

Практика. Матеріал підготували: Мариновська А., Козлюк Д. Мишко Я.

Предмет дослідження :

1. Цифровізація як суспільне явище
2. Цифровізація економіки
3. Цифровізація суспільства
4. Теорія покоління X Y Z

1. Цифровізація як суспільне явище

Діджитал (від англ. Digital - цифра) продовжує щільно входити в наше життя. Діджиталізація (також цифровізація) - це процес оцифровки інформації (документація, фото-, відео-, аудіоматеріали) для її подальшого зберігання та / або розповсюдження. Діджиталізація дозволяє зберігати і обробляти великі обсяги даних, спрощуючи роботу з ними. Діджиталізація може стати потужним інструментом у розвитку бізнесу. Так, наприклад, поєднуючи інформацію про місцезнаходження користувача і його перевагах, туроператори можуть запропонувати тур, який з високим ступенем ймовірності йому підійде. На фінансових біржах давно вже використовують ботів для торгівлі цінними паперами. Як показує практика, вони справляються з цим завданням краще людей. Поки боти лише дають рекомендації і прогнозують ринкові коливання, проте, можливо в недалекому майбутньому процес купівлі-продажу біржових товарів перейде на бот-платформу.

Цифрові технології застосовні в більшості, якщо не у всіх, галузях світової економіки: важке і легке виробництво, енергетика, медицина, сфера послуг, державний сектор і т.д.

Ряд авторів висувають тезу, що сучасна епоха отримує покоління «цифрових дітей» з народження, і чинити опір цьому процесу немає сенсу. На мозок «цифрових від народження» так рано обрушується вся міць цифрових технологій, що на наших очах виростає «мозковий розрив», прірва між мисленням батьків і дітей. На думку авторів, сьогодні «цей розрив набуває нових масштабів, і можна вже говорити про виникнення двох різних культур»

«Цифрове» суспільство потрібно розглядати як крок до формування нового типу взаємовідносин влади і суспільства, побудованого на моральних принципах управління, з точки зору понятійно-ціннісної платформи і методології спілкування з громадянами, без кордонів і зайвих бюрократичних надбудов, зі стратегією збереження укладу корінних народів, їх ідентичності. Без політики розпилення людей по світу, яка позбавляє спорідненості, коренів і громадянства. Як вища форма об'єднання індивідуумів зі стійкими цивілізаційними кодами, -технологічним і культурним суверенітетом.

Непомірне захоплення «цифрою» призводить до некритичного ставлення до можливих наслідків «цифровізації» всього суспільного життя для природної локальної життя самої людини, відірвалася від землі.

2. Цифровізація економіки.

Цифрова економіка - це глобальна мережа економічних і соціальних заходів, що реалізуються через такі платформи, як інтернет, а також мобільні і сенсорні мережі. По суті, це модель економіки, заснованої на можливостях, які надає доступ в Інтернет. А це можливості підвищити продуктивність праці, конкурентоспроможність компаній, знизити витрати виробництва. В епоху цифрової економіки потреби людини можуть задовольнятися набагато краще. Для успішного функціонування цифрової економіки необхідні три елементи - інфраструктура (доступ в Інтернет, ПО, телекомунікації), електронний бізнес (ведення господарської діяльності через комп'ютерні мережі), електронна комерція (дистрибуція товарів через інтернет). Сьогодні 2 млрд людей підключені до інтернету, і до 2017 р число абонентів складе майже половину

населення світу (дані ресурсу Digital economy, ЕС), тому цифрова економіка буде активно розвиватися в найближчі кілька років і буде найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання в світі. Наприклад, сучасні технологічні тенденції, такі як мобільні і рішення, хмарні технології і аналіз даних, дають нові можливості для бізнесу. Тут прихований великий потенціал для створення нових бізнес-цінностей компаній, а перехід до «цифровим виробництвам» створює цілі галузі.

Цифрова економіка стрімко розвивається глобально в світі. За даними Європейської комісії, цифрова економіка оцінюється в 3,2 трлн євро в групі країн «Великої двадцятки» і становить близько 8% ВВП. Глобальний інститут Маккінзі в дослідженні, проведеному в травні 2011 р, зазначив, що інтернет - найважливіший елементом економічного прогресу. Він забезпечує значну частину зростання економіки: вклад інтернету у ВВП розвинених країн за 15-річний період 1995-2009 рр. сумарно склав 10%, причому за останні 5 років (2011-2016) він виріс в два рази - до 21%. Розвиток цифрової економіки пов'язане з розвитком доступу в Інтернет і телекомунікацій. Але самі по собі такі «канали зв'язку» не мають цінності, якщо люди не будуть використовувати технології.

Тому розвиток цифрової економіки нерозривно пов'язано з розвитком економіки знань. Деякі експерти навіть ототожнюють ці поняття. В основі економіки знань лежить нематеріальне виробництво, а драйверами зростання є знання і люди, що володіють цими знаннями. Тому якщо ми хочемо подивитися на приклади країн, нам слід звернути свою увагу на високорозвинені країни. Європейський союз приділяє велику увагу розвитку цифрової економіки, їх думка - майбутній рівень економічного зростання континенту залежить від ефективності використання підприємствами цифрових технологій. Європейська комісія відзначає, що компанії, які не підключаються до цифрових каналів, будуть виключені зі світового ринку. У DESI 2015 (Індекс цифрової економіки і суспільства) Європейський союз в

цілому отримав 0,47 бала - поліпшення в порівнянні з 2014 р (0,45 балів). Регіон отримав найвищі оцінки в категоріях зв'язку і людського капіталу, але йому необхідно розвивати цифрові громадські послуги і інтегрувати цифрові технології в підприємницьку діяльність. Всі галузі однаково можуть скористатися наявними можливостями цифрових перетворень. Але найбільша інертність - у виробничих підприємств.

Компаніям не потрібно «перебудовуватися». Цифровий світ не питає чи готовий ти до змін - світ змінюється глобально. Продукти цифрової економіки стають катализаторами позитивних змін у всіх без винятку сферах.

Сам термін «цифрова економіка» (digitaleconomy) вперше було вжито порівняно недавно, в 1995 році, американським ученим з Массачусетського університету Ніколасом Негропonte для роз'яснення колегам переваг нової економіки в порівнянні зі старою в зв'язку з інтенсивним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій.

Сферу, яка створює цифрові технології і сервіси, впроваджує і обслуговує, називають цифровий індустрією (в українських реаліях цю сферу називають «ІТ-сектор» або «сфера ІКТ»). Зрозуміло, що «цифрова економіка» може будуватися «на папері», проте до реальних результатів дійде тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються «цифрових трансформацій», будуть інтегровані в національні, регіональні і галузеві стратегії та програми розвитку, і головне - будуть виконуватися як пріоритетні.

В цьому ракурсі деякі країни взагалі вдаються до використання принципу «цифровий диктатури», або так званого digital by default, суть якого полягає в тому, що зміст і розвиток будь-якої фізичної системи здійснюється лише за відсутності цифрової альтернативи. Тобто, фізична система стає альтернативою, а цифрова - стає звичайним станом функціонування системи, або згідно з теоріями Швейцарської бізнес-школи IMD, стає new digital normal.

