МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

XII ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

памяти заслуженного деятеля науки РФ
профессора Александра Петровича Бычкова

Сборник материалов
Международной научно-практической конференции
26–27 октября 2017 г.

Под общей редакцией профессора
Д.М. Хлопцова

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2018

7. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 21.12.2016 № 141 «Об утверждении Порядка применения уполномоченными органами государств – членов Евразийского экономического союза мер по приостановлению или запрету применения медицинских изделий, представляющих опасность для жизни и (или) здоровья людей, недоброкачественных, контрафактных или фальсифицированных медицинских изделий и изъятию их из обращения на территориях государств – членов Евразийского экономического союза» по состоянию на 13.10.2017 г. Доступ из справ. правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 13.10.2017).

8. Королев Г.А., Постникова Н.Ю. Вопросы гармонизации правовой защиты интеллектуальной собственности в государствах – членах ЕАЭС // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17, № 3. С. 329–338.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мироненко М.А., Рычагов С.В., магистранты, 2-й курс, НИ ТГУ, г. Томск
Научный руководитель: канд. экон. наук Герман М.В.
E-mail: offwix@gmail.com

Все дело в мгновении. Оно определяет жизнь.
Франц Кафка

В современной российской и мировой экономике наблюдается тенденция роста интереса к так называемой «теории поколений» с позиции построения эффективной коммуникации между представителями различных эпох. Актуальность данной проблемы является очевидной и заключается в том, что поколения взаимосвязаны друг с другом. Предшествующие поколения формируют настоящие, а те в свою очередь – последующие за ними. Для того чтобы разобраться в механизмах передачи навыков, умений, знаний одного поколения другому, проследить тенденции развития общества и научить представителей различных поколений лучше взаимодействовать между собой, необходимо уделить должное внимание данному вопросу.

Впервые теория поколений была описана в книге «Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069» в 1991 г. двумя видными американскими деятелями: экономистом Нейлом Хоувом и историком Уильямом Штраусом [11]. Авторы данной теории проанализировали историю США с 1584 г., уделив при этом особое внимание XX в., и обнаружили, что примерно раз в 20 лет в мире рождается поколение людей с отличным от предыдущего поколения набором ценностей. У. Штраус и Н. Хоув обосновывают 20-летний цикл поколения социальными и биологическими причинами, которые не подвержены влиянию технологий.

Рис. 1. Модель поколенческих ценностей в системе ценностей индивида [1. С. 109]

Таблица 1

Классификация поколений в соответствии с российским подходом [6. С. 479; 10. С. 165]

Поколение	Годы рождения	События, повлиявшие на формирование ценностей	Ценности
Бэби-Бумеры	1943–1963 гг.	Советская «оттепель», покорение космоса, СССР – мировая супердержава, «холодная война»	Коллективный оптимизм, заинтересованность в самореализации, командный дух, культ молодости
X	1964–1984 гг.	Продолжение «холодной войны», перестройка, СПИД, наркотики, война в Афганистане	Готовность к изменениям, стремление учиться в течение всей жизни, техническая грамотность, глобальная информированность, надежда на себя, гендерное равноправие
Y	1985–2001 гг.	Распад СССР, теракты и военные конфликты, развитие цифровых технологий, интернет и мобильная связь, социальные сети, видеоигры	Свобода виртуального общения, fun (веселье), нацеленность на результат, немедленное вознаграждение, культ жизни «здесь и сейчас», фрилансинг, приоритетность «горизонтального развития», отсутствие командного духа, ускоренный темп жизни, клиповое сознание
Z	2002–20XX гг.	Мировой экономический кризис, развитие мобильных технологий, эпоха инноваций, виртуальная реальность	Приоритет сетевого общения, иммунитет к рекламе, космополитическое сознание, синдром дефицита внимания, стремление получить максимум информации в короткий срок

Так, переход к взрослой жизни происходит в возрасте около 20 лет, к зрелости – около 40 лет, к старости – в возрасте 60 лет. В связи с этим, по мнению основателей теории, длительность поколений остается неизменной. Значимый вывод авторов теории поколений заключается в том, что конфликты поколений обусловлены не разницей в возрасте, а различием ценностей.

Категорию «ценности поколения» можно охарактеризовать с помощью ряда отличительных факторов. Во-первых, поколенческие ценности являются элементом системы ценностей человека наряду с общечеловеческими и индивидуальными ценностями. Система ценностей может быть представлена в виде модели, приведенной на рис. 1. Во-вторых, ценности поколения формируются в возрасте до 10–12 лет под влиянием общественных событий (политических, экономических, социальных и культурных), технического прогресса и воспитания в семье. В-третьих, поколенческие ценности носят подсознательный характер, определяют формирование личности и оказывают влияние на жизнь, деятельность и поведение людей.

