

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ



DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-6-96-109
 УДК 316.4(045)
 JEL D12, D60

Молодежь как «мягкая сила» и деньги в современном мире

Н.В. Аликперова^а, К.В. Виноградова^б

^а Финансовый университет, Москва, Россия;

Институт социально-экономических проблем народонаселения Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия;

^б Институт социально-экономических проблем народонаселения Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия

^а <https://orcid.org/0000-0002-5028-078X>; ^б <https://orcid.org/0000-0002-8857-8135>

АННОТАЦИЯ

Предметы исследования – финансовая культура и монетарные установки молодежи, выполняющей роль «мягкой силы» в построении эффективного государства. *Цели работы* – выявление основных монетарных установок современной молодежи, анализ финансового поведения молодых людей и определение их основных предпочтений при «потреблении» ими финансовой информации. Формирование финансовой культуры молодежи и, как следствие, отражение такой культуры в стратегиях финансового поведения молодых людей являются первостепенной задачей государства. Поэтому особую значимость приобретают исследования, связанные с изучением монетарных установок молодых людей, трансляцией этих установок на их финансовое поведение и взаимодействие со всеми участниками финансового рынка, что дает основание для выявления тенденций поведения молодежи на финансовом рынке, ее потребностей и возможности развития финансового рынка. В качестве исходных данных для анализа была взята база данных массового опроса столичной молодежи, проведенного в рамках выполнения инициативного авторского проекта Лаборатории исследования поведенческой экономики ИСЭПН ФНИСЦ РАН под названием «Финансовая культура столичной молодежи». В опросе приняли участие 350 человек. Исследование проведено посредством опроса в сети Интернет в мае 2020 г. В состав выборки вошли жители московского региона в возрасте от 18 до 35 лет. Критерии отбора – принадлежность к исследуемой возрастной группе и проживание на территории московского региона. В результате исследования *сделаны выводы* о монетарных предпочтениях молодежи, отношении молодых людей к деньгам и их использованию, финансовом поведении, а также выявлены новые тенденции в области интересующих молодых людей тем в области финансов и источников получения финансовой информации на финансовом рынке.

Ключевые слова: молодежь; деньги; финансовая культура; финансовое поведение; монетарные установки; финансовая грамотность; «мягкая сила»

Для цитирования: Аликперова Н.В., Виноградова К.В. Молодежь как «мягкая сила» и деньги в современном мире. *Экономика. Налоги. Право.* 2020;13(6):96-109. DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-6-96-109

ORIGINAL PAPER

Youth as “Soft Power” and Money in the Modern World

N.V. Alikperova^а, K.V. Vinogradova^б

^а Financial University, Moscow, Russia;

Institute of Socio-Economic Problems of Population, Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia;

^б Institute of Socio-Economic Problems of Population, Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

^а <https://orcid.org/0000-0002-5028-078X>; ^б <https://orcid.org/0000-0002-8857-8135>

ABSTRACT

The research subjects are financial culture and monetary attitudes of young people who play the role of “soft power” in building an effective state. *The purpose of the work* is to identify the main monetary attitudes of modern youth,

© Аликперова Н.В., Виноградова К.В., 2020

analyze the financial behavior of young people and determine their main preferences when they “consume” financial information. The formation of a financial culture of young people and, as a result, the reflection of this culture in financial behavior strategies is a primary task of the state. In this regard, research related to the study of monetary attitudes of young people, to the translation of these attitudes to their financial behavior and interaction with all financial market participants is of particular importance, which provides a basis for identifying trends in the behavior of young people in the financial market, their needs and the possibility of developing the financial market to meet their needs. As the initial data for the analysis, we took a study of the database of a mass survey of Metropolitan youth conducted as part of the author’s initiative project of the behavioral Economics research Laboratory of the Institute of Socio-Economic Problems of Population of the Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences called «Financial Culture of Metropolitan Youth». 350 people took part in the survey. The study was conducted via an Internet survey in May 2020. The sample included residents of the Moscow region aged 18 to 35 years. The selection criteria are belonging to the age group under study and living in Moscow. The study made *conclusions* about the monetary preferences of young people, young people’s attitudes to money and its use, financial behavior, and revealed new trends in the field of interest of young people in Finance and the sources of financial information in the financial market.

Keywords: youth; money; financial culture; financial behavior; monetary attitudes; financial literacy; “soft power”

For citation: Alikperova N.V., Vinogradova K.V. Youth as “soft power” and money in the modern world. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law.* 2020;13(6):96-109. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-6-96-109

ВВЕДЕНИЕ

По мере экономического роста России увеличивается значимость отношений, характеризующих финансовую культуру молодежи, поскольку сформировавшиеся у нее определенные установки в отношении денег, в частности инвестиционное и сберегательное поведение, стали оказывать большое влияние на финансовый рынок. Зачастую от позиции юных лидеров зависит реальная экономическая и политическая обстановка в стране. Молодые люди свободны от стереотипов, мобильны, активны и вносят весомый вклад не только в социально-экономическое развитие России, но и в развитие большинства других сфер.

Первым экономистом, положившим начало представлениям о человеческой сущности и природе экономического поведения в основу теоретической системы, был А. Смит, согласно которому человек, проявляя определенный экономический интерес, независим, эгоистичен, рационален и информирован. При обмене товара он преследует личную выгоду: «Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к гуманности, а к их собственному эгоизму и никогда не говорим им о наших нуждах, а лишь об их выгодах» [1].

А. Маршалл также рассмотрел в своей работе «Принципы политической экономии» (1890 г.) истоки рационального поведения человека [2], заявив о том, что человек «подвержен влиянию личных привязанностей, представлений о долге и преданно-

сти высоким идеалам». По его мнению, на потребительское поведение влияют желание разнообразия, стремление привлечь внимание окружающих людей, а также их признание.

В роли оппонентов классической школы экономики выступили представители исторической школы, придерживавшиеся мнения о том, что на поведение человека влияют внешние факторы. Мифы о рациональном экономическом поведении развенчал Дж. М. Кейнс, посчитавший мало реалистичной модель «экономического человека», чьи действия абсолютно рациональны, основаны на логических расчетах и владении полной информацией как о настоящем, так и о будущем состоянии экономики.

Дж. М. Кейнс использовал идеи, выдвинутые экономистами стокгольмской школы и Ф. Найтом, согласно которым действия людей основаны на их представлениях о будущей экономической конъюнктуре. Эти представления являются весьма несовершенными, поэтому и поведение людей далеко от рационального идеала. В этой связи Дж. М. Кейнс указывал на важность иррациональных основ поведения, которые он назвал «животным чутьем» (*animal spirits*). С его точки зрения, участники рынка в своих действиях, скорее, руководствуются инстинктом, азартом, оптимизмом или пессимизмом, чем рациональным расчетом [3].

