

DigiTrade

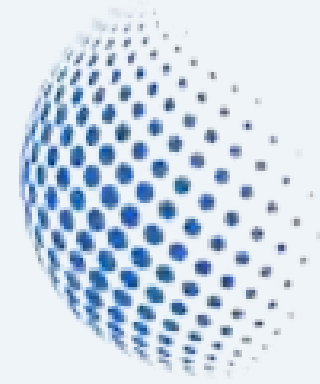
EU4UA



Co-funded by  
the European Union

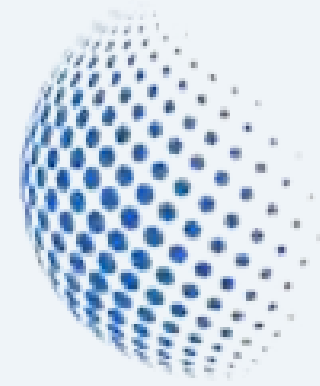
# Тема 5. Оцінка впливу людського капіталу на КРІ бізнесу в умовах цифровізації. Шляхи підвищення ефективності людського капіталу

Ольга Протасенко



**Людський капітал  
компанії** – це її найбільший  
актив, тому здоров'я та  
благополуччя співробітників  
– один із ключових  
показників успіху бізнесу





**XVIII  
сторіччя**



**XX  
сторіччя**



**1970-2000  
роки**



**Сьогодні**

## **ІНДУСТРІЯ 1.0**

Механізація  
виробництва,  
використання  
парової енергії

## **ІНДУСТРІЯ 2.0**

Масове виробництво,  
засноване на  
розподілі праці,  
електрика

## **ІНДУСТРІЯ 3.0**

Автоматизація  
виробництва, використання  
електроніки та  
інформаційних технологій

## **ІНДУСТРІЯ 4.0**

Цифровізація,  
кіберфізичні  
системи,  
Інтернет речей



## КРІ

числовий індикатор діяльності об'єднання (відділу, філії) або одного працівника, що дозволяє компанії оцінювати ефективність участі команди або співробітника в роботі всієї фірми для досягнення стратегічних цілей. Таким чином, КРІ - це коефіцієнт реальних результатів, що відображається в цифрах





## КРАЇНИ ЄС

формує близько **80%**  
національного багатства  
країн ЄС

фокус на **індивідуальності  
працівника**, його здатності  
до саморозвитку, наявності у  
нього креативного мислення

країни ЄС роблять все  
можливе для **примноження**  
людського капіталу

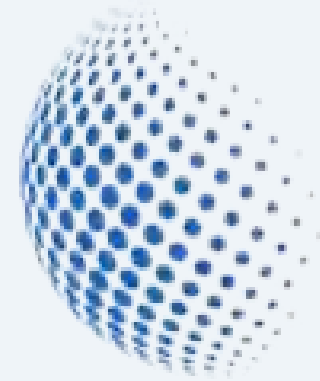


## УКРАЇНА

формує близько **30%**  
національного багатства  
України

фокус на **формальних  
ознаках відповідності  
працівника** виконуваній  
роботі (наявність документів  
про освіту)

Україна **втрачає** людський  
капітал через демографічні  
і міграційні втрати, низьку  
продуктивність праці тощо



## Ключові принципи у роботі європейських компаній

01



**ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ**  
сформований і розвинутий  
у результаті інвестицій  
певний запас здоров'я,  
знань, навичок,  
здібностей, мотивацій,  
який сприяє зростанню  
продуктивності праці  
робітників



02



**ВИКОРИСТАННЯ**  
людського капіталу  
закономірно приводить  
до зростання доходів  
компанії



03



**ЦЕ СТИМУЛЮЄ**  
подальші інвестиції  
компанії у людський  
капітал, що приводить до  
подальшого зростання її  
доходів

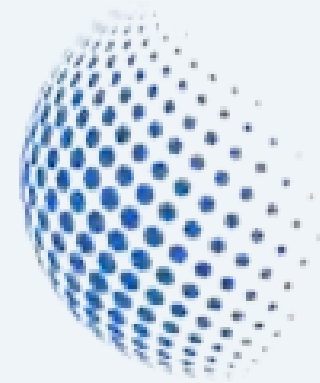




## ЗМІНА ПІДХОДУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ДО ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ - ЦЕ ПІДҐРУНТЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КРІ ЯК ПРАЦІВНИКА, ТАК І КОМПАНІЇ

