

GENERACE Z A ROZVOJ MĚST: PŘÍPADOVÁ STUDIE MĚSTA PELHŘIMOV

GENERATION Z AND CITY DEVELOPMENT: CASE STUDY OF PELHŘIMOV

Ing. Natálie YACOUBOVÁ
Mgr. Lucia DOBRUCKÁ, PhD.

Masarykův ústav vyšších studií, České vysoké učení technické v Praze
Kolejní 2a, 16000 Praha
email: natalieyacoubova@gmail.com, ldobrucka@gmail.com

Klíčová slova:

generace Z, bydlení, zaměstnanost, klima, strategický plán

Key words:

generation Z, housing, employment, climate, strategic plan

Abstrakt:

Mnohá menší města trpí snižováním počtu obyvatel, a to zejména z důvodu odchodu mladých lidí. Tento článek se zaměřuje na tzv. generaci Z. Nejstarší ročníky generace Z začínají v těchto letech takzvaně „vstupovat do života“ a ovlivňovat mnoho oblastí společenského života. Na čem budou záviset jejich rozhodnutí o tom, kde se usadí, jaké si zvolí zaměstnání a kdy založí rodinu? Tyto otázky jsou posuzovány na základě literatury a následně na příkladu města Pelhřimov. Článek zkoumá, zda a jak Pelhřimov naplňuje představy mladých lidí ve věku 18–24 let o ideálním místě pro život. Poukazuje zejména na význam bydlení, zaměstnání a životního prostředí.

Abstract:

Small towns often struggle with the decreasing number of inhabitants, especially because young people tend to move out. This article focuses on the so-called generation Z. The oldest people from the generation Z came to “the edge of adult life” and start to influence many aspects of society. How do young people from generation Z make their choices about where to live, which job to accept, and when to establish families? These questions are considered according to literature and, afterwards, on the case of Pelhřimov. The article explores if and how does the town Pelhřimov meet young people’s (age 18-24) expectations about the ideal locality for living. It stresses particularly the importance of housing, employment, and environment.

Úvod

Město Pelhřimov se potýká s problémem odchodu obyvatel, od roku 2009 téměř nepřetržitým. Dle slov místostarosty Pelhřimova jde především o odchod mladých lidí s vysokoškolským a středoškolským vzděláním, a to z důvodu lepšího pracovního uplatnění, finančního ohodnocení a popracovního vyžití někde jinde. Jak řekl, zvýšení počtu obyvatel je důležitým cílem města. Jeho osobní vizí je zvýšení počtu obyvatel ze současných 15755 na 20000 do roku 2030. Podobnou situaci jako Pelhřimov řeší mnoho českých měst, zejména těch menších. Co je zapotřebí udělat pro to, aby mladí lidé z města neodcházeli, ale aby zde žili, pracovali a zakládali rodiny?

Cílem tohoto článku je podívat se na problematiku rozvoje měst očima tzv. *generace Z*. Generace Z jsou lidé narození mezi lety 1997 a 2012 (vymezení dle Dimock, 2019). Tedy lidé mladí, stojící na prahu významných rozhodnutí, jako jsou volba studia, zaměstnání, bydlení či zakládání rodin. Jaké jsou specifické potřeby a přání nastupující generace Z a co ovlivňuje rozhodnutí mladých lidí o tom, kde se usadí?

V první části článku jsou rozebrány charakteristiky generace Z, které jsou formovány zejména faktory demografickými, politickými, ekonomickými a společenskými. Jelikož generace Z začíná vstupovat do dospělého života pouze v těchto letech, prozatím chybí rozsáhlejší mezinárodní výzkumy zaměřené na její vztah k rozvoji měst (existující výzkumy se týkají především vztahu generace Z k technologiím, školství, zájmům a spotřebitelskému chování). První část článku tedy prezentuje rešerši existujících výzkumů i zdrojů odborně-populárních.

Druhá část článku věnuje pozornost potřebám mladých lidí žijících specificky ve městě Pelhřimov a jejich názorům na minulý i budoucí rozvoj Pelhřimova. Autoři provedli obsahovou, kontextovou a srovnávací analýzu dat z různých zdrojů. Prvním zdrojem byly strategické plány města Pelhřimov na období 2004–2013, 2014–2020 a 2021–2027, ve kterých byly definované rozvojové priority a opatření města. Druhá skupina zdrojů zahrnovala výroční správy, oficiálních webové stránky, rozhovory s místostarostou a další zdroje poukazující na rozličné formy implementace stanovených strategických priorit skrze investice a projekty realizované ve městě. Zdrojem informací ohledně názorů generace Z byl zejména průzkum veřejného mínění realizovaný městem Pelhřimov na jaře 2019. V rámci všech uvedených zdrojů byla zvýšená pozornost věnována otázkám bydlení, zaměstnání a životního prostředí, které jsou dle rešerši v první části článku pro generaci Z stěžejní. Další informace ohledně jednotlivých zdrojů dat a metodách jsou uvedeny přímo v textu článku.

Jak již bylo uvedeno, generace Z teprve nastupuje a její spojení s tematikou rozvoje měst není vědecky rozpracováno. Obdobně chybí i propojení generace Z na strategie měst. Ovšem vzhledem na fakt, že strategický plán je ve většině českých měst klíčovým dokumentem pro stanovení rozvojových priorit a nastavení organizačního rámce pro realizaci rozvojových investic a projektů, považují autoři srovnání názorů generace Z se strategickými plány za důležité. Další zjištění nad rámec tohoto článku lze najít v práci Yacoubové (2022).

