

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СОТРУДНИКАМИ ПОКОЛЕНИЯ Z

Г. А. Дапкюнас

*ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного
университета», г. Минск;*

hlebdapkiunas@yahoo.com;

науч. рук. – Т. В. Прохорова, канд. экон. наук, доцент

Научная работа посвящена изучению особенностей управления и мотивации современных молодых сотрудников. Создание устойчивой системы взаимодействия с работниками является определяющим фактором успешности компании на рынке. Актуальность обусловлена наличием существенных различий в расстановке приоритетов и содержании потребностей у сотрудников разных поколений и необходимости выстраивания эффективных взаимоотношений в рабочем коллективе. Целью работы является формулировка и решение проблем взаимодействия с новым поколением. В статье акцент делается на анализе проблем управления и выборе методов коммуникации и мотивации сотрудников поколения Z. Приведённые методы можно использовать в управленческой деятельности белорусских предприятий.

Ключевые слова: поколение Z; управление персоналом; индивидуальный подход; поколенческие циклы; мотивация.

Преобразования, происходящие в бизнес-среде, связаны с развитием технологий, возникновением принципиально новых ниш рынка, а также изменением качественного состава человеческого капитала. После изобретения интернета скорость преобразований в научной и общественной жизни достигли небывалых масштабов. Произошедшие перемены оказали огромное влияние на все население и, прежде всего, на молодежь – поколение Z. Именно это поколение в ближайшее время займёт рабочие места и будет определять развитие бизнеса. От «зетов» зависит будущее, поэтому задача менеджеров заключается в том, чтобы найти эффективные способы взаимодействия с новым поколением.

Теоретической основой для исследования послужили литературные и интернет-источники, такие как труд «Поколения» Уильяма Штрауса и Нила Хоува, книга Дэвида Стилмана «Поколение Z на работе» и др.

Теория Уильяма Штрауса и Нила Хоува описывает повторяющиеся поколенческие циклы. Каждые четыре поколения – это цикл. Временной промежуток, в который рождаются представители одного поколения, – 20 лет, поэтому длительность одного цикла – 80 лет [1].

Рассмотрим последние четыре поколения [2]:

- беби-бумеры (1946–1964);
- поколение X (1965–1979);
- поколение Y (миллениалы) (1980–1994);
- поколение Z (1995–2012).

По данным издания Bloomberg, к 2019 году поколение Z обгонит по численности поколение Y (2.47 млрд. vs 2.43 млрд.) [3], а в Беларуси по данным Национального статистического комитета этот показатель составляет 760 тыс. поколения Z vs 1млн поколения Y [4], что говорит о том, что в стране есть демографическая проблема, которая нуждается в решении.

Несмотря на то, что ценности нового поколения находятся ещё в процессе формирования, уже можно обозначить определённые проблемы.

1) В первую очередь, стоит отметить, что это первое поколение, которое полностью родилось в эпоху интернета, когда большое количество информации молодые люди могут получать из сети. Свободный доступ в интернет открыл много возможностей для получения новых, не доступных ранее знаний. Самообразование, движение «сделай сам» и возможности YouTube сформировали поколение Z более самостоятельным и независимым, а лимит внимания в 8 секунд выдвинул на первое место избирательность во времени и быстрое обучение. Это свидетельствует о развитии короткой памяти, поэтому новое поколение в основном сосредоточено на краткосрочных целях. Из этого вытекает проблема цифрового поколения по постановке задач на долгосрочную перспективу.

2) Для поколения Z характерна феноменальная многозадачность. Представители данного поколения могут искать информацию в интернете, говорить по скайпу с другом и есть бутерброд в одно и то же время. Это обусловлено тем, что на цифровое поколение обрушились огромные объёмы информации, которые и задают подобный темп жизни. Чтобы успеть всё и сразу, молодые люди поглощают информацию быстрыми и короткими порциями. Для поколения Z гораздо легче и интереснее прочитать небольшую статью в интернете, чем книгу. Хотя данные Института образования Высшей школы экономики доказывают, что за год половина подростков осваивает больше текстов, чем люди в 30 лет, что говорит нам о том, что меньше читать поколение Z не стало. Из этого можно сделать вывод, что проблемой для нового поколения является ещё и сам материал изучения, который нуждается в преобразованиях.

3) Из-за ускоренного развития современных технологий и рынка услуг поколение Z имеет потребность в поиске новых ощущений, что делает их нетерпеливыми и менее усидчивыми. Это, в свою очередь, создаёт новые конфликтные ситуации.

