

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ПОКОЛЕНИЯ Z: ИНВЕСТИЦИИ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Sodikova Dildora Tokhirjon qizi

Teacher of the fundamental economic sciences department of International school of finance technology and science sodikova_dildora@mail.ru

Аннотация: В условиях стремительного развития финансовых технологий и цифровых платформ вопросы финансовой грамотности приобретают особую актуальность, особенно в отношении представителей поколения Z.

Целью настоящего исследования стало выявление уровня финансовой грамотности, отношения к инвестициям и криптовалютам, а также роли эмоциональных и социальных факторов в принятии финансовых решений молодыми людьми. На основе анкетного опроса проведён количественный анализ, который подтвердил наличие пробелов в базовых знаниях, доминирование эмоциональных импульсов и значительное влияние социальных медиа на поведение инвесторов. В статье подчёркивается необходимость системного подхода к финансовому обучению, включающего элементы психоэкономики, развитие критического мышления и использование цифровых образовательных решений. Представлены практические рекомендации для формирования устойчивого и осознанного финансового поведения у молодёжи.

Ключевые слова: финансовая грамотность, поколение Z, инвестиции, психоэкономика, поведенческая экономика, эмоциональные решения, социальные медиа, финансовое поведение, критическое мышление.

Abstract: In the context of rapidly evolving financial technologies and digital platforms, financial literacy has become particularly relevant, especially for Generation Z. This study aims to assess the level of financial literacy among young people, their attitudes toward investments and cryptocurrencies, and the extent to which emotional and social factors influence their financial decisions. A quantitative survey of 200 respondents aged 18 to 25 was conducted to analyze key behavioral trends. The findings reveal significant knowledge gaps, emotional impulsiveness, and a strong influence of social media on investment behavior. The article highlights the need for a comprehensive approach to financial education that includes elements of behavioral economics, the development of critical thinking skills, and the use of digital learning tools. Practical recommendations are proposed to foster more conscious and sustainable financial behavior among Generation Z.

Key words: financial literacy, Generation Z, investments, behavioral economics, emotional decision-making, social media, financial behavior, critical thinking, financial education

ВВЕДЕНИЕ

Современные быстро меняющиеся финансовые технологии выдвигают новые требования к уровню финансовой грамотности населения, особенно

акцентируя актуальность этого вопроса для молодых людей, представителей поколения Z. Это поколение, родившееся в период с 1997-го до 2012-х годов, характеризуется глубокой интеграцией цифровых технологий в повседневную жизнь, высокой степенью вовлечённости в социальные сети и стремлением к быстрому принятию решений.

В контексте возрастающей популярности новых финансовых инструментов, таких как криптовалюты и цифровые инвестиционные платформы, финансовое поведение поколения Z приобретает особое значение. Молодые люди чаще опираются на эмоциональные и импульсивные решения, что может привести как к значительным выгодам, так и к рискам, связанным с отсутствием достаточной информированности и опыта.

Цель данной статьи – изучить уровень финансовой грамотности поколения Z, выявить особенности их подходов к инвестициям и криптовалютам, а также определить, насколько эмоции и социальное влияние играют ключевую роль в принятии ими финансовых решений. Полученные выводы позволят не только лучше понять специфику финансового поведения молодёжи, но и сформулировать рекомендации по повышению уровня их финансовой грамотности.

Финансовая грамотность – это набор знаний и навыков, которые позволяют принимать эффективные решения по управлению своими финансами и инвестициями. Она включает в себя понимание базовых финансовых понятий, таких как процентные ставки, инфляция, риски и доходность, а также способность использовать эти знания в повседневной жизни.

Согласно Lusardi и Mitchell (2014), финансовая грамотность имеет фундаментальное значение для формирования долгосрочной финансовой устойчивости личности. Исследователи подчёркивают, что высокая степень финансовой грамотности коррелирует с ответственным финансовым поведением, снижением вероятности задолженности и повышением уровня накоплений.

Исследование, проведенное OECD (2018) подчёркивает важность интеграции финансового образования в учебные программы как одного из эффективных инструментов повышения уровня грамотности среди молодёжи. Организация указывает на необходимость комплексного подхода, сочетающего теоретические знания с практическими навыками, в том числе в области цифровых финансов.