Generace Z a její představy

Průzkumy charakteristik generace Z (např. Kutlák, 2021; Yanitskij a kol., 2019) se obecně shodují na tom, že tito mladí lidé se spoléhají sami na sebe více než předchozí generace mileniálů, jsou individualističtější v názorech i jednání, necítí potřebu zachovávat tradice a dříve odchází od rodičů (zejména ženy). Ochotněji přijímají odpovědnost v životě i v práci. Dle průzkumu společnosti McKinsey (2018) se generace Z dokáže mobilizovat pro rozličné dobré věci a při řešení konfliktů spoléhá na dialog, a to včetně analyticko-pragmatického dialogu s institucemi. Příhodová (2021) zdůrazňuje, že tato generace je především střídámá, protože se musí vyrovnávat s mnohými problémy (přibývajícím terorismem, války, migrační vlny, ekonomické krize či pandemie). Mladí lidé nechtějí dělit svůj život na práci přes týden a divoké zábavy přes víkend. Snad proto, že si budují dobrou image na sociálních sítích a ta vyžaduje sebekontrolu, hledají vyrovnanější životní model, pijí méně alkoholu, potrpí si na dobré jídlo a kávu, starají se o svůj vzhled a vyhledávají fotogenická místa. Je pro ně důležité, jak působí oni (self-expression) i jak na ně působí někdo či něco. Zároveň jsou pod vysokým tlakem a neustálou kontrolou a častěji trpí různými duševními problémy. Obavy o duševní zdraví patří k určujícím rysům nastupující generace.

Dle Luňáčkové (2020) i mnohých dalších studií je zásadní vztah generace Z k technologiím, jelikož tato generace vyrostla s internetem, chytrými telefony a sociálními médii. Prensky (2001) je nazývá digitálními domorodci, protože se do světa technologií již narodili a berou je nejen jako nedílnou součást svého života, ale je již patrná změna způsobu myšlení této generace. Dalo by se říci, že změna myšlení se projevuje v životním stylu a zájmech generace Z. Například Pacheco (2021) prezentuje výsledky průzkumu dělaného agenturou The Brandon Agency a konstatuje, že top zájmem generace Z je hraní her (gaming), a to zejména mezi muži (63%, což je až o 12% více než u předchozí generace mileniálů). Následuje zájem o e-sport a fyzický sport, konkrétní procenta se ovšem liší mezi Evropou a Amerikou (rozdíl je plus 10% ve prospěch fyzického sportu v Evropě). K dalším zájmům patří zejména umění a zdravé jídlo.

Organizace Youth speak up (2021) reagovala na vysokou neúčast mladých Čechů při volbách, resp. jejich neochotu jít k volbám (46% nešlo volit v roce 2017, v létě 2020 nechtělo jít volit 33%), a v spolupráci s agenturou Behavio zpracovala průzkum preferovaných témat a životních priorit mezi voliči ve věku 18–29 let. Naprosto stěžejním tématem pro mladé je vlastní bydlení a pak daňová zátěž. Velmi důležitými tématy jsou odpovídající tresty za znásilnění, kvalita systému vzdělávání (výuka kritického myšlení studentů i kvalitnější školení pro učitele) a flexibilní úvazky pro rodiče s dětmi. Ekologická témata (jako klimatická změna, ochrana přírody, obnovitelné zdroje energií, nízkoemisní doprava) jsou vnímána jako důležitá, ovšem (s výjimkou dopravy) již dostatečně řešena. Uvedená témata se do značné míry překrývají s největšími obavami generace Z, jak je identifikoval průzkum společnosti Deloitte (2022) realizovaný v 46 zemích světa: životní náklady (ve smyslu aktuálních životních nákladů, adekvátního důchodu i spravedlivého rozdělení světového bohatství), klimatická změna, nezaměstnanost, duševní zdraví a sexuální obtěžování.

Pro generaci Z je zásadní otázkou bydlení. Bohužel, podrobnější průzkumy vztahu generace Z k místu bydlení a k rozvoji těch měst, ve kterých bydlí, prozatím chybí. Theiss (2022) uvádí důvody generace Z k přestěhování takto:

- pro osoby žijící teď ve vlastním domě/bytě – klima, vývoj cen domů/bytů – a pak se stejnou důležitostí blízkost přátel/rodiny, blízkost přírody a trh práce;
- pro osoby žijící teď s rodiči – klima, blízkost rodiny/přátel, společenský život (noční život, kulturní možnosti), trh práce a ceny domů;
- pro osoby žijící teď v pronájmu – nejvyšší příčku si dělí klima a trh práce, druhou si dělí ceny domů a blízkost rodiny/přátel, následuje blízkost přírody;
- pro všechny osoby – změna životní situace, zejména založení rodiny či její rozrůstání.

I když se jedná o studii dělanou v USA, její závěry ohledně značného významu klimatu obecně i pro bydlení v konkrétní lokalitě mohou být zajímavé i pro české prostředí. Při finančních možnostech jsou totiž pro generaci Z relevantními faktory k pořízení bydlení i příroda, zeleň v okolí a hezký design lokality. Preferovaným místem pro bydlení je rodinný dům na předměstí. Generace Z je přístupná sdílenému bydlení. To se může s přibývajícím věkem a zakládáním rodin měnit, jde ovšem o vhodnou formu startovacího bydlení pro mladé lidi. Optimismus mladých lidí ohledně získání vysněného bydlení však meziročně klesá.

