

5 أجيال تشكل العالم إلى أي جيل تنتمي؟



TREND

أغسطس
2020



قبل 614 عام توفي عبدالرحمن بن خلدون أشهر عالم اجتماع عربي الذي كتب في مقدمته عن مفهوم الجيل سواء من زاوية معرفية أو اجتماعية أو سياسية أو قيمية، أن تعاقب الأجيال يعكس في المحصلة حالات مختلفة يمرّ بها المجتمع.

والجيل هو مرحلة التعاقب الطبيعية من أب إلى ابن، ويعرّف تقليدياً على أنه متوسط الفترة الزمنية بين ولادة الآباء وولادة أبنائهم، ومدة الجيل من **23-30 سنة** وهو ما يمثل حقبة زمنية مرّت بأحداث عالمية مهمة.

ومع تعاقب الأجيال التي تعيشها المملكة العربية السعودية سوف نشهد دخول جيل جديد إلى سوق العمل خلال السنوات القادمة.. جيل يتمتع بديناميكية عالية وتوافق عال وسريع مع المتغيرات التي أصابت العمل وخاصة في مسألة العمل عن بعد.

ما ميز هذا الجيل الذي سوف يُمسك بزمام الأمور خلال الفترة القادمة أنه جيل نشأ بشكل مختلف عن سابقه فمثلاً حضر الإنترنت من الولادة.. وتعرف على الجوال الذكي وتقنياته المتطورة.. ولم يعرف شريط الكاسيت أو الفيديو وحتى البث الأرضي والأقراص المرنة لتخزين البيانات.

ضمن ذلك قرر فريق العمل تقديم تصور معاكس لما يدور في الغالب وهو أن يدرس الجيل الصاعد الذي يشكل نحو 60% من المجتمع السعودي، مع التركيز على الأنماط التي تمثلها.

5 أجيال تشكل العالم

جيل Traditional or Silent generation

ولدوا خلال الفترة من **1926-1944** وصفوا بالجيل الصامت لعدم التعبير بصراحة عن آرائهم في الأحداث

جيل Baby Boomers

ولدوا خلال الفترة من **1945-1965** تزامنت ولادتهم مع بداية الحرب العالمية الثانية

جيل X

ولدوا خلال الفترة من **1966-1980** لم يشهد عصرهم حدث يتم تسميتهم به

جيل Y

ولدوا خلال الفترة من **1981-1995** أحفاد جيل الحرب العالمية الثانية

جيل Z

ولدوا خلال الفترة من **1996-2015** الحياة الاجتماعية والتعامل مع التكنولوجيا

الأجيال التي تشكل سكان السعودية

7.8%

جيل
Baby Boomers

1.1%

جيل
Traditional or Silent
generation

30.7%

جيل Z

30%

جيل Y

21.8%

جيل X

ملحوظة: تمت الإشارة لكل جيل باللون المحدد له في الخانة أعلاه على مدار التقرير

نظرة الجيل القديم للأبناء

■ السطحية وارتداء ملابس غريبة أو الاستماع للموسيقى وأغان غير أصيلة

■ متمرد ومتهور وغير قادر على تحمل المسؤولية

■ 1.9 ساعة يومياً لاستخدام الهواتف الذكية لأغراض العمل

نظرة الجيل الجديد للأباء

■ أكثر شدة في مراحل التغيير السريع وتبديل السلوك والقيم

■ يتمسكون بثقافة "متخلفة" وعدم التعايش مع متغيرات العصر

■ 2.7 ساعة يومياً لاستخدام الهواتف الذكية لأغراض العمل

42%

من الجيل Y يستخدم الهاتف الذكي بدلاً من الجوس مع المقربين

51%

من الجيل Y و Z يرون الصعوبة التخلي عن الهاتف الذكي

72%

من الجيل Z يستخدم الهاتف الذكي عندما يشعر بالوحدة

74%

من الجيل Y قادرين على عملية الشراء عبر الإنترنت

44%

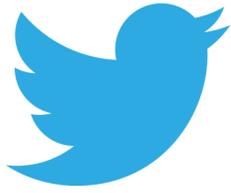
من الجيل Z يفضلون وظائف العمل المرن

68%

من جيل ما بعد الحرب العالمية يطلبون من الآخرين غلق هواتفهم الذكية

يفضل الجيل Y المنصات التالية

يفضل الجيل Z المنصات التالية

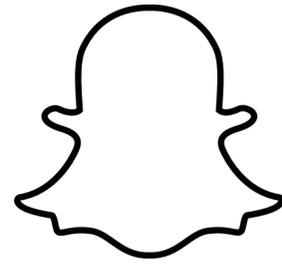


facebook

Instagram

LinkedIn

TikTok



YouTube

Instagram

68

من الجيل Y يشاهد فيديو يومياً من مختلف المنصات

71%

من الجيل Y المتسوقين عالمياً

المحتويات



5 أجيال تُشكل العالم

7

سمات الأجيال

15

هل لكل جيل نمط تفكير مختلف

22

الأجيال واستخدام الهواتف

30

الفرق بين جيل X و Y

43

الجيل Z واستخدام الهاتف الذكي

54

الجيل Z واستخدام منصات التواصل الاجتماعي عالمياً

56

5 أجيال تُشكل العالم

ما هو الجيل

مرحلة التعاقب الطبيعية من أب إلى ابن، يعرّف بأنه متوسط الفترة الزمنية بين ولادة الآباء وولادة أبنائهم

الجيل 33 سنة

■ الأطر العامة لكل جيل

■ آلية التفكير وتوقعات وتفضيلات كل جيل

■ المعايير العامة التي تحكم اختيارات الجيل في مختلف المجالات

■ التوجه العام لكل جيل على المدى القريب والبعيد

تساعد دراسة الأجيال على معرفة

7,794,798,739

عدد السكان عالمياً



3,864,824,776

إناث



3,929,973,953

ذكور

34,218,169

عدد السكان سعودياً



14,479,113

إناث



19,739,056

ذكور

أجيال رئيسية تشكل المجتمعات

5

01 جيل Traditional or Silent generation

■ وُلدوا خلال الفترة 1926-1944م

■ وصفوا بالجيل الصامت لعدم التعبير بصراحة عن آرائهم في الأحداث

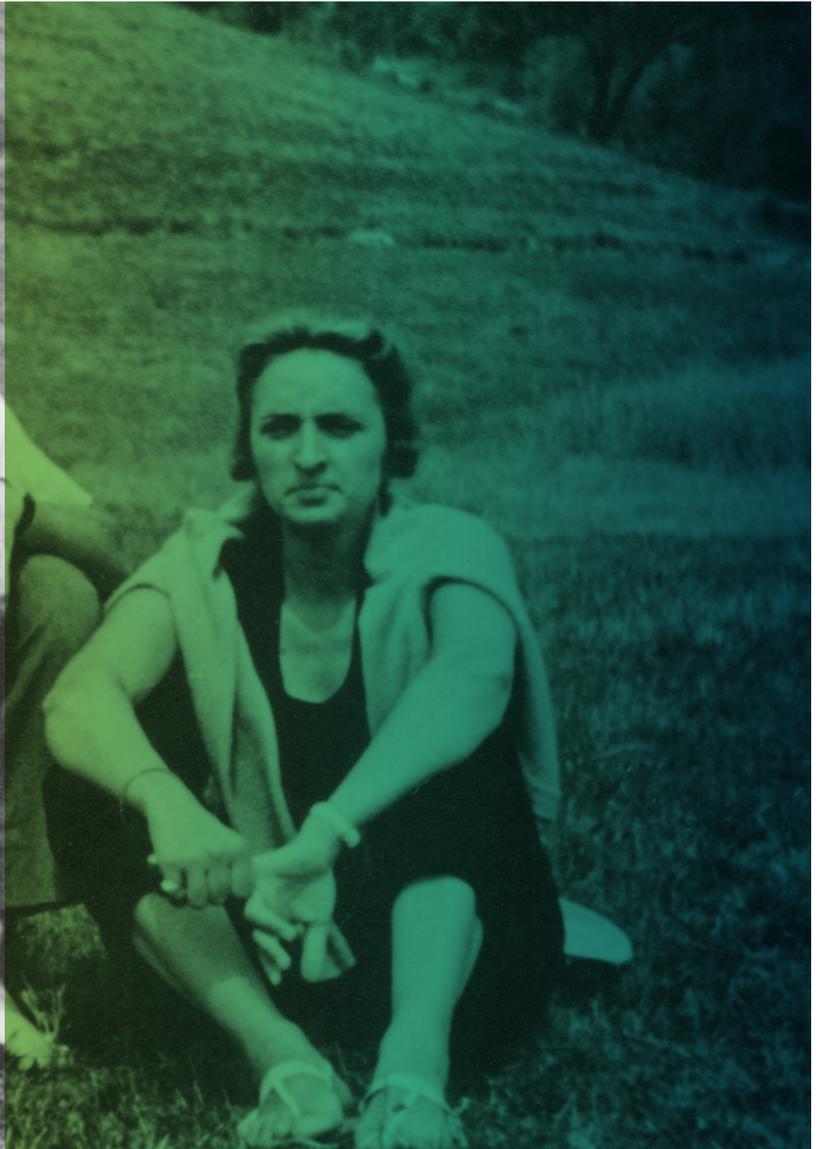
■ عدد السكان سعودياً

377,323 نسمة



■ عدد السكان عالمياً

264,578,000 نسمة



02 جيل Baby Boomers

■ وُلدوا خلال الفترة 1945-1965م

■ تزامنت ولادتهم مع بداية الحرب العالمية الثانية

■ عدد السكان سعودياً

2,684,186 نسمة



■ عدد السكان عالمياً

1,168,311,769 نسمة



03 جيل X

■ وُلدوا خلال الفترة 1966-1980م

■ لم يشهد عصرهم حدث يتم تسميتهم به

■ عدد السكان سعودياً

7,491,705 نسمة



■ عدد السكان عالمياً

1,418,927,696 نسمة



04 جيل Y

■ وُلدوا خلال الفترة 1981-1995م

■ من تسمياته

□ الجيل ME

□ الجيل WE

□ جيل الألفية

□ أحفاد جيل الحرب العالمية الثانية

■ ينقسم الجيل إلى □ Gen Y.1 □ Gen Y.2

بسبب الاختلاف على المستوى الثقافي والاقتصادي

■ عدد السكان سعودياً

10,287,317 نسمة



■ عدد السكان عالمياً

1,745,041,676 نسمة



05 جيل Z

■ وُلدوا خلال الفترة 1996-2015م

■ من صفاتهم

□ الحياة الاجتماعية

□ الحياة الصحية

□ التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم

□ النمط الاستهلاكي

□ الادخار والاستثمار

□ التعامل مع التكنولوجيا

■ عدد السكان سعودياً

10,533,137 نسمة



■ عدد السكان عالمياً

2,515,290,494 نسمة



سمات الأجيال

■ يمثل الاسم علامة
مميّزة

■ يتضمن ما مرّ به الجيل
من أحداث

■ تتباين سمات كل جيل
لاختلاف

□ الظروف الاقتصادية
والسياسية

□ الموقع الجغرافي

■ تُستخدم السمات
لأغراض تسويقية



سمات Traditional or Silent generation

- ظهر بالمملكة المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية ودول حلفاء الحرب العالمية الثانية
- ضم شخصيات قوية لمشاركتهم بالحرب
- شهدوا التحول السريع للطبقة الوسطى اقتصاديًا
- الانتماء للمنظمات الناجحة
- تقدير السلطة الحاكمة
- الحفاظ على تقاليد العائلة