Дж. М. Кейнс стал также основоположником теории сбережений и рассматривал потребительские расходы и сбережения как функцию от дохода [4]. Согласно его утверждению с ростом доходов инди-

вид склоняется к потреблению все меньшей части полученного им дохода. Следовательно, с ростом доходов потребление растет в меньшей степени, чем доход. Поэтому увеличиваются сбережения индивида, которые могут (по экономическим законам должны) трансформироваться в инвестиции. Однако, по его мнению, не существует механизма, автоматически превращающего сбережения в инвестиции.

Психологические установки личности, выраженные в желании или нежелании снижать свои расходы при сокращении общего уровня доходов, а также в принятии решения: сберегать или потреблять — изучены американским ученым Дж. Катоной [5] и изложены в его работе «Сберегать или тратить?». Ученый выделил три типа сбережений: контрактные, целевые и остаточные.

Представители поведенческого подхода в психологии людей А. Тверски и Д. Канеман утверждали, что при принятии финансовых решений люди, как правило, руководствуются не желанием достижения максимизации выгоды и минимизации потерь, а воспринимают возможные последствия личных действий как пользу или вред в зависимости от выбранной альтернативы [6].

Идею Дж. М. Кейнса о влиянии иррациональных мотивов на экономическое поведение нобелевские лауреаты Дж. Акерлоф и Р. Шиллер развили в книге «Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма» [7]: «чтобы понять экономику, надо выяснить, как ею движет иррациональное начало подобно “невидимой руки”», — и выделили пять основных проявлений иррациональности:

- доверие;
- осознание справедливости;
- недобросовестность;
- денежная иллюзия (учет номинальных денежных величин вместо реальных);
- восприимчивость к историям.

Они предложили использовать «мультипликатор доверия» как оценку воздействия доверия, который показывает, насколько увеличится или уменьшится доход при росте или падении уровня доверия на один пункт. Уровень доверия — это циклический показатель (растет во время экономического подъема и уменьшается при спаде). Таким образом, циклы доверия соотносятся с экономическими циклами.

В 1949 г. была разработана модель относительного дохода Дж. Дьюзенберри (*Duesenberry*) для решения проблемы несовместимости краткосрочных

и долгосрочных тенденций нормы сбережений [8]. Предложенная им модель воспринята учеными двояко: психологи и социологи считают ее экономической моделью, в то время как экономисты ассоциируют ее с социологическим подходом. На взгляд автора, данную модель можно отнести к социологии финансов, поскольку в ее основе лежит идея о взаимосвязанности индивидуальных предпочтений людей, что придает ей социологическую окраску. По мнению Дьюзенберри, существующие практики сберегательного и потребительского поведения являются не столько результатом индивидуально принимаемых рациональных решений, а сколько социально и культурно одобряемыми образцами поведения. Он выступил за то, что теория сберегательного и потребительского поведения была бы ближе к жизни, если бы в ее основу было положено предположение о том, что «связующей нитью в механизме принятия решений в сфере потребления является не рациональное планирование, а обучение и формирование традиций». Таким образом, взаимосвязанность индивидуальных предпочтений означает, что влияние социального окружения на сберегательное поведение семьи может иметь самостоятельный эффект, независимый от изменений дохода.

ИССЛЕДОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В России изучением финансового поведения молодежи занимались такие ученые, как Е. М. Аврамова, Н. В. Аликперова, Ю. И. Варьяш, М. Д. Красильникова, О. Е. Кузина, В. В. Радаев, Н. М. Римашевская, Д. О. Стребков, А. В. Ярашева [9].

К первым эмпирическим исследованиям финансового поведения молодежи в России относятся разработки Всемирного банка, в рамках проекта *Russia Financial Literacy and Education Trust Fund*¹, основанные на компетентностном подходе, в соответствии с которым наличие знаний в области финансов не предопределяет поведение финансово-компетентных людей; важен не набор знаний, а наличие соответствующих установок и навыков в данной области.

Исследование финансовых установок как индивидуальной предрасположенности к определенному

¹ Сайт ОЭСР. URL: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/russia-oecd-world-bank-financial-literacy.htm>.

поведению в отношении личных финансов также имеет свою специфику. Например, для общероссийского мониторинга финансовых установок Аналитическое агентство НАФИ² применяет следующие показатели финансовых установок: стремление жить сегодняшним днем, баланс трат и сбережений, понимание функции денег в частной жизни.

Аналогичные исследования финансовых установок, но с несколько иными показателями проводят и другие исследователи. Так, Вологодский научный центр РАН предлагает следующие показатели:

1) отношение к деньгам (цель жизни или средство для жизни) и богатству, импульсивность, склонность к экономии;

2) отношение к будущему (т.е. ориентация на «жизнь сегодняшним днем» или на долгосрочное планирование), наличие долгосрочных целей, стремление к достижению целей;

3) осознанное сбережение или сбережение по остаточному принципу, целевое или нецелевое сбережение.

Причем они дополняются существенно иными показателями:

- наличие долгосрочных целей, стремление к достижению целей;
- склонность к заимствованиям;
- патернализм или расчет на собственные силы, склонность к планированию будущего и инвестированию;
- склонность к обдуманному или рискованному поведению;
- ориентация на то, чтобы быть информированным.

Фонд «Общественное мнение»³ регулярно проводит исследования в области финансового поведения населения в разрезе демографических и социально-экономических показателей. В частности, последнее масштабное исследование в данной области было проведено в 2020 г.

РОЛЬ МОЛОДЕЖИ В ЭКОНОМИКЕ

Следует отметить, что особая роль в развитии финансовых отношений отводится молодежи как наиболее активной категории граждан. Именно финансовая грамотность и финансовая ответственность молодежи задают тенденцию к формированию общего культурного фона в обществе. Готов-

ность к рискам, наличие устоявшихся финансовых установок, отношение к деньгам, уровень образования у данной категории населения будут определять направление развития всего финансового сектора в России.

Молодые люди как объект данного исследования выступают стратегическим ресурсом в развитии экономики, представителями перспективного сегмента пользователей финансовых услуг в нашей стране. У данной целевой группы людей сформированы определенные установки в финансовом поведении, они более изменчивы и мобильны в выборе стратегий финансового поведения и отличаются тем, что более склонны к восприятию новой информации, ее продолжительному освоению.

У молодежи в силу психологических и социальных особенностей сильно выражено стремление к инновациям, потому молодые люди потенциально могут чаще делать выбор в пользу новых, только появившихся на рынке финансовых инструментов, а это означает, что им необходимо формировать личную ответственность за принимаемые решения в области управления финансами, уметь принимать их на основе грамотного анализа факторов финансового рынка [10]. Кроме того, молодое поколение в скором времени будут родителями, которые станут служить примером для своих детей в формировании правильных стратегий финансового поведения.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ни для кого не секрет, что люди по-разному относятся к деньгам: для одних индивидов они очень важны для того, чтобы чувствовать себя благополучными, довольными жизнью. Для других наличие и количество денег мало влияют на ощущение собственного благополучия.

