

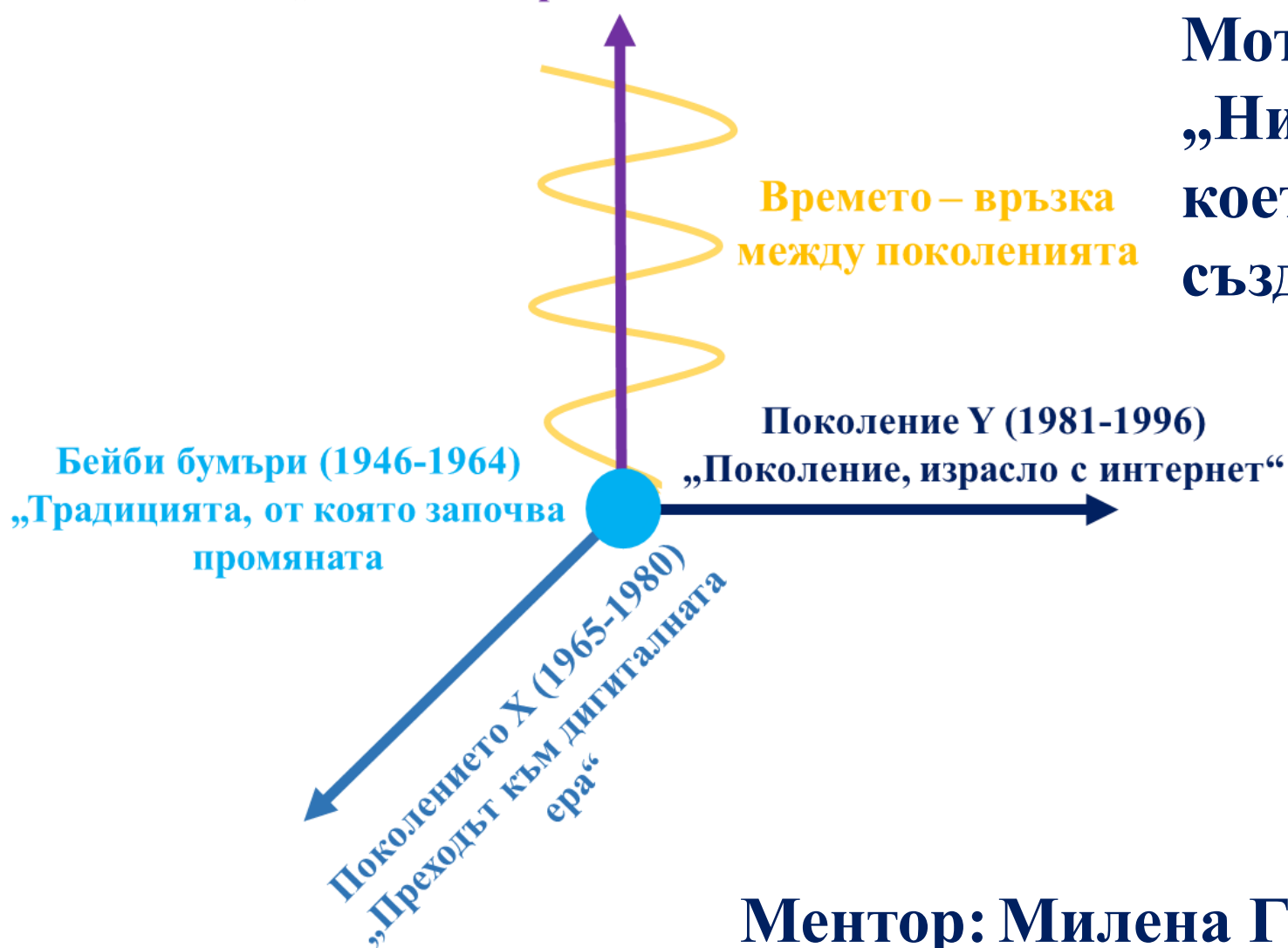
ЕВРОПЕЙСКА ОЛИМПИАДА ПО СТАТИСТИКА 2025

„Не можем да решим проблемите си с начина на мислене, с който сме ги създали“ – Алберт Айнщайн



ОТБОР: DREAM_TEAM
Категория Б
ПГИМ - гр. Пазарджик

Поколение Z (1997-2012)
„Новите лидери в дигиталния свят“



Мото:
„Ние сме поколението,
което не чака бъдещето -
създаваме го!“



**Променя ли света
поколението Z?**

Заглавие на филма:
„Engaging and Shaping Change“
Ангажираме и оформяме промяната

Ментор: Милена Гълъбинова

Членове на отбора:

Янислав Гърков 9.Е Красимир Папазов 9.Е Петър Петров 9.Е



eurostat

Основна цел, подцели и методи на изследването

Подцели:

- ❑ Да се анализира степента на използване на технологиите и дигитализацията от поколение Z в сравнение с по-старите поколения, както и спрямо средните стойности в Европейския съюз.
- ❑ Да се изследват промените на пазара на труда, свързани с навлизането на поколение Z - нови форми на заетост и дигитални професии, както и сравнение със средното ниво за ЕС.
- ❑ Да се анализира икономическата активност на поколение Z, включително инвестиционни практики, интерес към иновации и предприемаческа активност, в сравнение със средните стойности в ЕС.
- ❑ Да се анализира участието на поколение Z в социални инициативи, доброволчество и благотворителност чрез дигитални платформи – в България и в ЕС.
- ❑ Да се проследят новите образователни практики и участието на поколение Z в иновации и технологично развитие, сравнено с нивата в ЕС.

Методи и средства на изследването:

- ⦿ Анализ на статистически данни
- ⦿ Графично представяне чрез диаграми и инфографики
- ⦿ Сравнителен анализ
- ⦿ Анкетно проучване

Основна цел:

Да се проследи ролята на поколение Z като фактор за трансформации в съвременния свят и взаимодействието му с предходните поколения, със специален акцент върху влиянието на дигитализацията.

Изводи:

Поколение **Z** диктува темпото на дигиталната трансформация – в България и в ЕС, служейки като модел за адаптация на останалите поколения.

Дигитализацията – водеща сила в промяната на ежедневието

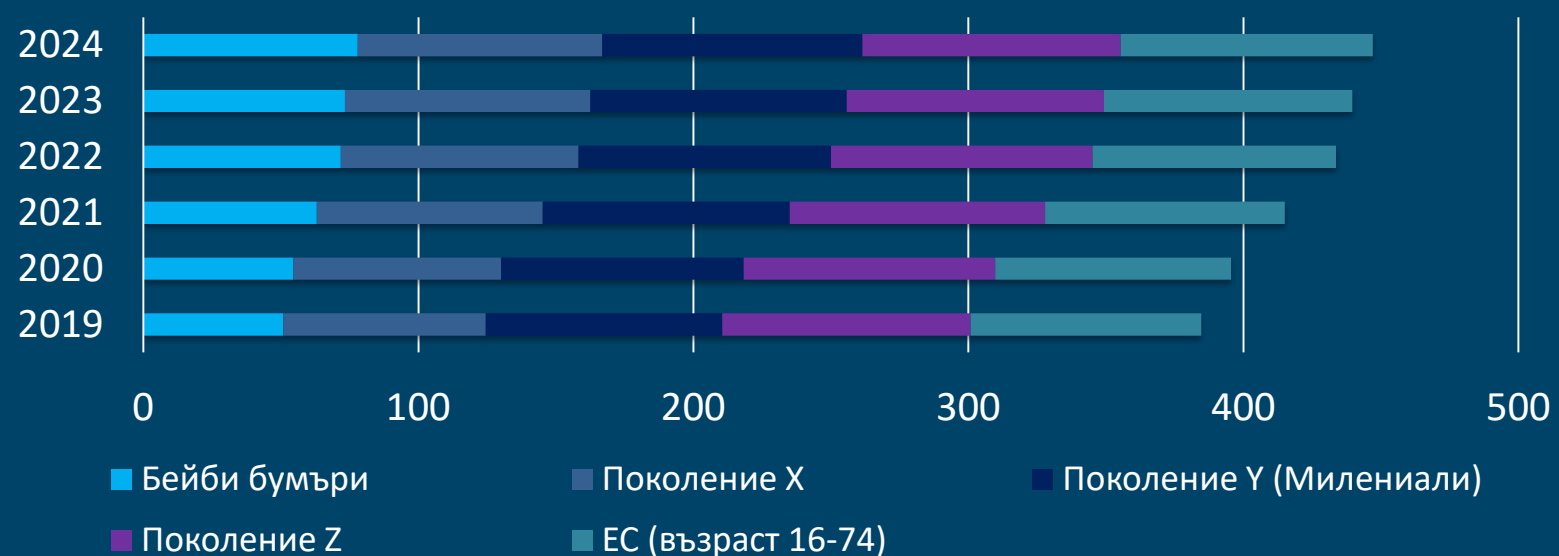
Поколение Z: Израснали с технологиите – най-висока дигитална грамотност. Използват интернет за образование, комуникация, работа и социални каузи. Предпочитат бърза, визуална и интерактивна комуникация (емоджита, мемета, видео съобщения). България е с високи нива, сравними с тези в ЕС, като при някои показатели ги надвишава.

