РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

АДАПТАЦІЯ УНІВЕРСИТЕТІВ ДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ПОКОЛІННЯ Z ДЛЯ ПРИЙДЕШНЬОЇ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

THE ADAPTATION OF UNIVERSITIES TO THE PECULIARITIES OF GENERATION Z STUDENT TRAINING FOR FUTURE KNOWLEDGE ECONOMY

У статті висвітлюється проблема адаптації закладів вищої освіти до потреб навчання сучасного цифрового покоління студентів в контексті майбутньої економіки – економіки знань. Вказується на підвищення вимог до молодих фахівців під впливом швидкого розвитку науки і техніки, стрімких процесів інформатизації суспільства. Нове покоління Z, яке виросло під час буму цифрових технологій, кардинально відрізняється від попередніх поколінь. Розглядаються особливості та характерні риси сучасного покоління студентів, наводиться узагальнений перелік особливостей сучасних студентів, які відносяться до покоління Z. Перед закладами вищої освіти виникає завдання пошуку нових підходів до організації навчально-виховного та наукового процесів, застосування таких методів викладання і такої моделі навчального процесу, які будуть найбільш ефективними і які сприятимуть дієвій мотивації студентів. Показано, що при навчанні студентів покоління Z, неможна та й неможливо змушувати їх працювати в режимі, який суперечить їх природі. Університети мають адаптувати навчальний, виховний та науковий процеси до особливостей нового покоління, їх способів сприйняття інформації, схильностей, щоб, використовуючи їх кращі риси, готувати фахівців, які відповідають вимогам майбутньої економіки. При визначенні шляхів мотивації покоління Z до навчання доцільно спиратися на його особливості. Врахування цих особливостей і відображення їх в таких формах навчання та виховання, які були б зрозумілі студентам і відповідали б їх особливостям, повинно становити основу мотивації для навчання, яка в подальшому має розвиватися. Це дасть змогу поступово все більше привчати молодь і до традиційних способів навчання, які не втратили своєї актуальності.

Ключові слова: заклади вищої освіти, університети, адаптація університетів, покоління Z, особливості покоління Z, студенти, навчальний процес, мотивація, економіка знань.

В статті освещается проблема адаптации высших учебных заведений с потребностями обучения современного цифрового

поколения студентов в контексте грядущей экономики – экономики знаний. Указывается на повышение требований к молодым специалистам под влиянием быстрого развития науки и техники, стремительных процессов информатизации общества. Новое молодое поколение Z, выросшее во время бума цифровых технологий, кардинально отличается от предыдущих поколений. Рассматриваются особенности и характерные черты современного поколения студентов, приводится обобщенный перечень особенностей современных студентов, которые относятся к поколению Z. Перед вузами возникает задача поиска новых подходов к организации учебно-воспитательного и научного процессов, применение таких методов преподавания и такой модели учебного процесса, которые будут наиболее эффективными и способствующие эффективной мотивации студентов. Показано, что при обучении студентов поколения Z, нельзя и невозможно заставлять их работать в режиме, который противоречит их природе. Университеты должны адаптировать учебный, воспитательный и научный процессы с особенностями нового поколения, их способов восприятия информации, склонностей, чтобы, используя их лучшие черты, готовить специалистов, отвечающих требованиям грядущей экономики. При определении путей мотивации поколения Z к обучению целесообразно опираться на его особенности. Учет этих особенностей и отражения их в таких формах обучения и воспитания, которые были бы понятны студентам и отвечали бы их особенностям, должны составлять основу мотивации для обучения, которая в дальнейшем должна развиваться. Это позволит постепенно все больше привучать молодежь и к традиционным способам обучения, которые не потеряли своей актуальности.

Ключевые слова: высшие учебные заведения, университеты, адаптация университетов, поколение Z, особенности поколения Z, студенты, учебный процесс, мотивация, экономика знаний.

УДК 005.96

<https://doi.org/10.32843/bses.56-1>

Ломоносова О.Е.

к.е.н., доцент,
завідувач кафедри економіки
Херсонська філія
Національного університету
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Lomonosova Oksana

Kherson Branch
Admiral Makarov National University
of Shipbuilding

The article focuses on the problem of adaptation of higher education institutions to the educational needs of the modern digital generation of students in the context of the future economy known as the knowledge economy. It is pointed out that the requirements for young specialists are increasing under the influence of the rapid advance of science and technology and the digitalization of society. The new generation Z, which grew up during the digital boom, is radically different from the previous generations. The peculiarities and characteristics of the modern generation of students are considered, the generalized list of these peculiarities of generation Z students is given. Higher education institutions face the task of finding new approaches to the organization of educational and scientific processes, the use of the most efficient teaching methods, and the educational process model that will contribute to the efficient motivation of students. It is shown that when teaching students of generation Z, it is impossible to force them to work in a mode that contradicts their nature. Universities must adapt educational, upbringing, and research processes to the peculiarities of the new generation, their ways of perceiving information, inclinations, to use their