Так, по данным инициативного авторского исследования, проведенного весной 2020 г. сотрудниками Лаборатории исследования поведенческой экономики ИСЭПН ФНИСЦ РАН, деньги для молодых людей — важнейшая составляющая благополучия. Говоря о ценности денег в повседневной жизни московской молодежи, можно сделать вывод о том, что деньги играют существенную роль в жизни 90,8% опрошенных, из которых 51,2% отметили, что материальное благополучие имеет для них очень большое значение (рис. 1).

Помимо этого, молодое поколение знает «цену» деньгам и не спешит тратить их бездумно (рис. 2).

² Сайт Аналитического агентства НАФИ. URL: <https://naf.ru/>.

³ Сайт Фонда «Общественное мнение». URL: <https://fom.ru>.

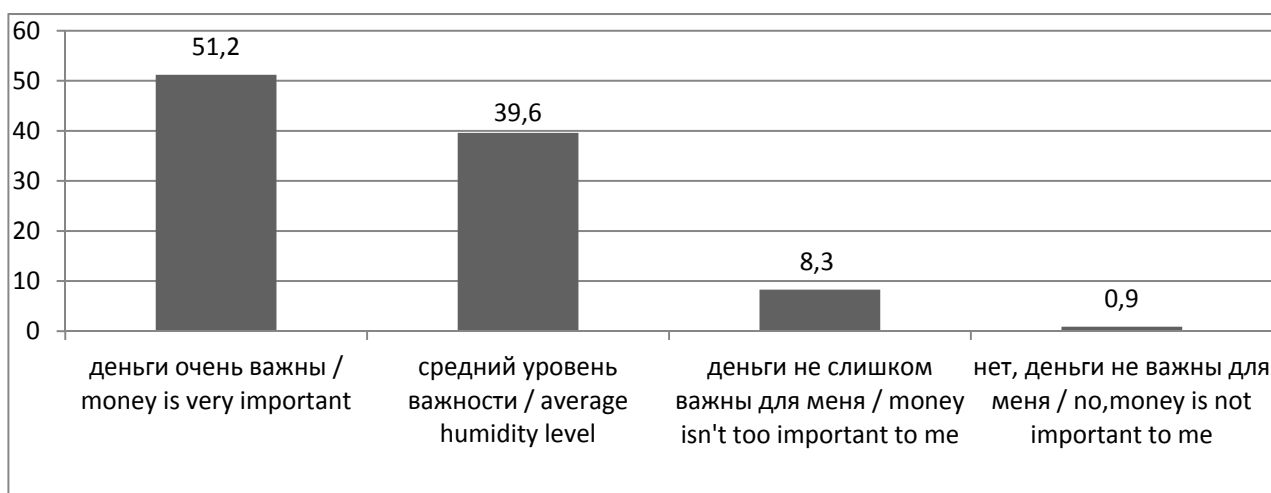


Рис. 1 / Fig. 1. Распределение ответов на вопрос: «Оцените, пожалуйста, насколько деньги важны лично для вас, чтобы чувствовать себя благополучным(-ой), довольным(-ой) жизнью», % / Distribution of responses to a question: «Please Rate how important money is for you personally in order to feel safe and happy with your life», %

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

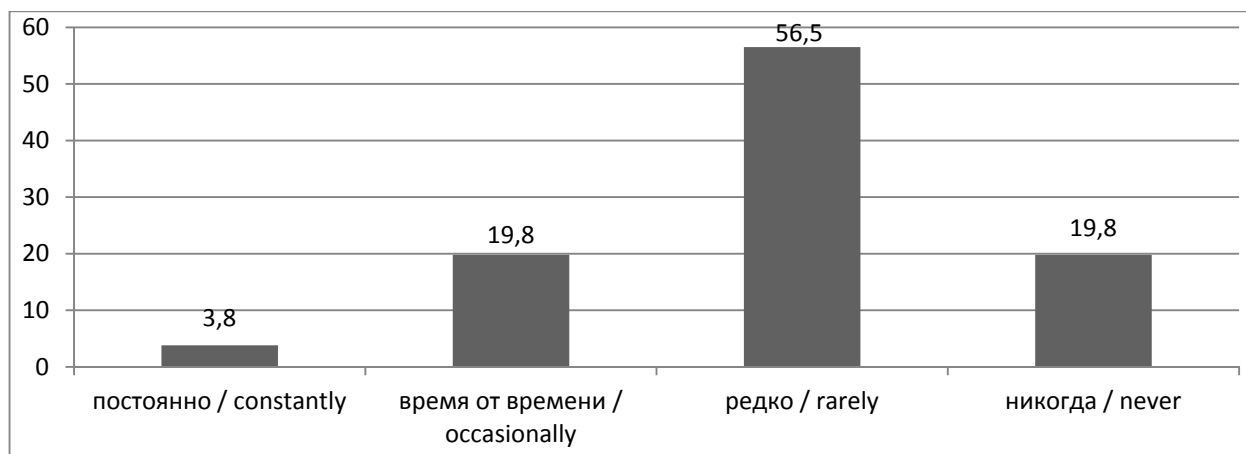


Рис. 2. / Fig. 2. Распределение ответов на вопрос: «Как часто вы покупаете товары (вещи, продукты или услуги), а потом не пользуетесь ими, передариваете или выкидываете?» / Distribution of responses to a question: «How often do you buy goods (things, products, or services) and then just don't use them, over-sell them, or throw them away?»

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

Почти каждый пятый молодой москвич (19,8%) утверждает, что никогда не покупал товары (вещи, продукты или услуги), а потом не пользовался ими, передаривал или выкидывал. Больше половины респондентов (56,5%) отметили, что не склонны к стихийным покупкам — они редко совершают траты на ненужные им вещи.

Остальные 19,8% признались, что не всегда могут совершать обдуманную покупку, только 3,8% опрошенных отметили, что постоянно приобретают ненужные товары (вещи, продукты или услуги).

