

České mileniály a Gen Z nejvíc trápí náklady na bydlení

30.5.2024 - | Deloitte Advisory

44 % tuzemských mileniálů a 36 % příslušníků české generace Z má největší obavy z nákladů na bydlení. Dále je trápí politická nestabilita a globální konflikty (30 %) nebo klimatická změna (23 %). V porovnání se stejnými generacemi v zahraničí si tuzemští mladí mnohem méně myslí, že má podnikání pozitivní dopad na společnost. Vyplývá to z průzkumu poradenské a technologické společnosti Deloitte.

Pro 80 % mladých Čechů a Češek je důležitý smysl jejich práce a spokojenost i pohoda v zaměstnání. U stejných generací v zahraničí je tento podíl ještě vyšší a dosahuje více než sedmaosmdesáti procent. 84 % české generace Z rovněž uvedlo, že jim jejich současná práce dává smysl, což je v porovnání se světovým průměrem dokonce o 3 % více. Smysluplnost své práce pak deklarovalo 79 % českých mileniálů, ve světě to bylo 82 %.

“Mladé Češky a Češi vnímají smysluplnost svých zaměstnání i spokojenost a pohodu v práci podobně důležitě jako stejně mladí lidé v zahraničí, což je velmi pozitivní zpráva. Vypovídá to o tom, že si dobře uvědomují, jak velký vliv na ně práce má a že nevhodná pozice nebo zaměstnavatel mohou mít velmi negativní dopad na kvalitu jejich života,” říká Andrea Černá, expertka na HR trendy v poradenské a technologické společnosti Deloitte.

Podíl respondentů, kteří mají podobné hodnoty a cíle jako jejich současný zaměstnavatel je u české “Gen Z” 67 % (ve světě 71 %) a 60 procent u tuzemských mileniálů (72 % v zahraničí). 37 procent mladých Čechů pak uvedlo, že odmítlo možného zaměstnavatele na základě svých osobních etických zásad. U stejných generací v zahraničí to bylo 42 %.

Pouze 34 % české generace Z se domnívá, že podnikání má pozitivní dopad na širší společnost, ve světě si to však myslí téměř 50 % příslušníků této věkové skupiny. Ještě větší rozdíl je to u mileniálů. Těch českých věří v pozitivní vliv podnikání pouze 26 procent, zatímco ve světě to je 47 %.

“Jedním z důvodů může být obecně menší optimismus nebo chceme-li zdravě kritické myšlení českých respondentů v podobných průzkumech Češi vs. svět. Zároveň však výsledek jasně odráží vlažnější přístup (nejen) českých firem k udržitelnosti a společensky odpovědnému podnikání, kdy mnoho firem prozatím vyčkává, co budou dělat ostatní, soustředí se čistě na regulační stránku či se uchyluje ke krátkodobým a jednodušším krokům. Změny v zákaznických preferencích spolu s tlakem regulátorů, investorů a bank však brzy povedou k transformaci většiny firem a jejich globálních hodnotových řetězců a jistě i ke změně vnímání dopadu podnikání na společnost,” říká expert Deloitte na udržitelnost David Mejsnar, který se svým týmem pomáhá českým a středoevropským firmám s ESG.

Část respondentů si myslí, že by firmy měly hrát roli při řešení sociálních nerovností. 37 % české generace Z a 26 % mileniálů je přesvědčeno, že by podniky měly podporovat vzdělávací programy, stipendia a mentorství. O tom, že by firmy měly zajistit rovné platy a odměňování, včetně transparentnosti v této oblasti, má jasno 35 % příslušníků Gen Z a dokonce 44 % mileniálů. Přes 20 % mladých Čechů a Češek si rovněž myslí, že by zaměstnavatelé měly vytvářet inkluzivní pracovní příležitosti.

Průzkum Deloitte Gen Z and Millennials 2024 obsahuje odpovědi 500 respondentů z České republiky (300 respondentů Gen Z a 200 respondentů z generace mileniálů), které doplňují globální průzkum, kterého se dohromady účastnilo 22 841 respondentů (14 468 Gen Z a 8 373 mileniálů) ze 44 zemí napříč Severní Amerikou, Latinskou Amerikou, západní Evropou, východní Evropou, Středním východem, Afrikou a Asii. Průzkum se uskutečnil od listopadu 2023 do března 2024.

<https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/press/articles/ceske-milenialy-a-gen-z-nejvic-trapi-naklady-na-bydleni.html>