Podle Giachino a kol. (2022) mohou být kritériem pro výběr turistické destinace, lokální rekreace či místa k bydlení také aktivní řešení problémů životního prostředí, či dokonce jednotlivá řešení urbánního prostředí, která jsou založena na přírodních principech a vedou k vybudování lokálních míst pro odpočinek, zdravějšímu městu a vyšší udržitelnosti. V jejich průzkumu si byla více než polovina dotázaných mladých lidí ve věku 18–22 let vědoma významu propřírodně orientovaných řešení ve vystavěném prostředí a po adekvátní úpravě a redesignu využívala dříve opuštěná místa (brownfieldy různých typů) pro odpočinek. Priporas a kol. (2020) poukázali na to, že image a brand daného města hraje roli při angažování se generace Z na sociálních sítích spravovaných městem. Vzhledem k tomuto zjištění i k obecně silnému vztahu generace Z k vizuální prezentaci můžeme předpokládat, že image a brand místa bude mít nezanedbatelný dopad i na výběr města pro bydlení a život.

Generace Z má silné ekologické a sociální smýšlení, které se projevuje v osobním životě i v přístupu k zaměstnání. Dle BusinessInfo.cz (2022), s odvoláním se na průzkum Anytime od výzkumné agentury STEM/MARK, dává generace Z přednost sociálně odpovědným firmám, které se angažují v řešení environmentálních či sociálních problémů. V jmenovaném průzkumu bylo až 90% osob generace Z starších než 18 let ochotno změnit své běžné návyky tak, aby byly více udržitelné. Například preferují lokální značky, vyžadují recyklaci odpadu a až 31% mladých lidí nad 18 let v Praze využívá sdílené formy dopravy. Tyto závěry potvrzují i další studie (např. McKinsey, 2018; Dabija a kol., 2019; Djafarova a Foots, 2022), které poukazují na vztah generace Z k odpovědnosti environmentální, sociální a etické. Mladí lidé si vybírají produkty a služby na základě sesbíraných informací, včetně dopadů na udržitelnost, a snaží se mít reálný vliv skrze své volby, nižší spotřebu i změny ve vlastním chování. Spotřeba je vnímána jako vyjádření individuality, hodnot a etického zájmu. Wisuchat a Taecharungroj (2022) uvádí, že z hlediska výběru umístění práce je patrný posun v přístupu mezi generacemi. Zatímco pro starší generace byla důležitá dostupnost ve smyslu dopravy,

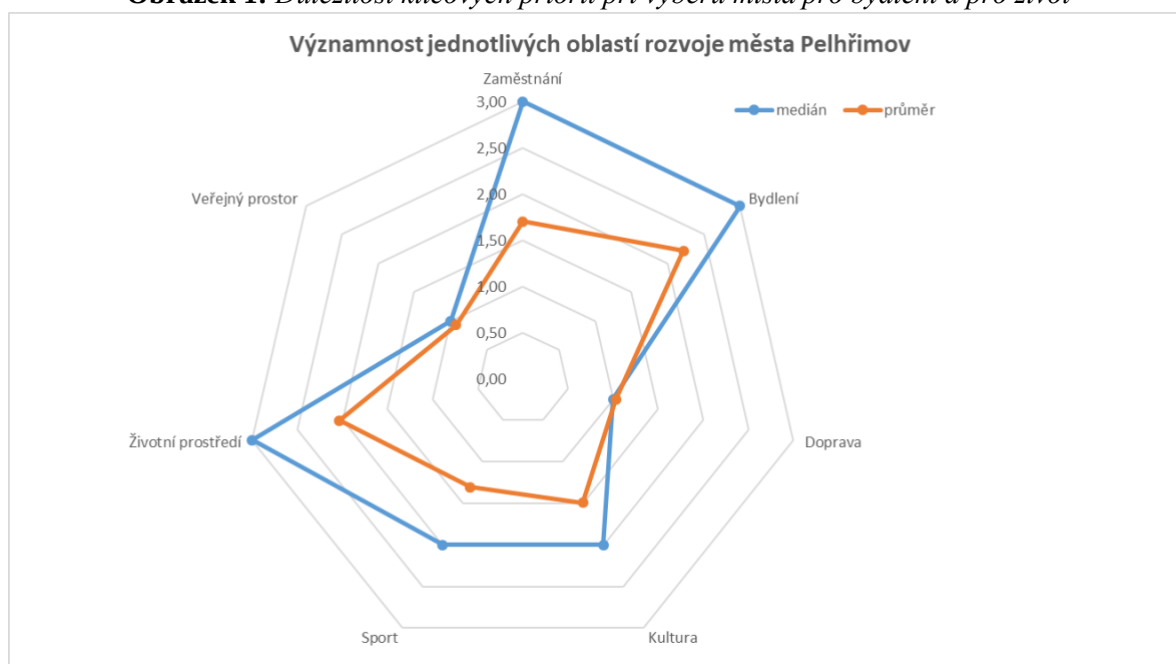
pro nastupující generaci Z je důležitý design daného místa (pracovního prostředí i lokality umístění práce) a okolí (restaurace, popracovní aktivity). Doprava hraje menší roli, postačí možnost dopravit se veřejnou či sdílenou dopravu, na kole, či dokonce pěšky (viz taky Giachino a kol., 2022; Hopkins, 2017).

Jak zohlednit výše uvedené charakteristiky v rámci rozvoje měst uvádíme na příkladu města Pelhřimov.