Поколение Y: Приспособили се към технологиите, но не толкова активни в социалните мрежи като Gen Z. Активно използват онлайн курсове и дигитални инструменти за повишаване на квалификацията. Често участват в онлайн форуми, дискусии и мрежи за кариерно развитие. В ЕС стойностите са малко по-високи от тези в България.

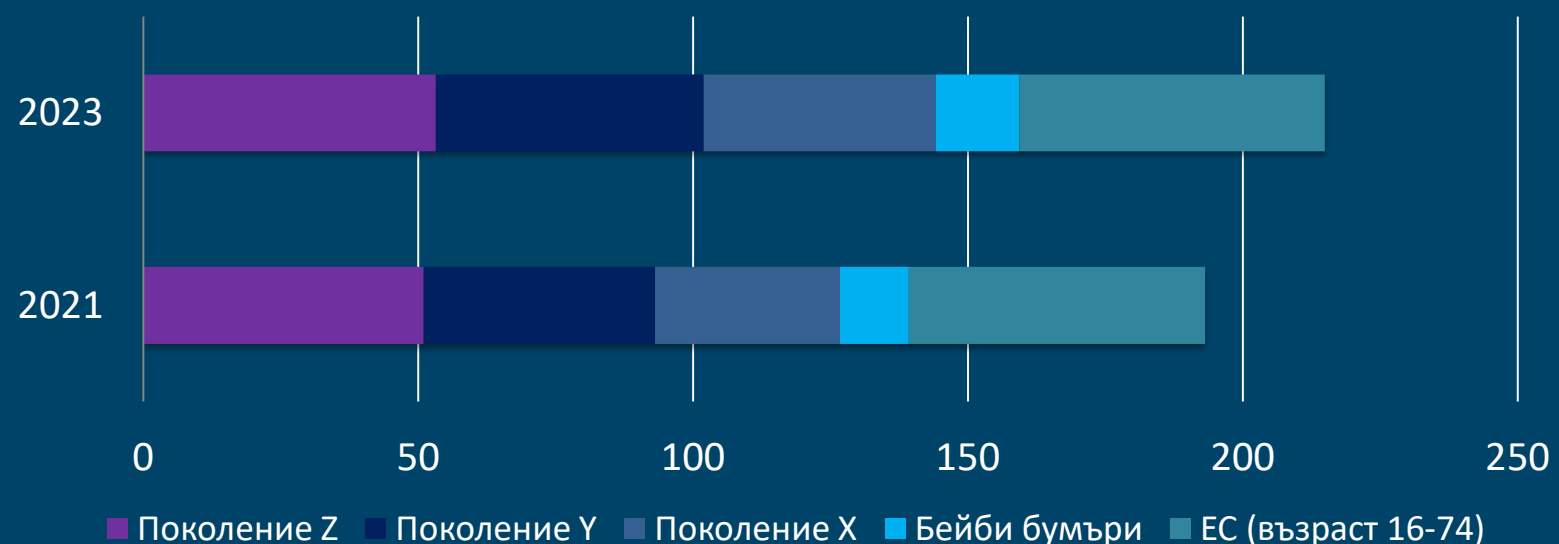
Поколение X: Научили се да използват технологиите в по-късен етап от живота си, но не си служат с тях с такава интензивност. Използват технологиите предимно за професионални цели – електронна поща, офис софтуер, видеоконференции. В България стойностите са близки до средните в ЕС.

Бейби бумъри: Използват интернет основно за информация и по-малко за социални мрежи и дигитална работа. Малък процент използва интернет за работа (например управление на финанси, онлайн банкиране). Изостават спрямо средните нива в ЕС.

Регулярно използване на интернет по поколения - в % (2019-2024)



Цифрови умения по поколения - в % (2021 и 2023)



Пазар на труда

Поколение Z: По-висока склонност към работа на свободна практика (freelance), дистанционна работа и стартъпи. Те ценят автономията, гъвкавото работно време и възможностите за баланс между професионалния и личния живот. България и ЕС са с много близки резултати.

Милениалите (поколение Y): Стремят се към стабилна кариера, но също така показват склонност към кариерна мобилност. За тях е важно работното място да предлага развитие и добър баланс между личен и професионален живот. Интерес към нови професии, включително дигитални. Подобни нива с ЕС.

