

УДК 37.04

Современные методы взаимодействия с представителями поколения Z (на примере ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург»)

Борис Александрович Уфимцев

Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

ya-boris@bk.ru

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы работы с молодыми специалистами в организации; проблемы, с которыми может столкнуться молодой специалист при трудоустройстве; приведены мотиваторы, стимулирующие выпускников вузов на трудовую деятельность; анализируется рынок труда; рассматриваются методы привлечения и удержания в организации представителей поколения Z.

Ключевые слова: молодежь, поколение Z, молодой специалист, Газпром

Для цитирования: Уфимцев Б. А. Современные методы взаимодействия с представителями поколения Z (на примере ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург») // Инновационный потенциал молодежи: спорт, культура, образование. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. С. 414–421.

Modern Methods of Interaction with Representatives of Generation Z (On the Example of “Gazprom Transgaz Ekaterinburg” LLC)

Boris A. Ufimtsev

Ural Federal University named after the first
President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

ya-boris@bk.ru

Abstract. The article discusses the issues of working with young specialists in the organization, the problems that a young specialist may face in employment, provides motivators that encourage university graduates to work, analyzes the labor market, discusses methods of attracting and retaining representatives of generation Z in the organization.

Keywords: youth, generation Z, young specialist, Gazprom

For citation: Ufimtsev, B. A. (2022). Modern Methods of Interaction With Representatives of Generation Z (On the Example of “Gazprom Transgaz Ekaterinburg” LLC). In A. V. Ponomaryov (Eds.), *Innovative Potential of Youth: Sports, Culture, Education* (pp. 414–421). Ekaterinburg: Ural University Publishing House. [In Russian]

Для любой организации отбор и поиск сотрудников с необходимыми знаниями, навыками и качествами является одной из основных и постоянных задач. Результаты многочисленных исследований свидетельствуют о том, что производительность труда работников, которые по своим качествам соответствуют требованиям профессии, в среднем на 20–40 % выше, чем у тех, кто таким требованиям не соответствует, а около 40 % работников, меняющих место работы, — это те, кто избрал ее не по способностям. Следовательно, организация благоприятной корпоративной среды для молодых специалистов является важным условием повышения эффективности деятельности организаций и предприятий [1, с. 151], играет одну из ключевых ролей в поиске, отборе, развитии, перемещении, мотивировании персонала.

После 2000 г. в России появилось поколение Z. В контексте нашего исследования важно отметить, что представителями поколения Z к началу 2020-х гг. являются дети и молодые люди в возрасте от 0 до 21 года.

Проанализировав современные источники, можно определить ряд тенденций в формировании психологических особенностей подростков, современных девушек и юношей как составной части поколения Z.

Информационная эра человечества, характеризующая цифровой революцией, возможностью свободно передавать и принимать информацию, иметь мгновенный доступ как к освоенным знаниям, так и к любой информации, привела к изменениям в возрастном развитии нервной системы молодого поколения [2]. Психологическое становление каждого ребенка подчиняется законам последовательного возрастного развития, каждый этап которого готовит его к успешно-

му прохождению следующего. Поток неадаптированной для детского сознания информации, которую приходится потреблять современному школьнику, провоцирует повышенную возбудимость, впечатлительность, неусидчивость, суетливость и, в крайних случаях, гиперактивность.

Наряду с этим представители поколения *Z* быстро обучаются и также быстро обрабатывают информацию, мгновенно могут переключаться с одного вида деятельности на другой, а также действовать в условиях многозадачности. Владение информацией и возможность ее поиска способствует формированию у молодежи уверенности в себя, своих силах, формирует точку зрения [2].

Анализ предлагаемых предприятиями условий трудоустройства показал, что большую актуальность приобретают новые способы привлечения представителей поколения *Z* в организации.

Можно отметить, что информационно-коммуникативные технологии активно вошли в нашу жизнь и помогают организациям сформировать свою целевую аудиторию, постепенно расширяя сферу информационного влияния на целевую группу, увеличивая число потребителей своей информации и при этом формируя лояльность аудитории, не говоря уже молодежи, поколению *Z* в частности [3].

