



GfK. Growth from Knowledge

## Поколение Y в украинском маркетинге

### Подбор и развитие молодых специалистов

Глеб Вышлинский, Custom Research Director, GfK Ukraine

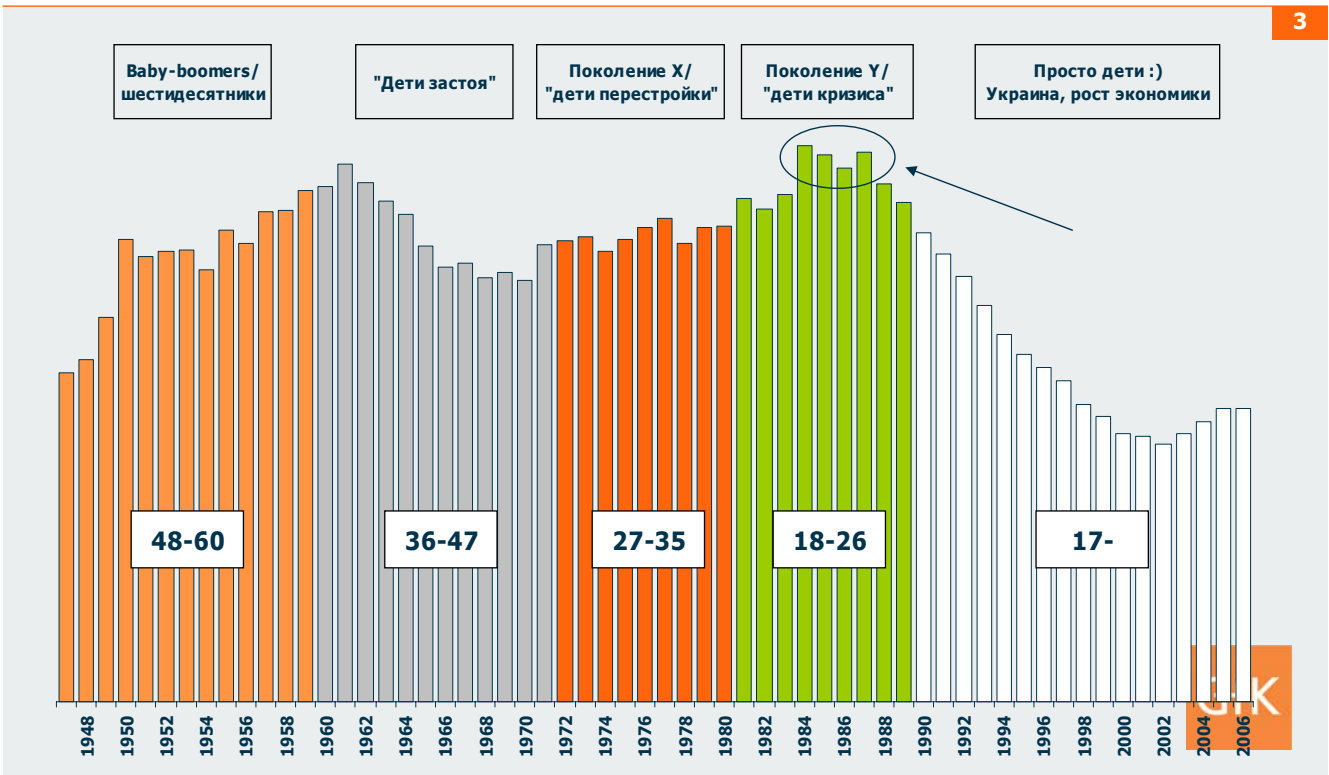
### «Как заставить их работать?!»

2

- Если у Вас есть сотрудники в возрасте до 25-26 лет, не задавались ли Вы такими вопросами:
  - в их возрасте мы были совсем другими...
  - что им нужно от жизни — непонятно...
  - достали: подавай им разнообразную творческую работу — они же и эту на совесть сделать не могут!
  - они не включены в работу — здесь и не здесь одновременно!
  - мы же им платим хорошо и вовремя — что их еще не устраивает?!
  - почему они ничего не могут сделать аккуратно?!
  - предлагаешь им больше денег и БОльшую ответственность — а они не хотят!
  - почему мы — менеджеры — сидим после работы, потому что надо, а у них — театр, концерт, свидание...мы что, идиоты какие-то?!
  - КАК ЗАСТАВИТЬ ИХ РАБОТАТЬ?

