

Rad pod nazivom „Faktori uticaja na upotrebu digitalnog novčanika kod generacije Y i generacije Z“ objavljen u ovom broju, opisuje razlike između generacije Y i generacije Z. Pored toga što govori o razlikama u odnosu ovih generacija prema digitalnom novčaniku, u isto vreme ukazuje u kom pravcu treba menjati način upravljanja ekonomskim i neekonomskim resursima.

Generacija Y, poznata kao „milenijalci“ postala je punoletna na prelasku u 21. vek. Milenijalci su često opisani kao prilagodljivi, tehnološki povezani, s naglaskom na ravnotežu između posla i privatnog života, kao i želju za smislenim iskustvima u svom ličnom i profesionalnom životu.

Generacija Z, takođe poznat kao „zumeri“ u potpunosti je odrasla u digitalnom dobu, sa lakim pristupom pametnim telefonima, društvenim medijima i drugoj tehnologiji od malih nogu. Generaciju Z odlikuje digitalna pismenost, preduzetnički duh, sklonost onlajn komunikaciji i fokus na društvena i ekološka pitanja. Oni imaju jedinstvena očekivanja u vezi sa obrazovanjem, radom i iskustvima potrošača, često vrednujući autentičnost i personalizaciju u interakciji sa institucijama i brendovima.

Stavovi generacije Z opredeljuju njenu tražnju za proizvodima i uslugama. Kao kupci, prednost će davati lako dostupnim proizvodima i uslugama skrojenim po ličnoj meri i individualizovanim potrebama, uzimajući u obzir tuđa mišljenja. Cene takvih proizvoda i usluga takođe će biti individualizovane i moraće da se zasnivaju na veoma detaljno i jasno utvrđenoj ceni koštanja. Za takav zadatak biće potrebno razviti neko novo računovodstvo troškova i naći računovođe sa individualizovanim znanjima ili veštinama. I tu počinje cela jedna nova priča o neprekidnom traženju razvnoteže između znanja i veština. Kakva su trenutna razmišljanja o tom pitanju pročitajte u zadnjem članku ovog broja, u kom je dat osvrt na okrugli sto pod nazivom “ZNANJE ILI VEŠTINE ili ZNANJE I VEŠTINE” koji je održan 30. maja ove godine u Beogradu.



## EDITOR'S WORD

The paper titled “Factors Influencing the Use of Digital Wallets Among Generation Y and Generation Z,” published in this issue, describes the differences between Generation Y and Generation Z. In addition to discussing the differences in the attitudes of these generations towards digital wallets, it also indicates the direction in which the management of economic and non-economic resources should change.

Generation Y, known as “millennials,” reached adulthood at the turn of the 21<sup>st</sup> century. Millennials are often described as adaptable, technologically connected, with an emphasis on work-life balance and a desire for meaningful experiences in their personal and professional lives.

Generation Z, also known as “zoomers,” grew up entirely in the digital age, with easy access to smartphones, social media, and other technology from a young age. Generation Z is characterized by digital literacy, an entrepreneurial spirit, a propensity for online communication, and a focus on social and environmental issues. They have unique expectations regarding education, work, and consumer experiences, often valuing authenticity and personalization in their interactions with institutions and brands.

The attitudes of Generation Z determine their demand for products and services. As consumers, they will prefer readily available products and services tailored to their personal needs and individual requirements, taking into account others' opinions. The prices of such products and services will also be individualized and must be based on very detailed and clearly established cost pricing. For such a task, it will be necessary to develop new cost accounting and find accountants with individualized knowledge or skills. And here begins a whole new story about the continuous search for a balance between knowledge and skills. What are the current thoughts on this issue? Read the last article in this issue, which provides an overview of the round table titled “KNOWLEDGE OR SKILLS or KNOWLEDGE AND SKILLS,” held on May 30<sup>th</sup> this year in Belgrade

