

**Электронный периодический
рецензируемый
научный журнал**

«SCI-ARTICLE.RU»

<http://sci-article.ru>

№153 (май) 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Редколлегия.....	4
ПУНЬКО АЛИНА ВЛАДИМИРОВНА. ВЫБОР СТРАТЕГИИ ОХРАНЫ: ПАТЕНТЫ VS. НОУ-ХАУ (СЕКРЕТЫ ПРОИЗВОДСТВА) В УСЛОВИЯХ БЕЛОРУССКОГО ПРАВОВОГО ПОЛЯ	12
ГЛАДКИХ ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА. 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ.ЭЛЕМЕНТ И 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ: СРАВНЕНИЕ СРЕДСТВ РАЗРАБОТКИ	18
ПАВЛОВ ВАДИМ АЛЕКСЕЕВИЧ. ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ КАК ОБЪЕКТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ	26
МИШКОВА МИЛАНА ГРИГОРЬЕВНА. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ: КРИТЕРИИ ВЫБОРА МЕЖДУ ПАТЕНТОВАНИЕМ И РЕЖИМОМ НОУ-ХАУ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	33
ВАСИЛЮК ДАРЬЯ ДМИТРИЕВНА. ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ	41
НУРЫЕВА ЭНЕДЖАН ГАДАМОВНА. ПОЛИФОНИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ В «ВАРИАЦИЯХ ДЛЯ СТРУННОГО КВАРТЕТА» ДАНГАТАРА ХЫДЫРОВА.....	51
МИКУЛИЧ РОМАН АНДРЕЕВИЧ. СЕРОСОДЕРЖАЩИЕ АМИНОКИСЛОТЫ В ИММУНЫХ ОРГАНАХ КРЫС ПРИ ГИПОТЕРМИИ И ОСТРОЙ АЛКОГОЛЬНОЙ ИНТОКСИКАЦИИ.....	62
МИЦКЕВИЧ СТАНИСЛАВ ОЛЕГОВИЧ. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СПЕЦАВТОМАТИКА»	66
САФОНОВ МИХАИЛ ВИКТОРОВИЧ. ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ И ПРОФИЛАКТИКА ТРАВМАТИЗМА НА УРОКАХ ВОЛЕЙБОЛА.....	76
ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРНОГО ДЕФИЦИТА РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА ДИНАМИКУ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, УДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ТРУД И ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ МОДЕРНИЗАЦИЮ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	81
БАРТОШ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВНА. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СРОЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ И ВИЗУАЛЬНЫХ СЧЁТЧИКОВ ВРЕМЕНИ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРА.....	90
ШИТУХИНА АННА НИКОЛАЕВНА. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОПТИМИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ.....	101
ЗУБЕЙ ИРИНА ЮРЬЕВНА. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	108
ПОЧИНЧИК МАРТА ОЛЕГОВНА. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ	114
ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ СПЕЦИАЛИСТА В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ	122
БЕБКО АРИНА ВАЛЕНТИНОВНА. РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	131

ЭРБОЕВ МУРОДЖОН ОЛИМДЖОНОВИЧ. ДОКУМЕНТАЛЬНАЯ ВЕРИФИКАЦИЯ И ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО ГЕРОИЧЕСКОГО НАРРАТИВА: ГЕРОИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОФИЦИАЛЬНОЙ И МЕДИЙНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ	136
КИСЕЛЬ ВЕРОНИКА ВАСИЛЬЕВНА. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО "МАЛОРИТСКИЙ КОСК").....	144
ШАЙМАРДАНОВА АЗАЛИЯ РАМИЛЬЕВНА. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АЛЮМИНОТЕРМИТНОЙ СВАРКИ ПРИ РЕМОНТЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ПУТИ.....	155
МИЦКЕВИЧ СТАНИСЛАВ ОЛЕГОВИЧ. ВЗАИМОСВЯЗЬ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ	161
БУРАКОВ ЕЛИСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ. ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ У СТУДЕНТОВ-ПРОГРАММИСТОВ	169
ЛАПЦЕВИЧ ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	175
КАЗУН АЛИНА ТАРОВНА. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ИТ-СЕКТОРЕ БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ В УСЛОВИЯХ УДАЛЁННОЙ РАБОТЫ.....	180
БУЛАЕВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА. ДВА ЦИКЛА НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ УСЛОВИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ В РАЗРЕЗЕ ВЕДОМСТВЕННОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ	188
ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. РАЗВИТИЕ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЁ ВКЛАД В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	202
АПЕТЁНОК УЛЬЯНА СЕРГЕЕВНА. ФЕНОМЕН ОНКОФОБИИ В ЗДОРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ КОРНИ ИРРАЦИОНАЛЬНОГО СТРАХА.....	211

Редколлегия

Агакишиева Тахмина Сулейман кызы. Доктор философии, научный сотрудник Института Философии, Социологии и Права при Национальной Академии Наук Азербайджана, г.Баку.

Агманова Атиркуль Егембердиевна. Доктор филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Республика Казахстан, г. Астана).

Азизова Насиба Бахритдиновна. Доктор философии по философским наукам, доцент, декан факультета Международных образовательных программ, Каршинский государственный университет (Узбекистан).

Александрова Елена Геннадьевна. Доктор филологических наук, преподаватель-методист Омского учебного центра ФПС.

Ахмедова Разият Абдуллаевна. Доктор филологических наук, профессор кафедры литературы народов Дагестана Дагестанского государственного университета.

Барбанов Родион Евгеньевич. Доктор философии психологии (PhD), доцент, с.н.с., преподаватель кафедры психологии и педагогики МАСИ, руководитель Лаборатории экопсихологии ИПИИЮ.

Беззубко Лариса Владимировна. Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, Донбасская национальная академия строительства и архитектуры.

Бежанидзе Ирина Зурабовна. Доктор химических наук, профессор департамента химии Батумского Государственного университета им. Шота Руставели.

Бублик Николай Александрович. Доктор сельскохозяйственных наук, профессор, Институт садоводства Национальной академии аграрных наук Украины, г. Киев.

Галкин Александр Федорович. Доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор Национального минерально-сырьевого университета "Горный", г. Санкт-Петербург.

Гафурова Дилфуза Анваровна. Доктор химических наук, доцент, заведующая кафедрой, Национальный Университет Узбекистана.

Головина Татьяна Александровна. Доктор экономических наук, доцент кафедры "Экономика и менеджмент", ФГБОУ ВПО "Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс" г. Орел. Россия.

Громов Владимир Геннадьевич. Доктор юридических наук, профессор кафедры уголовного, экологического права и криминологии ФГБОУ ВО "Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского".

Грошева Надежда Борисовна. Доктор экономических наук, доцент, декан САФ БМБШ ИГУ.

Дегтярь Андрей Олегович. Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и администрирования Харьковской государственной академии культуры.

Еавстропов Владимир Михайлович. Доктор медицинских наук, профессор кафедры безопасности технологических процессов и производств, Донской государственной технической университет.

