nepříliš vyhrazený. Je pro něj také důležitá pracovní jistota (vnější) a zajímavost práce (vnitřní). Čtvrtý klastr je silně rozmanitý. Pro tyto respondenty jsou důležité jak vnitřní hodnoty (samostatnost práce, zajímavost práce), tak i vnější (pracovní postup a pracovní jistota) a zároveň i sociálně -vztahové hodnoty (pomoc lidem, užitečnost pro společnost). Čtvrtý klastr je zároveň jediný, který je silnější u generace Z (tabulka 25)

Klastry * Generační_příslušnost kontingeční tabulka (tabulka 25)

			Generační_příslušnost		Celkem
			Generace_Y	Generace_Z	
Číslo klastru	1	Count	42	32	74
		% V ramci klastru	56.8%	43.2%	100.0%
		% V ramci Generační_příslušnost	32.8%	29.4%	31.2%
	2	Count	31	24	55
		% V ramci klastru	56.4%	43.6%	100.0%
		% V ramci Generační_příslušnost	24.2%	22.0%	23.2%
	3	Count	28	23	51
		% V ramci klastru	54.9%	45.1%	100.0%
		% V ramci Generační_příslušnost	21.9%	21.1%	21.5%
	4	Count	27	30	57
		% V ramci klastru	47.4%	52.6%	100.0%
		% V ramci Generační_příslušnost	21.1%	27.5%	24.1%
Celkem		Count	128	109	237
		% V ramci klastru	54.0%	46.0%	100.0%
		% V ramci Generační_příslušnost	100.0%	100.0%	100.0%

Chí-kvadrát Test

	hodnota	df	Asymptotická Signifikance (2stranná)
Pearson Chí-kvadrát	1.376[a]	3	.711
Míra pravděpodobnosti	1.373	3	.712
Lineární asociace	1.055	1	.304
N platných odpovědí	237		
a. 0 políček (0%) má očekávaný počet odpovědí menší než 5. Minimální očekávaný počet je 23.46			

Generační rozložení do klastrů je velmi podobné. Největší rozdíl je vidět u čtvrtého klastru, který bude následně popsán.

4.3.1 Shrnutí klastrové analýzy

Vytvořené čtyři faktory se mezi sebou silně překrývají. Všechny proměnné kromě „pomoc lidem“ se projevily silně alespoň ve dvou klastrech najednou. I přesto je zde vidět určitá hodnotová diferenciace. Klastr 2 dává důraz na vnější pracovní hodnoty, klastr 4 zase na určitou kombinaci vnitřních a sociálně-vztahových. Nejedná se ale o takové rozdělení, které by zcela odpovídalo očekávané klasifikaci na tři typy pracovních hodnot, ze které tato práce vychází.

Další problém spočívá v tom, že Chí – kvadrát test ukázal, že se generace v rámci jednotlivých klastrů statisticky neliší. Soubor se tedy sice rozdělil do čtyřech odlišných klastrů (klastrové středy v tabulce 23), nicméně v této utvořené typologii se generace Y a Z neliší.

5. Diskuse

Hodnoty byly na základě teorie a provedených výzkumů rozděleny do tří hlavních kategorií. Hodnoty vnitřní (intrinzitní), hodnoty vnější (extrinzitní) a hodnoty sociálně - vztahové. Teoreticky je práce ukotvena v řadě dílčích výzkumů generačních a pracovních hodnot. Nosné jsou výzkumy národních hodnot Kalleberg a Stark (1993), pracovních hodnot Ros (1999), výzkum pracovních hodnot generace Z Kirchmayer a Fratričová (2020) a výzkum generace Y Smola a Sutton (2011). Další teoretický rámec, který byl užitečný při interpretaci byla teorie formujících událostí, a sice že generace se utváří v důsledku sdílených významných událostí v období dospívání. Tyto události se mohou v různých oblastech/státech lišit a mohou tak vznikat generační specifika, která nejsou pozorovatelná v jiných zemích.

Odpovědi na výzkumné otázky byly získány analýzou již existujících dat ISSP Work orientations III a IV z let 2005 (pro generaci Y) a 2015 (Pro generaci Z). Důvody pro analýzu již existujících dat byly dva. Za prvé, výzkum ISSP je na velmi vysoké úrovni a bylo by téměř

nemožné v rámci bakalářské práce sebrat takto kvalitní data. Za druhé, což je pravděpodobně ještě důležitější, pro analýzu bylo klíčové, aby byly obě generace srovnávané ve stejném věku. To z toho důvodu, aby bylo možné interpretovat rozdíly, jako generační, nikoliv jako věkové (hodnotové rozdíly způsobené odlišným životními fázemi se mohou chybně jevit jako rozdíly způsobené odlišnou generační příslušností).

