УДК 331.225.3

Шкловская А.Д.
Г. Иркутск

**Трудовой потенциал поколения Z**

Аннотация. В статье рассматривается теория поколений. Особое внимание уделяется поколению Z и в частности его трудовому потенциалу и перспективам развития социальной среды и инфраструктуры, а также трудовой мотивации и поведения.

Ключевые слова: трудовой потенциал, теория поколений, поколение Z

Shklovskaya A.D.

G. Irkutsk

**Labor potential of the Z generation**

Annotation. The theory of generations is considered in the article. Particular attention is paid to the generation of Z and in particular to its labor potential and prospects for the development of the social environment and infrastructure, as well as labor motivation and behavior.

Key words: labor potential, theory of generations, generation Z

Проблема «отцов и детей» существует в нашем мире давно, и вопрос взаимопонимания между поколениями регулярно поднимается в различной литературе, как художественной, так и научной. И в современном мире разрыв между поколениями становится все более заметным, так как кардинально меняются условия, при которых растут и воспитываются представители разных поколений. Это, несомненно, оказывает значительное влияние на их ценности и установки: меняется мышление, образ жизни, отношение людей к отдыху и труду.

Считается, что молодое поколение, которое выходит сейчас на рынок труда, имеет другие трудовые ценности, другие требования к работе и другие ожидания.

В последнее время теория поколений приобрела популярность, и часто мы можем слышать упоминания о поколениях X, Y и Z, которые на данный момент являются наиболее активными работниками и потребителями экономических товаров и услуг.

В 1991 году американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус опубликовали книгу о теории поколений, в которой описали свои идеи о том, что примерно каждые 20 лет в мире происходит смена поколений, на «арену» выходят люди с новыми ценностями, новым складом ума, которые обладают другими жизненными траекториями [5]. Адаптацию Теории Поколений для России в 2003-2004 году выполнила команда под руководством Евгении Шамис – координатора проекта Rugenerations.

По мнению сторонников «теории поколений», поколение – это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими ценностями. Мы этих ценностей не замечаем, они действуют незаметно, но во многом определяют наше поведение: как мы общаемся, как решаем конфликты и строим команды, как развиваемся, что и как покупаем, что нас мотивирует, как ставим цели и управляем людьми. Ценности формируются в детстве (до 10-12 лет). Но в течение жизни они могут меняться, однако для этого должны произойти очень крупные, значимые события в обществе, в личной жизни человека [1].

Теория описывает повторяющиеся поколенческие циклы. Каждые четыре поколения составляют цикл. Временной промежуток, в который рождаются представители одного поколения, - около 20 лет, длительность одного цикла – 80–90 лет. По завершении цикла начинается повторение: пятая генерация обладает ценностями, схожими с первой. Дети, рожденные на стыке генераций, испытывают влияние двух групп ценностей и образуют так называемое переходное или эхо-поколение.

Сейчас в России живут и работают представители разных поколений, но интересно рассмотреть как ведут себя на рынке труда X, Y и Z, поскольку поколение Беби-Бумеров практически уже пенсионеры, а поколение Альфа еще только подрастает.

Поколение X – это поколение людей, родившихся после 1965 года. Верхняя граница поколения варьируется у разных авторов, некоторые ученые устанавливают ее на уровне 1976 года, другие говорят о 1980 или 1984 годе.

Американские ученые говорят о людях этой эпохи как о «потерянном поколении». В то время в Америке началась «эпоха разводов», и на многих людей это семейное событие оказало большое влияние. В России годы взросления представителей поколения X выпали на годы перестройки, и эта эпоха оказала важное воздействие на формирование личностей [4]. Для поколения Х характерен высокий уровень скептицизма, социального и политического безразличия, безынициативности, но в то же время, они являются очень образованным и грамотным поколением. В сравнении с предыдущим поколением, которое привыкло действовать сообща, представители иксов нацелены на упорную работу и индивидуальный успех. Они привыкли строить свою карьеру на протяжении всей жизни, постепенно двигаясь в выбранном направлении.

Поколение Y, которое также называют сетевым поколением или поколением миллениалов, родились примерно с 1985 по 1995 год. Характерной особенностью этого поколения можно назвать широкое распространение Интернета, поп-культуры, мобильной связи в период их взросления, что оказало большое влияние на их ценности и установки. Игреки привыкли постоянно находиться на связи, для них важна коммуникация, сотрудничество, кооперация. Они не готовы провести всю жизнь на одном месте, стремятся к разнообразию работы, поэтому готовы к обучению и переобучению в течение жизни. Игреки характеризуются большей гибкостью, они быстро подстраиваются под изменяющиеся условия, но, в то же время, меняют условия сами, они готовы диктовать свои правила, если видят, что это принесет большую пользу и повысит эффективность [7]. Долг и мораль в их системе ценностей занимает гораздо больше места, чем у их предшественников. Они лучше других разбираются в моде. Это поколение брендов. Мода – это вообще их кредо, а цель жизни – получение удовольствия в максимальных размерах.

