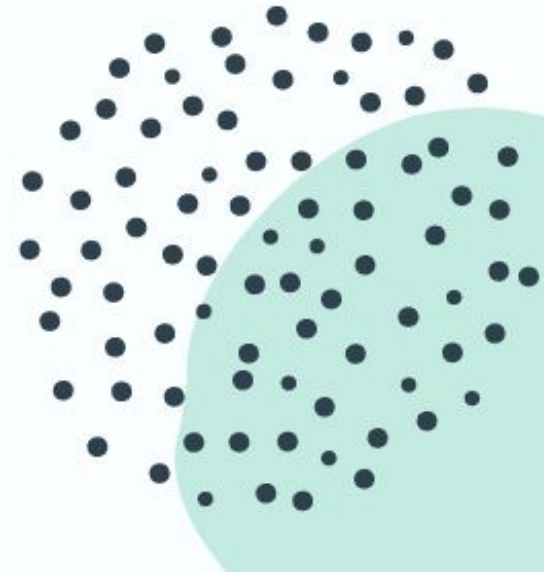


МЕДВЕДОК
СВІТЛАНА
УМ-81

**РІЗНИЦЯ
ПОКОЛІННЬ.**

**ПОКОЛІННЯ
XYZ**



Покоління



1923-1943

3

Мовчазн

е

поколінн

я

1943-1963

Покоління

бумерів

або

Baby Boom

1963-1983

4

Покоління

я

X

1984-2000

Покоління

я

Y

2000-2020

Покоління

я

Z

Мовчазн

е

поколін

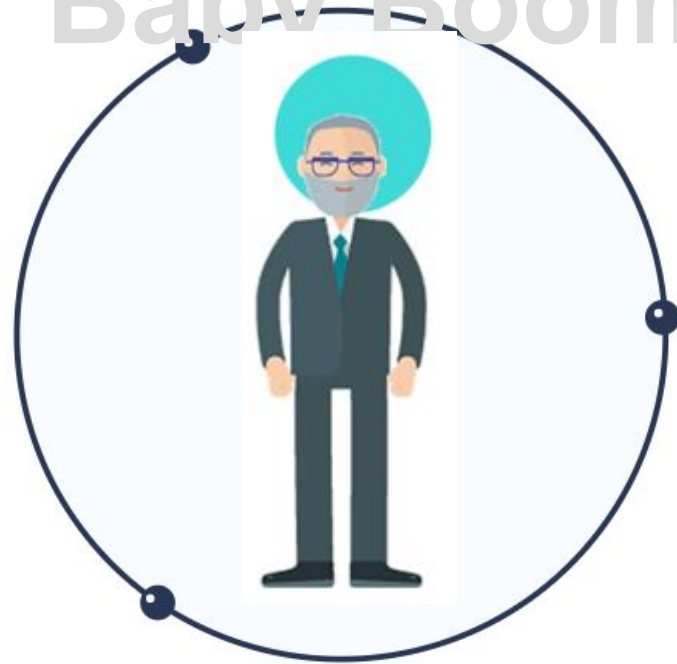


1923-19

43

- Це діти Другої світової війни і Великої депресії.
- «Мовчазні» через те, що вони з батьками вели скромний, спосіб життя, жили впроголодь, робили запаси продуктів і намагалися бути непомітними.
- Повага закону і порядку.
- Колективізм.
- «Багато працювати - норма»: «Потрібно виконати план».
- Для цього покоління жертвувати для країни, Батьківщини – нормально.
- Книги сильно вплинули на формування цінностей цього покоління.

Покоління бумерів або Baby Boom



1943-19
63

- «Бєбі-бум» - післявоєнний вибух народжуваності.
- В основу цінностей цього покоління лягла психологія переможців.
- Це найбільш сміливе і романтичне покоління.
- Жінки стали більш незалежним – прискіпливо обирають собі партнера і планують родину за власним розсудом.
- Щоб мотивувати «бумера» на будь-яку дію, слід робити акцент на професіоналізм, успішність, значимість мети. («трудоголіки»)
- Звертають увагу на здоров'я, красу, прагнуть якомога довше залишатися в гарній формі.

Хороший чоловік: яким дружина може пишатися, займається спортом, повинен багато заробляти і віддавати зарплату дружині.

Гарна дружина: добре виглядає, стежить за модою, повинна вміти все: і робити кар'єру, і піклуватися про чоловіка, і розпорядитися сімейним бюджетом.

