

VÝCHODISKA GENERACE Z V KONTEXTU VÝZEV ROZVOJE PERIFERNÍCH REGIONŮ

PREMISES OF GENERATION Z IN CONCERNING DEVELOPING OF PERIPHERAL REGIONS

Ing. Lukáš Danko, Ph.D., RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav regionálního rozvoje,
veřejné správy a práva
Mostní 5139, 760 01 Zlín
e-mail: bednar@utb.cz, danko@utb.cz

Klíčová slova:

Depopulace, generace Z, periferie, regionální rozvoj

Keywords:

Depopulation, generation Z, periphery, regional development

Abstrakt:

Příspěvek reaguje na aktuální výzvy spojeny s rozvojem periferních regionů, které čelí negativním vlivům depopulace. V návaznosti na procesy depopulace, je cílem příspěvku popsat východiska rozvoje periferních regionů z pohledu generace Z, která představuje příležitost pro jejich budoucí ekonomický a sociální rozvoj. Nicméně, pro přilákání nebo udržení generace Z v periferních regionech, je potřeba nastavit vhodné komunikační, vzdělávací, a tržní strategie. Příspěvek proto představuje praktické návrhy podpory rozvoje periferních regionů v návaznosti na generaci Z, a to prostřednictvím propojení veřejné správy, podnikatelského ekosystému a výzkumné vzdělávací infrastruktury. Předložené praktické příklady se opírají o literární rešerši domácích i zahraničních zdrojů a reflektují problematiku rozvoje generace Z v návaznosti na specifika periferních regionů. Zároveň jsou v příspěvku diskutovány limity využití zmíněných nástrojů a přístupů k udržení generace Z v periferních regionech, které vyžadují místně orientované politiky (place-based) pro řešení „outgoingových“ výzev.

Abstract:

The paper responds to the current challenges associated with the development of peripheral regions facing the negative effects of depopulation. Concerning depopulation processes, the article aims to describe the background and specifics of Generation Z, representing an opportunity for the local and regional development. However, appropriate communication, education, and market strategies needed to be established to attract or retain Generation Z in peripheral regions. This article presents practical opportunities to support the development of peripheral regions to Generation Z, specifically by linking public administration, the entrepreneurial ecosystem, and the science and education infrastructure. The practical examples are based on a review of various sources' literature reflecting Generation Z issues with the specifics of peripheral regions. Finally, the limitations of using the mentioned tools and approaches to retain Generation Z are discussed concerning place-based policies to address the "outgoing" challenges that primarily affect peripheral regions.

Úvod

V současné době se ukazuje, že vývoj metropolitních i periferních regionů EU je ovlivněn demografickým vývojem a trendy, mezi které můžeme radit i depopulaci (Navarro Valverde, 2019). Nicméně, depopulační procesy mají různorodý průběh a regiony čelí výzvám depopulace prostřednictvím nástrojů a přístupů v místním a regionálním plánování (Hospers a Reverda, 2015). Právě místně orientované politiky (place-based policies) mohou přispívat k tvorbě iniciativ řešící „outgoingové“ výzvy, které představují odchod zejména mladých obyvatel – příslušníků generace Z, narozených v letech 1991-2010, z periferních regionů (Liu, Chen a Lih, 2015). Vzniká tak potřeba popsat výzvy spojené s depopulací periferních regionů, specificky v zemích Visegrádské čtyřky, tj. Česko, Slovensko, Maďarsko a Polsko (dále také jako V4), s návazností na regionální rozvoj, kde periferní regiony reflektují snížení přirozeného profitu periferií z hospodářského rozvoje jádrových oblastí a nižší kvalitu života (Jeřábek et al., 2021). Z hlediska konceptu prostorových vztahů jádro-periferie lze poukázat i na vnitřní a vnější dimenzi periferií. V kontextu České republiky se však příspěvek zaměřuje na periferní regiony, které reflektují zaostávající/znevýhodněné území, ležící na okraji oblastí procházejících úspěšným hospodářským a sociálním rozvojem (Váně, 2012; Jeřábek et al., 2021), resp. úspěšně prošly transformací od centrálně plánované k tržní ekonomice. Pro uchopení problematiky. vnitřní zohledňuje území přiléhající ke krajské hranici z pohledu municipální a krajské úrovně veřejné správy, v návaznosti na tripple-helix model (Leydesdorff a Etzkowitz, 1998). Ten reflektuje institucionalizovanou a strukturovanou spolupráci mezi institucemi terciárního vzdělávání, komerčním sektorem a veřejnou správou na místní a regionální úrovni). Úkolem příspěvku je zároveň představit charakteristiky a vývojové trendy generace Z, jelikož ta představuje jeden ze zdrojů řešení výzev depopulace v periferních oblastech. V kontextu charakteristik generace Z, budou specificky představeny způsoby chování, trendy a specifika pracovního trhu. Na tomto základě následně dojde k představení přístupů k udržení neboli retence zástupců generace Z v periferních regionech, a to za využití různorodých přístupů a propojení aktérů místního a regionálního rozvoje. V neposlední řadě, na základě teoretických východisek Wiechman a Bontje (2015), budou předloženy praktické příklady retence generace Z v podmínkách České republiky, v návaznosti na problematiku jejich komunikace a dalších výzev svázaných s generací Z a depopulací regionů.

Cílem příspěvku je tedy představit výzvy spojené s depopulací periferních regionů v České republice ve srovnání se zeměmi V4, a to v návaznosti na charakteristiky generace Z, včetně představení přístupů retence jejích zástupců v periferních regionech. Výzkumné metody příspěvku jsou založeny zejména na literární rešerši domácích a zahraničních zdrojů s ohledem na východiska zvyšování atraktivity periferních regionů pro generaci Z. Systematická literární rešerše byla vybrána pro identifikaci nástrojů a přístupů k řešení depopulace regionů na základě přístupů víceúrovňové správy (multi-level governance). Jedná se tak o socioekonomický aplikovaný výzkum v cílové skupině generace Z, jehož předmětem je diskuse faktorů, pro které mladá generace odchází z periferních regionů za takzvaně lepším životem. Příspěvek se v první části věnuje přiblížení procesu depopulace periferních regionů V4 v návaznosti na různorodost faktorů a motivů, které se na depopulaci podílí. Následně, je představena základní charakteristika generace Z, přičemž pozornost je věnována představení způsobů chování a trendům zmíněné generace. Dále se autoři příspěvku zaměřují na specifika trhu práce generace Z za účelem podání komplexního náhledu na východiska generace Z ve spojitosti s výzvami rozvoje periferních regionů. Na základě zmíněných témat je představeno praktické využití pro rozvoj periferních regionů v České republice v návaznosti na specifika

generace Z, prostřednictvím propojení veřejné správy, podnikatelského ekosystému, a výzkumné a vzdělávací infrastruktury.

1. Depopulace periferních regionů V4

V případě zemí V4 je možné sledovat trendy v urbanizovaných oblastech (zejména v metropolitních areálech hlavních měst), kde roste koncentrace obyvatel, a na druhé straně současně dochází k vyliďňování některých periferních, řídko osídlených oblastí, včetně těch strukturálně postižených (Galjaard, van Dam a van Wissen, 2012). Posledně zmiňovaný trend depopulace v zemích V4 je spojen s historickým vývojem (path-dependency) industriálních regionů v návaznosti na tranzici z centrálně plánovaných ekonomik na tržní ekonomiky (Simon, 2017). Avšak, u oblastí v České republice a Polsku, které se nacházejí v blízkosti dynamicky rozvíjených městských regionů, a také oblastí, které mají odpovídající dopravní spojení, dochází často k populačnímu růstu (Gloersen et al., 2016).