سمات جيل Baby Boomers

- المطالبة بالحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية
- الدعوة إلى السلام العالمي
- المعاداة لجميع أشكال السلطة
- تباين الفرص التعليمية عالمياً



سمات جيل X

- المطالبة بالحقوق السياسية والاقتصادية
- المعاناة من الركود الاقتصادي
- هدم جدار برلين وتفكك الاتحاد السوفيتي
- عدم الاعتماد على مؤسسات الضمان الاجتماعي
- توسع صناعات الاتصالات السلكية واللاسلكية
- توسع برامج علوم الفضاء
- نشأة قطاع البرمجيات وتكنولوجيا المعلومات
- انتشار ثقافة البوب الأمريكية والسينما
- انتشار العلامات التجارية



سمات جيل Y

- وعي جماعي بفضل التكنولوجيا
- التواصل بينهم قوي
- تحقيق النجاح المالي بسرعة
- التحفظ الديني
- الحداثة
- الثقة بالقائمين على السلطة
- مؤثرين في صنع القرار



سمات جيل Z

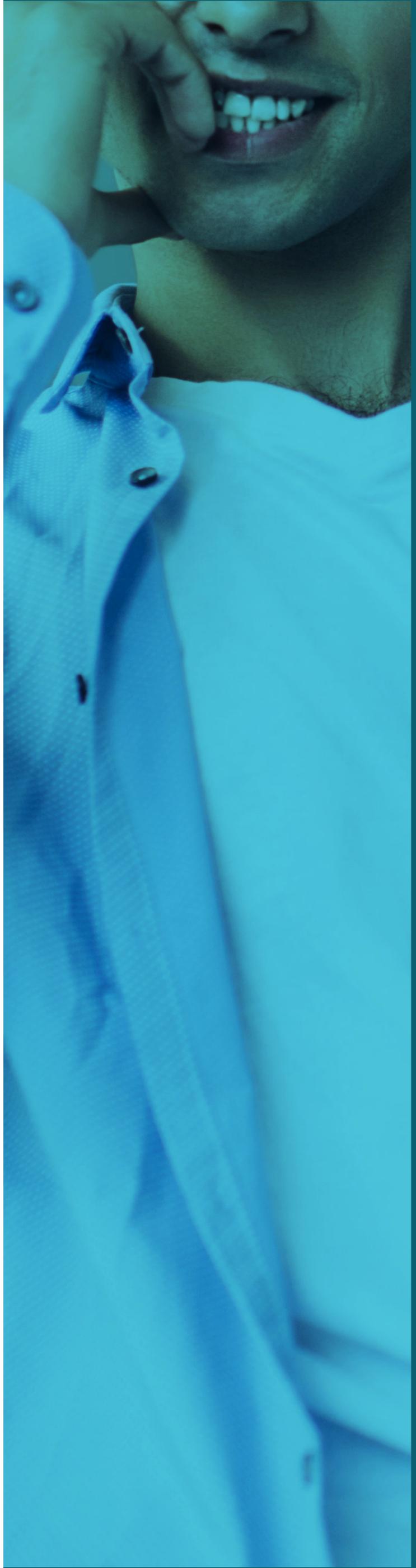
- يخشون من الإرهاب والحرب وخاصة بعد أحداث 11 سبتمبر
- العيش والعمل في جميع أنحاء العالم
- فهم عال للفرق بين المنشورات العامة والخاصة على الإنترنت
- أكثر تقبلاً للأخرين
- يتمتعون بالوعي الصحي
- لديهم أعمالهم الخاصة
- شديداً القلق بشأن مستقبلهم
- نشأوا بدون أمان مالي
- يطمحون لتأسيس العلامات التجارية الخاصة
- يفضلون الحياة باستقلالية
- يتأثرون بالمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
- لا يتخلون عن هواتفهم المحمولة





هل لكل جيل نمط تفكير مختلف

من خلال البحث توصل
الفريق العلمي أن حدّة
الصراع تختلف بين الأجيال
باختلاف المجتمع وباختلاف
المراحل التي يمر بها
فالجيل الجديد أكثر شدة في
مراحل التغيير السريع وتبدل
أنماط القيم والسلوك،
وفيما يلي الاختلافات
العامة بين الأجيال





القيم والفكر والسلوك

الحديث

■ يتهم جيل الأبناء الآباء بتمسكه بثقافة "متخلفة" وعدم قدرته على التعايش مع المتغيرات الحديثة

■ يتماشي مع الحياة المعاصرة

■ يتشكلون وفق متغيرات العصر

القديم

■ يتهم جيل الآباء الأبناء بالسطحية في ممارسة عادات اجتماعية مثل ارتداء ملابس غريبة والاستماع لموسيقى وأغانٍ غير أصيلة

■ مهتمون بكل ما هو تقليدي وموروث

■ متجانس في الثقافة والعادات والتقاليد والاتجاهات

الفجوة العمرية

القديم

لكل عصر تفكيره الخاص وقناعاته وأسلوبه

الحديث

بقدر ما يتعد جيل الأبناء -زمنياً- عن جيل الآباء
تتسع الفجوات الأخرى

الفجوة الفكرية

القديم

■ لكل عصر تفكيره
وقناعاته

الحديث

■ يرى أن عصره أكثر
حساسية من غيره



القديم

■ تغير الحياة بشكل دائم، وتبدلها، ودخول معطيات جديدة وخروج أخرى

■ تُقدِّس التراث وحضارة الآباء والأجداد، وتسعى للمحافظة عليها في كل المواقف

الحديث

■ يظهر بشكل واضح اختلاف العادات والتقاليد بين جيل الآباء والأبناء

■ غير مهتم في تراث وحضارة الآباء والأجداد



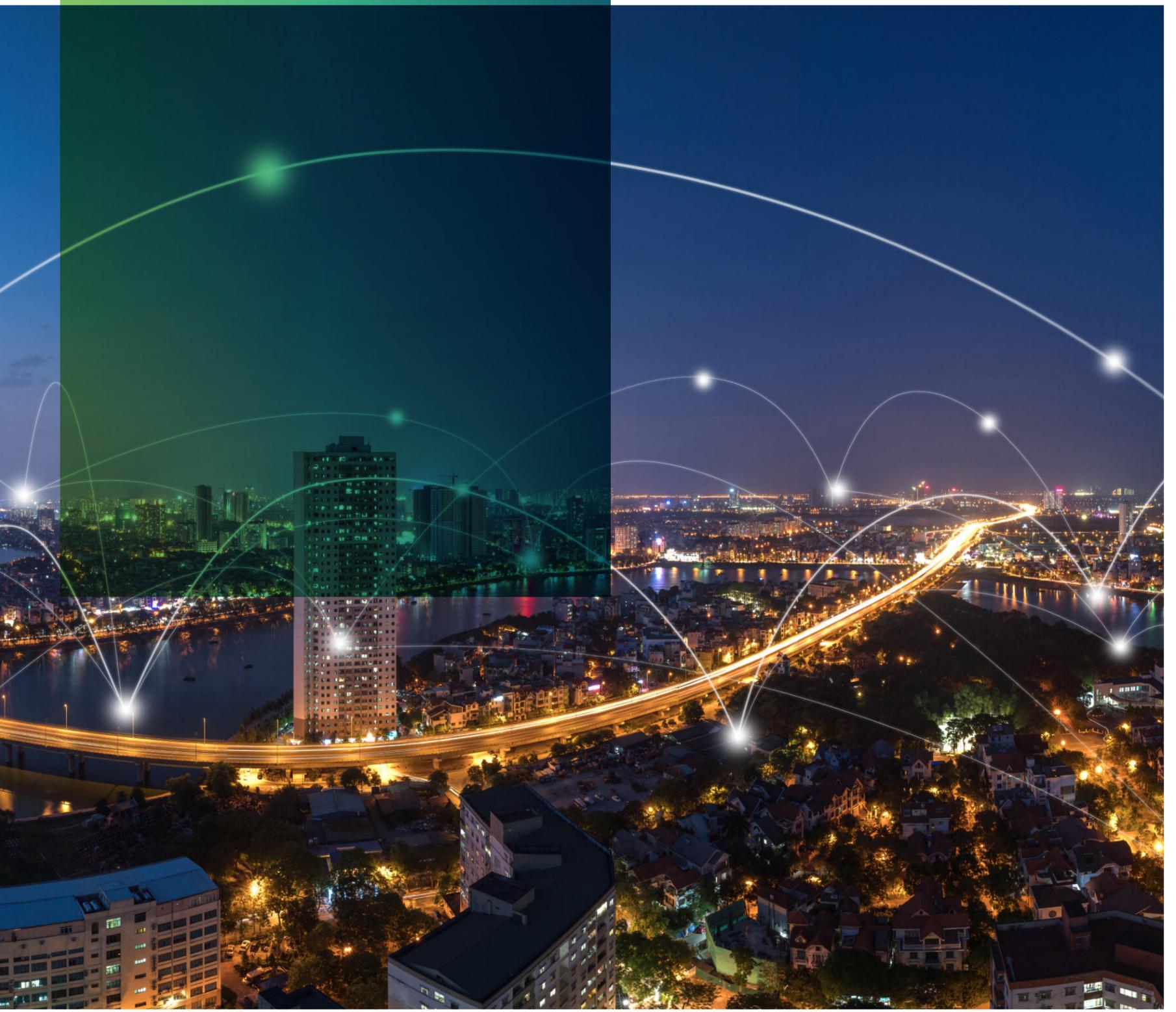


القديم

- أكثر قدرة وأكثر معرفة ومسؤولية
- الجيل الجديد متمرد ومتهور وغير قادر على تحمل المسؤولية

الحديث

- المسؤولية صفة فردية، ولا يمكن أن نطلقها على كل الجيل
- غير قادر على مجارة جيلهم حتى في التفكير
- غير قادر على التكيف مع الأفكار الجديدة



التكنولوجيا

الحديث

■ الأكثر استخداماً
للتكنولوجيا والأكثر
معرفة بها

■ يتواصلون فيما بينهم
بشكل جيد جداً عن طريق
الوسائل التقنية

القديم

■ التطور التكنولوجي
ليس سمة وميزة
عندهم

■ يتعاملون مع
التكنولوجيا بالحد الذي
يخدمهم



القديم

■ بعض الأبناء يتسمون بأنانية كبيرة في حياتهم لا يهتمون بمشاكل الأسرة

■ كان الزواج غالباً في سن مبكرة

■ بين الأب وابنه 15-20 عاماً كحد أقصى

الحديث

■ كل اهتمامهم منحصر بأنفسهم وليس لديهم روح المشاركة وحب الحياة الأسرية

■ لا يمكن تناسي اختلاف الظروف واختلاف الأجيال

■ بات الزواج في سن أكبر، بسبب اتساع المدن وتنوع المصالح وتباعد المنازل

■ على الشباب أن يؤمن منزلاً وعملاً، ما ساعد في تأخر سن الزواج



الأجيال وإستخدام الهواتف

تناولت دراسة "تأثير استخدام الهواتف الذكية على العلاقات الإنسانية وعلاقة الأفراد بغيرهم"، قامت بها شركة Motorola بالشراكة مع "د. نانسي إتكوف" خبيرة بالسلوك الذهني وعلوم السعادة بجامعة هارفرد، وطبيبة نفسية في مستشفى ماساشوستس العام، تبين من خلال الدراسة ما يلي



