**Теория поколений X, Y, Z, беби-бумеров, альфа в России — их ключевые особенности и различия**

Хотелось бы начать с того, что теория поколений распространяется не только на X, Y, Z, бэби-бумеров и альфа, а также и на многих предыдущих представителей временных отрезков. Но, мы решили освятить актуальные поколения нашего времени, поскольку именно к ним, общество проявляет повышенный интерес: как с ними выстраивать работу, заводить семью и находить общий язык.

**Оглавление:**

* [**Теория поколений — что это**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-1)
	+ [Теория простыми словами](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-2)
	+ [Авторы теории: Штраус и Хоу](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-3)
* [**Поколения X, Y, Z по годам рождения**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-4)
	+ [Различия временных периодов](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-5)
* [**Теория поколений в маркетинге**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-6)
* [**Молчаливое поколение | 1925 – 1944**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-7)
* [**Поколение бэби-бумеров | 1944 – 1967**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-8)
	+ [Ключевые особенности](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-9)
	+ [Как с ними работать](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-10)
* [**Поколение Х (икс) | 1967 – 1984**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-11)
	+ [Характерные особенности](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-12)
	+ [Как с ними работать](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-13)
* [**Поколение Y (игрек) или миллениалы | 1984 – 2000**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-14)
	+ [Характерные особенности](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-15)
	+ [Как с ними работать](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-16)
* [**Поколение Z (зет) или зумеры | 2000 – 2015**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-17)
	+ [Характерные особенности](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-18)
	+ [Как с ними работать](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-19)
* [**Поколение A (альфа) | c 2011**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-20)
	+ [Отличительные признаки](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-21)
* [**Заключительная часть**](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-22)
	+ [Как отличить одно поколение от другого?](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-23)
	+ [Почему временные интервалы поколений постоянно сужаются?](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-24)
	+ [Могут ли поколения смешаться и просто исчезнуть, как класс?](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-25)
	+ [Поколение — это название, а не ярлык](https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/#heading-26)

**Теория поколений — что это**

**Теория поколений** — *это описание временных циклов в истории и связанных с ними характерных особенностей, также взглядов людей, родившихся в определенные хронологические отрезки.* Знание теории будет является полезным инструментом для коммуникации с коллегами по работе, родителями или детьми.

**Возникновение теории —**одним из влияющих факторов в данной ситуации, являются экономические «качели» в мире: подъем, инфляция, стабильность, дефолт и по новой. В последствии каждого временного события меняется привычный уровень комфорта большинства людей, появляются или исчезают профессии и промышленные компании, потребности общества растут или падают. Каждое изменение в определенном хронологическом интервале, воздействует на формирование взглядов молодых людей на жизнь. Однако, система ценностей предыдущего поколения остается, почти, неизменной.

В каждой стране, так называемые, временные периоды — разные. Это объясняется тем, что везде отличаются экономические процессы. Мы не говорим про конкретное время, например, сейчас. Поскольку в связи с пандемией, происходит экономический спад во всем мире. Но, если посмотреть историю за последние сто лет, можно заметить, что всегда, где-то был кризис, а где-то экономический прирост.

Мы обсудим специфику поколений нашей страны за последние 100 лет. Иными словами, тех людей: с которыми живем и работам; которых вспоминаем и чтим. Также мы поговорим о том, чего нам ждать от самого юного поколения — альфа.

Личность каждого человека формируется под влиянием различных факторов: семьи, социума, повседневной обстановки и работы. Однако, большую часть людей из одного поколения связывают некоторые фундаментальные события.

Общие ценности образовываются за счет существенных происшествий в мире или стране. Показателем являются люди, рожденные до войны (1941 год) — они доедают пищу, пока не опустеет тарелка, не выкидывают сломанные вещи, а чинят их и всегда имеют резервы на черный день, в виде: финансов и продуктов. Их принципы заколачивались в обстоятельствах, тяжелых для нашего понимания: дефицит еды, тепла и даже жилья. С тех пор прошло почти 80 лет, но нынешняя роскошь и переизбыток всего, вышеперечисленного, никак не повлияют на их сложившиеся мировоззрение. Поскольку ключевые ценности, почти не измены. Они вырабатываются примерно до 20 – 25 лет и сохраняются на всю жизнь. Это и является фундаментом, определяющим сознание человека.

Также серьезное влияние на общество оказывают СМИ, которые внушают различные продукты, в виде социальных и морально-общественных норм. Более подробно с теорий массового внушения, вы можете ознакомиться в нашей статье: [Окна Овертона](https://prostudio.ru/journal/windows-overton/).

Часто происходит так, что между поколениями возникают возрастные недопонимания. Мы ругаемся со своими детьми и родителями, как по серьезным причинам, так и по мелочам. Психологи во всем мире изучают данную проблему на протяжении многих лет. Возникает множество заключений на эту тему, но вопрос до сих пор остается открытым: почему между людьми, которые появились на свет с незначительной разницей в возрасте (10 – 20 лет), может возникать такая колоссальная разница во взглядах на жизнь.

Еще одним значительным фактором различия в современном мире, среди поколений людей: X, Y, Z, является развитие в науке, технике и способах передачи информации. Шаг за шагом стирается разница между материальным и виртуальным миром. Следовательно, постоянные изменения в жизнедеятельности социума неизбежны.

Казалось бы, еще недавно люди осваивали первичные коммуникации сотовой связи. Зато сейчас знакомые общаются в социальных сетях, а компании продвигают перечень своих услуг, через [создание корпоративных сайтов](https://prostudio.ru/developing-corporate-site/) и интернет-магазинов. Что является крайне тяжелым аспектом для восприятия людей старой закалки.

На сегодняшний день биржа труда пополняется миллионами молодых людей и девушек. Их подход к работе и построение схемы ведения переговоров, в корне, отличаются от предшественников. Нельзя сказать, что это лучше или хуже — данные изменения нужно принять как факт.

Однако, многих предпринимателей из предыдущего поколения волнует вопрос, как находить способы общения со вчерашними детьми. А именно, инструменты для мотивации, чтобы повысить работоспособность и коэффициент полезного действия.

**Теория простыми словами**

Поколение — это общественная группа людей, родившихся в один хронологический промежуток времени, которые росли в аналогичных условиях.

Смысл теории в том, что каждые 20 – 25 лет, на свет появляются люди, мировоззрение которых не схоже с убеждениями предшественников. Ее основная задача, объяснить причины недопонимания между людьми, с существенной разницей в возрасте и, тем самым, раскрыть способы общения с каждым из них.

Теория поколений сопряжена с временными периодами экономического роста в государствах. Поэтому данный материал будет особенно полезен для тех, кто заинтересован в маркетинге и экономике.

На сегодняшний день теория используется на практике, поскольку она очень действенна для построения коммуникации с людьми разных поколений.

Также социологи считают, что текущее общество невозможно объединить в одно целое. Что еще раз побуждает прибегнуть к разбору теории поколений: X, Y, Z, бэби-бумеров и альфа.

В данной статье мы обсудим разницу между ними. Мы подобрали перечень рекомендаций, которые помогут находить подход к целевой аудитории из разных возрастных категорий: в жизни, бизнесе и работе. Давайте все рассмотрим по порядку.

**Авторы теории: Штраус и Хоу**

Основоположниками теории поколений были два Американских исследователя: **Нейл Хоу** и **Уильям Штраус**. В 1991 году они разработали концепцию, основанную на расхожей философии людей разного возраста, выпустив книгу «Generations» (Поколения). В книге разбирается история каждого поколения, живущего в разные временные отрезки в США, начиная с 1584 года. Затем в 1997 году, они выпустили новую книгу «The Fourth Turning» (Четвёртое превращение), в которой издатели более подробно разбирают суть теории и рассказывают о том, что в большинстве случаев, поколения делятся на 4 различных категории, которые сменяют друг друга каждые 20 лет. А затем, модели поведения повторяются, иными словами цикл 4 поколений запускается по новой.

Невзирая на то, что теория Хоу и Штрауса стала очень известной и признанной во многих общественных слоях, в академической среде их заключения восприняли не однозначно: некоторые восхищались их нестандартным видением данной ситуации, а другие наоборот — критиковали. Поскольку делали акцент на том, что временные даты указанных социальных перемен, очень неточные и упрекали издателей в том, что они существенно приукрасили разницу между представителями поколений.

**Поколения X, Y, Z по годам рождения**

Как вы уже могли понять, между типами поколений существуют отличия во взглядах и восприятии многих вопросов. Поэтому важно знать временные интервалы между ними, для того, чтобы понимать кто есть кто.

**X, Y, Z и остальные, по годам**:

* величайшее поколение (1901 – 1925);
* молчаливое поколение (1925 – 1944);
* поколение бэби-бумеров (1944 – 1967);
* поколение Х (1967 – 1984);
* поколение Y — миллениалы (1984 – 2000);
* поколение Z (2000 – 2011);
* поколение альфа (с 2011).

**Различия временных периодов**

Границы варьируются в радиусе трех лет. Дело в том, что в различных регионах, многие последствия событий происходили в разное время. Нельзя забывать о том, что множество людей переезжало из одного города в другой, а также стран.

Отчетливый пример, распад СССР. Если брать именно Россию, первые шаги к распаду начались в 1985 году, когда генеральный секретарь ЦК КПСС Михаил Горбачев объявил о начале осуществления пакета реформ, в последствии получивший термин — перестройка. Данное событие реализовывалось на протяжение 6-ти лет. 25 декабря 1991 году, было официально засвидетельствовано, что последствия, в виде хронического товарного дефицита и превышения смертности над рождаемостью, распространились по всей стране.

Поэтому годы рождения поколений зависят от страны или региона, о которых мы говорим. В нашей сводке, мы постарались сгенерировать среднее значение между всеми городами в России.

**Характерные особенности и различия поколений X, Y, Z**

Мы понимаем, что многие читатели хотят увидеть общие сведения по каждому поколению, объединенные в связку, в виде сравнения каждого представителя с его предшественником или потомком, чтобы определить, чем одни отличаются друг от друга. Однако, к сожалению, не все так просто — чтобы воспринимать реальную разницу между поколениями, необходимо ознакомиться с историей формирования взглядов каждого из них, поскольку общие характеристики не смогут дать вам полной картины для понимания. Поэтому, если у вас нет времени на подробное изучение данного вопроса, мы составили краткое сравнение всех актуальных представителей каждого временного отрезка. Но, мы рекомендуем ознакомиться более детально с каждым из них, после прочтения данной информации.

