

К. А. Бурцева

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь

ВОСПРИИМЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ К ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПРИЗМЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

Рассматриваются вопросы перехода организаций к новым принципам работы на основе цифровых технологий. Определено, что одним из основных факторов, определяющих восприимчивость компаний к цифровой трансформации, являются ценности сотрудников, формируемые их принадлежностью к определенному поколению.

Ключевые слова: *восприимчивость, поколения, трансформация, цифровые технологии*

Трансформации мира на основе новых технологий оставляют отпечаток на каждом новом поколении: люди становятся более раскованными, свободными, уверенными в себе, имеют множество знаний под рукой и мало нуждаются в вещах, бывших в приоритете у их предков. Последующее поколение берет все от предыдущего и набирает свой «багаж опыта». Так человечество пришло от паровых двигателей к двигателям внутреннего сгорания и сейчас находится в процессе перехода к абсолютно новым форматам работы. В настоящее время организации осознают необходимость использования новых цифровых технологий, что подразумевает под собой сложный и многогранный процесс цифровой трансформации.

Количество определений данного феномена значительно, однако необходимо понимать, что *цифровая трансформация* – это, прежде всего, трансформация системы управления путем пересмотра стратегии, моделей, операций, продуктов, маркетингового подхода и целей, обеспечиваемая внедрением цифровых технологий, т. е. это не просто внедрение единичных технологий, по типу: «перевод бумажных пропусков на пластиковые» или подобных инструментов, а глубокая реорганизация бизнес-процессов и бизнес-моделей.

В основе любой организации находятся люди, которые в разном возрасте по-разному относятся к изменениям в своей деятельности на основе новых технологий. Одни сопротивляются неизвестному, желая придерживаться старых, проверенных методов, а другие напротив, будут тянуться к новому и неизвестному. Все это зависит от поколения, которое работает в организации. У каждого человека складываются свои ценности, на которые влияют происходящие в определенных моменты события. Исходя из этого, одним из факторов сопротивления, или напротив двигателя к изменениям, является поколенческая структура персонала.

Сама теория поколений – это идея о наличии конкретных циклов поколений, которые сменяют друг друга примерно каждые 20 лет. Концепция теории состоит в том, что люди, родившиеся в определенный период времени, подвергаются влиянию окружающих их факторов и определенных исторических событий, имеют схожие ценности, модели поведения и даже мышления. Эта теория разработана в США историком Уильямом Штраусом и писателем Нилом Хау в 1991 г.

Каждое поколение особенно отличается от других своими специфическими чертами. Неотъемлемую часть в формировании нового «типа» людей играют события, происходящие в окружающем нас мире. Например, поколение молчунов (около 1923–1943) воспитаны военным и послевоенным временем. От них требовались трудолюбие и соблюдение правил. Потому эти люди экономны и запасливы, редко экспериментируют и обращают внимание на простоту. После них пришло поколение бэби-бумеров (1944–1963), для которых ценностями были идеализм, оптимизм, здоровье, работа и в целом их место в обществе. На это поколение не так сильно повлияла война, скорее повлияли ее последствия и необходимость подъема всех сфер жизни общества. На смену бэби-бумеров пришло поколение X, которое жило во время холодной войны, застоя СССР

и войн в Афганистане и Вьетнаме. Люди приспособились надеяться только на себя и выживать, обучаясь всю свою жизнь.

С появлением мобильных телефонов, интернета и в целом появление техники в общем пользовании, родилось два поколения: Y (миллениалы) и Z (зуммеры). Оба поколения схожи, профессионально владеют техникой, так как идут в ногу с ее развитием. Тем не менее, зуммеры настолько стали зависимы от своих гаджетов, что их отсутствие может ввести в ступор и депрессивное состояние. Опять же, это свойственно не для всех представителей такого поколения, также можно и сказать о миллениалах. Каждый человек уникален и имеет свои ценности.

Сравнивая предыдущие поколения с зуммерами, на которое огромное влияние произвело развитие Интернета, смартфоны и цифровые технологии, можно увидеть колоссальную разницу. Молодое поколение многозадачно, практично и имеет техническую и информационную грамотность. Тем не менее это поколение больше подвержено различным психическим расстройствам, депрессии и одиночеству. Такова плата за прогресс?

Говоря о молодом поколении в организации, необходимо отметить, что они могут и даже способны оживить любое производство, будь у них должный стимул. В силу увеличения значимости больше материальных ценностей над моральными, молодые люди стремятся заполучить все и сразу. Получив должную почву для роста и верное направление, они с большей вероятностью изменят внутреннюю среду организации, нежели гораздо более позднее поколение.

Люди, рожденные в период 2003 г. и далее, еще достаточно молоды, чтобы показать свои таланты и профессиональную силу. И пока трудно сказать, что будет у них в приоритете и какими будут сотрудники нового поколения. По проведенным исследованиям компании MillennialBranding, ценности зуммеров будут сводиться к свободному общению, восприятию мира с энтузиазмом. Преобладающими качествами этого поколения будут выступать стремление к постоянному обучению и самообразованию, креативность. Предполагается, что растущее поколение будет интересоваться новаторскими технологиями и наукой, биомедициной, искусством, робототехникой [1].