Подальший розвиток «цифрових трансформацій» України буде відбуватися по одному з двох сценаріїв - базовому або форсованому. «Цифрова адженда України-2020» буде затребувана саме для «форсажу». Для інших сценаріїв вона просто не потрібна. Отже, базовий сценарій, або неперіоритетний, передбачає інерційне продовження тенденцій сприйняття «цифровізації» економіки і пов'язаного з цим розвитку людського капіталу як неперіоритетних, що буде в подальшому призводити до трудової міграції та відтоку «мізків», неефективній економіці, низьку конкурентоспроможність, а держава, яке, якщо і буде здійснювати стандартні і формальні кроки, то для відчутного зростання їх буде недостатньо. Цей сценарій буде мати лише незначний вплив на модернізацію економіки, розвиток ринку інновацій, інноваційного підприємництва і загального стану «цифровізації» країни.

Форсований, або пріоритетний, сценарій цифровізації передбачає усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових, валютно-грошових бар'єрів, що перешкоджають розвитку «цифрової» економіки, «цифровізації», прийняття потужних заходів зі стимулювання «цифровізації» секторів економіки і бізнесу, ініціювання державою масштабних трансформаційних ініціатив і проектів «цифровізації» в т.ч. на базі сучасних моделей державно-приватного партнерства. Головною мотивацією держави піти з форсованого сценарієм розвитку повинна стати здатність «цифрових» технологій впливати на продуктивність і ефективність економіки і бізнесу. Галузі, що їх використовують, ростуть в 2-4 рази швидше, ніж в середньому по галузях. Яскравими прикладами може бути fintech, agrotech тощо.

Сфери життєдіяльності (освіта, медицина, транспорт і т.п.), що модернізуються завдяки «цифровим» технологіями, стають набагато ефективніше і створюють нову цінність і якість, які дуже часто призводять до повної трансформації старої системи. Не секрет, що і сама медицина трансформується завдяки «Інтернету речей» від офлайн-медицини до онлайн-медицини.

Іншими словами, періодична діагностика (раз на півроку, чи рік, чи десять) буде змінюватися на постійно-тривалу діагностику (онлайн). Цифрові дивіденди (або результати від цифрових трансформацій, згідно аналітиці Світового банку) - це загальнонаціональний економічний приріст, акселерація економіки, бізнес-діяльності, а отже і податкові надходження, зростання ВВП, приплив нових інвестицій тощо.

За останні більш ніж чотири десятиліття 4-й промислово-технологічної революції сучасна економіка на всіх її рівнях (нано-, мікро-, мезо-, макро-, мега-, глобальна економіки) стає все більш технологічною, цифровий і навіть хмарної. Її позиціонує Ю.М. Осипов як «технономіку» - результат електронно-рахункового перевороту і технологічних проривів кінця ХХ і початку ХХІ ст., Феномен технізації, цифровізації всього господарства і всього людського життя зі своїми погрозами. Нові технології, в тому числі ІКТ, з-здають віртуальну і доповнену реальність. Визначаються нові етапи автоматизації виробництва, роботизації.

Цифровізація економіки визначається Т.Н. Юдіної і І.М. Тушканова у вузькому і широкому сенсах слова:

- у вузькому сенсі: створення на різних рівнях економіки (глобальному, мега, макро-, мезо-, мікро-, нано-) інформаційно-цифрових платформ і операторів, що дозволяють вирішувати різні господарські завдання, в тому числі стратегічні: розвиток медицини, науки, освіти, транспорту, нової індустріалізації, державного регулювання економіки і планування і ін .;

- в широкому сенсі: зміна природи виробничих або економічних відносин, зміну їх суб'єктно-об'єктної орієнтованості. За допомогою алгоритмів з'являються відносини типу машина - машина (М2М), де людина, може вже не виступати суб'єктом. Змінюються і продуктивні сили суспільства і / або фактори виробництва. Так виникає Інтернет речей і, навіть, Інтернет «всього». Під Інтернетом речей, Інтернетом всього (IoT, Internet of Things) прийнято розуміти систему об'єднаних комп'ютерних мереж і підключених

фізичних об'єктів (речей) з вбудованими датчиками і програмним забезпеченням (ПЗ) для збору та обміну даними, з можливістю віддаленого контролю і управління в автоматизованому режимі, без участі людини.

Процес цифровізації супроводжується трансформацією господарських процесів: від роботизації виробництва благ (товарів і послуг) масового споживання до нових виробництв, створення благ з індивідуальними характеристиками для кожного споживача, наприклад, за допомогою використання інноваційної цифрової технології, наприклад, 3D-друку і прототипування, нарощуванням цифрового капіталу. Згідно з оцінками експертів та аналітиків в області цифрової економіки, вже в найближчому десятилітті (приблизно до 2020 г.) близько половини товарів і послуг на споживчому та інвестиційному ринках будуть абсолютно або відносно «новими розумними» («розумне місто», «розумний дім», «розумна дорога», «розумна машина», «розумна одяг» і т.д.).

Прикладним аспектом цифровізації господарського життя в світі або фізичним проявом цифрової економіки є створення центрів цифрової переналагодження (модернізації), цифровий роботизації та ін. За допомогою цифрових методів моделювання «вирощують».

прототипи і створюють реальні об'єкти від дрібних ювелірних виробів, людських тканин до великих інфраструктурних споруд. Яскравим практичним прикладом уже вчорашнього дня такого позиціонування цифрової економіки є створення 3D-принтерів з будівництва мостів (Амстердам, Нідерланди), виробництва мотоциклів в Швеції, житлових будинків (Китай, ОАЕ) і ін. Спостерігається будівництво будинків в Піднебесній за допомогою роботів і невеликого числа будівельників з використанням технології 3D-друку.

Сучасна будівельна галузь сьогодні озброєна інформаційно-комунікаційними технологіями, що дозволяють створювати цифрові моделі будівель, максимально оперативно і гнучко змінювати проекти, управляти

будівництвом і експлуатацією будівель і споруд протягом всього часу (BIM-технології - технології інформаційного моделювання в будівництві): від думки і помаху пера архітектора, розрахунку будівельних кошторисів - до закривають фінансових документів, здачі в експлуатацію с подальшої фізичної амортизацією і відповідним її обліком в бухгалтерії.

Цифровий підхід дозволяє «керувати» повним життєвим циклом практично будь-якого виробу (PLM - «управління життєвим циклом») від задумки, його створення і використання до його утилізації. Це стосується не тільки окремих побутових предметів, а й складних систем.

Вже давно і активно впроваджуються цифрові технології, що дозволяють управляти інженерною інфраструктурою в сучасному будинку: електрикою, світлом, теплом, газом та ін. - системи «Розумний будинок». Крім того, системи кіберфізичних пристроїв дозволяють ефективно управляти інфраструктурою не тільки окремих будинків, а й життям цілих кварталів, мікрорайонів, міст і мегаполісів - системи «Розумне місто» (Smart City). Так, приблизно сім років триває будівництво «міста майбутнього» Сонгдо в Південній Кореї. Це один з наймасштабніших і яскравих інноваційних цифрових проектів в світі як результат 4-й промислово-технологічної революції в останні роки. Місто майбутнього Сонгдо зводиться на штучному острові, приблизно в 60 км від Сеула і буде являти собою розумний інтелектуальне місто. У ньому за допомогою Інтернету речей та Інтернету «всього» будуть пов'язані між собою і люди і об'єкти - агенти цифрової економіки.