Жолдубаева Ажар Куанышбековна. Доктор философских наук, профессор кафедры религиоведения и культурологии факультета философии и политологии Казахского Национального Университета имени аль-Фараби (Казахстан, Алматы).

Жураев Даврон Аслонкулович. Доктор философии по физико-математическим наукам, доцент, Высшее военное авиационное училище республики Узбекистан.

Зейналов Гусейн Гардаш оглы. Доктор философских наук, профессор кафедры философии ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е. Евсевьева».

Зинченко Виктор Викторович. Доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины; профессор Института общества Киевского университета имени Б. Гринченко; профессор, заведующий кафедрой менеджмента Украинского гуманитарного института; руководитель Международной лаборатории образовательных технологий Центра гуманитарного образования Национальной академии наук Украины. Действительный член The Philosophical Pedagogy Association. Действительный член Towarzystwa Pedagogiki Filozoficznej im. Bronisława F. Trentowskiego.

Зяблова Ольга Александровна. Доктор филологических наук, профессор Дипломатической академии МИД России.

Идиатуллоев Азат Корбангалиевич. Доктор исторических наук, профессор кафедры географии и экологии ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И.Н. Ульянова".

Калягин Алексей Николаевич. Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой пропедевтики внутренних болезней ГБОУ ВПО "Иркутский государственный медицинский университет" Минздрава России, действительный член Академии энциклопедических наук, член-корреспондент Российской академии естествознания, Академии информатизации образования, Балтийской педагогической академии.

Ковалева Светлана Викторовна. Доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии Костромского государственного технологического университета.

Коваленко Елена Михайловна. Доктор философских наук, профессор кафедры перевода и ИТЛ, Южный федеральный университет.

Колесникова Галина Ивановна. Доктор философских наук, доцент, член-корреспондент Российской академии естествознания, заслуженный деятель науки и образования, профессор кафедры Гуманитарных дисциплин Таганрожского института управления и экономики.

Колесников Анатолий Сергеевич. Доктор философских наук, профессор Института философии СПбГУ.

Король Дмитрий Михайлович. Доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой пропедевтики ортопедической стоматологии ВДНЗУ "Украинская медицинская стоматологическая академия".

Кузьменко Игорь Николаевич. Доктор философии в области математики и психологии. Генеральный директор ООО "РОСПРОРЫВ".

Кучуков Магомед Мусаевич. Доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой истории, философии и права Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им.В.М. Кокова.

Лаверентьев Владимир Владимирович. Доктор технических наук, доцент, академик РАЕ, МААНОИ, АПСН. Директор, заведующий кафедрой Горячеключевского филиала НОУ ВПО Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы.

Лакота Елена Александровна. Доктор сельскохозяйственных наук, ведущий научный сотрудник ФГБНУ "НИИСХ Юго-Востока", г. Саратов.

Ланин Борис Александрович. Доктор филологических наук, профессор, заведующий лабораторией ИСМО РАО.

Лахтин Юрий Владимирович. Доктор медицинских наук, доцент кафедры стоматологии и терапевтической стоматологии Харьковской медицинской академии последипломного образования.

Лобанов Игорь Евгеньевич. Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник, Московский авиационный институт.

Лучинкина Анжелика Ильинична. Доктор психологических наук, зав. кафедрой психологии Республиканского высшего учебного заведения "Крымский инженерно-педагогический университет".

Луценко Евгений Вениаминович. Доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры компьютерных технологий и систем ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ им.И.Т.Трубилина", г. Краснодар.

Манцава Майя Михайловна. Доктор медицинских наук, профессор, президент Международного Общества Реологов.

Марков Андрей Кириллович. Доктор экономических наук, ВНИИ фитопатологии, руководитель направления.

Маслихин Александр Витальевич. Доктор философских наук, профессор. Правительство Республики Марий Эл.

Мирзаев Номаз Мирзаевич. Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник Научно-инновационного центра информационно-коммуникационных технологий (НИЦ ИКТ) при Ташкентском университете информационных технологий им. Мухаммада Аль-Хоразми.

Можаев Евгений Евгеньевич. Доктор экономических наук, профессор, директор по научным и образовательным программам Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии.

Моторина Валентина Григорьевна. Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой математики Харьковского национального педагогического университета им. Г.С. Сковороды.

Набиев Алпаша Алибек. Доктор наук по геоинформатике, старший преподаватель, географический факультет, кафедра физической географии, Бакинский государственный университет.

Надькин Тимофей Дмитриевич. Профессор кафедры отечественной истории и этнологии ФГБОУ ВПО "Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева", доктор исторических наук, доцент (Республика Мордовия, г. Саранск).

Наумов Владимир Аркадьевич. Заведующий кафедрой водных ресурсов и водопользования Калининградского государственного технического университета, доктор технических наук, профессор, кандидат физико-математических наук, член Российской инженерной академии, Российской академии естественных наук.

Огарок Андрей Леонтиевич. Доктор технических наук, старший научный сотрудник, преподаватель РТУ МИРЭА - Российский технологический университет, преподаватель аспирантуры ФГАНУ "Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти (ЦИТиС)".

Орехов Владимир Иванович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики инноваций ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

Ощепкова Юлия Игоревна. Доктор химических наук, заведующий лабораторией ХБиП Института биоорганической химии АН РУз.

Пащенко Владимир Филимонович. Доктор технических наук, профессор, кафедра "Оптимізація технологічних систем імені Т.П. Євсюкова", ХНТУСГ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕХАНОТРОНІКИ І СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ.

Пелецкис Кястутис Чесловович. Доктор социальных наук, профессор экономики Вильнюсского технического университета им. Гедиминаса.

Петров Владислав Олегович. Доктор искусствоведения, доцент ВАК, доцент кафедры теории и истории музыки Астраханской государственной консерватории, член-корреспондент РАЕ.

Походенько-Чудакова Ирина Олеговна. Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой хирургической стоматологии УО «Белорусский государственный медицинский университет».

Предеус Наталия Владимировна. Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Пятаева Ольга Алексеевна. Доктор экономических наук, доцент, заместитель директора Центра коммерциализации разработок и трансфера технологий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

Розыходжаева Гульнора Ахмедовна. Доктор медицинских наук, руководитель клиничко-диагностического отдела Центральной клинической больницы №1 Медико-санитарного объединения; доцент кафедры ультразвуковой диагностики Ташкентского института повышения квалификации врачей; член Европейской ассоциации кардиоваскулярной профилактики и реабилитации (EACPR), Европейского общества радиологии (ESR), член Европейского общества атеросклероза (EAS), член рабочих групп атеросклероза и сосудистой биологии („Atherosclerosis and Vascular Biology“), периферического кровообращения („Peripheral Circulation“), электронной кардиологии (e-cardiology) и сердечной недостаточности Европейского общества кардиологии (ESC), Ассоциации «Российский доплеровский клуб», Deutsche HerzStiftung.

