

DOI: 10.26794/2587-5671-2022-26-3-157-168
 УДК 336.012.23(045)
 JEL G41

Финансовое поведение как результат взаимодействия людей в социально-экономическом пространстве

С.В. Макара^а, А.В. Ярашева^б, Д.И. Марков^с

^{а, с} Финансовый университет, Москва, Россия; ^б ИСПН ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Финансовое поведение — категория, актуальность рассмотрения которой для России стремительно возрастает вместе с активностью людей, осуществляющих ежедневные взаимодействия в динамичном социально-экономическом пространстве на всех его территориальных уровнях (локальном, региональном, национальном, наднациональном). В данном контексте авторы акцентируют научную значимость исследования процесса трансформации поведения, приводящего к финансовому результату. С точки зрения авторов, он обусловлен пониманием основных и второстепенных взаимозависимостей, связности используемых понятий, их последовательности, приоритетности, значимости. **Цель** исследования — показать связность элементов в поведении людей, являющихся акторами одновременно трех субпространств: социального, экономического и финансового, которые организованы иерархично. Цель обусловлена многообразностью финансового поведения людей и потребностью встречного исследования как влияющих на него факторов, так и анализа мониторингирования реально переплетающихся форм финансового поведения. Используются **методы** пространственного анализа, контент-анализа, факторного анализа, структурно-логического, систематизации, моделирования, социологического. Факторы влияния помещены в «пирамиду» субпространств, что способствует их приоритизации, обозначены также векторы взаимодействия людей, экономико-социально-демографическая детерминированность их действий, территориальная дифференциация финансовой инфраструктуры и другие аспекты. Систематизированы научные подходы к изучению экономической, в частности финансовой активности населения с точки зрения взаимосвязи одновременно действующих на принятие решений побудительных мотивов. Выявлены структурные элементы каждого из трех субпространств (отношения-ресурсы-выбор-опыт), в рамках которых человек (социальная группа) формирует и осуществляет определенную модель поведения. Выделены основные теоретические понятия, используемые при изучении финансового поведения: социальные отношения, экономические ресурсы, финансовая стратегия. Показана их взаимосвязь. Сделан **вывод**: финансовое поведение людей имеет пространственную структуру. Его результат детерминирован категориями трех субпространств — социального, экономического, финансового, которые в совокупности представляют собой модель «матрешка». Предложенная методика значима для выявления особенностей финансового поведения молодежи и факторов влияния на трансформацию ее финансовой грамотности. **Ключевые слова**: финансовое поведение; социальное субпространство; экономическое субпространство; финансовое субпространство; экономические ресурсы; доходы и расходы; финансовая инфраструктура; финансовая грамотность

Для цитирования: Макара С.В., Ярашева А.В., Марков Д.И. Финансовое поведение как результат взаимодействия людей в социально-экономическом пространстве. *Финансы: теория и практика*. 2022;26(3):157-168. DOI: 10.26794/2587-5671-2022-26-3-157-168

ORIGINAL PAPER

Financial Behavior as a Result of People's Interaction in the Socio-Economic Space

S.V. Makar^a, A.V. Yarasheva^b, D.I. Markov^c

^{a, c} Financial University, Moscow, Russia; ^b ISESP FCTAS RAS, Moscow, Russia

ABSTRACT

Financial behavior is a category and its relevance for Russia is growing rapidly along with the activity of people who carry out daily interactions in a dynamic socio-economic space at all its territorial levels (local, regional, national, and supranational). In this context, the authors emphasize the scientific significance of studying the process of behavior transformation leading to financial results. From the point of view of the authors, this is due to the understanding of the primary and secondary interdependencies, the coherence of the concepts used, their sequence, priority, and significance. **The aim** of the article is to show the connectedness of elements in the behavior of people who are actors simultaneously

in three subspaces: social, economic, and financial, which are organized hierarchically. The goal is due to the diversity of people's financial behavior and the need for a counter study of both the factors influencing it and the analysis of monitoring the intertwining forms of financial behavior. The authors use **methods** of spatial analysis, content analysis, and sociological factor analysis. The factors of influence are placed in the "pyramid" of subspaces, which contributes to their prioritization, the vectors of people's interaction, the economic, socio-demographic determinism of their actions, and the territorial differentiation of the financial infrastructure, and other aspects are also highlighted. The article systematizes scientific approaches to the study of the economic and financial activities of the population from the point of view of the relationship of incentive motives which simultaneously affect decision-making. The study identifies structural elements of each of the three subspaces (relationships-resources-choice-experience), within which a person (social group) forms and implements a particular model of behavior. The main theoretical concepts used in the study of financial behavior are singled out: social relations, economic resources, financial strategy, and their relationship. The authors **conclude** that the financial behavior of people has a spatial structure. Its result is determined by the categories of three subspaces — social, economic, and financial, which together represent the "matryoshka" model. The proposed methodology is significant for identifying the characteristics of the financial behavior of young people and the factors influencing the transformation of their financial literacy.

Keywords: financial behavior; social subspace; economic subspace; financial space; economic resources; income and expenses; financial infrastructure; financial literacy

For citation: Makar S.V., Yarasheva A.V., Markov D.I. Financial behavior as a result of the interaction of people in the socio-economic space. *Finance: Theory and Practice*. 2022;26(3):157-168. DOI: 10.26794/2587-5671-2022-26-3-157-168

ВВЕДЕНИЕ

Рассмотрение трех наиболее важных сфер, в которых население одновременно осуществляет свою ежедневную активность, позволяет выделить три субпространства: социальное, экономическое и финансовое. Первое из перечисленных — самое широкое по масштабу (объему) и точкам приложения действий людей, а второе и третье (наиболее узкое) — в виде перевернутой пирамиды «входят» в первое субпространство. Финансовое поведение, по мнению авторов, представляет собой наиболее концентрированный результат активного взаимодействия людей — с точки зрения обоснования для выбора и принятия сложных решений. В данном контексте научную значимость приобретает исследование процесса трансформации под влиянием ряда факторов поведения населения (экономического и социального), приводящего к определенному финансовому результату, полученному под воздействием совокупности как рационального принятия решений, так и иррациональных мотивов их выбора.