«Цифра» на службі сервісів. Яскравим прикладом успішного створення організаційно-технологічних цифрових платформ є такі сучасні сервіси як: UBER, Airbnb, Alibaba, Facebook та ін.

Цифровизація нашого життєвого господарського простору, в тому числі за допомогою таких компаній як Uber - це, безумовно, мегатренд сучасності. Незважаючи на неоднозначність бізнес-моделі Uber (наприклад, в

частині фінансової стійкості компанії), завдяки новим технологіям обміну великими даними створюються нові моделі ведення бізнесу, а застарілі - зникають.

Цифрова економіка на прикладі системи освіти. При цьому ухил різних систем освіти підготовки фахівців для сучасних умов цифрової економіки може бути різним. Так, в західних країнах і в ряді їх колишніх південно-східних колоній переважає утворення, що готує людину в якості додатку до сучасної високотехнологічної цифрової системи. На цьому заснована, наприклад, сінгапурська система освіти на додаток до болонської системи, що завдають разом великої шкоди російській системі освіти.

Еволюція інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), їх повсюдне використання призводить до інституційних змін у всіх сферах життєдіяльності людини і людства, а також до можливості підвищення рівня комфорту для окремих людей. Традиційні сьогодні види життєдіяльності - від медичного обслуговування, освіти, до фінансових послуг - переходять в цифровий формат, що має їх за задумом зробити більш якісними, зручними і широкодоступними. Але ряд вчених ставить питання: що ж несе з собою ЦЕ: свободу або цифровий концтабір?

Швидкозростаючі технологічні інновації створюють «розумний», мобільний, віртуальний, доповнений суперечливий світ, коли потрібно зважити всі «за» і «проти». Нові бізнес-процеси вимагають розвитку технологічного і нового економічного мислення у всіх пост- і неоіндустріальні секторах економіки. В даний час нове економіко-технологічне мислення стає інтелектуальною частиною економіки, що трансформується, а цифровізація як результат 4-й промислово-технологічної революції - мегатрендом глобалізується і інноватизуючої економіки.

Цифрові технології як інноваційні тренди сучасного соціально-економічного середовища

BioTech - Від грец. “bios” – “життя”, “techne” – “мистецтво, майстерність”) – використання живих організмів і біологічних процесів у виробництві, с/г та медицині з застосуванням високих технологій. Біотехнологічні процеси з використанням мікроорганізмів і ферментів на сучасному технічному рівні широко застосовуються у харчовій промисловості.

NanoTech Являють собою високотехнологічні центри, підприємства, що займаються розробкою, корпусуванням, тестуванням мікроелектронної продукції, а саме напівпровідних пластин, кремнієвих кристалів, інтегральних мікросхем з високими стандартами контролю якості. Нанотехнології – це технологія колоїдних систем, це колоїдна хімія, колоїдна фізика, молекулярна біологія, вся мікроелектроніка.

RetailTech - від англ. “retail” – “роздрібний, в роздріб”, “tech” – “технологія”. RetailTech – це технології, які розроблені startup для застосування в сфері торгівлі. До цих технологій відносяться: 3D сканування тіла, відстеження споживачів асистентами з підтримкою AI, які допомагають роздрібним торговцям і споживачам. (AI (Adobe Illustrator) – формат файлу, розроблений Adobe Systems для зберігання векторних зображень. Adobe Illustrator для зберігання файлів AI використовує розширення .ai. AI підтримують практично всі програми, пов’язані з векторною графікою. Цей формат є найкращим посередником при передачі зображень з однієї програми в іншу. У цілому, поступаючись CorelDRAW у ілюстративних можливостях, (може містити в одному файлі тільки одну сторінку, має маленьке робоче поле – цей параметр дуже важливий для зовнішньої реклами – всього 3х3 метри) тим не менш, він відрізняється найбільшою стабільністю і сумісністю з мовою PostScript, на яку орієнтуються практично всі видавничко-поліграфічні додатки).

FinTech Технологічні проекти в сфері фінансових сервісів, що вважаються одним з найперспективніших (а тому затребуваних) напрямків для стартапів, незважаючи на складності держрегулювання, з якими доводиться зіштовхуватись, працюючи за цим напрямком. Існує два основних види продуктів на базі FinTech. Перший, досить давно представлений на ринку, забезпечує софт і послуги фінансових сервісів, тобто використовує модель B2B. Другий, активно розвивається останнім часом, орієнтований на кінцевого споживача, тобто охоплює ринок B2C, і прагне виконати вкрай амбітне завдання – скласти конкуренцію традиційним постачальникам фінансових послуг в боротьбі за масового клієнта.

LegalTech Цифрові технології в юридичній сфері бізнесу, що спеціалізується на інформаційно-технологічному обслуговуванні професійної юридичної діяльності, а з кінця 2000-х років – і на наданні споживачам юридичних послуг з використанням інформаційних технологій. В останньому випадку може мати місце on-line-посередництво між замовником та юридичною фірмою або надання інструментів для юридичної самообслуговування, що виключають необхідність звернення до професійних юристів. Крім того, можна говорити про рух legal tech, метою якого є перегляд традиційних поглядів на вирішення юридичних питань шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій в сфері правових послуг.

InsurTech (сфера новітніх страхових технологій) відведено велике місце на фінансово-технологічній арені. Insurtech – це впровадження інноваційних рішень, покликаних максимізувати ефективність використання нових технологій на страховому ринку. Insurtech – це з'єднання і взаємопроникнення традиційного поняття страхування з новітніми технологіями за аналогією з поняттям Fintech. InsurTech дає можливість змінити “правила гри” для страховиків, дозволяючи впроваджувати інновації, підвищувати актуальність пропозицій і зростати. InsurTech отримує фінансування поряд з інвестиціями в FinTech-сектор. Великі можливості InsurTech приховуються не в тому, щоб

надати існуючим страховим продуктам цифрову форму, а в тому, щоб докорінно змінити продукт або процес укладення договору на його надання з метою – на порядок поліпшити якість обслуговування клієнта.

GovTech належать усі IT-продукти, рішення, розробки, сервіси, що допомагають вирішити проблеми держсектора. Які проблеми розв'язують рішення у галузі GovTech? партисипація. Створення платформ для колаборації громадян, електронних петицій, краудсорсингу. Розширення можливостей електронної ідентифікації. Ці технології більш відомі під поняттям CivicTech; інфраструктура (цифрові датчики, контрольні сенсори); надання послуг в освіті, охороні здоров'я; регулювання (рішення для оцінки об'єктів, проведення перевірок); адміністрування – ліцензування, управління хмарними технологіями, програмного забезпечення

Цифрові продукти та послуги як інноваційні тренди сучасного соціально-економічного середовища

Blockchain В перекладі з англ. "blockchain" або "block chain" – побудований за певними правилами безперервний послідовний ланцюжок блоків, що містять інформацію. Але краще давати визначення виходячи з призначення технології блокчейн. Блокчейн був спроектований в рамках вирішення цілком конкретного завдання, а саме – як побудувати децентралізовану (без єдиного центру управління) фінансову систему, коректність роботи якої могла б перевірити будь-яка людина. Виходячи з цього, можна визначити блокчейн як спосіб зберігання і узгодження бази даних, копія якої є у кожного учасника.