1. Молчаливое поколение — по названию можно догадаться, что они отличаются от своих потомков тем, что лишний раз стараются не высказываться на различные темы, особенно про политику или экономику, в связи с их неблагоприятным опытом в жизни. Также они верят в продуктивность нашей медицины и отличаются способностью грамотно распределять свой бюджет, для того, чтобы были сбережения на «черный день».
2. Бэби-бумеры — в отличие от предшественников, данная категория людей очень любит порассуждать на тему проблем в нашем государстве или мире. Верят в светлое будущее нашей страны, следовательно, готовы работать без продыху, во блага государства. Из-за постоянных переработок, они мало уделяли время своим вторым половинам и детям. Поэтому, в их временной период был повышенный показатель разводов и их дети выросли самостоятельно, воспитываясь «улицей» или вожатым в летнем лагере.
3. Иксы — насмотревшись на так называемые недочеты родителей, они сделали определенные выводы и в корне поменяли свои взгляды и приоритеты. Они также отличаются повышенной трудоспособностью. Однако, тратить все свои силы и время на работу, они готовы, уже не во благо родины, а своего благополучия и своей семьи. Основная задача поколения X — дать своим детям все то, чего не было у них: хорошую одежду, современные гаджеты, высшее образование, машину, квартиру и все то, что поможет чувствовать себя комфортно и независимо. Не верят, в помощь от государства, полагаются исключительно на себя. Любят четкие временные договоренности и рамки в жизни и работе.
4. Игреки или миллениалы — простыми словами, избалованное поколение. Дети, которых обеспечивали всем желаемым. В отличие от всех предшественников, не спешат устраиваться на работу и заводить семью. Причина не желания трудоустраиваться куда-либо в том, что есть мама с папой, которые будут обеспечивать до того момента, пока их чадо не найдет свою нишу. Поэтому «зачем куда-то спешить?», когда можно позаниматься самопознанием и подумать на тему того, кем в действительности хотелось бы работать. Первое поколение, способное управляться с гаджетами и современными способами коммуникации. В работе, их интересуют большие зарплаты, однако, помимо денег, также им требуются индивидуальные условия, подходящие для обеспечения их временного комфорта. Например, удаленная работа со свободным графиком. Не спешат заводить детей, потому что, нет желания брать такую ответственность на себя, к тому-же, свои запросы к условиям работы, придется отодвигать на второй план, в связи с семейными обязательствами.
5. Зеты — в отличие от всех предыдущих поколений, их не интересуют ни деньги, ни дорогие машины, ни квартиры. Они, своего рода, кочевники, рассуждающие так: «привязанность к всему материальному, не несет в себе ничего хорошего. Зачем покупать дом, когда можно снимать апартаменты или машину, когда существуют такси или каршеринг». Для них не важен материальный или финансовый показатель. Самый существенный критерий для них — это духовная составляющая. Почти ни к чему не проявляют интерес, кроме молодежных тусовок и событий, позволяющих испытать новые ощущения в жизни. К примеру, путешествия или новые гаджеты, с которыми они не были знакомы ранее.
6. Альфа — поскольку самые старшие представители данной категории людей, достигли возраста 9 – 10 лет, точной информации о них, крайне мало. Можно сказать, что они проявляют повышенный интерес к самообразованию. Отличаются от предшественников неординарным мышлением, и ранним развитием. Интересуются взрослыми вопросами, к примеру, кем именно работает мама или папа, сколько они зарабатывают, также проводят дальнейший анализ, хватает ли этих денег, для обеспечения их потребностей, а в следствии, пригодна ли данная работа для них, в перспективе. Рождаются «с планшетом в руках» — некоторые из детей, еще не умеют разговаривать, однако уже умеют включать родительский гаджет и самостоятельно устанавливать игры, через Play Market или AppStore.

**Теория поколений в маркетинге**

В диджитал-маркетинге также нужно понимать различия между поколениями, чтобы можно было выстроить воронку продаж для людей из разных слоев. В противном случае, показатели продаж будут оставлять лучшего.

Квалифицированные маркетологи прекрасно знают о том, что в [настройке таргетированной рекламы](https://prostudio.ru/configure-target/), неотъемлемым фактором является парсинг целевой аудитории по возрасту. Допустим, если вам необходимо продать товар или услугу для поколения Y, вам нужно уметь общаться на их сленге.

Если вы начальник и у вас в подчинении работают сотрудники разного возраста — знание сильных и слабых сторон каждого сотрудника, поможет вам разработать концепцию для общего развития команды. Разумеется, существует множество опросов и инструментов для того, чтобы выяснить из чего «слеплен» человек. Но, понимание из какого он временного отрезка и каких взглядов придерживаются представители его поколения, поможет вам быстрее провести первичный анализ подчиненных.

Конечно же, нельзя на каждого человека примерять рамки поколений. Все мы по-своему индивидуальны и некоторая часть общества X, старается идти в ногу с молодыми людьми Z, пользуясь современными технологиями не хуже подростков и разговаривая на современном языке. Также и наоборот, многие представители Z, стараются жить по принципам 90-х годов. Скорее всего, вы ни раз сталкивались с двумя вышеперечисленными примерами.

Иными словами, хронологические отрезки очень субъективны, поскольку в одном человеке могут сливаться особенности нескольких возрастов. Здесь скорее важен анализ, построенный на личном общении, по которому вы сможете отнести субъекта к определенной категории поколений. Давайте, обсудим каждое из них.

**Молчаливое поколение | 1925 – 1944**

Молчаливое поколение

Поскольку представителей данного временного периода осталось крайне мало и основная часть общества не испытывает нужды в поисках способов коммуникации с ними, в работе или повседневной жизни — мы предоставим краткую информацию о людях того времени, в качестве уважения к ним.

Ценности основной ячейки данного общества, формировались до конца 50-х годов. Этот временной отрезок отличителен: Великой Отечественной войной, Сталинскими репрессиями, послевоенной реабилитацией людей и страны, также появлением антибиотиков.

Слово «семья» для них — на первом месте. Только в узком кругу родных, такой человек может делиться своим мнением на любые темы. Поскольку только семья не предаст. В общественных местах, такие люди чаще всего отмалчиваются. Как гласит история и рассказывают наши предшественники, во времена Сталинских репрессий, были очень актуальны доносы на соседей и коллег по работе. И в случаях, если человек «взболтнул лишнего», могли расстрелять, лишь только за его слова, принимая информацию доносчика за истину. На этой почве, поколение и получило свое название — молчаливое.

Также в тот временной промежуток появились антибиотики, которые изменили всю мировую медицину. Что в последствии внушило людям безусловное доверие к работникам медицинской сферы. Заключения врачей воспринималось за табу, не подлежащим оспариванию.

Резюмируя все вышесказанное, люди из данного хронологического интервала, чтят законы, мнение других людей и лишний раз не открывают рта, без веских причин. Также они очень предусмотрительны в отношении сбережений на черный день.

**Поколение бэби-бумеров | 1944 – 1967**

Поколение бэби-бумеров

Как мы уже сказали, данное определение относится лишь к части людей, поскольку формирование человека зависит от множества факторов и каждый человек по-своему уникален. Соответственно, ниже указана история людей из послевоенного периода, и сформированные взгляды большинства из них.

Кто же такие бэби-бумеры? Представители данного поколения рождались в послевоенный период. В то время государства активно начали осваивать практику социальной помощи для семей с детьми, в особенности многодетных. Поскольку после войны был дефицит мужчин, а в следствии с зачатием потомства были проблемы (до 1950 года), правители в большинстве стран пытались исправить данную ситуацию.

Почему теория поколения бэби-бумеров, а не, к примеру, бета или W? Этот термин зародился в США и был присвоен поколению, не в честь автомобиля — как многие думают. Данный хронологический период был отличителен демографическим приростом населения, который в народе носил название «бэби-бум», отсюда и прозвище для поколения. Также в России, людей, рожденных с 1943 по 1952, называли «поколение холодной войны».

По информации, [указанной](https://rosinfostat.ru/rozhdaemost/) в Росстате, с 1950 по 1962 коэффициент рождаемости превышает показатели на сегодняшний момент. Поэтому, в сравнении с сегодняшним днем, представителей того временного отрезка, рождалось на порядок больше.



Показатели Росстата по рождаемости от 1950 до 2019

Как гласит история и наши предки: бумеры отличались оптимизмом, почти все из них, могли работать в коллективе и любили командные игры, к примеру, футбол или хоккей.

Также они были очень крепки здоровьем и выносливы, хорошо выполняли работу своими руками. Да, да, друзья — это, те самые люди, которые могли работать за идею, за светлое будущее страны и это, то самое время, когда дороги и импортные автомобили делались не на один год.

Н. С. Хрущев мотивировал общество, обещаниями о «светлом завтрашнем дне», а путь к этому светлому будущему, прокладывался на коммунистических началах. Однако, в 90-е годы данная идеология развалилась, в период перестройки, когда люди потеряли работу, статус, а все их финансовые сбережения, утратили свою ценность.

**Коммунизм**— это концепция формирования социума, в котором люди будут обеспечены всем необходимым, в равных условиях и вне зависимости от их возможностей.

На людей данного возраста, оказали влияние идеалы Советского Союза. Они вырастали в духе патриотизма, иными словами, никто не сомневался в завтрашнем дне, все слепо верили в светлое будущее.

Распад СССР случился в период, когда они еще не были пожилыми, следовательно, отрезок взрослой жизни, во время реформ и после них, эти люди провели с другими правилами и традициями, отличительными от тех, которые были ранее.

Поэтому бэби-бумеров можно причислить к потерянному поколению. В принципе, данный термин можно отнести к любому поколению, которое пережило серьезные реформы и не смогло адаптироваться к ним. Показательным примером, были люди, вернувшиеся после Первой мировой войны — многие из них так и не смогли приспособиться к обычной жизни.

Бумеры почти не пользуются различными мессенджерами и современными гаджетами. Разумеется, есть исключения из правил — самые младшие представители поколения, родившиеся в период с 1960 по 1963 года. Начиная с 2003 года, когда человечество начало переходить на работу с компьютерами, многим из них пришлось осваивать данные новшества, в силу специфики своих профессий. Однако, по данным, предоставленным Citipost Mail: 91% бумеров имеют минимум по одному аккаунту в социальных сетях.

**Ключевые особенности**

* Большинство из них не пользуются услугами IT-компаний: по [разработке интернет-магазина](https://prostudio.ru/developing-internet-shop/), созданию корпоративного сайта, SEO-оптимизации и так далее.
* Исходя из сведений в Росстате, большая часть разводов за последние 80 лет, пришлась именно на данную категорию людей и их родителей.



Статистика разводов за последние 80 лет

* Большинство из них работяги «с большой буквы» — при необходимости, готовы работать по 60 часов в неделю, без отгулов.
* Большая часть из них, являются консерваторами.
* По сведениям, [предоставленным](https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news65768.htm) Роскомнадзором, люди данного возраста являются основными потребителями — газет и телевидения.

**Стереотипы**— тяжело переживают глобальные перемены, не доверчиво относятся к гаджетам, благосклонно воспринимают игреков и зетов.