Сорокопудов Владимир Николаевич. Доктор сельскохозяйственных наук, профессор. ФГАОУ ВПО "Белгородский государственный национальный исследовательский университет".

Супрун Элина Владиславовна. Доктор медицинских наук, профессор кафедры общей фармации и безопасности лекарств Национального фармацевтического университета, г.Харьков, Украина.

Терецкий Владислав Иванович. Доктор юридических наук, профессор кафедры гражданского права и процесса Харьковского национального университета внутренних дел.

Трошин Александр Сергеевич. Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и внешнеэкономической деятельности, ФГБОУ ВО "Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова".

Феофанов Александр Николаевич. Доктор технических наук, профессор, ФГБОУ ВПО МГТУ "СТАНКИН".

Хамраева Сайёра Насимовна. Доктор экономических наук, доцент кафедры экономика, Каршинский инженерно-экономический институт, Узбекистан.

Худойкулов Тулкин Дустобоевич. Доктор исторических наук, проректор по учебным делам, Шахрисабзский Государственный Педагогический Институт (Узбекистан).

Чернова Ольга Анатольевна. Доктор экономических наук, зав.кафедрой финансов и бухучета Южного федерального университета (филиал в г.Новошахтинске).

Шедько Юрий Николаевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Шелухин Николай Леонидович. Доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой права и публичного администрирования Мариупольского государственного университета, г. Мариуполь, Украина.

Шихнебиев Даир Абдулкеримович. Доктор медицинских наук, профессор кафедры госпитальной терапии №3 ГБОУ ВПО "Дагестанская государственная медицинская академия".

Эшкурбонов Фуркат Бозорович. Доктор химических наук, заведующий кафедрой Промышленных технологий Термезского государственного университета (Узбекистан).

Яковенко Наталия Владимировна. Доктор географических наук, профессор, профессор кафедры социально-экономической географии и регионоведения ФГБОУ ВПО "ВГУ".

Абдуллаев Ахмед Маллаевич. Кандидат физико-математических наук, профессор Ташкентского университета информационных технологий.

Акпамбетова Камшат Макпалбаевна. Кандидат географических наук, доцент Карагандинского государственного университета (Республика Казахстан).

Ашмаров Игорь Анатольевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Воронежский государственный институт искусств, профессор РАЕ.

Ашрапов Улугбек Товфикович. Кандидат технических наук, старший научный сотрудник Института ядерной физики Академии наук Республики Узбекистан.

Бай Татьяна Владимировна. Кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВПО "Южно-Уральский государственный университет" (национальный исследовательский университет).

Бектурова Жанат Базарбаевна. Кандидат филологических наук, доцент Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева (Республика Казахстан, г.Астана).

Беляева Наталия Владимировна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и методики преподавания Школы педагогики Дальневосточного федерального университета.

Бозоров Бахритдин Махаммадиевич. Кандидат биологических наук, доцент, зав.кафедрой "Физиология, генетика и биохимии" Самаркандского государственного университета Узбекистан.

Бойко Наталья Николаевна. Кандидат юридических наук, доцент. Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО "БашГУ".

Боровой Евгений Михайлович. Кандидат философских наук, доцент, Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики (г. Новосибирск).

Васильев Денис Владимирович. Кандидат биологических наук, профессор, ФГБНУ Всероссийский научно-исследовательский институт радиологии и агроэкологии (г. Обнинск).

Вицентий Александр Владимирович. Кандидат технических наук, научный сотрудник, доцент кафедры информационных систем и технологий, Институт информатики и математического моделирования технологических процессов Кольского НЦ РАН, Кольский филиал ПетрГУ.

Гайдученко Юрий Сергеевич. Кандидат ветеринарных наук, доцент кафедры анатомии, гистологии, физиологии и патологической анатомии ФГБОУ ВПО "Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина".

Гресь Сергей Михайлович. Кандидат исторических наук, доцент, Учреждение образования "Гродненский государственный медицинский университет", Республика Беларусь.

Джумагалиева Куляш Валитхановна. Кандидат исторических наук, доцент Казахской инженерно-технической академии, г.Астана, профессор Российской академии естествознания.

Егорова Олеся Ивановна. Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода Сумского государственного университета (г. Сумы, Украина).

Ермакова Елена Владимировна. Кандидат педагогических наук, доцент, Ишимский государственный педагогический институт.

Жерновникова Оксана Анатольевна. Кандидат педагогических наук, доцент, Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды.

Жохова Елена Владимировна. Кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармакогнозии Государственного Бюджетного Образовательного Учреждения Высшего Профессионального Образования "Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия".

Закирова Оксана Вячеславовна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и контрастивного языкознания Елабужского института Казанского (Приволжского) федерального университета.

Ивашина Татьяна Михайловна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии Киевского Международного университета (Киев, Украина).

Искендерова Сабир Джафар кызы. Кандидат философских наук, старший научный сотрудник Национальной Академии Наук Азербайджана, г. Баку. Институт Философии, Социологии и Права.

Карякин Дмитрий Владимирович. Кандидат технических наук, специальность 05.12.13 - системы, сети и устройства телекоммуникаций. Старший системный инженер компании Juniper Networks.

Катков Юрий Николаевич. Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Кебалова Любовь Александровна. Кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры геоэкологии и устойчивого развития Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова (Владикавказ).

Климук Владимир Владимирович. Кандидат экономических наук, ассоциированный профессор Региональной Академии менеджмента. Начальник учебно-методического отдела, доцент кафедры экономики и организации производства, Учреждение образования "Барановичский государственный университет".

Кобланов Жоламан Таубаевич. Ассоциированный профессор, кандидат филологических наук. Профессор кафедры казахского языка и литературы Каспийского государственного университета технологии и инжиниринга имени Шахмардана Есенова.

Ковбан Андрей Владимирович. Кандидат юридических наук, доцент кафедры административного и уголовного права, Одесская национальная морская академия, Украина.

Кольцова Ирина Владимировна. Кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры психологии, ГБОУ ВО "Ставропольский государственный педагогический институт" (г. Ставрополь).

Короткова Надежда Владимировна. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВПО "Липецкий государственный педагогический институт".

Кузнецова Ирина Павловна. Кандидат социологических наук. Докторант Санкт-Петербургского Университета, социологического факультета, член Российского общества социологов - РОС, член Европейской Социологической Ассоциации -ESA.

Кузьмина Татьяна Ивановна. Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии ГБОУ ВПО "Московский городской психолого-педагогический университет", доцент кафедры специальной психологии и коррекционной педагогики НОУ ВПО "Московский психолого-социальный университет", член Международного общества по изучению развития поведения (ISSBD).

Левкин Григорий Григорьевич. Кандидат ветеринарных наук, доцент ФГБОУ ВПО "Омский государственный университет путей сообщения".

Лушников Александр Александрович. Кандидат исторических наук, член Международной Ассоциации славянских, восточноевропейских и евразийских исследований. Место работы: Центр технологического обучения г.Пензы, методист.