Digital marketing Це використання різних способів просування продукту в широкій масі з використанням цифрових каналів. Digital Marketing – це сукупність інструментів просування, при яких задіяні цифрові канали. Він не тотожний інтернет-маркетингу, оскільки включає в себе такі канали, як

телебачення, радіо і навіть зовнішня реклама. Інтернет-маркетинг еволюціонував в цифровий (digital) маркетинг, в якому використовуються комплексні методи on-line-стратегії, розробки сайтів та мобільних додатків, креативу і копірайтингу, контекстної реклами і SMM, а також інших інтерактивних продуктів. Найбільш популярні форми цифрових каналів: пошукове просування; контекстна і тизерна реклама; медійна і банерна; просування в соціальних медіа і блогах; створення мобільних додатків для смартфонів, планшетів та інших носіїв; вірусна реклама.

CRM&BPM CRM – система для продажу: готові процеси для управління всіма типами угод. Bpm'online CRM об'єднує можливості системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та системи управління бізнес-процесами (BPM). Це перше прикладне рішення, розроблене на платформі bpm'online.

Gridтехнології Grid обчислення – це географічно розподілена інфраструктура, яка об'єднує множину різних типів, доступ до яких користувач може отримати з будь-якої точки, незалежно від місця їх розміщення. Grid надає колективний розподілений режим доступу до ресурсів і до зв'язаних з ними послугами в рамках глобально-розподілених організацій (підприємства які спільно використовують глобальні ресурси, бази даних, спеціалізоване програмне забезпечення).

Digitalстрахування Digital стратегія в страхуванні – це не лише Інтернет-продажі, а трансформації всього бізнесу в напрямі роботи з електронним полісом. Digital-страхування дозволяє страховим компаніям знизити витрати, підвищити швидкість обслуговування клієнтів. Споживачі мають можливість отримати своєчасні оновлення щодо змін у страховій політиці компанії. Діджиталізація забезпечує стандартизацію і покращує якість відповідей і послуг, що надаються. Значною перевагою Digital-страхування є присутність соціальних мереж, що сприяє поліпшенню якості обслуговування та налагодженні тісного зв'язку між страховою компанією та клієнтом. Суттєвою

перевагою Digital-страхування є зменшення ймовірності шахрайства й підвищення безпеки страхових операцій. Адже за умови придбання поліса через страхового посередника є ризик не внесення останнім страхової премії та, як наслідок, договір страхування не вступає в силу. Швидкість обробки даних та врегулювання претензій – ще одна перевага Digital-страхування. Адаптація до цифрового формату має позитивне значення як для страховика, так і для клієнта. Адже всі етапи страхування, починаючи від подання заяви і закінчуючи врегулюванням претензій, проходять значно швидше. Застосування хмарних платформ зменшує ймовірність допущення помилок, а сам процес стає відкритим й дає можливість прослідкувати стан врегулювання претензій. Крім того, впровадження хмарних платформ забезпечують страховим компаніям більшу швидкість, гнучкість і масштабованість, покращують реагування і дозволяють оптимізувати процеси.

ePrescription (електронний рецепт) здійснюється на базі 3 процедур: eCapture – формування електронного рецепту лікарем медичного закладу; eTransfer – конфіденційна передача електронного рецепту до аптеки; eDispensation – передача даних із аптеки назад до медичного закладу, підтвердження.

TeleHealth “Цифрові” технології для надання дистанційних медичних послуг та підтримки роботи лікарів.

Загальною закономірністю проектів цифрової економіки є орієнтація на конкретного споживача і всебічне використання інформації як рушійного ресурсу, врахування конкретних особливостей конкретного споживача в конкретному місці, і світове використання технологій цифрових трансформацій реальних бізнес-процесів.

3. Цифровізація Суспільства

Сьогодні можна з повною впевненістю говорити, що цифрова епоха вже наступила і найближчі десятиліття буде активно розвиватися. За оцінками експертів, області інформаційних технологій до 2025 року більше 80% населення Землі буде мати доступ до інтернету, з них 75% - через мобільні пристрої. Інтернет речей розкриє велику частину свого потенціалу, а блокчейн-технології укореняться в самих різних сферах діяльності людини.

Споживачі стають більш вимогливі. Завдяки таким компаніям, як Apple або Amazon, вони очікують що будь-яка організація буде надавати свої послуги швидко, якісно і без проблем. Однак, на практиці все далеко не так. Щоб задовольнити високі очікування клієнтів, компанії повинні прискорити процес оцифровки свого бізнесу. Вони повинні спростити весь бізнес-процес, включаючи скорочення кількості необхідних кроків, скорочення кількості документів, розробку автоматизованих рішень і т.д. Експлуатаційні моделі, навички, організаційні структури і ролі необхідно переробити відповідно до нових процесами. Моделі даних повинні бути скоректовані і перебудовані, щоб забезпечити процес прийняття адекватних рішень, збільшення продуктивності праці і підвищення лояльності клієнтів.

Оцифровка часто вимагає поєднання класичних методів роботи з новими професійними навичками, наприклад, навчити HR-фахівця працювати з цифрами і даними для ефективного підбору персоналу. Можуть знадобитися і нові ролі, такі як трендвотчер, дизайнер інтерфейсів і т.д.

Переваги діджиталізації величезні: шляхом оцифровки процесів з інтенсивним використанням інформації витрати можуть бути скорочені до 90%, а час обробки - в кілька разів. Наприклад, один британський банк при оформленні іпотеки оцифрував процес прийняття рішення про видачу кредиту. В результаті, витрати на новий іпотечний кредит скоротилися на 70%, а час до попереднього схвалення - від декількох днів до однієї хвилини.

Крім того, заміна паперових і ручних процесів програмним забезпеченням дозволяє компаніям не тільки автоматизувати, але і, як наслідок, оптимізувати діяльність всередині компанії. Також використання цифрових технологій дозволяє автоматично збирати дані, які в подальшому можна використовувати для підвищення продуктивності праці, оптимізації витрат і мінімізації ризиків. Звітність в режимі реального часу дозволяє менеджерам вирішувати проблеми до того, як вони стануть критичними.

Компанії, які оцифрує свої бізнес-процеси, можуть підвищити свою конкурентоспроможність і збільшити кількість продажів за рахунок залучення нових споживачів. Все залежить від бізнес-моделі і початкової точки трансформації. І чим швидше це відбудеться - тим вище ймовірність швидкого зростання якості послуг, лояльності клієнтів і чистого прибутку.