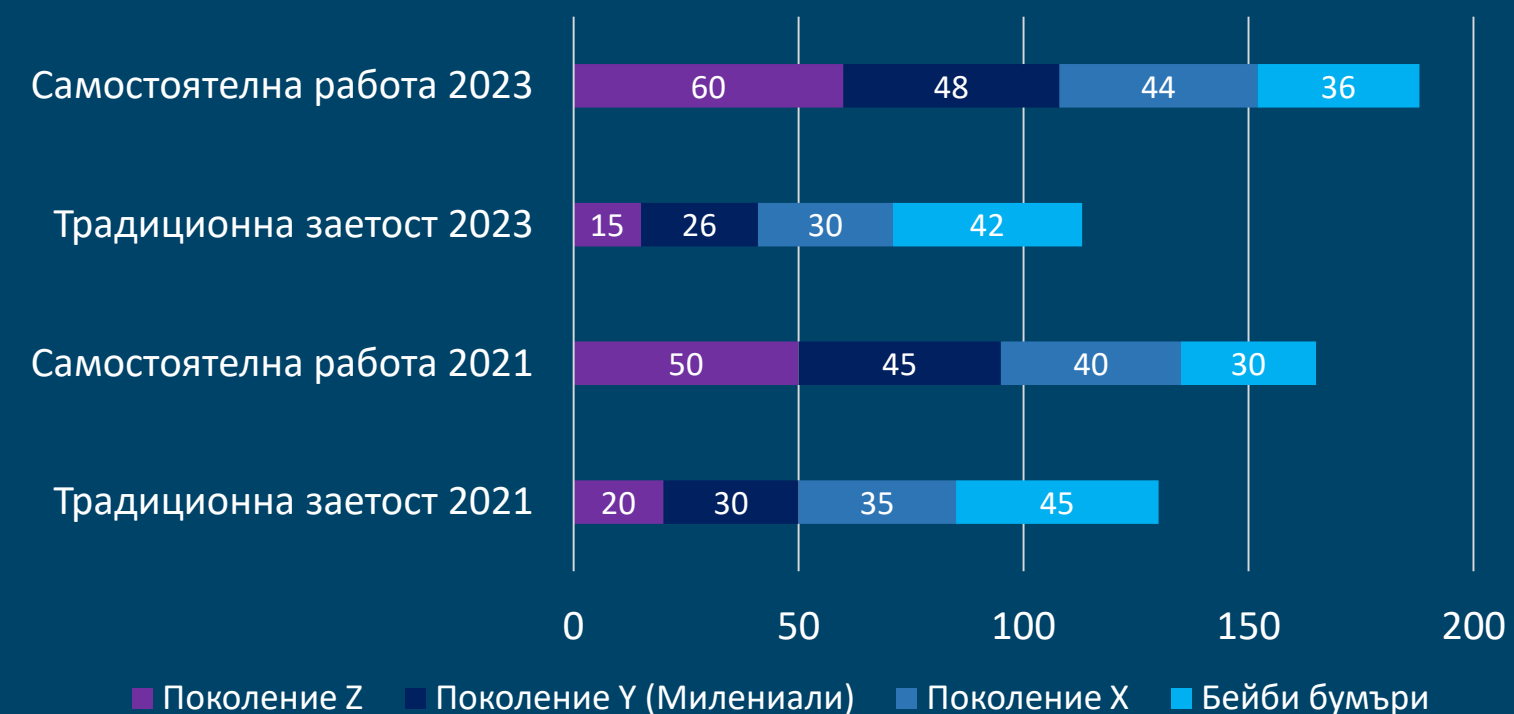
Поколение X: Отдава приоритет на сигурността и стабилността в работата. Те често заемат ръководни позиции и имат дългосрочна ангажираност към работодателите си. По-традиционен модел на работа – офис среда, структуриран работен ден. България е с леко изоставане спрямо ЕС.

Бейби бумърите: Най-склонни да останат в една и съща компания през цялата си кариера, ценят трудовата етика и традиционните кариерни модели. Консервативен модел на работа – фиксирано работно време, ясни отговорности и стабилни трудови договори.