Рассмотрим основные характеристики указанных поколений в таблице далее.

Автором было проведено исследование в 2021 г. о мотивации молодежи к образованию, в результате которого был выдвинут ряд теорий по поводу нового поколения и его мнения о будущей работе. Одной из таких теорий была о самообразовании молодежи и стремлению к новым навыкам и технологиям. Такое поколение само хочет решать свою судьбу и уверенно идет к своей цели.

Молодые сотрудники склонны поддержать руководителя при внедрении изменений. Самый простой способ изменений и даже цифровизации – «освежить» кадры, набрав молодежь и убрав сотрудников преклонного возраста. Такая схема может сработать лишь в том случае, если продуктивность и трудоспособность первого и второго сотрудников более-менее равносильна. И большая вероятность того, что молодой сотрудник поддержит внедрение новой технологии. Новое поколение ценит мобильность, намного проще меняет место работы или даже страну проживания. Большой мир новых технологий оказывает такое воздействие, что с раннего детства приходится учиться анализировать большие объемы информации, искать новые оригинальные решения, работать с несколькими задачами одновременно.

Тем не менее будет ошибкой делить всех людей на категории, загонять в жесткие рамки поведенческих стереотипов, навешивать на них ярлыки. Предвзятое отношение к людям, оценка только по возрасту и принадлежности к страту, в конечном счете, только вредит. Даже хипстер, соответствующий всем вашим социальным предубеждениям, может удивить вас своими личными качествами.

Определенные особенности поколения, позволяющие сегментировать массу людей, должны учитываться, но не следует теорию поколений воспринимать как единственно верное руководство к действию.

Характеристика поколений

Поколение	Молчуны	Бэби-бумеры	Поколение X	Поколение Y (миллениалы)	Поколение Z (зуммеры)
Годы рождения	1923–1943	1944–1963	1964–1983	1984–2000	2000 – наше время
Ключевые исторические события, сформировавшие ценности	Вторая мировая и Великая Отечественная войны, открытие антибиотиков	Окончание войн, первый полет человека в космос, холодная война, рок-фестивали, медицинское обслуживание, единые стандарты обучения и т. д.	Холодная война, война во Вьетнаме и Афганистане, период застоя СССР	Распад СССР, массовые теракты, появление интернета и мобильных телефонов, развитие технологий, возникновение атипичной пневмонии	Кризисы, пандемия COVID-19, военные действия
Ценности	Преданность, соблюдение правил, уважение к должности и статусу, жертвенность, подчинение, терпение, экономность	Идеализм, оптимизм, имидж, молодость, здоровье, работа, ориентация на коллектив, личностный рост, статус, вовлеченность	Выбор, глобальная информативность, индивидуализм, выживание, обучение всю жизнь, прагматизм, надежда на себя	Изменения, оптимизм, общительность, уверенность в себе, наивность, профессиональное владение техникой	Многозадачность, информативность, саморазвитие, множественность возможностей, обучаемость
Подход к образованию	Классическое общепрофильное образование	Сужение образования – специализация	Осознанное образование – активная вовлеченность в учебный процесс	Интерактивное обучение	Обучение с использованием разных подходов к учебному процессу
Признанный эксперт	Государство	Эксперты	Практикующие специалисты	Сверстники	Общественное мнение
Способ коммуникации	Письма	Телефон	Электронная почта и текстовые сообщения	Текстовые сообщения и социальные сети	Портативные устройства, Интернет
Сфера наибольшего влияния	Становятся слишком старыми и их время проходит	Экономика, политика, культура	Малый бизнес, культура	Культура	Еще слишком молодо, чтобы значительно влиять, но осваивает цифровые платформы
Восприимчивость к цифровой трансформации	Ставят под сомнение, не доверяют новым технологиям	Сопротивляются	Принимают	Стремятся к переменам	Принимают как должное, стремятся к переменам

Источники: разработано автором на основе [2].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что организации не стоит пренебрегать молодыми сотрудниками. Наоборот, для большего процветания, компании порой нужен свежий взгляд на картину. Также поколение зуммеров гораздо быстрее справляется с освоением новых технологий и готово учиться новому. Тем не менее не стоит строить организацию чисто на неопытных новичках, потому что должен быть кто-либо, кто подскажет, направит и поможет молодому сотруднику освоиться и передать свой опыт.

Список использованных источников

1. Воспитание талантов: молодежный аспект / Ю. Г. Одегов [и др.] // Вестн. НГУЭУ. – 2021. – № 4. – С. 18–33.
2. *Земскова, Е. С.* Анализ поведения потребителей в цифровой экономике с позиции теории поколений / Е. С. Земскова // Вестн. Евразийской науки. – 2019. – № 5. – С. 17.