Generace jsou si očividně hodnotově podobné, nepohybují se na opačných stranách hodnotového spektra, nicméně mezi nimi rozdíly existují. Zkoumaná generační kohorta Y vyrůstala v osmdesátých a hlavně devadesátých letech. Změna, kterou Česká společnost prošla z ekonomického, kulturního, technologického a politického hlediska byla v této době větší než v západních státech (přechod z totality na demokracii). Je tedy možné, že v důsledku toho jsou rozdíly mezi Českou generací Y a Z větší, než rozdíly mezi těmito generacemi v zemích, které si prošly jiným historicko - politickým (a ekonomickým) vývojem. V některých ohledech si jsou ale naopak generace Y a Z v ČR velmi podobné. Zde je prostor pro další navazující výzkum, zabývající se rozdíly mezi ČR a zahraničím.

Tato práce má tři hlavní limity. První limit je fixní baterie otázek. Analýza již existujících dat ISSP má své výhody, které jsem zmínil výše, a které z mého pohledu převyšují její nevýhody. Každopádně daný počet a okruhy otázek jsou zároveň i limitace. Pevný set otázek neumožňuje prozkoumat všechny existující dimenze hodnot a do velké míry ovlivňuje celkovou koncepci práce.

Druhý limit je velikost výběru. Z dostupných dat nebylo možné při smysluplné koncepci generací vybrat vzorek v řádů vyšších stovek respondentů. Nejedná se o vyloženě malý vzorek (N=246), ale je možné, že například problémy se signifikancí by mohl větší výběr vyřešit.

Třetí limit práce je vymezení generací. Použité data sety nedovolovaly použití širšího intervalu pro vymezení generací a výsledky tím pádem nejsou reprezentativní pro celou generaci Z a Y, ale jen pro její část. Na druhou stranu užší vymezení kohort může potenciálně nabídnout více konzistentní výsledky. Je logické, že respondenti na okraji dvacetileté generační kohorty budou mít výrazně jiné priority a může dojít k již zmíněné záměně věkových charakteristik s generačními. Kromě toho, jak popisuje Andelson (1986), generace se nestřídají podle pevných milníků, ale spíše formou jakési „vlny“. Hrozí tedy, že u příliš širokého vymezení opravdu budou hodnoty na začátku kohorty jiné, než na konci.

Závěr

Ve třech základních dimenzích pracovních hodnot (vnitřní, vnější a sociálně – vztahové) byly potvrzeny rozdíly mezi generacemi. V některých ohledech se nicméně liší jiným způsobem, než byl předpoklad na základě výzkumů, ze kterých tato práce teoreticky vychází. Generace Y a Z, nejsou zásadně polarizované podle těchto tří hodnot a v některých kategoriích se překrývají. Například pracovní jistota je důležitá pro obě generace.

- *V1 Existují v České společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi sociálně - vztahové pracovní hodnoty?*

Sociálně- vztahové hodnoty se jsou důležitější pro generaci Z. V rámci deskriptivní analýzy se sice rozdíl mezi generacemi u jedné proměnné ukázal jako nesignifikantní (užitečnost pro společnost, ale výsledky u druhé proměnné (pomoc lidem), v kombinaci s faktorovou analýzou ukazují silnější vztah generace Z k této kategorii pracovních hodnot.

- *V2 Existují v České společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnější pracovní hodnoty.*

V této dimenzi se generace také liší, je nicméně obtížné říct, která z generací je silněji motivována vnějšími vlivy. Generace Y dává větší důraz na finanční motivaci, generace Z zase na pracovní postup a jistotu, což má svou oporu v již existujících výzkumech. Klastrová analýza by sice přinesla jistou míru rozuzlení, formoval se v ní klastr respondentů, který je motivovaný vnějšími hodnotami a je více zastoupený generací Y, nicméně rozdíl mezi generacemi není statisticky významný.

Možné vysvětlení tohoto chování je, že odlišné socializační vlivy devadesátých let a začátku nového tisíciletí formovaly u generace Y a Z částečně rozdílné preference aspektů vnějších pracovních hodnot.

