

**Робкин Даниил Сергеевич**

магистрант

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет

им. В. Г. Тимирязова (ИЭУП)»

г. Казань, Республика Татарстан

## **КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ПОКОЛЕНИЯ Z (НА ПРИМЕРЕ ООО «КРАФТТРАНС АТЛАС»)**

***Аннотация:** вопросы мотивации персонала организации в статье рассматриваются применительно к поколению Z. Задачи исследования: исследование особенностей поколения Z, исследование системы мотивации в экспедиционной компании ООО «КРАФТТРАНС Атлас». В работе проведен анализ работ исследователей, касающихся особенностей поколения Z, а также анализ системы мотивации компании ООО «КРАФТТРАНС Атлас».*

***Ключевые слова:** поколение z, система мотивации, особенности поколения, эффективность труда, индивидуальный подход, методы мотивации.*

В условиях современного общества и развития рынка труда особую актуальность приобретает вопрос формирования эффективной и конкурентной системы мотивации для сотрудников поколения Z. На конференции посвященной образованию в современной экономике #ВДЕЛЕ руководитель аналитической службы РСПП А. Энговатова выдвинула прогноз, что «К 2030 году 60% рабочей силы будут составлять миллениалы и поколение Z.» [4].

В научных исследованиях зарубежных и отечественных авторов представлены различные интерпретации границ поколений. За основу принято считать теорию поколений, разработанную двумя американскими учеными У. Штраусом и Н. Хоувом, в которой указано «...каждые 20 лет в мире сменяются поколения и с новыми поколениями приходят новые люди с новыми ценностями, идеями и с другим складом ума.» [2, с. 10]. Основатель исследовательского цен-

тра «RuGenerations» Е. Шемис и психолог А. Антипов адаптировали эту теорию для российского общества, в своей работе они выделяют временные рамки, в которых рождено поколение Z (2003–2023 гг.) [6].

Целью данного исследования является анализ конкурентных преимуществ системы мотивации для сотрудников поколения Z.

Задачи исследования: исследование особенностей поколения Z; исследование системы мотивации в экспедиционной компании ООО «КРАФТТРАНС Атлас».

В конце 2016 года компания Сбербанк совместно с агентством Validata проводило исследование на тему «Современная молодежь», в ходе исследования было проведено 18 фокус-групп с детьми и молодежью в возрасте от 5 до 25 лет. Результатами данного исследования стал отчет, в котором было выделено 30 фактов о современном поколении. Можно выделить несколько основных фактов из результатов исследования, которые позволят дать характеристику поколению Z. Во-первых, современная молодежь не воспринимает большой объем информации, для них важно чтобы информация была краткой и понятной. Согласно исследованию, концентрация внимания у молодых людей составляет всего 8%. Вторую характеристику, которую можно дать благодаря этому исследованию, что современному поколению работа должна приносить удовольствие и доход, но при этом не отнимать много времени. Третья характерная черта для нового поколения является отношение к будущему. Молодые люди не ставят перед собой амбициозных целей на перспективу, для них важен личный комфорт и спокойствие [1].

Согласно исследованию Юшковой Т.А. «...компания Universum совместно с Центром лидерства Массачусетского технологического университета проводила исследование, в ходе которого были опрошены 18 337 молодых людей из 19 стран. В число респондентов входило 796 молодых россиян, 99 из которых были в возрасте от 15 до 22 лет...» [3]. Согласно данному исследованию в 2020 году представители современного поколения составили 20% рабочей силы

во всем мире. С каждым годом этот процент растет, так как поколение Z выпускается из высших учебных заведений и активно вступает в трудоспособный возраст, постепенно вытесняя более старшие поколения с рынка труда, которые достигают пенсионного возраста.

Рассматривая поколение Z, как сотрудников компаний можно сказать, что есть существенные отличия от работников более старших поколений. Исследователь Юшкова Т.А. утверждает, что «...современное молодое поколение в основном лишено страха совершить ошибку, страха потерять работу...» [7, с. 1866]. Это говорит о том, что молодые сотрудники не боятся изменений в своей жизни, если в процессе трудовой деятельности их потребности в комфорте и уважении не будут удовлетворяться, то они могут уволиться по собственному желанию, не смотря на свое финансовое состояние.

Сотрудников поколения Z тяжело удержать на одном рабочем месте так в своей работе отмечает Кулакова А.Б., что «Молодежь не ориентирована на долгосрочную профессиональную карьеру, 8-часовой рабочий день и желание быть трудоголиком.» [5, с. 6]. Современное поколение живет в эпоху быстро меняющейся информации. Исходя из этого «цифровые дети» живут по принципу «здесь и сейчас» и не задумываются о перспективах в будущем.

ООО «КРАФТТРАНС Атлас» является динамично развивающейся компанией, которая на рынке международных грузоперевозок работает более 12 лет. Для успешной конкуренции в своем сегменте рынка, компании требуется не только привлечение новых молодых сотрудников, но и их удержание. На 2024 год в компании работает 89 сотрудников, из которых 40 молодых сотрудников, относящихся к поколению Z, что составляет 44.94% от общего числа персонала. Средний возраст сотрудников составляет 24 года, что соответствует поколению Z.

