

**В. Г. Шубаева**

докт. экон. наук, профессор кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного экономического университета (Санкт-Петербург)

**В. Н. Наумов**

докт. экон. наук, профессор кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного экономического университета (Санкт-Петербург)

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЫХ РОССИЯН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

### **Введение**

Экономическая ситуация в нашей стране относительно стабилизировалась, но это пока не привело к росту доходов населения и повышению реального спроса на потребительском рынке. Так, согласно некоторым исследованиям, за 2015 г. зарплаты в реальном выражении упали на 9,5%, а реальные располагаемые доходы населения – те, что остаются после всех обязательных платежей и с учетом инфляции, – снизились на 4% (На черный день...). Подобные тенденции сохранялись и в 2016 г.<sup>1</sup>, что сказалось на экономическом поведении россиян, испытывающих на себе последствия спада экономики, падения курса рубля, сокращения зарплаты. С точки зрения перспектив развития страны важно знать общие закономерности изменения экономического поведения россиян, особенности разных социально-демографических групп населения. Данная информация может быть чрезвычайно востребованной различными коммерческими структурами, в том числе кредитными и другими финансовыми организациями, являющимися активными субъектами на финансовых рынках для принятия стратегических и оперативных управленческих решений.

Существует достаточно много теорий экономического поведения человека, разработанных Дж. М. Кейнсом, Ф. Хайеком, П. Самуэльсоном, У. Джевонсом, К. Менгером, Дж. Энджелом, Э. Дитоном и др. (Шаститко, 2006; Pine, Gilmore, 2007; Swee-Hoon Chuah, Devlin, 2010). Особую ценность представляют исследования Э. Дитона, посвященные проблемам поведения потребителей при распределении своих расходов между различными товарами<sup>2</sup>. Э. Дитон показал, что общая теория потребления не может объяснить фактическое поведение человека, если отправной точкой является совокупный доход и потребление населения в целом. Для разработки экономической политики, которая способствует благосостоянию и уменьшает бедность, Э. Дитон рекомендует сначала понять индивидуальный выбор товаров для их потребления. Другими словами, исследование потребления нужно осуществлять для каждого сегмента потребителей, находящихся в условиях ограниченного индивидуального бюджета.

<sup>1</sup> <https://rg.ru/2016/09/19/realnye-dohody-naseleniia-v-avguste-2016-goda-upali-na-83-procenta.html>

<sup>2</sup> [http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economic-sciences/laureates/2015/press.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2015/press.html)

Теоретические концепции экономического поведения человека не позволяют выявить те механизмы принятия решений каждым индивидом, которые имеют место в конкретных общественно-политических и экономических условиях. Априори можно только предположить, что основные парадигмы поведения человека связаны с его рациональностью, преобладанием личных интересов перед социально-общественными, особенно остро проявляющиеся в неблагоприятных условиях существования. Несмотря на наличие многочисленных моделей поведения потребителей-индивидов (см., напр.: Блэкуэлл, Миниард, Энджел, 2007; Наумов, 2014 и др.), до сих пор не до конца ясен механизм принятия решения представителями разных социально-демографических групп россиян в условиях длительного промышленного и финансового застоя в плане влияния условий на изменение их экономического поведения.

В рамках данного исследования была поставлена задача эмпирического изучения поведенческой реакции человека на внешние вызовы, так или иначе связанные с экономическими процессами, происходящими в нашей стране.

### **Методика проведения исследования**

Объектами исследования являлись работающие и учащиеся молодые люди (студенты), определяющие во многом будущее нашей страны. Отметим, что работы отечественных исследователей по проблеме экономического поведения молодежи в современных условиях относительно немногочисленны. Можно отметить публикации таких исследователей, как М. В. Володин, С. Г. Михнева (Володин, Михнева, 2012), А. С. Евдокимова, Т. А. Терехова (Терехова, Евдокимова, 2010), П. А. Князев (Князев, 2010) и др. Очевидна нехватка актуальных эмпирических данных о том, как трансформируется экономическое поведение тех или иных групп молодежи в последние годы.