- *V3 Existují v České společnosti rozdíly mezi respondenty z generace Y a generace Z v dimenzi vnitřní pracovní hodnoty.*

I v této dimenzi existují rozdíly mezi generacemi, ale obdobně jako u druhé výzkumné otázky není jednoduché určit, která z generací je vnitřními hodnotami motivována více. Generace Y dává větší důraz na flexibilitu práce, generace Z zase na nefinanční motivace, což koresponduje s vysokou mírou finanční motivace u generace Y. První faktor, který je silně vnitřně motivovaný sice ukazuje na lehce vyšší motivaci generace Z těmito hodnotami, výsledky jsou ale statisticky nesignifikantní. Obdobně je tomu u klastrové analýzy.

Práce představuje bližší náhled do hodnotové orientace generací Y a Z v české společnosti, který může sloužit jako stavební kámen dalšího výzkumu, či jako úvod do této problematiky. Jejím cílem bylo porovnat tyto generace optikou pracovních hodnot ve třech definovaných dimenzích. Výsledky odhalily některé očekávané rozdíly, ale zároveň i řadu podobností.
Navazující výzkum by se měl pokusit překonat limity této práce a prozkoumat rozdíly mezi českými a zahraničními generacemi Y a Z. Další možností pro navazující výzkum je využití kvalitativní analýzy. Například ve formě hloubkových rozhovorů. V první řadě může kombinovaná forma výzkumu poskytnou hlubší porozumění problematice generací a jejích specifik. Může pomoci interpretovat statistická data. Může ale také pomoci se samotným designem dalších výzkumů. Kvalitativní srovnání české generace Y a té zahraniční by mohlo pomoct odhalit na jaké okruhy otázek by bylo dobré se ptát v dotazníkovém šetření. Nejedná se pouze o výzkum pracovních hodnot. Studium generací zahrnuje širokou škálu témat, které spolu do velké míry souvisí.

Summary

In the three fundamental dimensions of work values (internal, external, and socio-relational), differences between Generation Y and Generation Z were confirmed. However, in some aspects, they differ in a way that deviates from the assumptions based on previous research that this study theoretically builds upon. Generation Y and Generation Z are not fundamentally polarized based on these three values, and they overlap in some categories. For example, work security is important for both generations.

• *V1 Are there differences in the dimension of socio-relational work values between respondents from Generation Y and Generation Z in Czech society?*
Socio-relational values are more important for Generation Z. Although, within the descriptive analysis, the difference between generations in one variable was found to be non-significant (usefulness for society), the results of another variable (helping people), in combination with factor analysis, indicate a stronger relationship of Generation Z to this category of work values.

• *V2 Are there differences in the dimension of external work values between respondents from Generation Y and Generation Z in Czech society?*
In this dimension, generations also differ, but it is challenging to determine which of the generations is more strongly motivated by external influences. Generation Y places more emphasis on financial motivation, while Generation Z emphasizes work process and security, which is supported by existing research. Although cluster analysis would provide some degree

of resolution, forming a cluster of respondents motivated by external values, with a greater representation of Generation Y, the difference between generations is not statistically significant.

A possible explanation for this behavior is that the investigated Generation Y cohort underwent a sufficiently different socialization during adolescence, making it different from its international counterpart and ultimately more similar to Generation Z in this regard.

• *V3 Are there differences in the dimension of internal work values between respondents from Generation Y and Generation Z in Czech society?*

In this dimension, differences between generations also exist, but similarly to the second research question, it is not easy to determine which of the generations is more motivated by internal values. Generation Y places more emphasis on work flexibility, while Generation Z emphasizes non-financial motivations, which corresponds to the high level of financial motivation in Generation Y. Although the first factor, which is strongly internally motivated, slightly indicates a higher motivation of Generation Z with these values, the results are statistically non-significant. The same applies to cluster analysis.

The study provides a closer insight into the value orientation of Generation Y and Generation Z in Czech society, which can serve as a building block for further research or as an introduction to this issue. Its aim was to compare these generations through the lens of work values in three defined dimensions. The results revealed some expected differences but also a number of similarities.

Subsequent research should attempt to overcome the limitations of this study and explore differences between Czech and international Generation Y and Generation Z. Another possibility for subsequent research is the use of qualitative analysis, such as in-depth interviews. Firstly, a combined form of research can provide a deeper understanding of the issue of generations and their specifics. It can help interpret statistical data and design further research. A qualitative comparison of Czech Generation Y with their international counterpart could help identify which areas of questions would be beneficial to ask in a survey. This is not only about researching work values. The study of generations includes a wide range of topics that are largely interconnected.