Большая часть московской молодежи (88,8%) склонна к формированию сбережений. При этом 44,7% сберегают деньги только тогда, когда появляются опреде-

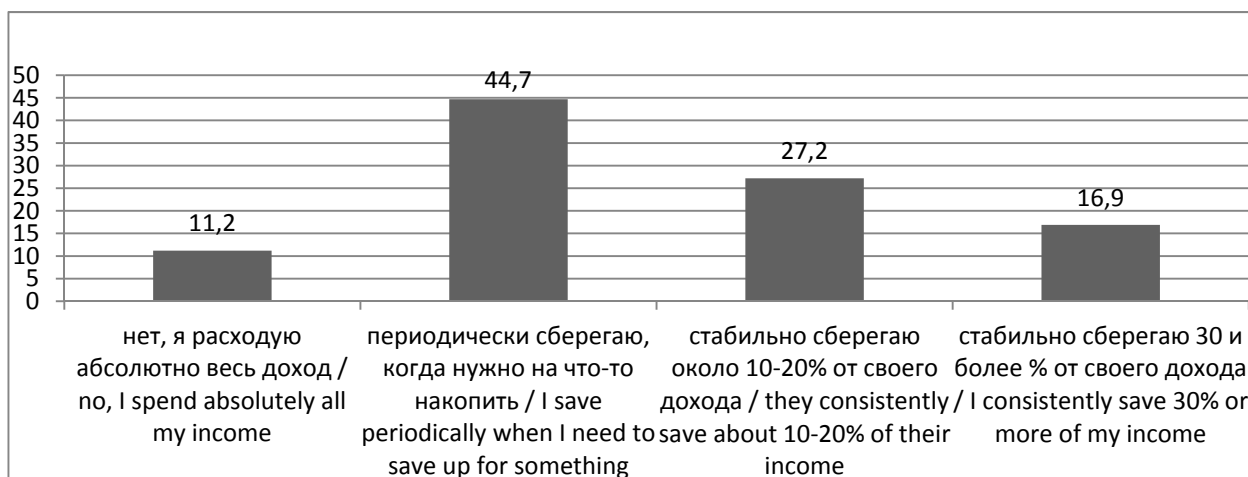


Рис. 3 / Fig. 3. Распределение ответов на вопрос: «Сберегаете ли вы определенную часть своего дохода?» / Distribution of responses to a question: «Do You save a certain part of your income?»

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

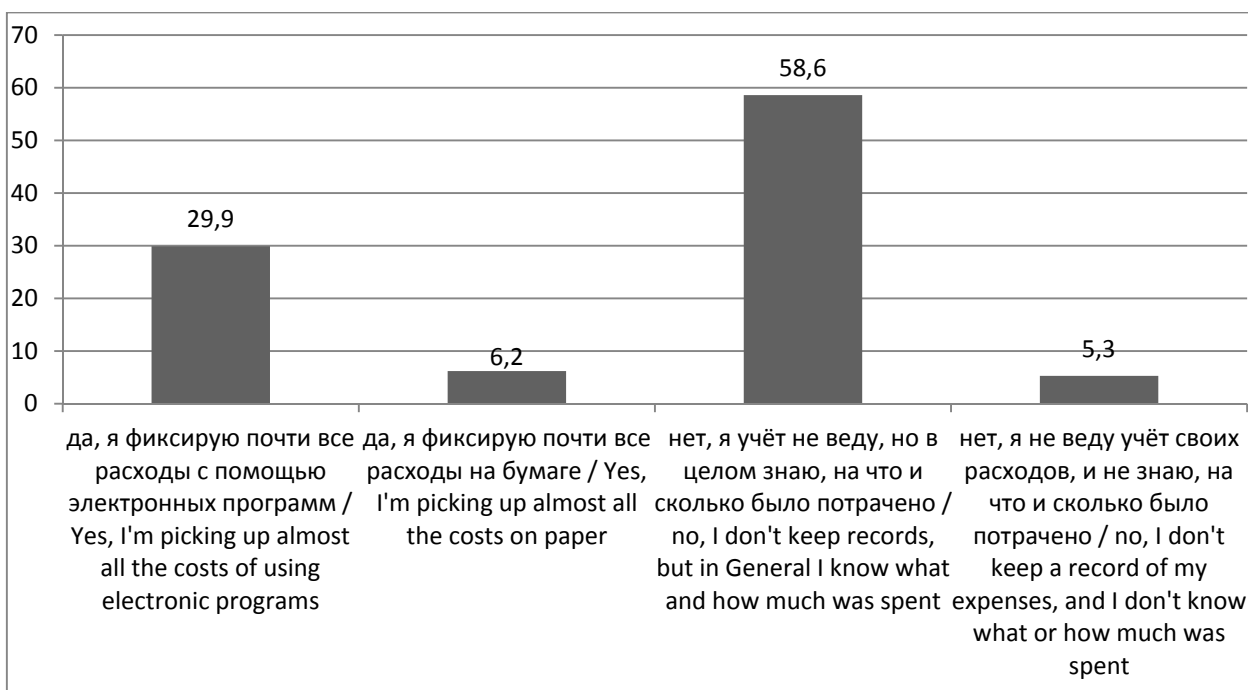


Рис. 4 / Fig. 4. Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, ведете ли вы учёт своих расходов?», % / Distribution of responses to a question: «Please tell me, Do you keep track of your expenses?», %

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

ленные цели и нужды, остальная молодежь (44,1%) формирует сбережения на стабильной основе (рис. 3).

Каждый четвертый (29,9%) представитель московской молодежи фиксирует свои расходы с помощью электронных программ, только 6,2% молодых

людей учитывают расходы на бумаге, больше половины респондентов не ведет учета своих расходов, но в целом знает, на что и сколько было потрачено (58,6%), остальные 5,3% не учитывают свои расходы и не знают, на что и сколько было потрачено (рис. 4).

Таблица 1 / Table 1

Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, вы лично ведете учет своих расходов или нет?», % / Distribution of answers to the question «Tell me, please, do you personally keep records of your expenses or not?», %

Категория респондентов / Category of respondents	Да, я фиксирую почти все расходы с помощью электронных программ или на бумаге / Yes, I'm picking up almost all the costs of using electronic programs or on paper	Да, я веду учет, но фиксирую не все расходы / Yes, I keep records, but I don't record all expenses	Нет, я учета не веду, но в целом знаю, сколько денег было потрачено / no, I don't keep records, but in General I know how much money was spent	Нет, я не веду учета своих расходов, и не знаю, сколько денег было потрачено / no, I don't keep a record of my expenses, and I don't know how much money was spent	Затрудняюсь ответить / I can't answer
В зависимости от пола / Depending on the gender					
Мужчины / Men	20	12	32	34	2
Женщины / Women	27	18	35	19	0
В зависимости от возраста / Depending on the age					
18–30 лет / 18–30 years old	31	14	33	22	1
31–45 лет / 31–45 years old	23	17	35	24	0
46–60 лет / 40–60 years old	22	18	31	27	2
Старше 60 лет / Over 60 years old	19	13	36	30	2