Таким образом, под поколением в рамках рассматриваемой теории понимается общность людей, рожденных в определенный исторический период, и являющихся носителями схожих ценностей, сформированных под воздействием общих факторов (социальных, культурных, экономических и политических событий, технического прогресса). Необходимо также отметить, что ценности поколений применимы к среднему классу людей, которые являются преимущественно городскими жителями.

Далее следует рассмотреть классификацию поколений, наиболее активно задействованных в обществе в соответствии с российским подходом к периодизации поколений, которая представлена в табл. 1.

В связи с тем, что поколение Y переходит в активную фазу в качестве участника на рынке труда, в рамках данной статьи, на наш взгляд, целесообразно рассмотреть проблему взаимодействия данного поколения с его предшественниками.

Поколение Y является головной болью современного бизнеса преимущественно в отраслях, связанных с массовым набором персонала: ритейле, банках, ИТ-компаниях и др. В связи с этим возникают следующие вопросы: каким образом привлекать потенциальных сотрудников поколения Y? В чем кроется секрет эффективного управления? Какие меры необходимо принимать, чтобы удержать персонал на рабочих местах? Как выстраивать эффективные коммуникации между представителями различных поколений? Что является мотивирующими факторами, побуждающими к труду, для «игреков»?

На сегодняшний день в отношении поколения Y сформировалась демографическая яма. Это свидетельствует о том, что «игреки» находятся в дефиците. Данная ситуация наглядно изображена на гистограмме рождаемости по данным Росстата, приведенной на рис. 2. В связи с этим следует отметить, что за поколение Y идет конкурентная борьба на рынке труда. Но для того, чтобы успешно конкурировать за «игреков», необходимо понимать, что является для них ключевыми факторами при выборе потенциального работодателя. В 2014 г. крупнейший в мире эксперт в области рекрутмента квалифицированных кадров Hays провел исследование профессиональных устремлений, настроений и ожиданий от карьеры поколения Y в России, в котором приняло участие 1000 россиян в возрасте от 18 до 30 лет. В ходе данного исследования были выявлены 4 основных фактора при выборе потенциального работодателя.

1. Тренинги и развитие. Для 64% российского поколения Y доступ к качественному образованию и возможность развития – это самые значительные факторы при выборе потенциального работодателя.

2. Возможность быстрого карьерного роста. 40% опрошенных респондентов хотят быстрого продвижения по служебной лестнице.

3. Четкий карьерный путь. Для 38% «игреков» необходимо иметь конкретные цели и задачи для продвижения по службе.

4. Предлагаемые льготы / нефинансовый пакет. 32% опрошенных обращают особое внимание на наличие дополнительных бонусов [2].

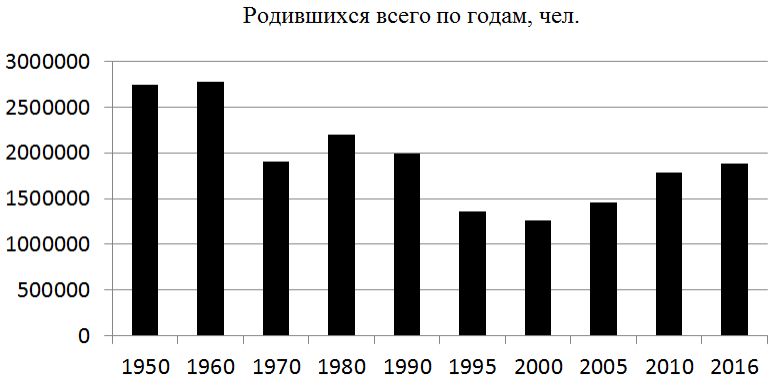

Рис. 2. Данные рождаемости в России [7]

Далее следует ответить на вопрос касательно эффективности управления персоналом, а именно, каким видят «игреки» идеального руково-

дителя. Отвечая на этот вопрос, необходимо обратиться к вышеприведенному исследованию компании Hays, из которого следует, что 58% опрошенных видят руководителя распределителем конкретных задач между сотрудниками, а 51% респондентов видят в нем лидера. Основными качествами, которыми, по мнению опрошенных, должен обладать лидер, являются: справедливость, умение мотивировать других, знания и опыт, уверенность и решительность. Для поколения Y является важным получать четкие инструкции от руководителя о том, что и когда следует делать. Направленность на развитие лидерских и управленческих способностей должна поддерживать приемлемый баланс между указаниями и контролем, между поощрением личной ответственности и инициативой. Также следует отметить, что построение корпоративной культуры должно быть основано на справедливости и прозрачности [2].