4) Поколение Z родилось в эпоху, когда борьба с терроризмом, кардинальные климатические изменения и большие объёмы отрицательных новостей стали повседневностью. Цифровое поколение вынуждено приспосабливаться к окружающему их миру, а значит стать сильнее, чем их предшественники. Адаптивность, вместе с тем, присуща в той или иной

степени всем поколениям. Но из-за ускоренного развития средств связи и технологий поколению Z для выживания необходимо увеличивать скорость приспособления. Это создаёт проблемы, т.к. под угрозой находится психологическое состояние и возможность самовыражения молодого поколения.

Исходя из вышеперечисленного и опираясь на теорию поколений [5] целесообразно обратить внимание на следующие методы взаимодействия с поколением Z:

1) Поколение Z живёт в многозадачности. Оно предпочитает потреблять и перерабатывать информацию короткими порциями. Им можно и нужно ставить одновременно несколько разных задач на короткий срок. Задачи для нового поколения должны быть простыми и лаконичными. Лучше, если их будет немного (2–5), причем разноплановых, потому что монотонность – это то, что не даст развиваться молодому поколению.

2) К новому поколению необходим индивидуальный подход. Мотивировать поколение Z, ставя в пример других, не является эффективным способом воздействия. Чужие достижения и успехи не стимулируют «зетов». Индивидуальный подход – неременное условие успешного взаимодействия.

3) Общаться с «зетами» лучше всего ясно и по делу. Все, что не совпадает с ценностями и личными интересами цифрового поколения, не вызывает в них никаких желаний проявлять участие. Они безразличны ко всему, что, на их взгляд, не полезно или не важно. Будучи погруженными в бесконечный поток информации, «зеты» научились отмечать то, что не нужно для жизни.

4) В качестве руководителя поколению Z подойдет профессионал, который будет общаться с ними на равных [6]. Лидер для поколения Z – специалист, способный завоевать авторитет среди подчиненных благодаря своим знаниям и опыту. Агрессивный стиль управления может испугать представителей поколения Z, что не даст раскрыть им свои способности.

5) «Зеты» не привыкли полагаться на чужие выводы. Им необходимо время на обдумывание и принятие решения. Возможно, им нужно будет попробовать себя в нескольких сферах, чтобы определиться, какая из них больше увлекает. Задачи новому поколению лучше ставить так, чтобы они звучали как предложение, которое нужно обсудить. Поколение Z не доверяет чужому опыту, поэтому им необходимо дать возможность сделать свой выбор самостоятельно.

6) Целесообразно сделать акцент на свободу самовыражения (свободную форму, поощрение инициативности и плюрализм мнений). Цифровое поколение с детства привыкло к поощрениям и свободе, поэтому

для них необходимо создание таких условий, в которых им будет удобно, и они раскроют свой потенциал полностью.

Со временем новое поколение формирует свою идентичность. Оно приобретает такие умения и характеристики, которые для прошлых поколений были не характерны. Данные особенности поколения Z и методы взаимодействия с ним являются лишь частью одной большой системы. Перспективы данного направления видны невооружённым глазом, а её актуальность растёт с каждым днём и приобретает необратимый характер. Чем раньше мир бизнеса будет готов к приходу нового поколения, тем лучше он справится с поставленными задачами.

Библиографические ссылки

1. *Neil Howe, William Strauss*. Generations: The History of America's Future, 1584—2069. – New York, Quill, 1992. – 538 p.
2. *David Stillman, Jonah Stillman*. Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace. – New York, Harper Business, 2017. – 320p.
3. *Miller L. J. and Wei Lu*. Gen Z is Set to Outnumber Millennials Within a Year/ Economics, bloomberg.com. – 2018. – Mode of access: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-08-20/gen-z-to-outnumber-millennials-within-a-year-demographic-trends>. – Date of access: 09.05.2019.
4. Половозрастная пирамида населения // Национальный статистический комитет Республики Беларусь belstat.gov.by. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/naselenie/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/polovozrastnaya-piramida-naseleniya>. – Дата доступа: 09.05.2019.
5. Теория поколений// mihailovka8.ucoz.ru. – Режим доступа: http://mihailovka8.ucoz.ru/News/teorija_pokolenija.pdf. – Дата доступа: 09.05.2019
6. *Boitnott J.* Generation Z and the Workplace: What You Need to Know//Mode of access: <https://www.inc.com/john-boitnott/generation-z-and-the-workplace-what-you-need-to-know-.html>. – Date of access: 09.05.2019.