

Проблема «отцов и детей» достаточно широко представлена в исследованиях российских и зарубежных ученых. Еще чаще и дольше проблема тема поднимается писателями и философами. К сожалению, длительное и всестороннее освещение вопроса пока не то что не помогло создать какие-либо конкретные инструменты для учета интересов и вклада представителей различных поколений в деятельность государства, общества и бизнеса.

И все же, в условиях современного рынка конкурентные преимущества организаций связаны теперь не столько с тем, что это за организация и какие услуги она предлагает. В этой ситуации на первое место выходит талант сотрудников, а способность привлекать, удерживать и мотивировать талантливый персонал становится генеральным фактором успеха Руководителя.

Модель корпоративного поведения каждого нового поколения все больше отличается от правил ведения бизнеса, принятых у предшественников.

Так, Бумеры – поколение оптимистов, идеалистов – установили свои принципы и порядки в компании: ненормированный рабочий день, постепенный подъем по карьерной лестнице, акцент на сертификаты и обучение, официальный стиль одежды, эмоции вне работы.

Поколение X с их принципом «вся наша жизнь – борьба» все чаще и порой агрессивно смещает с управленческих позиций Бумеров, уже выходящих на пенсию. Иксы переносят акцент на практический опыт человека. Для них важно быть не просто лучшими, но еще и уникальными. Friday casual (неформальный внешний вид в пятницу) – заслуга этого поколения. Они понимают, что эмоции помогают в деле, поэтому и на работе продолжают проверять отношения, уделяют много внимания корпоративной культуре и командообразованию?

Представители поколения Y тоже далеко не всегда готовы безоговорочно подчиняться жестким корпоративным стандартам и стремятся быть эффективными при еще большей степени свободы. Игреки выросли в эпоху виртуального мира, компьютеров, новых технологий. Они по-другому видят процессы, быстрее учатся и лучше ориентируются в цифровом пространстве, но именно поэтому им сложнее коммуницировать в реальности.

Их интересуют места, вещи, которые в большей степени отражают их ценности, индивидуальность, особенности. Предыдущее поколение X тоже ценит индивидуальность, но для них это дело принципа, своеобразная демонстрация всем своих сил и возможностей. Для Игреков индивидуальность – это норма, особенно в условиях широчайшего выбора.

Они готовы к работе с полной отдачей, но ждут за это немедленного вознаграждения и обязательно полноформатной обратной связи. Они требуют к себе много внимания, но готовы учиться и подчиняться, поэтому охотно идут на стартовые позиции. При этом для Игреков важна брендовость компании и морально-этическая сторона бизнеса.