Rozvoj města Pelhřimov s ohledem na představy Generace Z

Jelikož je dle místostarosty nejvíce pociťovaným problémem Pelhřimova odchod mladých lidí, realizovalo město na jaře 2019 průzkum veřejného mínění zaměřený na věkové kategorie 18–24 let, 25–30 let a nad 30 let. I když je členění věkových kategorií nerovnoměrné, splnilo záměr města oslovit obyvatele v nejvíce odcházejících věkových kategoriích. Hlavní výzkumné téma bylo „Jak si představujete ideální město k bydlení a k životu: Co by Vám mělo město Pelhřimov nabídnout, abyste zde chtěli trvale bydlet?“. Dotazník vyplnilo celkově 202 respondentů, z toho 72 osob (36%) bylo z generace Z (osoby ve věku 18–24 let). Z dotazníku vyplývá, že názory lidí z generace Z bydlících v Pelhřimově odpovídají obecnějším charakteristikám této generace uvedeným v první části článku. Při výběru konkrétního města pro život jsou pro mladé lidi nejvíce důležité bydlení, zaměstnání a životní prostředí (graf 1). Následuje vyžití ve formě kultury a sportu. Relativně nejméně důležité jsou oblasti spojené s dopravou a veřejným prostorem. Oproti starším ročníkům je u generace Z vyšší důraz na zaměstnání, které starší ročníky hodnotily o příčku níže. U věkové kategorie 25–30 let bylo na prvním místě životní prostředí (kapitola o bydlení níže napovídá, že v Pelhřimově mají tyto ročníky otázku bydlení vyřešenou). U věkové kategorie nad 30 let stoupl význam veřejného prostoru.

Obrázek 1: Důležitost klíčových priorit při výběru místa pro bydlení a pro život



Zdroj: Vlastní zpracování dat z dotazníku realizovaného městem Pelhřimov

Město Pelhřimov má zpracované strategické plány pro roky 2004–2013, 2014–2020 a 2021–2027. Lze říci, že město má dlouhodobě stanovených pět strategických priorit (s výjimkou zaměření na „inteligentní město“, které přibýlo až od roku 2021):

- A. bydlení a občanská vybavenost (včetně sociální infrastruktury)
- B. konkurenceschopná ekonomika města (podnikatelské prostředí a lidské zdroje)
- C. cestovní ruch (včetně kultury)
- D. dopravní a technická infrastruktura
- E. zdravé, bezpečné a inteligentní město (včetně životního a urbánního prostředí)

Text níže ukazuje, jak si vede Pelhřimov v jednotlivých oblastech důležitých pro generaci Z a jak z pohledu této generace naplňuje své strategické priority. V závěru uvedeme několik námětů pro další rozvoj města.

Bydlení

Bydlení je generací Z označováno jako stěžejní a zároveň ho má město Pelhřimov určeno jako hned první prioritu A. Z hlediska typu bydlení preferuje generace Z předměstí, hezkou přírodu a rodinný dům. V tomto ohledu je současná nabídka domů a pozemků v Pelhřimově malá. V posledních letech ovšem došlo k solidní výstavbě bytů.

V roce 2017 byl realizován projekt „Polní dvůr“. Jeho cílem byla změna územního plánu tak, aby mohly být městské pozemky prodány obyvatelům za účelem výstavby cca 200 rodinných domů. Město plánuje zopakovat obdobný projekt pro dalších 30 domů v horizontu několika let. Dle vyjádření místostarosty Pelhřimova je právě podpora individuální výstavby skrze přípravu a prodej městských pozemků vhodnou cestou pro zvyšování kvality bydlení. Možnosti města v tomto směru jsou však již téměř vyčerpány a nabídka směřuje do stále vzdálenějších městských částí. Dle místostarosty se nabízí spíše druhá cesta, a tou je podpora soukromých investorů. V uplynulých dvou letech bylo tímto způsobem vystavěno 240 bytových jednotek ve dvou lokalitách. Lze předpokládat, že šlo především o byty zaměstnanecké. V roce 2016 prodalo město pozemky společnosti Agrostroj Pelhřimov, a. s., (jeden z největších zaměstnavatelů) pro výstavbu 96 bytů v osmi domech. Podobný přístup byl uplatněn také u společností Pekárna Adélka, a. s., a Spojené kartáčovny, a. s. S ohledem na pozitivní zkušenost lze dle místostarosty očekávat změny v bytové politice města, kdy úlohou města bude především vytvářet podmínky pro soukromé investice.

Mezi lety 2003 a 2015 fungoval ve městě Pelhřimov projekt startovacích bytů pro mladé. Cílem bylo, aby si za dobu pěti let našetřili na vlastní bydlení. V roce 2015 byl projekt zastaven s odůvodněním, že kvůli časově omezeným 5letým smlouvám již není o startovací byty zájem, a startovací byty se proměnily v běžné nájemní byty. Městských nájemných bytů má Pelhřimov v současnosti kolem 550 pro přibližně 1500 obyvatel (cca 10% bytového fondu města) a tato nabídka je stabilní.

Pokud se podíváme na strategické plány města, tak startovací byty fungovaly v období 2004–2013 a nárůst počtu startovacích bytů pro mladé se objevil mezi příležitostmi na roky 2014–