Источник / Source: еженедельный опрос «ФОМнибус» 11–12 января 2020 г. в 53 субъектах РФ, 104 населенных пунктах, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL.: <https://fom.ru/Ekonomika/14333> / Weekly survey «Fomnibus» January 11–12, 2020 53 subjects of the Russian Federation, 104 localities, 1500 respondents. The error rate does not exceed 3.6%. <https://fom.ru/Ekonomika/14333>

Таблица 2 / Table 2

Распределение ответов на вопрос: «Одни люди взвешивают и тщательно рассчитывают большую часть своих трат. Другие большую часть своих трат делают без предварительных расчетов и долгих раздумий. К каким людям вы ближе?», % / Distribution of answers to the question: «Some people weigh and carefully calculate most of their spending. Others do most of their spending without prior calculations or much thought. Which people are you closer to?», %

Категория респондентов / Category of respondents	Ближе к первым (рассчитываю свои траты) / Closer to the first (I calculate my expenses)	Ближе ко вторым (делаю траты без предварительных расчетов) / Closer to the second (I spend money without preliminary calculations)	Затрудняюсь ответить / I can't answer
В зависимости от пола / Depending on the gender			
Мужчины / Men	64	31	5
Женщины / Women	71	25	4
В зависимости от возраста / Depending on the age			
18–30 лет / 18–30 years old	72	25	3
31–45 лет / 31–45 years old	65	31	4
46–60 лет / 40–60 years old	69	27	4
Старше 60 лет / Over 60 years old	68	28	4

Источник / Source: еженедельный опрос «ФОМнибус» 11–12 января 2020 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL.: <https://fom.ru/Ekonomika/14333> / Weekly survey «Fomnibus» January 11–12, 2020 53 subjects of the Russian Federation, 104 localities, 1500 respondents. The error rate does not exceed 3.6%. URL.: <https://fom.ru/Ekonomika/14333>

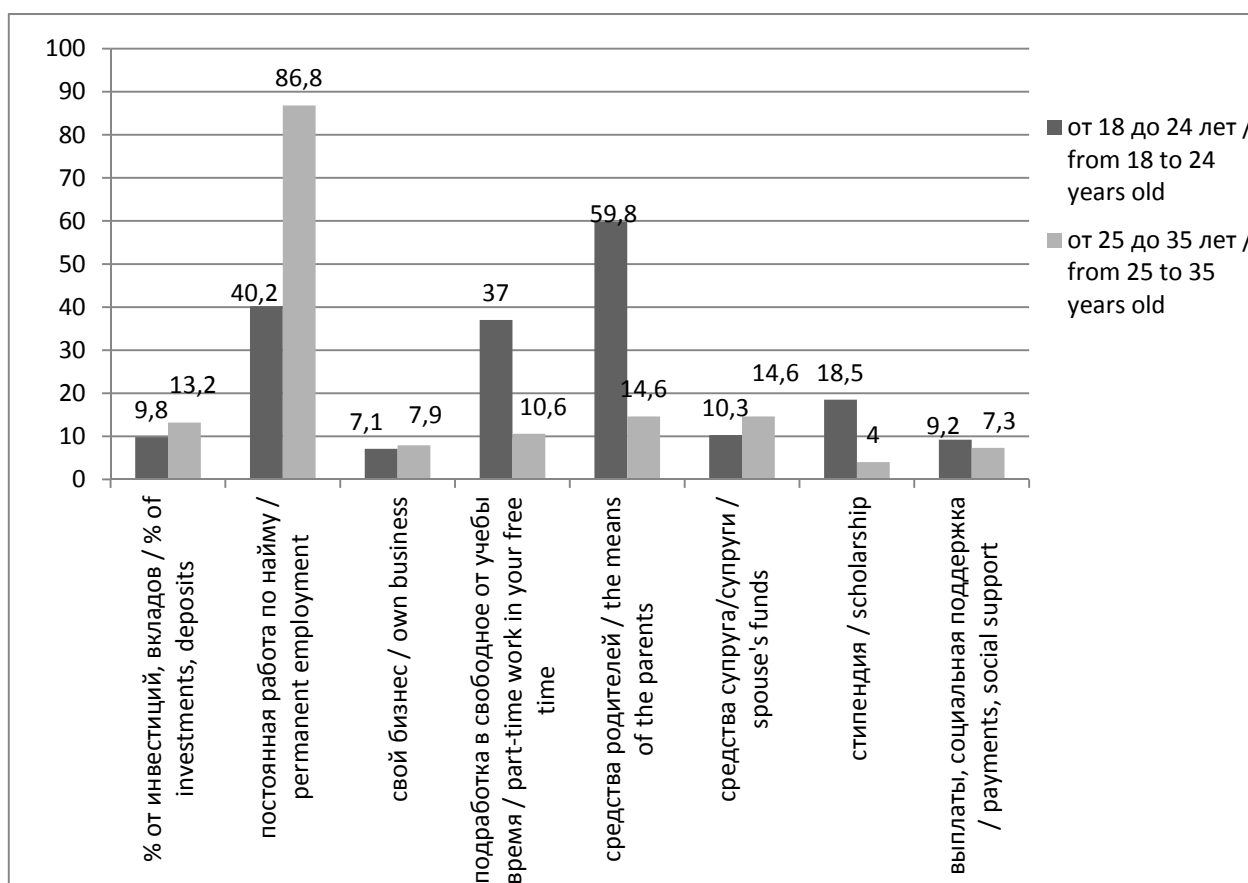


Рис. 5 / Fig. 5. Распределение ответов на вопрос: «Укажите ваши источники дохода? (можно выбрать несколько вариантов)» / Distribution of responses to a question: «What are your sources of income? (you can choose several options)»

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

Аналогичные данные были получены по результатам исследования Фонда «Общественное мнение»⁴ (табл. 1).

При этом молодежь более ответственно по сравнению с другими возрастными группами относится к тратам. Молодые люди менее склонны к импульсивным покупкам нежели респонденты старших возрастов, в свою очередь наиболее легкомысленно относятся к тратам респонденты в возрасте 31–45 лет (табл. 2).

Молодые люди в возрасте 18 до 24 лет чаще всего рассчитывают на материальную помощь от родителей (59,8%), а также на средства, полученные на постоянной работе по найму (40,2%) или на под-

работке в свободное от учебы время (37%) (рис. 5). Меньше всего представители данной возрастной группы рассчитывают на стипендиальные выплаты (18,5%), проценты от инвестиций и/или вкладов (9,8%), социальные выплаты (9,2%).

Основным источником дохода возрастной группы от 25 до 35 лет стала работа по найму (86,8%), значительно реже респонденты указывали на средства супруги или супруга (14,6%), проценты от инвестиций и/или вкладов (13,2%), свой бизнес (7,9%), социальные выплаты (7,3%).