У журналі Андрія Песоцького є цікава стаття на цю тему:

« Замислимося, яким буде світ років через п'ятдесят: сучасні технології дають можливість обробляти все більше терабайтов даних, інформацію можна роздавати, але можна і збирати: можливо, людина скоро буде "на долоні ", в мережі з'явиться також його майно, все місця роботи, сімейний статус, шкідливі звички, де розбив машину, де нахамив старенькій. А головне, неугодного людини можна буде "вимкнути" з життя - софт дозволяє. Але про все по порядку.

Щорічно збільшуються масштаби доступності завантаженої в світову павутину інформації про нас з вами, так само як і відомості цих даних в єдине ціле. Десятки безкоштовних ресурсів вже дозволяють знайти незнайомця в соцмережах по фотографії, ми можемо дізнатися ІПН будь-якої людини, подивитися його штрафи, згадки його імені і прізвища, шукати когось на карті міста по геолокації, якщо він сидить в Тіндере. Причому мова йде не про

ексклюзивні, а про доступні будь-якому користувачеві засобах. Ми наближаємося до об'єднання кредитної картки, мобільного телефону, паспорта, акаунтів в соцмережах, трудової книжки, електронної пошти. Тепер уявімо, що до цього процесу підключається держава, а воно підключається щосили.

Китай традиційно йде попереду планети всієї. Так, Держрада КНР в 2014 прийняв "Програму створення системи соціального кредиту (2014-2020)", згідно з якою кожен житель буде відслідковуватися і оцінюватися системою в режимі реального часу, причому рейтинги будуть публікуватися в централізованій базі у відкритому доступі. Відповідно, власники високих балів будуть користуватися різними соціальними і економічними пільгами, а низькорейтинговим біднякам буде складно потраїтися на роботу, отримати кредит, відмовляти будуть навіть у виїзді за кордон. Головне завдання, і це прямим текстом вказується в Програмі Держради, щоб "виправдали довіру користувалися всіма благами, а втратили довіру не могли зробити ні кроку".

Пишуть, що в пілотному режимі ця система застосовується вже в трьох десятках міст Китаю. Наприклад, в Жунчен всім жителям присвоєно стартовий рейтинг 1000 балів і в залежності від поведінки піддослідних він росте, або падає. Обробляються 160 тисяч різних параметрів, причому вітаються і доноси. З огляду на рівень розвитку інформаційних технологій, стукацтво 37-й року здається допотопної самодіяльністю. Не зрозуміло, чи дійсно півтора мільярда людей через три роки опиняться під владою Благодійника з замятінського "Ми", але тенденції очевидні.

Природно, концепція "соціального кредиту" в різних своїх інтерпретаціях виходить з позитивних мотивів - боротьба з вуличною злочинністю, махінаціями з держзамовленням, тероризмом, відмиванням грошей. Це дійсно важливі завдання, де сфера ІТ може надати незамінні послуги. Однак можливості обробки даних такі, що держава легко спокушається можливістю не тільки моніторингу нинішніх "злочинців", але і колишніх, потенційних, латентних "лиходіїв", чії девіації Система блокуватиме в зародку. Мабуть, дорога від виправданих і слушних ідей прозорості роботи держслужбовців до тотального контролю за населенням занадто коротке.

Держава-патерналіст хоче зробити ставку на сірих, передбачуваних людей із заздалегідь відомим колом прагнень. По суті мова про подальшу трансформації суспільства, описаного Едуардом Лимоновим у відмінній книзі "Дисциплінарний санаторій", що вийшла в період розпаду СРСР. Поки велика частина інтелігенції вважала, що на Заході рай вільних людей, а менша, що бездуховне виродження, що пожив в США і Франції автор зауважив, що в Європі і Америці будується диктатура нового типу, де застосовується не hard-насильство, а soft-насильство, а людина, приборкати не колючим дротом концтабору, а одомашнення, реальним або уявним затишком середнього класу, політкоректністю, фетишизмом матеріального благополуччя. Дисциплінарний санаторій з презирством випльовує "асоціальний типів", фанатиків, нештампованих індивідів, просто сильних, самостійних особистостей зі своєю головою на плечах - в загальному, приблизно тих, кого Гумільов назвав пасіонарії, а Лимонов - збуджує.

Цифровізація особистості спрямована проти таких "збуджуються", тобто людей, які бажать виходити за рамки буденного комфорту. При розвитку технологій такого роду не можна буде безболісно поїхати в Сибір будувати сільськогосподарську комуну або відправитися воювати в невизнану

республіку, складно буде бути божевільним філософом або люблячим побитися футбольним хуліганом, оскільки всі відхилення від середньостатистичного поведінки будуть фіксуватися. Буде придушуватися як вулична маскулінність - скажімо, ряди паріїв може поповнити спортсмен, який захистив дівчину на вулиці замість того, щоб кликати поліцію, так і безсоромне (з точки зору панівних доктрин) поведінка в віртуальному просторі.

У Росії прообразом таких технологій може стати нинішній список терористів і екстремістів Росфінмоніторингу, де поруч з учасниками ваххабітського підпілля вже виявляються люди, на яких заводять кримінальні справи по "екстремізму" за репости і демотиватори. Характерно, що людина часом виявляється в цьому переліку злочинних осіб до рішення суду, за зверненням прокуратури, в результаті чого громадянину, котрий володіє презумпцією невинуватості, блокуються банківські рахунки - стає неможливим отримувати зарплату або пенсію. Це і є автоматичне "вимикання" з життя, викидання на узбіччя.

Що стосується країн Заходу, то все це буде, очевидно, замішане на толерантності - не можна буде без важких наслідків плювати на гей-паради, не любити іммігрантів або сміятися над жінками з пришитими членами. З людей там будуть робити овочів, боятися і пискнути зайве. Звичайно, наступ такої житті не вирішено, можливі різні розвилки, але спроби впровадження "соціального кредиту" навряд чи залишать людство, і ще не раз доведеться задуматися, чи не приносить інформаційне суспільство разом з небаченою свободою витончену тиранію XXI століття.

Складно сказати, наскільки далеко підуть експерименти зі створення "електронного концтабору". Очевидно, що здорові, чи не зігнуті сили суспільства буде пручатися, але те, що в майбутньому людство зіткнеться перед можливістю настання такої антиутопії, цілком ймовірно. У цих умовах нації, або те, що залишиться від деяких з них, будуть обмежувати ступінь наступаючого державного контролю над особистістю, або все буде дуже похмуро. »

4. Теорія поколінь X Y Z

Інші назви: Іксер, Xers, Покоління 13, Невідоме покоління. Народжені в **1965-1982 роках.**

Вперше, термін запропонували британський дослідник Джейн Деверсон і голлівудський репортер Чарльз Хамблетт, а закріпив письменник Дуглас Коупленд. На це покоління вплинула значна низка важливих подій: Афганська війна, операція «Буря в пустелі», початок ери персональних комп'ютерів, перша чеченська війна. Іноді людей, народжених в ці роки, відносять до покоління Y і навіть до Z (хоча останніх і в проєкті не було), а іноді буквою X намагаються об'єднати мілленіалів (Y) і МеМеМе (Z).