РАЗРАБОТАННОСТЬ ТЕМЫ

Изучение финансового поведения на протяжении последних нескольких десятилетий актуально в России и за рубежом в связи с постоянно (и относительно быстро за последние 2 года) изменяющимися экономическими и социальными условиями. Интерес представляет детерминированность финансовых действий людей принадлежностью к различным социально-экономическим и демографическим группам, терри-

ториям проживания (с разным уровнем экономического развития [1] и доступностью финансовой инфраструктуры [2]), а также уровнем развития культуры, в том числе финансовой [3].

Научные подходы к самым разнообразным аспектам финансового поведения населения находят отражение в публикациях разного уровня: от лауреатов Нобелевской премии по экономике до работ молодых специалистов. Так, Д. Канеман [4], Дж. Акерлоф [5], Р. Шиллер [6] и другие широко известные ученые, анализировавшие особенности финансового поведения, рассматривали условия и мотивы принимаемых решений как целый комплекс одновременно действующих факторов, в том числе эмоций.

Р. Талер, работы которого в поведенческой экономике признаны классическими, осуществлял теоретические разработки на стыке дисциплин: экономики, психологии, социологии, культуры и других социальных наук [7]. Концепция «подталкивания» в работе Р. Талера и К. Санстейна [8], показывающая роль внешних (общественных, экономических, экологических) и внутренних (психологических, эмоциональных) стимулов при принятии человеком решений (так называемая архитектура выбора), уже обрела своих сторонников и критиков [9].

Известный ученый-психолог Д. Ариэли, специалист по поведенческой экономике, в своих трудах приводит результаты экспериментов по выявлению взаимовлияния рыночных и социальных норм в отношениях между людьми, влиянию эффекта «промедления» на все виды активности человека [10].

Из-за появления новых трендов в поведении индивидов (особенно на современном этапе экономического спада под влиянием пандемии коронавируса [11]) оказалась востребованной адаптация модели экономического человека под изменившиеся условия (снижение уровня доходов; нестабильность на рынке труда; увеличение объема информации и изменение характера ее получения, а также доверия к ней; персонификация экономики; запрос на эмоции как новый вид экономического блага и др.) [12].

Мониторинговые ежегодные исследования (2019–2021 гг.) поведения социально-доходных групп населения, осуществляемые учеными в ИСЭПН ФНИСЦ РАН [13], демонстрируют динамику активности россиян в потребительской, сберегательной, кредитной и инвестиционной сферах. Интерес представляет и рассмотрение гендерных различий финансового поведения населения [14].

Ежегодные международные конференции «Доходы, расходы и сбережения населения России: тенденции и перспективы», проводимые в ИСЭПН ФНИСЦ РАН (2014–2021 гг.) [15], собирают для научной дискуссии ученых, занимающихся поведенческой экономикой не только из Москвы и регионов России, но и из Белоруссии, Таджикистана, Польши, Японии и др.

В научных разработках Финансового университета при Правительстве РФ (НИР: «Институционализация финансовой грамотности населения Российской Федерации»; Грант «Финансовая культура столичной молодежи» [16]) показаны роль и значение повышения уровня финансовой грамотности россиян для принятия решений в экономической сфере жизни; представлены результаты систематизации концептуальных подходов к повышению эффективности финансового просвещения жителей страны и описана структурно-функциональная модель, в рамках которой это может быть реализовано [17].

Несмотря на большое количество опубликованных результатов исследований в области поведенческой экономики, в частности, финансовых стратегий населения [18], по-прежнему востребованы научные изыскания, отражающие взаимосвязь факторов активности человека «внутри» социального и экономического субпространств.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье использованы научные методы анализа (контент-анализ, структурно-логический анализ) и синтеза (систематизации) имеющих-

ся теоретических подходов. В ходе обработки материалов по динамике активности россиян в финансовой сфере по результатам мониторинга поведения групп населения был использован экспертный подход. Авторы отдают предпочтение методологии пространственного анализа как научной методологии исследования устойчивости развития интегрированного пространства на основе поиска взаимосвязей и моделирования потенциальных взаимодей-

Финансовое поведение, по мнению авторов, представляет собой наиболее концентрированный результат активного взаимодействия людей – с точки зрения обоснования для выбора и принятия сложных решений.

ствий (пространственной организации) структурных компонент различных субпространств [19, с. 28, 29, 33, 34].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Социальное субпространство, характеризующееся как место действия социальных процессов, функционально связанных между собой различных форм социальных отношений и практик, определяет широкий спектр человеческой активности. Экономическое субпространство, входящее в социальное, предполагает: во-первых, использование различных по функциям и по назначению ограниченных экономических ценностей (ресурсов); во-вторых, ориентацию человека на получение выгоды/прибыли. Финансовое субпространство как часть экономического связано с проявлением активности индивида/групп людей по использованию денег (монетарное поведение), это сцена, где развивается борьба за удовлетворение потребностей и улучшение качества жизни посредством использования финансовых ресурсов путем взаимодействия людей между собой и социальными институтами финансовой сферы.

