

Сравнительная характеристика финансового поведения поколений Y и Z

Петренко Мария Юрьевна

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

Целью исследования является сравнение особенностей финансового поведения поколений Y и Z, а также их подходов к управлению финансами. В работе использованы методы анализа и сравнения. В ходе исследования был проведен анализ научной литературы по данной теме, выявлены и соотнесены между собой основные особенности финансового поведения поколений Y и Z. Исследование доказывает, что поколения Y и Z демонстрируют существенные различия в подходах к финансам и по-разному реагируют на экономические кризисы.

Ключевые слова: поколение Y, поколение Z, финансовое поведение, экономический кризис, управление финансами, финансовые привычки.

Comparative characteristics of financial behavior of generations Y and Z

Petrenko Maria Yuryevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

The purpose of the study is to compare the features of the financial behavior of generations Y and Z, as well as their approaches to financial management. The methods of analysis and comparison are used in the work. The study analyzed the scientific literature on this topic, identified and correlated the main features of the financial behavior of generations Y and Z. The study proves that generations Y and Z show significant differences in their approaches to finance and react differently to economic crises.

Keywords: generation Y, generation Z, financial behavior, economic crisis, financial management, financial habits.

Современная экономика находится под влиянием быстрых изменений, связанных с цифровизацией, глобализацией и периодическими экономическими кризисами. В этих условиях особый интерес представляют поколения Y и Z, которые играют ключевую роль в разработке новых финансовых стратегий и моделей поведения.

Актуальность исследования заключается в том, что поколения Y и Z становятся ключевыми участниками мировой экономики, активно влияя на

финансовые рынки, потребительское поведение и стратегии управления личными финансами. Их уникальные финансовые привычки требуют глубокого изучения для понимания будущих тенденций развития финансового сектора.

Изучив статьи, затрагивающие тему финансового поведения, можно выделить несколько основных тезисов:

- В статье А. В. Шиповой рассматриваются концепции финансового поведения, которые выдвигали научные деятели прошлого столетия, а также современные ученые. Автор отмечает, что «единой точки зрения на понятие «финансовое поведение населения» до сих пор не сформировалось». По мнению автора статьи, «под финансовым поведением следует понимать решение потребителя о накоплении или потреблении денежных средств, направленное при этом на взаимодействие с другими экономическими субъектами и финансовыми институтами с целью удовлетворения своих потребностей» [1];

- А. Г. Ларина и Е. А. Тиханова в исследовании отмечают, что «современное поколение российской молодежи в условиях рыночной экономики остро нуждается в освоении элементарных навыков планирования, сбережения и приумножения, то есть в управлении своими личными финансами». «Особую значимость исследование финансового поведения молодежи приобретает в период финансовых кризисов, которые негативно отражаются на финансовом поведении населения страны в целом из-за снижения реальных доходов, роста безработицы и инфляции» [2];

- М. И. Карасева в статье дает краткую характеристику поколениям Y и Z: «поколение Y – достаточно спонтанны, свободолюбивы, предпочитают снимать жилье, а не покупать его, часто используют кредитные карты, ценят эмоции, легко расстаются с деньгами. Поколение Z – мобильные, постоянно развивающиеся люди, интересуются быстрыми платежами, онлайн-покупками, легкими инвестициями» [3];

- Я. О. Романовская, П. А. Нилова и Н. Н. Анохина в исследовании анализируют особенности поведения представителей поколений Y и Z в контексте развития цифровой экономики. Для поколения Y характерно: умение копить, высокий уровень лояльности к любимым брендам (прощают им ошибки, покупают продукты и услуги, которые связаны с положительным опытом), тщательно проверяют поступающую информацию. Представители поколения Z тратят деньги с осторожностью, при этом быстро оценивают, на что стоит потратить деньги, а на что – нет; при анализе информации часто поступают интуитивно, но быстро считывают ложную информацию; 8 из 10 готовы уйти от своего бренда к другому, если он предложит что-то более качественное; доверяют знаменитостям [4];

- В статье Е. Н. Назарова выделяет основные характеристики поколений Y и Z и исследует уровень финансовой грамотности данных поколений. Автор проводит опрос среди людей, по возрастной категории принадлежащих к поколениям Y и Z, и приходит к выводу, что «поколение Z

не настолько образованно в плане наличия и пользования финансовыми знаниями, чем поколение Y и объясняется это следующими фактами: миллениалы имеют больший жизненный опыт, больший багаж знаний; зумеры живут моментом и редко задумываются о будущем, поэтому мало интересуются финансовым аспектом их жизни; некоторые представители поколения Z не придают должного значения своим финансам, т.к. в семье этим занимается её глава» [5].

Цель данного исследования – сравнить особенности финансового поведения поколений Y и Z, а также их подходы к управлению финансами.

Для понимания основной терминологии необходимо рассмотреть несколько ключевых определений:

- Теория поколений – это исследовательский подход, который описывает, почему появляются разные поколения, что их объединяет, и как они меняются.