استخدام الهواتف الذكية لأغراض شخصية



استخدام الهواتف الذكية لأغراض العمل أو الدراسة



استخدام الحاسوب أو الحاسوب المحمول "يوميًا"

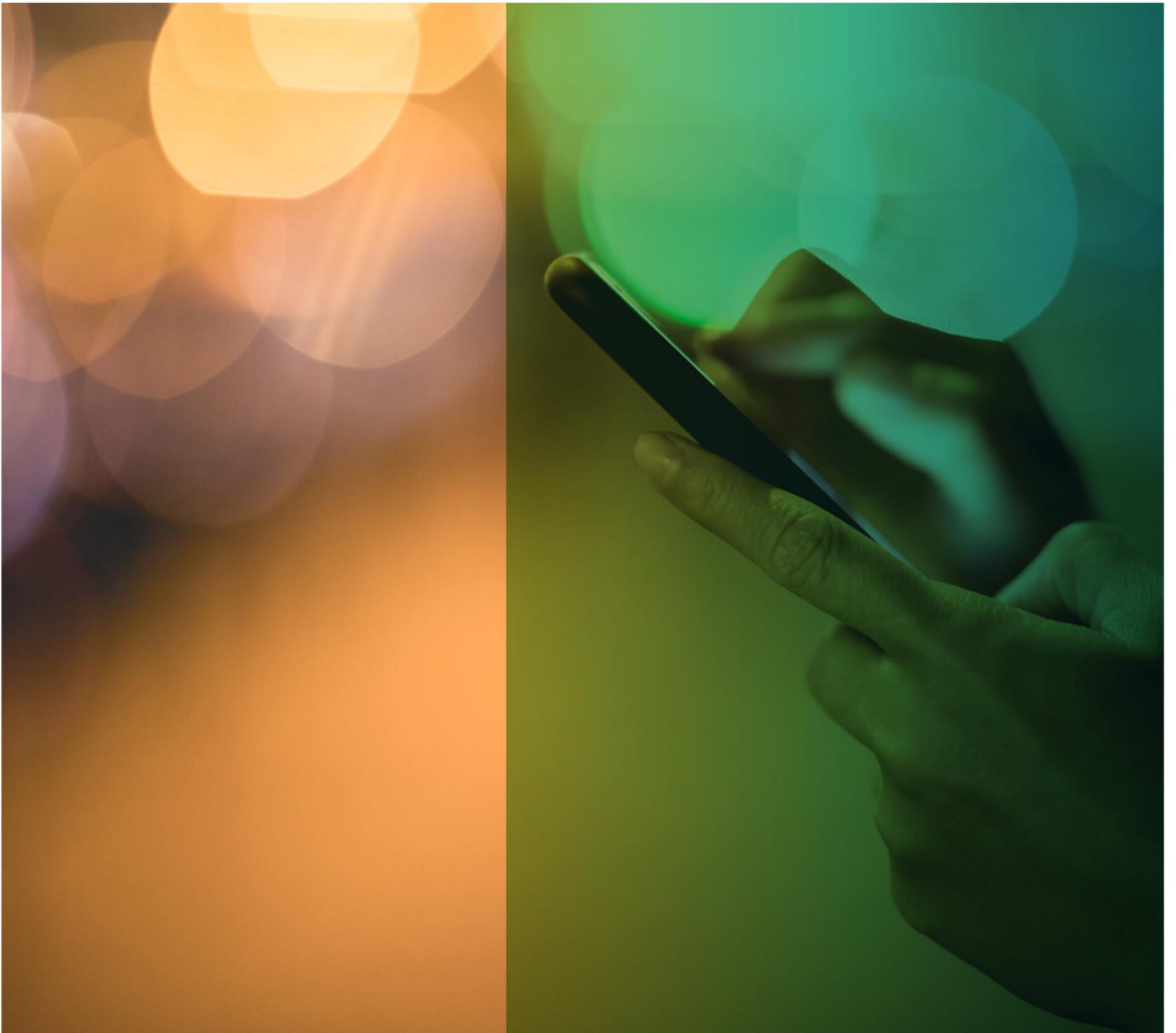
ساعة 4.1 الجيل X	ساعة 4.4 الجيل Y	ساعة 3.8 الجيل Z	ساعة 3.9 جيل ما بعد الحرب العالمية
----------------------------	----------------------------	----------------------------	---

قراءة المجلات والكتب والصحف الورقية

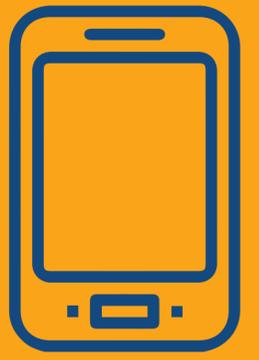
ساعة 1.1 الجيل X	ساعة 1.7 الجيل Y	ساعة 1.6 الجيل Z	ساعة 1.1 جيل ما بعد الحرب العالمية
----------------------------	----------------------------	----------------------------	---

مشاهدة التلفاز

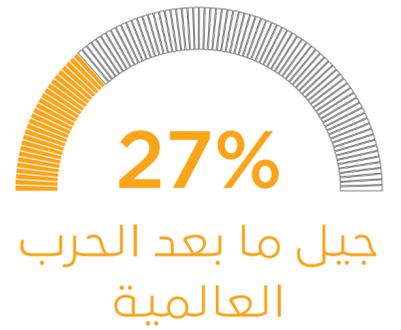
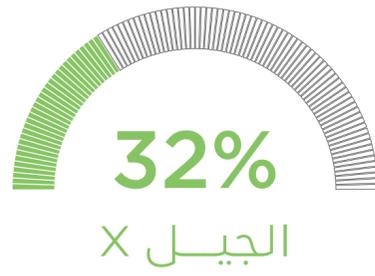
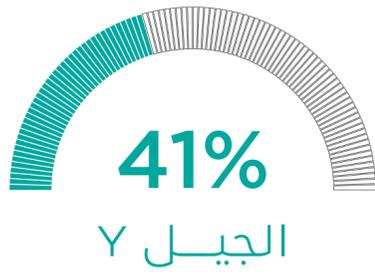
ساعة 2.9 الجيل X	ساعة 2.9 الجيل Y	ساعة 2.5 الجيل Z	ساعة 3.5 جيل ما بعد الحرب العالمية
----------------------------	----------------------------	----------------------------	---



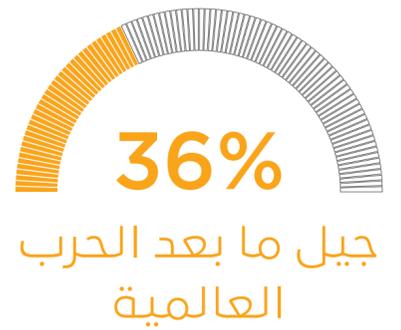
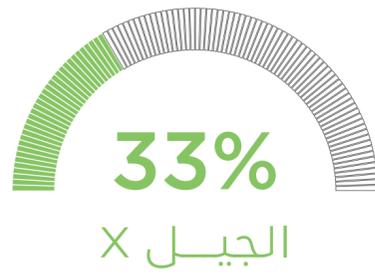
النظر إلى الهاتف الذكي



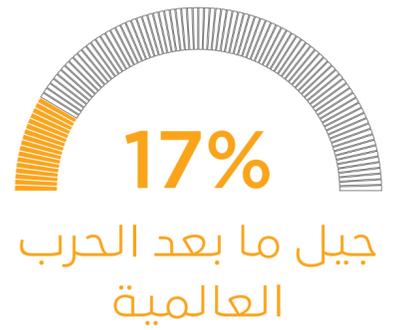
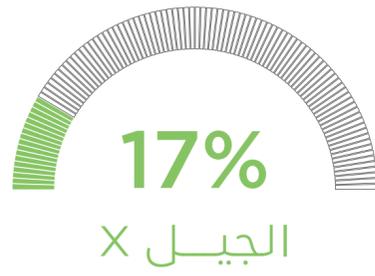
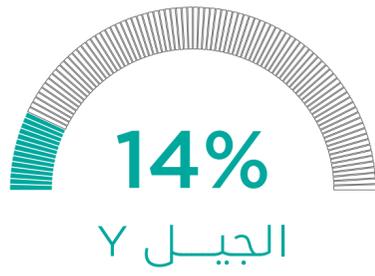
صديق مقرب



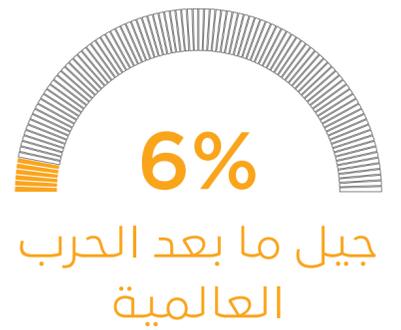
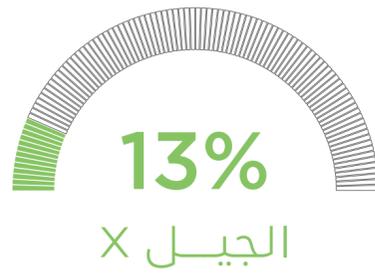
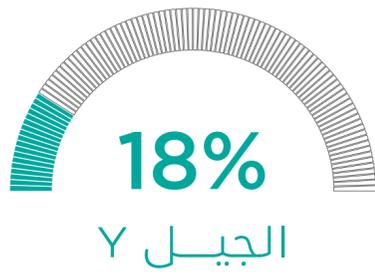
جزء من الفريق



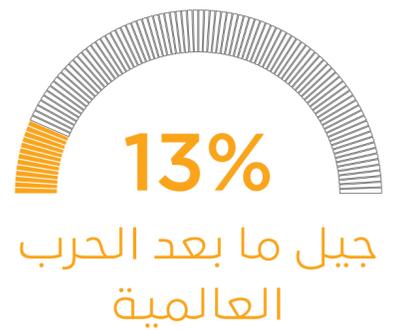
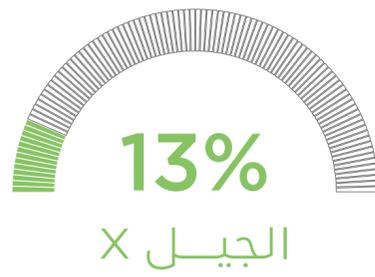
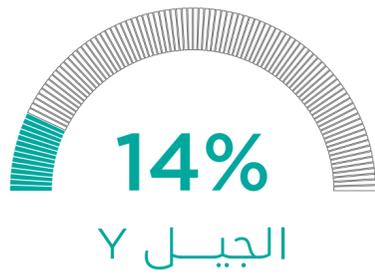
موظف