Якщо говорити про країну, яка власне вперше ввела цей термін у світ, то у США Поколінням X зазвичай називають людей, що народилися в період спаду народжуваності, який наступив після демографічного вибуху.

Досить вагомим стало дослідження британської молоді, проведене Джейн Деверсон в **1964 році** для журналу *Womans Own*, яке виявило, що молоді люди «сплять один з одним до весілля, не релігійні, не люблять королеву і не поважають батьків, не змінюють прізвище, коли виходять заміж». Однак, журнал відмовився публікувати результати. Після цього Деверсон вирушила до Голлівуду, щоб видати книгу разом з репортером Чарльзом Хамблеттом. Саме він придумав назву «Покоління X». Канадському

письменнику Дугласу Коупленду сподобалася ефектна назва, і він закріпив її в книзі «Generation X: Tales for an Accelerated Culture», яка була присвячена страхам і тривогам людей, що народилися з 1960-1965 років: вони говорили про втрату культурного зв'язку з поколінням "Бєбі-бумєрів«(покоління, яке виникло у повоєнні часи та було зумовлене демографічним вибухом).

У 1990 році двоє вчених - Нейл Хоув і Вільям Штраус - видали книгу «Покоління». Незабаром після цього на ринку праці стали з'являтися молоді фахівці, абсолютно не схожі на попередників своїми цінностями і ставленням до роботи. Їх досвідчених старших товаришів охопила паніка: старі методи мотивації перестали працювати, як вести себе з молодими колегами - не зрозуміло. Робота Хоува і Штрауса виявилася дуже доречною: вона пояснила причини відмінностей між поколіннями.

Теорія поколінь стала настільки популярна, що світ ось уже 20 років вивчає особливості роботи з мілленіалами з її допомогою.

В результаті з мілленіалами (поколінням У) розібралися досить добре. Але чому ніхто не говорить про інших поколіннях? Адже тепер мілленіалам потрібно вчитися взаємодіяти зі своїми попередниками, а також з усе прибувають поколінням Z.

Давайте разом розберемося, що теорія поколінь говорить про мовчазному поколінні, бєбі-бумєрів, поколінні X, поколінні У і поки ще мало вивченому поколінні Z.

Мовчазне покоління

Представники мовчазного покоління народилися в період з 1925 по 1943 рік. Зараз їх нечасто зустрінеш серед колег - більшість «мовчазних» вже закінчили свою трудову діяльність. Проте саме вони багато в чому сформували ту класичну корпоративну культуру, образ якої закріпився в нашій свідомості. Мовчазне покоління росло в військовий і післявоєнний період, активно розбудовувало країни і економіки, закладало базові цінності корпоративного світу. В основі їх світогляду лежало поняття служіння і боргу. Люди мовчазної покоління вірять в вислугу років, важка праця як шлях до успіху, стабільність і дисципліну.

Що цінують? Від них ми і зараз чуємо поради на кшталт «Навіщо йти на нову роботу, тут же стабільність і зарплата хороша» або «Ти краще тут попрацюй, дивись, років через 10 до начальника дослужишся». Потрібно віддати їм належне - їх вірність і лояльність до роботодавця воістину захоплюють.

Покоління бебі-бумерів

Бебі-бумери (народжені в період приблизно з 1943 по 1960 рік) - це люди спілкування, ідеалізму і колективу. Сміливе і романтичне, це покоління зростало в атмосфері віри в світле майбутнє і створення кращого світу. На тлі післявоєнного розвитку економіки і появи величезної кількості нових товарів представники цього покоління асоціювали володіння певними речами зі статусом. Це їх ми можемо дякувати за зміцнилися уявлення про те, що саме гроші є ознакою успіху. Відповідно, робота для бебі-бумерів - це спосіб заробити гроші, досягти успіху і зміцнити свій статус.

Що цінують? Бебі-бумери часто трудоголіки, вони цінують досвід і професіоналізм у вузькій сфері. Сьогодні це наші найстарші і досвідчені колеги, які готові ділитися своєю експертизою.

Як взаємодіяти? Програми наставництва всередині організації - відмінний спосіб залучити співробітників-бумерів, підтвердити їх статус в колективі і передати цінний досвід молодим колегам. Важливе джерело мотивації для бебі-бумерів - це визнання їх роботи і внеску. Тому бумери оцінять публічне заохочення своїх заслуг і святкування успіхів.

Покоління X

Які характерні особливості?

Покоління X — нове «втрачене покоління», як і всі інші покоління до них, які росли в період, коли соціальні інститути ослабли і втратили довіру. У цей період знову розцвів індивідуалізм. А основним чинником для неспокою цього покоління є втрата орієнтиру до духовних цінностей. І, справа полягає не лише у тому, що усі найкращі посади вже зайняті бебі-бумерами. Це не має значення, адже насправді, проблема полягає в тому, що ці посади зовсім не цікавлять їх. Те, що було цінним для попереднього покоління (будинки, робота, сім'я як осередок суспільства), тепер здається дріб'язковим і не вартим уваги. Вони втрачають віру у всесвіт, він здається їм зіпсованим, гнилим і, навіть, ворожим. Однак, ще більше турбує не те, що альтернативи цьому світі немає, а те, що вони самі побудувати цю альтернативу просто не здатні. Тому, це покоління зайняте постійним пошуком чогось кращого у світі і своїм місцем на Землі.

Варто зауважити, що їхньою відмінною рисою є те, що вони скептично ставляться до усього, що їх оточує, тому й обирають вміння розраховувати виключно на свої сили. Їм притаманне альтернативне мислення, а також висока проінформованість про абсолютно усе, що відбувається у світі. У той же час, їх надзвичайно гнучкі, для них немає проблеми у тому, щоб

якось змінюватися. Основною їхньою метою є наполеглива праця та досягнення індивідуального успіху. Адже це покоління більше не бачить сенсу у побудові будь-яких колективних цілей та завдань. Успіх кожної окремої особистості набагато важливіший за спільну працю.

Однак, все це лише про Західну культуру. І, маю сказати, що вона досить сильно відрізнялася від того, як будувалося світобачення поколінь за часів СРСР. Звісно, що такий контраст зумовлений політичними, економічними та культурними чинниками. Тому, розглядати покоління X, виключно крізь призму західного світу, не є доречним.

То як було у нас?

Якщо говорити про іксів часів СРСР, то вони також з'являються у 1964 — 1984 роках. Цей період характеризується економічною нестабільністю та великою схильністю до появи нових, ще глобальніших криз.

У ці часи з'являється величезна проблема з наркотиками та СНІДом, надзвичайно впливає психічний стан людей після війни в Афганістані. Виникає тенденція розлучень, а тому, можна було побачити велику кількість матерів-одиначок. Останні, в свою чергу, не мали можливості виключно сидіти вдома та турбуватися про дітей. Адже їх необхідно було забезпечувати, тому зростала кількість жінок на виробництвах та заводах, це переставало бути новиною для оточуючих. Крім того, усі ці чинники зумовили значний спад народжуваності.

