

# Компании будущего

**На рынке труда сейчас сложилась парадоксальная ситуация. С одной стороны, все сетуют на рост безработицы и невозможность найти работу, а с другой — специалисты, занимающиеся подбором персонала, в один голос заявляют о тотальном дефиците кадров. Чем же вызвано такое несоответствие?**

## ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

Кризис трудовых отношений во многом обусловлен сменой поколений, ведь у молодых людей существенно поменялись представления о жизненных ценностях. Многие HR-сотрудники проверили на практике теорию поколений, согласно которой люди определенной возрастной группы склонны разделять набор убеждений и моделей поведения. Поколение бэби-бумеров уже достигло пенсионного возраста, поэтому самая продуктивная часть рынка труда представлена поколениями X и Y. Формирование поколения X пришлось на бурное перестроечное время — это люди, родившиеся с 1963 по 1983 г. Их отличают умение рассчитывать только на себя, альтернативное мышление, глобальная информированность, техническая грамотность и прагматизм. В своем большинстве люди этой возрастной категории являются одиночками, которые нацелены на упорный труд и достижение индивидуального успеха. Основными мотивациями для поколения X служат карьерное поступательное развитие, уверенность в будущем, потребность в интеграции в корпоративную культуру, возможность постоянно находиться в процессе обучения и личностного роста. Такие люди предпочитают стабильный доход и не склонны к постоянной смене работы, что не всегда соответствует потребностям современного рынка труда.

## ЧЕГО ХОТЯТ МОЛОДЫЕ СОТРУДНИКИ?

Представители поколения Y, или миллениалы, родились с 1983 по 2003 г. и выросли в эпоху стремительного развития цифровых технологий, поэтому их нередко называют сетевым поколением. Они легко адаптируются, ориентированы на быстрый результат и не готовы долго ждать вознаграждения, но при этом деньги для них не самоцель, а лишь средство для увлекательного времяпровождения. Они предпочитают спорт и здоровый образ жизни. Их отличают скептицизм и нежелание подчиняться правилам, если они не находят им рационального объяснения. Они

легко готовы поменять место работы, поскольку не боятся перемен и всегда находятся в поиске лучших возможностей. Тем более что на рынке труда спрос на толковых представителей поколения Y значительно превышает предложение. Рекрутеры подсчитали, что средний рабочий стаж миллениала на одном месте составляет 3–4 мес. Чтобы привлечь и удержать их в компании, работодатели предлагают свободный график и бонусные системы. Поколение Y предпочитает те организации, в которых количество запретов и ограничений сведено к минимуму, а рабочая атмосфера напоминает компьютерную игру с высокотехнологичным оборудованием. Не за горами тот день, когда рабочие места начнут пополняться представителями поколения Z, то есть теми, кто родился после 2003 г. Для них самым главным приоритетом будет свобода, они не будут «привязаны» к стационарным материальным ценностям. Свободное передвижение по миру, возможность самостоятельно управлять собственной жизнью и работа в удовольствие — вот что должны обеспечить им будущие работодатели.

## ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

В свою очередь организации тоже подвержены эволюционному процессу. При этом многие из них даже не пытаются адаптировать свою структуру к современным условиям, сохраняя архаичные черты. Реактивная, или инфракрасная, стадия характерна для первобытного общества собирателей, когда люди жили небольшими группами в несколько десятков человек и все обязанности распределялись соответственно возможностям, поэтому внутри группы не было жесткой иерархии. Пурпурная стадия характеризуется переходом от семейных групп к большим племенам, которым потребовались вожди и шаманы для посредничества с магическими силами природы. На импульсивной красной стадии люди воюют друг с другом, руководствуясь принципом «побеждает сильнейший». Самые агрессивные становятся предводителями, а проигравшие попадают в рабство и вынуждены выполнять об-

язанности, которые не хотят выполнять члены племени-победителя. Красные организации строятся вокруг лидера и в классическом виде представлены: в тюрьмах — вором в законе, на войне — командиром, в мафиозных структурах — главарем банды. Конформистская, или янтарная, стадия сформировалась с появлением государства и развитием цивилизации. Янтарное мировоззрение статично, ведь есть неизменные законы, согласно которым все решения делятся на правильные и неправильные. Сотрудники янтарной организации строго следуют приказам и не задают лишних вопросов. Несмотря на консервативность янтарных компаний, именно в них зародилось планирование и возникли стабильные организационные тенденции. Типичные янтарные организации — католическая церковь и армия, которые отличает строгая субординация, подчеркнутая характерной униформой.

### «РАЗНОЦВЕТНЫЕ» КОМПАНИИ

Оранжевая стадия развития бизнеса отличается доминированием конкурентных отношений и главная цель такой компании — получение прибыли любой ценой. В структуре этой организации прослеживается четкая иерархия, поэтому планирование и реализация задач разделены. Решения обдумывает и принимает руководитель, затем задания передаются вниз по нисходящей линейной структуре до исполнителя низшего звена. Однако приветствуется новаторство, поощряется личная ответственность и существует возможность подъема по карьерной лестнице. Но при этом необходимо победить в конкурентной борьбе, как внутренней (между сотрудниками), так и внешней. Плюралистическая, или зеленая, стадия зародилась для борьбы с неравенством. В зеленых организациях внимательно относятся к чувствам и уважают разные точки зрения. Люди стремятся к справедливости, равенству, гармонии, добрососедству и консенсусу. Для зеленых организаций личные отношения внутри группы ценнее результата, а польза для планеты и человечества важнее личной выгоды. Зеленые организации претендовали на место компании будущего, но оказалось, что в чистом виде они не слишком жизнеспособны.

### БИРЮЗОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Бирюзовые организации позаимствовали лучшее от оранжевых и зеленых компаний, но при этом они отличаются целостностью и наличием хорошо осознаваемой всеми участниками цели. Деятельность бирюзовых компаний характеризуется высоким уровнем личной ответственности и эмоциональной вовлеченности сотрудников в работу организации. При этом активно используется самоуправление без многоуровневой иерархии, практикуются доверие к сотрудникам и отказ от сложных систем контроля. В бирюзовой компании нет статусных кабинетов для руководства, долгих совещаний и отчетов для начальников. Руководитель организации сохраняет только одну обязанность традиционного начальника — представлять компанию во внешнем мире. В бирюзовых компаниях стратегия возникает естественным путем, а не насаждается начальством. Здесь нет названий должностей и, соответственно, должностных инструкций, а обязанности перераспределяются внутри группы в рабочем порядке. Вместо планирования и бюджетирования бирюзовые команды практикуют внутреннее консультирование, в котором принимает участие вся команда. Даже вопрос о размере заработной платы сотрудников решается внутри группы, а прибыль распределяется между работниками в зависимости от их обязанностей. Собеседование при приеме на работу проводят будущие коллеги и они же помогают новичку адаптироваться в коллективе. Бирюзовые организации стремятся своей деятельностью сделать мир лучше и при этом умудряются приносить неплохой доход. Ведь в дружном коллективе, без жесткой иерархии и с общей целью работать приятнее и эффективнее.

# Целіста®

## — І ГОРЛО ЧИСТЕ!\*

• Антимікробна та протигрибкова дія!

• Зниження антибіотикорезистентності!

• Імуностимулююча дія²

• Без цукру!  
• Без спирту!  
• Без консервантів!



**Склад:** 1 мл розчину містить мірамістину 0,1 мг; допоміжні речовини: вода очищена.  
**Лікарська форма.** Спрей та розчин для ротової порожнини.

**Фармакотерапевтична група.** Антисептичні та дезінфікуючі засоби. Код АТХ D08A J.

**Показання.** Комплексне лікування гострого і хронічного тонзиліту; фарингіту; комплексне лікування кандидозу слизової оболонки ротової порожнини; стоматиту, гінгівіту; профілактика мікробних ускладнень після оперативних втручань на слизовій оболонці порожнини рота.

**Протипоказання.** Індивідуальна чутливість до мірамістину.

**Побічні реакції.** З боку імунної системи: реакції гіперчутливості. В окремих випадках можливе короткочасне відчуття печіння, що зникає самостійно через 15-20 секунд після застосування лікарського засобу і не потребує його відміни.

**Діти.** Спрей дозволений дітям віком від 3 років. Розчин — не слід застосовувати у педіатричній практиці.

**Умови зберігання.** Зберігати в оригінальній упаковці при температурі не вище 25 °С. Не заморожувати. Зберігати в недоступному для дітей місці.

**Упаковка.** Спрей — 50 мл у флаконі з насадкою-розпилювачем у пацці. Розчин — 100 мл у флаконі з мірним стаканчиком.

**Категорія відпуску.** Без рецепта. РП МОЗ України Целіста розчин — UA/16403/01/01 від 08.11.2017 р., Целіста спрей — UA/16494/01/01 від 13.12.2017 р.

#### Джерела інформації:

1. Інструкції для медичного застосування лікарських засобів.
2. Аванесов А.М., Калантаров Г.К., ГОУ ВПО "Університет дружби народів", Москва, УДК 616-002.2

\*Даний вираз є рекламним слоганом і не свідчить про гарантований ефект від застосування даного лікарського засобу.

\*\*За результатами конкурсу споживчих вподобань "Вибір року" в Україні 2016, 2017, 2018.  
[www.choice-of-the-year.com.ua](http://www.choice-of-the-year.com.ua)

ФАРМАЦЕВТИЧНА ФІРМА  
**Дарниця**



ВІТЧИЗНЯНА ФАРМАЦЕВТИЧНА  
КОМПАНІЯ РОКУ\*\*

**Інформація призначена виключно для розміщення у спеціалізованих виданнях, призначених для медичних установ та лікарів, а також для розповсюдження виключно на семінарах, конференціях, симпозиумах з медичної тематики.**





Сегодня в мире на сцену выходят новые мощные силы — экспоненциальные технологии, движение инноваторов «Сделай сам», краудсорсинг, краудфандинг, которые дают возможность делать то, что раньше было доступно только крупнейшим корпорациям и правительствам