Исследование экономического поведения молодого населения страны имеет большое значение не только для финансовых институтов, но и для формирования экономической политики государства в целом. Это позволит финансовым государственным и частным институтам предпринимать упреждающие меры, направленные на стабилизацию рыночного спроса на товары и услуги за счет разработки соответствующих мероприятий. Именно работающая молодежь является потребителем многих товаров (жилье, автомобили, бытовая техника и электроника), относящихся к базовым отраслям экономики страны. Экономическое поведение сегмента учащейся молодежи опосредованно отражает благосостояние семей, поскольку оплату обучения и обеспечения жизни студентов, включая отдых, питание, путешествия и прочее, осуществляют их родители. В то же время в рамках своего бюджета они также являются потребителями экономических благ и могут самостоятельно принимать те или иные решения.

Ставя задачу исследования экономического поведения молодых людей, нужно иметь в виду, что многие из них еще не имеют большого опыта принятия финансовых решений в условиях нестабильности факторов внешней среды, поэтому их поступки, скорее всего, определяются менталитетом, свойственным этому возрасту, а также той информацией, которой они уже обладают или узнают из разных источников. При этом весьма важным является получение данных о наиболее популярных каналах информации, которыми пользуется молодежь при принятии тех или иных финансовых решений.

Ментальность человека проявляется в скорости и характере реакции на происходящие в нашей стране процессы. У разных людей она неодинакова. В этой

связи можно выделить три поведенческие стратегии, отражающие реакцию людей на изменение экономических условий<sup>1</sup>:

- проактивная стратегия;
- реакционная стратегия;
- пассивная стратегия.

Проактивная стратегия проявляется в стремлении предвидеть развитие экономической ситуации и предпринять соответствующие упреждающие меры. В данном случае имеет место когнитивная модель принятия решения человеком в условиях меняющейся внешней среды. В центре мотивации проактивного поведения человека лежат следующие обстоятельства:

- высокая финансовая грамотность;
- понимание личной ответственности за свои действия;
- способность распознавать риски, проводить анализ грядущих перемен еще до того, как наступит кризис;
- способность к быстрому принятию решений в условиях риска;
- способность менять свое экономическое поведение при появлении новых обстоятельств.

В основе анализа поведения лежит когнитивная теория, поскольку в этом случае поведение человека рассматривается с позиций его интеллектуальных ресурсов, его мыслительных процессов, опыта и знаний, что позволяет принимать продуманные решения.

Реакционная стратегия характеризуется замедленной реакцией на изменение внешней среды, в результате поведение потребителя не меняется до тех пор, пока он не окажется перед лицом неизбежной потери личных материальных или нематериальных средств. В этом случае поведение человека больше соответствует бихевиористической модели, чем когнитивной.

Пассивная стратегия отличается от перечисленных выше рядом характерных черт, среди которых можно выделить, в первую очередь, такие, как:

- нежелание следить за происходящими политическими и экономическими событиями в стране и в мире;
- полное игнорирование рисков, следование своим привычным нормам поведения, несмотря на неблагоприятные ситуации, ожидание от государства принятия соответствующих мер, которые защитят их от негативных последствий и компенсируют им потери. Подобное патерналистское поведение особенно было характерно для многих россиян в начале 2010-х гг. Так, согласно исследованиям агентства «Левада-центр», более половины россиян (52%) ждут помощи от государства, полагая, что оно должно «обеспечивать нормальный уровень благосостояния всем своим гражданам» (Патерналистские настроения россиян).

В новых экономических условиях поведение потребителей не приобрело какую-то завершенную модель, которую можно адекватно воспроизвести, хотя уже наметилась тенденция к более бережливому отношению к своим доходам<sup>2</sup> (модель «экономного человека»). С научно-методологической точки зрения неясен механизм принятия решения человеком, приводящий к изменению его потребительского поведения. Здесь может иметь место как когнитивная модель поведения, так и бихевиористическая. Рядом специалистов подчеркивается важная роль в принятии решений человеком эмоционального фактора, выражающегося

<sup>1</sup> Более подробно с классификацией моделей экономического поведения населения можно ознакомиться в работе: Шубаева, Наумов, 2015.