Удержание работников на позиции после их найма является ключевой задачей любой организации. Поддержание достойного уровня оплаты труда не способно в полной мере выполнять функцию сдерживающего фактора, несмотря на то, что является одним из главных мотиваторов. Существуют иные аспекты данного вопроса, которые необходимо понимать руководителям, если они хотят удержать талантливых сотрудников на рабочем месте. Ими являются: интересная работа с ясной возможностью достичь успеха, возможность сохранять баланс между работой и личной жизнью, а также наличие современного и приятного рабочего места [2]. «Игреки» хотят не просто зарабатывать деньги, но и получать фан, поэтому предприниматели сегодня заговорили о счастье как о бизнес-модели. Некоторые компании стараются создавать семейную атмосферу в офисе. EY, например, организует вечера настольных игр, чего раньше не делала, проводит лекции по искусству, поддерживает социальную активность сотрудников, будь то уборка парка или помощь детям в детдомах [8. С. 38].

Переходя к вопросу о построении эффективной коммуникации между представителями различных поколений, следует обратить внимание на поведенческие особенности «игреков». Поколению Y чуждо понятие жесткой дисциплины, поэтому если работодатель будет заставлять сотрудников приходить вовремя, штрафовать за опоздания, запрещать социальные сети, гибкий график и работу из дома, устанавливать дресс-код, то тем самым он потеряет своего сотрудника. «Игреки» не любят, когда им указывают, что и как им делать, при этом, не объясняя, зачем и кому это нужно. Представители поколения Y хотят быть вовлеченными в процесс принятия управленческих решений. Они не признают жесткую субординацию, а предпочитают свободную форму общения. Их не интересу-

ет долгосрочная мотивация, напротив, привлекательными для них являются краткосрочные цели и задачи с немедленным вознаграждением. Так как «игреки» обладают дефицитом внимания, им важно, чтобы руководитель оказывал содействие при выполнении текущих задач и интересовался промежуточными результатами. Им сложно воспринимать громоздкие текстовые конструкции, поэтому эффективным инструментом передачи информации являются картинки и видео [9. С. 46].

Подводя итог, необходимо сказать, что конфликт «отцов и детей» остается актуальным как никогда. Теория поколений У. Штрауса и Н. Хоува полезна тем, что на ее основе можно прослеживать тенденции развития общества, а также давать возможность представителям различных поколений выстраивать эффективные коммуникации друг с другом. Данная теория помогает понять, какими будут сотрудники и руководители в ближайшие десятилетия, а следовательно, какой будет конъюнктура рынка труда в целом.

Литература

1. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2014. Вып. 8, № 1. С. 108–114.

2. Исследование профессиональных устремлений, настроений и ожиданий от карьеры поколения Y в России агентства Hays // Сайт международной компании «Hays». URL: http://www.hays.ru (дата обращения 12.10.2017).

3. Мануйлова А. Рабочий конфликт поколений // Коммерсантъ. 2017. № 49. С. 23.

4. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и У. Штрауса. Возможности практического применения // Вестник ИГУ. Серия «Бизнес-образование в экономике знаний». 2015. № 1. С. 94–97.

5. Поколение Y: обеспокоенность перспективами, стремление к стабильности и определенности в неустойчивом мире. Опрос поколения третьего тысячелетия за 2017 г. компанией Deloitte // Сайт международной компании Deloitte. URL: http://www.deloitte.com (дата обращения 15.10.2017).

6. Тихонюк Н.Е. Использование теории поколений Хоува и Штрауса при разработке маркетинговых программ предприятий сегмента HoReCa // Российское предпринимательство. 2015. № 3 (273). С. 477–484.

7. Рождаемость, смертность и естественный прирост. Федеральная служба государственной статистики // Сайт федеральной службы государственной статистики. URL: http:// http://www.gks.ru (дата обращения: 14.10.2017).

8. Фуколова Ю. Игрек неизвестный // Коммерсантъ Секрет Фирмы. 2014. № 6. С. 38.

9. Фуколова Ю. Иду на X // Коммерсантъ Секрет Фирмы. 2014. № 6. С. 46.

10. Шалыгина Н.В. Игреки и центениалы: новая ментальность российской молодежи // Власть. 2017. № 1 (25). С. 164–167.

11. Howe N., Strauss W. (1991). Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069.