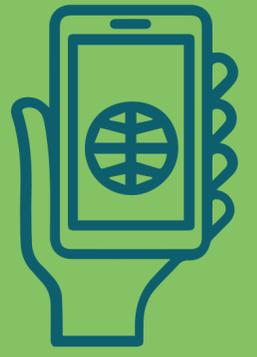
زوج



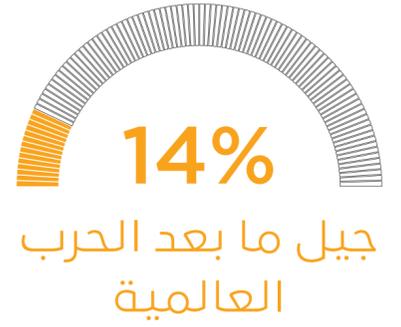
معلم



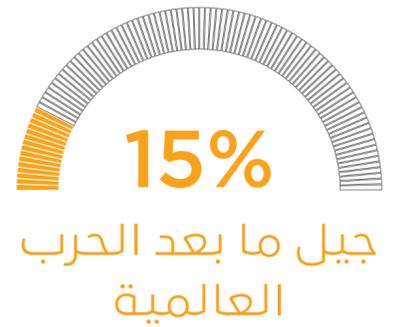
متوسط استخدام الهاتف الذكي 20 مرة وأكثر "يوميًا"



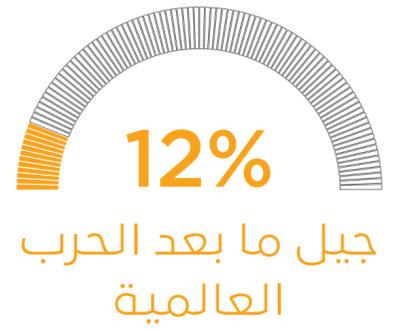
استخدام منصات التواصل الاجتماعي



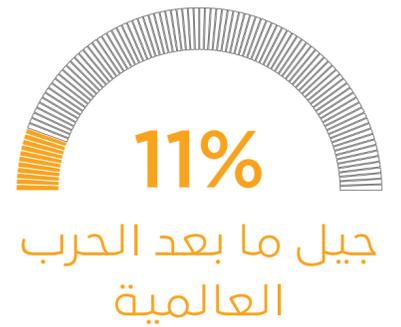
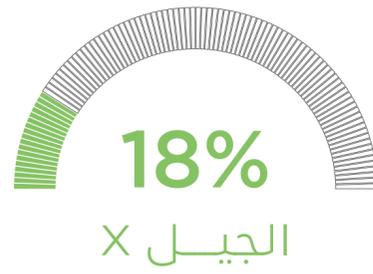
تصفح الإنترنت



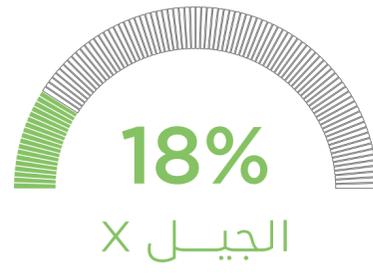
إرسال وقراءة الرسائل النصية



متابعة إشعارات منصات التواصل الاجتماعي



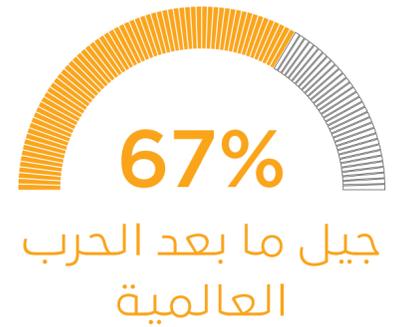
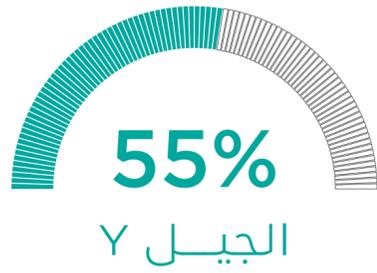
متابعة مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي



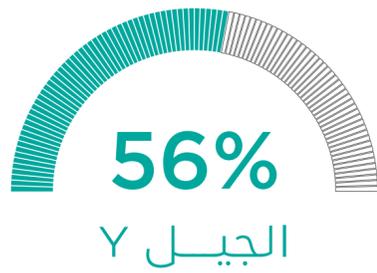
مساعدة الهاتف الذكي



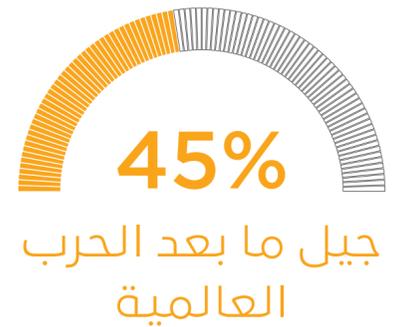
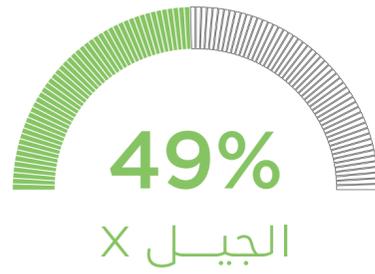
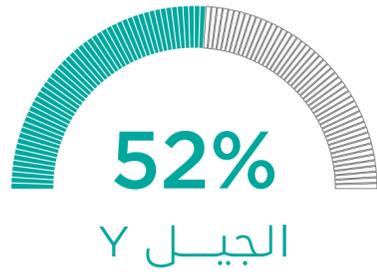
تواصل مع المقربين



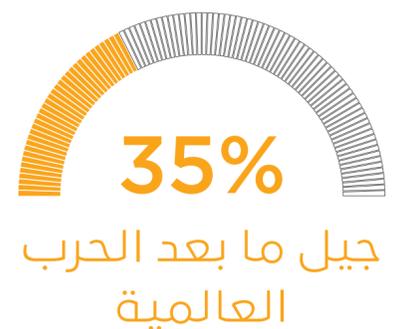
حصول على المعلومات



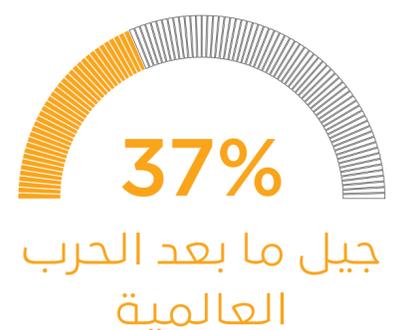
تواصل مع العالم



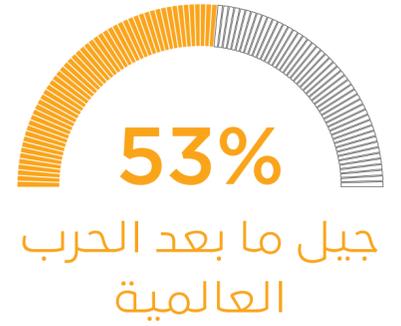
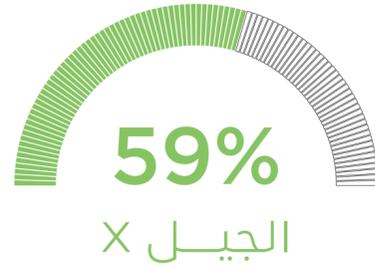
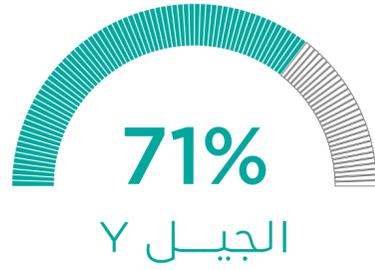
تسلية



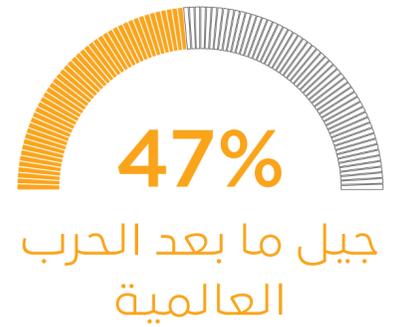
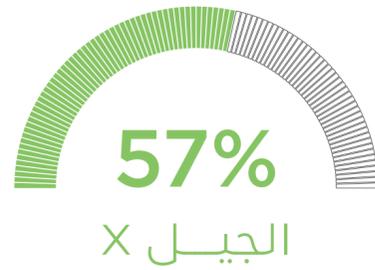
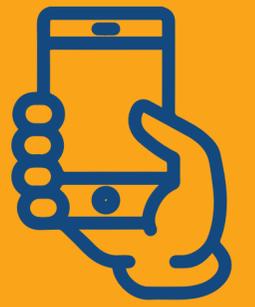
تمضية الوقت بالمواصلات والانتظار



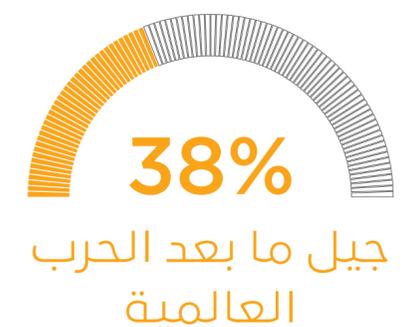
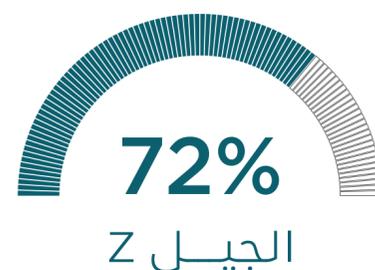
أشعر بالهلع عندما أفقد هاتفي الذكي



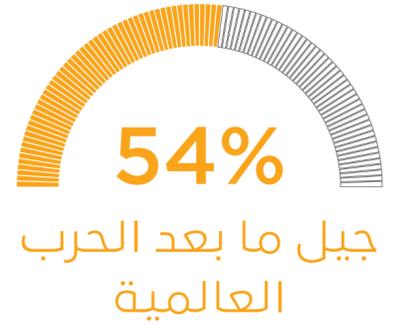
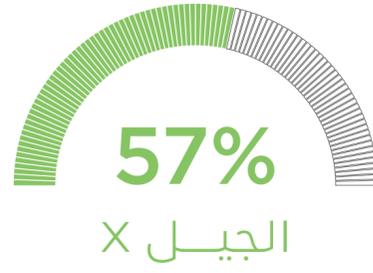
يبقى هاتفي الذكي في متناولتي أثناء النوم



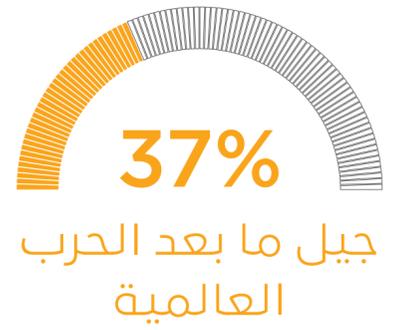
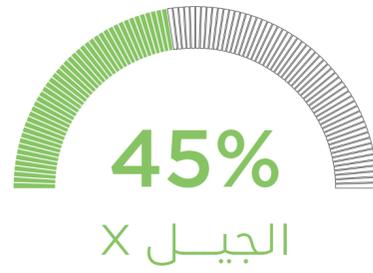
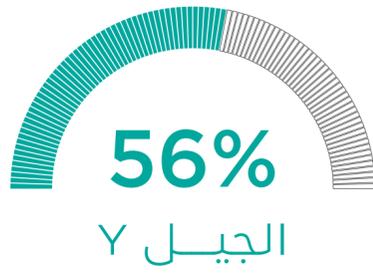
استخدم هاتفي الذكي عندما أشعر بالوحدة



