

ПРІОРИТЕТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ «ЦИФРОВОГО ПОКОЛІННЯ» В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ ПОТРЯСІНЬ

*Топалова В.С., здобувач вищої освіти
nicatopalova@gmail.com*

*Науковий керівник: Топалова С.О., к.політ.н., доцент
кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

Сучасну молодь у віці від 16 до 26 років основоположники теорії поколінь назвали поколінням «зетів». Значна частина цієї молодіжної спільноти сьогодні здобуває професійну чи вищу освіту й вже активно включається в трудову діяльність. Згідно з результатами міжнародних досліджень до 2025 року частка «зетів» на ринку праці сягатиме 27 % [1]. Це покоління має низку особливих характеристик, що зумовлені соціальними умовами, в яких проходить навчання і починається трудова діяльність. Перш за все це масштабна цифровізація, що вже сформувала відмінний від попередніх тип особистості представників цієї когорти молоді.

Наше покоління з дитинства зіткнулося із соціально-політичними кризами й потрясіннями. Перші уроки глобальної фінансової кризи ми засвоїли від батьків. Пандемічна криза, повномасштабна російська агресія припали на більш дорослий вік і вже вплинули на наші ціннісні пріоритети й наші очікування від навчання та роботи. Довготривала війна, завершення якої поки не визначене у часі, її руйнівні соціальні та економічні наслідки формують не лише нові умови праці, а й нові вимоги до цих умов і до управління процесом праці. Сукупність цих та інших чинників вказує на необхідність формування нових менеджерських стратегій і практик, орієнтованих на молоде покоління. Адже воно вже сьогодні «задає тон» на ринку праці. Для того, щоб ці нові стратегії і практики відповідали особливостям, цінностям, прагненням і очікуванням молоді, яка зовсім скоро займе четверту частину робочих місць, вже зараз необхідно знати і враховувати її особливі характеристики.

Покоління «зетів» часто називають «цифровим детоксом» або «цифровими аборигенами». «Життя в смартфоні» у нас проходить з раннього дитинства. Результати дослідження [2] наочно підтверджують, що соціальні мережі і технології не просто стали атрибутом повсякденного життя, а й значною мірою перемістили

його у віртуальний світ. Пандемія COVID-19, а для української молоді ще й повномасштабна війна перемістили значною мірою процес навчання й роботи в цифровий формат. Сукупність об'єктивних соціальних факторів, пов'язаних із цифровізацією, кризових соціально-політичних чинників – пандемії, війни та тривалого періоду навчальної і трудової діяльності в цифровому форматі вказує на те, що повернення до докризового періоду вже не відбудеться. Навпаки, сучасні реалії вимагають переведення процесу праці і значної частини менеджерського функціоналу в цифровий формат. В якості головних складових такого формату можна відмітити мобільність й автономність працівників, гнучкість графіків роботи, забезпечення мережевої взаємодії і мережевого контролю.

Вищезгадані особливості умов нашого життя та фактори впливу на нашу свідомість вже визначили певні пріоритети в системі цінностей і мотивів діяльності, в тому числі трудової. Цілком можна згодитися із результатами дослідження [3], згідно з якими найважливішими в роботі є заробітна плата, умови роботи та робочий графік. Хоча це дослідження проводилося ще до пандемії, вже тоді наші ровесники надавали важливого значення свободі на роботі, яка включає можливість працювати віддалено, вирішувати, коли виконувати завдання та підлаштовувати робочий графік під особисті потреби. Тож менеджерам варто знайти способи поєднання свободи, гнучкості і контролю. Важливо надавати співробітникам можливість вибрати для себе індивідуальний графік, який забезпечить максимальну інтеграцію роботи та особистого життя.

Результати дослідження 2023 року [1] не заперечують, а дещо доповнюють попередні з урахуванням впливу пандемічних потрясінь і війни. Низка економічних і соціально-політичних потрясінь зміцнила прагнення молоді до фінансової стабільності й бажання мати постійний гідний дохід. Але це не єдиний пріоритет. Гідну заробітну плату хочеться поєднувати із цікавою роботою, яку Г. Сковорода називав «сродною працею». У середовищі наших однолітків, як мінімум, не простежується тенденція віддавати перевагу лише високооплачуваній праці. Тому менеджменту організацій, які будуть конкурувати за молодих компетентних працівників, необхідно поєднувати ці важливі мотиваційні складові.