best features, to train specialists who meet the requirements of the future economy. While determining the ways of the motivation of generation Z to study, it is advisable to rely on its peculiarities. These peculiarities and reflecting them in the forms of education and upbringing that would correspond to them should be the basis of motivation for learning, which should evolve. It will enable to gradually accustom more and more young people to traditional ways of learning that have not become obsolete. The problems that occur in the students' education and their motivation to study, in our opinion, do not indicate a decrease in the interest of the current generation in higher education, but, above all, the shortcomings in the organization of the educational process in higher education. Universities increasingly face the task of adapting to new requirements due to the need to train specialists in the knowledge economy and adaptation to the new generation of students belonging to generation Z. For this purpose it is advisable to classify the generation Z characteristic features and peculiarities and to select the most acceptable teaching methods and specific types of motivation for each of their groups, types, etc.

Key words: institutions of higher education, universities, adaptation of universities, generation Z, peculiarities of generation Z, students, educational process, motivation, knowledge economy.

Постановка проблеми. У цей час заклади вищої освіти опинилися у вкрай скрутному стані у зв'язку з демографічною кризою, фінансовими обмеженнями, погіршенням стану економіки, який додатково ускладнюється проблемами, що виникли внаслідок розповсюдження коронавірусної інфекції, при нагальній необхідності покращення якості підготовки фахівців. Це суттєво ускладнює роботу університетів, які крім адаптації до тривалих фінансових обмежень, нових вимог ринку праці тощо додатково змушені реагувати на нові реалії сучасності та посилення вже відомих проблем.

Водночас, слід враховувати, що нова роль університетів у світі, а це безперечно стосується й українських закладів вищої освіти, вимагає від них не просто адаптації, пристосування до нових вимог на існуючому рівні, а й забезпечення інноваційного розвитку, підготовки сучасних фахівців, орієнтованих на створення економіки знань. Це означає необхідність здійснювати попереджуючу адаптацію до вимог майбутньої економіки. При підготовці сучасних фахівців слід враховувати, що вони мають бути орієнтованими на роботу в умовах цифрової економіки і готові розбудовувати її.

Але і сама молодь, яка приходить до закладів вищої освіти суттєво відрізняється від минулих поколінь. У теперішній час, як зауважує М.М. Ковальов, «вчити потрібно покоління Z, яке народилося в епоху Інтернету і освоїло навички пошуку контенту, що цікавить, раніше, ніж дізналося букви і цифри» [6, с. 37]. Це також змушує університети адаптувати навчальний, виховний та науковий процеси до особливостей підростаючого покоління, оскільки перевиховувати їх, підлаштовуючи під традиційні методи навчання, дуже складно і вкрай недоцільно.

Метою освіти, у тому числі і вищої, є всебічний розвиток людини. Саме людина являє собою найвищу цінність суспільства і саме на виявлення, розкриття та розвинення її здібностей та здатностей, хисту та потенціалу, прихованих можливостей мають бути спрямовані навчально-виховний та науковий процеси у закладах вищої освіти. Тому навчальна, наукова та організаційна робота зі студентами повинна виходити не тільки з необхідності набуття ними передбачених освітніми програмами компетенцій. Необхідно вибудовувати її так, щоб

були враховані особливості нового покоління студентів і розкриті найкращі їх риси, які відповідають тенденціям розвитку цифрової економіки, що дасть змогу підвищити рівень мотивації студентів до навчання та суттєво покращити результативність підготовки фахівців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання встановлення особливостей покоління Z, яке також називають цифровим поколінням або поколінням фіджитал, в останній час привертають до себе все більшу увагу. Характерні риси покоління Z, місце та особливості взаємодії з ним в діловому середовищі з позицій теорії поколінь Хоува і Штрауса аналізують І.І. Толстікова та Р.І. Маміна. Ними визначені ціннісні орієнтири та поведінкові моделі покоління Z [10].

Колот А.М., Герасименко О.О. показують, що покоління Z у більшій мірі відповідає соціально-трудовій платформі «Праця 4.0», яка є новою моделлю праці та зайнятості, що адекватна платформі «Індустрія 4.0». Вона є більш привабливою та прийнятною «для покоління Z, аніж для інших поколінь, у контексті адаптації до змін, які в координатах нової економіки стають не винятком, а нормою» [8, с. 105].

Зрозуміло, що не меншу цікавість визивають і проблеми, пов'язані з навчанням та вихованням нового цифрового покоління, визначенням особливостей реформування освітнього процесу в сучасній вищій школі в контексті економіки знань, мотивації студентів до знань. Цим питанням також присвячена значна кількість публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

Відмітні риси сучасного покоління студентів, його переваги та недоліки, специфічні потреби та особливості організації освітнього процесу в сучасних умовах розглядаються у статті М.М. Ковальова [6]. Є.А. Зеленов також аналізує переваги та недоліки покоління Z. Він зауважує на несучасність того досвіду, який мають попередні покоління, і наголошує на необхідності модернізації навчального процесу з урахуванням особливостей цифрового покоління [5]. Зарубіжний досвід модернізації навчально-виховного процесу у закладах вищої освіти аналізує О. Гук [4].