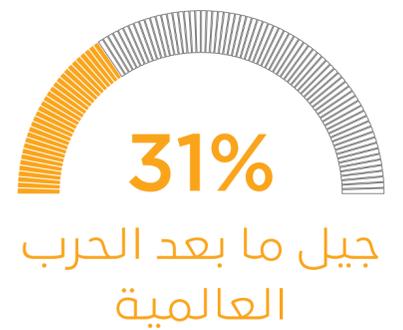
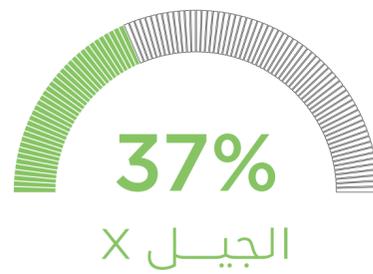
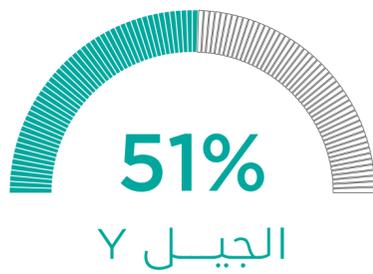
نادراً ما يكون هاتفني الذكي بعيداً عني



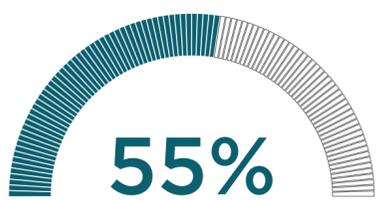
أشعر بالقلق عندما تفرغ بطارية هاتفني الذكي



من الصعب التخلي عن هاتفني الذكي



استخدم هاتفي الذكي حتى لو كان المفترض النوم



الجيل Z



الجيل Y

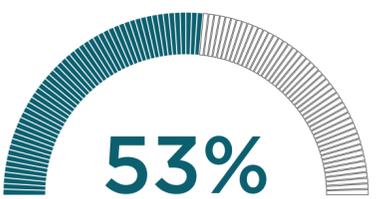


الجيل X



جيل ما بعد الحرب العالمية

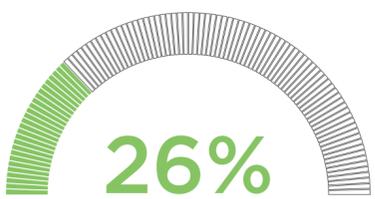
أحياناً استخدم هاتفي الذكي حتى لو كان المفترض إنهاء العمل



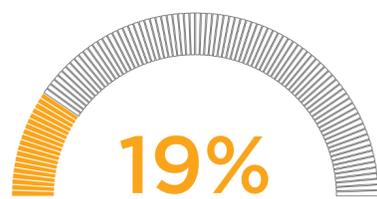
الجيل Z



الجيل Y



الجيل X



جيل ما بعد الحرب العالمية

أحياناً أقضي الكثير من الوقت باستخدام هاتفي الذكي بدلاً من الجلوس مع المقربين



الجيل Z



الجيل Y

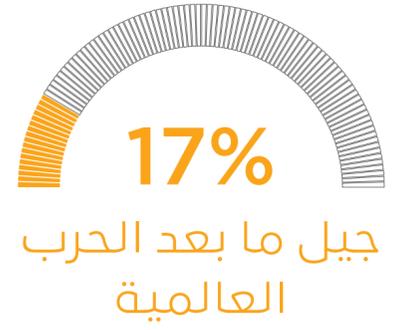


الجيل X

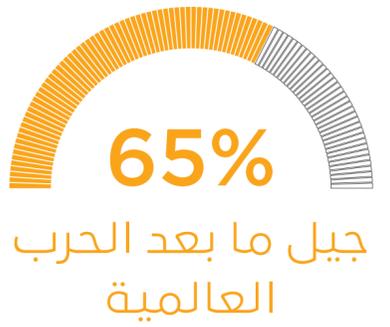
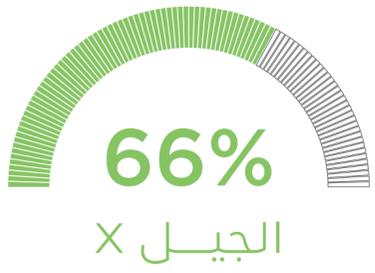


جيل ما بعد الحرب العالمية

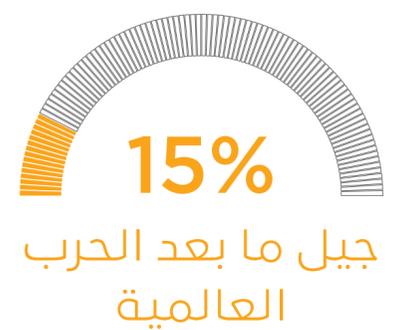
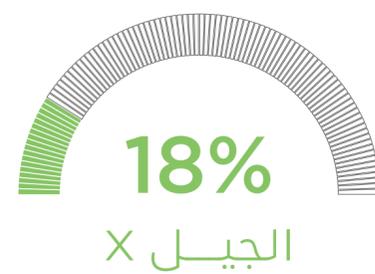
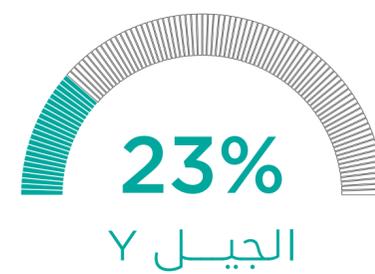
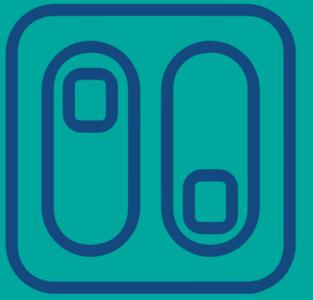
يمنعني استخدام هاتفي من قضاء الأمور الهامة بحياتي



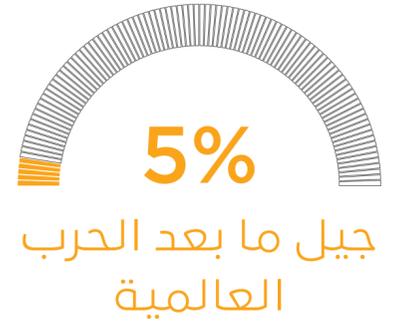
استخدم هاتفي الذكي لإجراء المكالمات الهاتفية



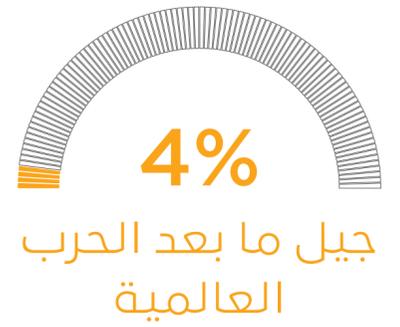
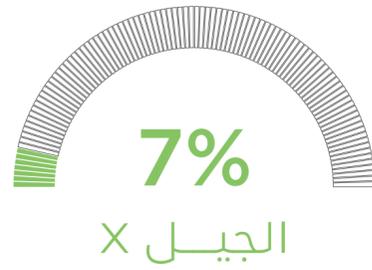
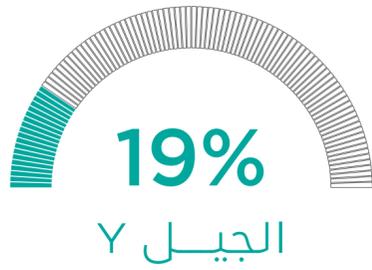
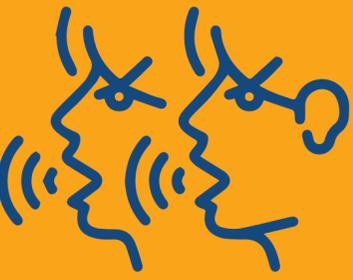
أطلب من الآخرين غلق هواتفهم الذكية



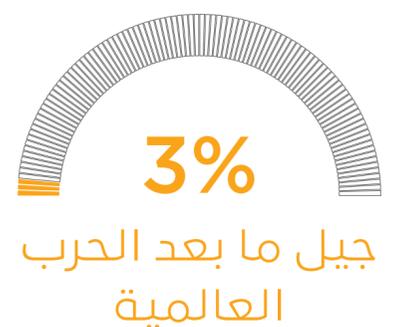
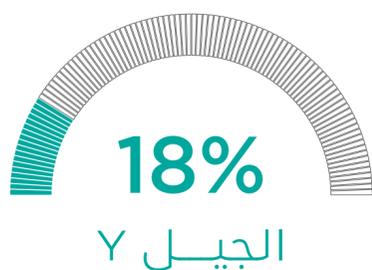
أنتسلى من التجمعات لمتابعة المستجدات على هاتفي الذكي



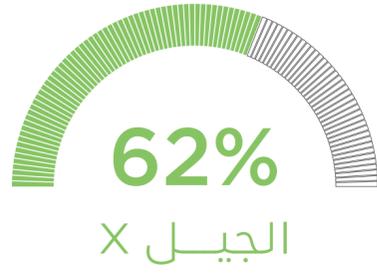
تشكو عائلتي من استخدامي المستمر لهاتفي الذكي



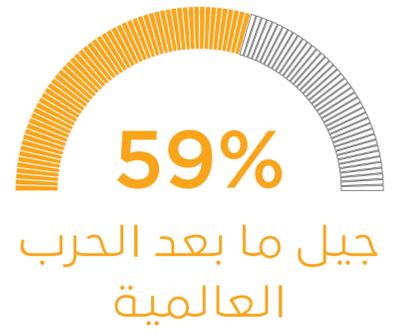
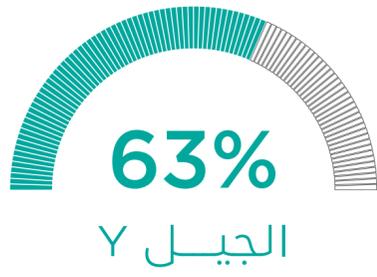
يتشنت انتباهي بسبب هاتفي الذكي



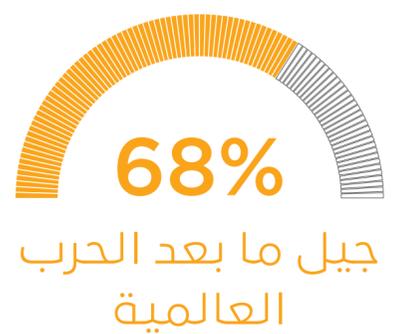
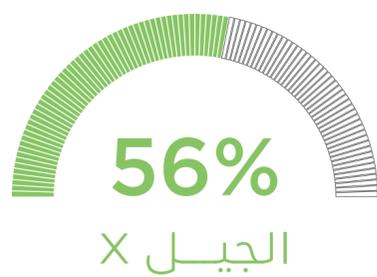
أقوم بتعديل هاتفي الذكي بما يتناسب مع احتياجاتي



