

Мартынова Екатерина Владимировна

магистрант

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА ПОКОЛЕНИЙ «Y» И «Z» В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье приведена характеристика персонала поколений «Y» и «Z» и подробно рассмотрены мотивирующие факторы для представителей данных поколений персонала. Представлена подробная сравнительная характеристика системы подбора персонала поколений «Y» и «Z» в организации.

Ключевые слова: персонал, подбор, поколение, сравнительная характеристика поколений, система подбора персонала.

В среднем каждые двадцать лет на свет появляется поколение людей с отличным от предыдущего поколения комплектом ценностей, которые оказывают воздействие на такие проявления выражения личности, как трудовая деятельность, взаимоотношения с людьми, привычки, стиль и уровень потребления. Теория поколений Штрауса и Хоува гласит, что на данный момент на бирже работников наиболее активны представители двух поколений: «икс», рожденные в период приблизительно с 1964 по 1984 гг., и их наследники поколение «игрек», к которым относятся люди, рожденные примерно с 1984 по 2000. Еще не так давно работники 80-х годов рождения считались молодыми и начинающими специалистами, а сегодня представители поколения Y не только являются одним из наиболее активных сегментов биржи труда, но и задают свои ключевые направления. Впрочем, в последнее время их догоняет совсем юное поколение Z, представители которого уже трудятся в качестве стажеров и помощников, набираясь опыта [4]. Разберем основные особенности системы подбора персонала поколений «Y» и «Z» в организации.

Представители поколения «Y», или так называемые «игреки», характерны своей уверенностью в собственной удаче, вследствие чего они надеются на

достижение мгновенного результата. Представители данного поколения не готовы и не хотят тратить продолжительное время на ожидание достижения результатов, они рассчитывают получить всё в один момент. Главной мотивацией в трудовой деятельности для представителей поколения «Y» является денежное поощрение и достижение материального благополучия. «Игрекам» трудно найти мотивацию, чтобы работать исключительно за идею, они должны видеть конкретные результаты своей трудовой деятельности, предпочтительно в финансовом выражении. Но также стоит отметить, что в то же время «игреки» могут справиться с большим количеством работы в предельно короткие сроки, если их проделанную работу оценят по достоинству в виде финансового поощрения [2].

К представителям поколения «Z», или их еще называют «зетами», принадлежат люди, рожденные после 2000 года. Представители данного поколения находятся в самом начале своего появления на бирже работников, потому что в большей степени это еще дети, проходящие или заканчивающие обучение в школе. Стоит отметить, что от представителей данного поколения ожидаются высокоэффективные результаты трудовой деятельности, поскольку именно поколение «Z» обладает возможностью возвести уровень экономики многих стран до современных высот, ведь они заимствовали целеустремленность и трудоспособность у двух предыдущих поколений и они не обладают таким уровнем материального ориентирования как представители предшествующего им поколения «Y». Даже сейчас очевидно, что «зеты» являются самобытными людьми, которые обладают уверенностью в собственных силах и значимости [6].

Основываясь на представленных характеристиках и отличительных особенностях двух поколений «игрек» и «зет», можно обратить внимание на свойственные им мотивирующие факторы, которые помогут представителям этих поколений определиться с будущим местом работы. Подробнее мотивирующие факторы изложены ниже в таблице 1.

Таблица 1

Мотивирующие факторы при выборе рабочего места

<i>Мотивирующие факторы для представителя поколения «Y»</i>	<i>Мотивирующие факторы для представителя поколения «Z»</i>
1) перспектива быстрого карьерного роста; 2) достойный уровень заработной платы, а также высокий уровень материального вознаграждения; 3) признание достижений сотрудника, похвала от руководства и коллег, получение уважения и авторитета; 4) дружный и сплочённый коллектив; 5) возможность смены одной деятельности на другую или одной профессии на другую и т. п.; 6) возможность использования современных технологий; 7) работа с минимумом бюрократической бумажной волокиты.	1) возможность удалённой или дистанционной работы, а также работы по гибкому графику; 2) возможность придерживаться баланса между личной жизнью и работой; 3) нескудная трудовая деятельность с возможностью принятия решений, решения нестандартных задач и применения индивидуального подхода; 4) работа в «плоской» структуре, где нет строгой иерархии, и каждый работник является равноправным членом коллектива; 5) возможность легко и быстро достичь результатов; 6) возможность отправляться на стажировки, командировки или переезды в другие страны.

Исходя из представленных выше факторов, работодатель в процессе подбора персонала в качестве сотрудников сможет привлечь молодое поколение и побудить его вести эффективную трудовую деятельность с высокой самоотверженностью.

Вследствие научно-технического прогресса возникают как инновационные технологии и продукты, так и современные источники подбора персонала, ввиду того что классические способы уже не актуальны. Так, в частности, объявление о вакантной должности, опубликованное в печатных изданиях, не приносит желаемого результата, так как не дает достаточного количества обратной связи от представителей молодого поколения. Но при этом аналогичное объявление, размещённое в социальных сетях, найдет больший отклик среди молодёжи. Так что нанимателям стоит основательно проанализировать актуальные методы подбора персонала и найти среди них наиболее привлекательные для представителей молодых поколений «Y» и «Z».