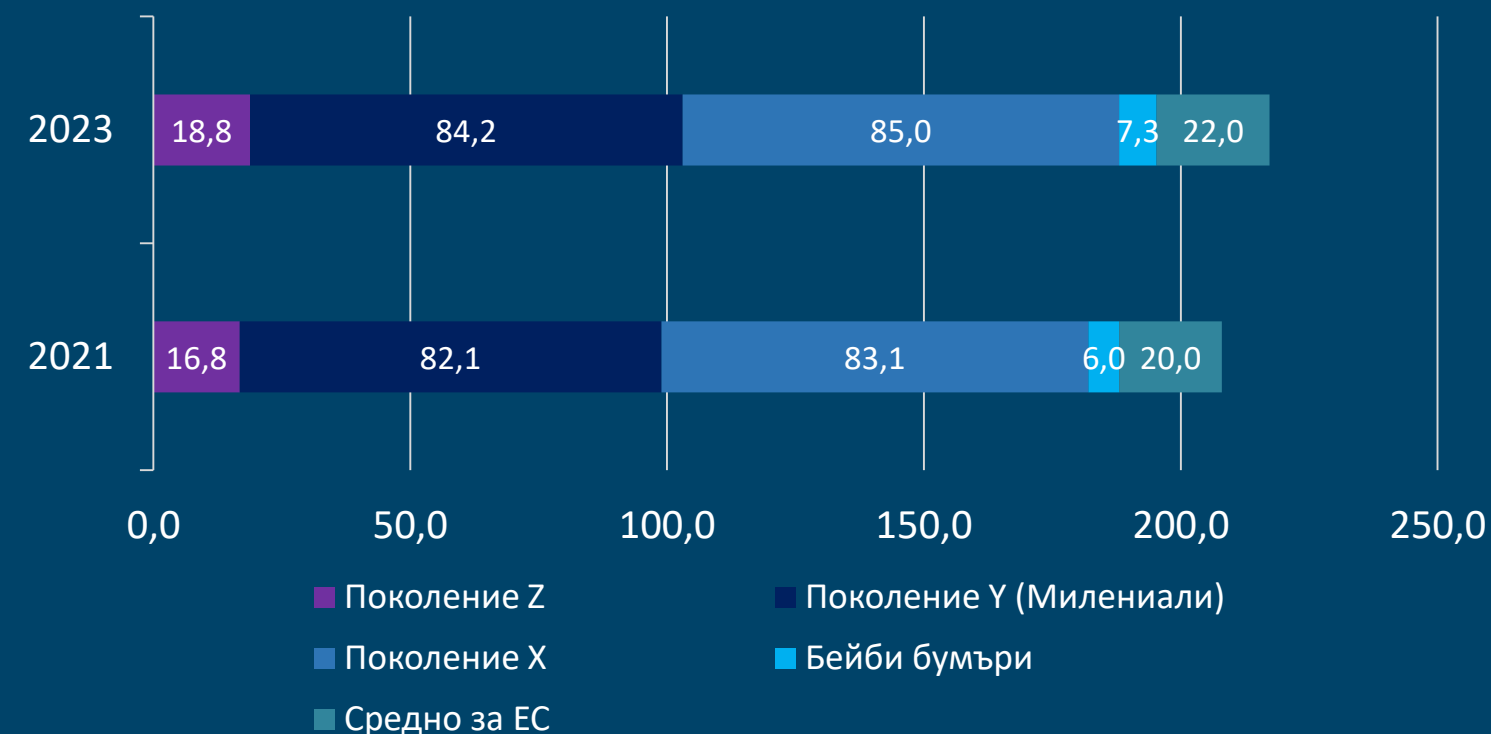
Извод:

Gen Z преоформя пазара на труда чрез иновации и дигитални умения – с темпове, съпоставими с тези в останалите страни от ЕС.

Разпределение на поколенията по типове работа - % (2021 и 2023)



Коефициент на заетост - % (2021 и 2023)



Извод:

Gen Z оформя новата икономическа култура чрез дигитални инвестиции и предприемачество – със сравними нива в ЕС.

Икономическа активност

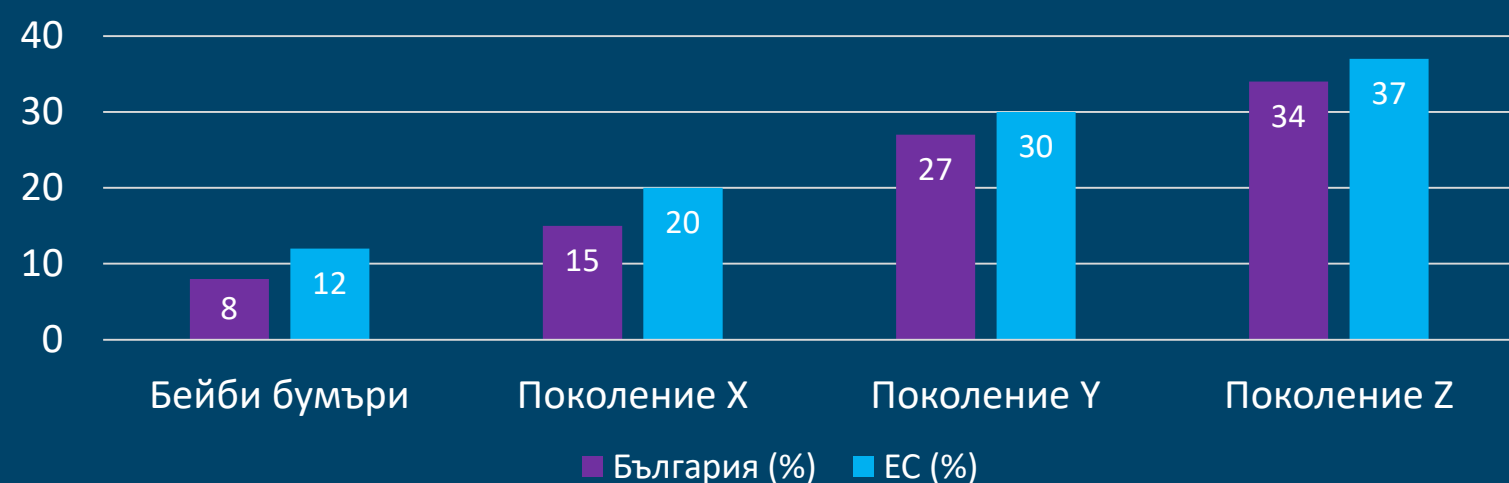
Поколение Z: Тепърва навлизат на пазара на труда – много от тях са студенти или работят почасово. По-малко склонни да спестяват – предпочитат да инвестират в себе си, преживявания и дигитални активи. Пазаруват основно онлайн – предимно чрез мобилни устройства и социални мрежи. Участието в стартиращи проекти в България расте и доближава средното за ЕС.