Země V4 mají podíl měst se ztrátou obyvatelstva mírně nad evropským průměrem (25-50 %), například Maďarsko, Polsko a Česká republika, zatímco západoevropské země, např. Německo a Francie, přísluší do skupiny nacházející se v evropském průměru, tj. 15-25 %. Procesy depopulace přispívají k trvalému smršťování sídel, zejména v oblastech s nižší hustotou obyvatelstva. Tento trend je charakteristický pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko (Wolf a Wiechmann, 2017). Přestože mohou tyto regiony přináležet mezi ekonomicky silné, dochází u nich k pohybu ekonomicky aktivního obyvatelstva za pracovními příležitostmi. Současně je pro ně příznačná i nižší atraktivita pro rodiny a absence imigrace v důsledku ztráty funkcí zásobování, veřejné správy, zdravotnických služeb, což zesiluje dopad přirozeného úpadku v těchto regionech (Hasse, Rink a Grossmann, 2016).

Jak uvádí Wiechmann a Bontje (2015) rezidenční rozhodnutí zaměřená na periferní regiony, doprovázená stagnací procesů suburbanizace v Maďarsku a na Slovensku, vedla k opětovnému populačnímu růstu jádrových měst. Naopak, populačně menší příměstská sídla v Česku zaznamenávají pozitivní demografický vývoj spojený s příležitostmi chytré specializace v rámci jejich ekonomických aktivit (Vaishar, Šťastná a Stonawská, 2015). Na druhé straně města, těžící ze svého tradičního prostředí a výrazného sociálního kapitálu, si mohou udržet svou identitu vůči procesu globalizace, a tím mohou efektivněji odolávat procesům depopulace. Z výše uvedeného lze usuzovat, že vzhledem k současnému vývoji je zapotřebí systematického přístupu k veřejným politikám zaměřeným na podporu pozitivního populačního vývoje. Společným znakem zemí V4 pak jsou změny politických, ekonomických a společenských podmínek v důsledku postsocialistické transformace. Depopulace je v některých případech přímým důsledkem této transformace a s tím souvisejícího ekonomického úpadku, doprovázeného odchodem pracovních sil (Haase, Rink a Grossmann, 2016). Komparace faktorů depopulace regionů V4 je představena v tabulce 1.

Tabulka 1: Komparace faktorů depopulace regionů V4

Faktory depopulace regionů V4	Česká republika	Maďarsko	Polsko	Slovensko
Životní podmínky	•	•	•	•
Veřejné služby	•	•	•	•
Úpadek zemědělství		•	•	
Přístup a kvalita vzdělávání		•	•	
Zdravotnictví				
Dostupnost ICT	•			•
Nedostatečný místní trh	•			•

Zdroj: Karcagi Kovacs a Katona Kovács, 2012; Kopáčková, 2019.

Základním nástrojem podpory rozvoje a retence generace Z v České republice je Strategie vzdělávání 2030+ (nahradila předchozí Koncepti podpory mládeže na období 2014-2020), v rámci které se kompetence pro podporu vzdělávání a rozvoj mladých přesunuly ze státu na kraje pro efektivnější plánování a implementaci veřejné politiky. V rámci podpory rozvoje mládeže je zde identifikována problematika volnočasových aktivit a práce s mládeží se vzdělávacími prvky, a propojení různých forem vzdělávání (formální a neformální), které společně sníží nerovnosti v přístupu ke kvalitnímu vzdělávání a umožní maximální rozvoj potenciálu studentů (viz Strategie vzdělávání 2030+). Kompetence na snížení nerovnosti v přístupu ke vzdělávání jsou rovněž v rukách krajů. V návaznosti na vzdělávání jsou na podporu retence generace Z představeny politiky podpory vzdělávání – financování start-up pro mladé podnikatele a rozvoj podnikatelských kompetencí (Strategie na podporu malých a středních podniků do roku 2027), kde se kraje společně s organizacemi jako CzechInvest, CzechTrade a Agenturou pro podnikání inovace tvoří multiskalární subjekty podpory zázemí pro udržení generace Z v periferních regionech. Pro periferní regiony se nabízí konkrétní programy – akcelerační, inkubační, růstový, stáže, a také kreativní (zaměřené na počáteční fáze podnikání). Operační program lidské zdroje poskytuje podporu absolventské praxe (6 měsíců) a příspěvek na podporu vytvoření pracovního místa v prvním zaměstnání, které představují možnosti integrace a vytvoření podmínek pro zástupce generace Z na pracovním trhu.

V případě Slovenska se jedná primárně o Strategii Slovenské republiky pro mládež na roky 2021-2028. Obce a kraje jsou obecně odpovědné za implementaci národní politiky (včetně mladých lidí) na svém území. Při všech místních samosprávách pracují místní výbory zabývající se různými tématy včetně mládeže v návaznosti na podporu rozvoje generace Z. rozvoj zázemí v kontextu podnikatelských dovedností je pokryt několika projekty v oblasti formálního a neformálního vzdělávání a učení, společně s Akceleračním programem Národního podnikatelského centra je jedním z příkladů, jak mohou začínající podnikatelé získat odborné vedení a přístup k novým technologiím (forma retence). Obce a kraje realizují některé iniciativy MPSV a poskytují některé služby zaměstnanosti, rozvíjejí i vlastní iniciativy a programy na podporu retence mladých.

V Polsku je základním dokumentem – Předpoklady pro národní strategii mládeže na období 2020-2030, kde byly identifikovány strategické oblasti: trh práce; občanská aktivita; sport, zdraví, turistika; inovace, internet, digitalizace; kultura; vzdělání a vyšší vzdělání. Je třeba zdůraznit, že navzdory absenci zákona o mládeži je politika mládeže stále častěji navržena, implementována a hodnocena na regionální a místní úrovni. Místní strategie (nebo jiné dokumenty) zaměřené na mládež jsou přítomny na různých úrovních místní správy (multi-level governance). V kontextu vytvoření zázemí pro podnikání a zaměstnanost byl představen

program První podnik – podpora start-up a Akademický podnikatelský inkubátor, které jsou zaměřeny na studenty posledních ročníků, absolventů do 4 let od dokončení vzdělání a nezaměstnaných, kteří mohou žádat o finanční podporu podnikání jako nástroje pro retenci generace Z.

Různorodost průběhu depopulace může být spojena s vývojovou trajektorií, zejména pokud jde o rozsah, rychlost a průběh depopulace, v návaznosti na specifika místních podmínek, nebo v závislosti na zvolené trajektorii vývoje (path-dependency). Trajektorie vývoje může podmínit i veřejné politiky, které jsou zaměřeny na nové rozvojové možnosti a obnovení hospodářského růstu (Haas et al., 2016). Odborné studie a články dokládají, že neexistuje „jeden model“, tj. „one-size-fits-all“ koncept, pro řešení depopulace a smršťujících se měst. Přičemž můžeme sledovat celou řadu vzorů, vyplývajících ze souhry socioekonomické transformace a změny struktury měst (Haase et al., 2014; Rink et al., 2016). V kontextu diskuse problematiky depopulace regionů zemí V4, můžeme identifikovat také „push“ a „pull“ motivy migrace pracovní síly dle Haller a Verwiebe (2016), uvedené v Tabulce 2.