Настоящую популярность теории принесли две книги: «Поколения: история будущего Америки, 1584-2069 годы» 1991 года и «Четвертый поворот: американское пророчество». Ее авторы – писатель Уильям Штраус и экономист Нил Хоув. Они выделили четыре архетипа поколений со своим набором черт и ценностных установок. Социальные поколения сменяют друг друга раз в 15-20 лет [6].

- Поколение Y / Миллениалы (по разным оценкам – 1980-1996 или 1984-2000 гг.). «Герои» – люди, родившиеся после подъема. Надеются на себя, но в то же время считают важным вклад в «общину». Рациональны и прагматичны, возводят общественные институты, ценят технологии.

- Поколение Z / Зумеры / Цифровые аборигены / Центериалы / Хоумлендеры (по разным оценкам – 1997-2012 или 2000-2015 гг.). «Художники» – родившиеся во время кризиса. На этом фоне по мере взросления вопрос безопасности для них стал одним из наиболее значимых. Технологии являются полноценной и неотъемлемой частью жизни [7].

- Финансовое поведение – это особая разновидность экономического поведения населения на рынке финансовых продуктов и услуг, а также предполагаемое инвестирование имеющихся в распоряжении населения денежных ресурсов.

Финансовое поведение включает в себя различные виды финансовой активности населения, такие как: сбережения, инвестиции, страхование, кредитное поведение, различные программы по накоплению пенсии и др. [1].

Поколение Y прошло через различные экономические потрясения, такие как кризисы 2008 и 2014 годов, а ранние представители этого поколения в детстве застали распад СССР. Все эти события сформировали у миллениалов более осторожный подход к управлению финансами. Поколение Z, появившееся на свет после 1997 года, выросло в условиях тотальной цифровизации и широкого доступа к инновационным финансовым инструментам, что определяет их склонность к быстрому принятию решений и активному использованию технологий.

Финансовое поведение этих поколений привлекает внимание не только ученых, но и практиков: банковских организаций, разработчиков финансовых продуктов, государственных структур. Особый интерес вызывает вопрос, как эти группы адаптируются к экономической нестабильности, включая пандемию COVID-19, рост инфляции и другие кризисные явления.

Согласно исследованию Е. Н. Назаровой, «непосредственными участниками финансовых операций в современном мире является молодежь, которую составляют как зумеры, так и миллениалы.

Миллениалы характеризуются вовлеченностью в технологии, многозадачностью и тягой к самосовершенствованию. Образование для поколения Y — это нечто независимое и не скучное. Поколение Y очень грамотно распределяет свои доходы и расходы, имея при этом существенный багаж знаний в экономической сфере. Миллениалы развитые, эрудированные, т.к. много времени уделяют на саморазвитие в различных сферах жизни.

Поскольку поколение Z имело доступ к Интернету и различным интеллектуальным устройствам с самого рождения, они технически подкованы. Мобильные технологии, интернет и социальные сети очень важны в жизни поколения Z, и они проводят больше времени в Интернете, чем их предыдущие поколения. Более того, зумеры имеют очень короткий интервал внимания. Исследователи указывают, что это, вероятно, из-за их чрезмерного контакта с Интернетом и быстро развивающейся жизни. Тем не менее, они очень хороши в многозадачности» [5].

Исходя из исследования автора, можно сделать вывод, что финансовое поведение поколений Y и Z существенно отличается в зависимости от их технологического опыта и отношения к саморазвитию. Миллениалы более склонны к осознанному управлению финансами и самосовершенствованию, активно используют интернет-ресурсы для получения знаний и грамотно планируют свои доходы и расходы. В отличие от них, поколение Z, обладая высокой технической подкованностью, демонстрирует большую склонность к потреблению развлекательного контента и предпочитает социальные сети в качестве основного источника информации, что может оказывать влияние на их финансовые привычки и уровень осведомленности в экономической сфере.

Поколения Y и Z формировались в условиях различных экономических, социальных и технологических реалий, что оказывает существенное влияние на их финансовые привычки.

Финансовые привычки поколения Y характеризуются осмотрительностью и стремлением к финансовой стабильности. Они склонны к планированию своих расходов и инвестиций, часто откладывают деньги на будущее и стараются избегать долгов. Миллениалы предпочитают инвестировать в опыт, такой как путешествия и образование, а не в материальные ценности. Они ценят программы лояльности и скидки, активно используют цифровые инструменты для управления своими финансами и планируют свои покупки заранее [8].

Потребительские предпочтения поколения Z отличаются большей ориентированностью на инновации и новинки. Они часто выбирают бренды, которые соответствуют их ценностям и активно используют социальные сети для

получения информации о продуктах и услугах. Финансовое поведение данного поколения всё чаще формируется под воздействием трендов, обсуждаемых в TikTok, Instagram и на других платформах. Поколение Z обладает высокой финансовой грамотностью, они хорошо разбираются в цифровых финансовых инструментах и предпочитают быстрые и удобные способы оплаты, такие как мобильные платежи и криптовалюты. Они склонны к импульсивным покупкам, но при этом ожидают высокого качества и честности от брендов.