أريد الاستفادة القصوى من هاتفي الذكي أثناء استخدامه



أطلب من الآخرين غلق هواتفهم الذكية



السلبية

مضغوط

محبط عصبي

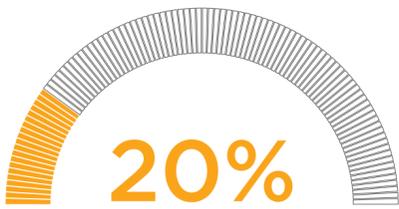
حزين

الإيجابية

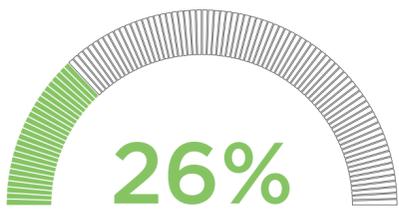
متحكم

سعيد هادئ

راحة



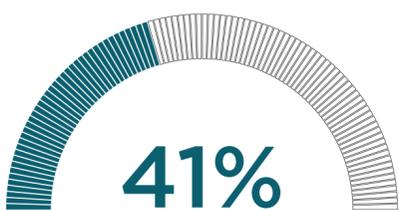
جيل ما بعد الحرب العالمية



الجيل X



الجيل Y



الجيل Z



جيل ما بعد الحرب العالمية



الجيل X



الجيل Y



الجيل Z

الفرق بين جيل X و Y

تُنظم الشركات التسويقية حملاتها التسويقية للجيلين
معتقدين أن نفس الحملة تناسب الجيلين،
وفيما يلي عوامل الاختلافات بين الجيل Z والجيل Y

العمل والتوظيف

جيل Z

- 44% يفضلون وظائف العمل المرنة
- التواصل مرتفع
- حل المشاكل
- القدرة على الخطابة

جيل Y

- 36% يفضلون جدول العمل المرنة



جيل Z

■ الإنفاق لأجل تعليم جامعي أفضل

■ شراء المنتجات العملية والادخار بصورة أكبر

■ تأمين مستقبلهم المادي واتخاذ قرارات عملية

■ تتماشى العلامات التجارية مع احتياجاتهم اليومية

جيل Y

■ الإنفاق لأجل تعليم جامعي أفضل

■ شراء المنتجات التي تشعرهم بالراحة

■ طلب العلامة التجارية التي تمنحهم شعور مريح



جيل Z

أطلق عليه الخبراء "جيل الوحدة"

- نشأ وحوله التقدم التكنولوجي
 - أجهزة iPad
 - شبكات Wi-Fi
 - الهواتف الذكية
 - المراحل الأولى من المنازل الذكية
- يتسم بوعي اجتماعي غير مسبوق
- وعي للصحة الجسدية والعقلية
- يُحارب التنمر عبر شبكات التواصل الاجتماعي