СРСР-івське покоління іксів виросло надзвичайно активним, з великою потребою дарувати свою любов оточуючим. Тому, не дивно, що наступні покоління не сильно розуміють надмірну увагу чи опіку іксів. А вони, у свою чергу, просто хочуть дати своїм дітям те, що не отримали від власних батьків (багато хто з них були дітьми війни, важко працювали та не мали часу на опіку чи турботу). Ця потреба іноді була настільки сильною, що жінки будь-якою

ціною намагалися знайти собі партнера, навіть, якщо той був схильним до агресії або ж мав пристрасть до алкоголю.

Загалом, це покоління виросло за непростих часів конфліктів та нестабільності. Тому, вони більше за усіх схильні до депресій, внутрішніх переживань, емоційної нестабільності. Однак, самопізнання та саморозвиток залишаються просто необхідними для іксів.

У період приблизно з 1961 по 1981 рік на світ з'явилося покоління Х. «Ікси» росли в період змін, холодної війни, розпаду країн і появи нових. Світ змінювався у них на очах, батьки багато працювали, тому представники покоління Х виросли індивідуалістами і одинаками.

Що цінують? Це люди, які цінують самостійність, незалежність і можливість самореалізуватися. «Ікси» бачили, як стрімко світ рухається вперед, і зробили для себе висновок: потрібно не просто сидіти на місці, потрібно постійно розвиватися. Їх батьки багато часу проводили на роботі, що часто впливало на стосунки в сім'ї. Тому покоління Х вибрало для себе філософію, в рамках якої робота - це не життя, робота - це для життя.

Саме «ікси» сформували і розвинули популярний нині підхід work-life balance.

Як взаємодіяти? Якщо хочете демотивувати представника покоління Х - створіть йому умови тотального мікромеджменту. Коли «ікси» контролюють на кожному найменшому етапі роботи, це не дозволяє йому довести самостійність і здатність самому знаходити ефективні способи досягнення результату. Тому своїм колегам «Іксів» коштувати давати більше простору і відповідальності. Якщо їм знадобиться допомога з чимось, вони самі про неї попросять.

Поколение Y

Мілленіали (Millenials), або Покоління Y (Generation Y)

Інші назви: Покоління Ігрек, Покоління Міленіуму, Покоління Пітера Пена, Покоління Next, Мережеве покоління, Ехо-бумери, Покоління бумеранга, Покоління трофеїв. До цього покоління різні джерела відносять різних людей. Одні кажуть, що це всі, народжені з початку 80-х. Інші уточнюють: з 1983-го по кінець 1990-х. А треті захоплюють і початок 2000-х. Другий варіант — з 1983-го по кінець 1990-х — мабуть, найбільш переконливий.

Термін був запропонований журналом Advertising Age. Вважається, що на формування світогляду ігреків вплинули: перебудова, розпад СРСР, «лихі 90-і», тероризм, війни (в Іраку, в Чечні і ін.); міжнародна фінансова криза, підвищення вартості житла і безробіття; телебачення, поп-культура, торрент-трекери і відеохостінги, розвиток мобільного та інтернет-зв'язку, комп'ютерних технологій, соціальних мереж, digital-медіа та відеоігор, флешмоб- і мем-культури, онлайн спілкування, еволюція девайсів тощо.

Характерні особливості:

Одна з найпомітніших рис ігреків — залежність від знань, які вони знаходять не у книжках з бібліотек, а на інтернет-ресурсах. Це покоління, яке обожнює вчитися, однак цей процес для них абсолютно відмінний від іксів. Навчання для міленіумів — це щось цікаве та самобутнє. Вони абсолютно відкидають вже застарілі канони, адже у часи, коли приходить інформаційна ера, цінність самої інформації змінюється. Те, що раніше можна було дізнатися виключно від вчителів та викладачів, для ігреків стає легкодоступним. Це зумовлює ще одну рису цього покоління — надмірну довіру до інформації, що подана на онлайн-сервісах, особливо без наявності будь-якої цензури на неї.

Якщо казати за освіту, то вона все більше втрачає свій сенс. Ігрики кидають інститути та не бачать у них сенсу, адже професії, на яких навчають у вишах або вже застарілі, або ж стануть такими у майбутньому. Крім того, не викликають у них довіри самі викладачі, більшість з яких слідує застарілим методикам. Ігрики, які бачили, як їхні батьки з вищими освітами мали йти торгувати на базар або робити щось схоже, просто розчарувалися в освіті. Їх більше приваблює саморозвиток.

Значну увагу міленіуми приділяють власному комфорту. Для них самореалізація виходить на перший план. Не можна сказати, що їх не цікавить сім'я, однак, на першому місці все ж залишається кар'єрне зростання. Це відбувається і тому, що ігрики живуть в умовах постійної нестабільності, вони не знають, що буде завтра, а тому й не бачать сенсу планувати будь-що на майбутнє.

Характерна для цього покоління і теорія «вічної молодості». Міленіуми намагаються до останнього відтягнути момент приходу етапу дорослішання. Така ситуація пов'язана з тим, що бути дорослим — означає брати на себе відповідальність. А це в плани ігриків не вписується. Однак, така тенденція властива цьому поколінню виключно через те, що воно бачило всі помилки своїх батьків, а тому просто відмовляється бути відповідальним за чиєсь майбутнє.

Загалом, ігрики — це покоління вільнодумців. Вони люблять свободу, цінують її понад усе. Слідкують за сучасними трендами — у моді, їжі та діджитал тенденціях. Гламурні тусовки, постійний «двіж» з однодумцями — найкращий варіант відпочинку. Однак, негативною їхньою характеристикою є те, що вони прагнуть мати все й одразу. Якщо кар'єра для них — це щось надзвичайно важливе, то тривалий розвиток, професійне зростання — це щось абсолютно безглузде. Ігрики ніколи не були зацікавлені у тяжкій праці та довготривалому процесі отримання найкращої посади. Вони хочуть отримати все тут і зараз. До того ж, не останнє місце для них займають

вигідні знайомства, адже це, на їх думку, допоможе значно більше, ніж вища освіта. Це покоління не любить суворих рамок, а тому гнучкий графік роботи та комфортні умови праці — обов'язкові умови високої продуктивності міленіумів.

Те ж саме можна сказати і про гроші, для міленіумів — це шлях до можливостей. Є гроші — є і дорога до успіху. Отож, крім того, що вони індивідуалісти, їм також властива жага до усього матеріального.

Звісно, що особливу увагу для ігриків заслужують соціальні мережі. Віртуальна реальність — це те, що їм потрібно для повноцінного існування. На подібних онлайн-платформах можна створити собі новий образ, хай навіть він і не існуватиме у реальному житті. Міленіуми люблять знаходити друзів за своїми інтересами, а у соц. мережах це зробити легше всього. Що стосується їжі, то вони знають абсолютно все про кількість калорій, білки, жири, вуглеводи, однак, найчастіше навіть гадки не мають про походження продуктів і їхній склад.

Незважаючи на усі, можливо негативні риси цього покоління, воно по-своєму цікаве і неординарне. Ігрики мають досить позитивне мислення, вірять у те, що життя прекрасне і різноманітне, а всі люди — це брати. Від роботи, вони очікують значних результатів, а тому й викладаються на повну. Однак, їм важливо, аби те, що вони роблять, було справжньою пристрастю.

