

© **Грошева Е. К., Чуприна А. Д., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В связи с неизбежным изменением процентного соотношения разных поколений в составе рабочей силы в 2025–2035 годах (увеличение процента поколения Z в составе структуры работоспособного населения), работодателям необходимо понимать основные характеристики следующего поколения при проектировании новых рабочих мест и структур, а также при планировании изменений в уже существующих системах. Так как разница между поколениями Y и Z достаточно велика, то при отсутствии таких изменений компания не сможет привлечь и удержать в своем штате молодых специалистов из нового поколения, что неизбежно приведет к снижению конкурентоспособности этой компании.

Ключевые слова: поколение Z, поколение Y, теория поколений

В ближайшее время произойдут значительные перемены на рынке труда и на рынке рабочей силы. Речь идет о том, что в структуре работоспособного населения к 2035 году 30 % работников будут относиться к поколению Z и 17 % работников к поколению «альфа», тогда как доля предшествующих поколений и «миллениалов» упадет до 40 % [1].

В связи с этим работодателям необходимо уже сейчас понимать возможные запросы своих

будущих сотрудников, и, при необходимости, изменять свои системы мотивации. В то же время, такое изменение не должно быть слишком резким, так как у работодателя по-прежнему останется необходимость управлять работниками «прошлых поколений».

Рассмотрим сравнительную таблицу приоритетов поколения Z и поколения миллениалов (табл. 1):

Таблица 1. Сравнительная характеристика поколений

Миллениалы	Поколение Z
Предпочитают кооперироваться в работе (будет характерна коллаборативная рабочая среда)	Предпочитают иметь собственное рабочее место, которое не делят ни с кем
В целом оптимистичны, благодаря родителям-беби-бумерам, выросшим во времена возможностей и процветания	В целом реалистичны из-за взросления, пришедшегося на время рецессий; родители более скептически
Цифровые «пионеры», которые застали появление социальных сетей, интернета	Родились в цифровую эпоху, постоянно используют интернет для общения

Привыкли ярко, открыто выражать свое мнение, эмоции	Более скрытны и осторожны
Меняют работу, если она монотонна; важно продвижение по карьерной лестнице	В целом заинтересованы в смене работ; приоритет — попробовать себя во множестве сфер, получить разнообразные навыки и знания
В работе важен прогресс	В работе важны инновации
Важен баланс между работой и жизнью	Хотят сами определять, сколько будут работать (гибкий рабочий график)

Как можно увидеть, поколение Z в целом достаточно значительно отличается от поколения миллениалов своим подходом к работе: им важно узнать и научиться чему-то новому, чем продвинуться вперед по карьерной лестнице. Кроме того, поколение Z более индивидуалистично. Кроме того, поколение Z в меньшей степени считает свою

работу «ключевой частью» своей личности, а также в целом меньше стремятся конкурировать и соревноваться со своими коллегами на рабочем месте, чем поколение Y [2].

Эти же данные подтверждают исследование LIMBRA Project о поколении Z [3], рис. 1:

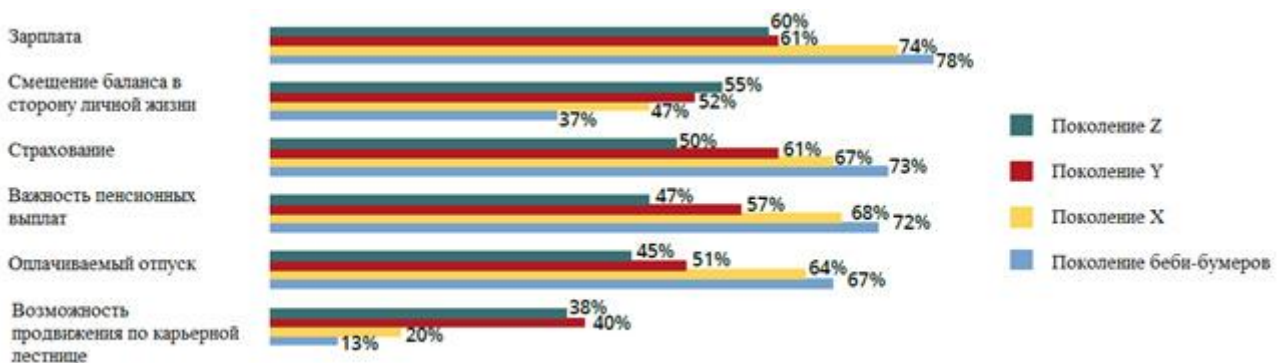


Рис. 1. Приоритеты поколений [3]

Для поколения Z особенно важна, как уже было ранее отмечено, гибкость в работе; в то же время, общая значимость работы именно как источника заработка снижается — снижается важность уровня зарплаты самого по себе, снижается важность продвижения по карьерной лестнице (достаточно сильный контраст с поколением X, например. Контраст с поколением Y не так значителен, но в будущем контраст станет заметнее).

Кроме того, чтобы завершить характеристику поколения Z, полезно рассмотреть предпочтения

этого поколения в разрезе предпочитаемого типа занятости. Согласно исследованию [3], 70 % работающего поколения Z предпочтут иметь одну основную работу (31 % процент из этих 70 % также указали, что они готовы подрабатывать для своей компании или для других компаний, не меняя основного места работы). Эта цифра, по сравнению с ответами двух прошлых поколений, снизилась (рис. 2). Кроме того, 19 % работающего поколения Z хотят (или уже открыли) свой собственный бизнес, что также показывает приоритеты этого поколения.