Tabulka 2: *Motivy depopulace periferních regionů zemí V4*

Odpuzující motivy	Přitahující motivy
osamostatnění	studium
rozdělení	soužití
nesoulad nabídky a poptávky	nové pracovní příležitosti
nedostatek zařízení	urbanizované prostředí
nespokojenost s bydlením	atraktivní lokality

Zdroj: Haller a Verwiebe, 2016

V kontextu rozvoje periferních regionů, se v rámci depopulace nabízí vytvoření koncepčního rámce (tj., vytvoření rozvojové cesty), která překračuje stávající přístupy zaměřené pouze na ekonomické subjekty a spojuje se se širší škálou aktérů – multiskalárních subjektů, propojených na více úrovních s různou škálou zapojení, a to na základě institucionálních souvislostí, které zprostředkovávají vznik a rozvoj růstových cest v kontextu triple-helix modelu (Dawley, 2014). Nicméně, v rámci V4 je zapojení terciárního vzdělávání do triple-helix modelu stále spíše teoretickou záležitostí, a dochází k omezené interakci s aktéry regionálního rozvoje. Trendem v rozvoji periferních regionů je proto tvorba platform, kde se partneři v rámci triple-helix modelu mohou setkávat, diskutovat o společných výzvách, a vyvíjet společné aktivity a projekty pro řešení otázek depopulace, kdy, v případě quadruple helixu modelu, je tak činěno i se zapojením veřejnosti, tj. občanského sektoru (Nguyen a Marques, 2022). Dle Sá, Casais a Silva (2018) mohou být v rámci triple helix modelu realizovány společné inovační projekty, stáže, popř. přizpůsobení učebních plánů ve vzdělávacích institucích a, v jejich rámci, i realizace mobilit (studenti a zaměstnanci), přičemž vzdělávací instituce často hrají roli facilitátora/mediátora síťování v kontextu příslušného města či regionu. Značně tedy záleží na vedení a aktivním přístupu soukromého sektoru, především pak malých a středních podniků, a aktérů terciárního vzdělávání, a jejich ochotě se spojit ke vzájemné spolupráci např. v podobě klastrových organizací. Triple-helix model tvoří základní pilíř nového přístupu inteligentní specializace k regionálnímu rozvoji, kde města mají velkou příležitost přebrat vedoucí postavení a, ve spolupráci s regiony, nastavit RIS3 strategii pro rozvoj periferních regionů. Vzájemná spolupráce může vést k vytvoření „living-lab“ platform, které představuje testovací a vývojové prostředí v reálném životě, kde mohou výzkumní pracovníci a firmy ve spolupráci s občany (angažovanou veřejností) testovat nové technologie, produkty a služby vedoucí k podpoře rozvoje periferních regionů prostřednictvím

inteligentních měst (Cossetta a Palumbo, 2014). Vzájemná spolupráce multiskalárních subjektů přináší příležitosti k přelévání znalostí (knowledge spill-over), a to zejména z institucí terciárního vzdělávání v ekonomicky znevýhodněných oblastech pro nastavení rozvojových trajektorií prostřednictvím aktivizace podnikatelských aktivit za účelem tvorby pracovních míst (Sá, Casais a Silva, 2018).

2. Charakteristika generace Z

V návaznosti na představení depopulace periferních regionů se následně zaměříme na charakteristiku generace Z, přičemž lze tvrdit, že se jedná o první generaci, která se narodila do globalizovaného světa, který již v současnosti disponuje technologickým pokrokem s vysokou mírou dostupnosti nových informačních technologií. Tento stav umocňuje participaci příslušníků generace Z v digitálním světě, přičemž ti jsou v kontaktu s mobilními telefony, tablety, počítači, ve spojení s internetem, v každodenním kontaktu téměř od svého narození. Současně, je nutno poznamenat, že tato generace nikdy nezažila svět bez internetu a mobilního telefonu. Důležitým faktorem, který je spojen s charakteristikou generace Z, je pravidelný přístup na sociální sítě. Se sociálními sítěmi jsou spojeny aktivity sdílení příspěvků v podobě fotografií, videí a jiného obsahu. Populárními médii generace Z jsou např. Youtube, Tik Tok, Instagram, Snapchat a Whatsapp, prostřednictvím kterých ti komunikují. Výzvou do budoucna je pro ně aktivní online připojení, a především pak schopnost rozlišovat mezi skutečným a virtuálním světem, jelikož mnoho aktivit této generace se ubírá směrem do tzv. „rozšířené reality“. Dle Dimock (2019), je mnohdy základním předpokladem zástupců generace Z téměř okamžité a permanentní připojení do online světa, určeného pro zábavu a komunikaci se svými vrstevníky. Internet je tak základním východiskem pro navázání kontaktu, zábavu, vzdělávání, získávání zážitků, nebo pro poznání nového (Koudelková 2019). Generace Z je považována za experiment internetu a sociálních sítí, které mění přístup k informacím, vztahům a soukromí, a utváří nový životní styl. Pro generaci Z jsou tedy běžné neustálé a rychlé změny.

Naopak, oproti předchozím generacím, je generace Z charakteristická technickou zdatností, se schopností si vyhledat mnoho informací online. Dostupné technologie umožňují generaci Z vstup do kontaktu s globálním světem, a tedy i s uživateli napříč kontinenty (Berkup 2014). Na druhé straně je výzvou jejich schopnost kritického myšlení, především v návaznosti na schopnost si dostupné informace ověřit a hlouběji pochopit či porozumět problému. Dostupnost technologií mnohdy vede k tomu, že zástupci generace Z méně čtou rozsáhlé texty a učí se hlavně vizuálně (McCrindle 2014). Generace Z je více individualistická a díky virtuální socializaci disponuje nižší úrovní sociálních dovedností a má povrchnější vztahy s ostatními jedinci (Elmore 2014). Nadužívání sociálních sítí vede k redukci sociálních vztahů ve fyzickém prostředí a často i problémům mládeže navazovat vztahy či sociální kontakty v reálném životě, tj. off-line. Na druhou stranu je generace Z schopna lepší sebeorganizace, diskuse problémů a nebojí se sdílet nové myšlenky (Behavio 2019). Tyto nové myšlenky a přístupy vedou u Generace Z k podpoře inovativnosti a efektivnosti, a rovněž disponují vyšším zájmem o aktivity a hry vyžadující kreativitu. Oproti předchozím generacím vstupuje generace Z dříve do vzdělávacího procesu právě prostřednictvím online informací, kterými se mohou rychleji vzdělávat (Behavio, 2019). Běžný je odklad školní docházky o rok, z důvodu přání rodičů – aby dítě získalo lepší pozici na startu. Na základě těchto vlivů existuje předpoklad, že generace Z bude lépe ovládat multi-tasking, efektivněji využívat informační technologie, a bude více individualistická, ale kreativní, s globálním nadhledem, a zároveň bude preferovat nestandardní a personalizované práce (Berkup 2014). Generace Z je první generací digitálních nomádů žijících ve světě, který se díky technickému a technologickému

pokroku zásadně změnil v kontextu možností práce na dálku. Digitální nomádi a generace Z budou pravděpodobně více cestovat, snadněji než předchozí generace navazovat přátelství s lidmi z jiných zemí, jiného vyznání a kultur, tím se může generace Z stát opravdu první globální generací.

