

Поколение Z: кто придет на смену Цукербергу и Дурову?

Ученики старших классов и студенты первых курсов через несколько лет станут новым поколением предпринимателей. Одни называют их прирожденными бизнесменами, другие критикуют за нарциссизм и отсутствие интереса к карьерному росту. Вместе с экспертами попытались разобраться, как постмиллениалы будут вести дела.

По [Виктор Сикирин](#) - 18.07.2018

356 0

Эксперты:

Андрей Макаров — д. ф. н, профессор ВолГУ, занимается изучением поколения Z

Ирина Ишмуратова — основатель и руководитель проекта [«Школа Будущего Банкира»](#)

Прагматичные романтики

Поколение Z, постмиллениалы или просто зеты — первое по-настоящему цифровое поколение. Андрей Макаров отмечает, что единого мнения о границе поколения нет: самые старшие родились в 1994 году; но ряд исследователей подчеркивает, что они сильно отличаются от родившихся после 2000 года.

«Главный фактор, определивший взгляд постмиллениалов на мир — разнообразная, увлекательная и фрагментированная виртуальная реальность», отмечает эксперт. Зеты не знают мира без интернета, планшетов и смартфонов. «Зеты работают на свой имидж, они сами себе продюсеры. Почти каждый ведет блог и публично выступает. Они старательно развиваются персональные бренды в соцсетях, но не всегда могут им соответствовать», — говорит Ирина Ишмуратова.

Еще один важный фактор, повлиявший на мировосприятие поколения Z, помимо развития технологий — социальные и экономические потрясения. Постмиллениалы на Западе видели последствия мирового экономического кризиса, на российских отразились 90-е годы. Они видели, как родители пытаются преодолеть кризис и борются с безработицей. В России зеты — первое поколение, которое никогда не жило при СССР и для которого капиталистические ценности естественны.

МНЕНИЯ О ПОКОЛЕНИИ Z ПОЛЯРНЫ: ОДНИ ОБВИНЯЮТ ИХ В НАРЦИССИЗМЕ И ЭГОИЗМЕ, ДРУГИЕ ВЫСОКО ОЦЕНИВАЮТ ИХ СТРЕМЛЕНИЕ К РАБОТЕ РАДИ ОБЩЕЙ ПОЛЬЗЫ.

Самым старшим представителям поколения сейчас 24 года, поэтому говорить о них что-то конкретное пока рано. Постмиллениалы — это поколение романтиков, которое искренне считает себя прагматичным, полагает Андрей Макаров. «Постмиллениалов невозможно заставить что-то сделать только потому, что так надо. Им нужна мотивация. Они все время задают главный вопрос — Зачем?», добавляет Ирина Ишмуратова.

Ученики Ирины умеют работать с банковскими картами и счетами на бирже (зарегистрированными на родителей).

«МНОГИЕ РЕБЯТА УЖЕ В 10-12 ЛЕТ ЗАПУСКАЮТ ПРОСТЕНЬКИЕ БИЗНЕСЫ ЧЕРЕЗ МЕССЕНДЖЕРЫ, А В 18-19 ЛЕТ ОТКРЫВАЮТ МАГАЗИНЫ, СОЗДАЮТ БОТОВ», — ГОВОРИТ ИРИНА ИШМУРАТОВА.

По ее словам, большинство учеников — дети из семей со средним достатком, в которых родители понимают ценность финансовой грамотности.

Поколение Z готово работать, если дело им по душе: ради опыта они становятся волонтерами и стажерами. «Между развлечениями и подработками они выбирают второе. Я бы посоветовала предпринимателям присматриваться к сегодняшним школьникам, ездить по олимпиадам, устраивать конкурсы и брать на работу самых перспективных», — советует Ишмуратова.

Мотивация важнее денег

Представители поколения Z столкнутся с высокой текучкой кадров: и как сотрудники, и как работодатели. Они не дорожат карьерой в традиционном для предыдущих поколений смысле этого слова. Приоритеты постмиллениалов — саморазвитие, психическое и физическое здоровье, счастье. Они не боятся увольнения, не хотят сидеть в офисе, не держатся за «хорошее место».

Карьера рост и деньги — не лучшая мотивация для зетов. Они стремятся делать то, что любят, и ценят в компании развитую корпоративную культуру.

ЭТО ПОКОЛЕНИЕ ГОТОВО К СВЕРХУРОЧНОЙ РАБОТЕ, НО ТОЛЬКО ЕСЛИ ОНА БУДУТ ИНТЕРЕСНОЙ. ПОСТМИЛЛЕНИАЛЫ ОТРИЦАЮТ ТРАДИЦИОННУЮ ИЕРАРХИЮ, ДОСТИЖЕНИЯ ДЛЯ НИХ ВАЖНЕЕ ВОЗРАСТА И ОПЫТА.

Многие выбирают горизонтальный карьерный рост, стремясь не к высокой должности, а к повышению мастерства.

Зеты хотят изменить мир и пытаются справиться с глобальными проблемами: социальным и экономическим неравенством, проблемами экологии, терроризмом. Поэтому они предъявляют высокие требования к этике бизнеса и персональной ответственности.

«Польза и самореализация для них гораздо важнее денег. Когда зеты повзрослеют и обзаведутся семьями, их ценности станут более приземленными. Но пока при выборе профессии они в первую очередь ориентируются на свои интересы и мечты», говорит Ирина Ишмуратова.

Поколение гиперопеки

Представители поколения Z независимы и часто не подпускают близко к себе других людей, чтобы не разочароваться в них. «Привязанность к людям и несвобода от них — главные страхи поколения Z. Их основная проблема — дезориентация в социальных отношениях: с родителями, университетом и даже сверстниками. Они крайне индивидуализированы», — подчеркивает Андрей Макаров.

У многих постмиллениалов наблюдаются проблемы с эмоциональным интеллектом: они плохо понимают мотивы тех или иных поступков, им сложно общаться «вживую». Интернет — неотъемлемая часть их повседневной жизни: здесь они покупают товары, общаются и создают проекты. В то же время, у поколения Z востребованы и коллективные формы деятельности — например, [краудфандинг](#) или ICO. При развитии бизнеса постмиллениалы готовы к сотрудничеству, решают важные вопросы лицом к лицу и поощряют индивидуальность в коллективах.

Еще одна уязвимость поколения, о которой говорят эксперты, — взросление в условиях гиперопеки и родительского контроля. Путь большинства постмиллениалов (особенно если речь идет о среднем классе) заранее расписан: кружки, спорт, дополнительное образование. Зачастую они несамостоятельны и ждут указаний, как им поступить.

ЧЕРТЫ ПОКОЛЕНИЯ Z В РОССИИ ПОЗВОЛЯЮТ ПРЕДПОЛОЖИТЬ, ЧТО ОНИ БУДУТ СОСРЕДОТОЧЕНЫ НА РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА. ЗЕТЫ ЖИВУТ В УСЛОВИЯХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ И ВЫСОКОГО СПРОСА НА ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРОФЕССИИ. ОНИ ПОНИМАЮТ, ЧТО АВТОМАТИЗАЦИЯ ВО МНОГОМ БУДЕТ ОПРЕДЕЛЯТЬ ДАЛЬНЕЙШИЕ КАРЬЕРНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ.

Российским зетам очень важна семья: многие росли в неполных семьях. Среди их финансовых целей — обеспечить не только себя, но и близких. Постмиллениалы не верят рекламе, а полагаются на мнения друзей и авторитетов — например, блогеров или экспертов. Социальный маркетинг обращает внимание зетов на небольшие и локальные компании.

Ирина Ишмуратова полагает, что поколение Z создаст в России активный класс мелких предпринимателей. «У нас есть ученики, которые мыслят очень глобально. Для них Сбербанк или Сколково, с которыми мы сотрудничаем — это мелко и провинциально, они хотят большего. Но гораздо больше тех, кто хочет создавать небольшие проекты и доводить их до совершенства. Они хотят создать что-то уникальное: пусть небольшое, но свое. Например, могут неделями выбирать какие розы будут расти у них на заправке, чтобы именно эта заправка была лучшей», заключает эксперт.