технология или отрасль становится зависимой от информации и приводится в движение информационными потоками, соотношение стоимости и производительности в ней начинает удваиваться примерно каждый год. В настоящее время существует несколько ключевых областей, которые зависят от информационных технологий и следуют экспоненциальной траектории. Эти области включают в себя искусственный интеллект, робототехнику,

### ЗНАЧИМАЯ ЦЕЛЬ

Цементирующим элементом успешных компаний является наличие большой трансформирующей цели. Например, целью Google является «Организовать всю имеющуюся в мире информацию». Кроме того, нужно найти или создать сообщество, соответствующее этой цели. Для этого необходимо организовать платформу для возможности привлечения внешних интеллектуальных и материальных ресурсов. Наиболее эффективным средством зарекомендовал себя метод краудсорсинга (crowd sourcing: crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов»). Он позволяет привлечь к производственной деятельности широкий круг лиц, используя их творческие способности, знания и опыт для субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий. Не следует путать его с аутсорсингом, где работа отсылается за пределы компании профессиональным исполнителям за определенное вознаграждение. В краудсорсинге оплата работы не предусмотрена или предполагается премиальное вознаграждение за лучшую идею. Это направление создано в расчете на потребность людей делиться своими идеями для того, чтобы увидеть их воплощенными в реальность. Компании полагаются на пользователей не только в вопросе формулировки потребностей, но и в определении конечных продуктов и усовершенствований, которые бы удовлетворили эти потребности. Один из отличительных признаков краудсорсинга — разбивка работы на мелкие части (модули). Всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые специалисты-любители, тратящие свое свободное время на создание контента, решение проблем или даже на проведение исследований и разработку. Такой подход обеспечивает доступ к талантливым кадрам по всему миру. Наиболее наглядный пример краудсорсингового проекта — Википедия, создаваемая преимущественно силами волонтеров.

### ФЕНОМЕН БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ

Сегодня в мире на сцену выходят новые мощные силы — экспоненциальные технологии, движение инноваторов «Сделай сам», краудсорсинг, краудфандинг, которые дают возможность делать то, что раньше было доступно только крупнейшим корпорациям и правительствам. Информатизированная среда современного мира создает принципиально новые возможности. Стали появляться проекты, капитализация которых за считанные месяцы достигала десятков миллионов долларов. Эти компании, которые называют экспоненциальными, изменили парадигму бизнеса и финансовую архитектуру мира. Экспоненциальные организации опираются на быстро развивающиеся информационные технологии, которые переводят то, что некогда существовало в физической материальной форме, в цифровую структуру. Как только любая деятельность,

биотехнологии и биоинформатику, медицину, нейронауку, анализ данных, 3D-печать, нанотехнологии и даже некоторые направления в энергетике. Новые экспоненциальные компании станут лидерами мировой экономики уже в обозримом будущем. Даже традиционные отрасли созрели для технологического прорыва.

### УЯЗВИМОСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Крупные компании с огромными производственными мощностями и десятками тысяч сотрудников, разбросанными по всему миру, не способны работать с тем динамизмом и гибкостью, которых требует новый, стремительно меняющийся мир. Фармацевтическая индустрия еще в 2012 г. исчерпала большую часть потенциала легкодоступных «блокбастеров», то есть лекарственных препаратов, приносящих своим владельцам более 1 млрд долларов годового дохода. Но вместо того чтобы начать разделение на более мелкие и гибкие единицы, крупные фармацевтические компании решили пойти по пути консолидации и слияния. Однако увеличение размеров приведет к дальнейшему снижению гибкости фармацевтических компаний и сделает их уязвимыми перед изменениями. О масштабах надвигающихся перемен можно судить по случаю с подростком Джеком Андрака, который в одиночку разработал инновационную методику ранней диагностики рака поджелудочной железы стоимостью всего 3 цента. После смерти одного из близких друзей семьи 14-летний школьник заинтересовался методами диагностики рака. Ознакомившись с научными публикациями на эту тему, он поставил своей целью создать точный и недорогой прибор, с помощью которого можно было бы выявить рак поджелудочной железы на ранних стадиях. Обратившись к двум сотням ученых с просьбой о предоставлении лабораторного помещения для проведения экспериментов, Андрака получил единственный положительный ответ из университета Джона Хопкинса. Юный исследователь работал в лаборатории в течение 7 мес, приходя туда после школьных занятий и в выходные дни. Результатом стало создание похожего на глюкометр экспериментального прибора, который с помощью углеродных нанотрубок обнаруживает в крови белок мезотелин — основной маркер для выявления онкологических заболеваний, вырабатываемый злокачественными клетками. Тест оказался в 26 000 раз дешевле, в 126 раз быстрее и в 400 раз чувствительнее, чем все прежние методы диагностики. Гипотетически данная методика может быть доработана для диагностики других видов рака. Такие самоучки-экспериментаторы начинают появляться по всему миру и их разработки уже принимают во внимание наиболее проницательные фармацевтические компании, которые не боятся перемен и стремятся к совершенствованию.

Татьяна Кривомаз, д-р техн. наук, канд. биол. наук, профессор