Отдельный человек как индивид, а также каждое домохозяйство и/или социальная группа живут и взаимодействуют одновременно в трех субпространствах. Но для научного анализа их можно «разделить» с целью подробного изуче-

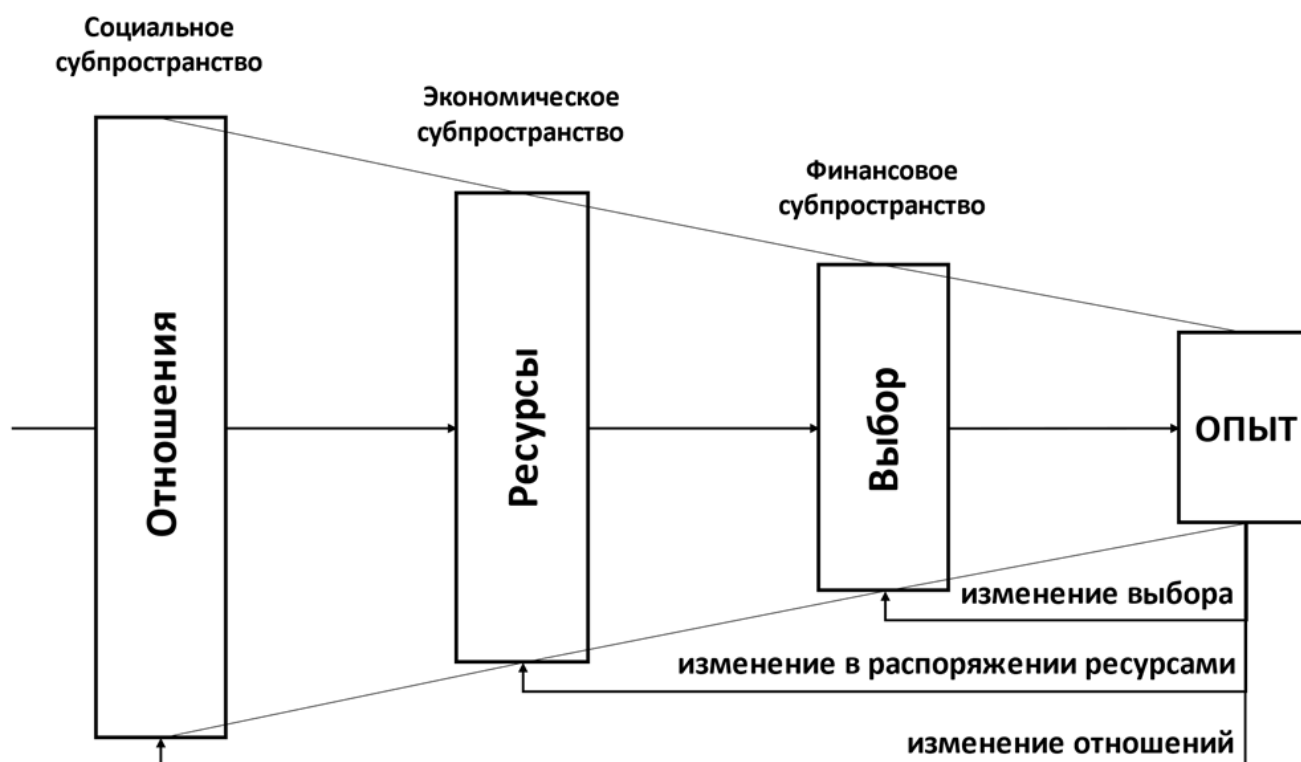


Рис. 1 / Fig 1. Взаимосвязь ключевых элементов в иерархии трех субпространств: функциональный подход / Relationship of key elements in the hierarchy of three subspaces: A functional approach

Источник / Source: разработано авторами / developed by the authors.

ния (рассмотрения) сущности входящих в эти три «объема» явлений и факторов, влияющих на поведение человека.

Так, на рис. 1 показана взаимосвязь субпространств в виде пирамиды «лежащей матрешки». В каждом субпространстве выделены акценты: в социальном — отношения, возникающие в обществе, в котором постоянно живет индивид; в экономическом — имеющиеся у населения ресурсы, формируемые, а затем направляемые на нужды потребления; в финансовом — условия и мотивы выбора стратегии поведения. Функционируя во всех трех субпространствах, человек приобретает опыт (позитивный и негативный), влияющий в той или иной степени (в том числе, в зависимости от менталитета и от когнитивных навыков) на изменение выбора финансовых решений, иное распоряжение ресурсами, трансформацию отношений.

Рассмотрим каждое из субпространств и их взаимосвязанные составные элементы (рис. 2).

В социальном субпространстве (рис. 2) важную роль играет степень доверия человека (группы людей) государству, его отдельным структурам и институтам на всех уровнях (федеральном, региональном, муниципальном), уверенность в том, что именно государство стоит на страже

интересов населения как потребителя экономических благ и услуг (обеспечение экономической безопасности и защиты экономических прав, доступности качественных образовательных услуг и возможности успешного трудоустройства и дальнейшей индивидуальной реализации). Влияние социального окружения проявляется в выборе человеком той или иной стратегии поведения под «давлением» референтной группы (семья, друзья, коллеги и т.д.). Немаловажной составной частью социального субпространства выступает и взаимодействие «человек»-«человек», подразумевающее определенный уровень взаимного доверия физических лиц друг другу. В частности, в настоящее время все большую популярность приобретает распространение в социальных сетях микроблогов и использование индивидами рекомендаций (советов профессиональных и непрофессиональных инфлюэнсеров-блогеров), обучающих различным финансовым практикам.

Экономическое субпространство (рис. 2) включает в себя комплекс ресурсов: труд, капитал, имущество. В данном случае труд (занятость) и его результаты (заработная плата, доход от предпринимательской деятельности) являются основой формирования монетарных ресурсов, которые



Рис. 2 / Fig 2. Ключевые категории социального, экономического и финансового субпространств / Key categories of social, economic and financial subspaces

Источник / Source: разработано авторами / developed by the authors.

индивид/социальная группа использует для удовлетворения своих потребностей. Под капиталом подразумевается денежный доход от сбережений (проценты от вкладов) и инвестиций (дивиденды), а также человеческий капитал как способность к труду, возможность профессионального роста и самореализации для восполнения ресурсов. Наличие у индивида имущества (движимого и недвижимого) рассматривается как источник получения дохода от его сдачи в аренду. В анализируемой экономической плоскости лежат не только доходы, но и расходы, их структура, а также возможность трансформации (изменения в процентном отношении) этой структуры (статей расходов).