# Население Украины по году рождения

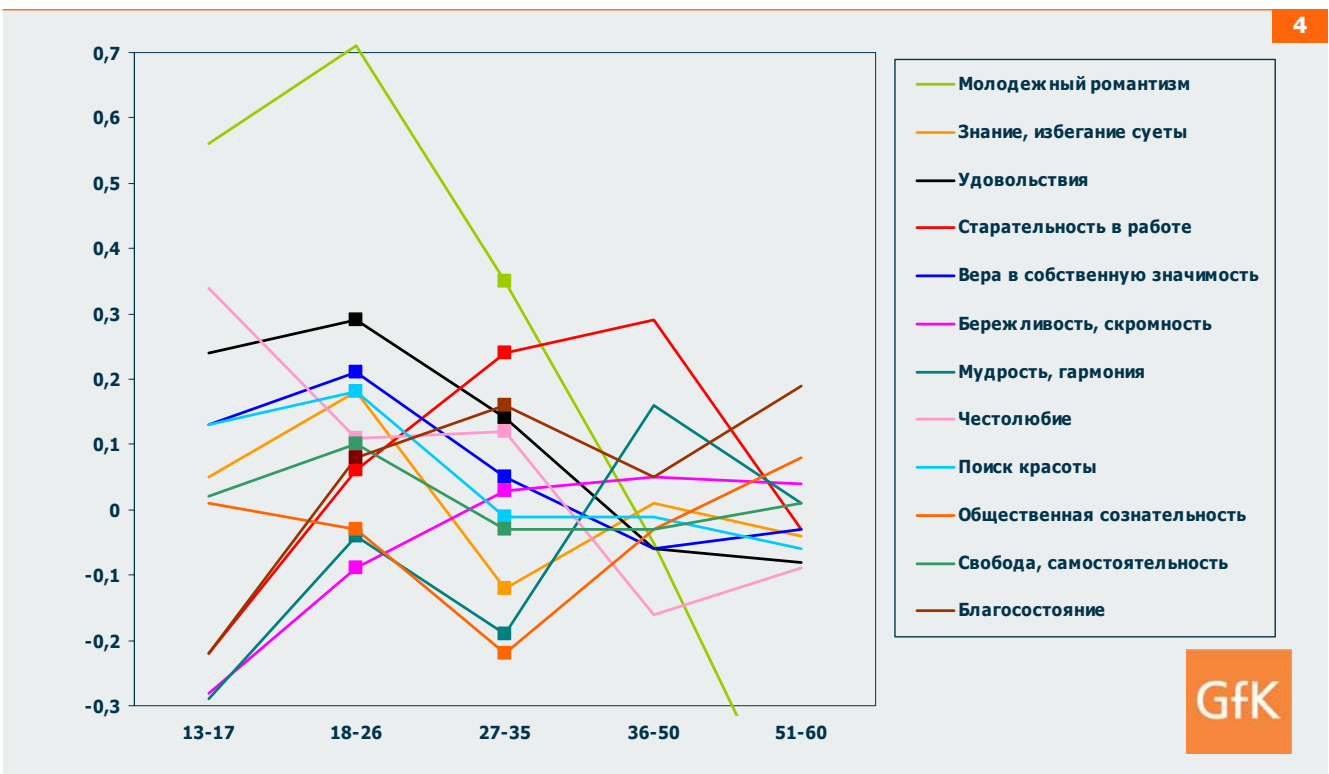
3



# Отличия между поколениями по ценностям, Украина

Данные: GfK Roper Report, 2007, N=1000

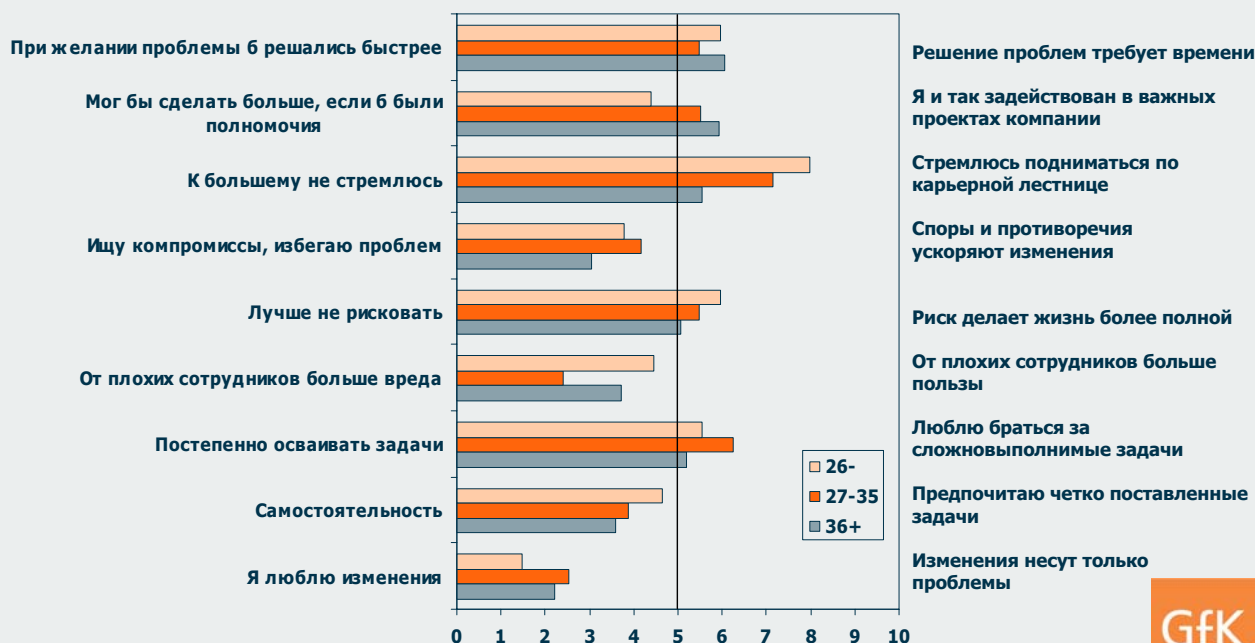
4



## Отличия между поколениями в GfK Ukraine

Данные: опрос удовлетворенности сотрудников GfK Ukraine, сентябрь 2007, N=124

5



GfK

## Итак:

6

- Им нужен fun, эмоции, постоянные изменения, риск
- «Надо» не работает, от работы должно быть удовольствие
- Хотят, чтобы их холили и лелеяли, занимались ими
- Много работать и стараться не хотят
- При этом амбициозны и хотят самостоятельности
- Хотят учиться, а не бегать с высунутым языком
- Деньги не имеют большого значения
- Слегка наивны

GfK

## Но все ли так плохо?

7

- Нет. Поколение Y:
  - Лучше всех разбирается в информационно-коммуникационных технологиях
  - Это самое образованное поколение
  - Они склонны к мудрой, гармоничной жизни, общественно сознательны, ищут красоту и достаточно честолюбивы

GfK

## Почему (гипотезы)

8

- В отличие от поколения 27-35, поколение Y имело меньше мотивации и шансов для экономической самореализации. Родителям было легче адаптироваться к реформам, чем у родителей поколения 27-35 — больше финансовая подушка. Формирование ценностей пришлось на самые кризисные годы (у поколения X — наоборот, перестройка, восхваление ценностей капитализма, обретение Украиной независимости)
- Больше доступа к образованию и родительского давления в этом вопросе
- Возможно: отличия в ценностях родителей: у 26- это чаще «дети застоя», у 27-35 — bay-boomers/шестидесятники, более активная группа