3. Způsob chování a trendy generace Z

Charakteristiky generace Z dále doplňujeme o popis způsobu chování (pocity, média, životní dráhy) a specifické trendy generace Z. Ve vztahu k subjektivnímu pocitu štěstí, více jak dvě třetiny mladých lidí ve dvaceti zemích světa tvrdí, že jsou šťastni. Překvapivě, má generace Z větší pocit štěstí v rozvojových zemích, jako jsou Indonésie, Nigérie či Indie, než je tomu ve vyspělých zemích, jako např. Francie, Austrálie či Velká Británie (Dolot, 2018). Za důležité faktory přispívající k pocitu štěstí a spokojenosti přitom považují zdravotní stav (fyzický i mentální), dobré vztahy s rodinou a přáteli a naplňující studium či práci. Naopak starosti pro ně představují nedostatek peněz, tlak ve škole, a zdraví (Varkey Foundation 2017). Výzkumy ukázaly, že mladí lidé se v České republice cítí šťastni (na otázku týkající se pocitu štěstí odpovědělo 25 %, z nich že jsou velmi šťastni a 70 % celkem šťastni), a taktéž spokojeni (na škále spokojenosti se svým životem od 1 = vůbec do 10 = úplně dosáhl průměr hodnoty 7,8) (Rabušic and Chromková Manea 2018). Do budoucna pro svůj život považuje generace Z za nejdůležitější rodinu (Varkey Foundation 2017, Rabušic and Chromková Manea 2018), Behavio 2019), zdraví a práci. Teprve pak peníze, přátele apod. (Varkey Foundation 2017). Pro příslušníky generace Z v Česku jsou po rodině nejdůležitější přátelé a známí, volný čas a práce (Rabušic and Chromková Manea 2018). Rozdíly mezi zeměmi se přitom objevují v otázce náboženské víry v životě mladých lidí. Zatímco pro 42 % zástupců generace Z je náboženství důležitou součástí života, pro dvě pětiny nemá v jejich životě význam, zejména v Evropě, Austrálii a Asii (Varkey Foundation 2017). Česká populace se díky převažujícímu ateismu v této otázce vymyká – důležitost náboženství ve svém životě uvedla pouhá 3 % (Rabušic and Chromková Manea 2018). Na hodnotovém žebříčku generace Z stojí nejvýše pomoc rodině, umět se o sebe postarat a poctivost (Varkey Foundation 2017).

Přes velký vliv médií generace Z uvádí, že jejich hodnoty a postoje do velké míry ovlivnili: rodiče (89 %), přátelé (78 %) a učitelé (70 %), tedy „tradiční“ zdroje informací o společnosti. Celebrity uvedlo 30 % a politiky pouhých 17 % (Varkey Foundation 2017). Generace Z zastává liberální hodnoty a je otevřená odlišnostem a různorodosti. Většina z nich zná rovná práva a stejné zacházení s muži a ženami, příslušníky LGBT komunity, či lidmi odlišného vyznání. V případě svobody projevu si ale pouze přibližně jedna polovina z nich myslí, že by jí lidé měli mít za všech okolností, tedy i v případě, že je projev urážlivý vůči náboženství či minoritním skupinám. Nepotvrdila se přitom hypotéza, že by ve vyspělých „liberálních“ státech byli lidé tolerantnější než v „konzervativních“ rozvojových zemích, kde hraje náboženství důležitou roli. Jak bylo možné očekávat, podporu svobodě slova vyjádřil výrazně nižší podíl zástupců v Čínské lidové republice a Nigerii, překvapivě ale jen 52 % Francouzů, 58 % Britů a 69 % Američanů z USA. Napříč zeměmi světa je generace Z vnímána jako apolitická (Varkey Foundation 2017). Rovněž v ČR, v případě generace Z, nehraje politika v životě významnou roli (Rabušic and Chromková Manea 2018). Přestože u ní nesehrává politika a polické dění výraznější roli, třetina se o něj zajímá celkem pravidelně, a třetina alespoň před volbami. Necelá třetina respondentů – zástupců generace Z se pak o politiku nezajímá vůbec (Behavio 2019). Typický je však pro tuto generaci aktivismus. Polovina respondentů v průzkumu společnosti Behavio (2019) v Česku uvedla, že v posledních dvou letech podepsala petici, a přibližně čtvrtina se účastnila demonstrace či manifestace. Důležitými tématy jsou pro generaci Z ekologická krize a s ní spjatá potřeba

ochrany životního prostředí. Navzdory všeobecné představě o této generaci jako sebestředné, je pro většinu příslušníků generace Z důležité přispívat k blahu širší společnosti. Jak vyplývá z výše uvedeného průzkumu společnosti Behavio (2019), třetina účastníků se zúčastnila charitativní akce, a pětina byla v posledním půlroce dobrovolníkem. Řada z nich ale neví, jak by mohla přispět a potřebovala by, dle svého mínění, z důvodu chybějících znalostí či dovedností, podpořit a nasměrovat (Varkey Foundation 2017).

Patrná je však změna v posloupnosti a načasování určitých životních událostí, především rodičovství a uzavírání sňatku (ibid., a Rabušic and Chromková Manea 2018, Chaloupková, 2008). Již neplatí, že ve věku mezi 30-35 lety se stávají prvorodičkami pouze vysokoškolsky vzdělané ženy. Věk prvorodiček se posouvá do vyšších věkových kategorií u všech vzdělanostních skupin žen, vyjma žen se základním vzděláním, u kterých převažuje narození potomků v nižším věku jejich života, a více než ostatní skupiny žen se tyto rodí mimo manželství. Pronatalitní chování není jen osobním rozhodnutím, ale ovlivňují jej také kulturní a ekonomické faktory, a též atraktivita regionu (Fučík and Chromková Manea 2014, s 83). Na základě historického vývoje lze mezi faktory zařadit též politickou situaci a rodinou politiku státu. Z prostorového hlediska vykazují odlišnosti v rodičovských drahách v Česku zejména Ústecký a Karlovarský kraj, v nichž lidé vstupují do rodičovství dříve a mají častěji děti mimo manželství. Tyto odlišnosti vykazují navíc v posledních dvaceti letech stabilitu, což může být indikátorem nefunkčnosti inkluzivních politik (Karlovarský kraj, 2015). Další specifický region představuje Praha a ostatní krajská města, s výrazně opožděnějším časováním prvních porodů a vyšším příklonem k manželství coby předpokladu rodičovství (Fučík and Chromková Manea, 2014). I přes klesající počet narozených dětí na jednu ženu, nemá v české populaci fenomén jedno-dětnosti jako životního plánu vzestupnou tendenci (Fučík and Chromková Manea, 2014). Zmíněné způsoby chování a trendy by bylo možné rozšířit o řadu socioekonomických, kulturních a environmentálních poznatků, nicméně naším záměrem bylo představit specifika, které lze spojit s trhem práce generace Z.

4. Trh práce a generace Z

Rozdíly mezi jednotlivými generacemi na trhu práce v přístupu k práci, požadavcích a očekáváních, jsou výzvou nejen pro personalisty (způsoby náboru) a manažery (styly řízení, komunikace, způsoby motivace a hodnocení), ale i pro samotné pracovníky (vzájemná spolupráce a komunikace v týmu). Ze studií, věnujících se trhu práce je zřejmý posun v preferencích jednotlivých generací od autoritativního k inkluzivnímu způsobu řízení. Zatímco válečná generace (tradicionalové) respektuje autority a hierarchickou strukturu řízení (Cogin 2011, Dolot 2018), poválečná generace (Baby Boomers) si zachovává respekt k autoritám, ale chce, aby se s ní jednalo jako s rovnými, očekává zpětnou vazbu k pracovnímu výkonu a preferuje styl řízení na bázi konzultace.