Деякі конкретні рекомендації щодо спілкування з представниками покоління Z наводяться в статті Н.В. Білої [1]. В [2] Н.В. Біла та О.С. Пермякова цю ж тему доповнюють освітніми технологіями, які

доцільно використовувати для навчання нового покоління.

Значна увага приділяється дослідженню проблем мотивації студентів до навчання. Наприклад, Л.Б. Гнездилова та М.А. Гнездилов систематизували фактори мотивації студентів у закладах вищої освіти [3]. Питання мотивації навчальної діяльності студентів у процесі викладання дисциплін розглядають також Н. Кравчук і О. Коваль [4], Н.М. Тимошук [15] тощо.

В Україні в останні часи проведена ціла низка різноманітних емпіричних досліджень, спрямованих на вивчення мотивації студентів до навчання, до здобуття вищої освіти, до вступу до закладів вищої освіти тощо. Зокрема, О.А. Хомерікі з метою виявлення мотивації до навчання провела анкетування 450-ти студентів Національного авіаційного університету, які навчалися за різними спеціальностями та курсами. Були встановлені основні мотиви, які розподілені на пізнавальні (власний розвиток, пізнання нового, невідомого, сумісна діяльність разом з іншими і для інших;), соціальні (розуміння необхідності навчання для подальшого життя, процес навчання як можливості спілкування, соціальної взаємодії) та меритократичні групи мотивів (мотив успіху). Останній, як показало дослідження, виявився найбільш розповсюдженим [16].

Г.П. Рекун та Ю.І. Прус на основі проведення анкетування 50-ти студентів Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, що навчалися за напрямом підготовки «Менеджмент», виявили основні групи мотивів, які були поділені на зовнішні та внутрішні [12]. У першій групі переважали такі мотиви як престиж, авторитет закладу вищої освіти, отримання інтелектуального задоволення, бажання самовдосконалення, можливість знайти цікаву та високооплачувану роботу. У другій групі домінували інтерес до професії, прагнення отримати вищу освіту з метою самореалізації та відкриття в майбутньому власної справи.

Практичні результати визначення рівня мотивації студентів Дніпропетровського національного університету, які також були отримані методом анкетування 60-ти студентів, що навчалися на факультеті прикладної математики, наводить Г.І. Скороход. На основі аналізу були зроблені висновки, що у перші роки навчання для студентів вкрай важливими є педагогічні, а не наукові здібності. Тому доцільним є здобуття частиною викладачів наукових ступенів в галузі педагогічних наук [13].

Однак, незважаючи на теоретичну та практичну значимість цих, а також інших публікацій, до цього часу багато питань адаптації навчального, виховного та наукового процесів до нових реалій з урахуванням особливостей покоління Z, яке, як ми сподіваємося, буде працювати в умовах нової

економіки з'ясовані не повністю. Не до кінця вияснені і питання, що стосуються мотивації студентів цифрового покоління до опанування фаховими знаннями, необхідними у майбутній професійній діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення шляхів адаптації закладів вищої освіти до особливостей підготовки фахівців, яким прийдеться працювати в умовах діджиталізації економіки, з урахуванням специфічних рис, притаманних сучасній цифровій молоді.

Виклад основного матеріалу. Дослідження мотивів і стимулів людини до знань проводилося на основі аксіоматичного твердження, що людина має природний, споконвічний потяг до знань, а також виходячи з припущень щодо її мотивів і стимулів, до яких віднесені такі.

1. Основними зовнішніми факторами формування мотивів до знань певного покоління людей є особливості відповідного даному поколінню періоду та стану розвитку соціально-економічної сфери суспільства.

2. Специфіка відповідного етапу розвитку соціально-економічної сфери суспільства визначають умови соціально-економічної діяльності суб'єктів господарювання та зумовлюють, детермінують їх вимоги до професійних компетентностей фахівців – учасників соціально-виробничих процесів. У сфері професійної діяльності формуються відповідні вимоги до компетентностей фахівців за функціями, робочими місцями та визначаються стимули досягнення цих компетентностей.

3. Освітньо-наукова сфера суспільства створює умови для отримання членами суспільства сучасних знань, формує організаційну систему надання освітніх послуг та через систему забезпечення рівнів та якості освіти створює суспільно значиму систему стимулів до знань. Пропозиції освітньо-наукової сфери формуються з урахуванням когнітивних та інших особливостей відповідної групи споживачів освітніх послуг.

4. Внутрішня мотивація людини до знань розвивається під впливом отриманої нею інформації щодо імперативів і детермінант розвитку суспільства, його соціально-економічної сфери, сучасних вимог виробництва, робочих місць, розуміння напрямків їх майбутнього розвитку та з урахуванням власних уподобань, схильності до того чи іншого виду діяльності.

