

Поколение "Y" на рынке труда: профессиональные ориентации

Научный руководитель – Смирнова Анна Геннадьевна

Родригез Милана Элиадовна

Студент (магистр)

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

E-mail: mila-na.ru@mail.ru

На сегодняшний день российские трудовые ресурсы в подавляющем большинстве состоят из представителей поколения «Y» (1987-1999 гг. рождения) и поколения «X» (1969-1986 гг. рождения). Поколение «Y» специфично и непонятно представителям других поколений. Они живут сегодняшним днем и не строят планы надолго; хотят не просто зарабатывать деньги, но и получать удовольствие от дела. Они творчески подходят к решению профессиональных задач, но при этом быстро теряют интерес и ориентированы на поиск новых задач или сфер деятельности. В результате, как отмечают некоторые эксперты, «российский бизнес столкнулся с новым вызовом. На сцену вышло поколение «Y». Оно перевернуло привычные представления о том, как управлять и как продавать» [2]. В связи с этим актуальными становятся исследования, направленные на изучение профессиональных ориентаций представителей поколения «Y». В русле поставленной проблемы, профессиональные ориентации рассматриваются с точки зрения профессионального самоопределения субъекта, планировании выбора карьерной стратегии с учетом ситуации на рынке труда и собственных профессиональных интересов.

Весной 2017 года было проведено исследование, направленное на изучение профессиональных ориентаций двух поколений - «X» («икс») и «Y» («игрек»). Сравнительный анализ позволил проверить предположение о существовании различий профессиональных ориентаций представителей двух поколений.

В исследовании, методом анкетного опроса, приняли участие работающие жители города Ярославля: 50 человек - представители поколения «Y», 50 человек представители поколения «X». Анкета состоит из 37 вопросов. Вопросы направлены на выявление ценностных ориентаций молодежи, включая трудовые ценности и карьерные стратегии. Обработка результатов исследования проводилась в программе SPSS Statistics.

Получены следующие результаты, позволившие описать особенности профессиональных ориентаций представителей поколения «Y».

Во-первых, поколение «Y» стремится к обучению, саморазвитию и получить ценный опыт. Так, 60% хотят продолжать свое обучение, чтобы продвинуться по служебной лестнице на работе. В качестве одного из способов саморазвития поколение «Y» выделяет возможность получения профессионального опыта за рубежом. На вопрос - «Заинтересованы ли Вы в том, чтобы Ваша работа имела какую-либо международную составляющую?» значительная часть респондентов ответила (37%) - предпочитает проживать в России и совершать деловые поездки, и еще 26,5 % будут рады участвовать в международных проектах при условии, что у них не будет необходимости выезжать за границу.

Во-вторых, поколение «Y» является наиболее мобильным, и с готовностью меняет место работы. Например, на вопрос «Сколько раз Вы меняли место работы в год», «Y» ответили 1 или 2 раза (32%). В свою очередь, представители поколения «X» ответили, что не меняли работу в течение года (30%), для поколения «X» важна стабильность.

В-третьих, поколение «Y» необходимо мотивировать новыми и интересными заданиями. При выборе рабочего места, важным фактором выступает - интересная работа - 64%.

Далее следует: удобный график работы - 40%, высокая заработная плата - 36%, профессиональный рост - 34%. Для поколения «X» наиболее важным является близость работы к дому (18%) и социальный пакет (18%), в отличие от «Y», которые игнорируют данные позиции.

Немаловажным фактором для поколения «Y» является финансовая позиция. Высокий базовый оклад, возможность зарабатывать денежные премии, повышение зарплаты (60%) - все эти пункты являются мотиваторами улучшения работоспособности для представителей поколения «Y». Для поколения «X» данный фактор не менее значим (62%), деньги - это не самоцель, они служат средством для достижения высокого положения в обществе.

В-четвертых, поколение «Y» - индивидуалисты, которым важно выразить свою точку зрения [1]. Они сосредоточены на ценностях идентичности и индивидуальности. При выборе профессии представители поколения «Y» руководствуются, в первую очередь, личными интересами (66%) и личными профессиональными планами (36%). Далее следуют: востребованность профессии (22%), престиж профессии (20%). Иерархия позиций у представителей поколения «X» примерно такая же: личные интересы (56%), личные профессиональные планы (20%), востребованная профессия (16%). Вместе с тем, можно описать и отличающиеся основания выбора профессии. Так, представители поколения «Y» по сравнению с поколением «X», больше ориентируются на профессиональный рост (16%). В свою очередь, представители поколения «X» желают быть полезными в обществе, но при этом хотят, чтобы работа оставляла больше свободного времени (16%).

Представители поколения «Y» заинтересованы в открытии собственного бизнеса (60%). Такое стремление к независимости, скорее всего, обусловлено контекстом недавнего коммунизма, коллективизма и распространения государственных предприятий. Поколение «Y» максимально использует возможности, возникшие в условиях свободной экономики; хотят получить больше возможностей контролировать свою судьбу, совершенствовать свои навыки и способности, и строить собственную финансовую независимость.

Обобщая результаты, мы можем сделать вывод, что поколение «Y» обладает особыми профессиональными ориентациями, которые отличают его от своих предшественников. Работодателям необходимо принять новую стратегию поведения с поколением «Y». Отделы по работе с персоналом должны учитывать очевидные факторы, такие как: достойный уровень заработной платы, гибкий график, возможность обучения и развития, быстрое продвижение по служебной лестнице. Другими важными факторами, привлекающими сотрудников, являются: участие в международных проектах, возможность общаться с иностранными коллегами или кратковременные командировки, находят большой отклик у данного поколения. Возможность рассказать кандидатам про вышеперечисленные условия лично на собеседовании или через каналы социальных медиа сильно увеличит шансы привлечь лучших специалистов.

Источники и литература

- 1) Хомякова Е. И. "Поколение Y" в контексте социального взаимодействия в современном обществе // Известия Томского политехнического университета. 2011. Т. 319. №6: Экономика. Философия, социология и культурология. С.153-156.
- 2) Фуколова Ю. Игрек неизвестный. Плюс-минус «игрек». Как живет и покупает поколение чудес // Коммерсантъ. Секрет фирмы, 2014. № 6 [электронный ресурс] // Режим доступа - <http://www.kommersant.ru/doc/2483995>