Zatímco poválečná generace ctí tvrdou práci, má tendenci k workoholismu (Dolot 2018), je loajální a primární je pro ni finanční ohodnocení jako zdroj respektu (Cogin, 2011; Kutlák, 2018), pro generaci X je důležitá kariéra a seberealizace, různé benefity a finanční ohodnocení. Pro generaci Y je hlavním motivátorem rovnováha mezi pracovním a soukromým životem (work-life balance) a možnosti flexibilního uspořádání pracovní doby i výkonu práce. Pro generaci Z však hraje důležitou roli volný čas (Cogin, 2011; Karaivanova and Klein, 2019; Kutlák, 2018). Problémem zůstává skutečnost, že k otázce postojů generace Z k práci existují různé závěry. Například, některé z uvedených charakteristik přístupu k práci generace Y řada autorů spojuje až/i s generací Z. Je to dáno jednak různými časovými vymezením věkových kohort, které se za generaci Z považují, a taktéž krátkým obdobím

vstupu generace Z na trh práce (zatím jsou v pracovním procesu jen její nejstarší ročníky). Gaidhani, Lokesh a Bhuvanesh (2019) např. shrnují preference a očekávání generace Z od pracovního prostředí následovně: transparentnost, soběstačnost, flexibilita a osobní svoboda, dále informovanost a zpětná vazba. Generace Z si podle výsledků výzkumu přeje, aby jí nadřízení naslouchali, upřednostňuje mentoring, a touží po možnosti vzdělávání a profesního rozvoje. Generace Z hledá práci, jejíž součástí jsou technologie, s flexibilním pracovním rozvrhem, a práci podporující jejich invenci (Gaidhani, Lokesh and Bhuvanesh 2019). Ve své budoucí pracovní kariéře považuje většina příslušníků generace Z za důležité na prvním místě rozvoj znalostí, dovedností a finanční odměnu, poté možnosti dalšího rozvoje/postupu, možnost cestovat, poznávat nové lidi a pozitivní společenský dopad organizace, pro kterou pracují. Úspěch a slávu uvedlo jako důležité nevýznamné procento (Varkey Foundation 2017). U českých zástupců generace Z se na prvních místech umístil dobré finanční ohodnocení a výhodná pracovní doba a práce, ve které mohou něčeho dosáhnout (Rabušic and Chromková Manea, 2018).

Generace Z v Česku by se dle postojů k práci dala rozdělit na dvě přibližně stejně velké skupiny. Pro první z nich je zásadní trávit v zaměstnání co nejméně času, a pobírat vysokou mzdu, a až potom je pro ně důležité, zda je jejich práce smysluplná. Druhé skupině musí práce dávat především smysl. Přeje si, aby měla pozitivní dopad na společnost, požaduje kreativní různorodou náplň a skvělé kolegy. V tomto rozdělení se liší od generace Y, kdy přibližně třetinu z nich je důležitá kariéra a osobní rozvoj (Behavio, 2019). Ze studií přitom jednoznačně vyplývá, že pro generaci Z není kariéra prioritou (Behavio, 2019; Dolot 2018; Varkey Foundation 2017 ad.), nýbrž spíše cílí na své zájmy. Generace Z v Česku očekává zapojení při tvorbě pracovních plánů, mentoring, samostatné plnění cílů, flexibilní pracovní uspořádání, přiměřené platové ohodnocení a dostatečné možnosti dalšího vzdělávání a rozvoje. Nejdůležitějším prvkem v zaměstnání je pro ni poskytování zpětné vazby ze strany nadřízených. V případě atraktivního zaměstnání nemá potřebu jej měnit. Peníze pro ni nejsou silným motivačním prvkem, upřednostňuje volný čas. Na základě specifík generace Z (charakteristiky, způsob chování, trendy, trh práce) se nabízí možnost představit jejich praktické využití pro rozvoj periferních regionů v České republice.

5. Praktické využití pro rozvoj periferních regionů v návaznosti na generaci Z

V návaznosti na depopulaci můžeme sledovat zvyšování rozdílů, resp. disparit mezi rozvinutými a méně rozvinutými regiony. Demografické výzvy proto také ovlivňuje sociální, ekonomickou a územní soudržnost regionů EU. Na druhé straně vysoká koncentrace obyvatel v městských oblastech přináší i své negativní důsledky, jako je vyšší míra znečištění životního prostředí a nedostatek dostupného bydlení. Je však zřejmé, že migrace ovlivňuje regiony nerovnoměrně (Hospers a Raverda, 2015). V případě regionů V4 může migrace sehrát důležitou roli v populační dynamice, i když je nepravděpodobné, že by mohla zvrátit pokračující trend stárnutí populace. Současně, je v případě veřejných politik potřeba reagovat na procesy depopulace prostřednictvím aktivizace a zohlednění potřeb a názorů generace Z, která má již v současnosti značný dopad na socioekonomický rozvoj regionů V4. Většina studií zaměřených na depopulaci naznačuje, že v nadcházejících letech bude docházet k depopulaci periferních i metropolitních oblastí, co ukazuje na „outgoingové“ teorie periferních regionů, z kterých odcházejí mladí lidé za studiem a prací. Tento trend depopulace periferních regionů je spojen se změnou potřeb konkrétních obyvatel, tedy, v našem případě generací Z. K depopulaci také přispívá stárnutí populace, nepříznivý vývoj v poskytovaných veřejných službách, související s rušením či omezováním pro nedostatek poptávky či jejich efektivity, omezené využití opuštěných veřejných prostor a budov, nesystematický přístup

k regeneraci brownfieldů, a omezená obslužnost periferních regionů (Blažek a Csank, 2007; Šimon, 2014). Nové modely pro rozvoj periferních oblastí mohou být založeny na doposud nevyužitých silných stránkách, důležitých pro generaci Z, jako je kvalitní životní prostředí, časová i ekonomická dostupnost veřejných služeb a s přicházející digitalizací i vysoká kvalita života u osob vykonávajících nové distanční profese (Elshof a Bailey, 2015). Zároveň, se v rámci městského plánování mohou reflektovat potřeby volnočasového vyžití a podněty pro transformaci veřejného prostoru a služeb. Identifikace přístupů a nástrojů regionálního rozvoje periferních oblastí, v návaznosti na generaci Z, by se měla opírat o vzájemnou spolupráci v rámci triple-helix modelu za účasti veřejné správy, podnikatelského sektoru a výzkumně-vzdělávací infrastruktury (univerzity a vzdělávací organizace).

5.1 Rozvoj periferních regionů v návaznosti na generaci Z prostřednictvím veřejné správy

Přímý kontakt mezi aktéry triple-helix systému a místními komunitami v území je nevyhnutelný. To zejména v případě přípravy projektů rozvoje, které vyžadují znalost místní reality a komunity, která může působit jako základní prvek iniciativ jejich rozvoje, či rozvoje podnikatelského sektoru pro retenci generace Z v území. V případě veřejné správy se jedná převážně o podporu a inovativní strategie rozvoje vzdělávání (využití inovativních programů Strategie vzdělávání 2030+ v kontextu kombinace formálního/neformálního vzdělávání), kulturního a společenského vyžití mládeže v regionu, stejně tak řešení otázky dostupnosti bydlení pro generaci Z, při zohlednění jejich preferencí forem bydlení, v závislosti na sociálních, ekonomických a kulturních podmínkách, a to i z prostorového hlediska (Delbosc et al., 2019). Nicméně, nastavení veřejných politik na místní a regionální úrovni řešení o podnětné trávení volného času a snahu o odpovídající nabídku, tj., zda mají mladí lidé v místě bydliště dostatečné kulturní vyžití dle svých představ (otázka dostupnosti nabídky kin, divadel, klubů, stravovacích zařízení, muzeí, galerií atd.), případně v čem jim stávající nabídka nevyhovuje (Tóth-Kaszás, 2018). Tím, že je svět generace Z stále více propojen s digitálními technologiemi, tato skupina obyvatel vyhledává řadu příležitostí a zážitků především pomocí digitálních prostředků. Proto, by měli průzkumy spokojenosti s místní nabídkou služeb zvážit využití digitálních prostředků pro nastavení vhodných podmínek pro co nejúspěšnější nástroje retence generace Z v periferních regionech. V kontextu místního plánování a rozvoje je dle Peric, Durkin a Wise (2016) potřebné zjistit poptávku po sportovních aktivitách v regionu a uzpůsobit jí nabídku sportovišť a jiných zařízení ze strany municipalit a soukromých organizací, a v neposlední řadě, přizpůsobit nabídku dalších činností knihoven včetně jejich transformace na multifunkční prostory nebo komunitní centra, která by sloužila jako místa setkávání a prostor pro trávení volného času.

