

УДК 316.346.32-053.6/.334.22 URL: <https://ptsj.bmstu.ru/catalog/hum/socio/1098.html>

СОТРУДНИКИ-ЗУМЕРЫ: НОВЫЕ HR-ТРЕНДЫ

А.М. Прусакова

prusakova.alexandra@gmail.com

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация

В статье исследованы особенности поколения Z (зумеры) как новой категории сотрудников, которая активно выходит на рынок труда. Охарактеризованы основные черты зумеров — высокая цифровая грамотность, клиповое мышление, стремление к балансу между работой и личной жизнью, ценность социальной ответственности и открытости. Особое внимание уделено влиянию зумеров на изменение корпоративной культуры и HR-стратегий — гибкие графики, удаленная работа, диджитал-сфера, персонализированное обучение и развитие, новые форматы рекрутинга и корпоративного брендинга через социальные сети. Также уделено внимание потребности зумеров в прозрачности, обратной связи, заботе о ментальном здоровье, социально-значимых проектах. Таким образом, выявлено, что поколение Z трансформирует рынок труда и корпоративную культуру, заставляя компании внедрять цифровизацию, гибкость и социальную ответственность, что в конечном счете делает бизнес более адаптивным и современным.

Ключевые слова: зумеры, клиповое мышление, толерантность, гибкость, мобильность, баланс между работой и личной жизнью, удаленная работа, прагматизм

Введение. Поколение Z, или зумеры — это люди, родившиеся примерно с середины 1990-х до начала 2010-х годов [1, 2]. Их называют «цифровыми аборигенами», потому что они с детства окружены технологиями и интернетом, и для них цифровая среда — естественная часть жизни [1, 3].

Каждое следующее поколение в той или иной степени отличается от предыдущего. Причина кроется в изменении культурных норм, появлении новых технологий, преобразованиях социально-экономической среды, что, несомненно, влияет на психологию каждого нового поколения [2].

Сегодня зумеры активно входят в рабочие коллективы и уже меняют корпоративную культуру, форматы работы и требования к HR-стратегиям. Этот возрастной сегмент характеризуется рядом уникальных черт, которые существенно влияют на подходы к управлению персоналом и HR-стратегиям, в связи с чем возникает необходимость проанализировать, как компании адаптируются к запросам молодых сотрудников, какие новые тренды появляются в HR и почему зумеры становятся драйвером перемен.

Рассмотрим отличительные черты зумеров на рабочих местах. Начнем с того, что им свойственна технологическая подкованность: зумеры выросли

в эпоху цифровых технологий, что делает их высокоадаптивными к новым инструментам и методам работы. Они предпочитают решать задачи с помощью смартфонов и других цифровых устройств [4, 5]. В результате такой трансформации зумеры свободно ориентируются в интернете, быстро осваивают новые гаджеты и приложения и предпочитают получать информацию из электронных источников. Представители этого поколения легко адаптируются к новым цифровым инструментам, что способствует развитию навыка быстрого поиска информации и интенсивной мобильности в текущих процессах, и ожидают их наличия в любой сфере жизни (в том числе на работе).

Клиповое мышление — еще одна отличительная черта зумеров, которая тесно переплетается с таким понятием, как многозадачность. Поколение Z привыкло одновременно выполнять несколько задач: вести переписку, слушать музыку, смотреть видео и делать домашние задания. Им легче воспринимать информацию в коротких, ярких формах — через мемы, сторис, короткие видео [3]. Это связано с тем, что они получают огромный поток данных ежедневно и учатся быстро переключаться между задачами.

Более того, важным аспектом жизни многих зумеров, на наш взгляд, становится романтизация жизни и ежедневных задач. В условиях современного информационного перенасыщения и стремления к профессиональному успеху и личному благополучию представители поколения Z демонстрируют способность эффективно поддерживать внутренний баланс, ценить простые жизненные удовольствия и целенаправленно создавать условия для повышения качества и комфорта своей жизни.

