



*БАБИЧ В. О., магістрантка
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка*

ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ПРАЦІ: ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І ПОКОЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ

Сучасний ринок праці отримує новий виклик: з одного боку, автоматизація, роботизація, інформатизація змінює структуру ринку праці, попит на робочу силу та її пропозицію, а з іншого – сучасна молодь – представники покоління Y і Z – будучи носіями специфічних характеристик, впливають на трансформацію ринку праці. Сучасну молодь називають креативною, талановитою, «спорідненою» із сучасними цифровими технологіями, але водночас такими, котрі не хочуть і не будуть підкорюватися компанії та бути їй вірним.

Під тиском збільшення працівників покоління Y і Z компанії змушені будуть змінювати методи управління. Таке сталося у британській компанії Tata Consulting Services (TCS), в якій у результаті стрімкого розширення персоналу із 240 тис. співробітників більше 70 % склали міленіали. Це створило суттєвий тиск на компанію, змусило керівників пришвидшити процедуру отримання зворотного зв'язку: компанія запустила власну внутрішню соцмережу – Knome. Це допомогло зробити співробітництво продуктивнішим, починаючи від створення програмного забезпечення до волонтерських проєктів [1].

Для покращення управління персоналом деякі компанії в Україні вже виділяють представників покоління Y в окрему категорію, про що свідчать блиц-опитування HR-професіоналів. HR-фахівці зосереджуються на особливих практиках, які враховують переваги міленіалів: гейміфікація, мобільні технології в управлінні персоналом, управління брендом роботодавця, соціальна взаємодія тощо [2]. Наприклад, гейміфікація (використання ігрових підходів, які широко поширені в комп'ютерних іграх, для неігрових процесів, що дозволяє підвищити залученість учасників у вирішення прикладних завдань, використання продуктів, послуг, посилення лояльності клієнтів [3]) на сьогодні отримала широке застосування у деяких компаніях.

Гейміфікацію визнають своєрідним інструментом залучення персоналу та управління ним, підвищення ефективності діяльності компанії. Так, всесвітня мережа готелів Marriot використовує цю техніку для залучення персоналу за допомогою розробленої комп'ютерної гри, в якій учасники грають роль менеджера кухні готелю. В результаті компанія створює запас для виходу на нові ринки, залучаючи співробітників, які належать до покоління Y. В



ігровій формі Marriot знайомить потенційних співробітників з політикою і принципами компанії, дає їм можливість дізнатися про організаційну модель [4]. Ще одним прикладом використання цієї технології є Шведська компанія з розробки програмного забезпечення Citerus. У ній креативно підійшли до набору персоналу: для залучення та відбору персоналу був оголошений конкурс The Hackers 'Night Crazy Snake Edition. За допомогою соціальних мереж були запрошені учасники. Тринадцять команд змагалися між собою на віртуальній арені, розробляючи найкращі «змійки» зі штучним інтелектом [5]. Гра Virtual Battle space, що симулює військові дії у віртуальному просторі, допомагає армії США набирати новобранців. Відстежується рейтинг учасників гри і кращі гравці отримують пропозиції від армії [6].

Гейміфікацію розглядають як спробу світу змінитися змістовно, адаптуватися до нових людей, до їхнього нового способу життя, успішно конкурувати, бути ефективним, цікавим та гідним уваги [7]. Гейміфікація працює, тому що покоління Y на сьогодні займає ключові позиції у багатьох сферах життя, а їхня мотивація з раннього дитинства будувалася не на формуванні у них відчуття боргу, вини і правильності, а на захопленості і винагороді. Міленіали мають уяву про те, що таке рівні, прокачування, завдання (quests), нагороди, досягнення. При цьому вони можуть абсолютно не розуміти, що від них чекає менеджер або як отримати максимум від роботи в компанії [7].

Сьогодні гейміфікація стала важливою конкурентною перевагою роботодавців, оскільки дозволяє «достукатися» до сучасних молодих людей, які звикли грати в комп'ютерні ігри, спілкуватися в соціальних мережах. Підходи до управління персоналом, що використовувалися 20 і більше років тому назад, стають малоефективними: навчання, як проста передача інформації, сприймається молоддю нудною справою, витрачанням часу ні на що. Гейміфікація дозволяє компаніям досягати поставлених цілей, даючи працівникам – представникам покоління Y та Z можливість працювати, граючись. Вважається, що компанії, які використовують технології гейміфікації, орієнтуються на майбутнє, оскільки припускається, що незабаром більшість систем управління персоналом, підтримка лояльності клієнтів тощо, будуть включати в себе елементи гейміфікації.