Экономическая среда оказывает значительное влияние на финансовые решения обоих поколений. Миллениалы, пережившие финансовые кризисы, стремятся к стабильности и осмотрительности в расходах. Поколение Z, выросшее в эпоху быстрых изменений и технологического прогресса, более гибко и готово к рискам. Экономическая нестабильность и высокая конкуренция на рынке труда также формируют их финансовые стратегии и подходы к потреблению [8].

Масштабные события, такие как войны, эпидемии, экономические кризисы, дают беспрецедентный и часто травмирующий совместный опыт. Однако, сталкиваясь с кризисной ситуацией, люди разных возрастов воспринимают ее через призму своих ценностей, сформированных историческими условиями времен их детства и молодости [9].

Поколение Y успело застать несколько глобальных потрясений. Выход старших миллениалов на рынок труда совпал с мировым финансовым кризисом и дальнейшим восстановлением экономики, а на более молодых миллениалов в начале их карьерного пути обрушилась пандемия коронавируса.

Экономист, историк и демограф Нил Хау сравнивает миллениалов, переживших рецессию и коронавирус, с «величайшим поколением» 1901–1924-х годов, которое столкнулось с эпидемией испанского гриппа и Великой депрессией. Ученый считает, что пандемия стала переломным моментом для поколения Y.

Поколение Z не столкнулось лично, но росло в условиях мирового экономического кризиса. Зумеры пытаются избежать того негативного влияния, которое рецессия оказала на миллениалов. В связи с этим представители поколения Z высоко ценят безопасность. Кроме того, они аккуратно обращаются с личными финансами [9].

Подводя итоги исследованию можно сделать несколько обобщающих выводов:

Финансовое поведение поколений Y и Z формируется под влиянием различных экономических, социальных и технологических факторов. Миллениалы (поколение Y), пережившие несколько экономических кризисов, демонстрируют осмотрительный подход к управлению личными финансами, стремятся к финансовой стабильности и рациональному планированию. Они активно используют цифровые инструменты, но при этом сохраняют традиционные финансовые ценности, такие как сбережения и долгосрочные инвестиции.

Поколение Z, выросшее в условиях цифровизации и широкого доступа к инновационным финансовым продуктам, отличается мобильностью, гибкостью и склонностью к быстрому принятию решений. Зумеры предпочитают удобные и технологичные финансовые инструменты, такие как мобильные платежи и онлайн-инвестирование, но при этом часто принимают импульсивные финансовые решения под влиянием социальных сетей и популярных трендов.

Исследование показало, что ключевыми вызовами для обоих поколений являются экономическая нестабильность в период кризисов и необходимость повышения уровня финансовой грамотности. Для эффективного управления финансами представители поколений Y и Z должны адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, сочетая инновационные технологии с осознанным подходом к накоплению и расходованию средств.

Библиографический список

1. Шипова А. В. Финансовое поведение населения: теоретический аспект // Информационная среда ВУЗа: материалы XXIII Международной научно-технической конференции. 2016. № 1 (23). С. 345-347.
2. Ларина А. Г., Тиханова Е. А. Особенности финансового поведения студентов поколения Z // Современная экономика и общество глазами молодых исследователей. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2018. С. 180-183.
3. Карасева М. И. Анализ предпочтений розничных клиентов в части банковских продуктов и услуг в разрезе теории поколений X, Y, Z // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. 2023. № 20. С. 86-88.
4. Романовская Я. О., Нилова П. А., Анохина Н. Н. Сравнение поведения потребителей поколений Y и Z в эпоху цифровой экономики // Экономика. Наука. Инноватика. Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. С. 696-699.
5. Назарова Е. Н. Анализ динамики уровня финансовой грамотности среди поколений Y и Z // Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика. Пенза: Наука и Просвещение, 2021. С. 49-51.
6. Теория поколений: как она работает и работает ли вообще. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6156efb59a79477bf9ca5893> (дата обращения: 19.01.2025).
7. «А вот в наше время»: почему и как отличается подход разных поколений к финансам. URL: https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/a-vot-v-nashe-vremia-pochemu-i-kak-otlichaetsia-podkhod-raznykh-pokolenii-k-finansam?utm_referrer=https%3a%2f%2fyaandex.ru%2f (дата обращения: 19.01.2025).
8. Поколение Y против поколения Z. URL: <https://trendmind.space/leadership/pokolenie-y-protiv-pokoleniya-z/> (дата обращения: 21.01.2025).

9. Как реагируют на мировые кризисы бумеры, иксы, зумеры и миллениалы?
URL: <https://knife.media/generations-and-crisis/> (дата обращения:
21.01.2025).