Nicméně, pro generaci Z je taktéž důležitá rodina, zdraví a práce, peníze a přátelé. Na její postoje a hodnoty mají doposud vliv hlavně rodiče, přátelé a učitelé. V těchto hodnotách se generace Z neliší od předchozích, pravděpodobně díky univerzálnosti těchto hodnot. Zároveň, se jeví, že při nastavení podpůrných nástrojů a přístupů, je zapotřebí zohlednit skutečnost, že u určitých vzorců chování částečně dochází ke generační reprodukci (např. vzhledem k dosaženému vzdělání, rodinnému statusu apod.). Z tohoto hlediska je zapotřebí taktéž zohlednit, do jaké společenské třídy spadá většina obyvatel žijících ve vybraných periferních regionech (Tracy, 2019). S tím souvisí i potřeba nastavení vhodných komunikačních strategií veřejné správy vůči generaci Z, přičemž nejlepší způsob, jak oslovit tuto generaci, je prostřednictvím zařízení, která jsou jim běžně známá a jsou na nich do zpravidla závislí. Televizní reklamy, rozhlasové inzeráty a novinové články se již jako nejlepší formy komunikace nejeví. Jedná se tak zejména o re-branding (neboli změnu značky prostředí)

periferních regionů prostřednictvím kampaní na sociálních sítích a online reklamou (Nyhuis, 2017).

Za východisko lze považovat zapojení všech regionálních aktérů a stakeholderů do utváření pozitivního image regionu a jeho prezentace se společným marketingem a brandbuildingem. Účelem je vytvoření regionálního symbolu, loga a motta pro podporu regionální identity v periferních regionech. Reklamní kampaně je možné řešit prostřednictvím sociálních sítí a vhodných hashtagů k jejich snadnějšímu vyhledávání a sdílení. Strategická komunikace a prezentace lokálních či regionálních úspěchů obyvatel, firem, a institucí, včetně příkladů dobré praxe v příslušném periferním regionu je jedním z nástrojů vedoucích k posílení identifikace zástupců generace Z s ním. Navzdory, mnohdy negativním konotacím k využívání informačních technologií a sociálních sítí, se však jedná o jeden ze stálejších faktorů generace Z, který má význam používat jako primární zdroj komunikace mezi zástupci veřejné správy a touto generací, při usilování o retenci mládeže v periferních regionech. Hlavním cílem strategií rozvoje periferních regionů by měla být transformace periferie v konkurenceschopné regiony, jejichž obyvatelé, společně s generací Z, mají důvěru ve své uplatnění na místním trhu, přičemž její migrace by měly být spojena s osobním rozhodnutím, a nikoliv z důvodu nedostatku příležitostí (Navarro Valverde, 2019). Rozhodujícím cílem by neměla být atrakce generace Z na periferii, ale vytváření příležitostí pro rozvoj, které umožní je na periferii udržet. Pro udržení generace Z je vhodné dle závěrů, uvedených v Kallus (2016) využívat zapojení (engagement) obyvatel, a to mladých lidí, do plánování v území, např. za účelem nalezení nového využití prostranství či městských prostor, které jsou v souladu se zájmy místních obyvatel, a též mládeže

5.2 Rozvoj periferních regionů v návaznosti na generaci Z prostřednictvím podnikatelského sektoru

Místní a regionální rozvoj, v návaznosti na triple helix, také závisí na podnikatelském sektoru. V rámci něj je klíčové definovat, co si generace Z představuje pod atraktivním zaměstnáním. Tedy, jakou formu zaměstnání generace Z preferuje, tj. zdali zaměstnanecký poměr či, naopak, vlastní podnikání (využití nástrojů zaměřených na mentoring/rozvoj kompetencí pro retenci z Akceleračního programu Národního podnikatelského centra SR), a rovněž, v jakých oborech shledává svou budoucnost. Z praktického hlediska se jedná o zjištění, zda příslušníci generace Z preferují kratší pracovní úvazky v podobě zakázkové ekonomiky (gig economy), ovšem s hrozbou prekarizace, v jakém pracovním prostředí by chtěli pracovat, či jak vnímají společenskou odpovědnost firmy. Konkrétní nástroje jako První podnik a Akademický podnikatelský inkubátor (oba realizované v Polsku) představují východiska pro podporu podnikatelských aktivit generace Z pro jejich retenci. Z hlediska nastavení nástrojů a přístupů podnikatelského ekosystému je potřeba zaměřit na specifické postoje a preference generace Z, a to prostřednictvím průzkumů (online dotazníková šetření, rozhovory, chat) ze strany podnikatelské sféry (Iorgulescu, 2017) a nabízí se zde propojení multiskalárních subjektů, konkrétně akceleračních a inkubačních programů organizací CzechInvest, CzechTrade, API, krajských voucherů atd (vazba na Strategie na podporu malých a středních podniků do roku 2027). V kontextu místních specifik pak zjišťovat spokojenost generace Z s dostupností prodejen a též zkoumat, v čem spatřují potřebu zlepšení nabídky zboží či služeb. Na základě těchto zjištění pak mohou firmy aplikovat a rozvíjet různá opatření tak, aby byla tato poptávka uspokojena. V oblasti kombinované nabídky a vzájemné interakce se mohou uplatnit propojení v oblasti výzkumu, spolupráce a sdílení postupů, a to přizpůsobením specifickému prostředí periferního regionu. Přizpůsobení se odvíjí také od vzájemné spolupráce firem a středních škol, přičemž se jedná zejména o sladění poptávky zaměstnavatelů a nabídky

uchazečů z řad generace Z. Východiskem pro sladění může být upevnění spolupráce mezi místními středními školami a zaměstnavateli prostřednictvím vzájemných projektů a mobilit, které představují různorodé platformy pro personální podporu studentů a absolventů prostřednictvím Operačního programu lidské zdroje – podpora vytvoření pracovního místa pro zástupce generace Z (Iorgulescu, 2016). Podobně jako v komunikaci veřejné správy vůči generaci Z, je potřebné zaměřit se na využití digitálních technologií v marketingových strategiích.

Nabízí se také využití sdílení zkušeností s prací mezi uživateli na sociálních sítích za využití preferovaných komunikačních kanálů generace Z. Tudíž, se jeví jako přínosné vysledovat nejdůležitější influencery na sociálních sítích, a vytvářet a sledovat obsah na sociálních sítích. Generace Z si zakládá na pravdivých informacích o produktech, resp. službách, a to může být reflektováno také v případě pracovního trhu, přičemž se vyžaduje autenticita (Ozkan, 2017). Tímto, se nabízí příležitost sledovat zájmy mladých lidí v regionu, a podílet se na utváření trhu práce a hodnocení produktů, resp. služeb, vytvářených v periferních regionech, zejména na základě vzájemné spolupráce různých stakeholderů v podnikatelském ekosystému, tj. propojení firem, regionálních hospodářských komor, středních škol a neziskových organizací pro podporu rozvoje a atraktivity pracovního trhu v periferních regionech. Za účelem dosažení efektivity společné spolupráce a networkingu, je nutné využívání sociálních sítí preferovaných generací Z, a zároveň respektovat její zvyk mít na vše okamžitou odezvu, komunikovat napřímo a rychle, což může sloužit jako podnět pro způsob řízení a komunikace (zjednodušení hierarchie a komunikace v podnikatelském sektoru).