Мелкадзе Нанули Самсоновна. Кандидат филологических наук, доцент, преподаватель департамента славистики Кутаисского государственного университета.

Назарова Ольга Петровна. Кандидат технических наук, доцент кафедры Высшей математики и физики Таврического государственного агротехнологического университета (г. Мелитополь, Украина).

Назмутдинов Ризабек Агзамович. Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии, Костанайский государственный педагогический институт.

Насимов Мурат Орленбаевич. Кандидат политических наук. Проректор по воспитательной работе и международным связям университета "Болашак".

Непомнящая Наталья Васильевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики, Сибирский федеральный университет.

Олейник Татьяна Алексеевна. Кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры ИТ Харьковского национального педагогического университета имени Г.С.Сковороды.

Орехова Татьяна Романовна. Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой управления инновациями в реальном секторе экономики ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

Остапенко Ольга Валериевна. Кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры гистологии и эмбриологии Национального медицинского университета имени А.А. Богомольца (Киев, Украина).

Поляков Евгений Михайлович. Кандидат политических наук, преподаватель кафедры социологии и политологии ВГУ (Воронеж); Научный сотрудник (стажер-исследователь) Института перспективных гуманитарных исследований и технологий при МГГУ (Москва).

Попова Юлия Михайловна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и маркетинга Полтавского национального технического университета им. Ю. Кондратюка.

Рамзанов Сайгим Манапович. Кандидат экономических наук, профессор, главный эксперт ОАО «РусГидро», ведущий научный сотрудник, член-корреспондент Российской академии естественных наук.

Рибцун Юлия Валентиновна. Кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник лаборатории логопедии Института специальной педагогики Национальной академии педагогических наук Украины.

Сазонов Сергей Юрьевич. Кандидат технических наук, доцент кафедры Информационных систем и технологий ФГБОУ ВПО "Юго-Западный государственный университет".

Саметова Фаузия Толеушайховна. Кандидат филологических наук, профессор, проректор по воспитательной работе Академии Кайнар (Республика Казахстан, город Алматы).

Сафронов Николай Степанович. Кандидат экономических наук, действительный член РАЕН, заместитель Председателя отделения "Ресурсосбережение и возобновляемая энергетика". Генеральный директор Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии, заместитель Председателя Подкомитета по энергоэффективности и возобновляемой энергетике Комитета по энергетической политике и энергоэффективности Российского союза промышленников и предпринимателей, сопредседатель Международной конфедерации неправительственных организаций с области ресурсосбережения, возобновляемой энергетике и устойчивого развития, ведущий научный сотрудник.

Середа Евгения Витальевна. Кандидат филологических наук, старший преподаватель Военной Академии МО РФ.

Слизкова Елена Владимировна. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и педагогики детства ФГБОУ ВПО "Ишимский государственный педагогический институт им. П.П. Ершова".

Смирнова Юлия Георгиевна. Кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор (доцент) Алматинского университета энергетики и связи.

Франчук Татьяна Иосифовна. Кандидат педагогических наук, доцент, Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенка.

Церцвадзе Мзия Гилаевна. Кандидат филологических наук, профессор, Государственный университет им. А. Церетели (Грузия, Кутаиси).

Чернышова Эльвира Петровна. Кандидат философских наук, доцент кафедры искусствоведения и педагогики искусства института художественного образования, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург.

Шамутдинов Айдар Харисович. Кандидат технических наук, доцент кафедры Омского автобронетанкового инженерного института.

Шангина Елена Игоревна. Кандидат технических наук, доктор педагогических наук, профессор, Зав. кафедрой Уральского государственного горного университета.

Шапауов Алиби Кабыкенович. Кандидат филологических наук, профессор. Казахстан. г.Кокшетау. Кокшетауский государственный университет имени Ш. Уалиханова.

Шаргородская Наталья Леонидовна. Кандидат наук по госуправлению, помощник заместителя председателя Одесского областного совета.

Шафиров Валерий Геннадьевич. Кандидат юридических наук, профессор кафедры Аграрных отношений и кадрового обеспечения АПК, Врио ректора ФГБОУ ДПО «Российская академия кадрового обеспечения агропромышленного комплекса».

Шошин Сергей Владимирович. Кандидат юридических наук, доцент кафедры уголовного, экологического права и криминологии юридического факультета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского».

Яковлев Владимир Вячеславович. Кандидат педагогических наук, профессор Российской Академии Естествознания, почетный доктор наук (DOCTOR OF SCIENCE, HONORIS CAUSA).

МАРКЕТИНГ

ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ

Василюк Дарья Дмитриевна

студент бакалавриата

УО "Полесский государственный университет"

студент

Сторта Д.А. Научный руководитель: Е.В. Хмельницкая, старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента, магистр экономических наук, Полесский государственный университет

Ключевые слова: теория теории; потребительское поведение; маркетинговая сегментация; постсоветский рынок; бэби-бумеры; поколение X; миллениалы; поколение Z; поколение Альфа

Keywords: theory theory; consumer behavior; marketing segmentation; post-Soviet market; baby boomers; generation X; millennials; generation Z; generation Alpha

Аннотация: Статья посвящена анализу поколенческих различий в потребительском поведении преимущественно к рынку постсоветских стран. Рассмотрены теоретические основания концепции Штрауса–Хува и ее адаптация к условиям России и СНГ, разработанная исследовательской конструкцией под руководством Е. Шамис. На основе данных международных и региональных маркетинговых исследований (Emplifi, PorchGroupMedia, ЮMoney) охарактеризованы потребительские ценности, каналы коммуникации, факторы выбора и послепокупочное поведение пяти поколений: бэби-бумеров, поколения X, миллениалов, поколения Z и поколения Альфа. Показано, что прямое перенесение западных поколенческих моделей на постсоветское пространство требует корректировки с учётом специфики советского дефицита, обусловленного СССР и последующих экономических трансформаций. Результаты исследования могут быть использованы при разработке сегментационных стратегий и таргетированных маркетинговых коммуникаций на рынке стран СНГ.

Abstract: This article analyzes generational perceptions of consumer behavior, primarily in the post-Soviet market. It examines the theoretical foundations of the Strauss-Huve framework and its adaptation to the conditions of Russia and the CIS, developed by a research team led by E. Shamis. Based on data from international and regional marketing research (Emplifi, PorchGroupMedia, and YuMoney), it characterizes the consumer values, communication channels, selection factors, and post-purchase behavior of five generations: baby boomers, Generation X, millennials, Generation Z, and Generation Alpha. It is shown that the direct transfer of Western generational models to the post-Soviet space requires adjustments, taking into account the specifics of Soviet shortages caused by the USSR and subsequent economic transformations. The research results can be used in developing segmentation strategies and targeted marketing communications in the CIS market.

УДК 339.138

Введение. Компании, работающие на рынках стран СНГ, испытывают трудности с обеспечением, когда один и тот же продукт воспринимается принципиально по-разному в зависимости от возраста покупателя. Это различие поведенческих паттернов не случайно — оно обусловлено принципиально разным историческим опытом, пережитым каждой возрастной когортой в период формирования ценностных установок.