# КРІ

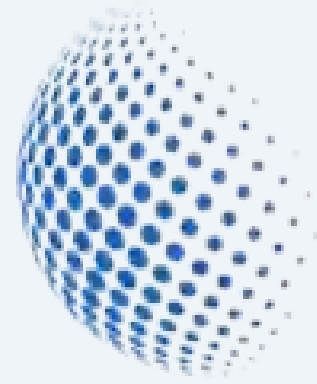




## КЛАСИФІКАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

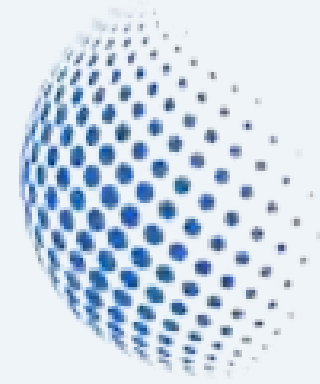






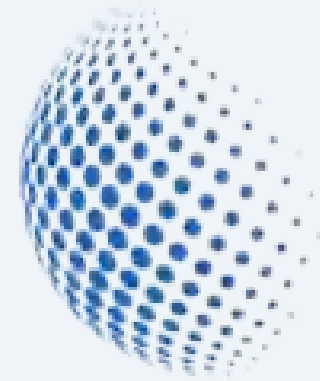
Людський  
капітал  
за архетипами  
поколінь





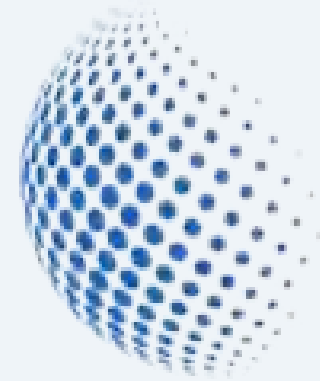
**Теорія поколінь – це дослідницький підхід, який визначає, чому з'являються різні покоління, що їх об'єднує і як вони змінюються. Її представили американські вчені Ніл Гоув та Вільям Штраус у 1991 році. Згідно теорії, приблизно кожні двадцять років у світі відбувається зміна поколінь. Покоління – це люди, які народилися в один проміжок часу. Їх об'єднують однакові цінності та поведінкові особливості**





**ДО ПОКОЛІННЯ  
БЕБІ-БУМЕРІВ**  
належать люди, народжені у  
період з 1946 по 1964  
роки. Покоління отримало свою  
назву завдяки підйому  
народжуваності, який відбувся  
одразу після Другої світової  
війни. Бебі-бумери - це  
найбільш романтичне і сміливе  
покоління в історії





**Цьому поколінню найбільш складно серед усіх поколінь адаптуватися до цифрових технологій, і з цієї причини їх часто називають "цифровими іммігрантами"**



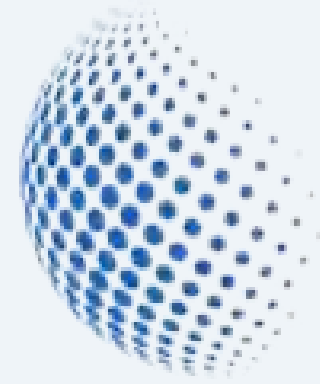
**Наразі рівень використання бумерами цифрових технологій зростає повільно. Не всім вдається одразу опанувати високі технології через що показники їх діяльності знуються**



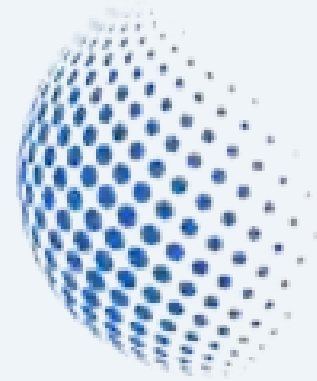
## ДО ПОКОЛІННЯ X

належать люди, народжені у період з 1965 по 1982 роки. Їх також називають "невідомим поколінням". "Ікси" відрізняються готовністю до змін і великим індивідуалізмом. Вони скептично і з недовірою ставляться до усього, що їх оточує, тому й обирають вміння розраховувати виключно на свої сили