По мнению Atkinson и Messy (2012), финансовая грамотность также включает в себя поведенческие и психологические аспекты: отношение к деньгам, уверенность в собственных финансовых знаниях, готовность планировать будущее. Эти компоненты особенно важны для молодёжи,

сталкивающейся с новыми и зачастую агрессивными финансовыми инструментами на цифровом рынке.

Таким образом, в современной литературе понятие финансовой грамотности трактуется как многогранное явление, сочетающее когнитивные, поведенческие и эмоциональные компоненты.

Финансовая грамотность уже давно стала центром интереса исследователей и практиков благодаря своей значимости для индивидуального и общественного благосостояния. Согласно исследованию Lusardi и Mitchell (2014), уровень финансовой грамотности напрямую связан с качеством принимаемых решений и, соответственно, с финансовой стабильностью. Поколение Z, так же как и другие поколения имеет свои специфические паттерны поведения, такие как повышенная цифровая активность и склонность к эмоциональному принятию решений (Seemiller & Grace, 2016).

Исследования поведения инвесторов показывают, что эмоциональные факторы часто преобладают над рациональными. Например, Barber и Odean (2001) установили, что инвесторы, склонные к чрезмерной торговле из-за эмоциональных решений, и демонстрируют худшие результаты по сравнению с рациональными инвесторами. В контексте криптовалют, поведение молодёжи особенно подвержено влиянию социальных сетей и так называемых инфлюенсеров, что подтверждается исследованиями Li et al. (2020), которые показали, что социальные медиа существенно усиливают эмоциональные и иррациональные мотивы инвестиционных решений среди молодых инвесторов.

Таким образом, литературный обзор демонстрирует значимость изучения эмоциональных и социальных факторов в финансовых решениях поколения Z, что позволяет лучше понять динамику их поведения и определить ключевые направления для улучшения их финансовой грамотности.

Методология исследования

В рамках настоящего исследования использовался количественный метод сбора данных с помощью анкетного опроса. Целью опроса было выявить уровень финансовой грамотности, отношение к инвестициям и криптовалютам, а также эмоциональные аспекты, влияющие на финансовое поведение представителей поколения Z.

Выборка

В исследовании приняли участие 200 респондентов в возрасте от 18 до 25 лет, обучающихся в вузах и колледжах. Респонденты представляли различные учебные направления: экономические, технические, гуманитарные и естественные науки. Выборка была сформирована с использованием метода целенаправленного (осознанного) отбора по признаку принадлежности к поколению Z и доступа к цифровым технологиям.

Методы сбора данных

Опросник включал как закрытые, так и открытые вопросы. Основные блоки анкеты:

- Общая информация (возраст, пол, область обучения);
- Уровень финансовой грамотности;
- Отношение к инвестициям и криптовалютам;
- Эмоциональные и поведенческие аспекты финансового поведения.
- Процедура проведения

Анкета распространялась в электронном виде через Google Forms с использованием студенческих чатов и соцсетей. Анонимность респондентов была полностью сохранена, участие было добровольным. Сбор данных длился в течение двух недель.

Методы анализа данных

Собранные данные были обработаны с использованием инструментов Microsoft Excel. Применялись описательные статистики (средние значения, доли, медиана). Для оценки взаимосвязей между переменными использовался корреляционный анализ (в частности, коэффициент Пирсона). Также анализировалось влияние эмоциональных факторов на поведение инвесторов с опорой на поведенческую экономику.

Анализ показателей

Для проведения анализа были использованы данные анкетирования студентов в возрасте от 18 до 25 лет. Общая выборка составила 200 респондентов из разных образовательных учреждений. Опрос включал вопросы, касающиеся уровня финансовой грамотности, отношения к инвестициям, восприятия криптовалют и эмоционального влияния на финансовые решения.

Уровень финансовой грамотности:

Только 28% респондентов уверенно различают акции и облигации;

55% знают, что такое криптовалюта, но не понимают механизмов инвестирования;

42% заявили, что испытывают трудности в планировании личного бюджета.