Теория, разработанная У. Штраусом и Н. Хоувом, предлагается объяснительная рамка для этих явлений: ценности и поведенческие модели человека развиваются не только индивидуальными факторами, но и коллективным опытом «формы изменения». Применительно к постсоветскому пространству эта рамка требует адаптации: советский дефицит, афганская война, распад СССР в 1991 году, гиперинфляция 1990-х и цифровая революция 2000-х — события, не имеющие аналогов в западной истории, — оставили заметный след в потребительском поведении каждого из постсоветских направлений.

Актуальность. Общий объем потребительских рынков стран СНГ составляет 2 трлн долларов в год, при этом одновременно активны пять поколений потребителей с расходящимися мотивами покупок, гарантиями обеспечения коммуникации и критериями лояльности. Эти маркетинговые стратегии, не учитывающие различий, приводят к нецелевым расходам на рекламу и снижению конверсии. Проблема усугубляется тем, что большинство доступных поколенческих исследований, основанных на западных выборках, их прямой перенос на контекст Беларуси, России и Казахстана методологически некорректен в силовом и историческом и институциональном контексте. Работа, специально посвященная поколенческому анализу потребительского поведения именно в постсоветских реалиях, недостаточна — это определяет актуальность настоящего исследования.

Цель статьи. Целью настоящего исследования является выявить и систематизировать поколенческие различия в потребительском поведении на рынках постсоветских стран для обоснования дифференцированных маркетинговых стратегий.

Задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы принципов Штрауса–Хува и их адаптации к условиям России и СНГ.
2. Охарактеризовать ценностные установки, каналы коммуникации и факторы потребительского выбора пяти признаков, применимые к постсоветскому контексту.
3. Проанализировать многочисленные данные международных маркетинговых исследований и оценить их результаты на рынках стран СНГ.

Научная новизна. Родоначальниками теории поколений принято считать двух американских ученых – историка Вильяма Штрауса и экономиста и демографа Нейла Хоува. В процессе детального исследования истории США авторы провели параллель и нашли исторические аналоги в прошлых и настоящих поколениях (в дальнейшем авторы расширили географию исследований и стали изучать поколенческие особенности в других странах, обнаруживая схожие циклы). Все

обнаруженные выводы, касающиеся цикла биографий разных поколений, В. Штраус и Н. Хоув отразили в совместной работе «Поколения» (1991). В последующих произведениях «Тринадцатое поколение» (1992) и «Четвертое превращение» (1997) ученые подробно проработали терминологию и описали четырехступенчатый поколенческий цикл с повторяющимися моделями поведения [1, с.82].

Теория поколений Хоува-Штрауса базируется на идее циклического повторения поколенческих паттернов. Центральное место в данной концепции занимает понятие «ценности поколения» – устойчивых мировоззренческих установок, формирующихся под влиянием социальных, экономических, политических и культурных факторов в период взросления индивида. Штраус и Хоув определяют социальное поколение как совокупность людей, рождённых в один промежуток времени, объединённых тремя критериями: возрастное положение в истории, единые верования и модели поведения, ощущение причастности к данному поколению [2, с.45].

Авторы выделяют 4 типа поколений, сменяющих друг друга [3, с.109]:

- пророки (идеалисты);
- кочевники;
- герои;
- художники

Говоря о циклах, следует отметить, что каждый период длится около 20–22 лет, а четыре периода, составляющих полный цикл, продолжаются приблизительно 80–90 лет (так называемые длинная жизнь человека или естественный век). Это соответствует социально-биологическим детерминантам фаз жизни человека, и потому циклы остаются неизменными на протяжении веков. Существует мнение, что с ростом темпа технологического прогресса в последние несколько десятков лет может уменьшиться длительность влияния того или иного поколения. Однако, по мнению В. Штрауса и Н. Хоува, это не произойдет до тех пор, пока не сдвинутся временные рамки этапов жизни человека. А пока человек взрослеет к 20 годам, достигает среднего возраста в 40 и становится пожилым в 60, базовая продолжительность поколений и превращений будет оставаться неизменной. При этом авторы отмечают, что не существует точных временных границ, разделяющих поколения друг от друга, эти рамки размыты и похожи на биологические циклы, когда выделяются лишь определенные интервалы. Люди, рожденные в переходные периоды, чаще всего несут в себе характеристики двух смежных поколений и считаются представителями субпоколений [1, с. 84].

Наибольшее распространение в практике стран СНГ получила адаптация, предложенная исследовательской группой под руководством Евгении Шамис (проект RuGenerations). Сохранив базовую структуру модели Хоува-Штрауса, Шамис существенно скорректировала временные рамки и ценностные характеристики поколений с учётом событий советской и постсоветской истории. Границы поколений для России и СНГ определены следующим образом: бэби-бумеры (1944–1963), поколение X (1964–1981), Миллениумы / Y (1982–2000), Хоумлендеры / Z (2001–2010), поколение Альфа (2011–наст.вр) [4].

Принципиальное отличие адаптации Шамис — признание того, что ценности поколений формируются под влиянием «больших событий, воспитания, информационных сообщений вокруг и дефицита», при чём ценностью становится то, чего человек был лишён в детстве. Для поколения X в СССР таким дефицитом являлась уникальность: одинаковая школьная форма, похожая одежда и предметы быта сформировали у «иксов» тягу к необычным вещам и аксессуарам. Для поколения Y ключевым фактором стал распад СССР и обрушение привычного мира, что породило одновременно стремление к стабильности и открытость к новому [5].

Подход российских исследователей к периодизации поколений и его сопоставление с классическим подходом представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Периодизация поколений в классической теории и адаптации

Поколение	Тип поколения	Годы рождения	
Классическая теория	Адаптация стран СНГ		
Беби-бумеры	Пророки, идеалисты	1946-1964	1946-1963
Поколение X	Кочевники	1965-1983	1964-1981
Поколение Y/миллениум	Герои	1984-2000	1982-2000
Поколение Z	Художники	2001-2010	2001-2010
Поколение Альфа	Пророки, идеалисты	2010-наст.вр	2011-наст.вр

Источник: составлено автором на основе [5]

Основные положения теорий поколений могут использоваться в маркетинге. Как правило, основа формирования элементов комплекса маркетинга – это разделение потребителей на отдельные группы с общими характеристиками, называемое сегментацией. Этот процесс позволяет компаниям более точно понять и удовлетворять запросы определённой аудитории, повышая тем самым эффективность маркетинговых мероприятий.

Бэби-бумеры формировались в условиях дефицита. Товарный голод СССР в хрущёвские и брежневские времена выработал у этого поколения устойчивую стратегию: купить про запас, отремонтировать, а не менять, не расставаться с проверенным брендом. По данным исследования маркетингового агентства Sooth,

бэби-бумеры на 32% чаще, чем представители других поколений, выбирают бренды, обеспечивающие качественное персональное обслуживание. Покупка для них — прежде всего функциональный акт, а не развлечение: Е. Митрофанова фиксирует, что поход в магазин воспринимается этим поколением как необходимость, а не удовольствие, и ради конкретного товара бумер готов ехать на другой конец города [6, с. 59].