Как уже говорилось выше, «внутри» социального и экономического «сидит» финансовое субпространство, включающее в себя возможность осуществления человеком той или иной финансовой стратегии: сбережения [20], кредитования [21], инвестиции [22], страхования [23].

В каждом конкретном случае перед исследователями стоит определенная задача, поэтому часто (и неизбежно) переставляются места приоритеты: как рассматривать и трактовать тот или иной вид финансового поведения. Так, сберегательное часто неотделимо от инвестиционного [инвестиции в консервативные ценные бумаги или инструменты — это фактически сбе-

режения средств; покупка недвижимости или драгоценностей считается инвестицией, но это также и способ сохранить (сберечь, накопить) обесценивающиеся деньги]. Потребительское поведение — это приобретение товаров и услуг, но то, что предлагают банки — это тоже услуги (финансовые) для населения. Поэтому, в зависимости от задачи, учеными отдельно изучается потребление продуктов питания (как потребительское поведение в более широком экономическом смысле слова, т.е. базовые ежедневные расходы) и отдельно — потребление финансовых (банковских) услуг.

Очевидна в этой связи потребность в исследовании совокупности и приоритетности факторов, влияющих на поведение людей в их экономической жизни. В зависимости от того, какого из трех субпространств они непосредственно касаются, их можно сгруппировать (рис. 3). Совокупность систематизированных факторов влияния использована на практике при осуществлении мониторингового исследования в ИСЭПН ФНИСЦ РАН в 2021 г. [13], а также при разработке инструментария социологического опроса московской молодежи в совместном проекте двух академических институтов (2021–2022 гг.) — Института социально-экономических проблем народонаселения и Института психологии.

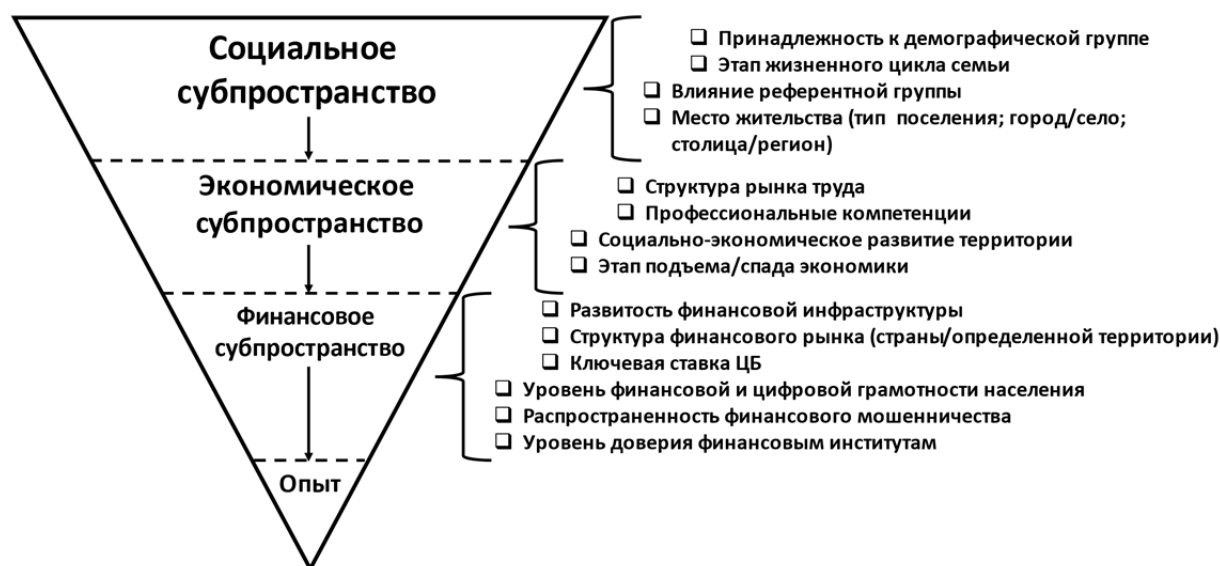


Рис. 3 / Fig. 3. Факторы влияния на поведение человека, находящегося в «пирамиде» субпространств – социальном, экономическом и финансовом / Factors of influence on the behavior of a person who is in the “pyramid” of subspaces – social, economic and financial

Источник / Source: разработано авторами / developed by the authors.

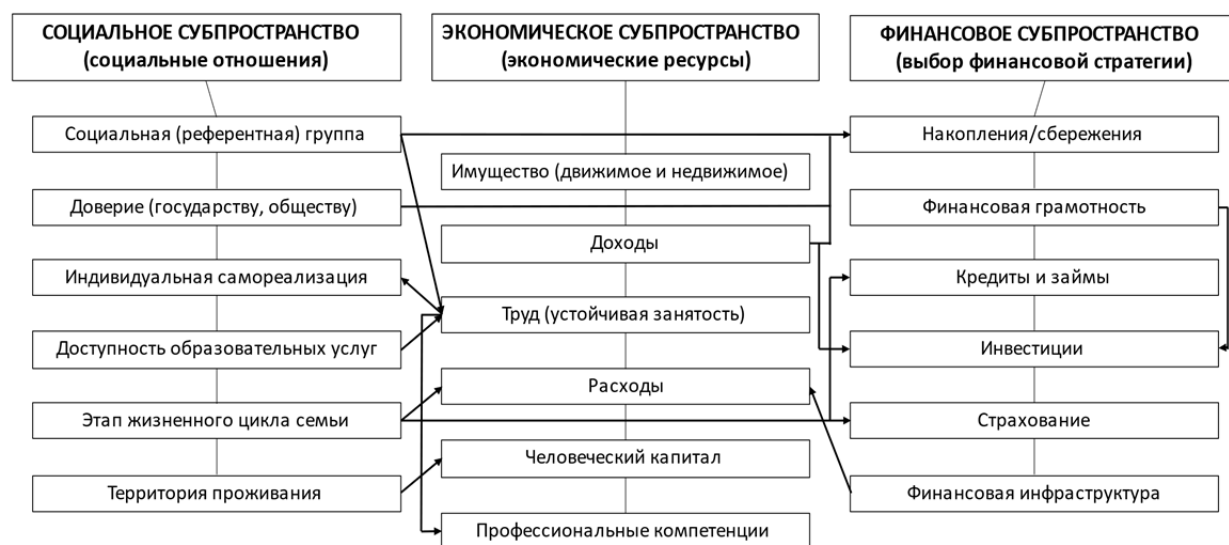


Рис. 4 / Fig. 4. Основные теоретические понятия в рамках изучения финансового поведения человека и их связанность / Basic theoretical concepts in the study of people's financial behavior and their relationship

Источник / Source: разработано авторами / developed by the authors.

