



Лукомская Светлана Михайловна
Студент гр. ДМЕ-231,
Минский филиал
РЭУ им. Г. В. Плеханова

ПОКОЛЕНИЕ Z НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ: КАК ПРИВЛЕЧЬ И МОТИВИРОВАТЬ МОЛОДЫХ ПРОФЕССИОНАЛОВ

الجيل Z في مكان العمل: كيفية جذب وتحفيز المهنيين الشباب

Аннотация: Поколение Z требует адаптации работодателей к их уникальным потребностям и ценностям. Мотивация молодых профессионалов основана на самореализации, свободе выбора и социальной ответственности. Компании должны использовать современные технологии и предлагать возможности для обучения, чтобы успешно взаимодействовать с зумерами.

Ключевые слова: поколение Z, мотивация, самореализация, технологии, обучение.

الخلاصة: يُطالب الجيل Z أصحاب العمل بالتكيف مع احتياجاتهم وقيمهم الفريدة. يعتمد دافع المهنيين الشباب على تحقيق الذات وحرية الاختيار والمسؤولية الاجتماعية. يتعين على الشركات الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة وتقديم فرص التدريب للتعامل بنجاح مع مستخدمي تطبيق زوم. الكلمات المفتاحية: الجيل Z، الدافعية، تحقيق الذات، التكنولوجيا، التدريب.

المدرب
العلمي



Смолякова Ольга Мечеславовна
к.э.н., доцент кафедры
менеджмента, учета и финансов
Минский филиал
РЭУ им. Г.В.Плеханова

د. أولجا ميتشيسلافوفنا سمولياكوفا
استاذ مشارك بقسم الإدارة والمحاسبة والمالية
بجامعة بليخانوف الروسية للحكومية للاقتصاد فرع
مينسك

Введение

Поколение Z, состоящее из молодых людей, родившихся в 90-х и начале 2000-х, вступает в рабочую силу с новыми взглядами и подходами. Эти сотрудники активно ищут возможность самореализации и не готовы жертвовать личными интересами ради карьеры. Их уникальные ценности и предпочтения требуют от работодателей адаптации к изменяющимся условиям труда. Важно понимать, что мотивация зумеров основана на внутреннем стремлении к свободе и самоутверждению, а также на внешних факторах, таких как конкурентные зарплаты и возможности роста. В данной статье мы рассмотрим, как компании могут эффективно взаимодействовать с этим поколением, используя современные технологии и подходы к обучению, чтобы привлечь и удержать таланты нового времени [1-3].

المقدمة

يدخل الجيل Z، المكون من الشباب الذين ولدوا في التسعينيات وأوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، إلى سوق العمل بأفكار وتوجهات جديدة. يسعى هؤلاء الموظفون بنشاط إلى البحث عن فرص لتحقيق الذات وليسوا مستعدين للتضحية بمصالحهم الشخصية من أجل مهنة. تتطلب قيمهم وتفضيلاتهم الفريدة من أصحاب العمل التكيف مع ظروف العمل المتغيرة. من المهم أن نفهم أن دوافع الأشخاص الذين ولدوا بعد فترة الزوم تعتمد على رغبة داخلية في الحرية وتأكيد الذات، فضلاً عن عوامل خارجية مثل الرواتب التنافسية وفرص النمو. في هذه المقالة، سنلقي نظرة على كيفية تمكن الشركات من التواصل بشكل فعال مع هذا الجيل باستخدام التقنيات الحديثة وأساليب التعلم لجذب المواهب الجديدة والاحتفاظ بها [1-3].

نتائج المناقشة

Поколение Z, состоящее из людей, рожденных в 90-х и начале 2000-х, активно входит в трудовую сферу. Эти молодые сотрудники не готовы жертвовать личными интересами ради работы, что требует от работодателей нового подхода. Понимание их ценностей и мотивации, основанной на условиях среды и исторических событиях, становится необходимым для эффективного взаимодействия [1].

Мотивация делится на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя включает мечты, самоутверждение и свободу выбора. Внешняя связана с материальными вознаграждениями и карьерными возможностями. Чтобы привлечь зумеров, компаниям нужно активно использовать интернет и социальные сети, так как для них важна цифровая репутация [2].

Зумеры также ценят социальную ответственность и заботу об экологии, что подтверждается опросами. Они открыты к новым подходам и легко справляются с ошибками, но сталкиваются с проблемами клипового мышления, что затрудняет усвоение объемной информации. Многие из них считают традиционное высшее образование излишним и предпочитают практические навыки.