Для успешного удержания сотрудника и привлечения нового молодого специалиста в компанию необходимы конкурентные преимущества системы мотивации. В ООО «КРАФТТРАНС Атлас» система мотивации формируется на не-

скольких ключевых направлениях. Прежде всего, это гибкие условия работы, позволяющие сотрудникам самостоятельно планировать свой рабочий график. 85% сотрудников поколения Z имеют возможность удаленной работы 2–3 дня в неделю, что существенно повышает их удовлетворенность работой и позволяет лучше балансировать между профессиональной деятельностью и личной жизнью.

Следующее ключевое направление в системе мотивации компании является система KPI (Key Performance Indicators), она построена таким образом, что учитываются особенности современного поколения и включает в себя несколько важных компонентов. Сотрудники получают не только базовую заработную плату, но и дополнительные вознаграждения за достижение конкретных показателей эффективности. К таким показателям относятся организация и проведение встреч с клиентами 6 раз за месяц, получение 50 новых запросов на перевозки, из которых 25 от новых клиентов. Это создает четкую систему ориентиров для сотрудников и стимулирует их к постоянному развитию в профессиональной деятельности.

Программа поддержки штатного психолога является важным элементом системы мотивации. Из-за специфики работы в международных перевозках у молодого поколения часто случаются «выгорание» это обусловлено тем, что специалисту часто приходится испытывать стресс во время организации перевозки. Так как поколению Z важно комфорт и спокойствие они могут обращаться за психологической помощью к психологу, который есть в штате компании.

Программа адаптации и развития персонала является еще одним не мало-важным элементом системы мотивации. Компания регулярно организует еженедельные тренинги по профессиональному развитию, внедряет систему наставничества от опытных сотрудников. Это позволяет молодым специалистам не только повышать свою квалификацию, но и активно участвовать в развитии компании.

В ходе исследования системы мотивации компании ООО «КРАФТТРАНС Атлас» был проведен опрос среди молодых сотрудников, в котором приняли участие 20 сотрудников, в возрасте от 22 до 28 лет. Результаты опроса демонстрируют высокую удовлетворенность системой мотивацией у поколения Z. 95% опрошенных удовлетворены всей системой мотивации, 5% хотели бы внести небольшие изменения, такие как внедрение геймификации в рабочие процессы, 80% отмечают удобство гибкого графика и удаленной работы, 90% сотрудников планируют долгосрочное сотрудничество с компанией. Эти показатели свидетельствуют о том, что компания успешно учитывает потребности и ожидания молодых специалистов. Здесь также необходимо отметить значение процессов цифровизации организации, а также новых форм работы, к которым необходимо адаптировать молодых сотрудников поколения Z [8]. Процессы мотивации сотрудников поколения Z, с учетом процессов цифровизации организаций и отраслей, будут играть решающую роль при развитии высокотехнологичных отраслей регионов, в деятельности которых должны принимать участие высокомотивированные сотрудники компаний, функционирующими в различных сферах экономики высокотехнологичного региона [9; 10]. Анализируемые нами процессы мотивации молодых сотрудников на примере ООО «КРАФТТРАНС Атлас» являются составной частью модернизации регионов деятельности данных компаний [10].

В завершение исследования можно сделать следующие выводы: вопросы мотивации и удержания на рабочем месте молодого сотрудника актуальны в условиях современного времени. Изучение особенностей поколения Z позволило выявить их ключевые характеристики, такие как стремление к балансу работы и личной жизни, потребность в комфорте и быстрое восприятие информации. Анализ системы мотивации в ООО «КРАФТТРАНС Атлас» показал эффективность применяемых методов мотивации. Компания учитывает особенности и потребности молодых специалистов для разработки системы мотивации, которая позволяет удерживать и привлекать сотрудников нового поколения.

### ***Список литературы***

1. 30 фактов о современной молодежи: исследование Сбербанка и Validata [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi> (дата обращения 13.05.2025).
2. Strauss W., Howe N. (1997). The Fourth Turning: An American Prophecy – What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. N. Y.: Broadway Books.
3. Исследование: поколение Z изменит мировой рынок труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3211716> (дата обращения: 13.05.2025).
4. К 2030 году 60% рабочей силы будут составлять миллениалы и поколение Z [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6692640> (дата обращения 13.05.2025).
5. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект / А.Б. Кулакова // Вопросы территориального развития. – 2018. – №2 (42). – 10 с. – DOI: 10.15838/tdi.2018.2.42.6. – EDN YWRGCO
6. Шамис Е. Теория поколений / Е. Шамис, А. Антипов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psycho.ru/library/2581> (дата обращения: 13.05.2025).
7. Юшкова Т.А. Поколение Z: особенности мотивации / Т.А. Юшкова // Экономика и социум. – 2016. – №12–2 (31). – С. 1865–1868. – EDN YIBPMT
8. Gumerova G.I. Virtual organisation of the digital economy as an object of the study of management theory / G.I. Gumerova, E.Sh. Shaimieva // Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration. 2018. Vol. 7. No. 1 (22). P. 108–110. EDN LBNSYH
9. Гумерова Г.И. Анализ факторов, влияющих на технологические инновации для формирования высокотехнологичных регионов на основе экономико-статистического моделирования: стратегическое направление модернизации

промышленности / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – №23. – С. 28–38. EDN QCALRN

10. Гумерова Г.И. Совершенствование методологии управления технологическими инновациями в процессе модернизации промышленности региона / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – №45. – С. 11–27. EDN PIDUNP