

В.В. Компаниец, д.э.н., проф.

ORCID 0000-0003-2289-5477

e-mail: victorya.kom.ek@gmail.com,

Харьковский гуманитарный университет

«Народная украинская академия»

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННОГО ПОРТРЕТА И МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Z И РИСКИ ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

На состояние и развитие социально-экономических систем (СЭС) разных уровней значительное влияние оказывают модели социально-экономического поведения населения, которое выступает в социально-экономических отношениях в определенных ролях (персонал организации, производитель, потребитель, инвестор и т.д.). Согласно представлению школ классической психологии поведение человека в любой сфере, в том числе в экономике, детерминируют три группы факторов – внешние, внутренние и то, как человек реагирует на ситуацию. Но если рассматривать массовое поведение, то на первый план выходят именно внешние факторы (культура, образование, социум, важные исторические события, технологические прорывы), оказывающие значительное влияние на ценностно-мотивационный портрет населения, формируя особые черты разных поколений, что соответствует теории поколений У. Штрауса и Н. Хау [1].

В настоящее время на рынке труда прослеживается тенденция смены поколений. Самому старшему представителю поколения Z, родившемуся в период с 1996 по 2010 г., всего 24 года, и все же доминирование группы уже ощущается. По состоянию на январь 2020 г. она стала самым многочисленным поколением, составляя 32% мирового населения, или 2,47 млрд из 7,7 млрд человек на Земле, превзойдя миллениалов и бэби-бумеров соответственно [2], тем самым пробуждая особый интерес мировых исследовательских центров, таких как Ernst & Young LLP [3] и Deloitte [4] к изучению вопросов о будущем влиянии поколения Z на развитие мировой экономики, бизнеса и ритейла.

Ценности и в целом сознание этого поколения формировались под влиянием значительных культурных и образовательных изменений, на которые в том числе повлиял процесс цифровизации. Многие исследователи отмечают, что представители цифрового поколения сильно отличаются от других по своим личностным, когнитивным, социально-поведенческим характеристикам [5]. Именно поэтому можно предположить, что социально-экономические модели поведения «цифрового поколения» будут отличными от уже привычных моделей поведения представителей старших поколений.

Также следует учитывать, что поведение человека в обществе всегда регулировалось двумя основными институтами – моралью общества и правом, было связано с воспитанием нравственной и правовой ответственности, в том числе в экономических отношениях. Трансформация этих институтов и изменение правового и нравственного сознания общества – процессы, находящиеся в диалектической взаимосвязи, вызывающие изменение экономического поведения населения. Но если раньше эти процессы растягивались на столетия, то в настоящее время они измеряются десятилетиями.

Какие же черты присущи представителям цифрового поколения? Как они относятся к соблюдению норм права и морали в социально-экономических отношениях, к работе? Какие модели поведения в социально-экономическом пространстве можно ожидать от представителей нового поколения? И, наконец, какие риски и угрозы для СЭС разных уровней могут возникнуть в связи с этим?

Цель статьи – дать ответы на эти взаимосвязанные вопросы на основе обобщения ряда исследований и авторского видения.

Необходимо отметить, что в целом наработана достаточно широкая исследовательская база, позволяющая охарактеризовать ценностно-мотивационный портрет «цифрового поколения». Сложность, однако, состоит в том, что трансформация пространства культуры и образования в мире, в том числе под влиянием цифровых технологий, происходит достаточно неравномерно. Лидерами перемен стали страны Западной цивилизации, прежде всего США и страны Западной Европы, где впервые сформировалось это поколение и накоплена более обширная исследовательская база.

В странах Православной цивилизации (согласно терминологии А. Тойнби, А. Панарина, С. Хантингтона), к которым относятся близкие по ментальности Украина и Россия, цифровая трансформация происходила позднее. Кроме того, и ментальность, и модели социально-экономического развития стран указанных цивилизаций

очень различаются. Поэтому, несмотря на глобализационные процессы в культуре и экономике, представители «поколения Z» в разных цивилизациях будут отличаться.

В рамках данной публикации использованы несколько исследований. Во-первых, одно из наиболее масштабных социологических исследований современной молодежи России, которое проводилось в 2016 г. Сбербанком России и Всероссийским центром исследования общественного мнения (30 фактов о современной молодежи) [6]. Во-вторых, труды зарубежных ученых, которые обобщены в публикации [5]. В-третьих, обработанные результаты социологических опросов, проведенных в ходе последнего Мирового и Европейского исследования ценностей (WVS, EVS) в 2017-2020 гг. Обработаны данные по 31 стране, которые относятся к Западной и Православной цивилизациям (Австрия, Армения, Болгария, Беларусь, Великобритания, Венгрия, Грузия, Германия, Греция, Дания, Исландия, Испания, Италия, Литва, Нидерланды, Норвегия, Польша, Российская Федерация, Румыния, Словацкая Республика, Сербия, Словения, США, Украина, Финляндия, Франция, Черногория, Чехия, Швейцария, Швеция, Хорватия) [7].