Literatura

- ADELSON, Joseph. What Generation Gap?. 1986. ISBN 9780203788202.

- AGHEORGHIESEI, Daniela-Tatiana a Magda IORGA. Psychology of Generation Y and the Attitude Towards the Drugs Users at Workplace.: The Need for Ethics Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2013, 171 – 176.

- *APA: American psychological association* [online]. 750 First St. NE, Washington, DC, 2023 [cit. 2023-07-23]. Dostupné z: https://dictionary.apa.org/value

- ALDJIC, Klaudia a Wendy FARRELL. Work and Espoused National Cultural Values of
  Generation Z in Austria. *European Journal of Management Issues*. 2022, **30**(2), 100-115. Dostupné z: doi:10.15421/192210

- BEJTOVSKÝ, Jiří, 2016. The Employees of Baby Boomers Generation,Generation X, Generation Y and Generation Z in Selected Czech Corporations asConceivers of Development and Competitiveness in their Corporation. Journal of Competitiveness [online]. 8(4), 105-123. [cit. 22.12.2020]. Dostupné z: https://doi.org/10.7441/joc.2016.04.07

- BERGER, Bennett M. How Long Is a Generation?. *The British Journal of Sociology*. 1960, **11**(1), 10-23. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.2307/587038

- CRAMPTON, Suzanne M. a John W. HODGE. Generation Y: Uncharted Territory. Journal of Business & Economics Research. Grand Valley State University, 2009, 7(4).
- CHESTER, E. *Employing Generation Why?: Understanding, managing and motivating your new workforce*. Lakewood, CO: Tucker House Books, 2002.

- DAWIS, R. V a Lofquist, L. H LOFQUIST. A psychological theory of work adjustment. *Univer- sity of Minnesota Press*. Minnesota, 1984.

- DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and post- Millennials begin. Pew research center. 2018, 4.

- DOLOT, Anna. *The characteristics of Generation Z*. Cracow university of economics, 2018. Dostupné z: doi:10.15219/em74.1351

- DÖMEOVÁ, Ludmila. Generace Z na pracovišti: "Mladí zaměstnanci a zaměstnavatelé". 1. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2018. ISBN97880-213-2919-5.

- FERRI, R. The keys to engaging millennials: ways to engage younger employees. *Development and Learning in Organizations: An International Journal,*. 2010, **24**(6), online.

- GLASS, Amy. Understanding generational differences for competitive success. *Emerald*. 2007. ISSN 0019-7858.

- GURĂU, Călin. A life-stage analysis of consumer loyalty profile: comparing Generation X and Millennial consumers. *Journal of consumer marketing*. 2012, **29**(2), 103-113. ISSN 0736-3761.

- HANSEN, Jo-Ida c a Melanie E LEUTY. Work Values Across Generations. *Journal of Career Assessment* [online]. 2012, **20**(1), 34–52 [cit. 2023-07-23]. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1177/1069072711417163

- HOFSTEDE, Geert. *National Cultures Revisited*. 1983, **18**(4). Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1177/1069397183018004

- IORGULESCU, Maria-Christina. Generation Z and its perception of work. *Cross cultural management journal*. Buchurest university of economics, 2016, **16**(1), 47-54.
- ISSP. ISSP 2015 - WORK ORIENTATIONS IV: Study Monitoring Report. Švýcarsko: University of Lausanne, 2017.

- ISSP. *ISSP Study Monitoring 2005: Report to the ISSP General Assembly on monitoring work undertaken for the ISSP*. Německo: GESIS-ZUMA, 2008.

- JUTZ, Regina, Evi SCHOLZ a Michael BRAUN. *ISSP 2015 - Work Orientations IV: Questionnaire Development*. Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften: GESIS, 2017.

- KALLEBERG, Arne. *Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations in Transition*. 2009, **74**(1). Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1177/000312240907400101 KALLERBERG, A (1977) Work orientations and job rewards; a theory of job satisfaction.
  American Sociological Review 42(1); 124-43.

- KIRCHMAYER, Zuzana a Jana FRATRIČOVÁ. What Motivates Generation Z atWork?:
  Insights into Motivation Drivers of Business Students in Slovakia.Comenius University.
  Slovakia, 2020.