Pro podporu vzájemné komunikace mohou být využity prvky rozšířené (augmented) reality jako způsobu, kterým mohou firmy propojit zaměstnance několika generací k sdílení tacitních i explicitních znalostí nově nastupujícím zaměstnancům z řad generace Z. Rozšířená realita může být rovněž využita k podpoře vzdělávání či školení zaměstnanců, a propojit na dálku odborníky s mladými zaměstnanci, přičemž dané aktivity lze rozvíjet na základě gamifikace (využití praktických her) vzdělávání. Pro podnikatelský ekosystém se jeví, v kontextu implementace preferencí generace Z do podmínek pracovního trhu, vhodné zjistit i preferovaný způsob trávení volného času a nabídku volnočasových aktivit pro generaci Z v místě bydliště, tj. zdali je přítomno dostatečné kulturní vyžití dle jejich představ (dostupnost nabídky kin, divadel, klubů, stravovacích zařízení, muzeí, galerií), případně hledat důvody, proč jí současná nabídka nevyhovuje (dostupnost a různorodost služeb). Firmy, tímto mohou přispět k podpoře rozvoje vztahu generace Z k perifernímu regionu, v němž žijí, a podporovat tak její sounáležitost s místem či komunitou, kdy tento faktor může hrát významnou roli v životě generace Z (Kubátová, 2016).

5.3 Rozvoj periferních regionů v návaznosti na generaci Z prostřednictvím výzkumné a vzdělávací infrastruktury

V neposlední řadě se rozvoj periferních regionů opírá o výzkumně-vzdělávací infrastrukturu, která přispívá k nastavení vzdělávacích a volnočasových aktivit prostřednictvím učitelů, trenérů, vychovatelů apod., a má vliv na preference a chování generace Z, kdy spoluutvářejí její hodnoty, postoje a životní styl. Za účelem rozvoje znalostí a dovedností je nezbytná nabídka různých školení a materiálů pro podporu efektivního využívání sociálních sítí při vlastním podnikání, postavená na základě spolupráce firem, středních škol a regionálních inovačních center na periferii. Tedy, dle Ding, Guan a Yu (2017), se jedná o nastavení nástrojů a přístupů k podpoře podnikatelských dovedností mladé generace prostřednictvím interaktivních platforem vzdělávání a gamifikace (digitalizované platformy a aplikace)

s návazností na podporu neformálního vzdělávání Strategie vzdělávání 2030+. Interaktivní platformy mohou také sloužit pro bezpečné online nakupování, spojeného s inovativními přístupy. Zde je možné vytvářet propojení výzkumu a firem v oblasti informačních technologií a jejich začlenění do praxe místními stakeholdery pro snižování nerovnosti v přístupu ke kvalitnímu vzdělávání a umožní maximální rozvoj potenciálu studentů.

Pro studující členy generace Z představují elektronická zařízení samozřejmost. Tímto, pro školy a komunitní centra vyvstává nezbytnost jim požadovanou techniku v maximální možné míře zpřístupnit, za účelem přípravy na jejich povolání, při vědomí důležitosti rozvoje dovedností vedoucí k jejich vyššímu uplatnění na trhu práce. Interakce a zařízení napomáhají socializaci skrze média, kdy ale jejich nadužívání přináší snížení kompetencí v sociálních dovednostech, přičemž výzvou pro vzdělávací systém je tyto negativní vlivy vyvážit a pomoci tyto kompetence získat. V periferních regionech mohou být výzvy realizovány prostřednictvím vytváření sdíleného prostředí ve školách, kdy školy a komunitní centra by měly pokračovat v nastupujícím trendu digitalizace a současně dostupné technologie využít pro podporu klasické výuky. Taktéž, v rámci vzdělávacího systému, je zapotřebí se zaměřit na vyvážení negativních důsledků přílišného využívání informačních technologií na vývoj generace Z, a zároveň využít pozitiv těchto technologií v procesu učení a rozvoje dovedností (Ciliers, 2017).

Závěr

Cílem příspěvku bylo popsat výzvy spojených s depopulací periferních regionů v České republice ve srovnání se zeměmi V4, v návaznosti na charakteristiky generace Z. Na základě představení charakteristik generace Z, se příspěvek zaměřil na popis přístupů udržení neboli retence, zástupců generace Z v periferních regionech. Příspěvek také představuje náhled na komparaci procesů depopulace zemí V4, společně s popisem specifik a východisek generace Z. Pozornost byla věnována také praktickým příkladům retence mladé generace pro Českou republiku, v návaznosti specifik komunikčních kanálů a vztahu generace Z k depopulaci regionů. V návaznosti na trh práce a spotřební chování generace Z, byly identifikovány přístupy a nástroje rozvoje periferních regionů, na základě spolupráce veřejné správy, podnikatelského ekosystému a vědecko-výzkumné infrastruktury. Vzájemná spolupráce na regionální úrovni se opírá o propojení stakeholderů (aktérů) v rámci triple-helix modelu (trojitá spirála), tj. veřejné správy (regionální a místní organizace), podnikatelského sektoru (zejména malé a střední podniky), a výzkumně-vzdělávací infrastruktury (střední a vysoké školy, a výzkumné organizace). Rozvoj periferních regionů prostřednictvím veřejné správy zdůrazňuje vhodné nastavení komunikčních strategií a digitalizace veřejných služeb pro efektivní potřebu generací Z.

Komunikační strategie a digitalizace veřejných služeb by měly být postaveny na doposud nevyužitých silných stránkách, důležitých pro generaci Z. Mezi tyto stránky patří např. kvalitní životní prostředí, časová i ekonomická dostupnost veřejných služeb a, s přicházející digitalizací, i vysoká kvalita života u osob vykonávajících nové distanční profese. V rámci podnikatelského ekosystému byla zdůrazněna potřeba sladění poptávky zaměstnavatelů a nabídky uchazečů prostřednictvím spolupráce mezi místními středními školami a zaměstnavateli. Tato spolupráce může spočívat v podpoře vzájemných projektů a mobilit, které představují různorodé platformy pro rozvoj lidských zdrojů – studentů a absolventů. Výzkumná a terciární vzdělávací infrastruktura by měla převzít roli rozvoje znalostí a dovedností, zprostředkováním různých školení a materiálů pro efektivní využívání sociálních

sítí k podpoře vlastního podnikání generace Z, a to na základě spolupráce s firmami a regionálními inovačními centry. V neposlední řadě je potřeba podotknout, že právě místně orientované politiky (place-based policies) mohou přispívat k iniciativám, řešícím „outgoingové“ výzvy periferních regionů, které mnohdy nelze řešit prostřednictvím obecných přístupů tzv. „one size fits all“. Odůvodnění místně-orientovaných politik pak spočívá v reflektování regionálních specifik, které jsou klíčové pro řešení výzev rozvoje periferních regionů.

Použité zdroje:

AGENTURA BEHAVIO, *Průzkum – kdo je generace Z*, 2019. Dostupné z <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/>

BERKUP, S. B, Working with Generations X and Y in Generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2014. 5, 218–229.

BLAŽEK, J., a CSANK, P, Nová fáze regionálního rozvoje v ČR? *Czech Sociological Review*, 2007, 43(5), 945-966.

CILLIERS, E. J, The challenge of teaching generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 2017, 3(1), 188-198.

COSSETTA, A., & PALUMBO, M. (2014). The co-production of social innovation: The case of living lab. *Smart city*, 221-235.

DAWLEY, S. (2014). Creating new paths? Offshore wind, policy activism, and peripheral region development. *Economic geography*, 90(1), 91-112.

DELBOSC, A, MCDONALD, N, STOKES, G, LUCAS, K, CIRCELLA, G, a LEE, Y, Millennials in cities: Comparing travel behaviour trends across six case study regions. *Cities*, 2019, 90, 1-14.

DIMOCK, M, *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center, 2019, Dostupné na: <http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf>

DING, D. GUAN, Ch a YU, Y. Game-based learning in tertiary education: A new learning experience for the generation Z. *International Journal of Information and Education Technology*, 2017, 7(2), 148.

DOLOT, A, *The characteristic of Generation Z*, 2018. E-mentor, 44–50. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.15219/em74.1351>.

DURKIN BADURINA, J, PERIĆ, M., a VITEZIĆ, V, Potential for the regeneration of rural areas through local involvement in the organisation of sport events. *Managing Sport and Leisure*, 2021, 26(5), 377-394.