По нашему мнению, в отличие от миллениалов, зумеры более прагматичны: они во всем ищут практическую пользу, предпочитают честность и искренность, не терпят фальши и формализма. Указанное качество способствует тому, что при выборе работы амбициозный представитель поколения Z обратит внимание на социальную ответственность и смысл работы. Зумерам важно осознавать значимость своей деятельности и вкладывать себя в проекты, соответствующие их ценностям и целям [5].

Однако поколение Z сталкивается и с некоторыми сложностями. Они часто не способны разделить виртуальный и реальный мир, представляющий для них единое пространство [3], а постоянное пребывание в цифровой среде влияет на их психологическое состояние, порождая рассеянность внимания, проблемы со сном, тревожность, склонность к выгоранию и депрессивным состояниям [1, 2].

Ни для кого не секрет, что интенсивная цифровизация и изменение общества влечет за собой изменения в протекании когнитивных процессов: зумеры не стремятся запоминать большие объемы информации — они знают,

что все можно найти в интернете в любой момент. Это формирует новый тип восприятия — дигитальное мышление [3]. Такое мышление проявляется в умении эффективно обрабатывать и анализировать информацию с помощью технологий, критически оценивать данные и быстро адаптироваться к цифровой среде, что ведет к повышению продуктивности и адаптивности, но требует развития саморегуляции для предотвращения цифрового стресса и снижения когнитивных способностей.

Особое внимание рассматриваемый тип работников уделяет гибкости и балансу между работой и личной жизнью (work-life balance). Зумеры предпочитают гибкие графики работы и компании с современными подходами к управлению. В межличностных отношениях представители поколения Z ценят открытость и честность, не боясь выражать свое мнение [1, 5], а следовательно, отдают предпочтение прозрачности и честности в общении с руководством и коллегами. В связи с этим многие компании активно развивают культуру обратной связи и вовлекают сотрудников в принятие решений. Например, в Сбербанке России реализована платформа для регулярных опросов и обратной связи, что повышает уровень доверия и вовлеченности сотрудников [1].

Итак, мы видим, как меняется стиль мышления большей части сотрудников. В связи с этим в сферу управления персоналом входят новые HR-тренды, которые включают в себя те же категории, что и раньше, но в более гибких и современных интерпретациях. Рассмотрим основные из них и проанализируем, почему и для чего они возникли.

Компании, стремящиеся эффективно взаимодействовать с этим поколением, трансформируют HR-стратегии в сторону гибкости, цифровизации, персонализации и ценностной ориентированности. Такая трансформация обусловлена не только изменением ожиданий и предпочтений зумеров, но и общими тенденциями цифровой трансформации и культурных сдвигов в обществе. Для успешного привлечения и удержания зумеров организации вынуждены становиться более адаптивными, технологически продвинутыми и человечными, что отражает переход от традиционных моделей управления к более эмпатичным и ориентированным на индивидуальные потребности подходам.

В рамках исследования был проведен анализ актуальной литературы, посвященной особенностям поколения Z в условиях современной экономики и трансформации рынка труда. Изучение публикаций позволило выделить ключевые особенности зумеров как сотрудников и определить направления развития HR-стратегий, ориентированных на их потребности.

Согласно ряду источников [1, 4, 5], представители поколения Z формируют запрос на новые модели взаимодействия в организациях: они ориенти-

рованы на открытость, участие в принятии решений и наличие обратной связи. Это требует от компаний отхода от иерархичных схем управления и перехода к более гибким и горизонтальным форматам. Работодатели все чаще внедряют инструменты обратной связи, практики наставничества, цифровые платформы для оценки вовлеченности сотрудников, а также развивают культуру диалога.

Высокий уровень цифровой грамотности зумеров, подтвержденный большинством исследователей [3, 4], обуславливает их предпочтения в использовании онлайн-инструментов, быстрой коммуникации и визуального контента. Это влияет на форматы как работы, так и обучения: возрастают значения электронного обучения (e-learning), корпоративных платформ и digital-коммуникаций.