- KALLEBERG, Arne a Peter MARSDEN. Work Values in the United States: Age, Period, and Generational Differences. *Ann Am Acad Pol Soc Sci*. 2020. Dostupné z: doi:10.1177/0002716218822291

- KUBÁTOVÁ, Jaroslava. Generace Z – generace nezávislých podnikatelek?. *Podnikatelky v minulosti a současnosti*. Palackého universita v Olomouci, 2017, 140-166.

- KUBÁTOVÁ, Jaroslava a Adéla KUKELKOVÁ. *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y. Příklad České republiky a Francie*. Olomouc: VUP Olomouc, (2013). ISSN 978-80-244-3961-7.

- KRAHN, Harvey J a Nancy L. GALAMBOSOVÁ. Work values and beliefs of 'Generation X' and 'Generation Y'. *Journal of Youth Studies*. 2014, **17**(1), 92-112. ISSN 1367-6261. Dostupné z: doi:10.1080/13676261.2013.815701

-
- LATHAM, Gary P. a Christina SUE-CHANOV. *The Oxford handbook of organizational climate and culture: Motivational tactics*. oxford: Oxford university press, 2014. ISBN 978–0–19–986071–5.

- LUSCOMBE, Jenna, Ioni LEWIS a Herbert C BIGGS. Essential elements for recruitment and retention: Generation Y. *Emerald*. 2013. ISSN 0040-0912.

- LIYANAGE, hansini a Prasadini GAMAGE. *Factors influencing the Employee Engagement of the Generation Y Employees*. 2020.

- L. KALLEBERG, ARNE a David STARK. *Career Strategies in Capitalism and Socialism: Work Values and job Rewards in the United States and Hungary*. The University of North Carolina Press, 1993. University of North Carolina at Chapel Hill, Cornell University.

- LEUTY, Melanie. Work Values Across Generations. *Journal of Career Assessment*. 2012, **20**(1), 34-52. Dostupné z: doi:10.1177/1069072711417163

- MCCRINDLE, Mark. New Generations at Work: Attreacting, Recruitting & Training Generation Y. Sydney: University of New South Wales Press, 2006

- MCCRINDLE, Marc. *The abc of xyz*. Austrálie: McCrindle Research Pty, 2014. ISBN 978 0 9924839 0 6.

- MANNHEIM, Karl. The Sociological Problem of Generations. 1952, 33.

- MERET, Chiara, Silvia FIORAVANTI, Michaela IANNOTTA a Gatti MAURO, 2018.The Digital Employee Experience: Discovering Generation Z. Digital Technology and Organizational Change. ISBN 9783319620503.

-
- MONTANA, P.J a F PETIT. Motivating and managing generation X and Y on the job while preparing for Z: A market oriented approach. *Journal of Business & Economics Research*. 2008, **6**(8), 35-40. Dostupné z: doi:doi:10.19030/jber.v6i8.2459

- MOORE, Kevin, Carol JONES a Robert scott FREZIER. Engineering Education For Generation Z. *American Journal of Engineering Education*. 2017, **8**(2), 111–126. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.19030/ajee.v8i2.10067

- MORTON, Linda P. Targeting generation Y. *Public Relations Quarterly*. Rhinenbeck, 2002, **47**(2), 46-48.

- PANDERGAST, Donna a Kyrra WILKS. Generation Z, COVID-19 and Tourism. *Tourist Health, Safety and Wellbeing in the New Normal*. 2021, 315-343. Dostupné z: doi:DOI:10.1007/978-981-16-5415-2_13

- PARMENT, Anders. Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Stockholm: Stockholm University School of Business, 2013, 189-199. Dostupné z: doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.12.001
PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants Part 2:: Do they really think differently?. On the Horizon. 2001, 9(6), 8. ISSN 1074-8121. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1108/10748120110424843

- RANDSTAD. . Employer brand research 2020 global report [online]. [cit. 2023-02-04]. Dostupné z: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/481927/REBR%202020/Global_report_2020_final.Pdf

- REGINE, K. Generation Y consumer choice for organic foods. *Journal of Global Business Management*. 2011, **7**(1), 1-13.

-

- ROBINS, S. P., & Judge, T. A. (2010). Essentials of organizational behavior (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- ROS, Maria. Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work. APPLIED PSYCHOLOGY: AN INTERNATIONAL REVIEW. Israel, 1999, 48(1), 49–71.

- ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie osobnosti: obor v pohybu*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3133-9.