Поколение Z – это люди, родившиеся в период с 1995 по 2010. Они живут во времена экономического кризиса. Силы властей становятся все крепче, государство получает большую мощь и влияние. Крупные сети поглощают мелкие фирмы, все могущественное крепчает, а слабое гибнет. Представители поколения Z выросли в окружении современных технологий, они менее коммуникабельны, чем предыдущее поколение, более ориентированы на себя, собственный мир. Из-за этого некоторые ученые называют данное поколение “Generation MeMeMe”, подчеркивая их ориентированность на собственные мысли и чувства, а не на других людей. Неограниченный доступ к информации придает им уверенности в своих взглядах, которые далеко не всегда правильны. Поколение «юзеров» – они используют все средства для общения в Сети – сутками сидят в социальных сетях, играют в онлайновые игры, постоянно рассказывают о своей жизни в блогах и общаются по ICQ или в Skypе, Вконтакте и др. [3]. Общению в виртуальном пространстве часто отдается приоритет при выборе между личной встречей и обсуждению вопросов посредством электронной почты или службы мгновенных сообщений. Из-за развития электронных технологий зеты привыкли к визуальному восприятию информации. Это дает возможность предполагать, что с течением времени на рынке появятся новые способы обучения и новые технологии работы, которые привнесут представители поколения Z. Сейчас представители этого поколения еще не вышли на рынок труда, однако уже сейчас стоит знать их особенности, чтобы в дальнейшем понимать, как с ними работать.

Особенность 1. Привыкли к легкодоступности информации. Технологии поколения Z – цифровые и мобильные изобретения. Они практически не смотрят телевизор, не читают газеты, так как предпочитают брать всю информацию из интернета, где можно найти все. Сейчас им не нужно запоминать телефонные номера и дни рождения близких, ведь все это хранится у них в смартфонах, которые всегда под рукой.

Казалось бы, все преимущества доступности информации, о которых только мечтать могли предыдущие поколения, лишили представителей генерации Z необходимости помнить и знать многие вещи. Поэтому они вряд ли вспомнят даты значительных для нашей страны событий, авторов великих произведений и математические формулы. Если верить недавним исследованиям, то можно отметить, что у поколения Z продолжительность внимания сократилась до 8 секунд и этими «восьмисекундными фильтрами» они пользуются в мобильных приложениях и интернете, без лишних проблем анализируя значительное количество информации и молниеносно находя необходимые ответы.

Дети интернет-поколения одновременно могут слушать музыку, общаться в чате, бродить по сети, редактировать фотографии, делая при этом уроки. Но, разумеется, платой за многозадачность становятся рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст [6].

Особенность 2. Не любят жесткие графики и расписание. Представители поколения Z не понимают, зачем работать в офисе строго по расписанию и целый рабочий день, а не тогда, когда есть силы и вдохновение. Для генерации Z работа – это комплекс целей и задач, которые нужно выполнить в определенные сроки. А поколение Z не приучено выполнять что-то заранее, до установленного времени [6].

Для зетов важен легкий путь к победе, и в большинстве своем работать по 12 часов в сутки они не будут. Но в то же время, если им действительно что-то нравится, они готовы вкладывать в дело немало сил. Зеты будут достигают чего-то только в том случае, если им самим этого хочется, а не потому, что так надо. Они знают, что в современном мире с его возможностями на жизнь они все равно заработают.

Особенность 3. Легкомысленность в отношениях. У поколения Z есть неоспоримое преимущество – широкий круг общения, соответственно, и общая эрудированность. Практически каждый представитель поколения Z имеет среди своих друзей и врача, и педагога, и страховщика, и работника банка. Благодаря активному использованию социальных сетей эта генерация всегда в курсе последних событий – в сфере моды, киноиндустрии, современных технологий и разработок, политической ситуации. Поколение Z – фактически источник информации. Самое главное – знать, как им воспользоваться.