Анализ опыта взаимодействия российских организаций (потенциальных работодателей) с кандидатами на трудоустройство (представителями молодежи) выявил следующую практику применения различных форм в области онлайн-взаимодействия:

- 1) размещение информации в интернете, прежде всего в социальных сетях, на официальных сайтах организаций;
- 2) дистанционное обучение (онлайн-курсы довузовской подготовки, онлайн-олимпиады, онлайн-конкурсы);
- 3) компьютерное тестирование при дистанционном собеседовании;
- 4) современные образовательные активности с использованием новых технологий в медиа: дискуссионные площадки, онлайн-встречи с соискателями, квесты, мастер-классы, форумы, тренинги с участием представителей организации и выпускников вузов.

В современных условиях новые инструменты, реализуемые в сети, все быстрее начинают замещать традиционные собеседования, информационные издания об организации (брошюры, проспекты, буклеты и т. п.)

Вопрос эволюции взаимодействия работодателя с представителями поколения Z является актуальным и для ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург».

ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург» является газотранспортным предприятием единой системы газоснабжения Российской Федерации, обслуживающим магистральные газопроводы и газопроводы-отводы. В зону ответственности предприятия входят Свердловская, Челябинская, Курганская и Оренбургская области. Главной задачей предприятия является обеспечение надежности и безаварийности газотранспортной системы газопроводов. В ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург» работает около 9 тыс. человек. Для успешного функционирования и развития организации существенное значение имеет его своевременное обеспечение необходимыми квалифицированными кадрами, заинтересованными в работе по избранной специальности в структурных подразделениях предприятия.

Об актуальности подготовки молодых работников, конкурентоспособных в условиях четвертой промышленной революции, пишут как зарубежные, так и отечественные ученые и практики. Реализация современной молодежной политики на промышленных предприятиях «невозможна без ее научного осмысления для принятия эффективных управленческих решений в сфере работы с молодежью» [4, с. 242]. Большинство современных молодых рабочих (рабочие, служащие, специалисты, руководители), трудоустраивающихся на предприятия, обладает компетенциями, необходимыми, например, в условиях автоматизации и цифровизации предприятий [5, с. 605]. В организациях, в т. ч. в ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург», уделяется большое внимание социальному партнерству с образовательными учреждениями при создании системы непрерывной подготовки и развития персонала [6].

Связь работодателя и молодых специалистов очевидна. Молодой специалист — это работник, который получил образование (среднее профессиональное или высшее), при этом впервые устроился на работу по своей специальности в период первого года после завершения обучения. После окончания образовательного учреждения наступает время перехода от теоретических знаний к практическому исполнению трудовых обязанностей. Нередко этот переход сопровождается рядом проблем. Современные проблемы, с которыми может столкнуться молодой специалист в организации, можно разделить на три типа:

- 1) проблемы адаптации:
 - не соответствие реальности ожидаемому успеху;
 - переоценка собственных возможностей;
 - недооценка тяжести выполняемой работы;
 - сложности при взаимопонимании с коллегами и начальством;
 - недостаток практических знаний и навыков, углубленных в сферу деятельности;
- 2) проблемы мотивации:
 - низкая заработная плата;
 - отсутствие мер поощрения;
 - строгая вертикаль власти в организации;
 - отсутствие перспектив для дальнейшего карьерного роста;
 - отсутствие развитой корпоративной культуры;
 - неблагоприятный рабочий климат;
- 4) харассмент (психологическое притеснение) на рабочем месте:
 - сексуальные домогательства;
 - нарушение личного пространства;
 - предвзятое отношение.

К началу 2020-х гг. уже более 30% трудового рынка труда принадлежит поколению Z. Каждое поколение имеет собственные ценности, соответственно, ожидания от рабочей деятельности несопоставимы с таковыми поколения Y. В связи с этим актуальна следующая проблема: что должен предложить работодатель, чтобы привлечь представителей поколения Z к себе в организацию?

Проанализировав опыт российских и международных компаний в области взаимодействия с представителями поколения Z в вопросе привлечения их на рабочие места и удержания в штате, мы можем сделать вывод, что применяется для реализации этой цели:

- 1) геймификация — создание условий для развлечений прямо на рабочем месте. Классические пример — офис *Google*, в котором есть и зал для занятий йогой, и теннисные столы, и массажные кабинеты. Другие примеры — *Avito* с бильярдом, приставками и настольным футболом; «2 ГИС» с соревнованиями по дартсу;
- 2) устройство офиса, в котором так же комфортно, как дома, а потому можно проводить много времени и отдаваться работе, не отвлекаясь на бытовые мелочи. В компании «РусГидро», например, установлены специальные капсулы для 20-минутного сна, в которых транслируются успокаивающие звуки, позволяющие

