

© Шершитский А. А., 2015

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье кратко описываются особенности современного поколения Миллениумов. На основании данного описания формируется специализированная методика мотивации представителей данного поколения конкретно в банковской сфере. Данная методика принимает во внимание особенности миллениумов и подстроена под них с целью наибольшей эффективности.

*Ключевые слова:* рынок труда, поколение Y (поколение Миллениумов / Next), социальная ответственность, дресс-код, сотрудник, работодатель, миллениум, мотивация, профиль компании, банковская сфера, денежная мотивация, заработная плата, социальная стабильность, «Советская мотивация», Публичная мотивация.

Современный рынок труда бросает вызов как работнику, так и работодателю. Одни должны выжить в условиях высоких скоростей принятия решений, другие — адаптироваться к новой профессиональной среде, где на первые роли выходит новое поколение Y — молодежная аудитория. Для работы с ней в первую очередь необходимо учитывать ее потребности:

1. социальная ответственность компании;
2. приверженность модным брендам;
3. небрежность в отношении к дресс-коду;
4. комфортная рабочая обстановка;
5. соблюдение баланса между работой и личной жизнью [1].

Если данные потребности не будут удовлетворены в полной мере, компания получит сотрудника, который постоянно будет думать о том, как бы ему найти ту компанию, которая больше ему подходит, которая лучше чем та, в которой он работает сейчас. Это словно вирус в голове сотрудника, который может разрушить все старания работодателя и привести к тому, что сотрудник уйдет. Поэтому каждый работодатель должен задуматься о том, как удержать миллениумов в своей компании. Основным инструментом при решении данной проблемы является эффективная система мотивации. Для каждого работодателя вопрос мотивации сотрудников требует все большего внимания из года в год. На сегодняшний день рынок труда уже наполнен и продолжает обогащаться за счет миллениумов. Происходит логичная смена поколений, что требует от работодателя редактирования или смены ранее используемых моделей мотивирования. Исходя из общих особенностей поколения Next, легко вывести основные методы мотивирования сотрудников. Однако нельзя забывать о том, что специализация и профиль компании накладывает свой отпечаток. Если мы говорим об IT-компаниях, занимающихся разработкой продуктов программного обеспечения, таких как Google, то им позволительно не обращать внимания на дресс-код,

предоставлять своим сотрудникам множество свобод и реализовывать прочие инновационные методы для повышения эффективности своих сотрудников. В год компания Google тратит по 5000\$ на каждого сотрудника, чтобы он мог бесплатно завтракать, заниматься спортом и многое другое. Причина здесь кроется в первую очередь в том, что у сотрудников данной компании практически отсутствует прямой контакт с конечным потребителем продукции. Тем самым потребитель не испытывает дискомфорта от неформализованного общения [2]. Если говорить о банковской сфере, например, то здесь многое должно быть иначе. Данный бизнес не подразумевает такой объем креативности, как в компании Google; основную часть в деятельности данной компании занимает работа с документами, которая должна быть строго формализована и регламентирована; при контакте с клиентом в отделениях банка должны соблюдаться специально разработанные стандарты, исключающие неформальное общение [3]. Итак, ниже приведен список методов мотивации сотрудников банковской сферы:

Денежная мотивация. Вопреки всеобщему мнению, что представителей миллениумов не интересуют деньги, стоит отметить, что доход, который они будут получать, занимает одну из верхних позиций в их рейтинге критериев при выборе работы. Научные на ошибках предыдущего поколения X, миллениумы более дальновидны. Уже после 20 лет они задумываются о том, чтобы откладывать деньги на пенсию, когда как «иксы» начинали заниматься этим вопросом в среднем в возрасте 35 лет. Важный момент заключается в том, что миллениумам нужна стабильность. Они прогнозируют свое будущее, откладывают деньги и меньше боятся потрясений кризиса, потому что уделяют большое внимание стабильности в своей жизни, риски для них не так характерны, как для представителей других поколений. Поэтому работодателю в банке стоит в первую очередь обратить внимание на стабильность получения

дохода. Конечно, представители поколения Y избалованы современными благами и требуют изначально высокой заработной платы. Но следование данным тенденциям для банков нежелательно, потому что сотрудники-миллениумы все равно будут требовать от работодателя повышения заработной платы, а также дополнительных бонусов. Следовательно, это неразумно с первого дня работы нового миллениума платить ему высокую зарплату и осыпать бонусами. Что касается бонусов, то они обязательно должны присутствовать, причем именно денежные [4].