- SAK, Petr. Generace a její vztah ke společnosti a ke společenskému vývoji. 2009, 23.

- SCHWABEL, D. (2014) 5 Predictions for Gen-eration Alpha. http://danschawbel.com/blog/5-predictions-for-generation-alpha

- SEEMILLER, Corey a Meghan GRACE. *Generation Z A Century in the Making*. 2019.

- STRAUSS, W. and HOWE, N. (1997) The fourth turning: An American prophecy—What the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. Broadway, Great Falls.

- SMOLA, Karen a Charlotte D SUTTON. Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for the New Millennium. *Journal of Organizational Behavior*. 2002, **23**(4), 363 - 382. Dostupné z: doi:DOI:10.1002/job.147

TENNAKOON, Niranjala. Investigating the Determinants of Work-life Balance (WLB):: Insights from Generation Y Employees in Sri Lanka. *South Asian Journal of*

- *Social Studies and Economics*. 2020, **8**(2), 142-154. Dostupné z: doi:10.9734/SAJSSE/2020/v8i430226

- TENNAKOON, W. D. N. S. M a R. B. C. P SENARATHNE. Investigating the Determinants of Work-life Balance (WLB): Insights from Generation Y Employees in Sri Lanka. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*. 2020, **8**(4). ISSN ISSN: 2581-821X. Dostupné z: doi:DOI: 10.9734/SAJSSE/2020/v8i430226

- TYLER, K. (2007). The tethered generation. HR Magazine, 52(5), 40-46.

- TURNER, Anthony. Generation Z: Technology and Social Interest. Journal of Individual Psychology. 2015, 12.

- WILLIAMS, Kaylene a Robert PAGE. Marketing to the Generations. Journal of Behavioral Studies in Business. 2011, 17.

- WILLIAMS, Kaylene C a Robert A. PAGE. *Marketing to the Generations*. California state university, 2011.

- ZAPTÇIOĞLU ÇELIKDEMIR, Deniz a Irem TUKEL. Incorporating Ethics into Strategic Management with Regards to Generation Y's view of Ethics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Turkey, 2015, 528 – 535. Dostupné z: doi:DOI:10.1016/j.sbspro.2015.10.123

- ZHAO, Erdong a Liwei LIU. *China's Generation Y: Understanding the Workforce*. Peking: North China Electric Power University, 2008.

5.1.1.1.1.1 Projekt bakalářské / diplomové práce

Jméno a příjmení studujícího: Maxmilián Bistřický

Studijní program: Sociologie: Studia současných společností

Předpokládaný název práce: Pracovní hodnoty a motivace generace Z

Předpokládaný název práce v angličtině: Work values and motivation of generation Z

Klíčová slova: Generace Z, Generace Y,

Klíčová slova v angličtině: Generation Z, Generation Y

Vedoucí práce: Doc. Mgr. Milan Tuček, CSc.

Kód semináře, do kterého se chce studující hlásit (předběžně): BCC

Bakalářské semináře	
Seminář A kód semináře: BCA	Zaměření semináře: Seminář je určen studujícím, kteří zvolili téma ze sociální (veřejné) politiky a práci jim vedou vyučující z KVSP. Práce se typicky věnují analýze procesu tvorby politiky (nastolování agendy, rozhodování, implementace) a může v nich být uplatňován normativní pohled (identifikace společenského problému, navrhování řešení, vyhodnocování úspěšnosti politik apod.). Je možná práce s různými typy dat.
Seminář B kód semináře: BCB	Zaměření semináře: Seminář je primárně určen studujícím, kteří ve své bakalářské práci plánují realizovat kvalitativní výzkum.
Seminář C kód semináře: BCC	Zaměření semináře: Seminář primárně určený studujícím, kteří chtějí při řešení bakalářské práce vycházet z kvantitativních metod vytváření a analýzy dat.