<sup>2</sup> <http://tatcenter.ru/print/158009/>

в таких его реакциях, как переживания, восторг, паника и проч. В частности, И. Ю. Калмыкова и М. М. Юдкевич полагают, что эмоции могут приводить к отказу человека от издержек принятия решений — совершению импульсивных действий без оценки последствий и просчета рисков (Калмыкова, Юдкевич, 2006). Из этого следует, что людям свойственно достаточно эмоциональное восприятие финансовых продуктов, связанных со своим существованием, с заботой о семье и о близких.

Невозможность получения конкретных данных об экономическом поведении населения с помощью различных теорий и моделей вызывает необходимость использования эмпирического подхода. Для того чтобы понять, каким образом формируется и проявляется реакция молодежи на изменившиеся экономические условия в нашей стране, были опрошены две группы молодежи:

- учащаяся молодежь (студенты дневного обучения экономического вуза) в возрасте 20–22 лет, приехавшие учиться в Санкт-Петербург из различных регионов России, а также петербуржцы;
- работающие молодые люди в возрасте от 28 до 35 лет, имеющие высшее образование и проживающие в Санкт-Петербурге.

Размер выборки в каждой группе составлял около 100 человек, что вполне достаточно, учитывая довольно однородный состав респондентов.

В ходе исследования респондентам были заданы следующие вопросы:

1. Изменилось ли в целом Ваше экономическое поведение в современных условиях?
2. На чем сейчас Вы стараетесь экономить?
3. Если Вам сейчас были бы нужны средства, то Вы обратились бы...
4. Какой процент за кредит Вы считаете оптимальным в современных условиях?
5. Какие каналы информации вы используете, прежде чем обратиться в кредитную организацию?
6. Испытываете ли Вы потребность в помощи финансового консультанта при принятии финансовых решений?
7. Как Вы оцениваете свою финансовую грамотность?

### Результаты эмпирических исследований

Опросы проводились в период с декабря 2014 г. по декабрь 2016 г. В табл. 1 приведены распределения ответов учащейся молодежи на вопрос «Изменилось ли в целом Ваше экономическое поведение в современных условиях?»

Таблица 1

Распределение ответов учащейся молодежи, в процентах

Варианты ответов	Декабрь 2014 г.	Июнь 2015 г.	Декабрь 2015 г.	Май 2016 г.	Декабрь 2016 г.	В среднем за период
очень	14,8	25,0	20,6	21,0	11,0	18,5
нет	44,5	25,0	11,8	14,9	59,7	31,2
частично	40,7	50,0	67,6	64,1	29,3	50,3
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Из табл. 1 видно, что у значительной части учащейся молодежи (25,0%) экономическое поведение сильно изменилось только к лету 2015 г., а затем относительно

стабилизировалось вплоть до мая 2016 г., после чего доля респондентов, чье поведение сильно изменилось, сократилась в два раза и составила всего лишь 11%. Это может свидетельствовать о прекращении экономически неблагоприятной тенденции в стране. Также к декабрю 2016 г. значительно увеличилась доля респондентов, чье экономическое поведение за последнее время не изменилось (59,7%). Следует также отметить, что сразу после начала кризиса у 40,7% респондентов экономическое поведение все же частично изменилось, и к маю 2016 г. этот показатель вырос до 64,1%, что говорит о неблагоприятных процессах в стране, которые имели место в этот период. Однако к декабрю 2016 г. доля респондентов, у которых экономическое поведение изменилось лишь частично, составила всего лишь 29,3%.

Несколько другие ответы на вопрос «Изменилось ли в целом Ваше экономическое поведение в современных условиях?» получены от молодых работающих петербуржцев (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов работающей молодежи, в процентах