Ключевые ценности – стабильность, качество, репутация. Символом благополучия для постсоветских бумеров по-прежнему остаются товары, бывшие в советское время дефицитом: красная икра, натуральные ткани, традиционные продукты [7, с. 47]. При выборе товаров длительного пользования они ориентируются на функциональные характеристики и длительность гарантии, а упаковка и дизайн вторичны. Экспертность – один из центральных мотивов: бумеры детально сравнивают товары, предпочитают специализированные магазины, доверяют продавцам-консультантам с опытом [6, с. 59].

Главные каналы коммуникации – телевидение и печатные СМИ. По данным агентства Initiative, 87% бэби-бумеров постсоветских стран смотрят телевизор еженедельно или чаще, а 55% тратят на него более двух часов в день. При этом стереотип о полной «офлайновости» этого поколения устарел: 93% бумеров пользуются цифровыми каналами ежедневно, 88% зарегистрированы в социальных сетях. В России и Беларуси бумеры активно освоили «Одноклассников» и «Мой мир», составляя заметную долю аудитории этих платформ. Воздействие на их потребительское поведение строится через уважительную адресацию, персональные предложения и скидки для пенсионеров – такие жестыкратно повышают лояльность.

Послепокупочное поведение бумеров строится на сарафанном радио. По данным Sooth, при принятии решения о покупке они в большей степени ориентируются на рекомендации друзей и членов семьи, чем молодые поколения. Неудовлетворённость товаром они редко выражают публично – скорее перестают покупать у данного продавца и молча переключаются на конкурента. Зато удовлетворённый бумер остаётся лоялен годами и активно рекомендует марку в своём социальном кругу [8, с. 412].

Поколение X выросло в эпоху противоречий: холодная война, Чернобыль, афганский конфликт, а затем – стремительный распад привычного мира в конце 1980-х. Перестройка и «лихие 90-е» с гиперинфляцией и тотальной неопределённостью сформировали у этой когорты прагматизм, недоверие к государственным институтам и ориентацию на собственные силы [7, с. 48]. Базовые ценности поколения X – индивидуализм, прагматизм, установка «время–деньги», ценность личного выбора и честность. Именно иксы первыми в постсоветском пространстве столкнулись с форматами гипермаркетов и супермаркетов и оценили их: возможность купить всё необходимое в одном месте рядом с домом для них принципиальна [6, с. 59].

При выборе товара иксы тщательно сравнивают характеристики и готовы платить больше за долговечность и качество. Они идут в магазин с уже сформированным списком покупок. Особенность, на которую специально обращают внимание Е. Шамис и Е. Никонов, – иксы принимают решение о покупке самостоятельно: мнение близких или отзывы в сети могут представлять для них интерес, но итоговый выбор они делают исходя из собственной оценки. Любая попытка давления, особенно

«холодные звонки», воспринимается как нарушение личных границ и гарантированно разрушает контакт с брендом. Лояльность к бренду у поколения X высокая, но не безусловная: её можно потерять, если продукт не оправдал ожиданий по качеству [9].

Каналы коммуникации у иксов двойственны. Они сохраняют привычку к телевидению – особенно к новостному контенту – и доверяют традиционным СМИ, однако активно пользуются интернетом: читают новости на Яндексe, общаются в «Одноклассниках» и осваивают Telegram. Иксы ценят чёткость и простоту: перегруженный интерфейс или навязчивые уведомления вынуждают их позвонить оператору вместо самостоятельного оформления заказа. Реакция на неудовлетворённость покупкой – личная жалоба в магазин или звонок на горячую линию; публичные отзывы иксы оставляют редко, предпочитая прямой диалог с продавцом [6, с. 59].

Миллениалы – первое поколение постсоветского пространства, чьё взросление совпало с переходом от дефицита к изобилию и одновременно с финансовыми кризисами 1998 и 2008 годов. Экономические потрясения, пережитые в молодости, выработали специфическую установку: жить здесь и сейчас, не откладывать деньги на неопределённое будущее, поскольку их ценность слишком нестабильна. При этом миллениалы ориентированы на впечатления больше, чем на материальные объекты: поездки, рестораны, концерты, обучение – статусные символы этого поколения. По данным исследования ЮMoney, охватившего более 3000 респондентов, 91% миллениалов при принятии решения о покупке опираются на отзывы реальных покупателей, а 93% считают приоритетом скорость доставки [8, с. 415].

Потребительские предпочтения миллениалов формируются в интернете. Они сравнивают цены, изучают характеристики, проверяют отзывы – прямая реклама на них действует слабо. Как указывают Миронова и Чекмарева, именно Y первыми существенно пошатнули традиционные маркетинговые стратегии крупных компаний: имея круглосуточный доступ к информации, они не доверяют рекламным утверждениям и перепроверяют их онлайн. Торгово-развлекательные центры для миллениалов – культурное пространство: прийти за покупками в компании, выпить кофе, посмотреть кино. Среди постсоветских особенностей выделяется тяготение к локальным брендам: миллениалы из России, Беларуси и Казахстана охотнее доверяют понятному и близкому продукту [7, с. 178].

Эффективные каналы коммуникации – социальные сети, контент-маркетинг, лидеры мнений. Для миллениалов характерно принятие решений под влиянием блогеров и медийных личностей. Вместе с тем они чувствительны к аутентичности: рекламный тон воспринимается ими как манипуляция. Программы лояльности работают при условии реальной выгоды – миллениалы тщательно просчитывают окупаемость вложений даже при покупке кофе. История бренда для них не имеет значения – ценится его нынешнее состояние, а не прошлые заслуги. Послепокупочное поведение активное: они оставляют развёрнутые отзывы, делятся покупками в социальных сетях, при неудовлетворённости публично указывают бренду на недостатки [8, с. 412].

Поколение Z – первая когорта, сформировавшаяся в условиях непрерывного интернета. Для постсоветского пространства это поколение несёт дополнительный контекст: они родились после распада СССР и не имеют личного опыта советского быта, однако выросли в семьях, чьи ценности несут отпечаток советской экономики. Как показывает Н.В. Черченко, представители поколения Z практически «живут» в

интернете: 73,1% используют его для коммуникации с близкими, 57,4% – для поиска новой информации, 58,3% – для учёбы. В Беларуси почти половина зумеров проводит в сети пять и более часов в сутки.

Ценности зумеров сочетают жажду аутентичного опыта и острое внимание к социальной ответственности брендов. Более половины опрошенных зумеров обращают внимание на экологичность и социальную позицию компании. При выборе товара С.С. Малетин фиксирует: зумеры особо требовательны к качеству, ценят дизайн, атмосферу и скорость обслуживания, но к прямому маркетингу относятся критично. При выборе решающую роль играют рекомендации блогеров – на них ориентируется 42% зумеров, а 36% демонстрируют повышенный интерес к видеоконтенту с участием знакомых медийных авторов.

