

I.N. Rogova

GLOBAL HYPOTHETICAL IMPERATIVES OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

Irina Rogova – senior lecturer, the Department of International Business, St. Petersburg State University of Economics, PhD in Economics, St. Petersburg; e-mail: Irina_ltd@mail.ru.

We look at the global hypothetical imperatives of the development of human capital through the prism of the emergence of a new Z generation and the explanation of probable ways of its formation. The main problems in mutual understanding between managers and employees are considered. The main values important for workers of the new formation are listed.

Keywords: values, technological structures, XYZ generations, human capital.

И.Н. Рогова

ГЛОБАЛЬНЫЕ ГИПОТЕТИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Ирина Николаевна Рогова – доцент кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; e-mail: Irina_ltd@mail.ru.

В статье рассматриваются глобальные гипотетические императивы развития человеческого капитала через призму появления нового поколения Z и объяснения вероятных путей его формирования. Рассмотрены основные проблемы во взаимопонимании между руководителями и работниками. Также описываются основные ценности, важные для работников новой формации.

Ключевые слова: ценности; технологические уклады; поколения «X», «Y», «Z»; человеческий капитал; методы управления; организационная культура; формирование личности.

В выступлениях руководителей государств [4] и крупных корпораций [2] все чаще слышны тревожные сообщения об отсутствии высококвалифицированного персонала, способного занимать руководящие посты в системообразующих организациях. И это происходит в то время, когда доступ к информационным базам данных все более упрощается, а большое количество производственных операций выполняется в автоматическом режиме роботами. В результате перед руководителями современных организаций встают следующие вопросы: *Действительно ли так сложно найти грамотных руководителей, обладающих компетенциями, соответствующих современным требова-*

ниям, или это всего лишь видение отдельных руководителей? Каковы основные тенденции в развитии человеческого капитала в организациях, нацеленных на будущее?

Теоретики и практики современного менеджмента сходятся во мнении, что эффективное управление организацией определяется тремя важными составляющими: разработанной стратегией, грамотным процессным управлением и управляемой организационной культурой. Чем более четко определены миссия, видение и цели деятельности организации, тем легче работающим в организации людям ориентироваться в направлениях и определять степень усилий, которые им необ-

ходимо прикладывать, дабы достичь задаваемых параметров. При этом наличие разработанной стратегии, как и ее отсутствие, не является детерминантой производственной эффективности, поскольку определяет уровень конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Современное процессное управление является скорее ценностно-ориентированным управлением, поскольку включает такие важные составляющие, как выстраивание грамотных логистических потоков, установление связей, в том числе и интегрированных с потребителями продукции и услуг и поставщиками всех необходимых компонентов, поскольку именно от указанных составляющих непосредственно зависит стоимость продаваемых продуктов (или услуг) и, соответственно, удовлетворенность от их приобретения конечными потребителями.

Организационная же культура – это отношение к ценностям компании, а также пути их формирования и управления ими в организации. Именно внутренне развитая организационная культура транслируется во внешнюю среду в виде имиджа хозяйствующего субъекта.

Возникает резонный вопрос: как эти составляющие связаны с человеческим капиталом?

В последнее время в научной литературе особое внимание уделяется проблемам, поднятым «Теорией поколений», разработанной Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом. В рассматриваемой теории изучаются тенденции в моделях поведения людей в истории США. Применительно к российской действительности положения теории адаптируются Евгенией Шамис в книге «Теория поколений. Необыкновенный икс» [3]. Суть проведенных исследований сводится к анализу изменений в поведении поколений людей со схожими жизненными ценностями, обладая знаниями о которых, можно выбрать обоснованные методы управления, не только повышающие производительность труда людей в случае выполнения ими производственных задач, но и поддерживающие желание и активность в качестве потребителей (покупателей) ко-

нечных товаров и услуг. На данный момент выделяют три основных поколения – «X», «Y» и «Z». Изменения в ценностях каждого из поколений непосредственно связаны с технологическими укладами, распространенными в определенный период времени. Так, при управлении поколением «X» на предприятиях формировались отделы кадров, основной задачей которых выступал механический учет работников и оптимизация их деятельности, для чего вырабатывались научно обоснованные нормы и нормативы производительности труда, а также системы стимулирования трудовой деятельности. При управлении же поколением «Y» произошла значительная трансформация в работе кадровых служб, которые постепенно стали делать акцент на высокообразованном персонале, а затем и на человеческих ресурсах организации. В результате работники стали рассматриваться как важный ресурс, при грамотном инвестировании в который (при построении системы мотивации труда) возможно не только повышение производительности труда, но и устойчивое конкурентное положение организации в долгосрочной перспективе. Отмечаемые же изменения последнего времени свидетельствуют, что современным поколением «Z» (исследованию которого и посвящена данная работа), рекомендуется управлять с позиции человеческого капитала, с помощью которого возможны как увеличение стоимости, так и ее потеря в зависимости от выбранных методов управления, подстраиваемых под определенные ценности самих работников.

С.Ю. Глазьев [1] в своих исследованиях описывает пять технологических укладов, приводит их характеристики, рассматривает особенности финансовых потоков и состояния экономик государств в зависимости от распространенного технологического уклада. Другие исследователи выделяют уже и седьмой технологический уклад, зарождение которого происходит в экономически развитых западных государствах. Однако поскольку в данной статье рассматриваются гипотетические императивы развития современного чело-

веческого капитала, акцент в дальнейшем будет сделан на пятый технологический уклад, характеризующийся развитием технологий в области микроэлектроники, информатики, биотехнологий, геной инженерии, освоения космического пространства, спутниковой связи и т.п.