- Глобальная тенденция: большее количество контактов с медиа в их жизни, результат — меньшая сосредоточенность, меньший объем внимания, потребность в более частом стимулировании

GfK

## Что делать? (1)

9

### ▪ Как подбирать?

- ВУЗы и школы с наивысшими стандартами (обучение требовало усилий)
- Максимум внимания к мотивации во время интервью (прямые вопросы не работают!)
- Множество личных вопросов, позволяющих понять ценности человека
- Потребность в деньгах, наличие своей семьи — большой плюс
- Тесты на внимательность и аккуратность
- Тесты на грамотность
- Вопросы по школьной программе («сколько будет 7 на 8», «в каком столетии творил Пушкин»)

### ▪ Не рассчитывать, что они согласятся работать больше за БОЛЬШИЕ деньги, лучше нанимать больше сотрудников на меньшие зарплаты

GfK

## Что делать? (2)

10

### ▪ Как развивать?

- Понять, что они другие, их нельзя мерять по своей мерке
- Давать возможность проявить себя — это может увлечь, привнести fun
- Давать полную ответственность за участок работы
- При успехах — мгновенно давать позитивный отклик, показывать уважение, материально стимулировать
- Смириться с тем, что постоянно нужно ставить новые задачи
- Подобрать наставников, которые будут отвечать за ежедневное производственное обучение («поставил задачу — отошел — проверил»)
- Стимулировать яркие позитивные эмоции в коллективе
- Обеспечивать постоянное обучение
- Быть гибкими: не создавать лишних ограничений, а если они нужны — обязательно их аргументировать

GfK