Каналы коммуникации – TikTok, Instagram, YouTube, Telegram. Каждый пятый зумер совершает покупки в интернете ежедневно. Оплата предпочтительно бесконтактная: только 30% используют банковские карты, тогда как треть выбирает электронные кошельки или QR-коды. Лояльность к бренду у зумеров условная: её поддерживают геймификация, экологические инициативы и персонализированное взаимодействие. Утрачивается лояльность мгновенно – при несоответствии заявленных ценностей реальному поведению компании. Послепокупочное поведение – самое активное среди всех поколений: зумеры оставляют короткие, но содержательные отзывы, активно делятся покупками в историях и тематических сообществах.

Поколение Альфа – наименее изученный, но наиболее перспективный сегмент. Его представители родились в эпоху готовой цифровой инфраструктуры, голосовых ассистентов и стриминговых платформ. На постсоветском пространстве особенностью является то, что родители альфа – миллениалы, передающие детям ценности осознанного потребления, экологичности и цифровой грамотности. По прогнозу Ф. Котлера с соавторами, к 2030 году метавселенные, с которыми поколение Альфа взаимодействует с раннего возраста, будут генерировать глобальный доход до 5 трлн долларов. Система ценностей Альфа формируется в процессе: уже прослеживается ранняя цифровая грамотность при одновременных затруднениях в офлайн-коммуникации и социализации [6, с. 56]. Воздействие на их потребительское поведение через родителей-миллениалов уже сейчас становится приоритетным для брендов детских товаров, образовательных сервисов и цифровых платформ. [8, с.416]

Данные двух источников – PorchGroupMedia (2024) и Emplifi Marketing Across Generations Survey (2025) – охватывают потребительское поведение четырёх поколений: бэби-зумеров, поколения X, миллениалов и зумеров. Исследование Emplifi проводилось в ноябре 2024 года на выборке из 965 потребителей в возрасте от 18 лет. PorchGroupMedia агрегировала данные Statista, Deloitte, Nielsen и World Data Lab, что обеспечивает охват как поведенческих, так и финансовых показателей по каждой когорте.

Оба источника опираются на американскую выборку, поэтому прямой перенос цифр на постсоветские рынки требует поправки на местную специфику: иной уровень цифровизации, отличающийся медиаландшафт и собственные паттерны покупательской лояльности. Хронологические границы поколений в американской традиции также незначительно расходятся с теми, что приняты в российских и белорусских классификациях.

Вместе с тем глобальные платформы – TikTok, Instagram, YouTube, крупные маркетплейсы – формируют сходные поведенческие паттерны вне зависимости от страны. Выявленные векторы: рост социальной коммерции, снижение брендовой лояльности у молодых когорт, смещение сервисного общения в мессенджеры – прослеживаются и на постсоветских рынках, где есть сопоставимые данные. Приведённые материалы целесообразно рассматривать как ориентирную базу, уточняя количественные значения региональными источниками там, где это необходимо.

На рисунке 1 представлены данные о доле онлайн-покупателей среди представителей разных поколений потребителей по состоянию на 2024 год.

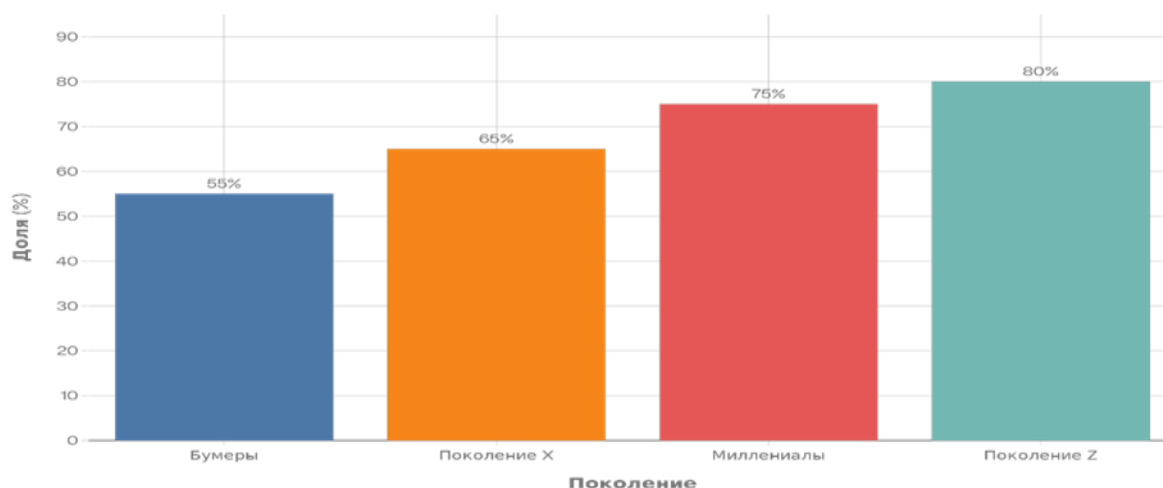


Рисунок 1 – Доля онлайн-покупателей разных поколений

Источник: составлено автором на основе [10,11]

Диаграмма фиксирует прямую зависимость между возрастом потребителей и степенью его вовлеченности в онлайн-торговлю: значения постепенно возрастают от 55% у бэби-бумеров до 80% у представителей поколения Z. Этот разрыв в 25-процентных точках отражает не только разницу в цифровой грамотности, но и принципиально разный опыт первичной социализации: бумеры осваивали онлайн-шопинг во взрослом возрасте, тогда как зумеры выросли уже внутри этого мира.

На рисунке 2 представлено сравнение четырёх поведенческих установок потребителей – влияния социальных сетей на выбор товара, ориентации на цену и скидки, учёта экологичности при покупке и лояльности к бренду – в разрезе четырёх поколений: бэби-бумеров, поколения X, миллениалов и поколения Z.