**"Ікси" народилися до появи Інтернету, а це впливає на їх поведінку і переваги в мережі. Вони легше адаптуються до використання цифрових технологій у різних сферах життя, ніж "бебі-бумери". Проте не говорять на сленгу пізніших поколінь і не завжди розуміють, що і як працює у цифрових технологіях**

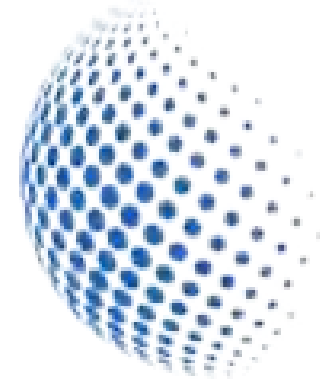


До покоління Y належать люди, народжені у період з 1983 по 2000 роки. Їх також називають "міленіалами". Це покоління, яке обожнює вчитися, однак цей процес для них має інший сенс, ніж для попередніх поколінь. Навчання для міленіалів - це щось цікаве та самобутнє, тому традиційна освіта для них втрачає сенс



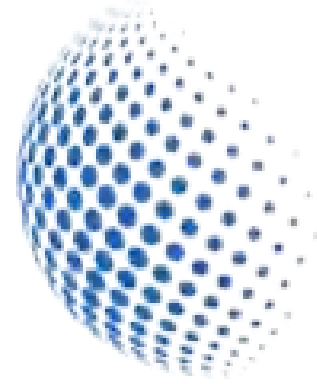
**Міленіали з легкістю використовують будь-які цифрові технології у професійному і повсякденному житті. Це перше покоління, яке намагається свідомо і максимально "диджиталізувати" своє життя: останні моделі телефонів і ПК, фітнес-трекери, бездротові навушники, смарт-годинники - це невід'ємна частина їхнього життя. Особливе значення для "ігриків" мають соціальні мережі. Віртуальна реальність - це те, що їм потрібно для повноцінного існування. Міленіали люблять створювати для себе у соціальних мережах віртуальні образи, які часто мають мало спільного з реальністю, але це їх не турбує**





До **Net Generation** належать люди, народжені у період з 2001 по 2011 роки. Їх також називають "Generation M" або "Homeland Generation". Net Generation - це діти інтернету та сучасних технологій, тому вони з ними на "ти". Вони люблять вчитися і швидко засвоюють нові знання.

Проте переважну більшість інформації вони отримують з Інтернет-ресурсів, тому їхні знання часто досить поверхневі



**Покоління Net Generation, на відміну від попередніх поколінь, не уявляє свого існування без цифрових технологій. Вони не знали світу без них, тому їм навіть складно уявити, що були часи без Інтернету, смартфонів, планшетів та інших гаджетів. Освоєння будь-яких цифрових програм, додатків і технологій відбувається природньо і легко**



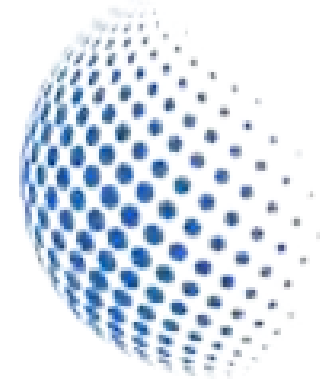


До "Альфа" Generation належать люди, народжені у період з 2012 до теперішнього часу. "Альфа" Generation зовсім юне, тому можемо роботи лише теоретичні припущення щодо того, якими будуть їх життєві пріоритети та кар'єрні цілі