ELMORE, T, *How Generation Z differs from Generation Y*, 2014. Dostupné z: <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>

ELSHOF, H., a BAILEY, A, The role of responses to experiences of rural population decline in the social capital of families. *Journal of Rural and Community Development*, 2015, 10(1).

FUČÍK, P., a CHROMKOVÁ MANEA, B. E, *Rodičovské dráhy*. Brno: Masarykova univerzita, 2014.

GALJAARD, R., VAN WISSEN, L., a VAN DAM, K, European regional population decline and policy responses: Three case studies. *Built Environment*, 2012, 38(2), 293-302.

GAIDHANI, S., LOKESH A., a BHUVANESH K. S, Understanding the attitude of generation towards workplace. *International Journal of Management, Technology And Engineering*, 2019, 9 (1), 2804 - 2812.

GLØERSEN E, DRĂGULIN M, HANS S, KAUCIC J, SCHUH B, KERINGER F, CELOTTI P, *The impact of demographic change on European regions*. European Union, Committee of the Regions, 2016.

CHALOUPKOVÁ, *Proměny rodinných a profesních startů*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2008.

HAASE A, RINK D, GROSSMANN K, BERNT, M, a MYKHENKO V, Conceptualizing urban shrinkage. *Environment and Planning A*, 2014, 46(7), 1519-1534.

HAASE A, RINK D, a GROSSMANN K. Shrinking cities in post-socialist Europe: what can we learn from their analysis for theory building today?. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 2016, 98(4), 305-19.

HALLER, M, a VERWIEBE, R, Central Europe as a space of transnational migration. *Österreich Z Soziol*, 2016, 41, 361–371.

HOSPERS, G, a REVERDA, N, Introduction: Population Decline. In: *Managing Population Decline in Europe's Urban and Rural Areas*, pp. 1-5. Springer, Cham, 2015.

IORGULESCU, M, Generation Z and its perception of work. *Cross-Cultural Management Journal*, 2016, 18(1), 47-54.

Jeřábek, M., Dokoupil, J., Fiedor, D., Krejčová, N., Šimáček, P., Wokun, R., Zich, F. (2021): Nové vymezení periferií Česka. *Geografie*, 126(4), 419–443.
<https://doi.org/10.37040/geografie2021126040419>

KALLUS, R, Citizenship in action: participatory urban visualization in contested urban space. *Journal of Urban Design*, 2016, 21(5), 616-637.

KARAIVANOVA, M. a KLEIN, K, The Generation Z in Bulgaria: Challenging Conservative Organisations. *Generations Z in Europe: Inputs, Insights and Implications*, 2019, 217 – 251.

KARCAGI KOVATS, A., a KATONA KOVÁCS, J, Factors of population decline in rural areas and answers given in EU member states' strategies. *Studies in Agricultural Economics*, 2012, 114(1), 49-56.

KARLOVARSKÝ KRAJ, *Závěrečná brožura Individuálních projektů: Podpora sociálního začleňování příslušníků sociálně vyloučených lokalit v Karlovarském kraji*, 2015. Dostupné na: <http://www.kr-karlovarsky.cz/dotace/Stranky/dotaceEU/OP-lids-zdroje/IP-SVL-II.aspx>

KOUDELKOVÁ, P, *Trendy v podnikání – Business Trends*, 2019, 9 (3), 13 – 18. Dostupné z: https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/36247/1/3_Koudelkova.pdf

KUBÁTOVÁ, J, Work-relate Attitudes of Czech Generation Z: international comparison. *Central European Business Review*, 2016, 5 (4), 61 – 70.

LEYDESDORFF, L., & ETZKOWITZ, H. (1998). The triple helix as a model for innovation studies. *Science and public policy*, 25(3), 195-203.

LIU, H., CHEN, Y., a LIH, J., Crossover from exponential to power-law scaling for human mobility pattern in urban, suburban and rural areas. *The European Physical Journal B*, 2015, 88(5), 1-7.

MCCRINDLE, M, *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*, 2018. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations

MULVENNA, M., BERGVALL-KÅREBORN, B., WALLACE, J., GALBRAITH, B., & MARTIN, S. (2010). Living labs as engagement models for innovation. In: eChallenges e-2010 Conference (pp. 1-11). IEEE.

NAVARRO VALVERDE, F, Depopulation and aging in rural areas in the European Union: practices starting from the LEADER approach. *Perspectives on rural development*, 2019, 3, 223-252.

NGUYEN, H. T., & MARQUES, P. (2022). The promise of living labs to the Quadruple Helix stakeholders: exploring the sources of (dis) satisfaction. *European Planning Studies*, 30(6), 1124-1143.

NYHUIS, R, *Millennial Attraction to Southwest Michigan—Retaining and Attracting Millennial Talent to Our Region’s Companies*. 2017.

ÖZKAN, M, Generation Z-the global market’s new consumers-and their consumption habits: Generation Z consumption scale. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2017, 2.5: 150-157.

PERIĆ, M, ĐURKIN, J, WISE, Ni, Leveraging small-scale sport events: Challenges of organising, delivering and managing sustainable outcomes in rural communities, the case of Gorski Kotar, Croatia. *Sustainability*, 2016, 8(12), 1337.

RABUŠIĆ, L. a CHROMKOVÁ MANEA B. E, *Hodnoty a postoje v České republice 1991 – 2017*. Pramenná publikace European Values Study, 2018. Dostupné z: <https://munispace.muni.cz/library/catalog/book/1002>.

SÁ, E., CASAIS, B., & SILVA, J. (2018). Local development through rural entrepreneurship, from the Triple Helix perspective: the case of a peripheral region in northern Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

SINGH, A, a DANGMEI, J, Understanding the generation Z: the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 2016, 3.3: 1-5.

ŠIMON, M, Multi-scalar geographies of polarisation and peripheralisation: A case study of Czechia. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 2017, 37(37), 125-137.

TOTH-KASZAS, N, Is a Mid-Sized Town Enough for the Generation Z? What is Needed to Keep the Young People in Their (Home) Town? *Management*, 2018, 13(1).

TRACY, N, Losing Millennials in the City: Reflection on Contemporary Issues. In: *Democracy and Governance for Resourcing the Commons*. Springer: Cham, 2019, 165-177.

VAISHAR, A, ŠŤASTNÁ, M, a STONAWSKÁ, K, Small towns–Engines of rural development in the South-Moravian region (Czechia): An analysis of the demographic development. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 2015, 63(4), 1395-1405.

VARKEY FOUNDATION, *Generation Z: Global Citizenship Survey*, 2017. Dostupné z <https://www.varkeyfoundation.org/media/4487/global-young-people-report-single-pages-new.pdf>

VÁNĚ, P. (2012). Lidský a sociální kapitál vnitřních periferií Česka: příklad tří mikroregionů Středočeského kraje. *Geografický časopis. Geographical Journal*, 64(4), 357-381.

WIECHMANN, T., a BONTJE, M, *Responding to tough times: Policy and planning strategies in shrinking cities*.2015.

WOOD, S, *Generation Z as Consumers: trends and Innovation*. NC State University, 2013. Dostupné z <https://iei.ncsu.edu/wp-content/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf>

WOLFF, M., a WIECHMANN, T, Urban growth and decline: Europe's shrinking cities in a comparative perspective 1990–2010. *European Urban and Regional Studies*, 2018, 25(2), 122-139.

Poděkování

Tento článek vznikl za podpory Technologické agentury České republiky v rámci projektu TL03000525 – Design modelu metropolitních oblastí ČR zasažených depopulací. Autoři děkují spoluřešitelům projektu, zejména Kamile Voštové, Barboře Merunkové a Zuzaně Bednářové za přípravu podkladů.