

Трансформация экономического поведения представителей молодого поколения

Научный руководитель – Колодезникова Инна Валентиновна

Чернега Валерия Валерьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: cherhega.valeriya@yandex.ru

Современное молодое поколение (поколение Z) составляет 27% мировых трудовых ресурсов, в России его численность достигает 20 миллионов человек, что делает изучение их экономического поведения значимой исследовательской задачей [9]. Теоретическую рамку исследования составляет синтез классических и современных экономических и социологических подходов к анализу экономического поведения, что позволяет рассматривать поведение зумеров как серию выборов, обусловленных социокультурными характеристиками, ценностными ориентациями и институциональной средой.

Поколение Z (родившиеся в 2001–2011 гг.) представляет собой социальную группу, формирование которой происходило в условиях цифровизации и глобализации, что определило их ключевые ценностные ориентации: стремление к свободе, персонализации, постоянному обучению и инновациям [3]. Данные особенности закономерно проецируются на их экономическое поведение в разных сферах.

Так, анализ потребительского поведения фиксирует глубинные ценностные сдвиги. Согласно данным T-Data, средние ежемесячные траты зумеров в 2025 году составили 8,6 тыс. рублей, при этом 51% расходов приходится на «лайфстайл» (кафе, доставка, развлечения) [6]. Исследование ЮMoney показывает, что 20% зумеров совершают онлайн-покупки ежедневно, 33% покупают импульсивно. Ключевая характеристика – доверие к блогерам (42%) и влияние соцсетей на покупки (77%) [12]. Декларируемая осознанность (66% значима экологичность бренда) сочетается с ростом цифровых зависимостей: 43% тратят на короткие видео более часа в день.

В финансовой сфере обнаруживается противоречие между осознанностью и импульсивностью. Данные Банка России свидетельствуют: 61% молодежи формируют сбережения, индекс финансовой грамотности вырос с 55 до 62 баллов [5]. Студенты занимают 74% рынка накопительных счетов. Однако исследование НИУ ВШЭ фиксирует разрыв между знаниями и навыками: финансовая автономия составляет лишь 3,8 балла из 9 [8]. Инвестиционное поведение противоречиво: молодые инвесторы предпочитают наиболее надежные активы – акции крупнейших российских компаний, но одновременно склонны к рискованным инструментам (криптовалюта, мемкойны) под влиянием инфлюенсеров.

Наиболее существенные изменения происходят в трудовой сфере. Выбор профессии сопряжен с трудностями: к 9-му классу определяют лишь 25% учащихся, 64% испытывают проблемы с оценкой способностей, 58% опасаются, что специальность не оправдает ожиданий [2]. Ключевую роль играет семья (70% принимают решение с учетом мнения близких), тогда как влияние формальных институтов остается ограниченным. Внутренние мотивы становятся определяющими: 48% называют собственные увлечения главным фактором выбора профессии, однако зумеры также учитывают будущий доход и оценивают легкость обучения [2]. Выраженность этих мотивов коррелирует с семейным бэкграундом.

Исследование НИУ ВШЭ и агентства КД фиксирует переосмысление целей карьеры: только 47,2% стремятся к управленческой позиции, тогда как 70,3% ориентированы

на экспертность, что свидетельствует о смещении фокуса с вертикального роста на горизонтальное развитие [8]. Формируется запрос на «портфельную карьеру»: 53% хотят совмещать найм и фриланс, 38,6% рассматривают бизнес, 35,4% – креативные проекты. Значимым фактором выступает ценностное измерение карьеры: для 50% зумеров работа – пространство самореализации, 49,9% важна ценность work-life balance [8]. Эволюция карьерных установок с возрастом проявляется в переходе от поиска «интересного» к поиску «важного» и «ценного».

Анализ ожиданий относительно форматов занятости фиксирует разрыв между предпочтениями и реальностью. Согласно исследованиям, 63% зумеров предпочитают удаленную работу, 32% – гибридный формат, и лишь 2% готовы ежедневно посещать офис [12]. Однако работодатели предлагают иные условия: 40% вакансий предусматривают полный рабочий день, и только 8% – удаленный формат [10]. Удаленная работа обеспечивает значимый для зумеров баланс между работой и личной жизнью: 64% рассматривают дистанционный формат как механизм снижения стресса [1]. Также наблюдается разрыв между зарплатными ожиданиями и реальностью: более 30% опрошенных считают справедливым получать 100 тыс. рублей и более, однако зарплата каждого второго выпускника не превышает 60 тыс. рублей [7].