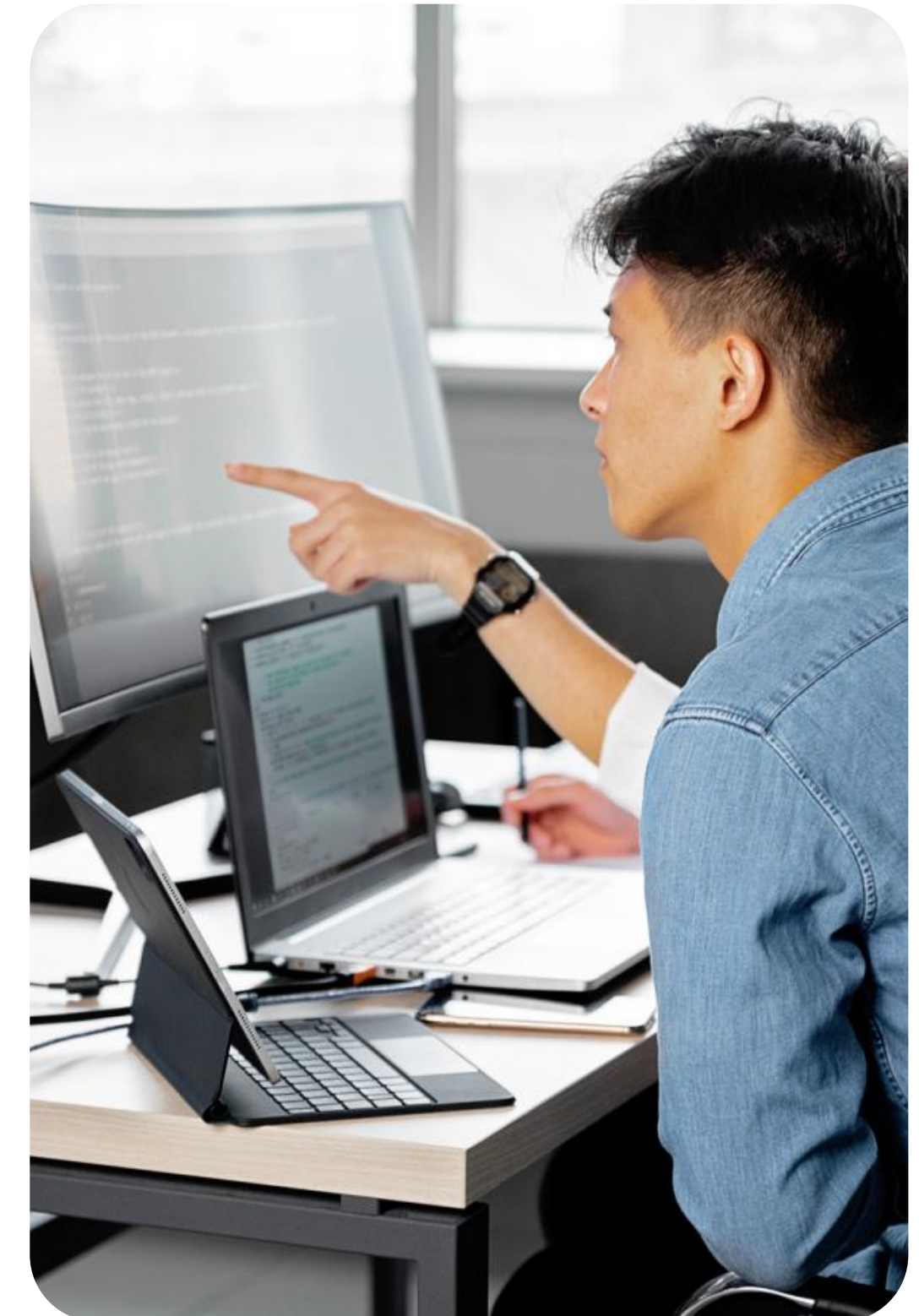


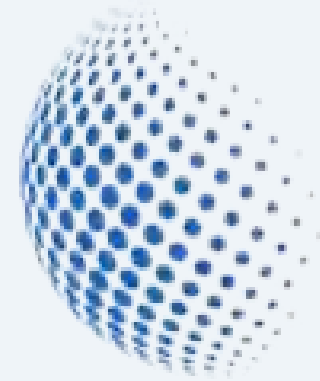
1. "Альфа" Generation, скоріше за все, часто і легко будуть змінювати напрями розвитку, професії і компанії, що обумовлено цифровізаційними процесами, які роблять діяльність людини мобільною і гнучкою.
2. "Альфа" Generation ставитиме технології вище за людську взаємодію. Це покоління повністю цифрове, тому спілкуватиметься переважно за допомогою технічних інструментів, а не телефонних дзвінків, зустрічей або навіть електронних листів.



3. "Альфа" Generation матимуть високі вимоги до технічного забезпечення і робочих процесів. Маючи від народження доступ до швидкого інтернету й можливості миттєво отримувати потрібну інформацію, це покоління не терпить застарілу техніку на робочому місці або погано оптимізовані процеси.