Население осуществляет свою деятельность в социальном субпространстве под воздействием того окружения, в котором находится: семья (и ее этап развития), коллеги, соседи-жители мегаполиса/города/деревни/района и т.д.; а также в зависимости от принадлежности к определенной половозрастной (демографической) группе. В рамках экономического субпространства огромную роль играет возможность проявления личностных, в первую очередь профессиональных,

характеристик человека на рынке труда. А это, в свою очередь, может определяться его трудовыми компетенциями и вероятностью успешного их применения на территории проживания (впрочем, все более актуальной становится дистанционная занятость и освобождение от привязки к местности). Формированию денежных ресурсов населения способствуют (или мешают) уровень развития и этап (подъем/спад) экономики региона (места жительства).

Сильные стороны	Слабые стороны
Социальные сети являются авторитетной площадкой для получения информации, что дает нам возможность оценить предпочтения населения, в частности молодежи, которая является стратегическим ресурсом нашей страны, на которую делают ставки все участники финансового рынка, это будущие активные пользователи финансового рынка	Отсутствие законодательства, распространяющегося на действие финансовых консультантов в социальных сетях, а именно: 1) законодательно не закреплено, кто имеет право вести подобную просветительскую работу, каковы требования к консультантам; 2) какой контент можно продвигать пользователям и на каких условиях, по каким параметрам клиенту выбирать финансового консультанта, как отличить лжеэксперта от действительно знающего, опытного консультанта. Поэтому защита интересов и прав клиентов, пользующихся услугами финансовых консультантов, выходит на первый план; 3) низкий уровень даже не столько грамотности, сколько культуры. Тысячи людей верят в обряды на привлечение богатства; 4) неумение ориентироваться в огромном потоке информации
Угрозы	Возможности
1. Масштабное поле для деятельности мошенников, лжеконсультантов, магов и прочих шарлатанов. 2. Огромный неконтролируемый информационный поток, в котором среднестатистическому человеку, обладающему невысоким уровнем финансовой грамотности, крайне сложно выявить добросовестных, грамотных финансовых учителей. Деятельность недобросовестных консультантов бросает тень на всю сферу финансового консультирования. 3. Масштаб потенциальных «жертв». Не обязательно, что жертва потеряет в прямом смысле деньги. Здесь важно сделать акцент на другом, скорее, что она за эти деньги приобретет и какой ущерб это может ей нанести? 1) потеря денег; 2) потеря времени; 3) дезориентация; 4) работа с неверной информацией и, как следствие, недостижение цели; 5) некорректное понимание смысла работы фондового рынка (как одна из самых востребованных тем), что приводит к тому, что начинающие инвесторы стремятся за сиюминутной прибылью, получаемой на основе краткосрочной торговли, которая, как правило, приводит к потере капитала (а не взвешенное долгосрочное инвестирование), что приводит к демотивации и потере доверия к фондовому рынку	1. Возможность переориентировать систему финансового просвещения, переосмыслить подходы и методики, а также проанализировать потребности аудитории 2. Оздоровление финансового рынка за счет выявления сильных, качественных игроков и отсеивания недобросовестных участников в части финансового просвещения населения 3. Через соцсети процесс повышения финансовой грамотности будет быстрее за счет большого охвата

Рис. 5 / Fig 5. СВOT-анализ влияния социальных медиа на финансовое поведение молодежи /
SWOT analysis of the impact of social media on the financial behavior of young people

Источник / Source: Аликперова Н.В., Виноградова К.В. Влияние социальных медиа на формирование финансово грамотного поведения молодежи [16] / Alikperova N.V., Vinogradova K.V. The influence of social media on the formation of financially literate behavior of youth.

На просторах финансового субпространства для осуществления человеком стратегий финансового поведения в равной степени имеют значение:

- доступность банковской (и в целом финансовой) инфраструктуры;

- разнообразие банковских услуг (возможность выбора вида депозита, формы кредита, инструментов инвестирования и страхования);

- динамика изменения денежно-кредитной политики Центрального банка;

- защищенность человека как потребителя финансовых услуг от мошеннических действий;
- возможность повышения уровня финансовой грамотности в результате организованных действий в стране и регионах по финансовому просвещению граждан.

Уровень финансовой [24] и цифровой грамотности выступает, наряду с доверием банковским учреждениям и всем участникам финансового рынка, важным фактором для обретения опыта людей в реализации своих монетарных стратегий. Как позитивный, так и негативный опыт позволяет менять стратегию финансового поведения с целью минимизации убытков и рисков, а самое важное — избегать попадания в сети финансовых мошенников.

Подводя итог, можно выделить и «связать» основные теоретические понятия, используемые в рамках изучения финансового поведения человека (рис. 4). Все понятия, применяемые в рассмотренных трех субпространствах, прямо или косвенно связаны между собой.

Так, например, при изучении основ кредитного и инвестиционного поведения населения важен учет и анализ уровня финансовой грамотности людей, а рассмотрение сберегательных стратегий в финансовом поведении предполагает мониторинг изменения уровня доверия государству и банковской системе и уровня доходов граждан.