Социальная стабильность. Помимо уверенности в финансовых вопросах у миллениума также должна быть уверенность и в социальной стабильности. Сотрудники должны осознавать, что их работодатель тоже обеспокоен вопросами их социальной защищенности. Миллениумы хотят чувствовать заботу со стороны работодателя, что они не останутся одни в нужный момент. Они словно дети, требующие постоянного внимания и заботы.

«Советская» мотивация. В банковской сфере многое завязано на дедлайнах и точных планах выполнения работ. И эта система уже хорошо себя проявила. Для миллениумов ее следует немного улучшить, а именно: сроки должны быть более короткими. В результате наблюдается повышенная интенсивность работы. У миллениумов есть одна особенность: им нравится быть деятельными и впоследствии наблюдать результаты своей деятельности. Чем интенсивнее работа и лучше результат, тем большее удовлетворения они испытывают, что, как известно, крайне важно в работе с представителями поколения Y. Однако не стоит забывать и про качество выполняемых задач, которое может пострадать в связи с сокращением сроков. Для достижения наибольшей эффективности следует вводить строго регламентированные бонусы: за перевыполнение плана; за завершение проекта раньше положенного срока; за качество выполненных работ.

Это является дополнительным стимулом для сотрудников. Миллениумы любят решать сложные задачи, вялая и долгая работа над одним проектом не для них. Следовательно, чем выше темп, тем комфортнее они себя ощущают, тем больше удовольствия испытывают от работы. А это является ключевым моментом при работе сотрудников данного типа.

Публичная мотивация. Миллениумы любят, когда их хвалят, когда результаты их работы получили одобрение со стороны. А когда это происходит публично, а не «с глазу на глаз», то это достигает наибольшего эффекта. Миллениумов нужно хвалить! Нельзя следовать консервативным методам управления при работе с ними. Тем более это вносит разнообразие в рутинную и однообразную жизнь банков, тем самым добавляя немного неформального общения. Следует также отметить, что публичная хвала не должна быть слишком формальной. Это не достигнет максимального эффекта, потому что элемент отвлечения от надоедающей строгой реальности банковской жизни пропадет.

Мотивация дополнительным личным временем. Строгие реалии банковской жизни обязуют сотрудников приходить на работу в точное время и уходить с нее тоже в точное время. Рискованным, но эффективным методом является внедрение нестабильного расписания в работе банков, а именно: иногда сотруднику хочется или более удобно остаться и поработать побольше. Как вознаграждение, он может уходить раньше с работы на следующий день или вовсе получить выходной. Данный метод мотивации призван соблюдать баланс между личной жизнью сотрудника и работой. И снова, это добавляет некоторое разнообразие в однообразную жизнь банков.

Вышеперечисленные методы мотивации миллениумов являются хорошим дополнением к стандартным методам. Нельзя забывать о том, что миллениумы крайне противоречивы. Несмотря на то, что они ищут наиболее хорошие варианты работы для себя и основное внимание обращают именно на недостатки, они хорошо умеют анализировать. Поэтому некоторые недостатки на фоне больших преимуществ могут и не играть большой роли. Однако всегда нужно стремиться к идеалу и показывать представителям поколения Y, что над улучшением их условий работы в компании постоянно работают. И нельзя забывать про строгость в их отношении. Безусловно, миллениумы словно дети, которым нужно стараться угодить. Но с них и спрашивать нужно соответственно. В своем начальнике они должны видеть именно начальника, который как благодарит их за хорошую работу, так и наказывает за ошибки. Баланс между благами и строгостью по отношению к ним должен быть соблюден. ■

- 1.URL: <http://www.hr-portal.ru>.
- 2.URL: <http://rugenations.su>.
- 3.URL: <http://m.forbes.ru>.
- 4.URL: <http://www.forbes.ru>.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- URL: <http://m.forbes.ru>.  
URL: <http://rugenations.su>.  
URL: <http://www.forbes.ru>.  
URL: <http://www.hr-portal.ru>.

### Motivation Methods for Millennium Generation Representatives in Banking

© Shershitsky A., 2015

Described in this article are the peculiarities of the Millennium generation. Based on this description, the author develops specialized methods for motivation of its representatives employed in banking. This methodology takes into consideration their peculiar features and designed accordingly for the best results.

*Keywords:* labor market, generation Y (Millennium generation / Next), social responsibility, dress code, employee, employer, millennium, company profile, banking, financial motivation, salary, social stability “Soviet motivation,” public motivation.