**Как с ними работать**

1. Старайтесь относится к этим людям снисходительно, в некоторых (не критичных) моментах, если уж вы их взяли на работу или ваш начальник. Не каждый человек готов работать после 65 лет, что заслуживает уважения.
2. Это тот самый тип людей, на которых действует метод кнута и пряника. Не смотря на колоссальные перемены со времен коммунизма, у людей того времени, устойчиво сформировано мнение о работе на благо общества. И один из важнейших факторов для них — это словесная похвала, в виде признания полезности их проделанной работы.
3. Также обратная сторона медали — так называемый кнут. Самое страшное для этих людей — это потеря работы. Поэтому в критических ситуациях, стоит слегка намекнуть на данный факт и это будет очень действенным инструментом влияния на сотрудника.
4. В отличии от молчаливого поколения, бумеры любители «почесать языками» и поучить потомков жизни. Поэтому, если представитель данного класса, ваш коллега по работе — будьте готовы к периодическим нравоучениям, с комментариями о том, что в их молодости все было лучше: работники квалифицированней, команда более сплочённей и так далее.

Мы постарались максимально подробно описать причины и следствия формирования взглядов данных людей. Давайте теперь разберем, чем отличаются от бэби-бумеров их дети.

**Поколение Х (икс) | 1967 – 1984**

Поколение X

Что же из себя представляет поколение X? По данным, предоставленным исследовательским отделом — это люди, родившиеся с 1967 года по 1984. Изначальное название у данной категории людей было иным — «Generetion Bust» (бюст поколения). Поскольку уровень рождаемости был значительно ниже чем у предшественников.

Данный временной отрезок отличителен экономической неустойчивостью и повышенной тенденцией к образованию новых, еще более масштабных кризисов. В этот период возникают серьезные проблемы с наркотиками и СПИДом. Также серьезное воздействие на эмоциональное состояние общества, оказывают [последствия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%84%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%281979%E2%80%941989%29) военных действий в Афганистане.

Родители иксов прошли Великую Отечественную войну или появились на свет, сразу же после ее завершения. В послевоенный период большинство людей являлось представителями обычного рабочего класса: строителями домов, ремонтниками дорог, врачами, учителями и так далее. Большинство времени они уделяли своей работе, а не воспитанию детей. Как мы упоминали ранее, самое большое количество разводов пришлось на долю бэби-бумеров, что также повлияло на падение показателя рождаемости. В итоге, было множество неполноценных семей. Матерям одиночкам приходилось устраиваться на работу, чтобы прокормить себя и своего ребенка, вместо того, чтобы заниматься их воспитанием.

Поэтому можно сказать, что большая часть иксов, были предоставлены сами себе, в детстве и в подростковый период, то есть, выросли самостоятельно. В редких случаях, когда мамы и папы занимались воспитанием детей, они пытались внушить им свои социалистические взгляды на жизнь.

А теперь, давайте включим фантазию и представим — до 20 – 25 лет вас воспитывали на капиталистических устоях. Вам периодически рассказывали про светлое будущее и что нужно трудиться во благо своего народа и государства. Скорее всего, вы получали почетную нашивку пионера, с девизом «всегда готов». И вы искренне верили, в то, о чем твердило старшее поколение, однако, в силу возраста, не могли до конца понять и прочувствовать всю суть данной философии. И как только, вы достигаете, так называемого, сознательного возраста (20 – 25 лет), начинается распад СССР и все идеалы и принципы, заложенные в фундамент вашего воспитания, рушатся за несколько лет у вас на глазах. Какие чувства вы бы испытывали?

Неудивительно, что категория общества X, не проявляет особый интерес к политике и намного меньше верит в наше государство, чем предшественники. В принципе, вышеуказанные события объясняют, почти все особенности иксов, которые мы сейчас рассмотрим.

Данная категория людей очень недоверчива ко всему что их окружает, начиная от рекламных продуктов и громких лозунгов правительства, заканчивая уверенностью в завтрашнем дне, к примеру, выплатят ли им зарплату на работе или вообще сократят. Следовательно, им присуще полагаться только на самих себя.

Одна из их особенностей — это неординарное видение различных вопросов и подход к их решению. Они стараются быть всегда курсе событий, происходящих в мире. Также они очень эластичны по отношению к переменам. После перестройки, данное поколение приспосабливалось лучше остальных ко всем экономическим и политическим реформам, происходящим в мире и нашей стране.

Иными словами, иксы выросли в тяжелом периоде разногласий и перемен. В следствии, им больше остальных, присущи депрессии, психическая неустойчивость и душевные переживания. Но, стойкость духа и умение выживать в трудных условиях является одним из многих качеств, свойственных иксам.

Как правило, они активно продвигаются по карьерной лестнице. Как их предшественники, они опасаются потери работы: большое количество записей в трудовой, ужасает их. Работа ради денег и повышения в должности, очень отчетливо резюмирует данную категорию людей, но этот критерий, является причиной к их внутреннему «выгоранию».

Как мы уже сказали, иксы очень адаптивны к экономическим и политическим переменам. Но, нельзя сказать того-же про изменения в мире технологий. Они с трудом восприняли появление интернета и дальнейшее преобразование маркетинга в виде, услуг по [SEO-продвижению](https://prostudio.ru/seo-promotion/) или настройке контекстной рекламы.

В отличие от бумеров, они начали трудиться во благо своего будущего, а не общественного. Но, это не отменяет того факта, что им не безразлично: что о них подумает другие люди.

Обыденной структурой построения жизни для них является:

1. Окончание школы.
2. Получения диплома в университете.
3. Стажировка на работе.
4. Продвижение вверх по карьерной лестнице.
5. Пенсия.

И в случае, если что-то пойдет не по плану — это будет поводом для душевных переживаний. Их отношение к деньгам, аналогичное как у молчаливого поколения — очень бережное. Они всегда ставят себе цель, к примеру, купить новый телевизор, машину или жилье и планомерно идут к ней, откладывая часть заработанных денег, с каждой зарплаты.

Также они стараются дать своим детям, все то, чего не было у них: родительское внимание и заботу, материальную помощь, помощь в получении образования, дальнейшего трудоустройства и покупки квартиры. Однако, несмотря на это, они с трудом расстаются со своими накоплениями, в особенности, если тратят их на свои собственные нужды, а не семейные.

То есть, самое важное для них — это образование, дальнейшее трудоустройство и семейное благополучие. Чаще всего, до 25 – 30 лет, иксы уже состояли в браке и имели детей.

**Характерные особенности**

* Основополагающей задачей для представителей X, является упорный труд и самостоятельное достижение результата. Поскольку по причине вышеуказанных событий, они не видят целесообразности в командном успехе. Признание другими, именно икса, как индивидуальной успешной личности в социуме и его построении карьеры, намного важнее коллективной работы.
* В отличие от предшественников, иксы в полной мере приспособлены к рынку труда: они сами выплачивают налоги и трудятся над улучшением своих показателей, в выбранной ими сфере деятельности.
* Очень важным показателем для них является четкое разделение рамок между работой и личной жизнью. Потому что, фактор времени для них более ценен, чем финансы.
* Иксам требуется постоянное развитие как в работе, так и в жизни.
* В период данного поколения, появились первые телефоны и компьютеры.
* Не смотря на все трудности перемен, которые пришлось пережить X-м, по большей части, они являются бескорыстными людьми. Следовательно, они будут сторонниками тех компаний, товары и услуги которых, направленны на определенную помощь для общества.
* Они готовы пройти очень долгий и тяжелый путь, для достижения поставленной задачи. Могут обрабатывать большой объем информации.
* Придерживаются простых и консервативных взглядов во многих вопросах. Один из примеров, который мы уже обсуждали — они не станут трудиться во благо общего дела, если это не принесет им личную выгоду и не верят в завтрашний день.
* Иксы гонятся за стабильностью и чтут свое время и финансы. Они сдержанные, практичные, долго взвешивают все «за и против», перед тем как принять решение.
* Большинство иксов, выбирают одну или две сферы деятельности и развиваются в них всю оставшуюся жизнь. Прохождение длинной цепочки от менеджера по продажам, до директора компании — это именно про них.

**Как с ними работать**

Резюмируя иксов, можно отметить, что они пунктуальны, исполнительны в работе и на них можно рассчитывать на 100%.

Иксы отличаются своими лидерскими качествами. Они понимают, как правильно организовать свое рабочее пространство и подобрать необходимых исполнителей, чтобы своевременно выполнять задачи, для достижения поставленных целей.

Начальство, требующее ежедневных отчетов (ради отчетов), может отбить желание работать у представителей X. Однако, если есть объективные причины для предоставления подробной информации, по выполнению задач — иксы будут предоставлять детальные отчеты. Поскольку в их понимании, любые действия, которые помогут им улучшить качество работы, а в следствии, на шаг приблизиться к достижению желаемого результата, не подлежат обсуждению. Но, как вы могли понять, бесполезные задания, реализация которых, не улучшит финансовые или карьерные показатели икса в перспективе, они будут выполнять скрежета зубами.

Работа по ненормированному графику — это не про иксов. Им нужен фиксированный режим работы, для того, чтобы они могли грамотно распределять время, на построение карьеры и семью. Поэтому каждый раз, когда у вас возникает желание, выдернуть икса на работу в его выходной, не забывайте о том, что их родители работали днем и ночью, и почти не уделяли время своим детям. Данное отношение к своей семье, вызывает у иксов отвращение, поэтому, если вы будете злоупотреблять с нагрузкой по работе, в выходные дни — вы потеряете данного сотрудника, рано или поздно.

Обычно, X имеют авторитет среди коллег по работе, поскольку стараются быть более осведомленными чем их окружение, в различных вопросах, связанных с выполнением целевых задач. Они идеально подходят для инструктирования и дальнейшего обучения игреков.

Некоторые представители данного поколения, имеют исключительный набор навыков в коммуникации с потенциальными клиентами и управлении проектами. Для них очень важен фактор обратной связи с начальством и комментарии, по поводу качества их работы — постараетесь лишний раз уделить им время и не оставляйте их вопросы без ответов. Предоставьте им возможность показать свои экспертные навыки. Скорее всего они уволятся, если поймут, что в данной компании их работу не ценят, и шанса на карьерный рост у них нет.

Одним словом, данная категория людей, чаще всего, имеет большой арсенал знаний также опыта в решение тяжелых задач и множество других положительных качеств. Однако, их необходимо переодически финансово мотивировать, а также карьерно.

Если, иксы являются вашей целевой аудиторией, вам необходимо знать, что они признают подробное описание в рекламных объявлениях, дающее ответы на вопросы: «Для чего мне это нужно? Какие преимущества у ваших товаров или услуг на фоне конкурентов? Какую выгоду я получу?».

Обычно они предпочитают одно место для совершения покупок и могут очень долго выбирать между двумя или тремя товарами, взвешивая все «за и против», прежде чем совершить покупку.

Чтобы заинтересовать иксов, производя [настройку контекстной рекламы](https://prostudio.ru/configure-context/), вам нужно подробно описать превосходство вашего сервиса и продукта: чем именно он эксклюзивен, есть ли альтернатива выбора, долго ли он прослужит, насколько он удобен в использовании.

Мы постарались дать максимально детальное описание всех характеристик иксов и причин их формирования. Давайте теперь рассмотрим поколение миллениалов.