5. Завдання формування мотивації до навчання для системи освіти означає, перш за все, усвідомлення університетами того, як створити умови, в яких людині захочеться вчитися, розвивати природні потреби у знаннях і перетворювати їх у соціально набуті потреби, до яких вона прагне.

Узагальнена схема факторів формування мотивів і стимулів людини до знань та їх реалізація наведена на рис. 1.

Рис. 1. Формування мотивів і стимулів людини до знань та їх реалізація

Джерело: авторська розробка

Аналіз публікацій у науковій літературі вказує на однаковість думки дослідників: сучасне суспільство знаходиться на шляху до нового рівня свого розвитку. І це не просто еволюційних шлях. Професор Принстонського університету Гарольд Джеймс наприкінці 2019 року у статті «Новий антикапіталізм», відзначає, що «в цей час ми переживаємо найдраматичніші технологічні та економічні перетворення в історії людства. Ми також спостерігаємо зменшення підтримки капіталізму у всьому світі». Підкреслюючи їх значимість він задає питання про те, чи не пов'язано саме з цим «зменшення підтримки капіталізму у всьому світі» [17].

Радикальні зміни у світі відбуваються надзвичайно високими темпами. Це пов'язано з такими особливостями сучасного розвитку суспільства як інформатизація виробництва та усього життя, становлення економіки знань, зростання ролі людського чинника виробництва.

Людина постає перед фактами накопичення та руху великої кількості інформації. Розвиток науки прискорюється, спостерігається «обвальне» нарощування знань. Загальновідомо, що період подвоєння обсягу наукової інформації та знань у XX столітті становив приблизно 50 років. В останній час цей період він скоротився до 5 років.

У зв'язку з цим, виникла ціла низка проблем. Сучасна людина не в змозі охопити існуючий обсяг інформації, її постійне накопичення та безперервний рух. Надлишок інформації ставить суттєві перепони в її сприйнятті. Незважаючи на появу і швидкий розвиток потужної комп'ютерної техніки та розгалуженого інформаційного середовища з системами баз даних і знань, існує багато обмежень для безперешкодного доступу до потрібної інформації.

В таких умовах молодій людині, яка намагається визначити своє майбутнє, зокрема і в професійній діяльності, зорієнтуватися досить складно. В її життєвому виборі можуть не допомогти і поради батьків. Одне з пояснень цього полягає в тому, що старші покоління, як правило, свою професію обирали один раз і на все життя. У теперішній час, в умовах швидкого старіння знань і постійного їх оновлення, появи нових професій, ситуація їх з вибором і зміною кардинально змінилася. Все частіше стає складно визначити, які знання скоро можуть стати незатребуваними, а що саме може знадобитися для успішного кар'єрного зростання в майбутньому. Виникає потреба у постійному вишукуванні нових необхідних знань, необхідність у неперервній освіті.

Ці, а також деякі інші особливості сучасного суспільного й економічного розвитку, зумовлюють нові вимоги до знань людини, у тому числі і професійних. Домінанти формування професійних якостей фахівців в умовах інформатизації суспільства, становлення економіки знань та реалі-

зації парадигми сталого розвитку, а також методологічні засади організації процесу підготовки фахівців, професійні якості яких відповідатимуть вимогам недалекого майбутнього, наводяться багатьма авторами. Ретельно розглянуті вони, наприклад, у [7, с. 16–55].

Причинно-наслідкові зв'язки між проявами особливостей сучасного стану і тенденцій розвитку економіки, її вимог до компетентностей фахівців і діями, вчинками абітурієнта, студента у процесі навчання ми розглядаємо як його мотивацію до навчання. Змінюються не тільки економіка, техніка та технології. Під впливом стрімкого прискорення науки і техніки, інформаційного стрибка, кардинальних змін у суспільстві швидко змінюється і сама людина. Аналіз літературних джерел свідчить, що сьогодні є достатньо публікацій щодо особливостей нинішнього покоління людей, у тому числі студентів закладів вищої освіти. Ці особливості мають враховуватися при оцінці потреб студентів у знаннях, визначенні способів їх задоволення, забезпечення якості освітніх послуг, а також при розробці заходів з підвищення вмотивованості студентів до знань.

Нове молоде покоління, яке виросло під час буму цифрових технологій, кардинально відрізняється від попередніх поколінь. Перед закладами вищої освіти виникає завдання пошуку нових підходів до організації навчально-виховного та наукового процесів, застосування таких методів викладання і такої моделі навчального процесу, які будуть найбільш ефективними і які сприятимуть дієвої мотивації студентів.

Сучасні студенти відрізняються від тих, що народилися до 1985 року, не тільки тим, що вони легко застосовують нові різноманітні технічні засоби збору, накопичення та обробки інформації. Це зовсім інші типи людей за психологічними та іншими ознаками, що формують їх внутрішній світ і визначають способи взаємодії із зовнішнім оточуючим світом. В літературі йому дано назву «покоління Z». У процесі формування мотивації цього покоління до знань, створення стимулів до навчання необхідно враховувати, що для них характерні:

- прагнення отримувати найбільш коротку інформацію, бажано у наочному вигляді;
- нетерплячість, неухважність, зацифрованість;
- можливість концентруватися лише на короткий період часу;
- неспроможність здійснювати самостійний аналіз;
- бажання досягти швидкого успіху без особливих зусиль та отримання тривіальних задовольств;
- нехтування онлайн-реєстраціями, приписами, інструкціями, попередженнями й інструктажами, навіть стислими та нескладними;
- нерозлучність зі смартфоном.