ВЫВОДЫ

Финансовое поведение отдельного индивида (семьи/домохозяйства, социальной группы), осуществляемое одновременно в трех субпространствах — социальном, экономическом и финансовом — детерминировано комплексом факторов, воздействующих (мотивирующих и/или демотивирующих) население в ежедневной практике. Категории, используемые при построении финансовой стратегии, имеют условную принадлежность к трем субпространствам: социальному, экономическому и финансовому.

Интегральное пространство принятия финансовых решений представляет собой иерархическую модель лежащей «матрешки», где финансовое субпространство включается в экономическое, а социальное, в свою очередь, включает в себя первые два. Данные теоретические позиции авторов подтверждены, в частности, результатами разработки вопросов тесной связи трудового поведения отдельных категорий населения с возможностями построения успешных (эффективных) финансовых стратегий [25]. А проблемы распределения ресурсов (доходов домохозяйств) между потреблением,

сбережением и инвестициями нашли отражение в публикациях, связанных с динамикой индекса ожидаемых изменений экономической ситуации [26].

Осуществленные исследования на основе предложенной авторами методики¹ имеют практическое значение для определения ценностных установок такого важного для будущего экономического развития страны демографического слоя, как молодежь. Так, например, выявление особенностей финансового поведения данной социальной группы и факторов воздействия на формирование стратегий проводилось, в том числе, в разрезе роли социальных медиа на трансформацию финансовой грамотности молодежи.

Полученные авторами данные позволили составить СВОТ-анализ влияния социальных медиа на финансовое поведение молодежи (рис. 5), характеризующий основные проблемные точки и потенциальные возможности при реализации финансовой активности.

Полученные выводы могут применяться при выработке и реализации государственной политики, позволяющей создать условия для формирования финансово грамотного поведения молодежи и выведения его на более результативный уровень, в частности вовлечению молодежи в реальные рыночные экономические процессы с целью эффективного использования их сбережений и последующего инвестирования. Для населения, использующего различные финансовые стратегии, выводы авторов имеют практическое значение для повышения экономического благополучия и увеличения возможностей в периоды адаптации в нестабильных условиях с помощью выстраивания более гибких стратегий.

Таким образом, авторами показано, что востребован не только уже привычный для ученых междисциплинарный подход к исследованию финансового поведения людей, но и научный подход, учитывающий факторы одновременного взаимовлияния на формирование финансовых стратегий населения в трех пространственных измерениях.

¹ Исследование (2021 г.) проводилось методом анкетного опроса (всего молодежи в возрасте 18–35 лет (88%), остальные участники — в возрасте от 14–17 лет (12%) — 405 респондентов, из них москвичи — 384) при предельной ошибке выборки на уровне 5%; 2/3 респондентов женского пола. Каждый второй участник исследования имел занятость (учится и работает — 23% опрошенных, и только работает — 29%). При этом каждые 3 из 5 респондентов, имеющих занятость, указали, что работают в сферах косвенно или напрямую связаны с финансами.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Белехова Г.В., Гордиевская А.Н. Финансовое поведение населения: демографические особенности. *Проблемы развития территории*. 2018;(1):133–150.
2. Макара С.В., Ярашева А.В., Алипперова Н.В. Финансовая инфраструктура: точки доступа для населения. *Экономика. Налоги. Право*. 2021;14(3):56–66. DOI: 10.26794/1999–849X-2021–14–3–56–66
3. Александрова О.А., Алипперова Н.В., Марков Д.И., Ненахова Ю.С. Классификация факторов влияния на формирование финансово-экономической культуры россиян. *Народонаселение*. 2021;24(3):18–31. DOI: 10.19181/population.2021.24.3.2
4. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. Пер. с англ. М.: АСТ; 2014. 653 с.
5. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Охота на простака. Экономика манипуляций и обмана. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2017. 320 с.
6. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Spiritus Animalis, или как человеческая психология управляет экономикой, и почему это важно для мирового капитализма. Пер. с англ. М.: Юнайтед Пресс; 2010. 273 с.
7. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. Пер. с англ. М.: Эксмо; 2018. 384 с.
8. Талер Р., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благополучии и счастье. 2-е изд. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2018. 240 с.
9. Гребенкин А.В. Концепция «подталкивания» в поведенческой экономике: критические замечания и новые идеи. *Журнал экономической теории*. 2018;15(3):377–384. DOI: 10.31063/2073–6517/2018.15–3.2
10. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность: скрытые силы, определяющие наши решения. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2010. 296 с.
11. Макара С.В., Ярашева А.В. Экономические ожидания населения: что изменилось в период пандемии? Доходы, расходы и сбережения населения России: тенденции и перспективы. Мат. VI Международ. науч.-практ. конф. (Москва, 8 декабря 2020 г.). М.: ФНИСЦ РАН; 2021:166–172. DOI: 10.19181/konf.978–5–4465–3137–0.2021.26
12. Кирсанов И.А., Парфенова Л.Б. Поведенческая экономическая теория и поведенческие финансы как необходимый этап развития модели экономического человека. *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2020;(9–1):48–57. DOI: 10.17513/vaael.1302
13. Александрова О.А., Алипперова Н.В., Борковская Е.И. и др. Финансовое поведение населения (мониторинговое исследование). М.: ФНИСЦ РАН; 2021. 113 с. DOI: 10.19181/monogr.978–5–89697–359–1.2021
14. Ярашева А.В., Алипперова Н.В. Гендерные различия финансового поведения населения. *Народонаселение*. 2020;23(2):51–60. DOI: 10.19181/population.2020.23.2.5
15. Доходы, расходы и сбережения населения России: тенденции и перспективы. Мат. VI Международ. науч.-практ. конф. (Москва, 8 декабря 2020 г.). М.: ФНИСЦ РАН; 2021. 294 с. DOI: 10.19181/konf.978–5–4465–3137–0.2021
16. Алипперова Н.В., Виноградова К.В. Влияние социальных медиа на формирование финансового грамотного поведения молодежи. *Народонаселение*. 2021;24(1):33–43. DOI: 10.19181/population.2021.24.1.4
17. Александрова О.А., Алипперова Н.В., Виноградова К.В., Ненахова Ю.С. Концептуальные подходы к формированию предпосылок для эффективного финансового просвещения населения России. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2020;13(4):169–185. DOI: 10.15838/esc.2020.4.70.10
18. Бахтина О.Ю. Генезис научных подходов к исследованию финансового поведения. *Экономика и предпринимательство*. 2019;(5):260–265.
19. Макара С.В. Применение методологии пространственного анализа к исследованию лесного потенциала России. М.: Экономика; 2012. 367 с.
20. Гамукин В.В. Выявление особенностей сберегательного и кредитного поведения населения в регионах России. *Экономика региона*. 2020;16(3):1003–1017. DOI: 10.17059/ekon.reg.2020–3–25
21. Ярашева А.В., Макара С.В., Решетников С.Б. Кредитные стратегии россиян как отражение модели финансового поведения. *Финансы: теория и практика*. 2017;21(6):138–153. DOI: 10.26794/2587–5671–2017–21–6–138–153