**Поколение Y (игрек) или миллениалы | 1984 – 2000**

Миллениалы

Миллениалы — одно из самых тяжелых поколений, для общественного восприятия. А, почему именно — мы сейчас попробуем разобраться. Данное название произошло от латинского слова «миллениум» — тысячелетие. Поскольку Y родились на стыке тысячелетий. На сегодняшний день игрекам от 20 до 36 лет.

Данная категория людей выросла в очень непростой период: перестройка, войны и эпидемии. Однако, стоит подметить что были и положительные перемены — глобальный прогресс в информационных технологиях. Благодаря смартфонам, игреков называли «поколением большого пальца», поскольку они были первыми людьми, кто набирал сообщения в телефоне пальцем одной руки.

Если, вас интересовали все поколения и перед тем, как начать чтение про игреков, вы ознакомились с историей бумеров и иксов, вы могли заметить, что в некоторых моментах, родители и прародители миллениалов сходятся во взглядах. Чего нельзя сказать про Y — они кардинально отличаются от своих предшественников.

По большей части, они заботятся только о самих себе, о свадьбе и детях начинают думать не раньше 30 лет. Самопознание — их основное кредо в жизни. Могут ли они работать только ради денег? — да. Но, в основном их интересуют не только финансы. Дело в том, что у их родителей, не было, как таковой возможности, выбирать между профессиями. Им никто не помогал, и с наступлением 18 – 20 лет, нужно было искать работу параллельно с учебой, чтобы прокормить себя и оплатить обучение.

В большинстве случаев с игреками — их обеспечивают родители, до тех пор, пока те, **очень** крепко не встанут на ноги. И они, в свою очередь, не спешат с трудоустройством, объясняя это тем, что работа должна приносить удовольствие.

Одна из особенностей, присущая миллениалам — это зависимость от получения информации, через интернет-площадки. Им нравится получать новые знания, но, их процесс развития, в корне, отличается от предшественников. Образование для игреков — это нечто независимое и не скучное.

Им чужды устаревшие методы обучения, поскольку в век информационных технологий, ценность самой информации, теряет свой вес. Сведения, которые можно было получить только от преподавателя, теперь есть в открытом доступе, в интернете. С одной стороны — это хорошо, но с другой — миллениалы становятся слишком доверчивы к сведениям, получаемым через Интернет-ресурсы, не проверяя подлинность данной информации.

Смысл получения образования в университете, для них теряет свою значимость. Причина в том, что большинство профессий, на которые учатся игреки, уже не ликвидны или станут таковыми в скором времени. Также у них возникают вопросы, к актуальности информации, получаемой ими от преподавателей, которые обучают по устаревшим методам.

А то, небольшое количество целевых профессий, на которые рентабельно обучаться, в основном, для них не досягаемо. Либо, потому что, цена за получение образования в данной сфере, очень высока и их родители, просто не способны позволить себе, оплачивать обучение в таком университете. Либо, бюджетных мест слишком мало и для того, чтобы попасть на желаемый факультет и удержаться на нем — придется серьезно поработать головой, на протяжении долгого промежутка времени, что не присуще игрекам, но, об этой черте их характера, мы поговорим чуть ниже.

Они очень сосредоточены на поддержании или улучшении привычного уровня комфорта, который был заложен с самого детства. Сюда, можно причислить: еду, различные гаджеты, автомобиль, одежду, жилье и так далее.

Нельзя утверждать, что их вообще не беспокоит продолжение рода, но, все-таки, на первом месте остается саморазвитие и получение благ от мира сего. Одна из причин данных убеждений — это постоянные перемены в жизни игреков, начиная от экономических переворотов, заканчивая немыслимо быстрым развитием технологий. Просто, они не уверенны в завтрашнем дне и в пригодности того, чем они занимаются сегодня. Поэтому не видят оснований, для построения планов на дальнейшее будущее.

Характерная черта для Y — это так называемая, «бессрочная молодость». Они стараются, до последнего, отсрочить факт того, что они уже взрослые люди. Поскольку быть взрослым — значит самому нести ответственность за свои поступки, а то и своих детей. Мысль о данных реалиях, ужасает миллениалов. Основной причиной этому, является показательный пример их родителей, так как, иксы, отдавали и отдают все до последнего, чтобы обеспечить своих детей. Говоря прямо — могут потратить последние накопления, ради светлого будущего своих чад. Смотря на все это, игреки не хотят такой же участи.

Иными словами, игреки являются наглядным примером представителей либерализма — людей, признающий свободу слова и выбора, больше, чем кто-бы, то ни было. Они отслеживают любые изменения в сфере IT, моде и пище.

Возвращаясь, к вопросу о том, почему многолетний и упорный труд — это не про них. Данная категория людей хотят иметь все и сразу. Поскольку большую часть их сознательной жизни, мама с папой старались обеспечить всем необходимым, а им в свою очередь, не требовалось прикладывать для этого каких-либо усилий.

Очень важным фактором для них, являются выгодные знакомства — они считают, что связи с нужными людьми, сыграют более значимую роль в их финансовом благополучии, чем образование в университете или колледже.

Четкие рамки не свойственны им, следовательно, гибкий режим работы комфортные условия — очень важный критерий, для повышения коэффициента полезного действия игреков.

Финансы — существенный фактор для данной категории людей. Поскольку деньги открывают пути к достижению успеха и свободы выбора дальнейшего построения жизни. Однако, с тратой денег у них все очень неоднозначно. На первый взгляд, их воспитывали запасливые иксы или бумеры, но, при этом, большую часть жизни, они существуют в современном мире искушений и соблазнов, в виде изобилия товаров и услуг, где очень тяжело отказать себе в покупке, чего-нибудь, даже, если это не предмет первой необходимости. Поэтому им очень трудно грамотно распределять финансы, чтобы не уйти в минус и в итоге, они обращаются за услугами банков, по предоставлению кредитных карт.

Миллениалы проявляют повышенный интерес к общению в социальных сетях. В виртуальной реальности они чувствуют себя намного увереннее и комфортнее, чем в реальной жизни. В онлайн-пространстве можно придумать себе вымышленный портрет самого себя, с новым имиджем и моральными устоями, так сказать, идеализировать свою личность. Также высказывать свое мнение о ком-то, не следя за выражениями и оставаться совершенно безнаказанным. Они могут коммуницировать с малознакомыми «друзьями» в интернете, однако, в жизни у них возникают сложности в переговорах.

Касаемо «правильного питания» — они знают зачастую все о числе калорий, белков, жиров и углеводов, однако, понятия не имеют о том, где эти продукты производятся, хранятся и какой у них состав.

Они не любят выстраивать свою карьерную лестницу с самых низов. Им нужны почетные должности и большие зарплаты прямо сейчас, просто, потому что, они пришли работать в компанию. Тем не менее, они стараются быть квалифицированными в нескольких направлениях одновременно и впитывать в себя разностороннюю информацию, что является положительным качеством в нашем мире.

Вопреки всем странностям категории людей Y, они, по-своему, занимательные и необычные. Миллениалы — оптимисты с большой буквы. Они уповают на то, что жизнь потрясающая и необыкновенная, а все люди, не такие коварные, как кажется на первый взгляд. Путешествия по миру, в поисках новых ощущений — это их девиз по жизни. В отличии от предшественников, они смело могут уволиться с работы, даже не найдя подходящую замену, чтобы взять творческий отгул на «поразмыслить».

**Характерные особенности**

* Игреки родились и выросли в период невероятно больших инноваций в информационных и коммуникационных технологий.
* На данный момент, большинство людей из поколения Y, являются трудоустроенными, но некоторые, все еще ищут себя или получают образование.
* Не смотря на все трудности, они смотрят с оптимизмом на свою жизнь и работу.
* Поколение, живущее в интернете 24/7.
* Серьезно следят за своим здоровьем и пытаются найти новые способы, для его улучшения.
* Если, их заинтересовала долгосрочная работа или единоразовый проект, они будут очень трудолюбивы и амбициозны. Также они будут стараться использовать все свои профессиональные навыки, чтобы достичь желаемого результата, в понравившийся сфере. Сверхурочные переработки, неординарное мышление и нестандартный подход в решении различных задач — следует только заинтриговать их.
* Поскольку объем информации, в современном мире, очень большой, и выливается на нас нескончаемым потоком — Y предпочитают получать сведения, коротко и ясно «без воды». Потому что, большую часть своей жизни, именно они прожили в таковых информационных условиях.
* Положительно реагируют на перемены и не пугаются чего-то нового. Хорошо разбираются в новомодных гаджетах.
* Очень легки на подъем — могут, не раздумывая, поехать в другую страну, даже, заранее не забронировав номер в отеле.
* Поиск своего внутреннего «я», отличает игреков от их предшественников.

**Как с ними работать**

Как вы уже могли понять, меллиниалы способны уйти с работы, если их что-то не устраивает, на поиски более выгодных условий. Им необходимо давать четкие установки и проговаривать, как их деятельность поможет организации. Для них не имеет значение количество выработанных часов, их волнует только результат. Следовательно, некоторым сотрудникам Y, желательно предоставлять возможность удаленной работы. Главным образом, в таких сферах деятельности как: [интернет-маркетинг](https://prostudio.ru/internet-marketing/), копирайтинг, создание сайтов и прочих. В отличие от бумеров и иксов, корпоративный внешний вид и суровые правила, ограничивающие по временным рамкам, возможность походов в уборную или на обед, строго по расписанию, не подходят игрекам. В их случае, лучше ослабить петлю правил и сконцентрировать их бдительность на выполнении поставленных задач.

Меллиниалы неплохо коммуницируют в команде, но, при этом, им нужно, чтобы начальство замечало именно их, как самостоятельную субстанцию. Однако, под постоянным надзором, они начинают испытывать дискомфорт. Поэтому желательно находить золотую середину — старайтесь контролировать результат, а не процесс его выполнения. А, если выполненная работа вас не устроила, тогда проводите работу над ошибками, разбирая все этапы.

Вполне возможно, вы ни раз могли слышать, про улучшение рабочих мест, мотивационные привилегии, в виде лишнего выходного и так далее. Но, все эти «пряники», действенны для старших поколений, но никак не для игреков. Если, вам нужны сотрудники Y, которые будут качественно выполнять свою работу — ставьте им неординарные задачи, давайте им возможность для креативных решений и повышайте планки, объясняя зачем это нужно.

Иными словами, не мыслите стереотипами, когда речь заходит о миллениалах. Настраивая цикл работы в организации, старайтесь организовать грамотное формирование команд, где Y будут занимать передовое место. Это послужит еще одним фактором, для улучшения показателей в работе, у данной категории людей.

Игреки — это первые люди, подростковое формирование которых, было связанно с интернетом, как с частью их существования. Поэтому они лучше остальных разбираются в новых методах коммуникации с потребителем. Старайтесь использовать это значимое преимущество, в целях повышения эффективности продаж, в своих компаниях.