Про мілленіалів (що народилися приблизно з 1982 по 2000 рік) сказано вже чимало. «Ігреки» росли в умовах стрімкого розвитку технологій, світ ставав більш відкритим, стиралися кордону, ставала доступною найрізноманітніша інформація. Батьки намагалися дати їм максимум і виростити впевненими в собі людьми. Мілленіали ходили на десятки гуртків, отримували доступ до нових можливостей і жадали уваги сім'ї. Батьки,

поглинені роботою, не завжди могли приділити мілленіалам достатньо часу і періодично намагалися компенсувати це гіперопікою. В результаті покоління У часто залежить від зворотного зв'язку і схвалення, чекаючи цього від керівництва.

Що цінують? Надивившись на батьків, які присвятили своє життя неависній роботі, мілленіали вирости з бажанням займатися тільки тим, що подобається. Тому в роботі вони з пристрасстю беруться тільки за те, що їм цікаво, що дає відчуття розвитку і приносить користь.

Як взаємодіяти? Якщо хочете, щоб мілленіал був зацікавлений в завданню, поясніть йому, як її виконання впливає на загальний результат команди або компанії. Розуміння своєї ролі і власного вкладу в загальну справу - важливий стимул для «ігрек». Для мілленіалів важливо знайти своє місце, а не просто роботу. Для них важлива відкрита, доброзичлива, часто майже сімейна атмосфера в колективі. Вони очікують активної комунікації з колегами та начальством.

Бюрократія і безглузді правила - ось що дійсно може пригнічувати «Ігрек».

Поколение Z

Покоління Z (Generation Z), або Покоління ЯЯЯ (Generation MeMeMe)

Інші назви: Покоління ЯЯЯ, Покоління Z, Net Generation, Internet Generation, GenerationI, Generation M (від слова «багатозадачність»), Homeland Generation, New Silent Generation, Generation 9/11

Отже, Покоління Z (або Покоління ЯЯЯ) — це люди, що народилися на початку 1990-х і в 2000-х (видання Business Insider пише, що Gen Z — це народжені з 1996 року по 2010-й). На їх філософський і соціальний світогляд вплинули світова фінансово-економічна криза, Веб 2.0 і розвиток мобільних технологій. Представники Покоління Z розглядаються, як діти Покоління X, а іноді, і як діти Покоління Y, тобто мілленіалів.

Характерні особливості:

Покоління зетів — це яскравий приклад людей, які з'явилися у часи великої глобалізації та постмодернізму. Їхньою характерною рисою є те, що з усіма сучасними технологіями вони на «Ти» ще із раннього дитинства. Більше того, часто трапляється так, що малюк навіть говорити ще не навчився, але чудово знає, як увімкнути комп'ютер та відкрити улюблену гру. Отже, зети — це діти інтернету та сучасних технологій. За рахунок цього, вони не мали типового дитинства «у дворах», а тому й не є командними гравцями, їх треба вчити цьому.

Це покоління відрізняється абсолютною відсутністю чітко визначеної життєвої позиції. На відміну від усіх їхніх попередників, зетів не мотивують ані гроші, ані будь-яке кар'єрне зростання. Більше того, вони геть не самостійні і постійно потребують, аби хтось вказував їм на те, чим вони мають займатися. Проте, досить волелюбні, їх не можна примушувати до будь-чого. Адже вони ніколи не будуть робити те, чого не забажають самі. Навіть змалечку, для них важливо, аби до їхньої думки дослухалися. Люблять вчитися, швидко засвоюють нові знання. Великі обсяги інформації не становлять для них ніяких труднощів.

Переважну більшість знань вони отримують з Інтернет-ресурсів. Однак, тут виникає проблема. Кругозір зетів досить поверхневий. За рахунок того, що вони не бачать сенсу у школі чи університеті, вони не отримують базових знань та навичок. Все, що вони дізнаються в режимі онлайн, несе виключно ситуативний характер. Попри це, зети відрізняються своєю

неймовірною багатозадачністю та креативністю. Вони обожають знаходити рішення зі складних ситуацій та розв'язувати найскладніші задачі.

Досить негативні риси є і у їхньому характері. Вони мають схильність до капризів та істерик, прагнуть, аби все було виключно так, як скажуть вони. Мають яскраво виражене нахабство, егоїзм та нарцисизм (згадаймо тільки культуру «селфі»).

Покоління Z — це мандрівники. Їм не потрібен комфорт, робота та гроші. Вони прагнуть до усього нового та невідомого. Тому, їм буде байдуже де ночувати, на чому їхати (хай навіть автостопами), а почуття небезпеки — зовсім відсутнє. Головне, це емоції, які вони зможуть пережити.

Досить часто зети виступають проти поганих звичок (паління, алкоголь), а також є вегетаріанцями. Вірять у мир у всьому світі, прагнуть вирішувати екологічні та соціальні проблеми.

Як завоювати увагу зетів?

Одне відомо точно — їх потрібно мотивувати. Все, що вони роблять, потребує реакції оточуючих, байдуже негативної чи позитивної. Головне — це увага до їхньої особистості, вони просто «пожирачі» емоцій. Всі завдання, які ви ставите перед цим поколінням, потрібно формулювати чітко та детально. А от за кожне виконане — одразу давати винагороду. Вони не люблять працювати на майбутній результат, їм необхідна мотивація за кожне виконане завдання. Незважаючи на те, що зети індивідуалісти, вони так само обожають тусовки і коворкінги, тому їх завжди треба залучати до командної роботи. Аби їхня праця давала найкращий результат, необхідно давати їм творчі завдання, максимально цікаві для самих зетів. До того ж, переконайтеся, що вони справді вважають свою діяльність корисною для оточуючих.

Отже, покоління є досить різні. А тому, при спілкуванні зі своїми дітьми чи батьками, необхідно враховувати всі особливості, що характерні цьому поколінню, до того ж зважати на події, що могли вплинути на людину. Завдяки цьому, можна буде уникнути можливих конфліктів та зберегти чудові відносини один з одним.

Що цінують? «Зети» - прагматичне покоління. Для них комфортні умови праці і хороша зарплата - базові очікування від роботи. Проте для покоління Z важливо, щоб цінності компанії відповідали їх особистим цінностям, а можливість зробити світ краще - не менш значимий критерій в роботі, ніж у мілленіалів.

Як взаємодіяти? Для «зетових» практично не існує авторитетів, а всю інформацію вони перевіряють на достовірність в інтернеті. Тому для них ваш статус експерта не завжди має значення. Що вони оцінять, так це готовність бути відкритим, отримувати і давати зворотний зв'язок, визнавати помилки, змінюватися і використовувати нові підходи.

Теорія поколінь - не панацея, яка відповідає на всі питання по роботі з людьми. Проте вона дає нам підказки і допомагає краще зрозуміти, що вплинуло на формування наших цінностей і як це відбивається на роботі. І головне - теорія поколінь показує: ми дійсно різні, і те, що працювало для одних, не обов'язково буде працювати для інших.