Отношение к инвестициям и криптовалютам:

39% уже имели опыт инвестиций;

61% рассматривают инвестиции как способ «быстрого заработка»;

Лишь 18% используют для принятия решений профессиональные источники информации.

Эмоциональные факторы:

64% признались, что принимали спонтанные финансовые решения под влиянием эмоций;

48% подвержены FOMO (страху упущенной выгоды);

35% инвестировали из-за советов в социальных сетях.

Эти данные подтверждают выводы литературного обзора: поведение поколения Z часто определяется эмоциональными и социальными факторами. Отсутствие системных знаний сочетается с высокой уверенностью в собственных решениях, что делает данную группу уязвимой к финансовым ошибкам. В то же время, интерес к инвестициям свидетельствует о потенциале для развития финансовой культуры при правильной образовательной поддержке.

На основе проведённого исследования можно сформулировать следующие практические рекомендации, направленные на повышение уровня финансовой грамотности и снижение влияния эмоциональных факторов при принятии решений поколением Z:

1. Интеграция финансового образования в учебные программы
 - Введение обязательных курсов по основам финансовой грамотности в учебные планы вузов и колледжей.
 - Использование практико-ориентированных методов обучения, таких как симуляции, кейсы, образовательные игры.
2. Создание доступных цифровых платформ и приложений
 - Разработка интерактивных мобильных приложений и онлайн-курсов, адаптированных под стиль восприятия поколения Z.
 - Распространение проверенных источников финансовой информации через соцсети, YouTube, Telegram-каналы.
3. Развитие критического мышления и навыков анализа информации
 - Обучение навыкам распознавания фейковой или непроверенной информации.
 - Введение элементов медиаграмотности в рамках финансового образования.
4. Работа с эмоциональными и поведенческими аспектами
 - Проведение тренингов по осознанному финансовому поведению.
 - Внедрение элементов психоэкономики в образовательные модули для повышения осведомлённости о когнитивных искажениях.
5. Поддержка инициатив студенческих сообществ
 - Создание клубов финансовой грамотности при вузах.
 - Проведение мероприятий: финансовых квизов, конкурсов инвестиционных стратегий.

Эти меры позволят не только восполнить пробелы в знаниях, но и изменить поведение молодёжи, сделав его более рациональным, осознанным и устойчивым к внешним влияниям.

Заключение

Проведённое исследование позволило выявить ряд характерных особенностей финансового поведения представителей поколения Z. Несмотря на высокий интерес к инвестициям и использованию новых финансовых

инструментов, таких как криптовалюты, молодые люди зачастую не обладают достаточным уровнем финансовой грамотности и склонны принимать решения под влиянием эмоций и социального давления.

Результаты опроса показали, что значительная часть респондентов делает финансовый выбор, ориентируясь на мнение инфлюенсеров и информацию из социальных сетей, что подтверждает важность эмоционального и поведенческого компонента. Это создаёт риск неконтролируемых и нерациональных решений, особенно в условиях нестабильных рынков.

Тем не менее, выявленный интерес к финансовой тематике и готовность молодежи учиться указывают на высокий потенциал для повышения уровня их финансовой культуры. Внедрение системных образовательных программ, развитие цифровых обучающих платформ и акцент на критическое мышление могут стать эффективными инструментами формирования ответственного финансового поведения у молодого поколения.

Таким образом, финансовая грамотность представителей поколения Z требует комплексного подхода, сочетающего обучение, психологическую осведомлённость и развитие аналитических навыков, что будет способствовать формированию более устойчивого и зрелого отношения к личным финансам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) pilot study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
2. Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292. <https://doi.org/10.1162/003355301556400>
3. Li, T., Shin, D., & Moore, T. (2020). Social media and cryptocurrency investor behavior: Evidence from Reddit. *Journal of Behavioral Finance*, 21(4), 332–345. <https://doi.org/10.1080/15427560.2020.1725517>
4. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
5. OECD. (2018). OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/oecd-infe-toolkit.htm>
6. Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. Jossey-Bass.