Стоит учитывать тот факт, что в скором времени, Y станут целевой рабочей силой. Следовательно, вам необходимо учиться находить с ними общий язык в работе и искать способы мотивации для данной категории людей.

Если меллиниалы являются вашей целевой аудиторией, вам нужно учитывать, что они не переваривают объемные тексты. Их необходимо привлечь вашим объявлением, с первых секунд. Они могут купить продукт на эмоциях, но, скорее всего, предварительно проведут сравнительный анализ, среди конкурентов. За последние несколько лет, повышенная инфляция и «заманчивые» условия банков, предоставляющих кредитные карты, научили миллениалов, бережнее относиться к своим финансам. Поэтому перед тем как совершить покупку, они читают комментарии других пользователей о товарах, сервисе компании или самом месте, к примеру, через сервис [Яндекс.Карты](https://prostudio.ru/journal/yandex-maps-comment/). Также игреки позитивно реагируют на акции, промокоды, скидки, кэш-беки и розыгрыши призов.

**Поколение Z (зет) или зумеры | 2000 – 2015**

Поколение Z

Поколение Digital, стартапов и креативного предпринимательства. Для них не существует шаблонов и ограничений, принципов и устойчивых взглядов. Делай, как «по кайфу» и что «по кайфу» и плевать на последствия — их кредо по жизни. Сейчас, в большинстве школ куплены новые компьютеры, сделан ремонт, проводится ежедневная уборка придомовых территорий и отреставрированы спортивные стадионы и детские площадки. Разумеется, мы не сравниваем с Европой, но если, вспомнить как было, еще 20 лет назад, то, можно подметить, что зеты живут в очень комфортное время. Несмотря, на столь юный возраст, некоторые из них уже [пытались](https://realnoevremya.ru/news/135006-eksperty-nazvali-sredniy-vozrast-nachinayuschego-predprinimatelya-v-rossii) открыть свой бизнес.

Z являются категорией людей, родившихся в период постмодернизма и глобализации. Можно сказать, что они рождаются со смартфоном или планшетом в руках. Наверняка, вы и сами ни раз замечали у своих детей или ваших знакомых, что ребенок еще не умеет читать или разговаривать, зато знает, как включается планшет или компьютер.

Иными словами, в воспитании зумеров, принимают участие не только родители, но, и различные блогеры из YouTube, Tik Tok, Instagram и множество других персон, связанных с современными технологами. В результате, как такого, детства с друзьями во дворе, у них нет. Именно поэтому, они не имеют опыта в командной работе, их необходимо обучать этому.

Их характерное отличие от всех предшественников — это полное отсутствие своей точки зрения на любую из важных тем: политика, экономика, отношения детей и родителей, глобальные перемены в мире и так далее.

Для более подробного описания, мы решили провести небольшой тест и попросили пойти проголосовать за поправки в конституции Российской Федерации, несколько десятков человек, каждый из них являлся представителем разных поколений. (Мы не призывали к участию в голосовании, нам необходимо было, только получить обратную связь на наше предложение. После ответа на нашу просьбу, мы объясняли, что проводим сбор сведений и что, не следует голосовать, если сами не сочтете нужным). Да, да — мы прекрасно понимаем, что для настоящего анализа, требуется выборка в 1 000 раз больше и учет множества факторов, таких как, воспитание, социальное окружение и финансовое положение в обществе. Однако, полученный результат нас поразил. Вот, какие ответы мы получили от большинства представителей, каждой категории людей:

1. Бэби-бумеры — «я проголосую (уже проголосовал), я верю в то, что, еще не все потерянно и не факт, что я доживу до этого, но, со временем все наладится».
2. X — «я не пойду голосовать, мой голос ничего не изменит, хочу дожить свою жизнь, хотя бы в тех условиях, которые есть сейчас, главное, чтобы не стало хуже».
3. Y — «я еще до конца не определился (лась), мне требуется больше вводных и времени на то, чтобы подумать, сейчас не могу дать конкретного ответа, а зачем вы меня об этом просите?» Их неопределенность, объяснялась множеством информационных сводок из непроверенных источников, на тему, почему голосовать хорошо или плохо.
4. Z — «да, хорошо, если нужно — схожу». «нет, мне лень тратить свое время на это».

То есть, у большинства зетов, нет никаких убеждений и взглядов по данному вопросу. Им не интересно, даже, зачем их об этом попросили. Что наталкивает на вопрос — почему так происходит?

В отличие от всех других категорий людей, зумеров не получится заинтересовать ни большими зарплатами, ни многообещающими перспективами. Также они абсолютно не решительные и не самостоятельные. Им следует указывать на то, чем они должны заниматься в жизни, даже не объясняя для чего это нужно — просто, потому что, им это не важно. Но, некоторых свободолюбивых личностей, не в коем случае нельзя заставлять, что-либо делать. Как бы вы ни старались объяснить, насколько это важно — они не станут делать то, чего не хотят.

С самого раннего возраста, для зетов ценно, чтобы к их словам прислушивались. Они любят получать новые знания и способны запоминать и обрабатывать большие объемы информации. Основные сведения они берут из всемирной паутины. Но, в этом-же и беда — их знания обо всем, чрезмерно абстрактные. Поскольку они не понимают, что полезного в обучении в школах и институтах, в итоге, «считают ворон на уроках или парах», тем самым не получают базовых знаний и навыков.

А, вся информация, получаемая, от так называемых, «интернет-учителей», несет совершенно референтный (привязанный, к определенному временному событию) характер. Но, зато, они выделяются на фоне остальных, своей удивительной многофункциональностью и новаторскими способностями.

Из значительных нюансов — они очень капризные и психически неуравновешенные особы, склонные к нарциссизму и эгоизму. В случае, если им откажут в их просьбе, они могут закатить истерику и устроить скандал.

Представители данной категории людей — это свободные художники, своего рода. Они не нуждаются в комфортных условиях, стабильной работе и финансовых привилегиях. Они тянутся к новому и незнакомому. Им не принципиально, где спать и на чем передвигаться. Осознание опасных последствий их действий — напрочь отсутствует. Самое важное — это получить порцию новых ощущений здесь и сейчас.

Одно известно точно — их нужно мотивировать. Всё, что они делают, требует реакции окружающих, неважно, негативной или позитивной. Главное — это внимание к их личности, они просто пожиратели эмоций. Все задачи, которые вы ставите перед этим поколением, нужно формулировать четко и детально. А вот за каждое выполненное — сразу давать вознаграждение. Они не любят работать на будущий результат, им необходима мотивация за каждое выполненное задание. Несмотря на то, что зеты индивидуалисты, они также любят тусовки и коворкинг, поэтому их всегда надо привлекать к командной работе. Чтобы их труд давал лучший результат, необходимо предлагать им творческие задания, максимально интересные для самых зетов. К тому же, убедитесь, что они действительно считают свою деятельность полезной для окружающих.

Как вы могли догадаться, зеты не могут обойтись без применения различных гаджетов, в повседневной жизни. Они проявляют повышенный интерес к новаторским технологиям. Поэтому можно предположить, что в дальнейшем, большинство из них свяжут свою жизнь с биоинженерией, IT-технологиями и прочими сферами, связанными с изучением чего-то нового и неизведанного.

Однако, конкретной информации, о планах на будущее современных детей крайне мало. Точнее говоря, большинство представителей Z, еще не знают, чего хотят от жизни. Исходя из проведенного [опроса](https://ria.ru/20200601/1572267603.html), исследовательским Фондом развития культуры и кинематографии «Страна», за 2019 – 2020 год, среди 28 000 учащихся из разных школ и регионов, мы получили информацию:

1. 35% опрошенных ответили — что, еще не определись с тем, чего они хотят от жизни.
2. 14% — хотят хорошо сдать ЕГЭ и экзамены.
3. 14% — рассказали кем они хотят стать. А именно: бизнесменом; доктором; ученым; программистом.
4. 13% — думают о материальных ценностях: приобрести автомобиль, купить квартиру или просто быть богатыми.
5. 12% — просто хотят, чтобы их жизнь сложилась благополучно.
6. 7% — хотят покинуть страну.
7. 5% — путешествовать по миру.

Иными словами, конкретика у 14% из 28 000 опрошенных. Остальные не могут или не хотят определиться с желаниями и целями.

Если говорить про старших представителей Z (18 – 20 лет), вот, что нам удалось выяснить. По большей части, они предпочитают варианты удаленной работы или freelance. Работа в кабинете с 10 до 7 — не для них. Они не готовы к переработкам и тяжелому труду. Кардинально отличаются от иксов и игреков, в обдумывании своих решений. Зеты не понимают, для чего нужно взвешивать все «за и против», когда можно просто брать и делать.

Они увлекаются изучением time-management и нетворкингом. То есть, пытаются улучшить свои способности к восприятию информации, ее обработке и дальнейшему ведению переговоров. Однако, перечень основных интересов на этом заканчивается. Экспансивные знания, о современных трендах этой недели, для них самый значимый фактор, а все остальное можно будет узнать в любой момент, через всемирную паутину, когда «прижмет».

Также им не присуще шаблонное мышление и определенные жизненные устои. Они не могут принять какое-либо заключение за истину, но и опровергнуть его, они тоже не в состоянии — потому что, просто не хотят разбираться в деталях вопроса. К примеру, от некоторых представителей Z, я не единожды слышал, что они хотят переехать жить в Америку, но, при этом, им не нравится Трамп и менталитет местного населения.

Digital-стратегам очень непросто придумывать продающие концепции для людей Z — все стандартные воронки продаж не работают на них. Потому что, их рассуждения в корне отличаются от предшественников — зачем покупать недвижимость, когда можно взять ее в аренду или, вообще жить в отеле, а, то и хостеле. Аналогичный пример про машины и каршеринг. Иными словами — полная независимость от материальных ценностей. Требуется придумывать новые способы продаж.

В особенности, данная проблема коснулась владельцев ювелирных магазинов. Зетов не интересуют бриллианты и украшения из чистого золота. Они искренне не понимают: почему нужно тратить кучу денег за настоящий изумрудный камень на кольце, если, тот-же самый, фионит блестит не чуть не хуже, а стоит в десятки раз меньше. Иными словами, финансы для них, не служат инструментом для приобретения домов или автомобилей, просто их это не интересует. Деньги нужны для мгновенных наслаждений и эмоций, следовательно, в сбережении бюджета, нет никакого толку.

**Характерные особенности**

* Зеты верят в то, что все люди равны и не существует ведущих или ведомых.
* Поколение очень амбициозно, но, при этом, позитивно смотрит на жизнь.
* Они выросли или растут в разносторонних семейных ячейках, с более разнообразным сочетанием этнических групп и размытыми гендерными ролями.
* Придется, действительно постараться, чтобы найти мессенджер, в котором они бы не были зарегистрированы.
* Всегда стремятся узнать что-то новое, но, в основном, на актуальную тематику «сегодняшнего дня». К примеру, чем отличается новый iPhone от предыдущей модели, как правильно монтировать видео или на чем можно заработать в интернете, прямо сейчас.
* Некоторые из них: эгоистичны, одержимы своей внешностью и зависимы от мнения окружающих. Но, при этом, им может быть безразлично, из какого вы социального окружения, сколько вы зарабатывайте и что из себя представляете.
* Если, они заинтересуются в выполнении какой-либо задачи, они могут идти до конца, ради ее выполнения, тем самым, проверяя себя «на прочность».
* Для зетов жизненно-важно ежедневное движение и получение новых эмоций.
* Им не составляет труда, пробовать себя в новых начинаниях и моментально переключаться с одной деятельности на другую.

