

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС НА ГОРИЗОНТЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ ПОКОЛЕНИЯ Z

Теория поколений — актуальное направление современных исследований, предполагающее, что стратегии жизни людей, родившихся в то или иное время, имеют определенные закономерности в поведении. Поколения сменяют друг друга примерно каждые 20 лет. Самое молодое поколение на данный момент, достигшее зрелого возраста, — это поколение Z.

Представители поколения Z имеют выраженные гуманистические ценности, значимость коммуникативных навыков и общей эрудированности резко возрастает. Они самовыражаются и развиваются при помощи интернета и социальных сетей, поэтому не приспособлены к физическому труду. Поколение Z может транслировать разумное воздействие и коммуникацию через цифровые технологии во благо всех поколений. Также они могут привнести в компанию креативность и инновации и даже изменить концепцию компании благодаря своему глобальному мышлению. Представители поколения Z предпочитают ненормированный рабочий график, удаленную работу на себя. При этом для них важно не только работать, но и полноценно отдыхать, путешествовать, пробовать разные виды деятельности, заниматься творчеством [1].

Представители поколения Z имеют определенные недостатки: а) слишком активное использование смартфонов, которое способно спровоцировать серьезные проблемы, а именно, бесконтрольное потребление контента в социальных сетях может привести к синдрому упущенной выгоды; б) клиповое мышление; в) проблемы с концентрацией, критическим мышлением и глубоким анализом [2].

Влиянию особенностей поколений на развитие бизнеса были посвящены различные исследования, проведенные рядом компаний. Так, в исследовании Deloitte «Поколения Z и Y 2023», определено, что «...в среднем одна треть из 22 000 опрошенных представителей поколения Z заявила, что они удовлетворены балансом между работой и личной жизнью, который обеспечивают их компании, и удовлетворенность гибкостью рабочего места выросла с 2019 г.». Согласно другому исследованию компании Deloitte, разнообразие является одной из самых важных ценностей для поколения Z. По этой причине организации, которые поддерживают разнообразие в таких контекстах, как раса и пол, более предпочтительны для представителей поколения Z в деловом мире.

Устойчивое развитие также является одним из приоритетов поколения Z. По данным Kadence International, 73 % представителей поколения Z предпочитают покупать более экологичные и безопасные для окружающей среды товары. Это свидетельствует о значительных изменениях в потребительском поведении [3].

Работники поколения Z гарантируют будущее компании, но заинтересовать их работой и не допустить быстрого увольнения не так просто. В этом случае необходим ряд предложений по удержанию такого контингента сотрудников, а именно: конкретизация целей, вознаграждение за достижение промежуточных компетенций, премирование на основе индивидуального вклада и т.д. При этом поколение Z — это новые перспективные специалисты на рынке труда, более мобильное поколение, которое в будущем будет больше интересоваться удаленной работой [4]. Необходимо учитывать влияние среды на формирование личности молодежи, помочь им справиться с возникающими проблемами и собственными недостатками, активно участвовать в их жизни, что позволит им продуктивно работать и развиваться на благо страны.

Источники

1. Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда [Электронный ресурс] / Е. В. Яшкова [и др.] // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie-z-problemy-vozmozhnosti-perspektivy-na-rynke-truda>. — Дата доступа: 15.03.2024.
2. Что такое поколение Z: особенности и характер «цифровых» детей [Электронный ресурс] // Lenta.ru. — Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2023/11/29/chto-takoe-pokolenie-z>. — Дата доступа: 17.03.2024.
3. Gen Z in Business World: Change, Influence and Beyond [Electronic resource] // LinkedIn. — Mode of access: <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-business-world-change-influence-beyond>. — Date of access: 14.03.2024.
4. Дудко, Е. Н. Специфика обучения студентов поколения Z / Е. Н. Дудко / Экономический потенциал студенчества в региональной экономике : материалы междунар. науч.-практ. конф., Ярославль, 1–30 нояб. 2021 г. : в 2 ч. / Ярослав. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского ; под науч. ред. Л. Г. Батраковой, Н. Л. Будахиной. — Ярославль, 2022. — Ч. 1. — С. 7–9.

Д. А. Трохимович
Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая экономика представляет собой систему экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [1]. Именно ИКТ позволяют оптимизировать издержки, создавать новые продукты и услуги, повышать качество жизни и т.д.