Милениалите (поколение Y): Основната работна сила в момента – най-активни на пазара на труда. Разделени между спестявания и инвестиции – търсят финансова стабилност. Предпочитат удобството – онлайн пазаруване, абонаментни услуги (Netflix, Spotify, Amazon Prime). Сходно поведение в България и ЕС – активни в стартъпи и технологии.

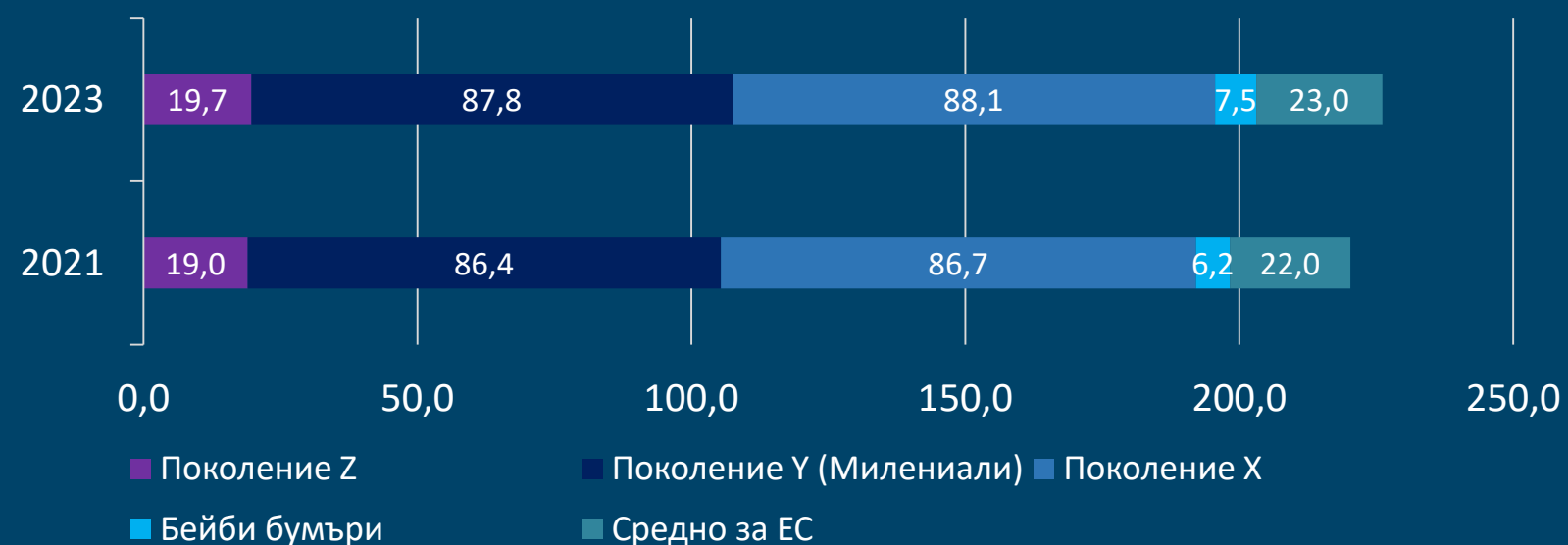
Поколение X: В разгара на професионалната си кариера – заемат ръководни и експертни позиции. Основен фокус върху дългосрочната финансова стабилност – спестявания, пенсионни фондове, застраховки. Балансират между традиционно и онлайн пазаруване – търсят качество и стойност.

Бейби бумърите: Все още активни на пазара на труда, но голяма част вече преминават към пенсиониране. Основно разчитат на пенсионни фондове, спестявания и инвестиции. Предпочитат физически магазини и традиционни методи за плащане. В България делът е по-нисък от ЕС.