22. Баганов В.Ю. Стимулирование долгосрочного инвестирования населения на фондовом рынке. *Экономика, предпринимательство и право*. 2020;10(5):1547–1564. DOI: 10.18334/err.10.5.110171
23. Синявская Т.Г., Трегубова А.А. Кто выбирает разные типы страхования: эконометрический анализ. *Интеллект. Инновации. Инвестиции*. 2019;(8):58–68. DOI: 10.25198/2077-7175-2019-8-58
24. Кузнецов О.В., Иванов А.В., Воровский Н.В., Шевалкин И.С. Институционализация финансовой грамотности взрослого населения России. *Финансы: теория и практика*. 2020;24(1):34–45. DOI: 10.26794/2587-5671-2020-24-1-34-45
25. Аликперова Н.В., Ярашева А.В., Виноградова К.В. Мотивация трудового поведения молодежи как возможности для реализации финансовых стратегий. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2019;12(1):226–240. DOI: 10.15838/esc.2019.1.61.14
26. Масленников В.В., Ларионов А.В. Влияние поведенческого цикла на формирование денежных потоков. *Финансы: теория и практика*. 2020;24(5):100–111. DOI: 10.26794/2587-5671-2020-24-5-100-111

REFERENCES

1. Belekova G.V., Gordievskaya A.N. Population's financial behavior: Demographic features. *Problemy razvitiya territorii = Problems of Territory's Development*. 2018;(1):133–150. (In Russ.).
2. Makar S.V., Yarasheva A.V., Alikperova N.V. Financial infrastructure: Public access points. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, Taxes & Law*. 2021;14(3):56–66. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2021-14-3-56-66
3. Aleksandrova O.A., Alikperova N.V., Markov D.I., Nenakhova Yu. S. Classification of factors of influence on the formation of financial and economic culture of Russians. *Narodonaselenie = Population*. 2021;24(3):18–31. (In Russ.). DOI: 10.19181/population.2021.24.3.2
4. Kahneman D. Thinking, fast and slow. New York: Farrar, Straus & Giroux; 2013. 499 p. (Russ. ed.: Kahneman D. Dumai medlenno... reshay bystro. Moscow: AST; 2014. 653 p.).
5. Akerlof G.A., Shiller R.J. Phishing for phools: The economics of manipulation and deception. Princeton, NJ, Woodstock: Princeton University Press; 2015. 288 p. (Russ. ed.: Akerlof G., Shiller R. Okhota na prostaka. *Ekonomika manipulyatsii i obmana*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2017. 320 p.).
6. Akerlof G.A., Shiller R.J. Animal spirits: How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. Princeton, NJ: Princeton University Press; 2009. 248 p. (Russ. ed.: Akerlof G., Shiller R. Spiritus Animalis, ili kak chelovecheskaya psikhologiya upravlyaet ekonomikoi i pochemu eto vazhno dlya mirovogo kapitalizma. Moscow: United Press; 2010. 273 p.).
7. Thaler R. Misbehaving: The making of behavioral economics. New York: W.W. Norton & Co., Inc.; 2016. 432 p. (Russ. ed.: Thaler R. Novaya povedencheskaya ekonomika. Pochemu lyudi narushayut pravila traditsionnoi ekonomiki i kak na etom zarabotat'. Moscow: Eksmo; 2018. 384 p.).
8. Thaler R.H., Sunstein C.R. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven, CT: Yale University Press; 2008. 304 p. (Russ. ed.: Thaler R., Sunstein C. Nudge. Arkhitektura vybora. Kak uluchshit' nashi resheniya o zdorov'e, blagosostoyanii i schast'e. 2nd ed. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2018. 240 p.).
9. Grebenkin A.V. The concept of “nudging” in behavioral economics: Critical notes and new ideas. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii = Russian Journal of the Economic Theory*. 2018;15(3):377–384. (In Russ.). DOI: 10.31063/2073-6517/2018.15-3.2
10. Ariely D. Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions. New York, London: Harper Perennial; 2010. 380 p. (Russ. ed.: Ariely D. Predskazuemaya irratsional'nost': skrytye sily, opredelyayushchie nashi resheniya. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2010. 296 p.).
11. Makar S.V., Yarasheva A.V. Economic expectations of the population: What has changed during the pandemic? In: Income, expenses and savings of the population of Russia: Trends and prospects. Proc. 6th Int. sci.-pract. conf. (Moscow, Dec. 08, 2020). Moscow: FCTAS RAS; 2021:166–172. (In Russ.). DOI: 10.19181/konf.978-5-4465-3137-0.2021.26
12. Kirsanov I.A., Parfyonova L.B. Behavioral economics and behavioral finance as a necessary stage in the development of the homo economicus model. *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava = Journal of Altai Academy of Economics and Law*. 2020;(9-1):48–57. (In Russ.). DOI: 10.17513/vael.1302
13. Aleksandrova O.A., Alikperova N.V., Borkovskaya E.I. et al. Financial behavior of the population (monitoring study). Moscow: FCTAS RAS; 2021. 113 p. (In Russ.). DOI: 10.19181/monogr.978-5-89697-359-1.2021

