

*Абрамова Елизавета Александровна*

*студент, факультет менеджмента и инноватики*

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы*

*при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС)*

*Россия, г. Москва*

## **ЦИФРОВОЙ HR-БРЕНДА ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z И МИЛЛЕНИАЛЫ**

В условиях цифровой трансформации и смены поколений на рынке труда HR-брендинг становится ключевым инструментом привлечения и удержания талантов. Статья посвящена особенностям формирования цифрового HR-бренда, ориентированного на поколения Z и миллениалов, которые предъявляют новые требования к работодателям. Рассматриваются ключевые каналы цифрового взаимодействия (социальные сети, мобильные приложения, геймификация), а также стратегии создания привлекательного имиджа компании через прозрачность, вовлеченность и ценности. Особое внимание уделяется анализу ожиданий молодых специалистов.

**Ключевые слова:** HR-бренд; цифровизация; поколение Z; миллениалы; employer branding; социальные сети; вовлеченность сотрудников.

In the context of digital transformation and generational change in the labor market, HR branding is becoming a key tool for attracting and retaining talent. The article is devoted to the specifics of the formation of a digital HR brand aimed at generations Z and millennials, who are making new demands on employers. The key channels of digital interaction (social networks, mobile applications, gamification) are considered, as well as strategies for creating an attractive company image through transparency, engagement, and values. Special attention is paid to the analysis of the expectations of young professionals.

**Keywords:** HR brand; digitalization; generation Z; millennials; employer branding; social networks; employee engagement.

На сегодняшний момент в одной организации могут работать различные поколения начиная от «бэби-бумеров» заканчивая самыми юными

представителями поколения «зуммеров». У каждого поколения есть свои ценности, мотивы, отношения к работе и способы взаимодействия.

Именно по этой причине, развитие цифрового HR-бренда важно, особенно с учетом особенностей любого поколения это позволяет компании эффективно привлекать и мотивировать сотрудников, что напрямую влияет на успех организации.

На период 1 января 2023 года, опираясь на статистику Росстата [1]:

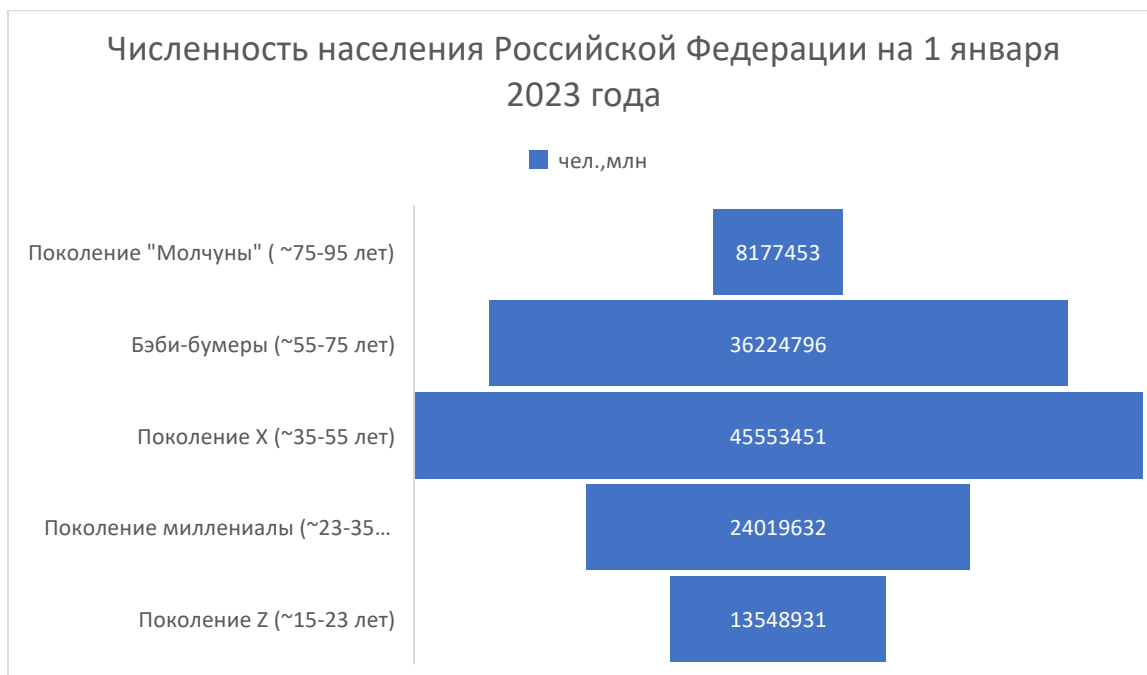


Рис.1 Численность населения РФ по возрасту на 1 января 2023г

Исходя из данных, мы можем сделать вывод, что в 2023 году большую часть населения представляло поколение X. Люди, которые родились во времена СССР (~1965-1980 год), видели как работало предыдущее поколение, то есть их родители, они привыкли к четкому распорядку, ценят постоянство и не меняют сферу деятельности.

Несмотря на всю численность населения России, к 2030 году прогнозируют по исследованиям компании Deloitte около 60% как рабочей силы, так потребительской доли будут составлять поколение Y- миллениалы, поколение Z-зуммеры и самые юное поколение, выходящее на рынок труда - Альфы.

Рассмотрим особенности миллениумов:

Люди, которые родились ~ в 1984 по 2000гг. Они ценят свободу, гибкость и возможность самостоятельно развиваться. Кроме этого, миллениалы стремятся к тому, что их работа не просто способ заработать денег, а часть их жизни, в которой они видят смысл жизни.

Для них важно обучение, денежные бонусы и гибкий график работы, предпочитают горизонтальную карьеру, это означает, что они стремятся к получению дополнительного образования, пробуют себя во всех сферах жизни. В то же время они в постоянном поиске идеальной работы. Поэтому работодателям сложно найти подход к такому поколению, пытаясь их заинтересовать коллективом, предлагая им комфортные условия работы.

Помимо этого, «игреки» хотят чувствовать себя значимым в команде единомышленников, что их работу ценят. Они ценят компании с сильной корпоративной культурой, где их мнение будут учитывать. Также, они ожидают от компании, что работодатель будут использовать цифровые современные инструменты и методы так как они сами родились в эпоху цифровизации.

Кратко опишем портрет человека Y:

1. Ценят цифровой комфорт
2. Умеют схватывать информацию налету
3. Не хотят повторять ошибки своих родителей
4. Потребность в психологическом комфорте в разных направлениях жизнедеятельности
5. Уверены в себе и в своих силах

Рассмотрим подходы HR-бренда для поколения Y с учетом их особенностей:

1. Четко сформулированные миссии и ценности компании
2. Необходимо показывать как работа работников влияет на общество, на партнёров
3. Стоит предлагать возможности профессионального развития: курсы, тренинги

4. Использовать открытую коммуникацию с руководством через внутренние каналы компании
5. Необходимо проводить тимбилдинги, опросы для сотрудников
6. Стоит внедрять цифровые технологии как в HR-процессы, так и в работу персонала
7. Проводите социально-общественные мероприятия, например, как благотворительность, субботники
8. Внедрите систему регулярной обратной связи
9. Предлагайте гибкие или гибридные графики работы
10. Показывайте сотрудникам, как компания поддерживает их успехи

HR-бренд для поколения Y должен быть ориентирован больше на таких ценностях как: развитие, смысл работы, прозрачность и социальная ответственность.

Рассмотрим особенности поколения Z-зуммеров:

Люди, родившиеся ~ в 2001-2016 год. Это поколение считают будущее основой мирового бизнеса. Некоторые из них только недавно окончили школу, начинают работать, к слову о работе, зуммеры несмотря на свой юный возраст начинают очень рано строить свою карьеру, другие же совмещают работу и учебу. Основную аудиторию социальных сетей и мессенджерах составляет поколение Z. Молодое поколение 24/7 в сети. Помимо этого, молодежь является азартными игроками компьютерных игр, поэтому тематика игр им очень важна так, как они связаны с общением.

Такие представители могут поглощать массу информации, разбираться в робототехнике, биомедицине, науке, искусстве и других отраслях. Поэтому их основные направления в компаниях могут быть связаны с инновационной деятельностью. Главное их стремление — это применять нестандартный подход к работе, креативность, возможность работать в интересных проектах например: разработка новой технологии или вакцины. Они будут ожидать от работодателя честность и прозрачность, также возможность проявить свою индивидуальность. Также они будут ценить современные подходы к работе,

например: баланс между работой и личной жизни. Большое количество молодежи отдаст предпочтение тем компаниям, где предлагают различные программы развития, наставничества.

Кратко рассмотрим образ современного зуммера:

1. Мгновенная обратная связь
2. Свобода самовыражения
3. Использование цифровых технологий
4. Стремление к саморазвитию и открытию собственных бизнесов
5. Стремятся к равноправию, выступают против дискриминации
6. Привыкли к многозадачности

Рассмотрим подходы HR-бренда для поколения «зуммеров» с учетом их особенностей:

1. Поддержка индивидуального карьерного роста (персонализированные программы обучения)
2. Возможность гибкого графика (Большинство зуммеров предпочитает удаленный формат работы)
3. Современные технологии и подходы для работы
4. Психологическая поддержка
5. Регулярная и прозрачная обратная связь

В этом случае HR-бренд для поколения Z должен быть цифровым, необычным, творческим и социально ответственным. Зуммеры любят технологии, работать в комфортных условиях. Компании, которые внедрили подобные элементы в свой HR-бренд, могут привлекать и удерживать молодых и талантливых зуммеров, что в результате приведет к успеху компании.

Таким образом, различные цифровые каналы и методы играют ключевую роль в развитии HR-бренда, но их применение должно быть адаптировано под особенности каждого поколения. Для поколения Y (миллениумы) — гибкость и развитие, а для Z (зуммеры) — инновации и

интерактивность. Грамотное использование информационных технологий позволяет привлекать и удерживать таланты всех возрастов, укрепляя HR-бренд компании.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Росстат [Электронный ресурс]: статистика/ Численность населения РФ по возрасту на 1 января 2023г- 2023г. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 04.05.2025)
2. Поколение Y: особенности и характеристики //Образовательный портал «Справочник».- 2025 — URL: [https://spravochnick.ru/pedagogika/pokolenie\\_y\\_osobennosti\\_i\\_harakteristiki/](https://spravochnick.ru/pedagogika/pokolenie_y_osobennosti_i_harakteristiki/) (дата обращения: 04.05.2025).
3. Особенности поколений Y и Z [Электронный ресурс] URL: <https://happy-job.ru/hr-blog/pokoleniya-y-i-z/> (дата обращения: 04.05.2025)
4. Кто такие миллениалы: ценности поколения Y [Электронный ресурс]: РБК- URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/62b2cd0d9a7947102496d14e?from=copy> (дата обращения: 04.05.2025)
5. Привлекательный HR-бренд для зумеров: как привлечь и удержать молодое поколение? [Электронный ресурс]- URL: <https://hr-portal.ru/blog/privlekatelnyy-hr-brend-dlya-zumerov-kak-privlech-i-uderzhat-molodoe-pokolenie> (дата обращения: 04.05.2025)

### LITERATURE

1. Rosstat [Electronic resource]: statistics/ Population of the Russian Federation by age as of January 1, 2023-2023 – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (date of request: 05/04/2025)
2. Generation Y: features and specifications //Educational portal "Directory".- 2025 —URL:

[https://spravochnick.ru/pedagogika/pokolenie\\_y\\_osobnosti\\_i\\_harakteristiki](https://spravochnick.ru/pedagogika/pokolenie_y_osobnosti_i_harakteristiki) /  
(date of access: 05/04/2025).

3. Features of generations Y and Z [Electronic resource]

URL: <https://happy-job.ru/hr-blog/pokoleniya-y-i-z/> (date of request: 05/04/2025)

4. Who are millennials: the values of generation Y [Electronic resource]: RBC-  
URL:

<https://trends.rbc.ru/trends/education/62b2cd0d9a7947102496d14e?from=copy>  
(accessed: 05/04/2025)

5. Attractive HR brand for measurements: how to attract and retain the younger generation? [Electronic resource]- URL: <https://hr-portal.ru/blog/privlekatelnyy-hr-brend-dlya-zumerov-kak-privlech-i-uderzhat-molodoe-pokolenie> (date of request: 05/04/2025)