Инвестиционно поведение по поколения - % (2023)



Коефициент на икономическа активност - % (2021 и 2023)



Социални инициативи

Поколение Z е най-ангажираното с екологичните проблеми поколение. Според проучвания в ЕС и България, над 60% от младите между 18-29 г. активно подкрепят екологични каузи и кампании. Активно участват в социални медии и кампании за повишаване на осведомеността относно климатичните промени и устойчивото развитие. В България нараства и се доближава до средното ниво за ЕС.

Милениалите също проявяват загриженост за околната среда, но са по-прагматични – те са склонни да подкрепят устойчиви продукти и екологични инициативи, ако това не натоварва прекомерно бюджета им. Често се ангажират с доброволчески дейности, но могат да бъдат по-прагматични в подхода си и да искат да видят директен резултат от своята подкрепа.

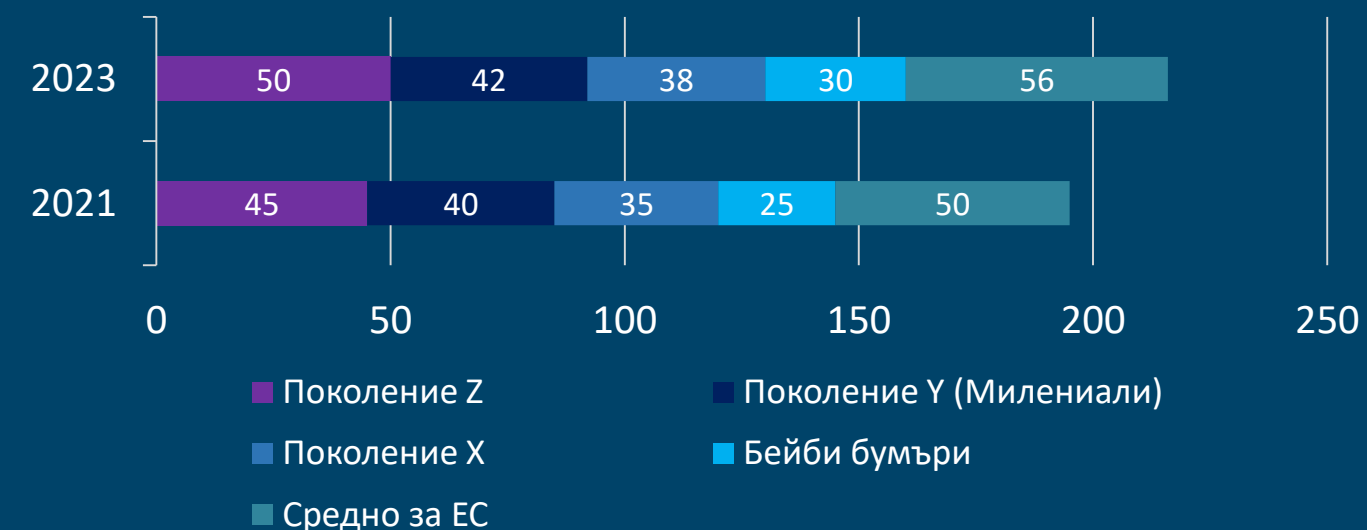
Поколение X започва да обръща внимание на устойчивостта, но за тях приоритет остават икономическите аспекти. Подкрепа за инициативи за безопасност на работното място и подобряване на условията за хората в нужда.

Бейби бумърите са най-малко ангажирани с екологични въпроси, като тяхната загриженост за околната среда е значително по-слаба от тази на по-младите поколения. Те предпочитат традиционни форми на ангажираност, като дарения, подпомагане на местни организации и участие във фондове за подпомагане на възрастни хора. В ЕС ангажираността е по-висока.

Извод:

Gen Z използва дигитални канали като средство за социална мобилизация – с потенциал, съизмерим с този в Европа.

Процент на поколение Z, участващо в благотворителни кампании спрямо другите поколения - % (2021 и 2023)



Степен на ангажираност с глобални проблеми (екология, социална справедливост) - % (2021 и 2023)



