

И.С. Пинигина

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ РИСКИ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ КОЛЛЕКТИВОМ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

I. Pinigina. Socio-cultural risks of workforce management in the context of the theory of generations

Аннотация. В современных условиях актуализируется проблематика взаимосвязи и совместимости мнений, ценностей и интересов различных социально-профессиональных групп. Научное и профессиональное сообщества находятся в поиске новых механизмов управления трудовыми коллективами, включающими представителей различных поколений с отличающимися ценностями и интересами, в т.ч. в составе управленческой команды. В данной статье исследуются социально-культурные риски, связанные с межпоколенческими различиями и возможности повышения эффективности управленческой команды, включающей представителей различных поколений.

Ключевые слова: теория поколений, возрастная диверсификация, управленческие риски, молодёжь, ценности, команда.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Abstract. Nowadays, much attention is paid to the representation of different opinions and interests of different categories of people in all areas of activity. In particular, the opinion about the need for the presence of representatives of different generations in the management teams of firms remains ambiguous. This article explores some of the aspects in which there are differences across generations and the reasons for the effectiveness of a multigenerational management team.

Keywords: theory of generations, age diversification, management risks, youth, values, team.

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint Petersburg, 193023; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

В современных условиях актуализируется проблема плюрализма мнений, различия ценностных ориентаций во всех областях жизнедеятельности, в т.ч. различий между гендерными, возрастными, статусными, профессионально-квалификационными группами, в том числе экономической сфере. Согласно ежегодному опросу корпоративных директоров РwС, проведенному в 2021 году, большинство российских директоров, прошедших его, поддерживают ценность разнообразия для советов и компаний (89% опрошенных). Однако, заметно, что, в первую очередь, они имеют в виду разнообразие бизнес-опыта: 95% руководителей отметили это. Разнообразие личностных характеристик (в числе которых возраст, гендер, раса и этническая принадлежность) имеет ценность только для 33% опрошенных [6].

Характеристики поколений. Теория поколений является одной из наиболее распространённых концепций, объясняющих различия между людьми, рождёнными в разные временные промежутки. Теория была предложена Уильямом Штраусом и Нилом Хау в 1991 году в их совместной книге «Поколения». Она была разработана на основе истории США. Существуют её адаптации под историю России: например, классификация современных российских поколений, представленная В.В. Радаевым – руководителем Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ «ВШЭ».

Пинигина Ирина Сергеевна - студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

I. Pinigina - student of St. Petersburg State University of Economics.

©Пинигина И.С., 2023

В статье будут использоваться наиболее распространённые наименования поколений: поколение бэби-бума, поколение X, поколение Y и поколение Z.

Поколение бэби-бума (1943-1962 г.р.). Это преимущественно послевоенное поколение, которое взросло в период «брежневского застоя». Представителям этого поколения приписывается «психология победителей», так как для них главным примером для подражания являлись их родители, прошедшие Великую Отечественную войну. Более того, в период их взросления началось покорение космоса и гонка вооружений, а СССР стала одной из ведущих мировых держав, что сказалось на формировании культурно-ценностных установок этого поколения. Также для бэби-бумеров характерны такие черты, как вера в прогресс, оптимизм, коллективизм и командный дух [12].

Поколение X (1963-1981 г.р.) или Неизвестное поколение. Ценности представителей этого поколения формировались до 1993 года. На них оказали значительное влияние такие события, как «перестройка» (1985-1991 гг.), продолжение холодной войны (1946-1990 гг.) и война в Афганистане (1979-1989 гг.). В глазах народа эти события преимущественно имели негативный окрас. Люди, причисляющиеся к этому поколению, часто описываются как индивидуалисты и прагматики, для них важно иметь возможность выбора, стремиться к равноправию и искать способы получения новых знаний [12].

Поколение Y (1982-2000 г.р.) или поколение Миллениума. Взросление этого поколения пришлось на 2000-е и 2010-е годы – более стабильный и благополучный период по сравнению с предыдущими [8]. На формирование ценностно-культурных ориентиров этих людей повлияли повсеместное распространение мобильных телефонов и сети Интернет, развитие цифровых технологий, мировой экономической кризис (2008) и теракты (например, падение башен-близнецов в Нью-Йорке, 2001 г.). В систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как ответственность, гражданский долг и мораль, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение [12].

Поколение Z (2001-2016 г.р.) или поколение центениалов. Становление ценностей этого поколения ещё не окончено. На их развитие влияют события из недавнего прошлого и настоящего нашей страны и мира в целом: развитие Интернета и массовое распространение смартфонов, пандемия COVID-19 (2020-2021 гг.), специальная военная операция (2022 г. – н.в.), популяризация социальных сетей и нейросетей. Иностранные исследователи выделяют в представителях этого поколения такие черты, как многозадачность, активность, креативность и амбициозность, но при этом многие из них испытывают эмоциональный дискомфорт при долгой отлучке от Интернета и имеют проблемы с концентрацией внимания [13].

В 2022 году среди платежеспособного населения России доля представителей поколения X составляла 27%, поколения Y – 26%, поколения бэби-бума – 19% и поколение Z – 6% [11]. Вместе с тем, существуют ряд ограничений в применении теории поколенческих различий. Так, стоит отметить, что границы поколений в рассматриваемой теории весьма размыты. Из-за этого границы поколений различаются в интерпретации ученых. Подобные несоответствия не только создают сложности при попытке отнесения человека к тому или иному поколению, но и делают деление весьма условным.

Аспекты межпоколенных различий. По результатам исследований, для разных поколений характерно несовпадение ценностей, различия в представлениях о деловой этике и риске, разная степень подверженности влиянию новых технологий и социальных сетей. Рассмотрим подробнее различия в восприятии смысла трудовой деятельности, представлений о нормах деловой этики восприятии риска. Так, представители молодого поколения преимущественно ориентируются на достижение индивидуального успеха и материального благополучия (для 64,5% молодых респондентов высокий заработок был одной из главных жизненных ценностей). Помимо этого, отмечается падение престижа

добросовестного труда, честности, коллективизма, работы на благо общества в представлениях молодёжи. Молодежь не осознаёт прямой зависимости между трудом и зарабатыванием денег и стремится быть максимально свободной от трудовой деятельности. Более половины респондентов вообще не стали бы работать, если бы имели такую возможность (были материально обеспечены) [8].

В аспектах деловой этики представителям поколения У более свойственно стремление подчеркнуть свою привлекательность даже в рабочей одежде, настаивать на своей позиции, вкладывать деньги в собственный рост, создавать свой бизнес и не руководствоваться гендерными признаками при утверждении кандидатуры на руководящую должность [4].

Доказано, что для молодёжи ценна возможность самореализоваться и обеспечить материальное благополучие, в то время как для старшего поколения, как правило, важнее иметь стабильную, хоть и низкооплачиваемую работу и ориентироваться преимущественно на коллективные ценности [4]. Также в ходе исследования выяснилось, что молодые люди стремятся к независимости и самостоятельности, отличаются активной жизненной позицией и умением проявлять свои сильные стороны, при этом они могут вести себя некорректно по отношению к начальнику или партнёру по бизнесу [4].

В аспектах восприятия рисков у представителей разных поколений тоже имеются значительные различия. Стоит отметить, что термин «восприятие рисков» в данном контексте не отождествляется с понятием «готовность к риску». Речь идёт скорее о представлениях, которые сложились о риске у представителей разных поколений, об ассоциациях, которые он у них вызывает.

Представления о риске как об отваге, смелости и решительности характерны для представителей старшего поколения, а для молодёжи риск в первую очередь ассоциируется с трудностями (в том числе опасностью, непредсказуемостью). Объяснением подобного феномена можно считать то, что с возрастом и приобретением нового жизненного опыта, человек чаще сталкивается с ситуациями принятия риска. Можно заметить, что с возрастом меняется отношение к риску: значение приобретает так называемый «опыт риска». Те люди, которые в своей жизни рисковали неоднократно, воспринимают риск как добро [5].

Стоит отметить также межпоколенческие различия в использовании социальных сетей. Данные статистики подтверждают, что в каждом следующем поколении доля пользователей социальных сетей увеличивается. Так, среди людей, родившихся в 50-х и 60-х годах XX века, социальными сетями пользуются 55%, среди родившихся в 70-х – уже 69%, а среди поколений рождённых в 80-х и 90-х – 86% [9].

Тот факт, что абсолютное большинство миллениалов являются активными пользователями соцсетей, говорит о большей подверженности этого поколения рискам, связанным с ними. Выявлено, что сравнение себя с другими людьми, которое всегда присутствует при пользовании социальными сетями, может усилить негативные чувства по отношению к себе и другим, а это повышает вероятность возникновения депрессии [3]. В 2018 году экспериментально доказано, что снижение времени, затрачиваемого на соцсети, позитивно влияет на человека: уменьшается чувство одиночества и меньше проявляются симптомы депрессии [2].

Рассмотренные различия позволяют сделать вывод, что молодые люди более подвержены возникновению психологического дискомфорта или психических расстройств ввиду своей повышенной активности в социальных сетях, чем старшие поколения. Это становится рискогенным фактором для организаций и предприятий, снижая продуктивность, потому что молодые работники могут чаще «выгорать» в профессиональном плане, брать отгулы или неоплачиваемые отпуска, чтобы восстановить здоровье. Этот фактор может оказать влияние на области деятельности, значительную часть рабочих мест которых занимают молодые специалисты, например, в сфере продаж, консультирования и гостеприимства [7]. Некоторые работодатели, реагируя на этот запрос,

начинают включать психологическую помощь в социальный пакет. В исследовании HeadHunter выяснилось, что молодые сотрудники компаний склонны больше подчёркивать важность эмоционального здоровья: в возрастных группах 18-24 и 25-34 его отметили 77% и 72% опрошенных соответственно [1].

Управленческие риски, связанные с возрастным разнообразием. Учитывая рассмотренные выше различия в восприятии смысла трудовой деятельности, представлений о нормах деловой этики, восприятии риска и каналах социальной коммуникации, можно сделать вывод, что представленность разных поколений среди руководителей предприятий и организаций приводит к большему разнообразию мнений [10]. Как следствие, межпоколенческие различия станут управляемым фактором возрастания инновационности принимаемых решений.

Не стоит забывать о том, что совокупность характеристик, приписываемых разным поколениям, не является абсолютной и исчерпывающей. Личность каждого человека уникальна, она не может быть описана только теми чертами, которые, согласно теории поколений или общественному мнению, должны в ней проявляться. То есть, команду нужно формировать в первую очередь из людей, совместимых друг с другом в работе, а уже во вторую – из представителей разных поколений, если это необходимо для увеличения результативности рабочего процесса. Для специалистов, ориентирующихся на теорию поколений в работе (например, маркетологам или менеджерам по персоналу), большую ценность представляют характеристики, которые приписываются представителям разных поколений, а не их возраст.

Таким образом, команда, собранная из представителей трёх или даже четырёх поколений, более результативна, чем монокоманда – команда, состоящая преимущественно (или исключительно) из одного поколения, – за счёт того, что она охватывает больший диапазон мнений при рассмотрении кейсов и принятии решений. Однако для подобного эффекта необходима индивидуальная совместимость её участников между собой.

Литература

1. HeadHunter: психологическая помощь стала востребованным запросом в соцпакете для сотрудников [Электронный ресурс] // Ведомости – 14.12.2022. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/career/articles/2022/12/14/955239-psihologicheskaya-pomosch-sotrudnikov> (дата обращения: 27.01.2023).
2. Hunt M. G., Marx R., Lipson C., Young J. No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression // Journal of Social and Clinical Psychology. - 2018. - №Т. 37, вып.10
3. Renae A. Merrill, Chunhua Cao, Brian A. Primack Associations between social media use, personality structure, and development of depression // Journal of Affective Disorders Reports. - 2022. - №10.
4. Голдырева В.А. Представления россиян о деловой этике: межпоколенные различия // Вестник Пермского университета. – Пермский Государственный Университет, 2014. – №1 (17). – С. 111-121.
5. Кленова М.А. Социальные представления о риске // Известия Саратовского университета. – Саратовский государственный университет, 2011. – Т.11, вып. 2. – С. 58-62.
6. Опрос PwC: что члены советов директоров считают основной антикризисной мерой [Электронный ресурс] // Executive.ru. – 02.07.2021. Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/sections/hr-news/news/2095698-opros-pwc-chto-chleny-sovetov-direktorov-schitaut-osnovnoi-antikrizisnoi-meroi> (дата обращения: 27.01.2023).
7. Подцероб М. Работодатели нанимают все больше молодых специалистов [Электронный ресурс] // Ведомости. – 23.07.2021. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2021/07/23/879299-rabotodateli-nanimayut> (дата обращения: 03.02.2023)
8. Потёмкин В.К. Самопознание, самопоиск и саморазвитие молодежи в современной России // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. - 2021. - №4. - С. 61-68.
9. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. - 2018.- №3 - С. 15-33.
10. Хайкин Е. Стоит ли пускать за руль молодых [Электронный ресурс] // RuGenerations – российская школа Теории поколений. – 26.02.2020. URL: <https://rugenations.su/2020/02/26/> (дата обращения: 10.11.2022).
11. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 01.01.2022: статистический бюллетень // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – М., 2022.

12. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений [Электронный ресурс] // Психология и бизнес. Режим доступа: <https://psycho.ru/library/2581> (дата обращения: 05.02.2023).

13. Щигарева М. Поколение активистов. Зумеров считают глупыми и зависимыми от интернета. Почему именно они изменяют мир к лучшему? [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – 06.05.2022. Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2022/05/06/webgenz/> (дата обращения: 05.02.2023).

DOI: 10.24412/1994-3776-2023-1-122-126

УДК: 316.35

А.А. Тараканова, А.А. Чекакина

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ИННОВАЦИИ И РИСКИ

A. Tarakanova, A. Chekasina. Human capital: innovations and risks

Аннотация. В статье рассмотрено понятие человеческого капитала с точки зрения разных ученых, его структурные элементы. Авторами изучены характерные черты человеческого капитала, отличающие его от других видов капитала, приведены особенности. В результате исследования авторы представили рекомендации по формированию человеческого капитала и его развитию в организации.

Ключевые слова: человеческий капитал, организация, формирование, управление, инвестиции, профессионализация.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21; e-mail: alinachekasina@mail.ru, nuta.tarakanova58@mail.ru

Abstract: the article examines the concept of human capital from the point of view of different scientists, its structural elements. The authors have studied the characteristic features of human capital that distinguish it from other types of capital, and the features are given. As a result of the study, the authors presented recommendations on the formation of human capital and its development in the organization.

Keywords: human capital, organization, formation, management, investment, professionalization.

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint-Petersburg, 193023; e-mail: alinachekasina@mail.ru, nuta.tarakanova58@mail.ru

Значимость рассмотрения вопроса, связанного с развитием человеческого капитала, обусловлена возросшим интересом к созидательным способностям человека, их активизации в интеллектуальной деятельности. Современные тенденции управления человеческим капиталом отражают необходимость повышения конкурентоспособности организаций с учетом того, что одним из ключевых факторов повышения конкурентоспособности организации является ее способность раскрыть потенциал персонала и найти новые способы эффективного управления человеческим капиталом.

Процесс формирования человеческого капитала начинается в раннем детстве и продолжается всю жизнь в процессе социализации и профессионализации индивида. В формировании человеческого капитала в детском возрасте ведущая роль принадлежит семье, ближайшему окружению человека, институту образования. В школе формируются основы культурно-нравственного капитала, выявляются и закрепляются индивидуальные способности детей. Процесс социализации продолжается на этапе получения среднего

Тараканова Анна Артемовна – студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Чекакина Алина Андреевна - студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

A.Tarakanova - student of St. Petersburg State University of Economics.

A. Chekasina - student of St. Petersburg State University of Economics.

©Тараканова А.А., Чекакина А.А., 2023