4. Представники цього покоління не працюватимуть у компанії, яка не відповідатиме їх цінностям. Вони зростають у період зміни цінностей і поглядів, формування нової філософії життя. Тому "Альфа" Generation вибиратиме для роботи компанії, орієнтуючись на їх корпоративну культуру, невід'ємною частиною якої має бути мультикультурність і рівноправ'я.





01

Сьогодні людський капітал набуває нових форм. Процеси глобалізації, зумовлені розвитком науково-технічного прогресу і революційними змінами в цифрових технологіях, природним чином трансформують людське суспільство

02

Знання, навички і компетенції працівника стають рушійною силою розвитку цифрової економіки. Відповідно до цього змінюються вимоги до КРІ працівників. Наразі людський капітал характеризується високим рівнем значимості цифрових навичок і умінь, а також особливим способом мислення



## СКЛАДОВІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Здоров'я

Досвід роботи

Особистість

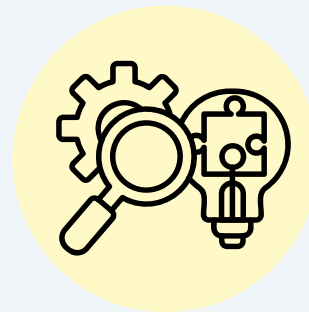
Hard skills,  
soft skills

Лояльність  
до компанії

Освіта і  
навчання

Емоційний  
інтелект





**саморозвиток в умовах  
невизначеності**

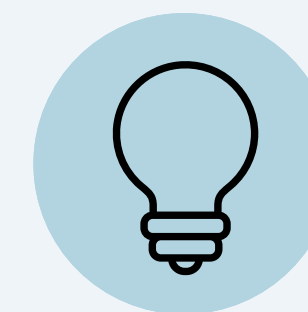


**управління  
інформацією і даними**

## **Ключові компетенції працівника для забезпечення високого рівня КРІ**



**комунікація і  
кооперація**



**креативне  
мислення**

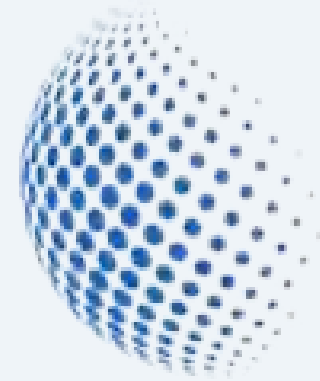


**постійне навчання  
(освіта протягом життя)**



**критичне мислення**





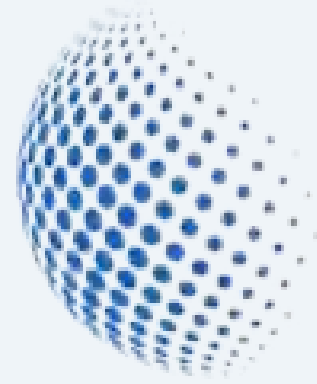
## HARD SKILLS, SOFT SKILLS

### *Hard skills VS Soft skills*



Для того, щоб працівник ефективно розвивався, а його **KPI** був високим, йому необхідно володіти різними навичками, ключові з яких - **hard skills, soft skills**

**SOFT SKILLS, HARD SKILLS**  
дослівно з англійської як “м’які” (або “гнучкі”) та “тверді” навички. Це сучасні поняття, що розділяють професійні і соціально-комунікативні **НАВИЧКИ**



**Soft skills** дозволяють бути успішним незалежно від специфіки діяльності та напряму, в якому працює людина. В психології їх відносять до соціальних навичок: вміння переконувати, знаходити підхід до людей, бути лідером, міжособистісне спілкування, ведення переговорних процесів, робота в команді, особистісний розвиток, управління часом, ерудованість, креативність тощо





**Hard skills** – технічні навички, пов’язані з діяльністю, яка виконують, в області формалізованих технологій: діловодство, логістика, метод сліпого друку, керування автомобілем, програмування тощо. За наявності практичних занять людина, яка опановує навичку категорії **Hard skills**, здатна довести здобуте вміння до автоматизму й надалі застосовувати його в повсякденній практиці, дотримуючись “шаблону”



## HARD SKILLS



## SOFT SKILLS



**Отже, розвиток Hard skills** допомагає освоїти професію, а **розвиток Soft skills** – стати гнучким, добре соціалізованим і дипломатичним фахівцем, що створює всі умови для управління великою кількістю людей і проектами