Покоління Z «виросло» на відеороликах з YouTube, завдяки яким можна навчитися ледь не всьому, у тому числі і обраній професії. Вони вважають, що можуть нею опанувати практично самостійно, розраховуючи тільки на деякі консультації викладача.

До позитивних рис можна віднести характеристики, надані цим «цифровим студентам» професором менеджменту канадського університету Торонто Д. Скотом. До них відносяться:

- свобода самовираження;
- можливість налаштовувати і персоніфікувати цифрові технології під свої смаки;
- можливість знайти будь-яку інформацію і більш глибоко її вивчити;
- чесність у взаємодії з іншими організаціями та людьми;
- отримання задоволення від роботи та навчання;
- співробітництво та взаємодія з іншими людьми за допомогою мережі;
- швидкість і оперативність у спілкуванні та пошуку відповідей;
- орієнтованість на інновації, пошук того, що є новим і кращим.

Представники покоління Z також відзначаються наявністю знань (нерідко – фрагментарних) і навичок, що дають змогу добре орієнтуватися в інформації, Інтернет, комп'ютерних програмах та іграх. Причому ці знання та навички часто є набагато більшими у порівнянні з досить значною частиною викладачів. Покоління Z бажає бути причетним до чогось значущого та важливого і при цьому не зацікавлено у вивченні глобальних проблем. До переваг його представників відноситься здатність займатися декількома справами одночасно. Вони мають високу персоналізацію власного іміджу. Для них має значення і назви посад, які вони зможуть зайняти після закінчення вишу, і шляхи розвитку кар'єри.

Швидкий темп життя та інформаційний стрибок призвели до значного утруднення вивчення (особливо ретельного) нової інформації. Сформувалася широка практика ознайомлення лише з поверхневими фактами. З'явилося, так зване кліпове (мозаїчно-кліпове) мислення, яке є своєрідним способом сприйняття інформації. Для нього характерні охоплення та фіксація різних сторін, ознак, властивостей, аспектів об'єктів, процесів або явищ і водночас не сприйняття або погане сприйняття зв'язків між окремими об'єктами або їх ознаками та властивостями.

Цікавим є те, що, як свідчать наші спостереження, ці риси стають притаманними не тільки молоді, а й людям старшого віку, у тому числі й викладачам вищої школи. В першу чергу, це стосується тих, хто багато працює в галузях, для яких характерним є швидкозмінюваність інформації.

Вони також намагаються отримати готові рішення з Інтернету, не дуже замислюючись над аналізом розглядуваних об'єктів, процесів та явищ.

Наведений нами перелік особливостей сучасного покоління студентів є узагальненням, зведенням результатів досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців. Цей перелік не є вичерпним. Обґрунтування цих та інших особливостей покоління Z можна знайти у працях М. Ковальова [6], Д. Такспотта [11], Д. Стіллмана [14] тощо.

При адаптації університетів до особливостей покоління Z, на наш погляд, як вихідні повинні бути прийняті такі передумови:

- вибір професії важливий, але вона обирається не на все життя і може бути змінена навіть у найближчому майбутньому;
- навчання має стати природним станом людини, яка протягом усього життя має поповнювати свої знання та навички;
- сучасна людина повинна вміти мислити системно, об'єднуючи знання з різних галузей та сфер, їй має бути притаманна здатність швидко орієнтуватися в нових для себе умовах, обираючи найкращі рішення в найкоротший час;
- для представників покоління Z важливо, щоб вони мали можливість спілкуватися один з одним, бачити свої досягнення та досягнення інших;
- сучасній людині необхідно мати, розвивати та вміти застосовувати підприємницькі навички.

Обізнаність студентів з найрізноманітнішою інформацією і практичними навичками та досвід її отримання знижує вмотивованість здобуття спеціальної професійної інформації, яка становить базові підвалини професії. М. Ковальов пише, що «існуюча освіта для цифрових людей, безумовно, застаріла: ці люди не хочуть заучувати вірші та переказувати зміст параграфів підручника» [6, с. 38]. За його словами сучасна молодь хоче «самостійно виконувати цікаві завдання, які до того ж не вимагають великих витрат часу. Крім того, для них важлива мотивація» [6, с. 38].

При навчанні студентів, що відносяться до покоління Z, неможна, а часто і просто неможливо змушувати їх працювати в режимі, який суперечить їхній природі. Університети мають адаптувати навчальний, виховний та науковий процеси до особливостей нового покоління, їх способів сприйняття інформації, схильностей, щоб, використовуючи їх кращі риси, готувати фахівців, які відповідають вимогам прийдешньої економіки.