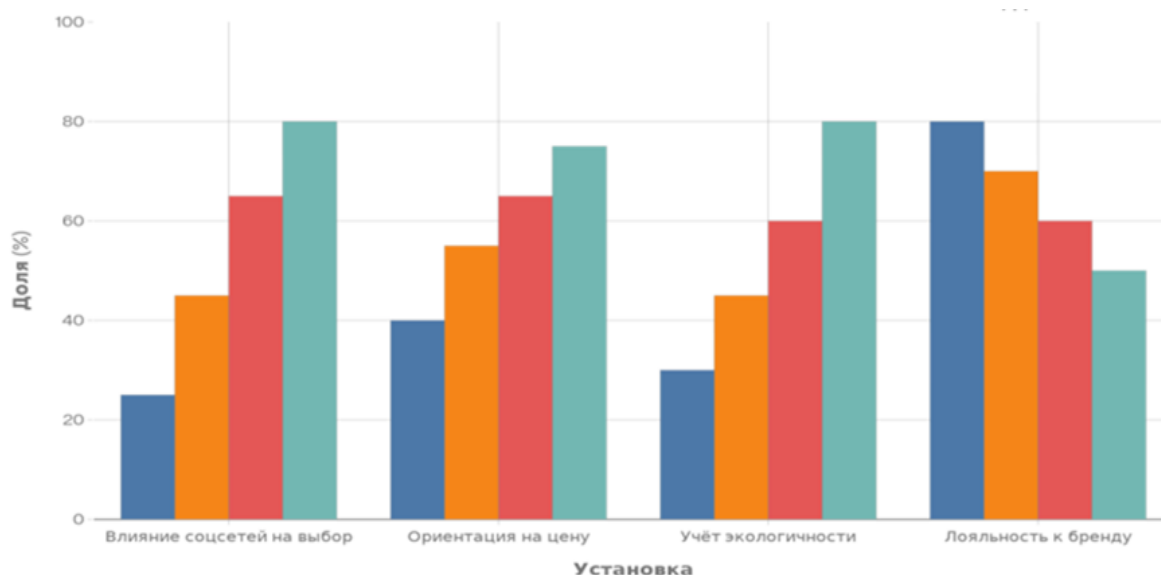


Рисунок 2 – Поведенческие установки потребителей разных поколений

Источник: составлено автором на основе [10,11]

Диаграмма демонстрирует влияние поколенческих паттернов на поведенческие установки. По трём установкам – влияние соцсетей, цена, экологичность – молодые поколения стабильно опережают старшие: у зумеров значения достигают 75–80%, у бумеров – 25–40%. По четвёртой установке – лояльности к бренду – соотношение обратное: 80% бумеров придерживаются однажды выбранного бренда, тогда как у зумеров этот показатель составляет лишь 50%. Данное расхождение отражает принципиальную разницу в логике потребительского выбора: бумеры строят его на доверии и накопленном опыте, зумеры – на соответствии бренда актуальным ценностям в конкретный момент времени.

Проведённый анализ показывает, что поколенческая принадлежность потребителя на постсоветских рынках задаёт принципиально разные модели покупательского поведения, которые не сводятся к возрастным предпочтениям, а уходят корнями в исторический опыт каждой когорты. Бэби-бумеры, сформировавшиеся в условиях советского дефицита, демонстрируют устойчивую брендовую лояльность (80%) и ориентацию на качество и личный контакт с продавцом. Поколение X сохраняет прагматизм и самостоятельность в принятии решений, отвергая навязчивые коммуникации и ценя функциональность товара. Миллениалы смещают фокус с владения на опыт, активно используют цифровые каналы при сохранении тяготения к локальным брендам. Зумеры образуют наиболее требовательный сегмент: 80% из них ориентируются на мнения блогеров и экологичность бренда, тогда как лояльность к нему составляет лишь 50%. Поколение Альфа, чьи потребительские установки ещё складываются, уже сейчас испытывает влияние родителей-миллениалов, что предопределяет высокую цифровую грамотность и чувствительность к ценностям бренда с раннего возраста.

Заключение

Теория поколений Штрауса–Хоува в адаптации Е. Шамис предоставляет работоспособный инструмент для сегментации потребителей на рынках

постсоветских стран. Её применение в маркетинге требует учёта специфики, которая не вписывается в западные модели: товарный дефицит советского периода, экономические потрясения 1990-х и стремительная цифровизация 2000–2010-х годов сформировали ценностные паттерны, не имеющие прямых аналогов в американской или западноевропейской практике.

Компаниям, работающим на рынках постсоветских стран целесообразно выстраивать маркетинговые коммуникации не по возрастному принципу, а по совокупности поколенческих ценностей, каналов взаимодействия и послепокупочных ожиданий. Для бэби-бумеров это персональный контакт и гарантия качества, для поколения X — рациональный аргумент и уважение к личным границам, для миллениалов — аутентичный контент и реальная выгода программ лояльности, для зумеров — социальная ответственность бренда, геймификация и скорость цифрового сервиса. Поколение Альфа, которое к 2030 году станет самостоятельным потребительским сегментом, уже сейчас определяет вектор развития детских товаров и образовательных платформ через влияние на родительские решения.

Дальнейшие исследования в данной области требуют формирования репрезентативных выборок непосредственно на рынках СНГ: разрыв между западными данными и постсоветской реальностью остаётся методологической проблемой, ограничивающей точность поколенческого маркетингового планирования.

Литература:

1. Бегина И. А. Теоретические и прикладные аспекты исследования жизнедеятельности поколений: монография / И. А. Бегина, М. Э. Елютина, Д. Л. Иванов ; под редакцией С. Г. Ивченкова. – Саратов: СГУ, 2021. – 193 с.
2. Право, экономика и управление: теория и практика: материалы IV Всеросс. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 августа 2022 г.) / ред. Э.В. Фомин; Чувашский государственный институт культуры и искусств. – Чебоксары: Среда, 2022. – 164 с.
3. Асташова Ю. В. Теория явлений в маркетинге / Ю. В. Асташова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2014. – Т. 8, № 1. – С. 108–114.
4. Шамис Е. Ценности поколений в России и СНГ [Электронный ресурс] / Е. Шамис, Е. Никонов // RuGenerations – российская школа Теории поколений. – 2024. – URL: <https://rugenerations.ru/> (дата обращения: 15.03.2026).
5. Азаренко Н. Что такое поколение X [Электронный ресурс] / Н. Азаренко // Unisender: глоссарий. – 2025. – URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/kto-takie-rokolenie-x/> (дата обращения: 15.03.2026).
6. Миронова О.А., Чекмарева Г.И. К вопросу о применении поколенческого подхода в управлении маркетинговой деятельностью предприятий // Управленческие науки. – 2019. – Т. 9, № 3. – С. 53–62.
7. Шамис Е., Никонов Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс. – М.: Институт Синергия, 2016. – 398 с.
8. Хазира С. Исследование на тему «Разница поколений в покупательских привычках» [Электронный ресурс] / С. Хазира, К. Сантош, М. Свати, К. Сафи // Международный журнал междисциплинарных исследований EPRA (IJMR). – 2025. – Том. 11, вып. 4. – С. 411–413
9. Маркетинг для разных признаков: от бэби-бумеров до поколения Z [Электронный ресурс] // Cossa. – 2014. – URL: <https://www.cossa.ru/trends/107777/> (дата обращения: 15.03.2026).

10. PorchGroupMedia. Generational Consumer Shopping Trends. [Электронный ресурс] – 2024. – URL: <https://porchgroupmedia.com/blog/generational-consumer-shopping-trends/> (дата обращения 15.03.2026)

11. Emplifi. Marketing Across Generations Survey Report 2025 [Электронный ресурс].– 2025 – URL: https://go.emplifi.io/rs/284-ENW-442/images/Emplifi_Marketing_Across_Generations_Survey_Report.pdf (дата обращения 15.03.2026)