Для мотивации зумеров работодатели должны предлагать конкурентные зарплаты и возможности для карьерного роста. Важно создавать условия для постоянного обучения, используя игровые механики и мобильные приложения, что сделает процесс более привлекательным.

Современные зумеры выросли в свободной обстановке и ценят личные границы, поэтому авторитарный стиль управления будет неэффективен [3]. Работодателям следует находить баланс между поддержкой и автономией, чтобы не снижать мотивацию. Правильный подход к взаимодействию с поколением Z позволит компаниям извлечь максимальную пользу из их потенциала и обеспечить конкурентоспособность в будущем.

النتائج والمناقشة

إن الجيل Z، الذي يتألف من الأشخاص الذين ولدوا في التسعينيات وأوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، يدخل سوق العمل بشكل نشط. هؤلاء الموظفين الشباب ليسوا مستعدين للتضحية بمصالحهم الشخصية من أجل العمل، الأمر الذي يتطلب نهجاً جديداً من أصحاب العمل. إن فهم قيمهم ودوافعهم بناءً على الظروف البيئية والأحداث التاريخية يصبح ضرورياً للتفاعل الفعال [1].

ينقسم الدافع إلى داخلي وخارجي. أما الجانب الداخلي فيتضمن الأحلام وتأكيد الذات وحرية الاختيار. أما الجانب الخارجي فيتعلق بالمكافآت المادية وفرص العمل. لجذب المستخدمين، تحتاج الشركات إلى استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل نشط، حيث أن السمعة الرقمية مهمة بالنسبة لهم [2].

ويقدر أبناء جيل الزوم أيضاً المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بالبيئة، وهو ما تؤكد الاستطلاعات. إنهم منفتحون على الأساليب الجديدة ويمكنهم التعامل بسهولة مع الأخطاء، ولكنهم يواجهون مشاكل مع التفكير المختصر، مما يجعل من الصعب استيعاب كميات كبيرة من المعلومات. ويرى الكثير منهم أن التعليم العالي التقليدي غير ضروري ويفضلون المهارات العملية.

لتحفيز الموظفين الجدد، يجب على أصحاب العمل أن يقدموا رواتب تنافسية وفرصاً للتقدم الوظيفي. ومن المهم تهيئة الظروف للتعلم المستمر باستخدام آليات اللعبة وتطبيقات الهاتف المحمول، مما يجعل العملية أكثر جاذبية.

نشأ أطفال الزومبي المعاصرون في بيئة حرة ويقدرون الحدود الشخصية، لذا فإن أسلوب الإدارة الاستبدادي سيكون غير فعال [3]. ويحتاج أصحاب العمل إلى إيجاد توازن بين الدعم والاستقلالية لتجنب انخفاض الدافع. إن النهج الصحيح للتعامل مع الجيل Z سوف يسمح للشركات بتعظيم إمكاناتها وضمان قدرتها التنافسية في المستقبل.

Заключение

Понимание потребностей поколения Z и адаптация к их ценностям являются ключевыми для успешного взаимодействия на рабочем месте. Работодатели должны создавать условия для самореализации и предлагать возможности для обучения, что позволит привлечь и удержать молодых профессионалов. Открытость к новым подходам и уважение к личным границам станут залогом успешного сотрудничества с зумерами.

الخاتمة

إن فهم احتياجات الجيل Z والتكيف مع قيمهم هو مفتاح المشاركة الناجحة في مكان العمل. يتعين على أصحاب العمل خلق الظروف لتحقيق الذات وتوفير فرص التدريب لجذب المهنيين الشباب والاحتفاظ بهم. إن الانفتاح على الأساليب الجديدة واحترام الحدود الشخصية سيكونان مفتاح التعاون الناجح مع مستخدمي تطبيق زوم.

المراجع والمصادر

1. ЛАНИТ и Институт национальных проектов провели исследование нового поколения, выходящего на рынок труда (lanit.ru). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lanit.ru/press/archive/lanit-i-institut-natsionalnykh-proektov-proveliissledovanie-novogo-pokoleniya-vykhodyashchego-na-ry/> (дата обращения: 16.12.2024).
2. Егорова Е.В. Особенности мотивации студентов поколения z при смешанном обучении // Международный журнал экспериментального образования. – 2022. – № 6. – С. 20-25; URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=12105> (дата обращения: 18.12.2024).
3. Суховская Д.Н. Социологическое исследование поведенческой моды поколения Z: зумеры и практики филантропии // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2022. № 66. С. 160–178.