При визначенні шляхів мотивації покоління Z до навчання доцільно спиратися на його особливості. Врахування цих особливостей і відображення їх в таких формах навчання та виховання, які були б зрозумілі студентам і відповідали б їх особливостям, повинно становити основу мотивації для навчання, яка в подальшому має розвиватися, щоб дати змогу поступово все більше привчати

молодь і до традиційних способів навчання, які не втратили своєї актуальності. Серед методів мотивації покоління Z до навчання, перш за все, слід виділити соціально-психологічні, які ґрунтуються на використанні соціальних інтересів і психологічних потреб студентів.

У зв'язку зі специфікою сприйняття інформації представниками покоління Z як засіб мотиваційного психологічного впливу, що дає змогу суттєво покращити розуміння навчального матеріалу, слід використовувати графічний матеріал. Особливо це стосується перших років навчання, коли доцільно у максимальному ступені застосовувати презентації з мінімумом тексту, інфографіку й ілюстрації, які забезпечують доступність інформації за один клік. Водночас необхідно поступово все більше наповнювати заняття та завдання текстовими матеріалами, доповненими різноманітними ілюстративними матеріалами. Це має бути спрямовано, крім іншого, на подолання однієї з негативних рис, що притаманна багатьом представникам молоді Z – виникнення значних утруднень при проведенні аналізу.

Враховуючи нетерплячість і непосидючість покоління Z, його здатність внаслідок своїх фізіологічних властивостей концентруватися лише на незначний період часу інформацію можна ділити на невеликі частини. Репродуктивні методи навчання доцільно обмежити, замінивши їх інтерактивними, вводячи ігрові елементи та елементи змагальності. Урізноманітненню занять і підвищенню цікавості до них буде сприяти проведення конкурсів, тестування тощо.

Велике значення має нова роль науково-педагогічних працівників, яка висуває підвищені вимоги до них. Тут необхідно виділити два основні моменти.

По-перше, покоління Z не дуже сприймає авторитети та ієрархію, для нього є незрозумілим і далеким авторитарний стиль керівництва. Викладачі можуть досягти максимальних результатів, якщо стануть для студентів наставниками, комунікаторами, лідерами, не допускаючи при цьому панібратських відношень. Найбільш прийнятним уявляється коучинговий підхід, де панують демократична атмосфера, довіра, співробітництво. Викладачам важливо розуміти особливості сучасного покоління, не боротися, а спиратися на них, вибудовуючи зі студентами партнерські відносини. Для студентів надзвичайно можливим є усвідомлення корисності того, чим вони займаються в університеті. Партнери-викладачі мають довести до них необхідність оволодіння пропонованим матеріалом, навичками, які знадобляться у майбутньому.

По-друге, науково-педагогічні працівники для кращого розуміння студентів повинні бути не тільки обізнані з сучасними інформаційними тех-

нологіями, а і працювати з різними, хоча б професійними програмами, вільно орієнтуватися в Інтернет, користуватися різними месенджерами (Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Skype тощо), володіти навичками роботи з сучасними девайсами та гаджетами. Це дає змогу викладачам більш повно відчувати дух часу, а також використовувати новітні форми репрезентації інформації для візуалізації навчального та наукового матеріалу, включення ігрових методик, різноманітних квестів, проведення вебінарів тощо. Корисною уявляється підтримка листування між студентами та науково-педагогічними працівниками щодо виконання завдань, цікавих елементів лекцій, курсових і дипломних робіт, особливо з урахуванням схильності молоді до такої форми спілкування.

Командна робота, співробітництво з викладачами і між собою разом зі сприятливим мотиваційним кліматом спонукатимуть студентів докладати максимуму зусиль для досягнення поставленого результату. Водночас з метою додаткового мотивування доцільно надати студентам максимальну самостійність у виконанні завдань. Встановлення вільного графіку виконання завдань і самостійний вибір студентами зручного для них місця роботи, а також напіввільного графіку навчання з обов'язковим встановленням дат дедлайну теж сприятиме підвищенню ефективності їх навчання. Частина аудиторних занять і консультацій може бути замінена дистанційними.

Проблеми з концентрацією уваги у представників покоління Z пов'язується з їх бажанням як можна швидше досягти успіху. З цього випливає, що виконання студентами окремих етапів роботи, завдань мають бути винагороджені. Це може бути визнання успіху у вигляді публічного визнання досягнень та заслуг, першості в чомусь, надання особливого режиму роботи, присвоєння певних звань, наприклад, найкращий конструктор, програміст, візуалізація досягнутих результатів тощо. Навіть малі, але заздалегідь заявлені заохочення спроможні досягти змагальності, створити конкурентну атмосферу, підвищити вмотивованість до навчання.