**Как с ними работать**

На данный период времени, самым старшим представителям Z, только 20 лет и их сознание еще формируется. Поэтому трудно утверждать что-то конкретное на тему того, как именно с ними коммуницировать. Но, все мы прекрасно понимаем, что в скором времени, рынок труда начнет активно пополнятся молодыми зумерами и работодателям придется искать способы взаимодействия с ними.

Не смотря на нестандартные взгляды зетов, их умения и качества могут внести определенную лепту в развитие организации. Но, для этого придется оптимизировать, некоторые корпоративные нормы, к потребностям данной категории людей.

Зумеры стремятся к свободе выбора того, что им делать и как. Иными словами, их интересует разработка собственного уникального контента, к примеру, инновационные стартапы.

Они более амбициозны, чем их предшественники, их не пугают трудновыполнимые задачи, а наоборот могут заинтриговать. Они отличаются эластичностью в различных ситуациях, умением изучать тренды и тягой к саморазвитию. Что будет полезным фактором для повышения развития компании, при правильном использовании данных навыков и качеств.

Как и игреки, зеты, скорее всего, не будут работать с 10 утра до 7 вечера, с понедельника по пятницу. Офисная работа, с нормированным графиком является отпугивающим условием для них. Им превалирует удаленная работа, с возможностью самостоятельного распределения их рабочего времени.

Большинство из них являются самоучками, использующими различные инструменты для обучения, такие как: вебинары, посты в Instagram и видеоролики в Youtobe.

Как вы могли понять, ни большие деньги, ни карьерный рост не сильно интересуют зетов. Полный социальный пакет, в виде медицинской страховки, пенсии и официального трудоустройства, с белой зарплатой их не волнует в принципе. Работа за светлое будущее страны или вашей компании — тоже, не про них. На данный момент, единственный известный и рабочий способ того, как их можно мотивировать — это поиск той самой нити, связывающей ваши корпоративные задачи и факторы для их саморазвития. Иными словами, старайтесь как можно больше общаться с данными сотрудниками, проговаривая все рабочие моменты. Прислушивайтесь к их мнению или, хотя бы, делайте вид. Ваша основная задача понять, есть ли в вашей организации, должность или определенные обязанности, которые могут привлечь зумеров.

Если ваша целевая аудитория Z, вам необходимо поддерживать связь с ними, исключительно, через интернет. Они не приветствуют текстовую информацию, а больше предпочитают смотреть или слушать. Также они не переваривают объемные сведения — длинные видеоролики или подробные тексты. Причина, вовсе, не в их лени — дело в том, что в современном мире, объем информации, выливающийся на нас, безмерно огромен, особенно в интернете, в котором данное поколение существует днем и ночью и с таким большим потоком сведений, они не могут позволить себе, заострять внимание на чем-то определенном, на долгий промежуток времени.

Иными словами, зумеры привыкли воспринимать визуальную информацию и могут принять решение о покупке товара, после просмотра видео, через платформы YouTube, Instagram и подобные им. Они долго не заостряют свое внимание на одной новости. Следовательно, чтобы ваша рекламная компания была успешной, нужно делать короткие и запоминающиеся видеоролики, которые отложатся в памяти у зетов и вызовут желание купить ваш продукт прямо сейчас. В основном, они совершают покупку товаров, которые в тренде на данный период времени, среди их сверстников.

Они охотно прислушиваются к мнению людей своего возраста, следовательно, еще одним элементов, для успешной продажи, будет являться человек их возраста и типа мышления, рекламирующей ваш продукт или услугу в видео.

Z любят квесты, современные развлечения, к примеру, 3d – viar, модную одежду, путешествия и все, что даст им порцию новых эмоций. В отличие от иксов и игреков, им безразличны дорогие бренды, более важные критерии — это комфорт и практичность.

Мы рассмотрели основные взгляды и особенности почти всех поколений, живущих в наше время, а также причины их формирования. Давайте, теперь поверхностно обсудим, чего нам ждать от самых младших представителей — Альфа.

**Поколение A (альфа) | c 2011**

Поколение альфа

Альфа в корне отличаются от предшественников по многим пунктам. Они динамичные пользователи всемирной паутины. Примерно, в 2 года, около 80% малышей, уже активно играют в игры на смартфонах и планшетах. По сведениям, предоставленным, агентством [Ofcom](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf%22%20%5Ct%20%22_blank):

1. Каждый 4-й ребенок является владельцем собственного гаджета в возрасте 3 – 4 года.
2. Каждый 3-й, в возрасте 5 – 7 лет.
3. Каждый 2-й, в возрасте 8 – 11 лет.

Альфа является первым поколением, которых не били ремнем. Мы сами и понять не успели, когда случился этот глобальный, но при этом, незаметный переворот в человеческом рассудке. 20 лет назад, на родителя, дающего непослушному чаду рукой по пятой точке, никто не обратил бы внимания. Однако, на сегодняшний день, данный поступок безусловно осудят, зафиксируют на смартфон и выложат в интернет. А дальше, «привет» служба опеки. Родители стараются избегать лишней агрессии по отношению к современным детям. Следовательно, детям не присуща чрезмерная озлобленность. Но, они отличаются повышенным чувством самодостоинства с раннего возраста, и общаются со старшими на одном уровне.

При всем этом, они не способны принимать факт взрослой и независимой жизни, дольше чем их предшественники. В отличие от их мам и пап, которые сами ходили домой после уроков, начиная с младших классов и готовивших себе еду, в возрасте 7 – 9 лет, а затем забиравших младших братьев и сестер из садика, данное поколение крайне беспомощное и не самостоятельное.

Нынешних детей, практически, не отпускают во двор одних, чрезмерно опекают, дрожат над царапинкой на ножке, но, ждут от них больших результатов. Ведь им предстоит сдавать ЕГЭ, а затем университет, поэтому необходимо нанять армию репетиторов по различным дисциплинам: математике, истории, обществознанию, русскому, и обязательно, еще нескольким иностранным языкам.

**Отличительные признаки**

* Они практичны почти во всем, не стесняются лишний раз спросить «зачем?». В особенности, их волнует вопрос: как использовать приобретенные знания в повседневной жизнедеятельности. Если ответ им не понравится, объяснить важность того или иного действия, будет крайне проблематично. Альфы очень любят модные вещи, выросли в окружении нескончаемого количества игрушек, одежды и современных гаджетов. Они мгновенно утрачивают интерес к чему-либо, их трудно поразить или осчастливить.
* Они прекрасно позируют для фото и с легкостью осваивают современные инструменты монтажа, в которых разберется не каждый взрослый. Они знают целый ряд психологических приемов, действующих на родителей. Без труда могут провести внутренний анализ своего состояния и понять причины возникновения депрессии или наоборот, поднятия настроения. Они будут готовы пройти через любые наказания, но останутся стоять на своем — во что бы им это ни стало.
* Они осведомлены и компетентны во многих вопросах, не подвластных детскому восприятию еще 10 лет назад, таких как: взаимоотношения родителей, причины финансовых проблем в семье и для чего, в принципе нужны деньги. Также альфы очень быстро прогоняют информацию через себя и проводят ее детальный анализ. Но, есть и обратная сторона медали — им очень тяжело дается удерживать в голове получаемые сведения. У некоторых бывает так, что они не могут запомнить даже адреса, где они живут. Их мышление кардинально отличается от всех предшественников: им важно не запоминать адреса, даты или имена, а знать, через какой источник лучше найти необходимые сведения, как их классифицировать и применить в дальнейшем.
* Иными словами, коммуницировать с нынешними детьми очень непросто. Но, это очень многообещающее поколение, которое, вполне возможно, будет двигать наш мир вперед.

**Заключительная часть**

Так называемое заключение, мы решили разбить на несколько разделов, для более удобного восприятия информации.

Время поколений

**Как отличить одно поколение от другого?**

Читая про каждое из вышеуказанных поколений, вы наверняка подсознательно сравнивали их друг с другом и примеряли психологический портрет каждого, на себя. Скорее всего, вы и сами могли понять, что разница между ними условна. Потому что, это просто за гранью реальности: когда кто-то «щелкает пальцами», и каждые 15 – 20 лет, в одну секунду, появляются люди, с совершенно иными взглядами на жизнь.

Такие перемены происходят со временем. Рассматривая данную теорию, мы не утверждаем, что каждый человек, находящийся в определенных возрастных рамках, без сомнения будет подходить под все вышеописанные критерии своего поколения. К примеру, если в большом здании, средняя температура составляет 25 градусов — это не говорит об аналогичном показателе в каждом помещении этого здания, но рецензирует общую картину.

**Почему временные интервалы поколений постоянно сужаются?**

Большинство социологов утверждают, что средняя цифра смены поколений: 20 – 25 лет. Однако, как вы сами могли заметить по нашей статье, в последних возрастных группах, данный промежуток уменьшается. И у этих изменений есть простое объяснение, однако, бездоказательное. Поэтому краткий раздел данного заголовка, можете воспринимать с философской точки зрения.

В последнее время, участилось использование определенной фразы в повседневном лексиконе, скорее всего, вы ни раз слышали «В современном мире быстрых перемен и нано-технологий». Если, вы читали статью целиком — вы могли заметить, что она использовалась несколько раз в тексте. И, если вдуматься — это действительно правда. Прирост числа новых эпизодов на хронологический отрезок — это особенность нашего существования.

Стали быстрее развиваться: технологии, способы передачи информации и тренды. Однако, скорость данных изменений не содействует взаимопониманию представителей из разных временных отрезков, а наоборот затрудняет его. Именно, поэтому с каждым годом, людям становится все сложнее коммуницировать с новорожденными детьми.

**Могут ли поколения смешаться и просто исчезнуть, как класс?**

На данный вопрос нет определенного ответа, но верится в это с трудом. Когда мы начинаем беспредметно рассуждать на тему: что произойдет через 100 лет, мы говорим всем социологическим и научным исследованиям «до свидания» и начинаем размышлять категориями гороскопов и гадания на картах.

Существуют факторы, мало склонные к переменам. Могут измениться модели поведения, чувств, дружбы, меняются способы передачи информации, но, есть определенные столпы, которые не измены, например, понимание того, что хорошо, что плохо. Убийство живого существа — всегда будет являться плохим поступком, вне зависимости от обстоятельств. Бескорыстное оказание помощи человеку, который нуждается в ней — всегда будет расцениваться, как хороший поступок.