Так называемые «игреки» зачастую тесно связаны с «зетами», так как в большинстве случаев они представляют собой членов одной семьи в качестве

старших и младших братьев/сестёр соответственно. Так как они формируются и живут в непрерывно эволюционирующей информационной среде, то способы подбора не будут иметь существенной разницы, но при этом будет отличаться приоритетность их использования. Так, в частности, для «игреков» ещё актуальна реклама в Интернете в формате постов или рекламных роликов в таких социальных сетях, как Facebook, Instagram или V Kontakte, а также на различных сайтах. Но в то же время для их преемников данные способы потеряют свою эффективность ввиду уже сформированного клипового мышления и способностей фильтрации больших объёмов информации.

Одним из актуальных способов привлечения сотрудников являются кадровые агентства, к которым представители молодого поколения оказывают значительно доверие. Причиной доверия является то, что, во-первых, агентства способствуют своевременному подбору сотрудников требуемой квалификации, а во-вторых, дают соискателям возможность ощутить собственную профессиональную значимость [1].

Другим актуальным источником подбора персонала среди поколений «Y» и «Z» является сотрудничество с учебными заведениями и проведение таких совместных мероприятий, как ярмарки вакансий, дни карьеры, а также заключение договоров на прохождение производственной и преддипломной практики на предприятии, организация экскурсий в компании или выступление представителей компании перед студентами, и т. д. [3].

Реферальные программы также являются одним из современных способов подбора персонала. Суть данного метода заключается в том, что поиск и подбор персонала осуществляется по рекомендации уже работающих в организации сотрудников. В ряде компаний существует система достойного поощрения работника, если он помогает осуществлять поиск кандидата согласно квалификационным требованиям, например, среди круга своих знакомых, бывших одноклассников, друзей или родственников. Так представители поколения «Y» обеспечивают себе более комфортные условия трудовой деятельности и работают в дружном сплочённом коллективе.

Следующим источником подбора персонала, который на данный момент набирает популярность, является корпоративный сайт работодателя. «Зеты» мотивированы личной заинтересованностью в работе, поэтому и привлекать их стоит с помощью «увлечения». Так, например, можно разместить «кричащую» или неординарную идею, которую необходимо реализовать, затем описать опыт работников, их успехи и неудачи, возможности и преграды, которые можно описать от первого лица. Затем расположить к себе аудиторию поможет, например, «плоская» структура, деловая репутация организации, ее положительный имидж или HR-бренд – всё это поспособствует привлечению потенциальных соискателей без лишних материальных затрат на подбор и стимулирование качественного выполнения работы.

При подборе персонала среди «игреков» требуется сделать ставку на такие социальные сети, как Facebook, Instagram, LinkedIn, VKontakte и другие [5]. Хотя социальные сети сейчас и являются некой «болезнью», или «зависимостью» современного общества, но при этом они отлично помогают в бизнесе, являясь ключевыми коммерческими инструментами. Так, «игреки» проводят наибольшее количество времени в социальных сетях и на просторах интернета, а с помощью виртуального общения информация передается со скоростью света. Также виртуальное общение помогает достичь максимального охвата аудитории, среди которой, например, находятся друзья, друзья друзей, подписчики и т. д.

Поколение «Z» больше ориентировано на такие мобильные приложения, как Staffim, Jobvite, Pruffi Friends и другие, так как мобильные приложения – это бум XXI века с лозунгом «Легко. Быстро. Доступно». Сейчас можно найти колоссальное количество мобильных приложений на многообразные платформы технических устройств. Именно благодаря своей легкости и доступности использование мобильных приложений является одним из самых эффективных способов подбора персонала среди подрастающего поколения, так как «зеты» знают, что такое «смартфон», «планшет» и «мобильные приложения» не понаслышке, потому что еще с раннего детства осваивают всё, что связано с этими техническими устройствами. Также мобильные приложения являются неотъемлемой частью

жизни современного человека, они имеют привлекательный дизайн, удобный интерфейс, максимальная информативность и интерактивность в один клик.

Таким образом, анализируя присущие молодым поколениям «Y» и «Z» мотивационные факторы и их отличительные особенности, наниматель сможет осуществить грамотный подбор новых сотрудников в организацию и настроить их на эффективный рабочий процесс, а также достичь более высоких результатов.

Список литературы

1. Адамская Л. Какая молодежь – такое и будущее // Самоуправление. – 2012. – №3. – С. 42–43.
2. Адамская Л.В. Местное самоуправление как ресурс формирования активной жизненной позиции молодежи // Социальная политика и социология. – 2013. – Т. 1, №3. – С. 191.
3. Лескова И.В. Образ жизни молодежи: образовательные и социально-профессиональные маркеры // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2016. – №4 (11). – С. 15–18.
4. Поколение X, Y и Z // Hr-portal.ru: Сообщество HR-Менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrportal.ru/article/pokolenie-x-y-i-z> (дата обращения: 01.12.2019).
5. Современные способы поиска и подбора персонала // Hr-elearning.ru: HR по-русски – блог профессионального сообщества менеджеров по персоналу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-elearning.ru/sovremennye-sposoby-poiska-i-podbora/> (дата обращения: 01.12.2019).
6. Тарасова Д.С. Особенности поиска и подбора сотрудников поколений «Y» и «Z» // Мир науки. Серия: Социология, филология, культурология. – 2017. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sfk-mn.ru/PDF/16SFK317.pdf> (дата обращения: 01.12.2019).