Ще однією важливою для нас складовою менеджменту в цілому, та, зокрема, мотивації, є забезпечення можливості для постійного підвищення наших фахових компетенцій у процесі роботи і для

кар'єрного зростання. Адже не секрет, що знання і навички, які ми зараз здобуваємо в університетах не лише мають певну дистанцію відриву від тих фахових компетентностей, які потрібні на конкретних робочих місцях, але й швидко застарівають. Тому необхідною умовою для успішної роботи і кар'єрного зростання є постійне подальше навчання. Тому одним із головних акцентів менеджменту має бути забезпечення умов для особистісного розвитку і професійного зростання молодих працівників.

Автори нещодавно проведено дослідження цілком обґрунтовано зазначають, що покоління «зетів» не просто прискорює, а стає ядром тих змін, які відбуваються в суспільному житті, в економіці і в політиці [4]. Їхні соціальні позиції, система цінностей за певних умов сприятимуть становленню більш стійких соціальних систем та інституцій. Адже прагнення молодих людей навчатися, розвиватися, удосконалювати світ, а також бачення свого будинку, компанії чи організації, в якій працюють як середовища безпеки, успіху й комфорту визначають основні мотиви діяльності. При цьому варто зазначити, що оцінка довгострокової користі від вищої освіти і диплома, що її підтверджує, не надто висока. Це підвищує цінність наставництва на робочому місці. Тому компанії, які забезпечать відповідність таким прагненням, матимуть шанси на залучення і утримання активної молоді. Проте готовність «зетів» втілювати зміни необхідні для кращого майбутнього своєї компанії, має підкріплюватись розумінням її менеджментом індивідуальних цінностей і незалежності цієї молоді у мисленні та визначенні своїх життєвих позицій, небажання слідувати тому, «як було завжди». Тільки зовнішнього успіху у вигляді заробітної плати, успішної кар'єри і статусу не достатньо. Він має доповнюватись внутрішнім – емоційною рівновагою, комфортним спілкуванням, атмосферою визнання, довіри і поваги. Це важливі орієнтири для менеджменту.

Для нашого покоління важливо відчувати довіру. Саме довіра стає основою для комфортних стосунків у будь-якому соціальному середовищі, в тому числі на роботі. Тому менеджери мають бути не «начальниками», а лідерами й менторами. Також важлива загальна культура компанії, що має відрізнятися щирістю, прозорістю, відповідністю тих цінностей і принципів, які компанія презентує і яким насправді слідує.

Наш час нестабільності і потрясінь, війна підвищують цінність впливу на суспільство, громаду компанії, підприємства чи організації.

Відповідно, для багатьох молодих людей одним із важливих мотивів для прийняття рішення щодо роботи в тій чи іншій установі стає її соціальна місія і соціальний вплив. В умовах війни найбільш актуальною соціальною місією стала підтримка у різних формах боротьби проти агресора. Багато представників нашого покоління намагаються доступними засобами здійснювати цю підтримку: від підлітків, що виготовляють якісь вироби для продажу і збору коштів для ЗСУ, до волонтерів, які постійно турбуються про забезпечення захисників усім необхідним і тих, хто вже зі зброєю в руках захищає Україну. У процесі повоєнної відбудови держави соціальна місія буде не менш актуальною. Тому менеджерам варто визначити і інтегрувати цю соціальну місію в діяльність своїх компаній, організацій.

Отже, низка соціально-політичних факторів, які визначають сучасні умови входження «цифрового покоління» в трудовий етап, вимагають суттєвих змін у менеджерських стратегіях і практиках. Ці зміни мають враховувати соціальні характеристики цієї когорти молоді, відмінну систему цінностей, очікування від процесу і результатів праці, мотивацію вибору і праці.

Література.

1. How is Gen Z changing the workplace? 2023. URL: <https://www.zurich.com/en/media/magazine/2022/how-will-gen-z-change-the-future-of-work> (дата звернення 19.10.2023).
2. Teens, Social Media and Technology 2022. Report. August 10, 2022. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> (дата звернення 19.10.2023).
3. Дослідження P&G: куди підуть працювати найкращі спеціалісти покоління Z. European Business Assotiation. 2019. URL: <https://eba.com.ua/doslidzhennya-p-g-kudy-pidut-pratsyuvaty-najkrashhi-spetsialisty-pokolinnya-z/> (дата звернення 20.10.2023).
4. How will success be defined in the future? Gen Z is redefining the future of success both inside and outside of the workplace. The path they are blazing is shifting societal paradigms and putting into question decades-old business assumptions. 2022. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_us/topics/consulting/ey-global-ey-gen-z-success-report.pdf (дата звернення 22.10.2023).