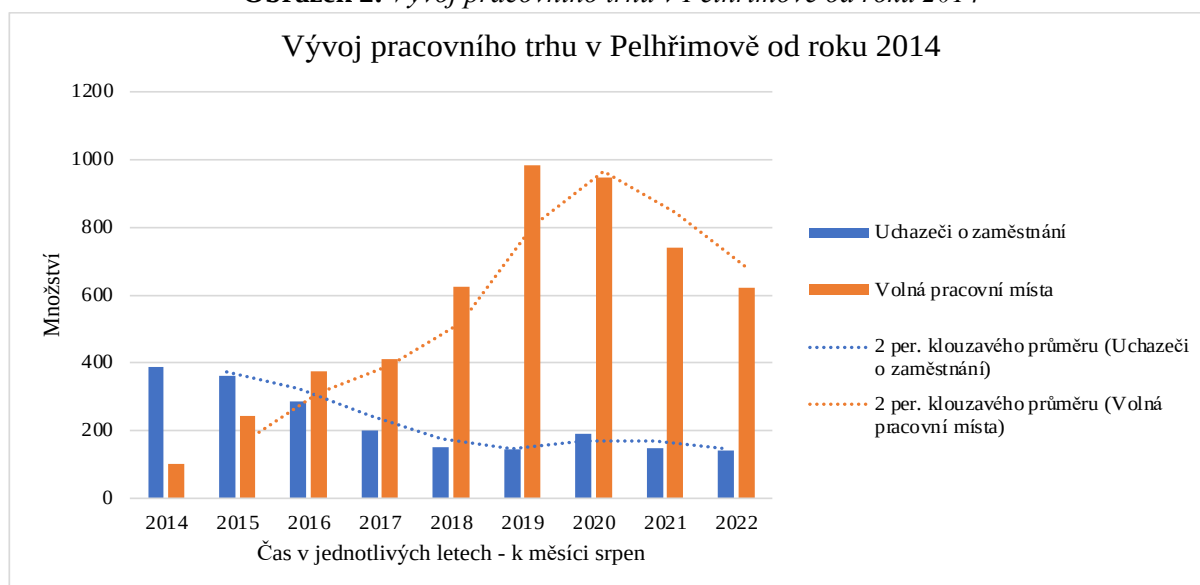
2021. V roce 2015 byl ovšem projekt zastaven pro nezáměr. Zde může hrát roli fakt, že paralelně s projektem startovacích bytů probíhal i projekt „Polní dvůr“ umožňující výstavbu 200 domů a později proběhla i výstavba zaměstnaneckých bytů. Tím mohlo dojít k uvolnění značného množství bytových jednotek, které se dostaly na trh nemovitostí. Na rozdíl od startovacích bytů neměly časové omezení a ceny byly v daném období relativně nízké. Pro mladé lidi tak nebyl problém sehnat bydlení (lidé nad 25 let připisují bydlení nižší význam, viz dotazník výše). Později se ovšem situace na realitním trhu změnila, došlo k prudkému nárůstu cen a zároveň snížení nabídky volných nemovitostí (32 nemovitostí na prodej či pronájem v červnu 2022). V posledním strategickém plánu pro období 2021–2027 se již nízká intenzita bytové výstavby objevuje mezi slabými stránkami a lidé pod 25 let reflektují nedostatek bydlení. Namísto je otázka, zda by neměl být projekt startovacích bytů obnoven.

Nabídka zaměstnání

Druhým významným tématem pro generaci Z jsou obavy spojené s aktuálními životními náklady a zabezpečením do budoucna. Významnou roli při výběru města pro bydlení tak hraje lokální trh práce a dostupné zaměstnání. V rámci strategických priorit Pelhřimova jde o téma zařazené pod prioritu B – Konkurenceschopná ekonomika.

V letech 2014–2017 byl (v několika etapách) realizován projekt nové průmyslové zóny, kde dnes sídlí devět společností. Spolu s dalšími dvěma průmyslovými zónami, které již měly plně obsazenou kapacitu, jde o významnou podporu lokální ekonomiky a zaměstnanosti. Dle dat Ministerstva práce a sociálních věcí ČR (2014) se v období mezi lety 2014 a 2022 (data za měsíc srpen v jednotlivých letech) poměr volných pracovních míst a uchazečů o zaměstnání v Pelhřimově zcela proměnil a v roce 2022 nabídka čtyřnásobně převyšuje poptávku (graf 2). Nezaměstnanost v okrese Pelhřimov je jedna z nejnižších v České republice. Z hlediska celkových ukazatelů je tedy situace příznivá a lidé si mohou zaměstnání vybírat.

Obrázek 2: *Vývoj pracovního trhu v Pelhřimově od roku 2014*



Zdroj: Vlastní zpracování dat ze statistiky o trhu práce Ministerstva práce a sociálních věcí

Pokud se ovšem podíváme na skladbu nabízených pracovních pozic ve srovnání s představou generace Z o vhodném zaměstnání, situace je již méně příznivá. Dle průzkumu EURES (2021) je v kraji Vysočina největší zájem o strojírenské a stavební dělníky, obsluhu strojů a zařízení, řidiče nákladních a osobních automobilů, montážní a manipulační dělníky, pracovníky v lesnictví a zemědělství a o pomocné pracovníky v různých profesích. Z dotazníku realizovaného ve městě Pelhřimov ovšem vychází, že generace Z by se chtěla uplatnit zejména v oblasti zdravotnictví, služeb, školství, informačních technologií a ekonomiky. Zřejmé je, že velká část mladých lidí odchází kvůli vzdělání, protože v Pelhřimově není žádná vysoká škola. Otázkou je, zda mají po ukončení studia důvod k návratu, zda potenciální zaměstnavatelé v Pelhřimově odpovídají představám generace Z o náplni práce i nárokům na sociální odpovědnost firem. Tento článek nemá k dispozici přesnější data za město Pelhřimov, dá se ovšem předpokládat disproporce mezi nabídkou práce a představami mladých lidí.

Životní prostředí

Ekologická témata jsou pro generaci Z důležitá. Zajímá ji klima a příroda jako taková, významnou roli hrají aktivity na ochranu životního prostředí i hezké prostředí v místě bydlení. Mezi strategickými prioritami Pelhřimova není životní prostředí specificky vyzdvíženo, je zakomponováno v prioritě E – Zdravé, bezpečné a inteligentní město.