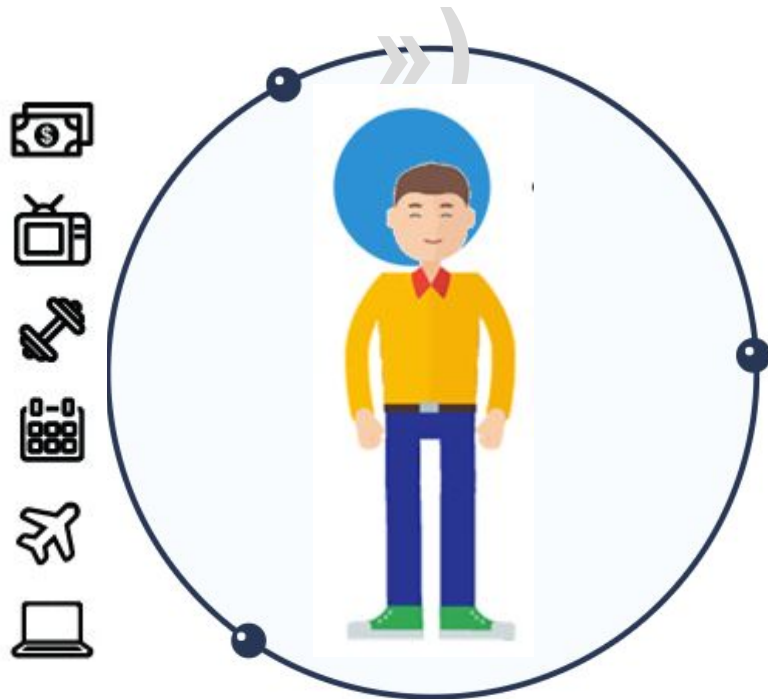
Покоління X («Тринадцяті»)



1963-19
84

- Зростали в епоху змін: «холодна війна», крах комунізму, перебудова, демократія, СНІД, наркотики.
- Самостійність закладено в них з дитинства.
- Люди гнучкі, індивідуалісти-одинаки.
- Величезне кількість трудоголівків.
- Основними цінностями для покоління X є зміни, можливість вибору, глобальна інформованість, технічна грамотність, індивідуалізм, прагнення навчатися протягом усього життя, неформальність поглядів, пошук емоцій і страху, прагматизм, надія на себе, рівноправність статей.
- Ініціаторами відносин все частіше стають жінки. Починає формуватися терпиме ставлення до цивільних шлюбів і розлучень.
- Між подружжям прийняті рівні відносини.

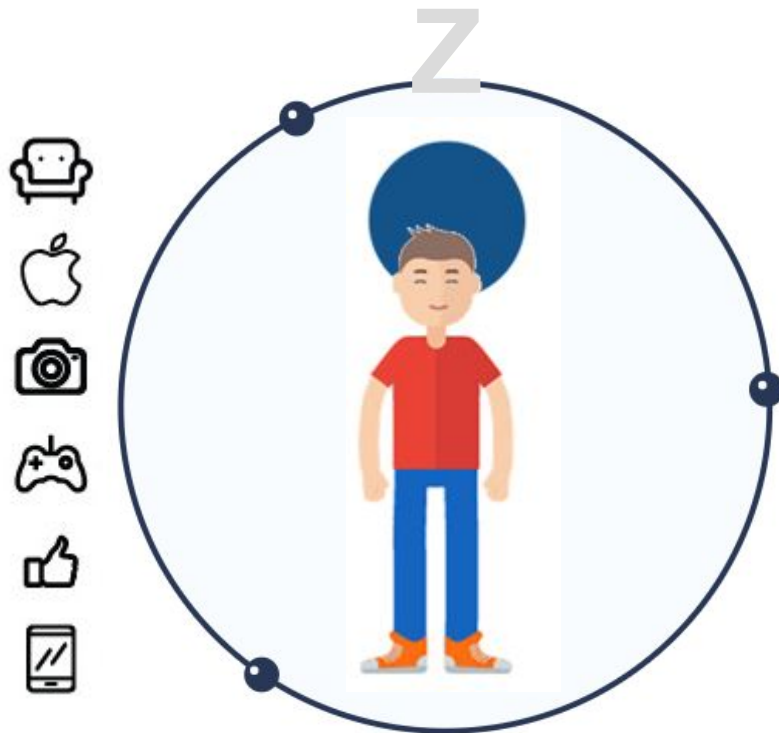
Покоління У («Меленіуми»)



1984-20
00

- Це - перше покоління, яке відсвяткувало своє повноліття в новому тисячолітті.
- Це - діти тих, хто народився в епоху демографічного вибуху, чим пояснює їх численність, але зараз народжуваність пішла на спад.
- Батьки покоління У давали своїм дітям можливість вчитися і пізнавати світ. (Подорожі, спорт, мистецтво, музика ...)
- Критично мислячі, більш цинічні, мало чому дивувалися.
- Їм потрібні постійний стимул і новизна.
- Якщо у них виникає якась ідея, вони тут же кидаються втілювати її в життя. Вважають, що вони особливі.
- Дбають про здоров'я і зовнішність, цінують можливість вибору.
- Жінки часто беруть на себе головну роль, сміливо заявляють про свої бажання.