В мотивационной структуре наиболее значимым критерием выступает высокий уровень заработной платы (77%), однако за ним следуют принципиально важные аспекты психологического комфорта: уважительное отношение руководства (73%), забота компании о сотрудниках (69%), стабильность работодателя (66%) и баланс между работой и личной жизнью (65%) [7]. Исследование ВШЭ позволило выделить четыре поведенческих кластера зумеров. «Ориентированные на рост» (18–21 год) мотивированы деньгами, обучением, признанием [8]. «В поисках баланса» (22–24 года) ценят гибкий график и доверие в команде. «Прагматики» (25–27 лет) сфокусированы на стабильности и прозрачных условиях. «Ищущие смысл» (22–24 года) стремятся к росту, свободе и влиянию. Стереотип о нестабильности зумеров не подтверждается: 52% меняют работу раз в несколько лет, еще 31% – ежегодно, и лишь 11% – несколько раз в год [8]. При этом трансформация проявляется в готовности менять профессию: зумеры планируют делать это в среднем трижды за жизнь – в полтора раза чаще предыдущих поколений [11].

Таким образом, экономическое поведение зумеров представляет собой сложный комплекс разнонаправленных стратегий, в котором рациональные практики соседствуют с импульсивными и ценностно-ориентированными действиями. На наш взгляд, наиболее существенные изменения затрагивают трудовую сферу, где происходит переосмысление самой логики профессионального развития. Карьера утрачивает характер внешне заданной траектории, реализуясь как индивидуальный проект, что требует пересмотра подходов к мотивации и удержанию молодых специалистов.

Источники и литература

- 1) Аранжин В. В., Нехода Е. В. Влияние трудовых ценностей различных поколений работников на выбор форм и видов занятости // Экономика труда. 2022. Т. 9. № 1. С. 166-168.
- 2) Кузьмина Ю. В. Выбор специальности обучения: прямой и непрямой эффект семейных факторов // Мониторинг образовательных и трудовых траекторий выпускников школ и вузов. 2013. С. 136-137.
- 3) ЛАНИТ. Мифы и реальность о поколении зумеров [Презентация исследовательского отчета]. – 2022. – ISBN 978-5-6047628-1-3.

- 4) McCrindle. Gen Z and Gen Alpha Infographic Update [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-z/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/> (дата обращения 13.02.2026).
- 5) Банк России. Исследование уровня финансовой грамотности: пятый этап // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/research/fin_ed_5/ (дата обращения: 02.03.2026).
- 6) Ведомости. Индекс зумера: сколько и на что тратили представители поколения Z в 2025 году // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ved.vedomosti.ru/longreads/single/697b21931deaa5bc6f9b7757> (дата обращения 08.02.2026).
- 7) ВЦИОМ. Работа и зарплата: чего хотят молодые специалисты? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabota-i-zarplata-chego-khotjat-molodye-specialisty> (дата обращения 08.02.2026).
- 8) КД, НИУ ВШЭ. Зумеры на рынке труда: что действительно важно для нового поколения работников // [Электронный ресурс]. – 2025.
- 9) HeadHunter. Рынок труда молодых специалистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vnot2024.cznnew.ru/assets/files/2024-09-12/9/1_lavrenova.pdf (дата обращения 09.02.2026).
- 10) RG.RU. Исследователи выявили, какие факторы приоритетны для зумеров при выборе работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2025/07/23/issledovateli-vyiavili-kakie-factory-prioritetny-dlia-zumerov-pri-vybore-raboty.html> (дата обращения 09.02.2026).
- 11) Skillbox. Ценности и ожидания сотрудников разных поколений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/management/na-chto-obraschayut-vnimanie-sotrudniki-raznyh-pokoleniy-pri-vybore-mesta-raboty-issledovanie/> (дата обращения 08.02.2026).
- 12) TASS. ЮMoney: каждый пятый зумер ежедневно совершает онлайн-покупки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/24760139> (дата обращения 08.02.2026).