Z dotazníku realizovaného v Pelhřimově vyplývá, že respondenti ve věku 18–24 let oceňují krásnou přírodu města i mnohé projekty, které již byly realizovány, např. revitalizace městských sadů, renovace Děkanické zahrady, realizace promenády kolem řeky Bělá a projekt výstavby kompostárny. Zároveň se (patrně v souladu se zájmem generace Z o třídění odpadu) objevila kritika na nedostatek odpadkových košů ve městě. Životní prostřední by tedy mohlo být nezanedbatelnou výhodou města Pelhřimov, ovšem samo o sobě k přilákání mladých lidí nestačí.

Vyžití v oblasti kultury a sportu

Z hlediska životního stylu a zájmů jsou pro generaci Z typické aktivity jako hraní her (které je možné využít např. v aktivitách zaměřených na poznávání města a jeho okolí), sport a e-sport (v prospěch fyzického sportu v Evropě), dobré jídlo a výběrová káva, vyhledávání fotogenických míst a různé formy umění (viz text výše). Blízkost přátel a společenský život je důležitý zejména pro mladé lidi žijící u rodičů. Ze všech těchto oblastí se dotazník realizovaný v Pelhřimově zaměřil pouze na sport a kulturu.

Když byly respondenti požádáni, aby jednou větou popsali své pocity z města Pelhřimov, u generace Z se nejčastěji objevila charakteristika „město sportů“. Oceněny byly výstavba nového plaveckého bazénu i vybudování cyklostezky. Z realizovaného dotazníku dále vychází, že k hlavním kulturním zájmům generace Z v Pelhřimově patří kino a letní kino, následuje divadlo. V roce 2009 proběhl projekt digitalizace kina Vesmír. Divadlo Lubomíra Lipského prošlo rozsáhlou rekonstrukcí vnitřních prostor v roce 2006. Kino i divadlo jsou podporovány formou dotací. V roce 2022 byla dokončena investice do rekonstrukce součástí

Kulturního domu Máj. Jedná se o tzv. „Malou scénu“ včetně venkovního prostranství před KD Máj, kde je od léta 2022 v provozu i letní kino. Ze srovnání zájmů generace Z popsanych výše, odpovědi mladých lidí v dotazníku a projektů realizovaných v Pelhřimově za posledních 15 let vyplývá, že se městu daří naplňovat potřeby mladých lidí v oblasti sportovního a kulturního vyžití.

Je ovšem těžké vyhodnotit naplňování představ generace Z o životním stylu a vyžití jenom skrze strategické plány a projekty města Pelhřimov, a to z několika důvodů. Žádná ze strategických priorit města není zaměřena na „vyžití obyvatel“. Jednotlivé oblasti životního stylu jsou podřazeny pod různé priority, ať už v rámci občanské vybavenosti, cestovního ruchu, nebo inteligentního města. Zároveň jsou aktivity jako koncerty, festivaly, výstavy, kavárny apod. zabezpečovány různými organizacemi, ať už dotovanými městem, nebo soukromými organizacemi, a informace o nich nejsou součástí výročních zpráv města. Především však jde z velké části o subjektivní spokojenost a prožívání, které je potřeba měřit jinými metodami. Pokud chce město Pelhřimov zjistit podrobnější informace z oblasti životního stylu a zájmů generace Z, mělo by zpracovat průzkum veřejného mínění zaměřený specificky na vnitřní spokojenost mladých lidí s rozličnými aspekty života v Pelhřimově.

Doprava

Problematické dopravy a technické infrastruktury je v Pelhřimově věnována strategická priorita D. Z výročních zpráv vyplývá, že velké množství investic jde právě do oblasti dopravy a infrastruktury. V období 2004–2013 byly počty projektů do priority D relativně vyrovnány s dalšími prioritami, od roku 2013 však již počty projektů v této prioritě začínají stále více dominovat. Dominance z hlediska objemu finančních prostředků je pak zřejmá, a to z důvodu objektivně vyšší finanční náročnosti těchto projektů, ale taky většího množství projektů. Vysoká prioritizace dopravy může být ovšem spojena s představami starších generací (viz průzkumy v první části článku) a nemusí odpovídat představám nastupující generace Z.

V dotazníku realizovaném městem Pelhřimov byla položena otázka, co z hlediska dopravní dostupnosti by přimělo lidi k trvalému pobytu ve městě. Mladí lidé poukazovali zejména na parkovací místa, na druhém místě se objevily cyklostezky. Jiné zásadní požadavky na tuto oblast se neobjevily. To ovšem neznamená, že priorita D je z pohledu generace Z řešena uspokojivě. Z průzkumů představených v první části článku je totiž patrné, že problematika dopravy nepatří mezi zásadní zájmy generace Z (cyklostezku lze vnímat nejen z hlediska dopravy, ale i z hlediska sportu). Představy mladých lidí se posouvají. Především nastupuje příklon k ekologičtějším formám dopravy, jako jsou sdílené automobily, kola či koloběžky, a také příklon k využívání veřejné dopravy, kol či pěší chůze. I když město investovalo do vybudování cyklostezky, jiných projektů v souladu s názory generace Z je poskrovnu.

Veřejný prostor

Poslední oblastí zkoumanou v rámci dotazníku byl veřejný prostor a architektura. Toto téma netvoří samostatnou prioritu města, lze jej identifikovat v rámci priority E – Zdravé, bezpečné a inteligentní město a v rámci priority A jako občanskou vybavenost. Také nejde o zásadní

téma pro generaci Z. V souladu s nízkou důležitostí dané oblasti byly i výsledky dotazníku – obecná spokojenost mladých lidí s celkovou revitalizací města i jednotlivými projekty zaměřenými na revitalizaci památek. Kritika byla cílená spíše na vztah k přírodním prvkům, např. Masarykovo náměstí bez zeleně. Patrně jde o vnímání urbánního prostoru skrze optiku životního prostředí, které spadá rovněž pod prioritu E. Zde je ovšem nutno říci, že mladí povětšinou slobodní lidé vnímají veřejný prostor a vybavenost odlišně než starší generace, a že jejich optika se může po založení vlastních rodin výrazně změnit (výzkumy prozatím chybí).