За даними хедхантерського бюро Robert Half, 77 % покоління Z усвідомлюють, що їм доведеться боротися за робочі місця агресивніше, ніж міленіалам [8]. Українські тінейджери (покоління Z) вже зараз активно шукають можливості підробітку. У соцмережах можна зустріти оголошення про пошук роботи старшими школярами від їх імені або від імені їхніх батьків. Оскільки покоління Z виховувалося із доступом до Інтернету та



новітніх технологій, можна припустити, що воно без проблем співпрацюватиме із роботами та штучним інтелектом, із цифровим інструментарієм. Із часом на ринку з'являться нові способи навчання і нові робочі технології, які будуть вироблені представниками покоління Z.

Поряд з високим рівнем конкуренції на ринку праці, ситуація складатиметься ще й у сторону появи нових видів діяльності, спричинених швидкістю змін технологій, що вимагатиме швидкого навчання і перенавчання, засвоєння знань, розвитку здібностей і навичок, креативного та творчого мислення від претендентів на працевлаштування. Так, голова Alibaba Group Джек Ма, на початку вересня 2017 р., виступаючи на форумі Bloomberg Global Business Forum в Нью-Йорку, зачепив проблеми економічного зростання в майбутньому. На його думку, урядам і бізнесу потрібно припинити покладатися на виробництво в тому, що стосується створення робочих місць, і звернути увагу на інноваційні галузі, зокрема розробки у сфері штучного інтелекту [9]. Він вважає, що нові технології зможуть знищити безліч робочих місць, але водночас створити нові. Виробництво, на його думку, вже ніколи не створить багато робочих місць, адже у сучасному світі із-за нових технологій на кшталт штучного інтелекту, роботів, виробництво вже ніколи не поверне собі цю роль. Тому основним драйвером створення нових робочих місць стане сервісна індустрія, до того ж все буде «зроблено в Інтернеті», а не «зроблено в Китаї» чи «зроблено в США». Суттєву роль буде відігравати малий бізнес, який стане глобальним: у наступні 30 років як мінімум 60 % малих бізнесів стануть глобальними, вважає Джек Ма [9].

У цьому зв'язку він звертає особливу увагу на освіту, вважаючи, що те, чому сьогодні вчать дітей за старою схемою навчання, яка включає вимоги запам'ятовувати знання, вміти обчислювати тощо, завтра може привести до втрати цими дітьми роботи, адже машини все це робитимуть значно краще і швидше. Тому необхідно навчати дітей інноваційності та творчості, їм знадобляться IQ (коефіцієнт інтелекту), EQ (емоційний коефіцієнт) та LQ (коефіцієнт любові), це те, чого у машин не буде ніколи [9].

Таким чином, під впливом нових технологій та зростання рівня конкуренції за робочі місця ситуація на ринку праці буде змінюватися. Підвищуватимуться вимоги до претендентів на працевлаштування: креативність, інноваційність, творчість, гнучкість, швидка реакція на появу нових знань, швидке навчання і перенавчання, готовність жити у постійних змінах тощо – стануть основними діловими рисами, на які буде звернена увага працедавців. Посилюватимуться вимоги до роботодавців: інвестиції у нові технології, створення додаткових умов для залучення молоді до виконання специфічних видів робіт, пов'язаних із нововведеннями,



поряд з утриманням працівників старшого покоління (X) як стабільності, виваженості, фундаменту економічної діяльності. Відчуватиме тиск трансформацій і освітнє середовище: осучаснення методів і засобів навчання, орієнтованих на формування нових якостей людини: навичок інформаційної грамотності, творчих здібностей, вміння мислити критично, продуктивно і нешаблонно, але водночас – масштабно і перспективно.

ЛІТЕРАТУРА

1. Див. : Теорія поколінь: як врятувати бізнес від протистояння X та Y. Частина I [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kfund-media.com/ony-uzhe-zdes-kak-mylenyaly-lomayut-systemu-upravlenyu/>; Теорія поколінь: як врятувати бізнес від протистояння X та Y. Частина III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kfund-media.com/teoriya-pokolin-yak-vryatuvaty-biznes-vid-protystoyannya-x-ta-y-chastyna-iii/>.

2. X на Y: как управлять сотрудниками поколения Миллениум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/upskill/all/stati/3298755-zachem-nuzhen-osobyu-podkhod-k-sotrudnikam-pokoleniya-millenium.htm>.

3. Геймификация [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://vsetreningi.ru/schools/geymifikaciya/>.

4. Штонда А. С. Геймификация как новый тренд при отборе и найме персонала / А. С. Штонда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-novyy-trend-pri-otbore-i-nayme-personala>.

5. Геймификация: три способа использования игр для найма персонала, обучения, а также... [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://snapsim.ru/blog/>.

6. Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/>.

7. Что такое геймификация? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gamification-now.ru/wtf/>.

8. Что нужно знать о поколении Z. О мировоззрении, поведении и увлечениях постмиллениалов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.buro247.ru/lifestyle/obshchestvo/24-jul-2017-all-about-generation-z.html>.

9. Глава Alibaba Джек Ма – об экономике будущего: «Перестаньте надеяться на производство в создании рабочих мест» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ain.ua/2017/09/21/dzhek-ma-ob-ekonomike-budushhego>.