Степень вовлеченности в финансовый сектор имеет прямую зависимость от возраста респондентов: чем старше житель мегаполиса, тем чаще он использует те или иные финансовые услуги (табл. 3).

Так, 43% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет не пользовались никакими из вышеперечисленных финансовых услуг, в то время как таковых среди

⁴ Еженедельный опрос «ФОМнибус» 11–12 января 2020 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%. URL: <https://fom.ru/Ekonomika/14333>.

Таблица 3 / Table 3

Распределение ответов на вопрос: «Какие виды финансовых услуг вы использовали за последние пять лет?» / Distribution of responses to a question: «What types of financial services have You used in the last 5 years?»

	От 18 до 24 лет / From 18 to 24 years old	От 25 до 35 лет / From 25 to 35 years old
1. Вклад в банке срочный / Bank Depositterm	29,2	42,7
2. Вклад в банке до востребования / Bank Depositondemand	39,6	33,1
3. Инвестирование (ИИС – индивидуальный инвестиционный счет, брокерский счет, ПИФ – паевой инвестиционный фонд, инвестиционное страхование жизни и т.д.) / Investment (IIS – individual investment account, brokerage account, mutual Fund – investment life insurance, etc.)	23,6	30,6
4. Добровольное вложение в негосударственный пенсионный фонд (НПФ) / Voluntary investmentin a non-statepension Fund (NPF)	0	14,5
5. Ипотека / Mortgage	4,7	17,7
6. Кредит на бизнес / Businessloan	2,8	4
7. Автокредиты / Autoloan	1,9	8,1
8. Прочие кредиты (потребительские, кредит на неотложные нужды и т.п.) / Other loans (consumer, the credit for urgent needs, etc.)	20,8	50
9. Страхование (жилья, имущества, здоровья, страхование от несчастного случая) / Insurance (housing, property, health, accidentinsurance)	32,1	37,1
10. Ничего из вышеперечисленного / None of the above	43	16,8

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

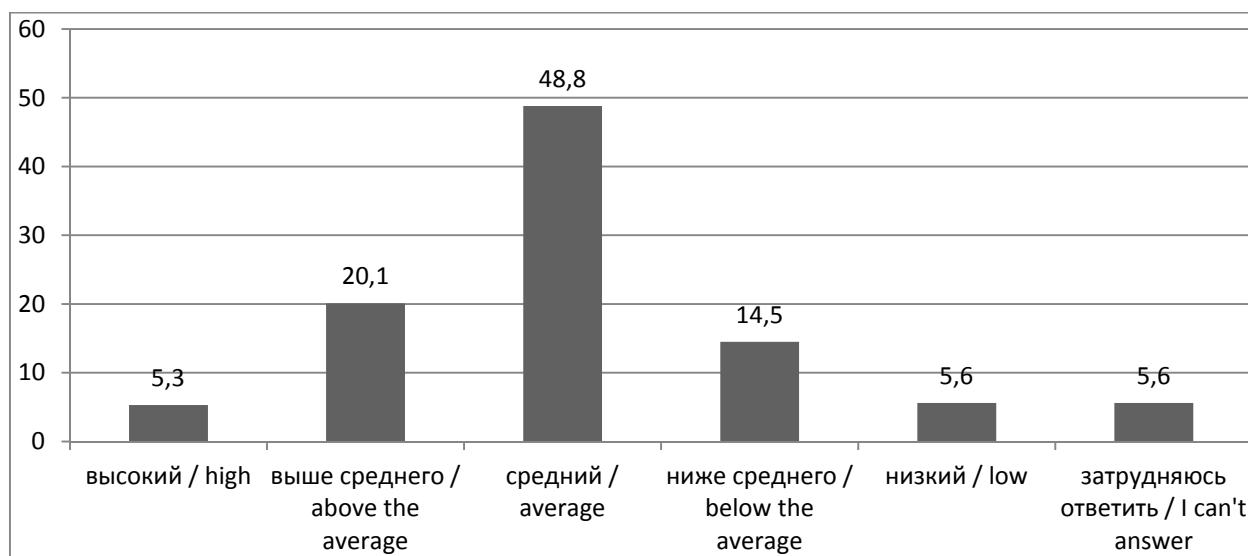


Рис. 6 / Fig. 6. Распределение ответов на вопрос: «Как бы вы могли оценить свой уровень финансовой грамотности?» / Distribution of responses to a question: «How would you estimate your level of financial literacy?»

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи» / compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

респондентов в возрасте от 25 до 35 лет было почти в два раза меньше (16,8%).

Среди тех, кто все же за последние пять лет пользовался финансовыми услугами, наибольшей популярностью у молодежи в возрасте от 18 до 24 лет были ответы:

- вклад в банке до востребования — 39,6%;
- страхование (жилья, имущества, здоровья, страхование от несчастного случая) — 32,1%;
- вклад в банке срочный — 29,2%;
- инвестирование (индивидуальный инвестиционный счет, брокерский счет, паевой инвестиционный фонд, инвестиционное страхование жизни и т.д.) — 23,6%;
- прочие кредиты (потребительские, кредит на неотложные нужды и т.п.) — 20,8%.

Чаще всего молодые люди в возрасте от 25 до 35 лет пользуются следующими услугами:

- прочие кредиты (потребительские, кредит на неотложные нужды и т.п.) — 50%;
- вклад в банке срочный — 42,7%;
- страхование (жилья, имущества, здоровья, страхование от несчастного случая) — 37,1%;
- вклад в банке до востребования — 33,1%;
- инвестирование (индивидуальный инвестиционный счет, брокерский счет, паевой инвестиционный фонд, инвестиционное страхование жизни и т.д.) — 30,6%;
- ипотека — 17,7%.

Несмотря на значительную роль денег в жизни московской молодежи и способность большинства респондентов рационально обращаться с имеющимися у них средствами, далеко не все смогли назвать себя финансово грамотными (рис. 6).

Почти половина респондентов оценивают свои знания на «средний уровень» (48,8%); 20,1% респондентов считают свои знания в финансовых вопросах выше среднего; только 5,3% опрошенных дали оценку своим знаниям как «высокий уровень»; 14,5% респондентов не уверены в своих знаниях и оценивают их на «уровень ниже среднего»; остальная часть опрошенных оценила свой уровень знаний «как низкий» (5,6%), столько же респондентов затруднилось дать оценку (5,6%).

У молодых москвичей была возможность высказать пожелания по темам, в которых они хотели бы усовершенствовать знания и навыки (табл. 4).