Покоління



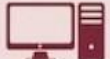







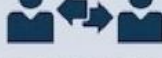







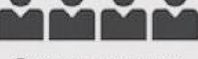


2000-2020

0

- Це діти, які ростуть серед цифрових технологій, величезної кількості інформації, Інтернету і прямого ефіру.
- Технологія для них - це не інструмент, а складова частина їх життя.
- Прагнення до самовираження і індивідуальності.
- Покоління Z вже побувало за кордоном, для них вивчення іноземних мов входить до шкільної програми і не є унікальністю. Це Z масово запровадило в свій жаргон іноземні слова, які стали частиною їх повсякденній мови.
- Їх важко здивувати і втримати увагу.
- Впливають на рішення про покупку батьків.
- Вони звикли до багатозадачності.
- «Кліпове мислення»
- «Найбільш самотнє покоління»



Обзор поколений

Характеристики	Maturists (до 1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generation X (1961-1980)	Generation Y (1981-1995)	Generation Z (рожденные после 1995)
Формирующий опыт	Вторая Мировая Война Рационирование Фиксированные права полов Rock 'n' Roll Малые семьи Выделенные права полов - выражено для женщин	Холодная Война Послевоенный бум «Swinging Sixties» Аполлон (высадка на Луну) Молодежная культура Woodstock (рок-фестиваль) Ориентация на семью Подъем подростков	Конец Холодной Войны Падение Берлинской Стены Рейган / Горбачев Тэтчеризм «Живая помощь» Первый PC Ранние мобильные технологии Рост количества разводов	Текрат 9/11 PlayStation Социальные сети Вторжение в Ирак Реалити на ТВ Google Earth Glastonbury (муз. фестиваль)	Экономический спад Глобальное потепление Глобальный фокус Мобильные устройства Энергетический кризис Арабская весна Производство своего медиа Облачные технологии Wiki-leaks
Процент трудовых ресурсов, UK*	3%	33%	35%	29%	Частично занятые на данный момент или начинающие карьеру
Стремление	Приобретение дома (собственность)	Гарантия занятости	Баланс между работой и жизнью	Свобода и гибкость	Security Безопасность
Отношение к технологиям	Крайне независимо	Первые адаптирующие для жизни технологии люди	Диджитал иммигранты	Диджитал люди	«Технологолики» - полностью зависят от IT; ограниченное понимание альтернатив
Отношение к карьере	Одна работа на жизнь	Организационное - карьера определяется работодателем	«Портфолио» карьера - лояльность к профессии, но не обязательно к нанимателю	Диджитал бизнесмены - работа «вместе с» компаниями, но не «на компанию»	Мультизадачные в плане карьеры - меняют компании и практически любую появляющуюся работу
Отличающий продукт	 Автомобиль	 Телевидение	 Персональные компьютеры	 Планшеты/Смартфоны	Google glass, графен; нано-технологии; 3D-принтеры; беспилотные автомобили
Средства коммуникации	 Официальное письмо	 Телефон	 E-mail и текстовые сообщения	 SMS или соц. сети	 Переносные технологии Встроенные в одежду технологии
Предпочитаемая коммуникация	 Личная встреча	 В идеале лично, но при необходимости телефон или эл. почта	 SMS или E-mail	 Онлайн или по телефону (текстовые сообщения)	 Facetime
Предпочитаемая коммуникация при финансовых решениях	 Личные встречи	 В идеале лично, возрастающая потребность в онлайн	 Онлайн, если лично не выходит по времени	 Личные встречи	 Диджитал-источники решения проблем (люди)

* Приведенные проценты приблизительные на момент публикации

ПОКУПКИ МЕЧТЫ

ПОКУПКА КАКИХ ТОВАРОВ ДОСТАВЛЯЕТ ТЕБЕ НАИБОЛЬШЕЕ УДОВОЛЬСТВИЕ?

	 Y	 Z
 Одежда	51%	50%
 Обувь	32%	36%
 Электроника	33%	31%
 Книги	23%	23%
 Косметика	21%	17%
 Продукты питания	17%	11%
 Спортивные товары	11%	15%
 Кафе и рестораны	14%	7%
 Развлекательные мероприятия	4%	4%
 Другое	6%	4%

КАКИЕ ДОРОГОСТОЯЩИЕ ПОКУПКИ ТЫ ПЛАНИРУЕШЬ СОВЕРШИТЬ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ?

	 Y	 Z
 Машина	60%	37%
 Путешествия	55%	41%
 Квартира	38%	34%
 Образование	25%	43%
 Ремонт жилья	31%	14%
 Дача	11%	7%
 Другое	2%	6%
 Не планирую совершать покупки	6%	12%