Závěr

Generace Z jsou mladí lidé, z kterých nejstarší právě vstoupili (či směřují) na trh práce, začínají si obstarávat vlastní bydlení a zakládat rodiny. Jde o mladé lidi, kteří se teď rozhodují (či v nejbližších letech budou rozhodovat) o tom, kde se usadí. Zda zůstanou tam, kde vyrostli anebo vystudovali, či se přestěhují. Odpověď na otázku: „Na čem budou tato rozhodnutí záviset?“ by tedy měly hledat všechny města a obce, které chtějí udržet či přilákat mladé lidi z právě nastupující generace Z.

Tento článek hledal odpověď na položenou otázku ve městě Pelhřimov, které se již více než dekádu potýká s odchodem zejména mladých vysokoškolsky a středoškolsky vzdělaných obyvatel. Po prostudování obecných charakteristik generace Z i názorů mladých lidí ve věku 18–24 let žijících v Pelhřimově lze zkonstatovat, že klíčovými faktory pro rozhodování o místě pro život jsou vlastní bydlení, zaměstnání a životní prostředí, pak následují možnosti vyžití v souladu s individuálním životním stylem. Srovnání těchto faktorů se strategickými prioritami města Pelhřimov a s projekty realizovanými ve městě za uplynulých téměř 20 let ovšem napovídají, že rozvoj Pelhřimova není zcela v souladu s představami generace Z.

Bydlení je stanoveno jako strategická priorita Pelhřimova a v minulých letech se rozvíjelo zejména prostřednictvím prodeje městských pozemků pro výstavbu rodinných domů a výstavby zaměstnaneckých bytů soukromými společnostmi. Do budoucna by město mělo zvážit obnovení projektu startovacích bytů a také projekty sdíleného bydlení. Budování adekvátního bydlení ve vzdálenějších městských částech je pro generaci Z uspokojivé. Z hlediska pracovního trhu je situace v Pelhřimově dobrá a aktuálně nabídka volných pracovních míst výrazně převyšuje poptávku. Z hlediska skladby pracovních míst je ovšem situace méně příznivá, nabídka neodpovídá představám mladých lidí z generace Z. Pro udržení mladých lidí ve městě by rovněž mohla být důležitá míra sociální a environmentální odpovědnosti lokálních firem. V tomto směru je pozitivním signálem výstavba zaměstnaneckých bytů, podrobněji však chování firem nebylo možné zhodnotit. Životní prostředí ve městě je obecně oceňováno. Pokud město tento svůj potenciál aktivně využije a dokáže rozvinout projekty zajímavé nejen ve vztahu k ochraně přírody, ale i ve prospěch hezké revitalizace starších prostor a využívání inovativních propřírodních řešení, tak by se lokální klima mohlo stát motivátorem k bydlení v Pelhřimově. Projekty cílené na životní prostředí a zajímavé úpravy veřejných prostor i budov by měly být posíleny. Naopak velké množství finančních investic směřujících do oblasti dopravy není mladými lidmi výrazněji oceňováno. Je namístě posílit alternativní a ekologicky šetrné formy dopravy, jako jsou

veřejná doprava, sdílená doprava, kola či pěší chůze. Situaci z hlediska životního stylu a zájmů generace Z není možné vyhodnotit, byl by namísto specificky zaměřený průzkum veřejného mínění.

Kromě otázky bydlení a zaměstnání by pro udržení generace Z v Pelhřimově mohly hrát nezanedbatelnou roli proenvironmentálně laděné úpravy okolní přírody i urbánního prostředí v kombinaci se sociální odpovědností města i lokálních firem. Zároveň by bylo žádoucí zapojit mladé lidi do záležitostí rozvoje Pelhřimova přímo nebo skrze posílení neziskového sektoru, a to vzhledem k silnému etickému, sociálnímu a ekologickému cítění generace Z, které je zároveň spojeno s vyšší mírou osobní aktivizace, přijímáním odpovědnosti a snahou o dialog. Nejenže je na tuto kombinaci nastupující generace citlivá, současně by tento typ projektů poskytl solidní základ pro budování brandu „inteligentního města“, který má Pelhřimov mezi svými prioritami. Dobrý image má na generaci Z pozitivní vliv a lze předpokládat, že vize inteligentního města implementovaná skrze environmentální a sociální odpovědnost ve spolupráci veřejného, soukromého i neziskového sektoru bude přitažlivá.

Použité zdroje:

BusinessInfo.cz. 2022. Generace Z dává stále častěji přednost společensky odpovědným firmám. [online, cit. 31.7.2022] <https://www.businessinfo.cz/clanky/generace-z-dava-stale-casteji-prednost-spolecensky-odpovednym-firmam/>

DABIJA, Dan-Cristian, BEJAN, Brândșua Mariana, DINU, Vasile. 2019. How sustainable oriented is generation z in retail? A literature review. *Transformations in Business and Economics*, roč. 18, č. 2, s. 140-155.