جيل Y

- نشأ على أجهزة الأقراص المدمجة
- استعمل الهواتف المحمولة ذات الشاشات الصغيرة



الإنفاق المالي

جيل Y

■ ينفقون بصورة أقل من الأجيال السابقة

■ 74% قادرين على إتمام عمليات الشراء عبر الإنترنت

■ 36% ينفقون أموالهم على المنتجات

جيل Z

■ ينفقون بصورة أقل من الأجيال السابقة

■ 49% قادرين على إتمام عمليات الشراء عبر الإنترنت

■ 80% من المتسوقين يُقدرون التوصيل المجاني

■ 74% يفضلون العلامات التجارية التي تقدم خصومات

جيل Z

■ انفاق المزيد على المنتجات

■ 48% الحصول على تقييمات قبل عملية الشراء

■ 30% الحصول على معلومات حول علامة تجارية من عميل حقيقي

■ 19% الحصول على معلومات من أحد المؤثرين عبر الإنترنت

■ 30% يرون إعلانات YouTube أكثر أنواع الإعلانات الجديدة بالثقة

جيل Y

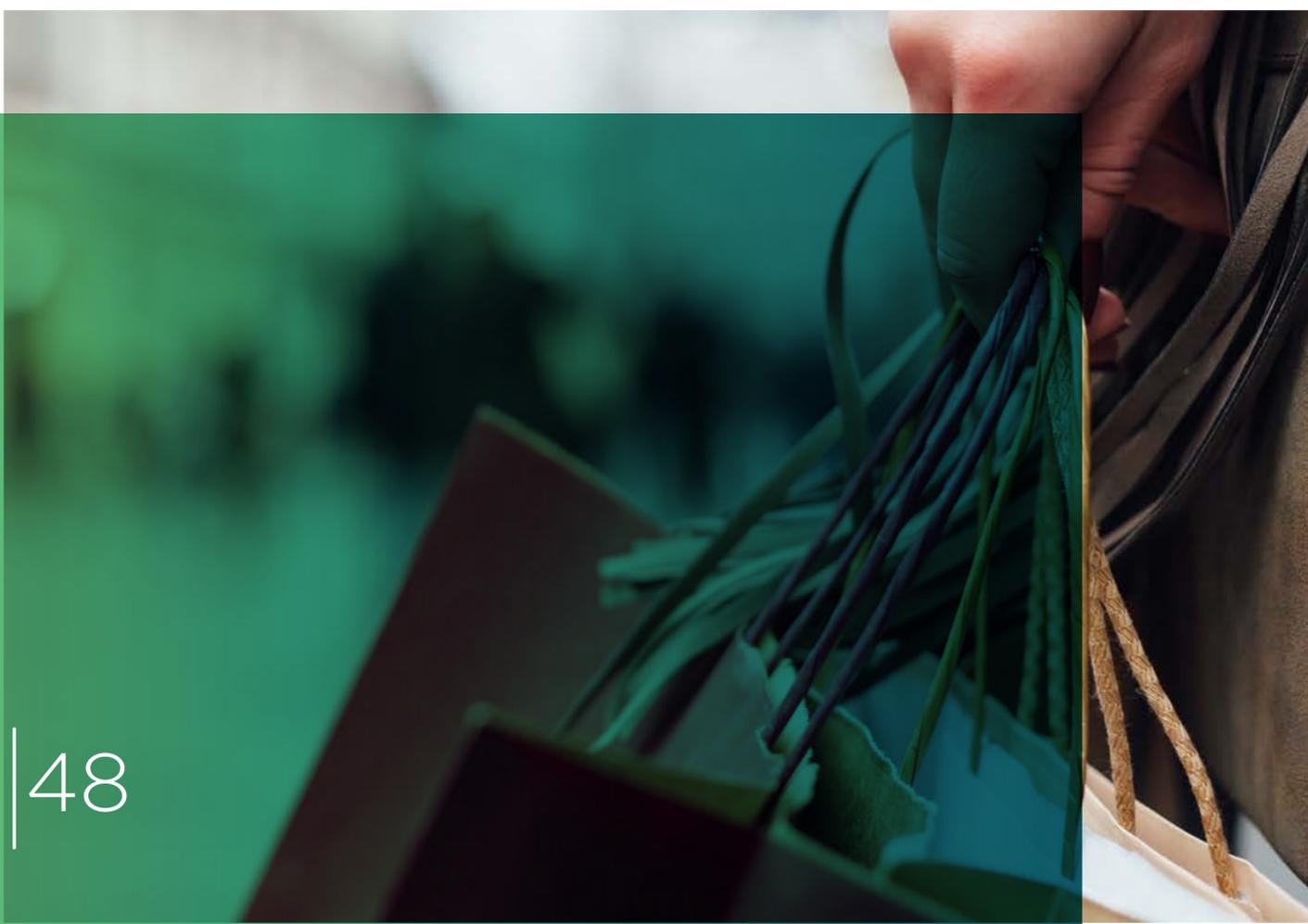
■ مقتصد في الانفاق على المنتجات

■ مهتمين في إعلانات التلفزيون والمطبوعات والإذاعة ووسائل التواصل الاجتماعي

■ 44% يحصلون على آراء وتقييمات قبل عملية الشراء

■ 39% الحصول على معلومات حول علامة تجارية من عميل حقيقي

■ 19% يبحثون عن آراء المؤثرين





التقنيات الحديثة



جيل Y

جيل Z

■ الهواتف المحمولة أساسية للوصول إلى الإنترنت

■ مهتم بشراء الهواتف الذكية

■ 7.5 ساعة يوميًا لاستخدام الإنترنت

■ 10 ساعات يوميًا لاستخدام الإنترنت

■ 71% من المتسوقين عبر الإنترنت

■ 71% يستخدمون الهواتف لمشاهدة مقاطع الفيديو

■ 2.4 ساعة لمشاهدة مقاطع الفيديو بشكل يومي

■ 3.4 ساعة لمشاهدة مقاطع الفيديو بشكل يومي

■ 51% يستخدمون نفس الأجهزة لتصفح الإنترنت

مواقع التواصل الاجتماعي

جيل Y

■ يميلون إلى مقاطع الفيديو ذات المحتوى الطويل

■ يفضلون

Facebook ■ Twitter
Instagram ■ LinkedIn

■ 12 ثوان معدّل الانتباه للإعلان

■ 2:38 ساعة المعدل اليومي للتصفح

جيل Z

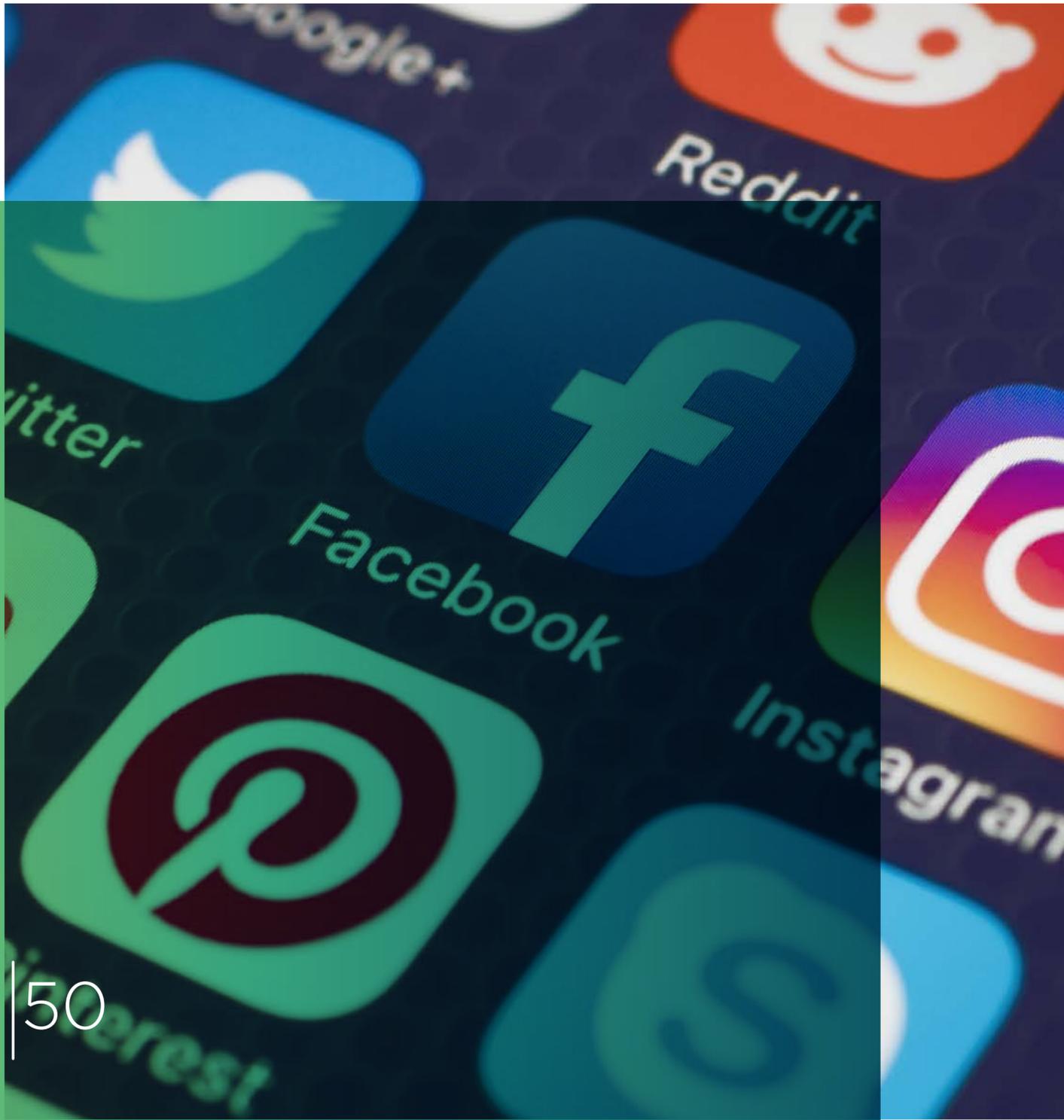
■ يفضلون المقاطع القصيرة

■ يفضلون

YouTube ■ Snapchat
Instagram ■ TikTok

■ 8 ثوان معدّل الانتباه للإعلان

■ 2:55 ساعة المعدل اليومي للتصفح



العلامات التجارية

جيل Z

التعرف على مزايا العلامات التجارية من منصات التواصل الاجتماعي وإعلاناتها

■ **87%** يشاهدون مقاطع فيديو لأفراد يستخدمون العلامات التجارية

■ **84%** يتخطون مشاهدة مقاطع الإعلانات عبر الإنترنت

■ **65%** منهم يستخدمون تطبيقات تمنع ظهور الإعلانات لديهم

جيل Y

التعرف على مزايا العلامات التجارية من إعلانات الإنترنت والنشرات

■ **37%** يشاهدون مقاطع فيديو حول جودة العلامة التجارية





التقاعد

جيل Y

■ 59% يخططون لاستخدام المدخرات الشخصية للتقاعد

■ 34% يوفرّون للتقاعد

■ 12% بدء الادخار للتقاعد في العشرينات من عمرهم

جيل Z

■ 52% يخططون لاستخدام المدخرات الشخصية للتقاعد

■ 12% يوفرّون للتقاعد

■ 35% مع بدء الادخار للتقاعد في العشرينات من عمرهم

■ 28% يخططون للعمل بشكل ما بعد التقاعد

جيل Z

- أهمية كبرى للتعليم واكتساب مهارات جديدة
- يدخرون الأموال للالتحاق بالتعليم الجامعي
- يتقدمون بطلبات العمل أكثر
- الاستثمار في اكتساب مهارات جديدة
- البحث عن وظائف وبناء مستقبل مهني
- 65% العائد المادي من العمل أهم المميزات
- 10% بدأوا العمل بعد الإنتهاء من التعليم الجامعي

جيل Y

- أهمية كبرى للتعليم واكتساب مهارات جديدة
- يستثمرون مبالغ أكثر في تعليم أبنائهم

الجيل Z واستخدام الهاتف الذكي



قضاء الوقت
معهم



التفاعل مع
المقربين

33%

اهتمام ملحوظ
بهواتفهم الذكية

61%

وضع خط فاصل
بين الحياة اليومية
واستخدام
الهواتف الذكية

61%

استخدام
الهواتف الذكية
للاستفادة من
المساعدة والدعم

53%

وصفوا هواتفهم
الذكية بأنها
أصدقاء مقربين

الاعتماد العاطفي

65%

تنتابهم نوبات
هلع في حال
فقدتهم
لهواتفهم

قضاء أوقات زائدة

44%

يستخدمون
الهواتف
الذكية بصورة
مبالغ بها

34%

أكثر سعادة
إن توقف عن
الاستخدام
الزائد

الاستخدام القهري

49%

يستخدمون
الهاتف الذكي
بصورة قهرية
على مدار
اليوم

6-10

مرات يوميًا

الجيل Z واستخدام منصات التواصل الاجتماعي عالمياً

■ استخدام الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي

جيل "Z"

للفئة العمرية 18 - 24 عاماً

للفئة العمرية 13 - 17 عاماً

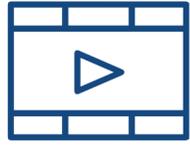


جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً



■ يشاهدون 68 فيديو يومياً منها

39
فيديو من
منصات
أخرى



13
فيديو
يوميّاً



16
فيديو
يوميّاً



جمهور إعلانات facebook

جيل "Z"

للفئة العمرية 18 - 24 عاماً

للفئة العمرية 13 - 17 عاماً



جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً



جمهور إعلانات

Instagram

جيل "Z"

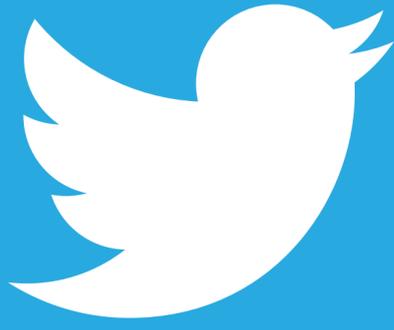
للفئة العمرية 18 - 24 عاماً

للفئة العمرية 13 - 17 عاماً



جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً





جمهور إعلانات

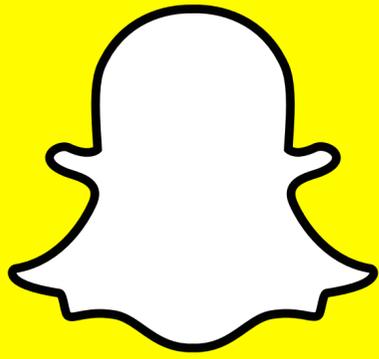
جيل "Z"

للفئة العمرية 18 - 24 عاماً

للفئة العمرية 13 - 17 عاماً



جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً



جمهور إعلانات

جيل "Z"

للفئة العمرية 18 - 24 عاماً

للفئة العمرية 13 - 17 عاماً



جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً



جمهور إعلانات

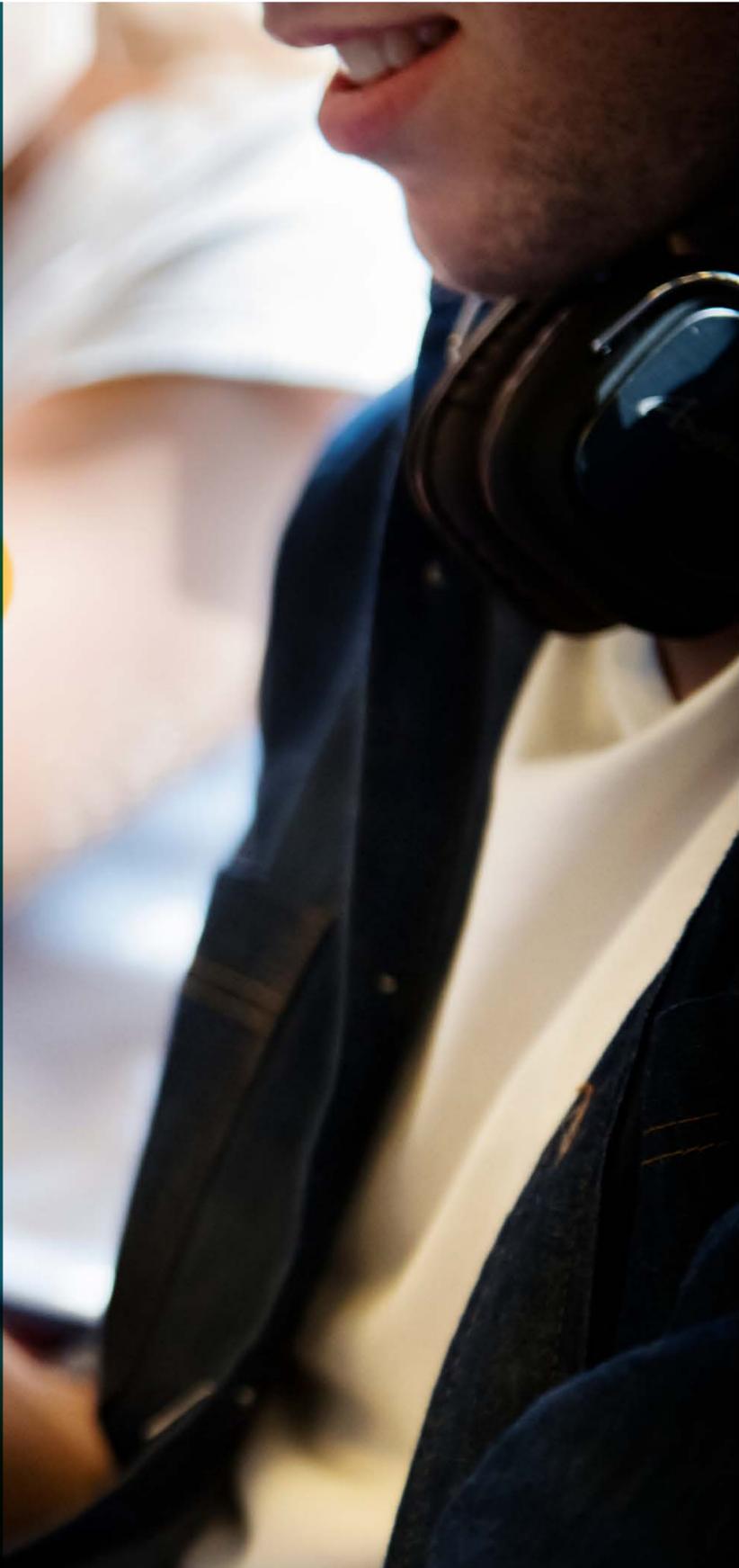
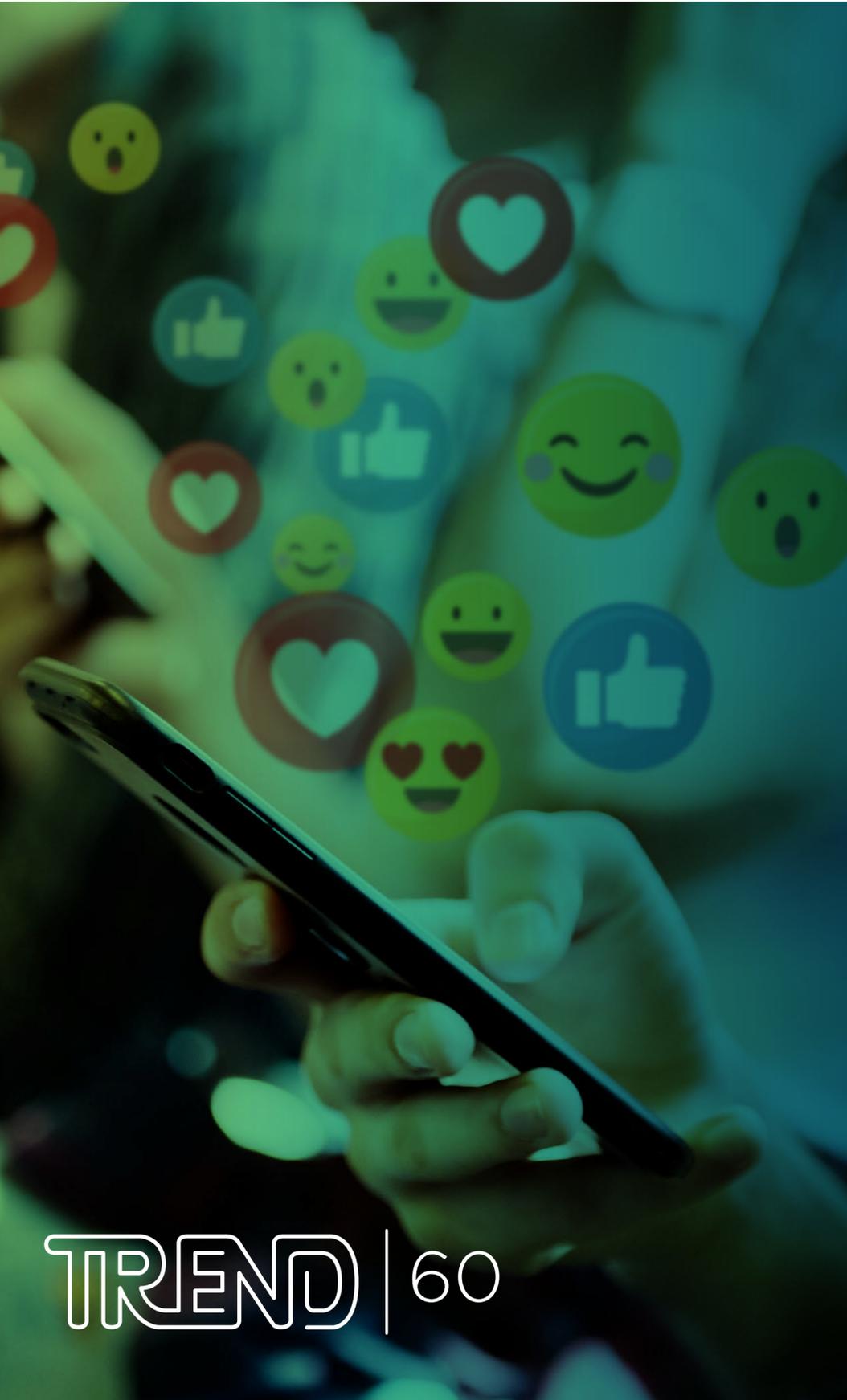
LinkedIn®