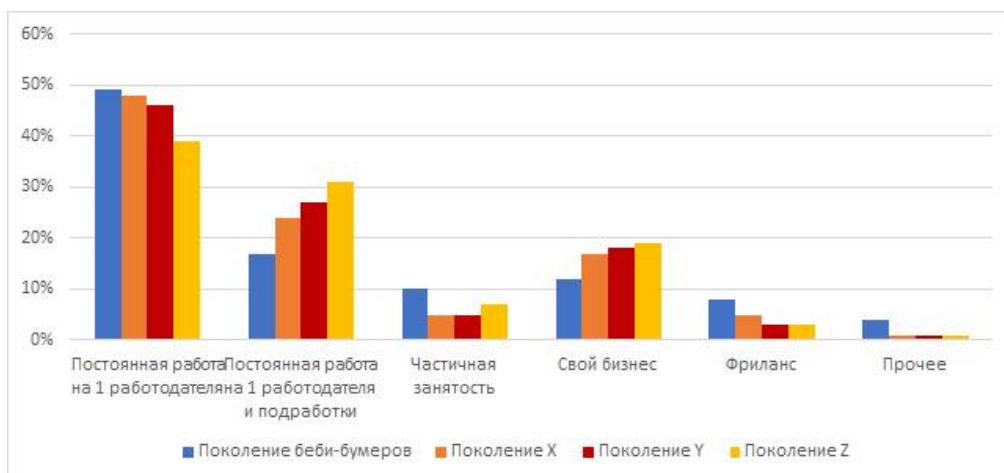


Рис. 2. Предпочитаемая форма трудоустройства разных поколений [3]

Таким образом для того, чтобы успешно интегрировать поколение Z в рабочий процесс организации, руководителям необходимо учитывать следующее [4]:

Представители поколения Z стремятся к индивидуальности как в работе, так и в своей жизни; кроме того, это поколение достаточно скептически и реалистично мыслит (как из-за того, что период их взросления совпал с рядом рецессий и кризисов, так и из-за установок, заложенных им поколением их родителей);

Поколение Z более склонно к предпринимательству. Из этого следует что, во-первых, это поколение более свободолюбиво и меньше держится за свое рабочее место (что приводит к тому, что представители поколения могут и будут достаточно часто менять свое рабочее место), и во-вторых, это поколение более готово идти на риск и нести ответственность (в перспективе);

Для поколения важно использовать и интегрировать новейшие разработки и устройства в процесс работы (например, дополненная и виртуальная реальность для некоторых профессий), что приведет к необходимости обновления как средств коммуникаций внутри компаний (корпоративный мессенджер), так и материально-технической базы (например, компьютеры);

Поколение Z хочет «изменить мир к лучшему» и служить обществу, более быстро приспосабливаются к изменениям, а также хотят быть более успешными, чем прошлые поколения [5]. ■

1. Поколение Z уже задает новые модели потребления [Электронный ресурс] // Retail Loyalty: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://retail-loyalty.org/news/pokolenie-z-uzhe-zadaet-novye-modeli-potrebleniya/> (дата обращения: 20.09.2021)

2. Misunderstood generations: what Millennials and Gen Z actually think about work [Электронный ресурс] // Zapier: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://zapier.com/blog/digital-natives-report/> (дата обращения: 15.09.2021)

3. Approach With Caution: Lessons From Gen Z [Электронный ресурс] // Market Facts: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: http://digitaleditions.sheridan.com/publication/?i=583135&article_id=3363461&view=articleBrowser&ver=html5 (дата обращения: 20.09.2021)

4. A New Generation of Workers: Preparing for Generation Z in the Workforce [Электронный ресурс] // SchollarCommons: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL:

https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1338&context=senior_theses (дата обращения: 10.09.2021)

5. Gen Z is on the Horizon [Электронный ресурс] // Karen MCCullough: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://karenmccullough.com/10-things-you-need-to-know-about-gen-z/> (дата обращения: 14.09.2021)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

A New Generation of Workers: Preparing for Generation Z in the Workforce [Электронный ресурс] // SchollarCommons: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1338&context=senior_theses (дата обращения: 10.09.2021)

Approach With Caution: Lessons From Gen Z [Электронный ресурс] // Market Facts: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: http://digitaleditions.sheridan.com/publication/?i=583135&article_id=3363461&view=articleBrowser&ver=html5 (дата обращения: 20.09.2021)

Gen Z is on the Horizon [Электронный ресурс] // Karen MCCullough: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://karenmccullough.com/10-things-you-need-to-know-about-gen-z/> (дата обращения: 14.09.2021)

Misunderstood generations: what Millennials and Gen Z actually think about work [Электронный ресурс] // Zapier: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://zapier.com/blog/digital-natives-report/> (дата обращения: 15.09.2021)

Поколение Z уже задает новые модели потребления [Электронный ресурс] // Retail Loyalty: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://retail-loyalty.org/news/pokolenie-z-uzhe-zadaet-novye-modeli-potrebleniya/> (дата обращения: 20.09.2021)

Gen Z distinctive features and features

© Grosheva E., Chuprina A., 2021

Due to the inevitable change in the percentage of different generations in the workforce in 2025–2035 (and the increase in the percentage of Generation Z in the structure of the working population), employers need to understand the main characteristics of the next generation when designing new jobs and structures, as well as planning changes in existing systems. Since the difference between generations Y and Z is large enough, in the absence of such changes, the company will not be able to attract and retain young specialists from the new generation in its staff, which will inevitably lead to a decrease in the competitiveness of this company.

Keywords: generation Z, generation Y, generational theory