Однако, такая простота в общении одновременно усложняет ситуацию. Из-за этой легкомысленности в отношениях поколение Z с трудом налаживает прочные связи на рабочем месте. Они воспринимают отношения, как приятельские, так и рабочие, очень беспечно. Если вдруг они перестали себя чувствовать комфортно на работе, то без лишних переживаний напишут заявление на увольнение. Тем более, что представители Z-ов не признают иерархию и не станут подчиняться просто потому, что этот человек руководитель. Но они готовы работать в команде, если не придется изменять своим принципам [6].

Особенность 4. Нет интереса к карьеризму. Поколение Миллениум планировало свою жизнь на долгие годы вперед. Приобретение или строительство жилья, обустройство участка, покупка автомобиля, карьерный рост. Психологические особенности поколения Z таковы, что они не хотят даже думать о планировании. Жить только сегодня и сейчас – вот их принцип. Понятия одной профессии для зетов существовать не будет, скорее для них актуально понятие профессиональных ролей, которые они будут постоянно менять. Как только представитель данной генерации потеряет интерес к работе, он без сожаления покинет даже самый успешный и выгодный проект [6].

Стоит учитывать, что поколение Z ходит на работу не ради престижного поста или большой зарплаты, а для выполнения увлекательного задания. Если вы сможете заинтересовать его, то получите энтузиаста, способного трудиться по ненормированному графику и за невысокую оплату.

Как правильно работать с поколением Z?

**Обеспечьте их родительской заботой.** Поколение Z, годы становления которых приучили их к самостоятельности, начинают зарабатывать деньги с 16 лет, а в 20 они уже считают себя взрослыми и независимыми. Но это не так. Согласно исследованиям аналитиков компании «Спаркс энд Хоней», 60% представителей этой генерации к своему 20-летию успевают сменить три работы, но при этом 95% до сих пор не съехали от родителей [6].

Z-ы не готовы решать проблемы, возникающие у любого взрослого человека. Всю свою жизнь они действовали по плану своих родителей. Мама и папа решали за Z-а, в какой кружок он будет ходить, каким видом спорта будет заниматься, какие дополнительные занятия он будет брать, по каким предметам ходить к репетитору и какие экзамены по выбору он будет сдавать. Повзрослевшие представители этого поколения по-прежнему хотят, чтобы их жизнь была распланирована другими людьми. Поэтому, для того чтобы они успешно выполняли задания, все надо расписывать подробно, деля на пункты. Как это было в детстве.

**Предложите им стать суперменами**. Поколение Z и другие поколения имеют разные мотиваторы для исполнения задач. Для Z-ов большое значение имеет интерес. Главные составляющие их комфорта – это отсутствие скучных рамок и наличие любопытной задачи. Преимущество поколения Z в том, что они могут одновременно решать несколько задач, не теряя качество, и за короткий период времени. Но они неспособны выполнять задачу, если не понимают ее суть. Им нужно знать: что именно надо выполнить, почему и как это связано с целями фирмы.

Поколение Z возьмет несколько консультаций у своих товарищей и специалистов в социальных сетях, что позволит сэкономить время. Y может быть намного образованнее и эрудированнее Z-а, но потратит на выполнение этой же задачи больше времени. Z-у сложно запомнить информацию, зато он знает, где ее можно найти. Он быстро справится с этим заданием. Скорость – это отражение поколения Z.

**Четко диктуйте правила своей игры.** Для поколения Z нет иерархии даже в рабочих отношениях. Они относятся к своим коллегам и руководству по-приятельски. Z не будет стесняться и в случае возникновения вопроса проконсультируется не у коллеги, а через сообщение начальнику. Надо учитывать при сотрудничестве с представителями поколения Z, что они будут уважать Y как человека, а не как руководителя. Z не любит жить по расписанию, подстраиваться под график, трудиться в рамках нормированного рабочего времени, потому что он считает, что надо работать по вдохновению и удобству, а не по приказу. Z представляет себе работу как сочетание задач, которые надо выполнить добросовестно и в срок. Время – это единственный допустимый ограничитель. Несоблюдение срока повлечет за собой наказание, как это было в детстве.

**Предлагайте задачи, рассчитанные на быстрый результат**. Поколение Z – реалисты. Они видели, как разбивались планы более старших Y-ов, поэтому не хотят браться за нерешаемые задачи, чтобы не переживать в дальнейшем. Z-ы настроены на победу и совсем не любят испытывать поражение [6].

Z, в отличие от Y-а, не нацелен на карьеру. Это для него слишком долго и скучно. Он работает ради интереса, а не для карьерного роста и получения денег. Оплата труда – это приятный бонус, благодаря которому можно покупать путевки, курсы и оплачивать развлечения. Z не создатель, а исполнитель, которому интересно решать поставленные задачи, как головоломку.