Deloitte. 2022. The Deloitte Global 2022 Gen Z & Millennial Survey: Striving for balance, advocating for change. [online, cit. 31.7.2022]. Available at: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/genzmillennialsurvey.html>

DIMOCK, Michael. 2019. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. [online, cit. 31.7.2022] <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

DJAFAROVA, Elmira, FOOTTS, Sophie. 2022. Exploring ethical consumption of generation Z: theory of planned behaviour. *Young Consumers*, roč. 23, č. 3, s. 413-431.

EURES. 2021. Living and working in Europe: Labour market information: Czechia [online], 2021. EURES [cit. 2022-09-16]. https://ec.europa.eu/eures/public/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-czechia_en.

GIACHINO, Chiara, BOLLANI, Luigi, TRUANT, Elisa, BONADONNA, Alessandro. 2022. Urban area and nature-based solution: Is this an attractive solution for Generation Z? *Land Use Policy*, roč. 112, č. 105828.

YACOUBOVÁ, Natálie; DOBRUCKÁ, Lucia. Generace Z a rozvoj měst: případová studie města Pelhřimov [online]. Regionální rozvoj mezi teorií a praxí 2023, 1 pp. 5-16. ISSN 1805-3246. [cit. 2023-03-31]. Dostupné z: <http://www.regionálnírozvoj.eu/vydani/202301>

HOPKINS, Debbie. 2017. Destabilising automobility? The emergent mobilities of generation Y. *Ambio*, roč. 46, s. 371-383.

KUTLÁK, Jiří. 2021. Individualism and selfreliance of Generations Y and Z and their impact on working environment: An empirical study across 5 European countries. *Problems and Perspectives in Management*, roč. 19, č. 1, s. 39-52.

LUŇÁČKOVÁ, Daniela. 2020. Generace Z: Kdo vlastně jsou? [online, cit. 31.7.2022] <https://medium.com/edtech-kisk/generace-z-kdo-vlastně-jsou-ad8f433a794c>

McKinsey. 2018. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. [online, cit. 31.7.2022] <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR. 2014. Nezaměstnanost v obcích od března 2014 [online], 2014. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí [cit. 2022-09-16]. Dostupné z: <https://data.mpsv.cz/web/data/uvod>.

PACHECO, Eli. 2021. Gen Z: Where They Live, How They Live, How to Reach Them. [online, cit. 31.7.2022] <https://www.thebrandonagency.com/blog/gen-z-where-they-live-how-they-live-how-to-reach-them/>

PRENSKY, Marc. 2001. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, roč. 9, č. 5. s. 1-6.

PRIPORAS, Constantinos-Vasilios, STYLOS, Nikolaos, KAMENIDOU, Irene. 2020. City image, city brand personality and generation Z residents' life satisfaction under economic crisis: Predictors of city-related social media engagement. *Journal of Business Research*, roč. 119, s. 453-463.

PŘÍHODOVÁ, Anna. 2021. Střídá generace Z: mladí lidé moc nepijí a svůj život mají pod kontrolou. [online, cit. 31.7.2022] <https://pelhrimovsky.denik.cz/spolecnost/stridma-generace-z-mladi-lide-moc-nepiji-a-svuj-zivot-maji-pod-kontrolou-8021021.html>

THEISS, Eliza. 2022. Gen Z's Homeownership Dreams Tempered as Affordability Concerns Grow. [online, cit. 31.7.2022]. <https://www.propertyshark.com/Real-Estate-Reports/2022/01/04/generational-survey-2022/>

WISUCHAT, Wasuthon, TAECHARUNGROJ, Viriya. 2022. A place to work: examining workplace location attributes that appeal to generation Y and Z talent. *Journal of Place Management and Development*, roč. 15, č. 3, s. 264-283.

YACOUBOVÁ, Natálie. 2022. Analýza naplňování strategických priorit města Pelhřimov skrze realizované projekty [diplomová práce]. Praha: ČVUT, MÚVS.

YACOUBOVÁ, Natálie; DOBRUCKÁ, Lucia. Generace Z a rozvoj měst: případová studie města Pelhřimov [online]. Regionální rozvoj mezi teorií a praxí 2023, 1 pp. 5-16. ISSN 1805-3246. [cit. 2023-03-31]. Dostupné z: <http://www.regionálnírozvoj.eu/vydani/202301>

YANITSKIY, M. a kol. 2019. The value orientation system of generation Z: Social, cultural and demographic determinants. *Sibirskiy Psikhologicheskyy Zhurnal*, č. 72, s. 46-67.

Youth speak up. 2021. Na čem záleží mladým lidem? Průzkum pro rok 2021. [online, cit. 31.7.2022] <https://youthspeakup.cz/pruzkum-ysu/>

Strategické plány města Pelhřimov za období 2004-2013, 2014-2020 a 2021-2027

Výročné zprávy města Pelhřimov za roky 2004 až 2020

Rozhovor s místostarostou města Pelhřimov, květen 2022, online

Průzkum veřejného mínění obyvatel města Pelhřimov na téma „Jak si představujete ideální město k bydlení a k životu: Co by Vám mělo město Pelhřimov nabídnout, abyste zde chtěli trvale bydlet?“. Jaro 2019.

Informace o autorech

Natálie Yacubová v současnosti absolvovala magisterské studium na Masarykově ústavu vyšších studií, kde se specializovala na oblast plánování a řízení inovačních procesů a projektů na úrovni podniků, regionů či státu.

Lucia Dobrucká kombinuje odbory prostorového plánování a podnikového řízení a uplatňuje je v strategickém plánování rozvoje území. Zkoumá zejména problematiku moci v rozvoji měst/regionů a její vliv na aktivity aktérů rozvoje. Absolvovala post-doktoráty na Luleå University of Technology ve Švédsku a na Karlově univerzitě v Praze. Aktuálně působí na Českém vysokém učení technickém v Praze.