

Ласкова Татьяна Сергеевна
кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, Ростов-на-Дону
laskova_2011@inbox.ru

Губская Мария Александровна
студент бакалавр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, Ростов-на-Дону
gubskaya.mary@yandex.ru

Поколение Z: особенности мотивации

Мотивация персонала остается одной из самых изучаемых и обсуждаемых тем среди теоретиков и практиков менеджмента. Правильно сформированная мотивационная система повышает лояльность сотрудников, увеличивает производительность их труда и существенно экономит ресурсы предприятия. Для создания оптимальной мотивации труда в организации необходимо изучать потребности сотрудников, учитывая, в том числе, их принадлежность к определенному поколению.

Ключевые слова: экономика, мотивация, поколение Z, технологический уклад, материальная мотивация, нематериальная мотивация, персона, менеджер.

Tatyana S. Laskova
PhD in Economics
Assistant Professor
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
laskova_2011@inbox.ru

Maria A. Gubskaya
Student
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
gubskaya.mary@yandex.ru

Generation Z: Specifics of Motivation

Staff-Motivation remains one of the most studied and discussed topics among theorists and practitioners of management. Well-formed motivational system increases employees' loyalty, increases their productivity and saves resources of the company. In order to create optimal motivation in the organization, it is necessary to study the needs of employees, taking into account, their generation.

Keywords: economy, motivation, generation Z, technological way of life, material motivation, non-material motivation, person, manager.

Сложившаяся мировая политико-экономическая ситуация в сфере нанотехнологической и информационной конкуренции между странами определяет необходимость перехода России к новому технологическому укладу, для чего необходимы определенные ресурсы и законодательные решения, направленные на планирование и государственное софинансирование крупных технологических и инновационных проектов в сфере «прорывных «технологий».

После кризиса и падения российской экономики, обвала нефтяных котировок, санкционной политики в отношении страны, появились драйверы роста у таких отраслей как сельское хозяйство, пищевая и легкая промышленность, химическая промышленность и внутренний туризм[2]. Для обеспечения роста и развития новых отраслей нужны профессионалы, обладающие соответствующими современному развитию науки и техники компетенциями.

Президент Российской Федерации в послании Федеральному собранию весной текущего года указал на то, что в ближайшие годы в экономике нашей страны должны произойти существенные изменения, а именно, переход на новый уровень технологического уклада, увеличение производительности труда в несколько раз, развитие малого

предпринимательства, увеличение экспорта несырьевой продукции[3]. При этом конечно, ни одна цель не сможет быть достигнута без квалифицированного и замотивированного на ответственный и плодотворный труд персонала.

Трудовой потенциал нашей страны велик, Россия богата талантами и профессионалами. В настоящий момент рынок труда наполнен трудовыми ресурсами, относящимися к так называемым поколениям X и Y, которые занимают и руководящие позиции на разных уровнях управленческой иерархии, и должности в сфере инженерно-технических, научно-исследовательских исполнительных и других специальностей. Но постепенно на рынке труда будет формироваться персонал из нового поколения Z, которое не похоже ни на «бумеров», ни на «13-е поколение», ни на «миллениумов». Главным вопросом становится мотивация таких сотрудников. Что движет этим поколением? Что может их мотивировать на плодотворную работу с полной отдачей? Как управлять современными кадрами?

Становление поколения Z, людей, родившихся на стыке 90-х и 2000-ых (начиная с 1995 года – страны Запада, с 2000 года - Россия), приходится на кризисный период не только для России, но и для мира в целом. Выделим несколько особенностей, которые характеризуют специфику «Z»:

- ориентация на быстрый результат;
- стремление добиться определенности будущего;
- четкая постановка задач;
- отсутствие привязанности к определенной организации (т.е., когда работа перестает нравиться, с ней быстро расстаются);
- легкость при работе с любой информацией;
- способность делать несколько дел одновременно;
- быстрое включение в работу;

- ставка на самого себя, свой потенциал и свою уникальность.

Феномен людей поколения Z в настоящее время раскрывает себя в полной мере и набирает обороты в исследованиях ученых-экономистов и кадровых служб предприятий. Те, кого мы зовем "цифровики" или "с кнопкой на пальце" — дети высоких технологий, погрузившиеся в виртуальное пространство, они чувствуют себя там, «как в своей тарелке», под защитой. С такими людьми придется находить общий язык руководителям и менеджерам. При этом, главное, что может дать новое поколение, – это инновации, поэтому следует на это обратить особое внимание, поскольку «цифровое поколение» — думающие исполнители, в любое дело они могут внести что-то особенное, и из них можно «вылепить» добросовестного сотрудника при условии соблюдения работодателями нескольких правил организации труда и рабочего пространства.