14. Yarasheva A. V., Alikperova N. V. Gender differences in financial behavior of population. *Narodonaselenie = Population*. 2020;23(2):51–60. (In Russ.). DOI: 10.19181/population.2020.23.2.5
15. Income, expenses and savings of the population of Russia: Trends and prospects. Proc. 6th Int. sci.-pract. conf. (Moscow, Dec. 08, 2020). Moscow: FCTAS RAS; 2021. 294 p. (In Russ.). DOI: 10.19181/konf.978–5–4465–3137–0.2021
16. Alikperova N. V., Vinogradova K. V. The influence of social media on the formation of financially literate behavior of youth. *Narodonaselenie = Population*. 2021;24(1):33–43. (In Russ.). DOI: 10.19181/population.2021.24.1.4
17. Aleksandrova O. A., Alikperova N. V., Vinogradova K. V., Nenakhova Yu. S. Conceptual approaches to creating the preconditions for effective financial education of the Russian population. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2020;13(4):169–185. DOI: 10.15838/esc.2020.4.70.10 (In Russ.: *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*. 2020;13(4):169–185. DOI: 10.15838/esc.2020.4.70.10).
18. Bakhtina O. Yu. The genesis of scientific approaches to the study of financial behavior. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship*. 2019;(5):260–265. (In Russ.).
19. Makar S. V. Application of the methodology of spatial analysis to the study of the forest potential of Russia. Moscow: Ekonomika; 2012. 367 p. (In Russ.).
20. Gamukin V. V. Savings and loan behaviour of the population in the Russian regions. *Ekonomika regiona = Economy of Regions*. 2020;16(3):1003–1017. (In Russ.). DOI: 10.17059/ekon.reg.2020–3–25
21. Yarasheva A. V., Makar S. V., Reshetnikov S. B. The credit strategies of the Russians as the reflection of the model of financial Behaviour. *Finansy: teoriya i praktika = Finance: Theory and Practice*. 2017;21(6):138–153. (In Russ.). DOI: 10.26794/2587–5671–2017–21–6–138–153
22. Baganov V. Yu. Stimulating long-term investment of the population in the stock market. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*. 2020;10(5):1547–1564. (In Russ.). DOI: 10.18334/epp.10.5.110171
23. Sinyavskaya T. G., Tregubova A. A. Who chooses different types of insurance: Econometric analysis. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii = Intellect. Innovation. Investments*. 2019;(8):58–68. (In Russ.). DOI: 10.25198/2077–7175–2019–8–58
24. Kuznetsov O. V., Ivanov A. V., Vorovskii N. V., Shevalkin I. S. Institutionalization of financial literacy of the adult population of Russia. *Finance: Theory and Practice*. 2020;24(1):34–45. DOI: 10.26794/2587–5671–2020–24–1–34–45
25. Alikperova N. V., Yarasheva A. V., Vinogradova K. V. Motivating young people's labor behavior as an opportunity for implementing financial strategies. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2019;12(1):226–240. DOI: 10.15838/esc.2019.1.61.14 (In Russ.: *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*. 2019;12(1):226–240. DOI: 10.15838/esc.2019.1.61.14)
26. Maslennikov V. V., Larionov A. V. Impact of the behavioral cycle on cash flow formation. *Finance: Theory and Practice*. 2020;24(5):100–111. DOI: 10.26794/2587–5671–2020–24–5–100–111

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS



Светлана Владимировна Макара — доктор экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института региональной экономики и межбюджетных отношений, Финансовый университет, Москва, Россия; профессор кафедры физической и социально-экономической географии, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, Саранск, Россия

Svetlana V. Makar — Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Leading Researcher, Institute of Regional Economy and Interbudgetary Relations, Financial University, Moscow, Russia; Prof., Department of Physical and Socio-Economic Geography, National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia

<http://orcid.org/0000-0002-1681-8814>

Автор для корреспонденции / Corresponding author
svetwn@mail.ru



Азиза Викторовна Ярашева — доктор экономических наук, профессор, профессор РАН, зав. лабораторией, Институт социально-экономических проблем народонаселения Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия

Aziza V. Yarasheva — Dr. Sci. (Econ.), Prof., Head of laboratory, Institute of Socio-Economic Studies of Population, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology RAS, Moscow, Russia

<http://orcid.org/0000-0002-6041-7700>

baktiana@rambler.ru



Дмитрий Игоревич Марков — заместитель заведующего учебно-научной социологической лабораторией департамента социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Dmitrii I. Markov — Deputy Head of the Educational and Scientific Sociological Laboratory of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<http://orcid.org/0000-0001-9380-0506>

dimarkov@fa.ru

Заявленный вклад авторов:

С.В. Мака́р — концепция и дизайн исследования, научное редактирование текста, ответственность за целостность статьи.

А.В. Ярашева — концепция исследования, сбор материала, дизайн и создание текста, научное редактирование.

Д.И. Марков — сборка и графическая обработка материала частей статьи.

Authors' declared contribution:

S.V. Makar — research concept and design, scientific editing of the text, responsibility for the integrity of the article.

A.V. Yarasheva — research concept, material collection, text design and creation, scientific editing.

D.I. Markov — assembly and graphic processing of the material of parts of the article.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The authors have no conflicts of interest to declare.

Статья поступила в редакцию 17.01.2022; после рецензирования 31.01.2022; принята к публикации 20.02.2022.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 17.01.2022; revised on 31.01.2022 and accepted for publication on 20.02.2022.

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