Из табл. 4 следует, что поколение Z чаще интересуется управлением инвестиционным портфелем и оценкой рисков на рынке финансовых

услуг, тогда как для поколения Y большую роль играет формирование долгосрочных сбережений на старость или на случай непредвиденных обстоятельств. Данный факт свидетельствует о различиях в финансовом поведении между поколениями, что может объясняться разной иждивенческой нагрузкой, а также психологическими особенностями, присущими разным возрастным категориям (склонностью к рискам, авантюризму и т.д.).

При принятии финансовых решений московская молодежь больше всего доверяет неформальным источникам информации (новостные ленты интернета и социальных сетей) — 51,5%, специализированным новостным каналам и форумам — 40,5%, советам друзей и знакомых — 34%, советам родителей и родственников — 32,5%). Гораздо реже респонденты склонны получать информацию у консультантов, где приобретают финансовую услугу, — 23,4%, читать специализированные периодические издания о мире финансов и прочую литературу — 13,9%, лишь единицы пользуются услугами независимых финансовых консультантов — 9,5% и посещают специализированные тренинги курсы и лекции — 8,6% (табл. 5).

Следует также отметить, что, несмотря на значительное сходство двух возрастных групп при выборе источника для получения финансовой информации, имеется ряд особенностей: так, мнение родителей и родственников оказывает большое влияние на формирование представлений о финансовой сфере для поколения Z, тогда как для поколения Y наиболее авторитетными являются советы друзей и знакомых.

Преобладающим источником получения финансовой информации для молодых людей является интернет, в частности новостные ленты интернета и социальных сетей (более половины из опрошенных). И это наша новая реальность.

2019 г. — переломный год в признании компаниями и государством значения социальных медиа. Популярность в социальных сетях становится новой валютой как для продвижения различных товаров и услуг, так и для медиаперсон. Соцмедиа и аналитику соцмедиа уже без всяких оговорок можно называть «пятой властью».

Помимо этого, активное внедрение современных технологий способствует росту интереса россиян к финансовой грамотности, финансовой информа-

Таблица 4 / Table 4

Распределение ответов на вопрос: «Есть ли темы, по которым вы бы хотели повысить уровень своих знаний и навыков?», % / Distribution of responses to a question: «Are there any topics that You would like to improve your knowledge of and skills?», %

	От 18 до 24 лет/ From 18 to 24 years old	От 25 до 35 лет/ From 25 to 35 years old
Формирование долгосрочных сбережений на старость или на случай непредвиденных обстоятельств / Creating long-term savings for old age or in case of unforeseen circumstances	32,1	43,7
Обязанности налогоплательщика / Obligations of the taxpayer	27,3	29,1
Сравнение финансовых услуг / Comparison of financial services	16,6	18,5
Способы недопущения избыточной закредитованности / Ways to avoid over-crediting	12,3	13,2
Признаки финансового мошенничества / Signs of financial fraud	27,3	30,5
Права потребителей финансовых услуг / Rights of consumers of financial services	30,5	29,8
Поиск необходимой финансовой информации / The search for the necessary financial information	23,5	27,2
Планирование доходов и расходов / Income and expense planning	39,6	37,1
Оценка рисков на рынке финансовых услуг / Risk assessment in the financial services market	42,2	37,7
Обязанности налогоплательщика / Obligations of the taxpayer	27,3	29,1
Управление инвестиционным портфелем / Investment portfolio management	41,7	36,4
Нет необходимости в повышении уровня знаний и навыков / There is no need to increase the level of knowledge and skills	11,2	14,6

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи»/ compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

ции. Диджитализация сокращает разрыв в финансовой осведомленности между жителями мегаполисов и отдаленных уголков страны.

ВЫВОДЫ

Согласно проведенному исследованию для получения информации о той или иной финансовой услуге или продукте, респонденты предпочитают социальные сети, что свидетельствует о том, что социальные сети являются авторитетной площадкой для получения информации

Любопытный результат был получен на вопрос: «Кто должен заниматься повышением уровня финансовой грамотности населения?» Ответы расположились следующим образом (рис. 7).

34,5% респондентов считают, что это прерогатива вузов, 27,1% опрошенных полагают, что эти вопросы лежат в плоскости компетенций государственных организаций.

И самое интересное, чего раньше не встретишь в ответах при подобных опросах, — 25% респондентов считают, что вопрос повышения финансовой грамот-

Таблица 5 / Table 5

Распределение ответов на вопрос: «Какими информационными источниками вы пользуетесь для получения сведений по той или иной финансовой услуге?», % / Distribution of responses to a question: «What information sources do you use to get information about a particular financial service?», %

Информационный источник / Information source	Все респонденты / All respondents	От 18 до 24 лет / From 18 to 24 years old	От 25 до 35 лет / From 25 to 35 years old
Специализированные тренинг и курсы лекций / Specialized trainings courses and lectures	8,6	8,0	9,3
Услуги независимых финансовых консультантов / Services of independent financial consultants	9,5	9,6	9,3
Не пользуюсь ничем из выше перечисленного / I don't use any of the above	12,7	13,9	11,3
Телевидение / TV	13,0	15,0	10,6
Специализированные периодические издания о мире финансов и прочая литература / Specialized periodicals about the world of Finance and other literature	13,9	12,3	15,9
Получаю информацию у консультантов, где я приобретаю финансовую услугу / I get information from consultants where I purchase a financial service	23,4	20,9	26,5
Советы родителей и родственников / Advice from parents and relatives	32,5	37,4	26,5
Советы друзей и знакомых / Tips from friends and acquaintances	34,0	28,9	40,4
Специализированные новостные каналы и форумы / Specialized news channels and forums	40,5	41,2	39,7
Новостные ленты интернета и социальных сетей / Internet and socialmedia newsfeeds	51,5	49,7	53,6

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи»/ compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

ности — это зона личной ответственности, свидетельствуя о том, что это новая наметившаяся тенденция, пролегающая через необъятные социальные сети.

Таким образом, опросы молодежи, выступающей в роли «мягкой силы», свидетельствуют об ее активном интересе к освоению финансовой информации, при котором ключевую роль в этом процессе преимущественно играют не общественные организации и политические партии, а социальные сети. Именно они стали важнейшим инструментом формирования общественного мнения среди мо-

лодежи, доказавшим свою эффективность еще во время событий «арабской весны».

Причем отмечается тенденция к понижению возраста участников социальных сетей — сегодня даже школьники младших классов имеют свои аккаунты «ВКонтакте» и на Facebook, что дает основание для всех участников финансовой экосистемы возможность адаптировать систему управления, регуляции финансового рынка в целом, сформировать инновационные предложения финансовых продуктов или услуг под потребности молодых людей.