Если при переходе к пятому технологическому укладу основной задачей было накопление и грамотное использование имеющихся знаний, что требовало развитие технологий, способных сохранять большие объемы информации, то при переходе к шестому технологическому укладу способность использовать технологий рассматривается как само собой разумеющееся. Отсюда появление специальных терминов, определяющих наличие поколения «Z», или цифрового человека, который свободно, на уровне подсознания, владеет информационными технологиями, но имеет ограниченное эмоциональное развитие и, что самое страшное для руководителей организаций, – слабо развитое мышление, которое является основным условием конкурентоспособности организаций, реализуемой через создание качественно новых, прорывных товаров и услуг.

Поэтому руководители крупных организаций во всеуслышание говорят о низкой квалификации и профессионально непригодной молодежи. На самом деле в реальности происходит столкновение не только менталитетов более старшего поколения, но и ценностей и способностей восприятия ими окружающей действительности. Если для поколения «Y» погоня за приобретением финансовых богатств и определенного статуса была в приоритете, то для поколения «Z» на первое место выходят совершенно иные потребности: проявление и удовлетворение собственных интересов; при этом они ориентированы на постановку краткосрочных целей, индивидуалистичны, сверхчестны и откровенны, и мотивированно занимаются лишь тем, что вызывает их интерес.

Более подробные характеристики и ценности рассматриваемого поколения еще предстоит изучить и определить. Но

уже сейчас становится понятным, что возникают серьезные проблемы в воспитании и передаче опыта этому поколению, поскольку в нем, в частности, сочетаются два основных типа мышления – клиповое и кликовое. При увеличивающихся информационных потоках память становится все более кратковременной (клиповой), запоминаются лишь яркие образы. Одновременно с целью стимуляции запоминания образов маркетологи стараются использовать яркие примеры якорей чувств, акцентируя внимание на эмоциональных составляющих внедряемых в сознание образов.

В создающихся условиях молодежи все сложнее определиться с планированием своего будущего, поскольку возрастающие потребности в эмоциональном удовлетворении здесь и сейчас не стимулируют желаний в долгосрочной перспективе. Более того, выявленные тенденции приводят к таким ограничениям, как формирование личностей, не способных брать на себя ответственность за последствия принимаемых решений. Руководители современных организаций отмечают тенденцию, что все чаще при трудоустройстве молодые люди не предлагают себя как профессионалов в той или иной области, а уточняют, как работодатель будет их «развлекать» в случае трудоустройства, какого рода преференции обеспечит. Современное поколение легко меняет места работы.

В результате происходящих изменений три составляющие успеха, рассмотренные вначале (стратегия, бизнес-процессы, организационная культура), уже не являются первоочередными, а отходят на второй и далее планы.

При этом происходят существенные изменения и в потреблении материальных благ. По существу, именно отживающие поколения «X» и «Y» в большей степени заинтересованы в их накоплении и, таким образом, обеспечивают поколение «Z» всем необходимым. А последнее воспринимает передаваемые блага как само собой разумеющиеся и не видит необходимости в трудоустройстве или повышении производительности собственного труда

ради появления возможности покупки еще одной машины или еще одной квартиры. В то же время поколение «Z» можно заинтересовать предоставлением туристических путевок за своевременно выполненные задания или организацией всевозможных шоу. В качестве примера последнего в интернет-новостях все чаще можно найти сообщения о том, что молодые люди берут кредиты, чтобы устроить шумные вечеринки с одной целью – попасть в новостные ленты социальных сетей и поднять собственные рейтинги. При этом о способах возвращения кредитов никто не задумывается.

Профессиональный уровень рассматриваемого поколения, если сопоставлять его с требованиями поколения «X» или «Y», чрезвычайно низкий. Но дело в том, что к поколениям «X» и «Y» предъявлялись требования по накоплению знаний, навыков, умений. А поколение «Z» способно виртуозно в больших потоках информации выискивать именно те знания, которые необходимы для решения тех или иных задач, не будучи при этом специалистами в этих областях, а в случае необходимости выполнения производственных операций использует робототехнику (в том числе и 3D принтеры). Получается, что современное поколение затрачивает меньше усилий на решение уже поставленных задач, а главная его проблема – в неспособности самостоятельно мыслить.

Итак, глобальные гипотетические им-

перативы развития человеческого капитала сводятся к определению ценностей общества, формируемых под воздействием перехода к новому технологическому укладу, уровню взаимодействия между поколениями и их способностей компенсировать взаимные ограничения, выработанные в частной жизни, требованиям постоянного гармоничного собственного развития с учетом рационализации в использовании ресурсов окружающей среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. М.: Экономика, 2010. 256 с.

2. Греф Г. Кризис – это всегда результат плохого менеджмента // Executive.ru: [сайт]. URL: <http://www.e-executive.ru/management/biznes-liderstvo/1985970-german-gref-krizis-eto-vsegda-rezultat-plohogo-menedzhmenta> (дата обращения 01.08.2017).

3. Никонов Е., Шамис Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс. М.: Синергия, 2016. 140 с.

4. О бизнес-проектах в сфере образования и подготовки квалифицированных кадров от 20.01.2015 г. (стенограмма выступления Д.А. Медведева) // Правительство Российской Федерации: [сайт]. URL: <http://government.ru/news/16553> (дата обращения 01.08.2017).