Зауважимо, що у випускних класах середньої школи і на молодших курсах закладів вищої освіти вже навчається нове покоління, яке отримало назву «покоління Альфа». За своїми характеристиками й особливостями воно є більш складнішим у контексті мотивації до знань та навчання. Хоча саме тут необхідно замислитись над правомірністю визначення «складніше». Адже очевидним є те, що навчати людину будь-якого покоління завжди було, є і буде потрібним з обов'язковим врахуванням особливостей цього покоління. Тож правильнішим буде ставити питання відповідності цим особливостям навчальних програм, методів викладання, кваліфікації викладачів і т. д., що вимагає неперервної

адаптації університетів до вимог економіки знань та специфічних рис нових поколінь.

Висновки з проведеного дослідження. Проблеми, що мають місце при навчанні студентів та їх мотивації до навчання, на наш погляд, свідчать не про зниження інтересу сучасного покоління до вищої освіти, а, перш за все, про недоліки в організації навчального процесу у вітчизняних закладах вищої освіти. Перед університетами все у більшій мірі постає проблема адаптації як до нових вимог, зумовлених необхідністю підготовки фахівців для економіки знань, так і до нової генерації студентів, що відносяться до покоління Z. Для цього в подальшому доцільним уявляється здійснення класифікації характерних рис та особливостей покоління Z і підбір для кожної їх групи, виду тощо найбільш прийнятних методів навчання та конкретних видів мотивації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белая Н.В. Лидеры поколения Z: личностные особенности. *Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров* : материалы V Международного экономического форума / под ред. д.э.н. С.В. Лобовой, д.э.н. С.Н. Бочарова. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2018. С. 27–33.
2. Белая Н.В., Пермякова Е.С. Влияние поколения Z на трансформацию образовательных технологий : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы». 2018. С. 329–337.
3. Гнездилова Л.Б., Гнездилов М.А. Факторы, влияющие на развитие мотивации обучения студентов в вузе. *Концепт*. 2017. Т. 31. С. 1246–1250. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970264.htm> (дата звернення: 21.07.2020).
4. Гук О.Ф. Зарубіжний досвід модернізації навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2011. Вип. 13. С. 208–212.
5. Зеленев Є.А. Цифрове покоління: ризики, переваги, засоби взаємодії. *Духовність особистості: методологія, теорія, практика* : зб. наук. пр. Сєверодонецьк, 2018. Вип. 5 (86). С. 67–82.
6. Ковалев М.М. Образование для цифровой экономики. *Цифровая трансформация*. 2018. № 1 (2). С. 37–42.
7. Коваленко М.А. Ломоносова О.Е., Швороб Г.М. Методи викладання економіки у сучасній вищій школі : науково-методичний посібник. Херсон : Олдіплюс, 2019. 220 с.
8. Колот А.М., Герасименко О.О. Покоління Z і соціально-трудова платформа «Праця 4.0»: імперативи взаємодії. *Демографія та соціальна економіка*. 2020, № 2 (40). С. 103–138.
9. Кравчук Н.Я., Коваль О.Є. Методика викладання у вищій школі (мотивація навчальної діяльності) : матеріали методичного семінару «Мотиваційний підхід до організації навчального процесу у вищій школі». Тернопіль : ТНЕУ. 2011. 81 с.

10. Мамина Р.И., Толстикова И.И. Поколенческая проблематика в цифровую эпоху: философская проекция. *Дискурс*. 2019. № 5 (6). С. 29–41.

11. Такспотт Д. Поколение цифровой эпохи: как сетевое поколение изменяет мир. Москва : М. Grow-Hill. 2009. 392 с.

12. Рекун Г.П., Прус Ю.І. Діагностика навчальної мотивації студентів ЗВО. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 5. С. 386–394.

13. Скороход Г.И. Факторы, влияющие на мотивацию студентов к обучению. URL: <https://docplayer.ru/59946838-Faktoryvliyayushchie-na-motivaciyu-studentov-k-obucheniyu.html> (дата звернення: 21.07.2020).

14. Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / пер. Ю. Кондукова. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 272 с.

15. Тимошук Н. М. Ігрові форми на заняттях з іноземної мови як засіб підвищення мотивації студентів до вивчення економічного вокабуляру. *Економіка. фінанси. менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 2. С. 151–161.

16. Хомерікі О.А. Мотивація до навчання студентської аудиторії в умовах інформаційного суспільства: тенденції і перспективи. *Грані*. 2015. № 10. С. 88–92.

17. Harold James. The New Anti-Capitalism. *Project Syndicate*. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/new-anti-capitalism-china-rise-technology-by-harold-james-2019-11?barrier=accesspaylog> (дата звернення: 11.08.2020).