В литературных источниках также подчеркивается прагматичность и ценностная ориентированность поколения Z [5, 6]. Для зумеров особенно значимы прозрачные условия труда, карьерные перспективы и соответствие личных и корпоративных ценностей. Особую актуальность приобретают концепция устойчивого развития бизнеса (Environmental, Social, Governance — ESG) и социальной ответственности: компании, демонстрирующие активную позицию в этих вопросах, получают преимущество в глазах молодых соискателей.

Представители поколения Z ищут информацию о работодателях преимущественно в социальных сетях и доверяют отзывам сотрудников [6], которые доступны всем. Поэтому современные компании активно развивают HR-брендинг в социальных сетях (создают контент с реальными историями сотрудников, показывают офисную жизнь, ценности и проекты через социальные сети), используют интерактивные форматы рекрутинга (внедряют хакатоны и онлайн-челленджи, которые позволяют кандидатам показать реальные навыки в условиях командной работы и решения задач). Например, крупные корпорации, такие как Сбер и Яндекс, активно ведут социальные сети с акцентом на карьерные возможности и корпоративную культуру [6], а войти в штат сотрудников можно через стажировки и образовательные программы. Такие новации делают процесс рекрутинга более интересным и эффективным как для работодателей, так и для соискателей-зумеров, поскольку одна сторона способна объективно оценить всех кандидатов, а другая попробовать свои силы и узнать слабые места.

Стажировки особенно актуальны для студентов. Многие зумеры, которые уже выходят на рынок труда, все еще учатся в университетах. Они, в силу своих ограниченных возможностей во времени и передвижении, склонны решать задачи удаленно и ожидают от компаний современных технологий для работы, а также понимания со стороны руководства в отношении удоб-

ных форматов сотрудничества. Стремление к улучшению качества жизни влечет за собой сильную вовлеченность зумеров в работу. Для многих из них целью становится обретение финансовой свободы, а это возможно только через карьерный рост, а следовательно, и рост заработной платы. Для 93 % зумеров возможности профессионального роста — ключевой фактор при выборе работы [6]. Таким образом, появляется насущная потребность в гибкости и удаленной работе как в базовых условиях, чтобы строить карьеру параллельно с учебой в университете. Исследования показывают, что около 63 % представителей поколения Z предпочитают удаленку, а 60 % выбирают работу исходя из наличия гибкого графика [6]. Поэтому компании внедряют гибкие графики и возможность работать из дома или любого удобного места, а также гибридные модели. Например, Т-Банк внедрил гибридный формат работы с возможностью выбора офиса или удаленки [7].

Стоит обратить внимание и на то, что зумеры придают большое значение социальной и экологической ответственности бизнеса: 90 % считают, что компании в обязательном порядке должны решать эти проблемы [6]. Поэтому многие работодатели интегрируют ESG-программы, поддерживают устойчивое развитие, инклюзивность и волонтерство. Например, компания «Газпром нефть» реализует проекты по снижению углеродного следа и вовлекает сотрудников в различные социальные инициативы, что повышает лояльность молодых специалистов [6, 7]. Таким образом, компании все чаще становятся экологически чистыми, а зумеры все больше тянутся к таким работодателям.

Таким образом, проведенный анализ подтверждает, что зумеры задают вектор изменений в корпоративной культуре, и HR-политика вынуждена адаптироваться к этим новым требованиям. Цифровизация, гибкость, ментальное здоровье, прозрачность и устойчивое развитие становятся не просто модными трендами, а необходимыми условиями для привлечения и удержания молодых специалистов.

Подводя итог всему сказанному, можно отметить, что поколение Z уже сегодня оказывает значительное влияние на рынок труда и корпоративную культуру. Зумеры предъявляют новые требования к работодателям: они ценят гибкость, цифровизацию, прозрачность, заботу о ментальном здоровье и баланс между работой и личной жизнью. Для них важны социальная и экологическая ответственность компаний, возможности для профессионального и личностного роста, а также участие в значимых проектах. В ответ на эти запросы компании трансформируют HR-стратегии, внедряют современные цифровые инструменты, развивают корпоративный бренд в социальных сетях, предлагают гибкие форматы работы и поддерживают инициативы устойчивого развития. Такой подход позволяет не только привлекать и удерживать

молодых специалистов, но и формировать более адаптивную, открытую и эффективную рабочую среду. В итоге зумеры становятся драйверами позитивных изменений, способствуя развитию современных и конкурентоспособных организаций, отвечающих запросам времени.

Литература

- [1] *Топ HR-трендов*. URL: <https://samolov.ru/blog/top/hr/trends> (дата обращения 01.03.2025).
- [2] Егорова К., Низамутдинова Э. *Поколение Z: что это, какие года, характеристика, особенности, проблемы*. URL: <https://www.championat.com/lifestyle/article-5879314-pokolenie-z-cto-eto-kakie-goda-harakteristika-osobennosti-problemy.html> (дата обращения 01.03.2025).
- [3] Сотников Г. *Теория поколений: чем отличаются зумеры, бумеры, миллениалы, поколения X и альфа*. URL: <https://www.mgpu.ru/teoriya-pokolenij-chem-otlichayutsya-zumery-bumery-millenialy-pokoleniya-x-i-alfa/> (дата обращения 01.03.2025).
- [4] *Академия социальных технологий. Зумеры на работе — разбираемся в поколенческих особенностях молодых коллег*. URL: <https://ast-academy.ru/blog/zumery-na-rabote-razbiraemsya-v-pokolenceskih-osobennostah-molodyh-kolleg/> (дата обращения 01.03.2025).
- [5] Воронина Е. *Поколение зумеров для HR: как привлекать, обучать и удерживать*. URL: <https://huntflow.media/zumery/> (дата обращения 01.03.2025).
- [6] Брагина Д. *HR-брендинг компании: тренды поколения Z*. URL: <https://blog.bitobe.ru/article/hr-brening-2025-pyat-trendov-dlya-privlecheniya-pokoleniya-z/> (дата обращения 01.03.2025).
- [7] Александрова Е. *Тренды развития в кадровых процессах и HR в 2025 году*. URL: <https://empldocs.ru/hr-trendy-2025> (дата обращения 01.03.2025).

Поступила в редакцию 01.07.2025

Прусакова Александра Михайловна — студентка кафедры «Социология и культурология», МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация.

Научный руководитель — Чернышева Анна Владимировна, кандидат философских наук, доцент кафедры «Социология и культурология», МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Российская Федерация. E-mail: irida64@bk.ru

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Прусакова А.М. Сотрудники-зумеры: новые HR-тренды. *Политехнический молодежный журнал*, 2026, № 02 (103). URL: <https://ptsj.bmstu.ru/catalog/hum/socio/1098.html>

ZOOMERS: NEW HR TRENDS

A.M. Prusakova

prusakova.alexandra@gmail.com

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation

This article examines the characteristics of Generation Z (“Zoomers”) as a new category of employees actively entering the labor market. Key characteristics of Zoomers are characterized: high digital literacy, clip-based thinking, a desire for work-life balance, and the value of social responsibility and openness. Particular attention is paid to the influence of Zoomers on changes in corporate culture and HR strategies, including flexible schedules, remote work, digital, personalized training and development, new recruiting formats, and corporate branding through social media. The article also highlights Zoomers' need for transparency, feedback, mental health care, and socially significant projects. Thus, it has been revealed that Generation Z is transforming the labor market and corporate culture, forcing companies to implement digitalization, flexibility, and social responsibility, which ultimately makes business more adaptive and modern.

Keywords: zoomers, clip thinking, tolerance, flexibility, mobility, work-life balance, remote work, pragmatism

Received 01.07.2025

Prusakova A.M. — Student of Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation.

Scientific advisor — Chernysheva A.V., Ph. D. (Phil.), Associate Professor of Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russian Federation. E-mail: irida64@bk.ru

Please cite this article in English as:

Prusakova A.M. Zoomers: new HR-trends. *Politekhnikheskiy molodezhnyy zhurnal*, 2026, no. 02 (103). URL: <https://ptsj.bmstu.ru/catalog/hum/socio/1098.html>