Seminář D kód semináře: BCD	Zaměření semináře: Seminář je určen pro všechny sociologicky a sociálně-antropologicky zaměřené práce, jejichž těžiště leží v diskusi sociálně vědní teorie.
Diplomové semináře	
Seminář prof. Císaře kód semináře: MGRA	Zaměření semináře: Seminář je primárně určen studentům zaměření Sociologie, veřejnost a politika. Vítáni jsou i studenti ostatních zaměření, kteří pracují na blízkých tématech (veřejná sociologie, expertíza a politika atd.).
Seminář doc. Grygara a doc. Hájka kód semináře: MGRB	Zaměření semináře: Seminář je primárně určen studentům zaměření Sociální antropologie a kvalitativní výzkum. Vítáni jsou i studenti ostatních zaměření, kteří chtějí svou diplomovou práci opřít o tvorbu a interpretaci kvalitativních dat.
Seminář dr. Remra kód semináře: MGRC	Zaměření semináře: V rámci semináře je poskytována podpora studujícím, kteří ve své diplomové práci realizují primární nebo sekundární výzkum (kvantitativní, kvalitativní nebo smíšený). Seminář reflektuje potřeby studujících zaměření Aplikovaného sociologického výzkumu, nicméně je otevřen všem, kteří chtějí ve své práci dosáhnout evidence-based závěrů

Námět práce

Za generaci se považuje skupina jedinců, která sdílí přibližně stejný věk, rok narození, lokaci a důležité životní události, které je formovaly během dospívání (Kupperschmidt, 2000). Je nicméně na zvážení, do jaké míry hraje geografická lokace stále roli při utváření generace, vzhledem k tomu, jak jsou dospívající lidé dnes propojení přes internet. Jejich žité zkušenosti jsou tím pádem pravděpodobně podobnější než tomu bylo dříve, nezávisle na tom, kde vyrostli.

Generace Z, nebo také generace C (connected) jsou lidé, kteří se narodili mezi roky 1995 a 2010, ačkoli, někteří autoři považují za generaci Z až lidi narozené po roce 2000, nebo naopak

už 1990 (Iorgulescu 2016). Zdá se, že obecně nejčastěji přijatá definice pracuje s rokem 1995 a s tímto rokem tedy budu pracovat i já v této bakalářské práci.

Jedná se o první generaci, která vyrostla v době internetu a je tzv. "digitálně nativní". Digitální prostředí je jim přirozené a způsob, kterým komunikují, konzumují informace, žijí, studují a i pracují se liší od minulých generací.

Lidé spadající do generace Z se právě dostávají do svého produktivního věku a tím pádem se pohybujeme v období, kdy můžeme pozorovat první reálné změny, které tato generace přinese na pracoviště. V této práci se budu zabývat motivacemi a hodnotami generace Z, které ovlivňují jejich volbu pracoviště. Čeho si váží, a co pro ně naopak není tolik důležité.

Existují studie, které podobné téma již zkoumaly, jako například výzkum Zuzany Kirchmayer z Komenského Univerzity v Bratislavě s názvem "On the Verge of Generation Z: Career Expectations of Current University Students", nebo Turecký výzkum Mustafy Ozkan a Betuly Solmaz "The Changing Face Of The Employees- Generation Z And Their Perceptions Of Work". Obě studije jsou nicméně zahraniční a byly provedené v letech 2016 a 2015. Přínos mé bakalářské práce bude právě v získání dat z České republiky a hlavně dnes o 6 let později už budu schopen získat více vypovídající informace. V roce 2015 bylo příslušníkům generace Z 15 - 20 let (záleží na použité definici), dnes už je to 20 - 25. Při výzkumu pracovních motivací už se tedy nepohybujeme pouze v teoretické spekulativní rovině. Potenciální respondenti v tomto věku buď studují vysokou školu, nebo již pracují a mají tím pádem reálnější představu o tom co považují za důležité.
Práce bude mít dvě hlavní nosné roviny. Jedna bude porovnání dat s daty zmíněných předešlých studií generace Z. Druhá rovina se zaměří na uvedení informací do kontextu teorie generací (Mannheim, 1928) s hlavním zaměřením na porovnání s předešlou generací Y. Generace Y (neboli mileniálové) byla doposud technicky nejzdatnější generací. Zároveň byla významná svou rasovou a genderovou diverzit. Tyto faktory významně změnily způsob jakým se dnes pracuje, i samotný vzhled pracovišť. Přínos této práce bude prohloubení znalostí, které máme

o generaci Z v ohledu pracovních hodnot, ale zároveň prověření již existujících informací o této generaci v kontextu jejich mladších představitelů.

5.1.1.1.1.2 Předpokládané metody zpracování

Metodologicky se bude jednat o kvantitativní výzkum. Vzorek se bude skládat ze dvou částí. První bude zhruba 100 pracujících příslušníků generace Z a druhá bude zhruba 100 pracujících příslušníků z generace Y (oba vzorky budou odebrány ze stejných pracovišť). Výběr je rozdělený do dvou částí, aby bylo možné porovnat hodnoty obou generací. Cílové populace jsou tedy pracující příslušníci české generace Z a Y. Klíčové hodnoty jsou vybrány na základě informací z výzkumu Maloni, Hiatt a Cambell (2019), který porovnával rozdíly v hodnotách studentů podnikání z generace Z s hodnotami generace Y.