جيل "Z"

للفئة العمرية 18 - 24 عاماً



جيل "Y" الألفية للفئة العمرية 25 - 34 عاماً



توجهات

الجيل Z

لسوق العمل

هم أحدث من التحقق بسوق العمل وهم في المراحل الأولى من حياتهم المهنية سواء كانت وظيفة بدوام جزئي أو تدريب داخلي أو وظيفة بدوام كامل. وحسب الإحصاءات العالمية يتطلع الجيل للعمل في **المجال التكنولوجي**، حيث تصدرت طلبات التقدم للوظائف في الولايات المتحدة الأمريكية لشركات الصناعات التكنولوجية قائمة الطلبات

توجهات الجيل Z للأعمال

Software Engineer

19%

Software Developer
& Sales Associate

2%

الشركات الأعلى تقيماً عند الجيل Z

Microsoft

Google



IN-N-OUT
BURGER

facebook



NORDSTROM

Morgan Stanley

COSTCO
WHOLESALE

من أكثر الكلمات المستخدمة في وصف إيجابيات العمل الكلمات التالية، والتي تساعد المؤسسات التي تبحث عن موظفين من **الجيل Z** لفهم نمط تفكيرهم.

الإيجابيات



وظيفة
سهلة



الرواتب
الجيدة



ساعات العمل
المرنة



بيئة
العمل



فرص الترقى
في الوظيفة



القيم

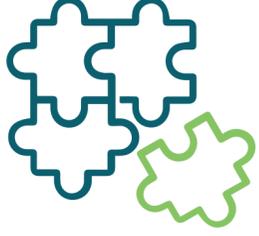


الثقافة

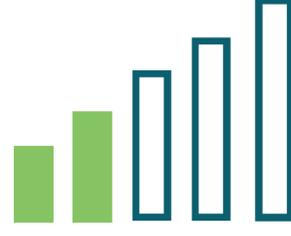
السلبيات



الإدارة العليا



العملاء مثيري
المشاكل



تدني الأجور



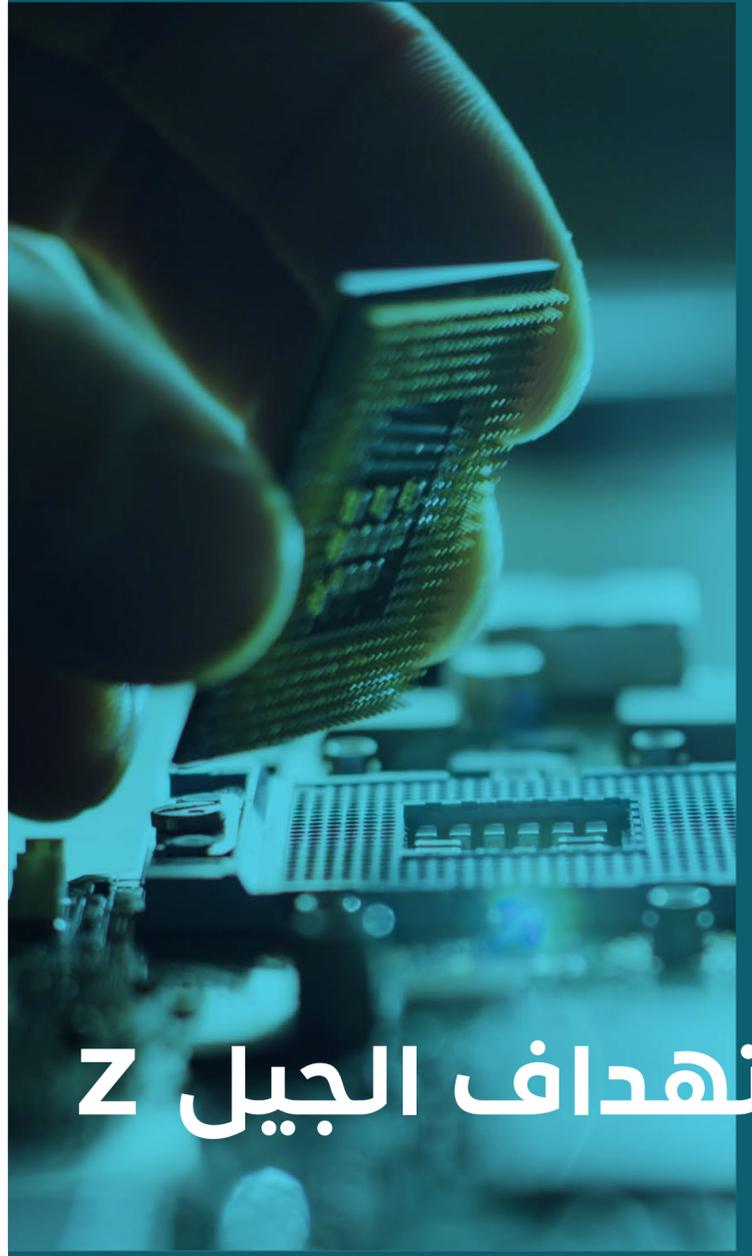
ساعات العمل
الطويلة



الثقة في القيادة العليا
للوصول إلى رضا العاملين



أسلوب الإدارة
السيء



استهداف الجيل Z

مستهلكين : يمتلكون راداراً تم ضبطه بعناية مع نطاق محدود من الوقت والطاقة لاتخاذ القرار

ينتقي المحتوى الذي يتفاعل معه

كشف الإعلانات غير الصادقة في ثوانٍ

يتوقعون المزيد من العلامات التجارية

خيارات العلامات التجارية لإبراز القيم في الأماكن العامة

انتهى زمن الإعلانات وبدأ زمن المؤثرين

مساحة التسويق المحتملة من خلال المؤثرين 15 مليار دولار عام 2022

موظفين : وظيفتان في المجال التقني ضمن قائمة الوظائف الأكثر شعبية لدى أفراد الجيل وهما **مهندس حاسبات**، و**مبرمج**

مما يزيد رضا الموظفين

■ الثقافة

■ القيم

■ الثقة في القيادة العليا

■ فرص العمل على

المدى البعيد

■ بيئة العمل

■ ساعات العمل المرنة

■ الأجر الجيد

يقدرّون

■ الثقافة

■ الفرص الوظيفية

■ الثقة في القيادة العليا

لكل جيل نقاط قوة وضعف تتعلق بالسياقات السياسية والاقتصادية التي أحاطت به، جيل الحرب يختلف عن جيل السلام، وجيل الإنترنت يختلف عن جيل الكتب والصحف الورقية

ابنك من سيعلمك كيفية التعامل مع الهاتف ومع الويندوز ومع الطابعة ومع التلفزيون الذكي، بينما تعود الآباء أنهم هم من يعلمون أبناءهم كل جديد

المؤسف في هذا الإطار هو أننا لا نجد الكثير من الدراسات التي تناقش التغيرات الواضحة في شخصية شباب جيل الألفية العربي، خاصة مع التحولات السياسية والاقتصادية التي هي ربما الأعنف في تاريخ تلك المنطقة والعالم



في النهاية دعنا نوضح عدة نقاط مهمة

حتى تفهم الجيل عليك أن تفك رموز سلوكيات الجيل الآخر، وتتكيف مع عقليتهم، ولغتهم قدر المستطاع

الفروق بين الأجيال موجودة، لكنها ليست كبيرة أو جذرية

الجدل العلمي لا يزال قائماً حول طبائع وسلوكيات مجتمع جيل الألفية، والأجيال الحديثة كذلك من المواليد بعد العام 2000

المصادر

<https://bit.ly/30YFoh2>

<https://bit.ly/3hI0wyN>

<https://bit.ly/3g7HmlJ>

<https://bit.ly/3f8P8dQ>

<https://bit.ly/3fbJveF>

<https://bit.ly/3f82jf0>

<https://bit.ly/3hIkrOb>

<https://bit.ly/2CYdbip>

<https://bit.ly/3hJUvly>

<https://bit.ly/3gaTO40>

<https://bit.ly/3f5zyzx>

<https://bit.ly/331KTyd>

<https://bit.ly/32XEfcm>

<https://bit.ly/3g9GlcH>

<https://bit.ly/2CYRfUi>

<https://bit.ly/39CI7Sg>

<https://bit.ly/39BGoMg>

<https://bit.ly/2Ekbdcu>

<https://bit.ly/306KKYs>

<https://bit.ly/39Hmdwo>

<https://bit.ly/39ziq45>

المصادر

<https://bit.ly/3jJdl8J>

<https://bit.ly/30912jl>

<https://bit.ly/305XZse>

<https://bit.ly/2DgT8vG>

<https://bit.ly/3jNGkxC>

<https://bit.ly/3g8Du3Y>

<https://bbc.in/2X25EWG>

<https://bit.ly/331Mynr>

<https://shutterstock.com>

<https://www.wikipedia.org>

شكراً لكم



TREND

TrendDC.com

Trend1DC |     