Поскольку Украина участвовала в опросе WVS в период пандемии, количество опрошенных респондентов поколения «цифровиков» оказалось небольшим (около 100 чел.). В связи с этим дополнительно использованы некоторые результаты общенационального опроса, проведенного компанией GfK Ukraine по заказу центра «Новая Европа» в 2017 г. «Украинское поколение Z: ценности и ориентиры», где объем выборки респондентов в возрасте от 14 до 29 лет составил 2 тыс. чел. [8].

Итак, ответим на поставленные вопросы.

1. Для нового поколения характерны размытая система ценностей и отсутствие устойчивых предпочтений, нравственный релятивизм. Система ценностей формируется во многом в виртуальной среде и потому молодежи тяжело ориентироваться в реальной жизни. Все это делает ее удобным объектом для манипуляций. Подверженность манипуляциям также связана с такими качествами центениалов, как самоуверенность (при снижающемся уровне грамотности и эрудиции) и сильное желание признания.

Прогнозируемость поведения центениалов обусловлена тем, что они, считая себя уникальными, на самом деле очень похожи, поскольку их мнения и взгляды во многом формирует всеильная сеть. Они конформисты и им трудно принимать свое решение, де-

вать выбор, особенно тот, который будет на самом деле нестандартным.

Высокая подверженность манипуляциям, нравственный релятивизм нового поколения – необходимая база для внешнего управления поведением. Это в условиях современного глобального кризиса капитализма, а значит, и усиленной конкуренции, в том числе между разными странами, значительно усиливает риск социально-политической и, как следствие, социально-экономической нестабильности для национальных социально-экономических систем.

Нравственный релятивизм несовместим с такими востребованными в экономике и социуме качествами, как честность и ответственность. Эти качества становятся особо ценными в условиях развития искусственного интеллекта и конвергентных технологий. По мнению многих экспертов, именно ценности человека, а также развитая интуиция будут главным фактором принятия решений в соответствии с критерием полезности его последствий для человека и общества в новом мире. Нравственный релятивизм в сочетании с поверхностным и клиповым мышлением, присущим центениалам, делает невозможным принятие таких решений и значительно повышает риск негативных последствий использования новых технологий для человека, природы, экономики и общества.

Исходя из таких характеристик digital-поколения, как нравственный релятивизм и размытость ценностей, можно предположили, что его представители будут более склонны к нарушению норм морали в экономике, чем представители предыдущих поколений.

По результатам социологических опросов, проведенных в ходе последнего объединенного Мирового и Европейского исследования ценностей (2017-2020 гг.), выполнен межпоколенческий анализ ответов на вопросы о соблюдении некоторых норм нравственности и права в экономике. Выделена 31 страна Западной и Православной цивилизаций. Общее количество опрошенных составило более 57 тыс. чел. Респонденты сгруппированы по поколениям в соответствии с теорией У. Штрауса и Н. Хау:

I группа – Baby Boomers (55 лет и старше);

II группа – поколение X (от 35 до 54 лет);

III группа – поколение Millennials, или Y (от 25 до 34 лет);

IV группа – симбиоз представителей поколения Y с уже появляющимися представителями digital-поколения, или Z.

При выделении поколений могла быть допущена погрешность, поскольку изначально в опросе группировка происходила без учета указанной теории. Но это не повлияло на выявление общих тенденций. Именно усредненный ценностно-мотивационный портрет новых поколений позволяет предвидеть тенденции массового экономического поведения их представителей.

В качестве вопросов, которые задавались респондентам, были утверждения об оправданности следующих действий (если будет такая возможность): неуплата налогов, проезд в общественном транспорте без оплаты, получение взятки, получение государственных пособий, на которые человек не имеет права. Ответы оценивались по десятибалльной шкале, где 1 – никогда, 10 – всегда. Для укрупненного анализа рассчитаны средние значения баллов ответов. Согласно методике оценивания ответов, чем ниже средний балл, тем менее оправданным является соответствующее действие.

Анализ средних значений ответов на соответствующие вопросы показал, что представители поколения Z действительно более склонны к оправданию нарушения норм морали и права в экономике, чем представители предыдущих поколений (табл. 1). Причем эта тенденция наблюдается в странах как Западной цивилизации, так и Православной (табл. 2, 3).

В странах Западной цивилизации менее «лояльное» отношение к нарушению норм морали и права в экономике, что можно объяснить хорошо развитым институтом права и в целом сформированным правовым сознанием у представителей этой цивилизации.

В культуре и социуме Православной цивилизации исторически сложился приоритет духовно-нравственного, а не правового сознания. Для большинства наших предков, живших в дореволюционное время, идеалом поведения в той или иной степени были Евангельские нормы. Но этот идеал разрушен, и при отсутствии правового и духовно-нравственного ориентиров закономерен процесс более лояльного отношения к нарушению норм права и морали в экономических отношениях.

Также следует отметить еще одну цивилизационную разницу. Для поколений Z и Y стран Православной цивилизации характерно более негативное отношение к такому проявлению коррупционного поведения, как взятка, чем у представителей этих же поколений Западной цивилизации. Это в какой-то мере может быть выражением протестного отношения к этому явлению, распространенному в том числе в Украине.

Таблица 1

**Межпоколенческий анализ ответов на вопросы
о необходимости соблюдения некоторых норм морали
и права в экономике**

Вопрос	Среднее значение балла ответов на вопросы по группе			
	15-24 года	25-34 года	35-54 года	55 лет и выше
В какой степени может быть оправдано такое действие, как неуплата налогов, если это возможно (57870 ответивших)	2,65	2,50	2,20	1,94
В какой степени может быть оправдано такое действие, как проезд без оплаты в общественном транспорте (57942 ответивших)	3,74	3,42	2,83	2,28
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение взятки, используя служебное положение (57986 ответивших)	2,10	1,94	1,66	1,48
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение государственных пособий, на которые человек не имеет права (57603 ответивших)	2,95	2,69	2,29	2,04

Источник: составлено на основе данных WVS 2017-2020 гг.

Таблица 2

**Межпоколенческий анализ ответов на вопросы о необходимости
соблюдения некоторых норм морали и права в экономике
по странам Западной цивилизации**

Вопрос	Среднее значение балла ответов на вопросы по группе			
	15-24 года	25-34 года	35-54 года	55 лет и выше
1	2	3	4	5
В какой степени может быть оправдано такое действие, как неуплата налогов, если это возможно (38950 ответивших)	2,24	2,16	1,94	1,74
В какой степени может быть оправдано такое действие, как проезд без оплаты в общественном транспорте (38896 ответивших)	3,66	3,30	2,62	2,07

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение взятки, используя служебное положение (38926 ответивших)	2,1	1,89	1,57	1,42
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение государственных пособий, на которые человек не имеет права (38792 ответивших)	2,81	2,46	2,09	1,87

Источник: составлено на основе данных WVS 2017-2020 гг.

Таблица 3

Межпоколенческий анализ ответов на вопросы о необходимости соблюдения некоторых норм морали и права в экономике по странам Православной цивилизации

Вопрос	Среднее значение балла ответов на вопросы по группе			
	15-24 года	25-34 года	35-54 года	55 лет и выше
В какой степени может быть оправдано такое действие, как неуплата налогов, если это возможно (13742 ответивших)	3,37	2,97	2,61	2,26
В какой степени может быть оправдано такое действие, как проезд без оплаты в общественном транспорте (13811 ответивших)	3,80	3,37	3,08	2,52
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение взятки, используя служебное положение (13851 ответивший)	1,82	1,78	2,07	1,42
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение государственных пособий, на которые человек не имеет права (13677 ответивших)	2,98	2,80	2,48	2,20

Источник: составлено на основе данных WVS 2017-2020 гг.

Динамика отклонений в индексах, отражающих отношение респондентов к допустимости нарушения норм морали и права в экономике, при межпоколенческом сравнении у digital-поколения оказалась наименьшей (табл. 4, 5).

Для стран Православной цивилизации особенно высоки отклонения у поколения X по сравнению с беби-бумерами, а для стран

Таблица 4

Динамика отклонений ответов на вопросы о необходимости соблюдения некоторых норм морали и права в экономике по группам поколений стран Западной цивилизации

Вопрос	Отклонение в средних значениях по сравнению с предыдущей возрастной группой, раз		
	15-24	25-34	35-54
В какой степени может быть оправдано такое действие, как неуплата налогов, если это возможно	1,04	1,13	1,11
В какой степени может быть оправдано такое действие, как проезд без оплаты в общественном транспорте	1,10	1,26	1,27
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение взятки, используя служебное положение	1,11	1,20	1,11
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение государственных пособий, на которые человек не имеет права	1,14	1,18	1,12

Таблица 5

Динамика отклонений ответов на вопросы о необходимости соблюдения некоторых норм морали и права в экономике по группам поколений стран Православной цивилизации

Вопрос	Отклонение в средних значениях по сравнению со старшей возрастной группой, раз		
	15-24	25-34	35-54
В какой степени может быть оправдано такое действие, как неуплата налогов, если это возможно	1,13	1,14	1,15
В какой степени может быть оправдано такое действие, как проезд без оплаты в общественном транспорте	1,13	1,09	1,22
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение взятки, используя служебное положение	1,02	1,11	1,13
В какой степени может быть оправдано такое действие, как получение государственных пособий, на которые человек не имеет права	1,06	1,13	1,13

Западной цивилизации – между поколениями Y и X. Причины этого заслуживают отдельного исследования. Но можно предположить, что причина заключается как в возрасте ответивших, так и в накоплении проблем в экономике и моральном состоянии общества в середине XX – начале XXI в.

Большая склонность представителей поколения Z к оправданию нарушения норм морали и права в экономике повышает риск утаивания налогов, что может привести к росту экономической преступности. Эти риски особо актуальны для Украины. Предвидя в том числе и эти факторы, представители власти разных стран пытаются ускоренно вводить системы контроля поведения населения через тотальную цифровизацию, что порождает уже риски для безопасности и свободы личности. Например, китайская «система социального кредита» (социального доверия), которую уже назвали «кошмаром Дж. Оруэлла».

2. Представители поколения Z характеризуются такими качествами, как личностный индивидуализм и эгоцентризм на фоне виртуального, но не реального коллективизма. Это ставит под вопрос эффективность командной работы, общения с клиентами, которые базируются на развитых коммуникативных навыках, умении слышать, чувствовать, понимать другого человека и востребованы в новой экономике.

Исследования ведущих мировых компаний, обобщенные в работах [5; 9; 11; 12], показывают возрастание значимости на рынке труда «мягких» качеств личности, в том числе таких как умение работать в команде, гибко реагировать на быстрые изменения внешнего мира, адаптироваться к ним, а также навыков социального служения. Слаженная командная работа критически необходима и для стабильного, эффективного функционирования СЭС разных уровней в усложняющемся современном мире. Ее отсутствие, соответственно, порождает риск нестабильности и неэффективности функционирования СЭС.

3. Новое поколение характеризует гедонизм, стремление к комфорту и спокойствию. Его представители считают, что трудности, которые встречаются в жизни и на работе, – признак неправильно выбранного пути, а успех ассоциируется с разнообразием жизни и удовольствия. При этом им свойственен отказ от постепенного движения к успеху, отсутствие терпения: им нужно получить все и сразу. По их мнению, работа должна приносить удовольствие, доход и не отнимать много времени и сил.

Следовательно, для представителей поколения Z невозможен напряженный труд, подлинное творчество, так как это находится за пределами зоны их личного комфорта. Все это ставит под сомнение возможность реализации сложных современных прорывных проектов во всех отраслях.

Кроме того, такие качества значительно снижают возможность эффективного обучения на протяжении жизни центениалов. Сложность реализации стратегии обучения на протяжении жизни для молодежи вступает в конфликт с ее необходимостью для реализации себя в условиях новой экономики. Это в любом случае уменьшает результативность всех образовательных методик, следовательно, финансирования программ обучения как работодателями, так и государством. В свою очередь, невысокая результативность обучения негативно скажется на качестве работы, принимаемых решений, функционирования СЭС разных уровней.

Стремление к комфорту и спокойствию, наряду со стремлением получить все и сразу, воздействует на предпринимательскую активность в реальном секторе и существующие бизнес-модели. Это может привести, с одной стороны, к низкому уровню бизнес-инициативы, а с другой – к вложению средств в спекулятивные проекты, приносящие быструю прибыль, а также негативно повлияет на развитие бизнеса в реальном секторе экономики и увеличит объемы финансовых спекуляций. Краткосрочные по отдаче от усилий и средств проекты для поколения Z будут доминантными.

Таковыми качествами поколения «цифровиков», как гедонизм, стремление к комфорту и спокойствию, можно объяснить и их отношение к работе.

В опросе WVS отношению к труду посвящены три вопроса. Результаты ответов по двум из них в соответствующей разбивке по поколениям представлены в табл. 6 и 7. Это отношение опрошиваемых к утверждениям «Работать – это долг человека перед обществом» и «Работа всегда должна быть на первом месте, даже если остается меньше свободного времени».

Согласны (ответы «полностью согласен» или «согласен») с тем, что труд – это долг человека перед обществом, 58,4% опрошенных представителей поколений Y и Z (IV группа) и 73,2% представителей Baby Boomers (см. табл. 6).

Еще больший разрыв наблюдается в ответах представителей этих поколений на вопрос о приоритетах «работа – свободное время». Если 53,65% представителей Baby Boomers считают, что на

первом месте должна быть работа, то среди поколений Y и Z (IV группа) таких всего 33,0% (см. табл. 7).

Эти результаты подтверждают такие характеристики поколений Y и Z (их большая выраженность по сравнению с представителями Baby Boomers), как индивидуализм, гедонизм, отсутствие видения общего будущего, своей ответственности за него и ответственности перед обществом в целом.

Таблица 6

**Межпоколенческий анализ отношения к утверждению
«Работать – это долг человека перед обществом», %**

Вариант ответа	Удельный вес респондентов, которые выбрали соответствующий ответ, по группам			
	15-24 года	25-34 года	35-54 года	55 лет и выше
Полностью согласен	19,20	18,90	21,56	29,17
Согласен	39,60	39,60	41,60	44,06
Частично согласен, а частично нет	21,30	22,00	19,86	15,97
Не согласен	15,00	14,70	12,96	8,33
Полностью не согласен	5,00	4,70	4,02	2,37

Источник: составлено на основе данных WVS 2017-2020 гг.

Таблица 7

**Межпоколенческий анализ отношения к утверждению
«Работа всегда должна быть на первом месте, даже если остается меньше свободного времени», %**

Вариант ответа	Удельный вес респондентов, которые выбрали соответствующий ответ, по группам			
	15-24 года	25-34 года	35-54 года	55 лет и выше
Полностью согласен	9,80	10,10	12,53	19,62
Согласен	23,20	23,50	26,17	34,03
Частично согласен, а частично нет	25,90	23,10	23,03	21,99
Не согласен	29,80	31,30	29,33	20,05
Полностью не согласен	11,20	12,00	8,94	4,36

Источник: составлено на основе данных WVS 2017-2020 гг.

А по каким критериям выбирает работу молодежь в Украине? Чтобы показать отношение к работе украинских «цифровиков», использованы результаты общенационального опроса «Украинское поколение Z: ценности и ориентиры» [8].

Согласно опросу при выборе работы молодежь прежде всего руководствуется экономическими мотивами. Среди факторов, которые считаются наиболее важными при выборе работы, на первом месте доход (96% опрошенных считают это важным), далее – стабильность (94%), возможность достижения определенных целей (84%), карьерные возможности (82%) и работа в приятном коллективе (82%). А вот на последних позициях социальные факторы и мотивация служения. Так, возможность сделать что-либо ценное для общества очень важным считают лишь 38% респондентов, а работу с людьми – 42% [8, с. 79].

Неготовность молодого поколения нести социальную нагрузку вступает в конфликт с увеличивающейся социально-экономической нагрузкой на молодежь и людей среднего возраста в связи с ухудшающейся демографической ситуацией в развитых странах и Европе в целом.

Экономическая нагрузка – это прежде всего повышение налогов на работающих, в том числе для увеличивающихся пенсионных и социальных выплат. Социальная нагрузка – помощь нетрудоспособным членам общества, количество которых в развитых странах будет значительно увеличиваться. С этим связана перспективность экономики ухода, для участия в которой нужны работники, обладающие не только здоровьем и соответствующими навыками, но и мотивацией служения. Эта же мотивация, как отмечают эксперты, будет очень важна и для успешной работы компаний других секторов, поскольку в условиях технически усложняющегося мира как никогда необходима взаимопомощь. Однако достаточно большая часть молодежи, во-первых, не готова нести груз ответственности, а во-вторых, жертвовать своим свободным временем. То есть найти работников для экономики служения и осуществления сложной работы, требующей таких качеств, как ответственность, взаимопомощь, трудолюбие, готовность пожертвовать своими интересами, временем ради помощи другому, в любых отраслях будет не так просто [9].

Какие риски возникают для работодателя в связи со всеми вышеописанными особенностями отношения поколения Z к труду? Во-первых, снижение уровня ответственности приводит к значительному сокращению жизненного цикла работы сотрудника на предприятии. Во-вторых, мутация двух важнейших для работы факторов (ответственность и трудовой распорядок) уже привела к порождению на рынке труда нового явления под названием *ghosting* – резкое прекращение трудовых отношений с бывшим работодателем

без предупреждения или объяснения причин, игнорирование попыток выйти на связь. В-третьих, работодатели должны быть готовы к тому, что соискатели нового поколения будут нацелены на поиск работы, приносящей максимальную прибыль и отнимающей как можно меньше времени от их личной свободы [11].

4. Поколение центениалов ищет себя и считает важным получать новый опыт и яркие впечатления, при этом они не привязаны к коллективу, месту работы и жительства и потому мобильнее – набравшись опыта, они легко прощаются с коллективом, со средой, с городом. Эти качества наряду со стремлением к комфорту, успеху, отсутствием терпения приведут к высокой текучести кадров на рабочих местах и нестабильности рынка труда.

Кроме того, короткий горизонт планирования, вытекающий из перечисленных качеств, а также желание получить все и сразу неизбежно повлияет на процесс накопления. Уже сейчас у поколения центениалов практически отсутствует стремление к формированию сбережений, что может привести к истощению одного из ключевых источников формирования долгосрочных инвестиций. А это, в свою очередь, угроза для финансирования крупных инвестиционных проектов в реальном секторе экономики.

Дополнительные риски создаются и для классической пенсионной системы, в которой о новых пенсионерах, уходящих с рынка труда, заботятся люди нового возрастного поколения, пришедшие на него [10]. Сложившаяся система оказывается под угрозой не только по причине демографических сдвигов, но и другой мотивации нового поколения, что препятствует ее эффективному функционированию в рамках долгосрочного периода.

Актуальной в связи с процессом цифровизации и роботизации становится проблема безработицы. А готово ли новое поколение братья за любую работу и нести на себе груз безработицы других, соответственно обеспечивая стабильные отчисления в бюджет? На этот вопрос точного ответа пока нет. Но, учитывая все перечисленные качества «цифровиков», можно утверждать, что это зона повышенного риска.

Сниженный мобилизационный потенциал, затрудненность преодоления кризисных ситуаций, перехода к качественно новой модели развития, требующей напряженной, коллективной работы, неготовность нести социальную нагрузку – все это риски ценностно-мотивационного портрета представителей нового поколения.

5. Когнитивные характеристики поколения Z являются абсолютно противоположными по сравнению с теми требованиями, которые предъявляет к ним новая социально-экономическая система [5; 9; 12-17]. Клиповость и фрагментарность мышления, поверхностность, соответственно отсутствие глубинного и системного (понятийного) мышления, несосредоточенность внимания и короткая память – все эти качества не дают возможности ориентироваться в турбулентной среде, сложной экономической производственной ситуации, составлять сценарии ее развития и предвидеть последствия принимаемых решений для предприятия, коллектива, лично для себя, принимать сложные взвешенные решения (табл. 8). Это существенно снижает возможности подготовки управленческих кадров для социально-экономических систем всех уровней, начиная с предприятия и заканчивая государством, приводит к уменьшению эффективности функционирования социально-экономических систем, создавая риск потери их управляемости. Корпорации и государства в таких условиях будут вести борьбу за таланты.

Таблица 8

Необходимые в современном производстве и управлении когнитивные навыки и характеристики цифрового поколения

Необходимые	Реальные
Аналитическое, глубинное, системное мышление; умение работать с большими массивами информации (структурировать, строить связи, выделять главное и т.п.)	Отсутствие логического мышления; клиповое, фрагментарное, поверхностное мышление
Творческое, критическое мышление	Шаблонность, стереотипность, алгоритмичность
Способность к обучению на протяжении жизни	Слабо развитая способность к обучению на протяжении жизни
Внимательность, сосредоточенность, память	Несосредоточенность внимания, короткая память

В рамках данного исследования сосредоточено внимание на критических характеристиках молодого поколения, которые способны вызвать революционные изменения. Подчеркнуто, что ценностно-мотивационный портрет нового поколения и, соответственно, его социально-экономическое поведение могут привести существенные риски в сложившуюся модель социально-экономического развития социально-экономических систем разных уровней.

Однако надо понимать, что такие характеристики цифрового поколения возникли не сами по себе, но «созданы» в том числе предыдущими поколениями. Поэтому уже сейчас необходимо изменять ситуацию, принимая правильные управленческие решения на всех уровнях.

Выводы. Итак, в социально-экономическую сферу жизни общества стремительно входит новое поколение, которое называют поколением «цифровиков», или поколением Z. Его характеристики существенно отличаются от характеристик предыдущих поколений по ценностно-мотивационным, социально-поведенческим, когнитивным аспектам. Это доказывают как социологические опросы и иные исследования (психологов, педагогов, врачей), так и реальная практика поведения представителей данного поколения в жизни.

На основе данных Мирового и Европейского исследования ценностей выделена 31 страна Западной и Православной цивилизаций; проведен анализ отношения представителей разного поколения к соблюдению некоторых моральных и правовых норм в социально-экономической сфере, а также к работе.

Установлено, что молодое поколение более склонно к нарушению норм морали и права в социально-экономических отношениях, менее мотивировано в работе к социальной ответственности, служению и сконцентрировано на материальной выгоде, соблюдении собственных интересов, комфорте.

Изменение портрета нового поколения является функцией деградации культуры, воспитания, образования. Влияет на него и увеличивающееся время жизни в цифровом пространстве. Как результат, изменение моделей социально-экономического поведения молодежи. И это не случайные отклонения, которые можно откорректировать при помощи известных инструментов, а глобальные тренды. Экономическое поведение формирующегося поколения сильно отличается от ранее существующих, что может привести существенные риски в сложившуюся модель социально-экономического развития как государства в целом, так и отраслей, предприятий в частности. Но современные социально-экономические институты не готовы к таким изменениям и преодолению рисков.

Системные изменения необходимы в:

государственной национальной доктрине, в том числе духовно-культурного, духовно-интеллектуального и социально-экономического развития, путем формулировки новых целей-ценностей и инструментов развития общества;

социально-экономической политике государства в направлении усиления регулирующей роли государства в управлении социально-экономической системой путем реализации соответствующей налогово-бюджетной, инвестиционной политики, а также регулирования рынка труда;

моделях и системе образования в целом с целью формирования иного ценностно-мотивационного портрета новых поколений и адаптации существующих к стремительным и глубинным изменениям внешней среды;

подходах к формированию и обмену опытом по поводу поиска новых моделей развития и управления в условиях системных изменений с учетом междисциплинарного, межкорпоративного, межгосударственного диалогов, синтеза науки и практики, активного участия работодателей.

Главной заботой государства, духовной и интеллектуальной элиты, управленцев, работодателей должно стать обеспечение условий для формирования и развития каждого человека как личности и профессионала.

Литература

1. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. Publisher: Quill; Reprint edition (September 30). 1992. 544 p.
2. Spitznagel E. Generation Z is bigger than millennials – and they're out to change the world. New York Post. URL: <https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>.
3. Ernst & Young LLP. Rise of Gen Z: New Challenge for Retailers. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/digital/ey-rise-of-gen-z-new-challenge-for-retailers.pdf.
4. Deloitte. Welcome to Generation Z. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf>.
5. Kompaniets V., Polevaya V., Poliakova E. Shramenko E. Readiness of workers for a new economy in condition of systemic changes (man – technologies – economy). SHS Web Conf. 2019. Vol. 67. Fifteenth Scientific and Practical International Conference “*International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics*” (NTI-UkrSURT 2019). doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706028>.
6. 30 фактов о современной молодежи: исследование Сбербанка и Validata. URL: <https://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi/>.
7. World Values Survey. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>.
8. Українське покоління Z: цінності та орієнтири. Результати загальнонаціонального опитування. URL: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_ukr_inet-1.pdf.
9. Компаниец В.В., Полевая В.В. О рисках для социально-экономических систем в связи с изменением ценностно-мотивационного портрета нового поколения работников. *Финансы, экономика, стратегия*. 2019. Том 16, № 3. С. 12-16.

10. Башина О.Э., Васютина Е.С., Матраева Л.В. Трансформация экономической и трудовой модели поведения современной молодежи в условиях становления цифрового общества. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-ekonomicheskoy-i-trudovoy-modeli-povedeniya-sovremennoy-molodezhi-v-usloviyah-stanovleniya-tsifrovogo-obschestva>.

11. Компанієць В.В., Крацер В.В. Ставлення до праці представників різних поколінь і ризики роботодавців у зв'язку зі зміною цінностей (за результатами опитувань World Value Survey). *Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання*: тези доповідей за матеріалами Міжвуз. наук.-практ. конф. (м. Харків, 26 листопада 2020 р.). Харків, 2020. С. 55-57.

12. Дьюик К., Уорд Э., Гнизи Э., Бос М. Вредный зов: как даже выключенный смартфон мешает вашему мозгу. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/issledovaniya/p26501/>.

13. Курпатов А. Четвертая мировая война. Будущее уже рядом. URL: <https://www.livelib.ru/book/1002142858/quotes-chetvertayamirovaya-vojna-budushee-uzhe-ryadom-andrej-kurpatov>.

14. Carr N. How Smartphones Hijack Our Minds. *The Wall Street Journal*. URL: <https://www.wsj.com/amp/articles/how-smartphones-hijack-our-minds-1507307811>.

15. Ясюкова Л.А. Изменение структуры интеллекта подростков с 1990 по 2020 годы. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/4345-yzmenenye-struktury-yntellekta-podrostkov-s-1990-po-2020-hody>.

16. Ясюкова Л.А. Разрыв между умными и глупыми нарастает. URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/04/1207437.html>.

17. Ясюкова Л.А. В быстро меняющемся мире нужно понятийное мышление. URL: <https://psy.su/feed/8101/>.

References

1. Howe, N., Strauss, W. (1992). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Publisher: Quill; Reprint edition.

2. Spitznagel, E. Generation Z is bigger than millennials – and they're out to change the world. *New York Post*. Retrieved from <https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>.

3. Ernst & Young LLP. Rise of Gen Z: New Challenge for Retailers. Retrieved from https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/digital/ey-rise-of-gen-z-new-challenge-for-retailers.pdf.

4. Deloitte. Welcome to Generation Z. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf>.

5. Kompaniets, V., Poleyaya, V., Poliakova, E. Shramenko, E. (2019). Readiness of workers for a new economy in condition of systemic changes (man – technologies – economy). *SHS Web Conf. Vol. 67. International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics: Proceedings of the Fifteenth Scientific and Practical International Conference*. doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706028>.

6. 30 faktov o sovremennoy molodezhi: issledovanie Sberbanka i Validata [30 facts about today's youth: a study by Sberbank and Validata]. (2017). Retrieved from <https://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi/> [in Russian].

7. World Values Survey. Retrieved from <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>.

8. Ukrainske pokolinnia Z: tsinnosti ta oriientyry. Rezultaty zahalnonatsionalnoho opytuvannia [Ukrainian Generation Z: values and guidelines. Results of a nationwide survey]. (2017). Retrieved from http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_ukr_inet-1.pdf [in Ukrainian].

9. Kompaniyets, V.V., Polevaya, V.V. (2019). O riskakh dlya sotsial'no-ekonomicheskikh sistem v svyazi s izmeneniyem tsennostno-motivatsionnogo portreta novogo pokoleniya rabot-nikov. Finansy, ekonomika, strategiya [About the risks for socio-economic systems in connection with a change in the value-motivational portrait of a new generation of workers]. *Finansyi, ekonomika, strategiya – Finance, economics, strategy*, Vol. 16, No. 3, pp. 12-16 [in Russian].

10. Bashina, O.E., Vasyutina, E.S., Matraeva, L.V. (2018). Transformatsiya ekonomicheskoy i trudovoy modeli povedeniya sovremennoy molodezhi v usloviyah stanovleniya tsifrovogo obschestva [Transformation of the economic and labor model of behavior of modern youth in the conditions of the formation of a digital society]. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-ekonomicheskoy-i-trudovoy-modeli-povedeniya-sovremennoy-molodezhi-v-usloviyah-stanovleniya-tsifrovo-go-obschestva> [in Russian].

11. Kompaniyets, V.V., Kratser, V.V. (2020). Stavleniia do pratsi predstavnykh riznykh pokolin i ryzyky robotodavtsiv u zviazku zi zminoiu tsinnosti (za rezultatamy opytuvan World Value Survey) [Attitudes of different generations towards work and employers' risks due to changes in values (according to the World Value Survey)]. *Aktualni pytannia orhanizatsii ta upravlinnia diialnistiu pidpriemstv u suchasnykh umovakh hospodariuvannia – Current issues of organization and management of enterprises in modern business conditions*: Abstracts of reports on the materials of the Interuniversity Scientific and Practical Conference (pp. 55-57). Kharkiv [in Ukrainian].

12. Dyuik, K., Uord, E., Gnizi, E., Bos, M. Vrednyiy zov: kak dazhe vyiklyuchennyiy smartfon meshaet vashemu mozgu [Harmful call: how even a switched off smartphone interferes with your brain]. (n.d.). Retrieved from <https://hbr-russia.ru/innovatsii/issledovaniya/p26501/> [in Russian].

13. Kurpatov, A. (2019). Chetvertaya mirovaya vojna. Budushee uzhe ryadom [The fourth world war. The future is near]. Retrieved from <https://www.live-lib.ru/book/1002142858/quotes-chetvertaya-mirovaya-vojna-budushee-uzhe-ryadom-andrej-kurpatov> [in Russian].

14. Carr, N. How Smartphones Hijack Our Minds. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/amp/articles/how-smartphones-hijack-our-minds-1507307811>.

15. Yasyukova, L.A. Izmeneniye struktury intellekta podrostkov s 1990 po 2020 gody [Change in the structure of the intelligence of adolescents from 1990 to 2020]. (n.d.). Retrieved from <https://osvitanova.com.ua/posts/4345-yzmeneniye-struktury-yn-tellekta-podrostkov-s-1990-po-2020-hody> [in Russian].

16. Yasyukova, L.A. Razryv mezhdumymnyimi i glupymi narastayet [The gap between smart and stupid is growing]. (n.d.). Retrieved from <http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/04/1207437.html> [in Russian].

17. Yasyukova, L.A. V bystro menyayushchemsya mire nuzhno ponyatiynoye myshleniye [A rapidly changing world requires conceptual thinking]. (n.d.). Retrieved from <https://psy.su/feed/8101/> [in Russian].

Надійшла до редакції 07.12.2020 р.