Да, разумеется, ребенок «зависающий» в телефоне, с перерывами на сон и подросток, который до 12 лет не взаимодействовал с гаджетами, ведут себя неодинаково, но, в любом случае, существуют неизменные ценности, которые закладываются, в процессе взросления. Трудно представить, какое событие должно произойти, чтобы в корне изменить данный расклад.

Скорее всего, глобальных перемен не будет, если, только, не случится революция в биологии и медицине. К примеру, если мы разгадаем иммуноген человека и существенно увеличим срок жизни, или нашим ключевым собеседником станет не живой человек, а искусственный интеллект. Но, как вы и сами понимаете, беспредметных догадок может быть сотни, но, по факту пытаться предсказывать будущее — просто не разумно.

**Поколение — это название, а не ярлык**

Разделения людей по возрасту весьма символичны, вы можете быть показательным примером своего временного отрезка или, наоборот совмещать в себе характеристики различных поколений. Я не буду далеко ходить за примером, а приведу себя — автора данной статьи.

Я 1996 года рождения. По возрастным меркам, я являюсь представителем игреков. Но, если посмотреть мою краткую биографию, можно отметить, что большинство моих взглядов на жизнь сопоставимы с иным поколением. Я вырос в полноценной семье, мои родители баловали меня и пытались дать мне все самое лучшее, по мере их возможностей, начиная от различных гаджетов, заканчивая хорошими перспективами на будущее, в виде образования, автомобиля и квартиры — что в действительности соответствует образу жизни игреков.

Однако, на первую работу я устроился в 15 лет. В 19, я женился и моя жена родила дочку. По моей профессии можно понять, что она больше распространена среди Y или Z и у меня периодически возникает желание взять отпуск, чтобы подумать о жизни (покопаться в себе). Но, я понимаю, что у меня есть обязательства, в виде моей семьи, которую необходимо обеспечивать. Поэтому я стараюсь работать как можно больше, без отгулов. Большую часть своих накоплений я трачу на семейные нужды или на покупку своей дочке новых игрушек, одежды, развивающих атрибутов или качественного инвентаря для занятия спортом. Иными словами, я отодвигаю свои желания на второй план и ставлю семейные нужды в приоритет.

Если я, все-таки, решаюсь на покупку чего-либо для себя — меня не интересует короткая и яркая реклама в социальных сетях или на YouTube. Мне нужен подробный, развернутый текст, предоставляющий полный перечень всех характеристик и преимуществ о товаре. И, даже, после детального ознакомления с данной информацией, я возьму паузу на несколько дней, чтобы подумать: «а нужна ли мне эта вещь — действительно?».

Поэтому, из вышеперечисленной информации можно извлечь, что по большинству характеристик и особенностей, я скорее подхожу к X, а потом уже Y, и в частности Z. Однако, родился почти на стыке, между миллениалами и зумерами. Следовательно, не стоит примерять на всех людей определенные рамки.

Но, знать отличительные черты всех категорий, будет не лишнем. Так как, вы сможете брать лучшее у каждого: у бэби-бумеров и иксов — надежность и умение откладывать сбережения; у миллениалов — свободу выбора и самопознание; у зетов — быть независимым от жизненных стандартов и не бояться реализовывать свои планы в жизнь.

Иными словами, все мы очень разные. Во время дискуссий со своими детьми, родителями, бабушками и дедушками, старайтесь не забывать об особенностях, характерных для категории представителей их временного отрезка. Скорее всего, это поможет избежать беспредметных скандалов и сберечь хорошие взаимоотношения в семье.

Также мы будем рады, если вы напишите в комментариях — к какому поколению относитесь вы и почему?

# Теория поколений от X до Z (И почему это важно) https://hurma.work/rf/blog/teoriya-pokolenij-ot-x-do-z-chto-nuzhno-znat-chtoby-rabotat-vmeste-2/

[Елена Леонова](https://hurma.work/)

17 мая 2019

Все эти разговоры о поколениях часто сбивают с толку. Ведь мало просто понимать, к какому поколению относятся ваши сотрудники. Нужно еще и уметь работать с ними, находить подход и создавать комфортные условия труда.

В этой статье мы разобрались в современной теории трех поколений: X, Y и Z. А также собрали несколько советов, которые помогут более эффективно работать с каждым поколением.

## Самые популярные вопросы о теории поколений

### Что такое поколение

Поколение – это группа людей, которые родились в один и тот же период и выросли в похожих условиях. Люди в этой группе демонстрируют схожие характеристики, предпочтения и ценности.

Теория поколений – это подсказка, демонстрирующая с чего начать общение и влияние на людей разных возрастов. Между поколениями есть большие различия, и важно знать годы, когда каждое начинается и заканчивается.

### Почему теория поколений последовательна

Поколения демонстрируют схожие характеристики, такие как предпочтения в общении, покупках и мотивации, потому что на них влияли тенденции примерно на одной и той же стадии жизни и по схожим каналам (например, онлайн, ТВ, мобильный). Тенденции формирования поколений наиболее ощутимы по мере того, как люди достигают совершеннолетия. Это означает, что представители определенного поколения будут разделять схожие ценности, убеждения и ожидания.

Важно помнить, что на индивидуальном уровне все разные. Но если взглянуть на людей через призму поколений, можно получить полезную последовательность, которая поможет общаться, работать, мотивировать, вовлекать людей разных возрастов.

### Какие поколения существуют сегодня

В настоящее время наше общество составляют пять поколений. Каждое из них играет активную роль на рынке. В зависимости от конкретного рабочего места, персонал включает в себя от четырех до пяти поколений.

Годы рождения для каждого поколения:

* Поколение Z: 1996 и позже
* Миллениалы или поколение Y: 1981 – 1995
* Поколение X: 1965 – 1979
* Бэби-бумеры: 1946 – 1964
* Традиционалисты: 1945 и ранее

### Почему в разных источниках разные годы

Годы рождения поколения варьируются в зависимости от географии, в разных частях мира вы увидите различные характеристики. Крупные события, которые затрагивают поколение, могут сильно отличаться по всему земному шару или, по крайней мере, по регионам или по масштабам страны, и тенденции могут быть актуальны в разное время.

Например, быть миллениалом в Афинах, с их нынешней безработицей, не то же самое, что быть миллениалом в Техасе, где рынок труда фантастический. Чем больше вы сосредоточены на определенном регионе, тем более точную информацию сможете найти.

## Поколение X

Кто они, представители поколения X? Согласно [Исследовательскому центру Pew](https://www.pewresearch.org/topics/generations-and-age/), это те, кто родился между 1965 и 1979 годами. В мире, который так обеспокоен миллениалами и бэби-бумерами можно утверждать, что [поколение X забытый “средний ребенок](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/05/generation-x-americas-neglected-middle-child/)”. Первоначальное название этого поколения было “Gen Bust”, так как уровень рождаемости был очень невысоким.

### Характерные особенности

* X уже полностью интегрированы в рынок труда, сами платят налоги и работают над созданием и улучшением своей карьеры.
* Для них особенно важен баланс между работой и личной жизнью, поскольку они считают время более ценным, чем деньги.
* Они стремятся к дальнейшим возможностям развития не только на работе, но и в личной жизни.
* Представители этого поколения были первыми, кто стал свидетелем внедрения интернета, мобильных телефонов и компьютеров.
* Представители поколения X более устойчивы к современным тенденциям, однако, они поддерживают альтруистические ценности компаний. Поэтому с большей вероятностью будут поддерживать компанию, которая предлагает продукты и услуги, приносящие пользу обществу или окружающей среде.

### Как работать с поколением X

Бэби-бумеры собираются уходить в отставку, и через несколько лет поколение X начнет занимать руководящие места. Большинство Иксов ​​сейчас находятся на среднем уровне, и многие скоро поднимутся до высшего.

Знание характеристик поколения X на рабочем месте очень важно. Это поможет понять, что движет ими, какие вознаграждения они хотят, и что помогает им добиться успеха.

#### Не давите отчетами и ограничениями

Поколение Икс ​​известно своими организаторскими способностями. Они знают, как справляться с нагрузкой и своевременно выполнять работу. Руководители, которые требуют постоянных отчетов, могут демотивировать этим своих сотрудников X. Конечно, есть некоторые действия, которые требуют постоянного мониторинга, но это скорее исключение. Представители поколения X ​​являются независимыми и автономными.

#### Делайте вызовы

Поколение X ​​является хорошо адаптируемым. Это позволяет его представителям работать даже на очень зависимом от технологий месте. Они любят испытания. Их рабочая этика позволяет им хорошо работать в сложных ситуациях. Они могут начать проект с нуля и довести его до конца, поэтому смело ставьте им более сложные задачи.

#### Гибкий график работы

Поколение X стремится к балансу между жизнью и работой. Помните, что Икс вырос, видя, как родители постоянно работают, чтобы продвинуться по карьерной лестнице. Возможность совмещать работу с личной жизнью без ущерба для последней – важный момент, который обязательно нужно иметь в виду, когда речь заходит о вовлеченности и удержании сотрудников X.

#### Относитесь к ним как к предпринимателям

[41% представителей поколения X ​​](http://millennialbranding.com/2013/multi-generational-entrepreneurship-study/)называют себя предпринимателями[,](http://millennialbranding.com/2013/multi-generational-entrepreneurship-study/) и многие уже переходят от сотрудников к владельцам бизнеса. Предприниматели имеют уникальный набор навыков, которые вы можете использовать для своего бизнеса: от управления проектами до создания компаний. Узнайте, как использовать их в своих интересах, и предоставьте работникам поколения X возможность продемонстрировать эти навыки.

#### Обратная связь

Отзывы важны для поколения X, потому что они ценят профессиональное развитие и рост. Сотрудник Икс хочет наладить здоровые отношения со своими руководителями, поэтому не оставляйте их без обратной связи.

#### Карьерный рост

Иксы ​​с большей вероятностью покинут компанию, если не будут видеть возможности для роста. Обратите внимание, что старшие представители поколения еще будут работать около 10 лет, а младшие – 30. Это значит, что ваши сотрудники X еще довольно долго будут иметь большое значение для компании.

Сейчас настало время сосредоточиться на поколении X и перестать относиться к ним как к заброшенным работникам. Зачем? Потому что они обладают уникальными способностями и много могут дать компании:

* Поколение X ​​обладает влиянием на рабочем месте. Они основывают компании, которые меняют правила игры, меняют наши рабочие места и то, как мы работаем.
* Иксы ​​привносят качество, строгую трудовую этику и адаптивность в культуру компании. Они отлично подходят для наставления и обучения миллениалов.

## Поколение Y

Миллениалы, или поколение Y – это те, кто родился в начале 1980-х - начале 2000-х годов. По сути, это сегодняшние «молодые люди» нашего мира, в возрасте от 18 до 40 лет. Миллениалы – это самое большое, разнообразное и высоко образованное поколение.

