

**Зокиров Алишер Алиджоновия**, студент, магистрант,  
Пензенский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет  
при Правительстве Российской Федерации», г. Пенза

## ОСОБЕННОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z В РОССИИ: ИЗМЕНЕНИЯ В МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ

**Аннотация:** В Статье Рассматриваются Анализ Изменения Модели Потребительского Поведения На Примере Поколения Z В России, Факторы Влияющие На Изменения В Модели Поведения.

**Ключевые слова:** поведение потребителей, модель поведения, поколение Z, образ жизни.

Поколение Z в России, это люди которые родились в период с 1990 по 2010-х годов. Постепенно данное поколение занимает и будет занимать в ключевые позиции в человеческой жизни деятельности.

В России данное поколение демонстрирует особенности поведения которые были не свойственны представителям других поколений, такие как цифровая грамотность, активное использование сот- сетей, интернета и последних новинок в области цифровых технологий.

В данной статье мы проанализируем основные аспекты поведения поколения Z в России. Выявим ключевые изменения в модели поведения.

Данное поколение активно использует социальные сети для получения информации о продукте и об оказываемых услугах. Сильное влияние на них имеют блогеры, которые могут влиять на их решения. Так-как они часто используют интернет и сот сети, то высоко ценят безопасность, они стараются защитить свои персональные данные. Социальные сети играют важную роль в жизни поколения Z, по этой причине брэнды желающие привлечь внимание данной аудитории должны учесть их предпочтения.

Это поколение ценит удобство и скорость, что влияет на выбор товаров и услуг. Потребители поколения Z серьезно относятся к экологическим изменениям в окружающем мире, поэтому отдают предпочтение брэндам демонстрирующим социальную ответственность и развитие.

Поколение Z имеет возможность следить за здоровьем, это отражается в их предпочтении в еде, посещение врачей и спортивных залов, косметическом уходе и в образе жизни.

Это поколение открыто к новым способам устройства на работу таким как фриланс, работа на удаленная рабочая деятельность а так же ищут работу в компаниях показывающих стабильный рост и хорошие условия работы.

Таким образом поколение Z в России показывают абсолютно новые поведенческие паттерны, по этой причине компании должны адаптировать стратегический маркетинг, чтобы качественно взаимодействовать с аудиторией.

### *Список литературы:*

1. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-potrebitelskogo-povedeniya-pokoleniya-z>
2. <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-pokolenie-z-i-chto-o-nem-nuzhno-znat-marketologam/>
3. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Поколение\\_Z](https://ru.wikipedia.org/wiki/Поколение_Z).