REFERENCES:

1. Belaya N.V. (2018) *Lideryi pokoleniya Z: lichnostnyye osobennosti. Ekonomicheskoe razvitie regiona: upravlenie, innovatsii, podgotovka kadrov* [Leaders of generation Z: personal characteristics. Economic development of the region: management, innovation, training] materialy V Mezhdunarodnogo ekonomicheskogo foruma / pod red. d.e.n. S.V. Lobovoy, d.e.n. S.N. Bosharova. Barnaul : Izd-vo Alt. un-ta, pp. 27–33.
2. Belaya N.V., Permyakova E.S. (2018) *Vliyaniye pokoleniya Z na transformatsiyu obr azovatelnykh tehnologiy* [Influence of Generation Z on the transformation of educational technologies] *Sbornik materialov Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnyim uchastiem «Upravlenie regionom: tendentsii, zakonomernosti, problemyi»*, pp. 329–337.
3. Gnezdilova L.B., Gnezdilov M.A. (2017) *Faktoryi, vliyayushchie na razvitie motivatsii obucheniya studentov v vuze* [Factors affecting the development of student learning motivation at the university]. *Kontsept*. T. 31, pp. 1246–1250. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970264.htm> (accessed 21 July 2020).
4. Huk O.F. (2011) *Zarubizhnyi dosvid modernizatsii navchalno-vykhovnoho protsesu u vyshchikh navchalnykh zakladakh* [Foreign experience of modernization of the educational process in higher educational institutions]. *Aktualni problemy sotsiologii, psikhologii, pedagogiki*. Vol. 13, pp. 208–212.
5. Zelenov Ye.A. (2018) *Tsyfrovo pokolinnia: ryzyky, perevahy, zasoby vzaiemodii* [Digital generation: risks, advantages, means of interaction]. *Dukhovnist osobystosti: metodolohiia, teoriia, praktyka*. Sieverodonetsk, Vol. 5 (86), pp. 67–82.

6. Kovalev M.M. (2018) Obrazovanie dlya tsifrovoy ekonomiki [Education for the digital economy]. *Tsifrovaya transformatsiya*, vol. 1 (2), pp. 37–42.
7. Kovalenko M.A., Lomonosova O.E., Shvorob H.M. (2019) Metody vykladannia ekonomiky u suchasni vyshchii shkoli : naukovo-metodychnyi posibnyk [Methods of teaching economics in modern higher school: scientific and methodical manual]. Kherson : Oldi-plus, 220 p. (in Ukrainian)
8. Kolot A.M., Herasymenko O.O. (2020) Pokolinnia Z i sotsialno-trudova platforma «Pratsia 4.0»: imperatyvy vzaiemodii [Generation Z and social and labor platform "Labor 4.0": imperatives of interaction]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*. Vol. 2 (40), pp. 103–138.
9. Kravchuk N.Ya., Koval O.Ye. (2011) Metodyka vykladannia u vyshchii shkoli (motyvatsiia navchalnoi diialnosti) [Methods of teaching in higher education (motivation of educational activities)] Materialy metodychnoho seminaru «Motyvatsiinyi pidkhid do orhanizatsii navchalnoho protsesu u vyshchii shkoli». Ternopil : TNEU, 81 p. (in Ukrainian)
10. Mamina R.I., Tolstikova I.I. (2019) Pokolenncheskaya problematika v tsifrovuyu epohu: filosofskaya proektsiya [Generational problems in the digital age: philosophical projection]. *Diskurs*. Vol. 5(6), pp. 29–41.
11. Takspott D. (2009) Pokolenie tsifrovoy epohi: kak setevoe pokolenie izmenyaet mir [Digital Generation: How Networked Generation is Changing the World]. Moskva : M. Grow-Hill, 392 p. (in Russian)
12. Rekun H.P., Prus Yu.I. (2015). Diahnostyka navchalnoi motyvatsii studentiv ZVO [Diagnosis of learning motivation of students ZVO]. *Aktualni problemy ekonomiky*. Vol. 5, pp. 386–394.
13. Skorohod G.I. Faktoryi, vliyayushchie na motivatsiyu studentov k obucheniyu [Factors influencing the motivation of students to learn]. URL: <https://docplayer.ru/59946838-Faktoryvliyayushchie-na-motivatsiyu-studentov-k-obucheniyu.html> (accessed 21 July 2020).
14. Stillman D. (2018) Pokolenie Z na rabote. Kak ego ponyat i nayti s nim obschiy yazyik [Generation Z at Work. How to understand him and find a common language with him] / per. Yu. Kondukova. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber, 272 p. (in Russian)
15. Tymoshchuk N.M. (2019) Ihrovi formy na zaniattiakh z inozemnoi movy yak zasib pidvyshchennia motyvatsii studentiv do vyvchennia ekonomich-noho vokabuliarii [Game forms in foreign language classes as a means of increasing student motivation to study economic vocabulary]. *Ekonomika. finansy. menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. Vol. 2, pp. 151–161.
16. Khomeriki O.A. (2015) Motyvatsiia do navchannia studentskoi audytarii v umovakh informatsiinoho suspilstva: tendentsii i perspektyvy [Motivation to teach student audiences in the information society: trends and prospects]. *Hrani*. Vol. 10, pp. 88–92.
17. Harold James. The New Anti-Capitalism. Project Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/new-anti-capitalism-china-rise-technology-by-harold-james-2019-11?barrier=accesspaylog> (accessed 11 August 2020).