Výzkumné otázky:

1) H1: příslušníci generace Z dávají větší důraz na virtualizaci pracovního prostředí než generace Y

   RQ1: Dávají příslušníci generace Z větší důraz na virtualizaci pracovního prostřední než generace Y

2) H2: Pro příslušníky generace Z je profesní rozvoj důležitější než pro generaci Y

RQ2: je pro příslušníky generace Z profesní rozvoj důležitější než pro generaci Y

3) H3: Pro příslušníky generace Z jsou přátelské vztahy na pracovišti důležitější než pro generaci Y RQ3: Jsou pro příslušníky generace Z přátelské vztahy na pracovišti důležitější než pro generaci Y
4) H4: Pro příslušníky generace Z je možnost kreativní realizace důležitější než pro generaci Y RQ4: je možnost kreativní realizace pro příslušníky generace Z důležitější než pro generaci Y

Data budou sebrána pomocí dotazníku, online formou.

Následně bude provedena deskriptivní a korelační analýza dat v programu SPSS.

5.1.1.1.1.3 Etické souvislosti zvažovaného projektu

Respondenti budou srozumitelně informováni o cílech a průběhu výzkumu a využití sebraných dat. Účast na výzkumu budou moci odmítnout, nebo účast kdykoliv v průběhu ukončit. Všechna sebraná data budou anonymní. Sběr dat bude proveden s důrazem na princip neubližování. Výzkum bude proveden s důrazem na zajištění přesnosti a správnosti využitých dat. Bude se jednat o originální a řádně citovanou práci.

5.1.1.1.1.4 Orientační seznam literatury

1. KIRCHMAYER, Zuzana. On the Verge of Generation Z: Career Expectations of Current University Students. Bratislava: Comenius University, 2017.
2. KUPPERSCHMIDT, Betty. Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. 2000.
3. IORGULSCU, Maria-christina. GENERATION Z AND ITS PERCEPTION OF WORK.

CrossCultural Management Journal

4. OZKAN, Mustafa a Betul SOLMAZ. The Changing Face Of The Employees: Generation Z And Their Perceptions Of Work. Turkey, 2015.
5. MANNHEIM, Karl. The Sociological Problem of Generations
6. ERIKSON, Erik. Childhood and society. United states: W. W. Norton & Co, 1950.
7. BURSUKOVA, Oksana, Natalia MOZGOVAYA, Elena SCHERBINA a Ludmila KOSIKOVA. Ambition of young people - representatives of Y and Z generations. Don State Tech Univ, Fac Agribusiness, Divnomorskoe. RUSSIA, 2020.
8. JOAQUIM, Silva a Carvalho ANA. The Work Values of Portuguese Generation Z in the Higher Education-to-Work Transition Phase. Portugal, 2021.
9. NEAMTU, Daniela, Cristian HAPENCIUS a Ruxandra BEJINARU. SPECIALIZATIONS OF THE FUTURE. CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR GENERATIONS Y, Z, AND ALPHA. Romania, 2020.
10. DOLOT, Anna. The Characteristics of Generation Z. Poland, 2018.
11. Maloni, M., Hiatt, M. S., & Campbell, S. (2019). *Understanding the work values of Gen Z business students. The International Journal of Management Education, 17(3), 100320.*doi:10.1016/j.ijme.2019.100320

---------- **vyplňuje katedra** ----------

5.1.1.1.1.5 Vyjádření vedoucího zvoleného semináře k obsahu projektu

Souhlasím/ nesouhlasím; v případě nesouhlasu zdůvodnění; případně doporučení jak projekt do zahájení bc. / diplomového semináře doplnit. Posuzována je především připravenost projektu k tomu, aby mohl být předmětem diskuse v semináři, do kterého je podáván.

5.1.1.1.1.6 V případě, že je jako vedoucí práce navržen doktorand/ka nebo externist/ka, pak vyjádření garanta studijního programu k souladu tématu práce se studijním programem

Souhlasím / nesouhlasím; v případě nesouhlasu zdůvodnění. Posuzována je především relevance projektu ke studovanému SP.