Образование и иновации

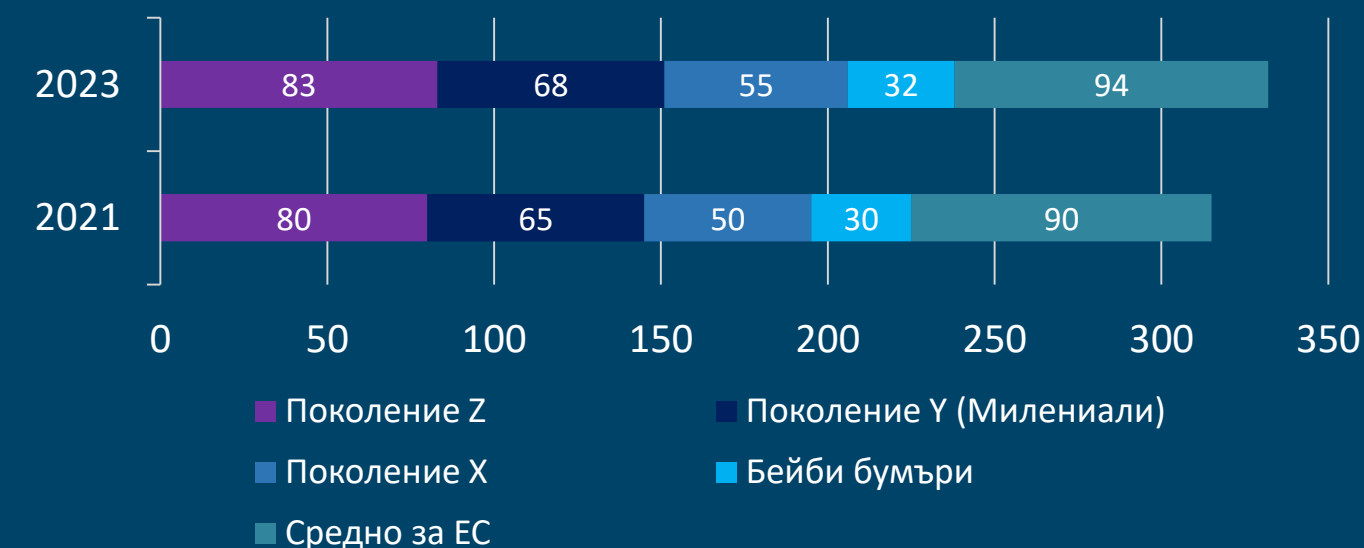
Поколение Z: Най-голям процент завършили средно образование и записали се във висше училище спрямо предходните поколения. Дигиталните технологии улесняват достъпа им до образователни ресурси (онлайн курсове, електронни книги, видеоуроци). Данните са близки до средното за ЕС.

Милениали (поколение Y): Също с висока степен на образование, но за тях формалното образование е по-важно, докато Gen Z търсят и алтернативни начини за учене (самостоятелно, през интернет). Милениалите в много случаи се ориентират към формални програми за обучение и степен на образование, което им дава конкурентно предимство на пазара на труда.

Поколение X: По-малко ориентирани към продължаващо образование, но имат високо ниво на квалификация в традиционни професии. Образованието за поколение X е било основно традиционно, като много от тях не се възползват активно от дигиталните платформи за обучение или други нововъзникващи технологии в образованието.

Бейби бумъри: Основно със средно образование, като много от тях са навлезли на пазара на труда веднага след училище. По-малко ориентирани към нови форми на онлайн обучение или самообучение.

Участие на поколение Z в онлайн курсове и дигитално обучение спрямо останалите поколения - % (2021 и 2023)



Процент на млади предприемачи и иноватори от поколение Z спрямо останалите поколения - % (2021 и 2023)



Извод:

Gen Z оформя новата образователна реалност, със силен иновационен потенциал както в България, така и в ЕС.

Заключение и изводи

Финални изводи:

1. Поколение Z е основна сила в глобалните промени. Поколение Z е изправено пред важни социални, икономически и технологични промени, като основен двигател на тези трансформации в глобален мащаб, включително в ЕС.

2. Поколение Z в ЕС използва новите технологии в значително по-голяма степен. Въпреки различията в глобалния контекст, поколение Z в ЕС показва висока степен на ангажираност с новите технологии и цифровизацията на всички нива на живота.

3. Цифровите платформи за образование и работа са основни за поколение Z. Поколение Z активно използва онлайн платформи за работа и обучение, като предпочита гъвкавите възможности, които предлагат, включително в рамките на Европейския съюз.

4. Поколение Z предпочита гъвкавата заетост и дистанционната работа. Поколение Z в ЕС е все по-ориентирано към самостоятелната заетост и дистанционната работа, използвайки новите възможности, предлагани от цифровизацията и програми като Еразъм+ и европейски иновационни фондове.

5. Поколение Z активно участва в социални каузи и предприемачество. В рамките на ЕС поколение Z показва висока степен на социална ангажираност, като участва активно в благотворителни кампании и стартиращи иновации, подкрепени от европейски стратегии за младежко предприемачество.

Благодарим за вниманието!

Заключение:

Поколение Z е основен двигател на глобалните промени, като активно използва новите технологии и участва в социални и икономически инициативи. В Европейския съюз това поколение играе ключова роля в дигитализацията, иновациите и социалната ангажираност, като се възползва от програмите и стратегиите на ЕС за младежта и предприемачеството.

Източници на информация:



eurostat 

Използвани програми:

