

Менеджмент поколения Z

Матяс И. Д.

Белорусский национальный технический университет

В вузовские аудитории пришли центениалы – представители поколения Z, к которым принято относить тех, кто родился после 2000г. Они – другие. Их называют поколением информационных технологий. Но это не относится исключительно к их навыкам и источнику пополнения информации. Информационные технологии, прежде всего, повлияли на их мировоззрение. Быстро выхватывая необходимую информацию из потока, Z-ты не всегда глубоко прослеживают связи. Зато такой подход формирует мозаичное восприятие мира и скоростную реакцию на изменения. Через пару лет сегодняшние студенты станут полноправными менеджерами в серьезных командах и будут решать насущные бизнес-задачи.

Решать по-другому.

Они умеют работать в условиях многозадачности, но не приемлют рутинных задач. Они сложно воспринимают длинные тексты и не любят дважды возвращаться к одной теме. Они быстро теряют интерес к неактуальной информации, но легко переключаются с задачи на задачу. Они работают с вдохновением, но их вдохновение имеет ограниченный временной отрезок.

Что касается коммуникаций, центениалы ценят социальное признание и трепетно на него реагируют. Жизнь on-line приучила их сверять свои действия с реакцией окружающих. Но это не означает, что они зависимы от чужого мнения и не способны принимать решения. Способны. Но одобрение любят, а к критике относятся с анализом.

Центениалы не приемлют авторитарный режим. Их руководитель должен «включать» мягкий стиль управления и гибко реагировать на ситуации в коллективе с центениалами. Конфликтов не избежать, потому что предыдущие поколения - более упорядоченные и управляемые. Важно конфликты перевести в продуктивное русло. Люди, работающие не только за зарплату, но за идею и интерес - такие поколения были, и в поколенческой теории сделан новый виток. А появление все большего количества бизнесов, специализирующихся на клиентском сервисе и торговле, вполне согласуется с интересами менеджеров поколения Z.

Центениалы - лидеры нового времени, которые должны ответить на новые вызовы конкурентной среды. Сегодня уже недостаточно прогностической стратегии и моделирования, сегодня важны нестандартные, отстроенные от конкурентов проактивные стратегии.