**Обещайте награды**. Для Z-ов неважно значение награды, но отсутствие поощрения в конце обесценит само задание. Награда может быть не слишком большой и условной, но ее наличие обязательно.

Компания «Яндекс» предлагает своим сотрудникам шуточные повышения. Через год работы в фирме человеку присваивается статус «страж кофе-пойнта». Чем больше срок службы, тем выше шуточная должность. Такие «звания» не несут за собой появление каких-либо преимуществ, но, согласно исследованиям Милениан Брендинг, стало известно, что поколение Z предпочтет незначительный карьерный рост через определенный срок, чем высокую должность неизвестно когда [2].

Людям поколения Z надо знать свое ближайшее будущее. Они привыкли жить в комфорте и покое. Z-ы должны знать не только время, необходимое для решения задачи, но и дату, когда будет достигнута первая победа. Люди поколения Z нацелены на достижение быстрого результата. Они ждут успеха после первых приложенных усилий. Следующий этап может быть сложнее, но также выполним и ограничен временными рамками.

В заключении следует отметить, что поколение Z и поколение Альфа — действительно огромная демографическая сила, и в будущем человечество будет серьёзно от них зависеть. С точки зрения трудовых ресурсов дело обстоит так: большинство представителей поколения бэби-бумеров уже достигли пенсионного возраста, но всё ещё продолжают работать. Однако они постепенно теряют своё социальное и профессиональное господство, уступая место представителям более молодых поколений. Конфликт между представителями разных поколений может возникнуть из-за соперничества за ресурсы. К 2020 году численность сотрудников, чей возраст превысит 55 лет, значительно возрастёт. Им придётся делить рабочее пространство с молодыми коллегами, чьи ценности и подход к трудовым отношениям во многом отличаются от тех, к которым привыкло старшее поколение. Поэтому не исключено возникновение [конфликтов](https://lifehacker.ru/2015/12/24/prostranstvo-i-vremya-na-rabote/) из-за непонимания ценностей друг друга и абсолютно противоположного подхода к работе. Как ни странно, но зетам будет проще находить общий язык с иксами, а не с игреками. Иксы и зеты настолько отличаются друг от друга, что им просто нет смысла конфликтовать, доказывать что-то друг другу. К тому же иксы часто бабушки и дедушки для игреков, а к пожилым людям априори относятся с большей терпимостью.

Поколение Z более предприимчиво и самостоятельно, менее сосредоточено на деньгах и склоняется к тому, чтобы работать удалённо. Как и каждому поколению, ему присущи положительные и отрицательные черты, и только время покажет как поколение Z изменит рабочий процесс в будущем. Отметим, что теория поколений зачастую не обладает достаточной научной точностью, и исследования в этой области - процесс запутанный. Это касается и последних научных статей. Многие недавние исследования, тема которых - теория поколений, полны стереотипов и предубеждений. Представители поколения Z не заслуживают несправедливого отношения, они думающие исполнители, податливы и легко трансформируются в серьезных работников. Ну а скептикам остается жить надеждой на приход следующего поколения – Альфа, невероятно талантливых вундеркиндов, из которых можно будет вырастить перспективных руководителей, которые и станут движущей силой прогресса в нашем столетии.

**Список литературы**

1. Коатс Дж. Поколения и стили обучения. М.: МАПДО; Новочеркасск: НОК, 2011.
2. Поколение Z: Как ставить задачи сегодняшним двадцатилетним [Электронный ресурс].URL:<http://facto.ru/blogi/2015/09/pokolenie_z_kak_stavit_zadachi_segodnyashnim_dvadtsatiletnim/>
3. Теория поколений [Электронный ресурс].URL: <http://esquiredigest.blogspot.ru/2011/05/blog-post_19.html>
4. Трудовые ценности в поколенческом анализе: сравнение поколений X, Y и Z [Электронный ресурс].-URL: <http://thewallmagazine.ru/generation-analysis-x-y-z/>
5. Фуколова Ю. (2014) Игрек неизвестный // Коммерсантъ Секрет Фирмы. 2014. №6. 2 июня. С. 38.
6. 7 способов подстроить поколение Z на благо компании [Электронный ресурс].-URL: <https://www.gd.ru/articles/9356-pokolenie-z>
7. Campbell W. Keith, Twenge Jean M. The Narcissism Epidemic: Livingin the Age of Entitlement // New-York: Simon & Schuster 2009.