### Характерные особенности

* Миллениалы сформированы технологиями и выросли в быстро меняющемся и высококонкурентном мире.
* Многие представители поколения Y уже работают, однако, некоторые все еще учатся и присоединятся к рабочей силе в ближайшем будущем.
* Они с оптимизмом смотрят на свою карьеру.
* Это поколение онлайн 24 часа.
* Они очень обеспокоены своим здоровьем и принимают меры для его улучшения.
* Миллениалы показали себя трудолюбивыми, амбициозными и готовыми нестандартно мыслить, чтобы использовать все профессиональные возможности.
* Они проявляют большой интерес к изменению климата и с большей вероятностью соглашаются работать в компаниях, которые разделяют идеи заботы о природе.

### Как работать с поколением Y

#### Ставить цели

Мы все время слышим об улучшении рабочего пространства, новых бонусах и льготах, но поколению Y нужна цель. Если вы действительно хотите, чтобы ваши сотрудники Y достигали и процветали, дайте им возможность расти. Не ограничивайтесь набором задач – вместо этого устанавливайте новые планки, обязательно отметив, почему это важно для компании и как их успех повлияет на общую картину.

#### Видеть человека

HR-менеджеры должны научиться отступать от стереотипов и мыслить шире, когда речь идет о поколении Y. Конечно, мы все берем на работу потому, что кто-то имеет необходимые навыки, но в процессе работы важно увидеть внутренние мотиваторы и качества, которыми обладают ваши сотрудники миллениалы.

#### Командная работа

Одним из изменений в подходах к образованию в течение десятилетий, когда миллениалы ходили в школу, стал повышенный акцент на командной работе и групповых проектах. От начальной школы до вуза для людей этого поколения было свойственно выполнять задачи в команде.

Организовывая работу в компании, стоит большое внимание уделить созданиям команд, в которых распределяются взаимосвязанные задачи. Это поможет раскрыть потенциал сотрудников Y и позволит им почувствовать себя более комфортно.

#### Использовать технологическую грамотность

Игрек – это первое поколение, которое выросло с интернетом как повседневной частью их жизни. Они первыми используют технологии, которые связывают людей в электронном мире. Этот опыт и знания могут расширить коммуникации как внутри компании, так и за ее пределами.

#### Сосредоточить внимание на результатах

Компания [Qualtrics провела исследование](https://www.qualtrics.com/millennials/work/), в котором обнаружилось, что утверждение о лени поколения Y основано на разрыве между ними и старшими поколениями. Старшее поколение ценит фиксированный график работы и дресс-код, а миллениалы больше внимания уделяют конечным результатам. Это означает, что важно немного ослабить правила, чтобы добиться лучших результатов.

Не стоит забывать, что совсем скоро поколение Игрек станет основной рабочей силой, а значит нужно учиться работать с ними, находить подход и способы дать им развиваться в компании и быть продуктивными.

## Поколение Z

Поколение Z родилось после 1995 года и считается будущим мировой экономики. К 2020 году это поколение станет самой большой группой потребителей в мире. В США, Европе и странах БРИКС они будут составлять до 40% потребителей и 10% в остальном мире.

### Характерные особенности

* Представители поколения Z верят в равенство и отсутствие дискриминации не только в обществе, но и в массмедиа.
* Поколение довольно оптимистично и очень озабочено своими личными амбициями.
* Самоактуализация имеет для них первостепенное значение, вместе с полноценной работой и положительной рабочей атмосферой.
* Это поколение выросло в разных семейных структурах с более разнообразным сочетанием этнических групп и размытыми гендерными ролями.
* Представители Z всегда на связи, они все используют мессенджеры и соцсети для связи с друзьями и близкими.
* Для поколения Зет нет ничего невозможного, они еще более амбициозны, чем миллениалы.

### Как работать с поколением Z

Работодатели не могут себе позволить игнорировать сотрудников Игрек, ведь они в совершенстве владеют технологиями, следят за глобальными тенденциями и стремятся к саморазвитию с раннего возраста.

Возможности поколения Z могут много привнести в компанию. Для этого нужно адаптировать корпоративную культуру к потребностям этой группы.

#### Гибкость

Поколение Z ищет большую свободу для создания и вдохновения. Оно больше заинтересовано в создании собственного уникального контента и будет работать для стартапов, которые дают им возможность для инноваций.

Представители Z не хотят работать с 9 до 5. Предлагая такие условия, вы скорее всего отпугнете потенциальных сотрудников. Они не видят необходимости проводить целый день в офисе, когда есть возможность работать удаленно и всегда оставаться на связи.

#### Карьера

Поколение Z с самого раннего возраста знает по какому карьерному пути хочет идти. Многие из этих людей самоучки, которые используют множество технологий вокруг них, таких, как вебинары, YouTube, подкасты, чтобы продвинуться в начале своей карьеры. Развитие карьеры является важной частью их жизни и они готовы работать больше не столько ради денег, сколько ради продвижения.

Ваша компания должна подготовиться к будущему, инвестируя в технологические изменения и инновации не только для оптимизации операций, но и для обеспечения того, чтобы сотрудники Z были больше вовлечены.

#### Социальные медиа – потребность

Согласно отчету [Goldman Sachs](http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/macroeconomic-insights-folder/what-if-i-told-you/report.pdf), поколение Z тратит около 10 часов онлайн каждый день и любит оставаться на связи. Потребность чувствовать связь не только с друзьями, но и с остальным миром через социальные сети, важна для поколения Z. Компании, которые надеются привлечь лучших специалистов из поколения Z, должны найти способ использовать для этого соцсети.

#### Мотивация

Оплата и условия занятости по-прежнему являются основным мотиватором для всех поколений. Не стоит думать, что ради идеи поколение Зет будет работать бесплатно или не нуждается в медицинской страховке.

Если вы будете вознаграждать сотрудников Z соответствующим образом и соразмерно с выполняемой работой, они, безусловно, будут вовлечены и продуктивны.

#### Возможность быть личным брендом

Корпоративная культура важна, но для поколения Z способность выделяться и быть собой тоже очень важна. Эта группа будет создавать личные бренды и развивать бренд работодателя. Неудивительно, что значительное большинство Зет стремятся создать собственные уникальные стартапы сразу или через несколько лет работы.

Поколение Z уже в следующем десятилетии начнет занимать все больше мест в компаниях и работодатели, которые не будут готовы к этому – потеряют молодых талантливых кандидатов.

## Советы по организации работы с тремя поколениями

### Адаптировать стратегии рекрутинга

Если вы хотите извлечь выгоду из возрастного разнообразия, нужно иметь возможность привлекать людей разных поколений. В описаниях вакансий будьте осторожны с выражениями о возрасте.

Обязательно распределите свои вакансии по разным каналам, в зависимости от того, где вы можете найти потенциальных кандидатов. Не стоит недооценивать силу рекрутинга в социальных сетях. Использование социальных сетей распространено среди всех поколений. [Более 60% людей](https://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/) в возрасте 50-64 лет пользуются хотя бы одним сайтом в социальных сетях.

### Избегать стереотипов

Чтобы в полной мере воспользоваться преимуществами рабочей силы из нескольких поколений, избегайте каких-либо предположений или стереотипов, связанных с возрастом. Вместо этого, поговорите с каждым из ваших сотрудников и узнайте об их индивидуальных предпочтениях и стилях работы.

### Слушать сотрудников

Вместо того чтобы делать предположения о потребностях сотрудников, найдите время, чтобы выслушать каждого сотрудника и выяснить, чего он хочет. Это поможет более эффективно работать вместе и улучшит вовлеченность сотрудников.

### Найти подход для каждого

Каждый сотрудник – это уникальный человек с разными предпочтениями, целями, навыками, слабостями и способами общения. Вместо того чтобы обобщать и относиться ко всем одинаково, стоит применять индивидуальный подход к каждому сотруднику.

### Определите как давать обратную связь

Сотрудники поколения X не хотят, чтобы их непрерывно контролировали, а сотрудники Z хотят получить мгновенную обратную связь о своей работе. Наряду с принятием различных стилей общения вы должны усовершенствовать свои методы предоставления обратной связи и применять их в соответствии с предпочтениями сотрудников.

### Использовать возрастное разнообразие для проектов

Создавая проектные группы разного возраста, вы можете использовать уникальные сильные стороны каждого поколения, а также поощрять членов команды сотрудничать и строить отношения друг с другом.

## Теория поколений – ключ к созданию идеального рабочего места

Компании могут извлечь выгоду из возрастного разнообразия на рабочем месте. Сотрудники разных поколений могут предложить уникальные перспективы и привнести разные преимущества.

* **Решение проблем:** поскольку у каждого поколения свой подход к решению проблем, наличие сотрудников из нескольких поколений может быть очень полезным, когда дело доходит до выявления возможностей для инноваций  и новых способов решения повседневных проблем.
* **Понимание разных аудиторий:** каждое поколение уникально, что является большим преимуществом для компании. Используя людей из каждого поколения, вы сможете лучше понять различные целевые аудитории.
* **Возможности обучения:** разнообразие поколений на работе открывает возможности для обучения всех сотрудников. Коллеги могут учить друг друга новым подходам и более эффективным способам ведения бизнеса. Например, более технологичный работник Z может подсказать, как X сможет быстрее справиться с утомительной работой.
* **Наставничество:** рабочая сила из нескольких поколений является идеальной средой для менторства. Многие организации запускают программы [менторства и внутреннего обучения](https://hurma.work/ru/blog/mentorship-and-internal-training/), чтобы дать сотрудникам возможность обучать друг друга. Это не только помогает сотрудникам приобретать новые навыки и информацию, но и улучшает их совместную работу.

Если понимать особенности каждого поколения, вы сможете не только создать комфортное рабочее место для каждого, но и получить от этого преимущество. Эффективно работая вместе, три поколения смогут привести компанию к выдающимся результатам.

* [Психология](https://hurma.work/rf/blog/tag/psihologiya-rf/)

[Предыдущая статья](https://hurma.work/rf/blog/kot-v-meshke-ili-kak-perestat-hodit-na-nu-takoe-obuchenie-2/)[Следующая статья](https://hurma.work/rf/blog/sluzhebnyj-roman-i-nuzhno-li-eto-kontrolirovat-sovety-dlya-hr-2/)

[Кот в мешке или как перестать ходить на «Ну такое» обучение](https://hurma.work/rf/blog/kot-v-meshke-ili-kak-perestat-hodit-na-nu-takoe-obuchenie-2/)

Выбрать действительно полезное мероприятие и не потратить самое драгоценное - свое время, становится все сложнее, правда? Эта статья для тех, кто действительно любит получать новые знания или навыки, но устал ...

[Служебный Роман и нужно ли это контролировать [Советы для HR]](https://hurma.work/rf/blog/sluzhebnyj-roman-i-nuzhno-li-eto-kontrolirovat-sovety-dlya-hr-2/)

Согласно исследованию, проведенному Vault, у 58% сотрудников были романы с коллегами. Учитывая такую распространенность романтических отношений в офисе, работодателям стоит понимать, как управлять отношениями между сотрудниками, чтобы сохранить положительную рабочую ...