- быстро уснуть. Крупные компании («Сбер», «Яндекс», Google, Mail и др.) делают свои офисы креативными, комфортными, чтобы привлекать молодых кандидатов;
- 3) различные системы нематериальной мотивации — дополнительные выходные, оплата фитнес-абонементов. Крупные компании занимаются организацией летних выездных офисов за городом и отправляют сотрудников за границу для обучения;
 - 4) отсутствие строгого контроля и бессмысленных задач, предоставление определенной свободы (например, гибкий график). Молодое поколение большинство вопросов может решить с помощью гаджетов, поэтому удаленная (или частично удаленная) работа для них более органична. При этом важно понимать, что чувство ответственности у инфантильных постмиллениалов зачастую размыто, поэтому, отказываясь от тотального контроля и необходимости постоянного присутствия на рабочем месте, стоит все же полагаться не на «джентельменские соглашения», а на официальные договора с описанием условий работы;
 - 5) работа как квест — это вовсе не означает, что решение каждой повседневной задачи должно превращаться в игру. Речь идет скорее о системе работы, в которой есть место для развития, понятная постановка целей, четкие ключевые показатели эффективности и прозрачная система бонусов. Сюда же можно отнести и изменение системы отчетности в тех сферах, в которых это возможно (например, с использованием социальных сетей или личных блогов: *storytelling* вместо скучных ежемесячных отчетов);
 - 6) поощрение ведения бизнеса. Например, в бизнес-среде хорошо известна и широко обсуждается позиция основателя *Virgin Group* Ричарда Брэнсона, который считает, что ведение сотрудником собственных проектов мобилизует его (поскольку приходится быть универсальным специалистом) и пробуждает лучшие профессиональные качества, в т. ч. на месте основной работы;
 - 7) лояльное отношение к сотрудникам, в свое время покинувшим компанию, но решившим вернуться обратно. Особенность постмиллениалов — стремление к постоянному развитию, поэтому вернуться они могут с совершенно иным уровнем профессионализма, знаний и амбиций, со свежими идеями и новым взглядом на бренд и направления его развития;

- 8) создание комфортной атмосферы в рабочем коллективе. Если представители старших поколений годами могут работать в недоказанности, обидах, негативе просто потому, что боятся потерять работу, то для молодых сотрудников, «непуганых» серьезными потрясениями и кризисами, такой вариант исключается. Даже если работа не требует постоянного нахождения в офисе, корпоративная культура, предлагающая отсутствие дресс-кода и строгих регламентов, свободный стиль общения, дружелюбие — дополнительный фактор выбора той или иной компании.

Внедрение современных способов взаимодействия между организацией и молодыми специалистами несет важный социально значимый эффект. Их применение позволит эффективнее погрузиться в производственный мир крупнейшей газотранспортной системы. В свете прогрессивно растущего старения кадрового состава и дефицита квалифицированных специалистов очень важно повышать степень корпоративной лояльности к представителям поколения Z, это послужит дополнительным привлекательным аспектом при трудоустройстве в ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург». Это позволит совершить качественный переход от предшествующих характеристик взаимодействия с молодыми потенциальными кадрами к более современным и актуальным подходам.

Список источников

1. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. М. : Бизнес-школа «Интел-синтез», 2007. 300 с.
2. Сапа А. В. Поколение Z — поколение эпохи ФГОС // Продуктивная педагогика. 2015. № 8 (56). С. 2–9.
3. Вершинина О. Р., Баканов Р. П. Эволюция новых медиа как площадка для профориентационной работы с абитуриентами (на примере вузов УрФО) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2020. Т. 26, № 3 (199). С. 81–95.
4. Тренды молодежной политики в зеркале социальных наук и технологий / А. В. Пономарёв [и др.] ; под общ. ред. А. В. Пономарёва, Н. В. Поповой. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. 260 с.
5. Popova N., Popov D. Automation of production planning in the context of digitalization in the aspect of employees continuing education. Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research // XXIII International Conference

named after professor L. N. Kogan. Ekaterinburg : Ural University Publishing House, 2020. P. 605–611.

6. Профессиональное образование и социальное партнерство в работе с молодежью / А. В. Пономарёв [и др.] ; под ред. А. В. Пономарёва, Н. В. Поповой. М. : Юрайт, 2021. 253 с.

Информация об авторе

Борис Александрович Уфимцев — инженер по подготовке кадров, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия).

Information about the author

Boris A. Ufimtsev — Personnel Training Engineer, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russia).