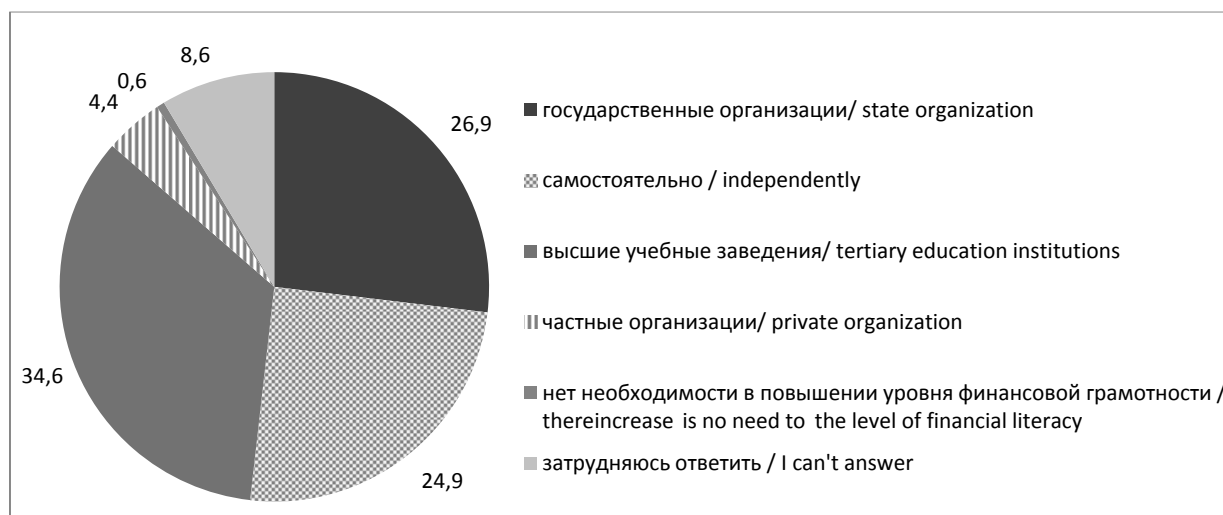


Рис. 7 / Fig. 7. Распределение ответов на вопрос: «На ваш взгляд, кто должен заниматься повышением уровня финансовой грамотности населения?», % / Distribution of responses to a question: «Who should be engaged in improving the level of financial literacy of the population?», %

Источник / Source: составлено авторами по результатам исследования «Финансовая культура столичной молодежи»/ compiled by the authors based on the results of the study «Financial culture of the capital's youth».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — Москва: Эксмо, 2007. — 960 с. (Серия: Антология экономической мысли). — ISBN 978-5-699-84994-9
2. Маршалл А. Принципы политической экономии. — Москва: Директ-Медиа, 2012. — 2127 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26824>. — ISBN 978-5-4458-0020-0.
3. Аликперова Н. В., Виноградова К. В. Финансово грамотное поведение россиян: факторы формирования // Уровень жизни населения регионов России. — 2019. — Т. 214. — № 4. — С. 54-69. — DOI: 10.24411/1999-9836-2019-10082
4. Кейнс Дж. Избранные произведения. — Москва: Экономика, 1993. — 543 с. — ISBN 5-282-01544-7.
5. George Katona. Psychological economics. NewYork, 1975. P. 438.
6. Кузина О. Е. Экономико-психологическое моделирование финансового поведения населения // Психология. Журнал Высшей школы экономики. — 2004. — Т. 1. — № 3. — С. 83-105. — ISSN 2540-4226.
7. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма. — Москва: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. — 273 с. — ISBN 978-5-904522-33-9.
8. Дьюзенберри Дж. Доход, сбережения и теория потребительского поведения. — Нью-Йорк: Издательство Оксфордского Университета, 2015. — 128 с.
9. Аликперова Н. В., Ярашева А. В. Финансовое поведение населения России. — Изд-во LAP Lambert Academic Publishig, Германия, 2016. — 141 с. — ISBN 978-3-659-92791-1.
10. Иванова И. В. Финансовая грамотность обучающихся: современные подходы к формированию финансовой грамотности как образовательного результата // В сборнике трудов Всероссийской научно-практической конференции «Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы». — Уфа, 2019. — С. 242-245.

REFERENCES

1. Smith A. Research on the nature and causes of the wealth of peoples. Moscow: Eksmo; 2007. 960 p. (Series: anthology of economic thought). (In Russ.).
2. Marshall A. Principles of political economy. Moscow: Direct-Media; 2012. 2127 p. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26824>.

3. Alikperova N.V., Vinogradova K.V. Financially competent behavior of Russians: factors of formation. *Uroven' zhizni naselenija region v Rossii*. 2019;214(4):54–69. (In Russ.). DOI: 10.24411/1999–9836–2019–10082
4. Keynes J. Selected works. Moscow: Economics; 1993. 543 p. (In Russ.).
5. George Katona. Psychological economics. New York; 1975:438.
6. Kuzina O.E. Economic and psychological modeling of financial behavior of the population. *Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki*. 2004;1(3):83–105. (In Russ.).
7. Akerlof J. Spiritus Animalis, or How human psychology manages the economy and why it is important for world capitalism. Moscow: United Press LLC; 2010. 273 p.
8. Duzenberry J. Income, savings, and consumer behavior theory. New York: Oxford University Press; 2015. 128 p.
9. Alikperova N.V., Yarasheva A.V. Financial behavior of the population of Russia / publishing house LAP Lambert Academic Publishig, Germany. 2016. 141 p.
10. Ivanova I.V. Financial literacy of students: modern approaches to the formation of financial literacy as an educational result / In the proceedings of the all-Russian scientific and practical conference «Traditional and innovative science: history, current state, prospects». Ufa; 2019:242–245. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Наталья Валерьевна Аликперова — кандидат экономических наук, доцент Департамента социологии, Финансовый университет, Москва, Россия; ведущий научный сотрудник Лаборатории исследования поведенческой экономики Института социально-экономических проблем народонаселения ФНИСЦ РАН, Москва, Россия
natalie_danilina@mail.ru

Кристина Валерьевна Виноградова — младший научный сотрудник Лаборатории исследования поведенческой экономики Института социально-экономических проблем народонаселения ФНИСЦ РАН, Москва, Россия
ms.kristina.vinogradova.1995@mail.ru

ABOUT THE AUTHORS

Nataliya V. Alikperova — Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at Department of Sociology, Financial University, Moscow, Russia; Leading Researcher at the Behavioral Economics Research Laboratory of the Institute of Socio-Economic Population Problems of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
natalie_danilina@mail.ru

Kristina V. Vinogradova — Junior Researcher at the Behavioral Economics Research Laboratory of the Institute of Socio-Economic Population Problems of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
ms.kristina.vinogradova.1995@mail.ru

Статья поступила 18.09.2020; принята к публикации 20.11.2020.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was received 18.09.2020; accepted for publication 20.11.2020.

The authors read and approved the final version of the manuscript.