1. Использование в работе с «зетами» теории "8-ми секундного фильтра"[1]. Задачей менеджера является: говорить меньше, писать больше и по пунктам (развернуто). Исследование компании Microsoft показало, что именно столько времени современные подростки уделяют новой информации. По мнению учёных, на это повлиял интернет, «цифровики» привыкли находить всю информацию в сети, а письменное отображение задач помогает не упустить всех пунктов.

2. Составление инструкций для «зетов» в графиках или картинках, поскольку графическое и геометрическое отображение задач действует эффективнее и больше заинтересует сотрудников Z.

3. Ознакомление «зетов» с планами развития компании в первые же дни работы, поскольку в их интересах достижение определенных карьерных высот.

4. Получение обратной связи в реальном времени, что поможет повысить вовлеченность сотрудников Z в рабочий процесс, позволит напрямую с руководством обсуждать свои идеи и предложения.

5. Использование в работе компаний всевозможных гаджетов и техники, поскольку «зеты» живут в них. Одна компания в Великобритании «Child Wise» провела исследование, насколько часто поколение Z использует компьютеры, планшеты, смартфоны и прочие девайсы. Результат можно выразить одной популярной фразой «24 часа 7 дней в неделю 365 дней в году». Поэтому для таких сотрудников компании должны менять инструменты, корректировать методы работы, использовать коммуниторы для постановки задач, не заставляя их вести бумажные отчеты и графики.

6. Установление чётких дедлайнов. «Зеты» со школы привыкли к срокам, но и привыкли их нарушать. Поэтому строгий (возможно и со штрафными санкциями), но справедливый контроль расставит все по своим местам.

7. Создание благоприятной атмосферы для адаптации персонала поколения «Z», они творцы и им важна свобода и доверие, но дисциплина, прежде всего.

Цифровое поколение привыкло проверять все на прочность, даже авторитет начальника, поэтому именно он может послужить для них образцом для подражания. По статистике, можно сказать, что поколение цифровиков очень мобильно и привыкло менять место работы очень часто, по причине того, что они ищут комфорт. Грамотно выстроенная мотивация и правильный подход к ним не позволит «зетам» уйти. Новое поколение определено зависимо от достатка, как и большинство предшествующих им, но стоит отметить, что их интересуют не только деньги, а еще и перспективы собственного развития и продвижения. И если руководитель может обрисовать поэтапный план карьерного развития, то сотрудник такого типа

будет стремиться достичь самой высокой ступени, работая при этом с максимальной отдачей.

Можно выделить несколько направлений нематериальной мотивации, которые определённо заинтересуют «зетов»:

– Свобода. Гибкий график, удаленная работа, отсутствие строгого офисного стиля, возможность неформального обращения за советом к руководителю – все это очень ценно для «зетов». Hh (head hunter) уверяет, что новому поколению жизненно необходима свобода передвижения и для них больше всего подходят вакансии с обработкой документов. И тут мы видим противоречие: рутинная работа и вольный стиль, заключенный режим с бумагами и возможность творчества, обязанность следовать правилам и новаторство. Все просто! Сотрудник получает определенный объем работы, который он должен выполнить и при выполнении работы имеет право взять выходной. Такая система «сделай дело – гуляй смело» заинтересует цифровиков. Доступность менеджеров высшего звена для диалога, как отмечалось ранее, всегда будет плюсом и позволит постоянно отслеживать развитие дела и обсуждать незначительные или наоборот большие изменения.

– «Мини плюшки». Поколение Z привыкло к трофеям и грамотам с самых младших лет – детских садов и дошкольных организаций – приз говорит о значимости сотрудника, он может быть не столь ценен, но играть будет важную роль. Сотрудник почувствует свою значимость и поймет, что руководитель знает о его существовании.

– Использование корпоративной социальной сети. Новое поколение, как и отмечалось ранее, привыкло к публичности через интернет. Любой ресурс, напоминающий Facebook, Instagram, Twitter и другие привлекут цифровиков. Они смогут публиковать свои достижения, вести свой онлайн-дневник, видео- и фото контент, тем самым наращивая свою популярность в

организации, за особую результативность работнику бы присваивались определённые макеты на фотографии или цвет обложки профиля, огромная вариация предложений бы поступала от самих цифровиков. Положительный опыт внедрения такой технологии мы можем наблюдать в компании «Inventive Retail Group» – корпоративный портал для сотрудников косвенно заставляет новое поколение стремиться к достижению высоких целей.

- Привлекательное название должности. Современные подходы к наименованию должностей вызывают некоторый восторг у нового поколения. Совсем недавно «Сбербанк России» перешёл на новую организационную структуру своих подразделений, и бывший методолог при руководителе стал лидером чаттера. Звучит ярче и заинтересует цифровиков.

- Индивидуальный план развития.

- Высокий уровень корпоративной культуры. Выезды на природу, интересные совместные мероприятия привлекут к сотрудничеству новое поколение. Для них важен коллектив и особенно то, как они относятся к ним, так как они хотя быть лидерами, даже неформальными лидерами.

Если обратиться к материальной мотивации сотрудников, то, конечно, стоит отметить, что далеко не каждая компания имеет возможность позволить себе постоянные повышения зарплат или выплачивать огромные премиальные. Рассмотрим другие виды материальной мотивации, которые возможно привлекут «зетов»:

- учёба, повышение квалификации, стажировки за границей, тренинги по повышению личной эффективности, освоение чего-то нового, тренинги личного развития. Молодежь хочет учиться и развиваться.

- поощрения на день рождения или юбилеи, подарки к значимым событиям в жизни сотрудника (рождение ребенка, свадьба и так далее). Такой подход создает впечатление для «зетов», что компания живет вместе с ними, переживает за них и радуется важным моментам.

– полное или частичное возмещение затрат на повседневные нужды: аренда жилья, затраты на мобильную связь, оплата проезда до работы, оплата парковки – всё это заинтересует молодых сотрудников;

– бесплатные обеды в офис. Если «зеты» увлечены работой, они забывают про все, и такая забота со стороны компании вдвойне удивит цифровиков, ведь это забота об их здоровье и одновременно предоставление комфортных условий труда;

– пользование корпоративными услугами: корпоративная программа в фитнес клуб, корпоративный детский сад, корпоративный массаж, корпоративный лагерь для детей, корпоративная пенсионная программа, корпоративные билеты на мероприятия;

– полис ДМС. Возможность его получения можно ограничить, например, за выслугу лет.

Подводя итоги, можно сказать, что предпринимателям необходимо привыкнуть и понять поколение Z. Цифровики готовы заполнить рынок труда и предложить свою рабочую силу, но откликнутся они на приложения лишь тех, кто отнесется к ним с уважением и позволить стать им «суперменами», то есть людьми способными на все: на проявление инициативных изменений, на творческий подход к работе, на покорение любых рабочих вершин. Они не требуют индивидуального подхода, а наоборот хотят ощутить определенную свободу действий. И, с другой стороны, цифровиков необходимо ограничивать рамками, устанавливать дедлайн, чтобы не сильно расслаблять их деятельность и иметь над ними контроль.

Список источников и литературы

1. Дэвид Стиллман, Иона Стилман Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык. // DAS Creative LLC, 2017 Published by

arrangement with HarperBusiness, an imprint of HarperCollins Publishers ISBN 978-5-00117-167-6 2018 – С. 21-24

2. Министерство экономического развития Российской Федерации / Интервью министра экономического развития РФ Максима Орешкина телеканалу Россия 24 на полях Российского инвестиционного форума, URL: <http://economy.gov.ru/minec/press/interview/201815026> (дата обращения 20.04.2018)

3. Консультант плюс / Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 01.03.2018 "Послание Президента Федеральному Собранию" URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/ (дата обращения 20.04.2018).

References

1. Dehvid Stillman, Iona Stilman Pokolenie Z na rabote. Как ego ponyat' i najti s nim obshchij yazyk. DAS Creative LLC, 2017 Published by arrangement with HarperBusiness, an imprint of HarperCollins Publishers ISBN 978-5-00117-167-6 2018. Pp. 21-24

2. Ministerstvo ehkonomicheskogo razvitiya Rossijskoj Federacii. Interv'yu ministra ehkonomicheskogo razvitiya RF Maksima Oreshkina telekanalu Rossiya 24 na polyah Rossijskogo investicionnogo foruma. Available at: <http://economy.gov.ru/minec/press/interview/201815026> (accessed on 20.04.2018)

3. Konsul'tant plyus. Poslanie Prezidenta RF Federal'nomu Sobraniyu ot 01.03.2018 "Poslanie Prezidenta Federal'nomu Sobraniyu". Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/ (accessed on 20.04.2018).

Выходные данные статьи:

ГУБСКАЯ, Мария Александровна; ЛАСКОВА, Татьяна Сергеевна.
Поколение Z: особенности мотивации. Журнал "У". Экономика. Управление.
Финансы., [S.l.], n. 2, июнь 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/153>>. Дата доступа