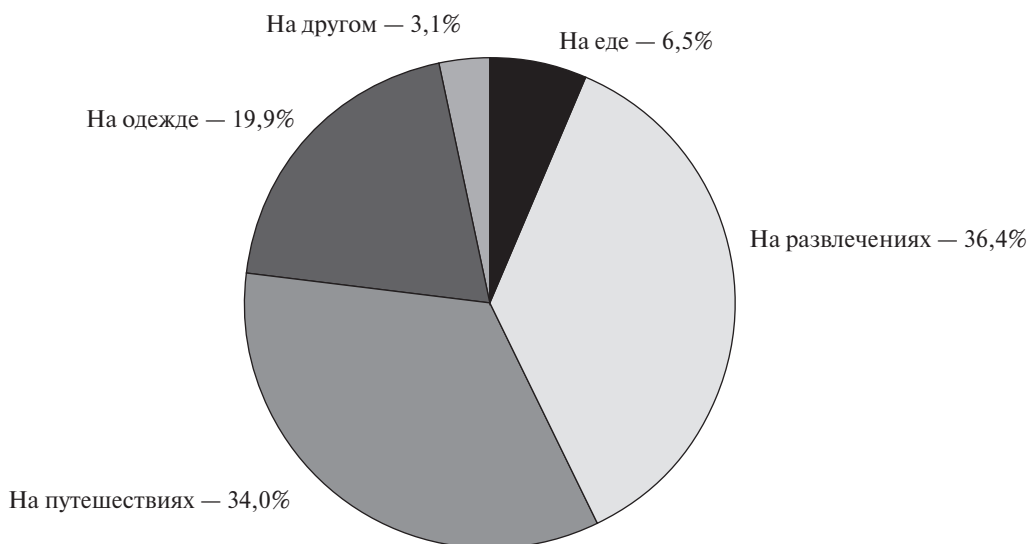
Варианты ответов	Декабрь 2014 г.	Июнь 2015 г.	Февраль 2016 г.	В среднем за период
очень	11,0	14,3	15,8	14,0
нет	22,3	28,6	10,5	20,0
частично	66,7	57,1	73,7	66,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Сравнивая данные табл. 1 и 2, можно сказать, что в сопоставимые временные периоды доля респондентов, которые существенно изменили свое экономическое поведение, больше у учащейся молодежи. На наш взгляд, это объясняется тем, что среди студентов много иногородних, родители которых, видимо, испытывали финансовые проблемы в большей степени, чем молодые люди, работающие в Санкт-Петербурге. Доля тех, у кого экономическое поведение практически не изменилось, у обеих групп была примерно одинакова. У работающей молодежи велика доля частично изменивших свое экономическое поведение. Это объясняется тем, что работающие имели большие потребности приобретать товары и услуги в большем объеме, чем студенты.

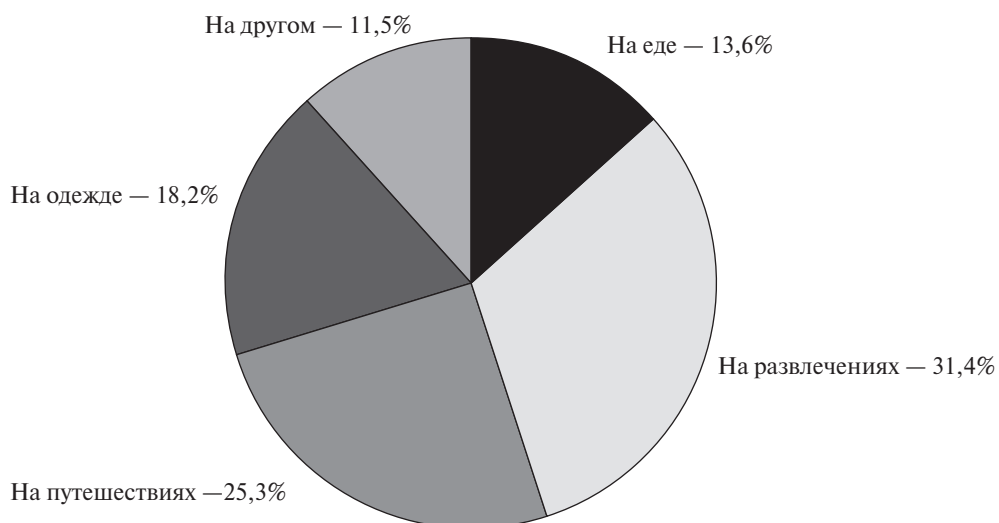
Чтобы понять, в чем проявилось это изменение, респондентам обеих групп был задан вопрос: «На чем сейчас Вы стараетесь экономить?» Ответы представлены на рис. 1.

Данные, представленные на рис. 1, показывают, что молодые люди экономят в первую очередь на развлечениях (36,4%; 31,4%) и путешествиях (34,0%; 25,3%) соответственно. Нужно отметить, что отказ от развлечений и путешествий, являющихся для учащейся и работающей молодежи важными категориями, говорит о снижении дохода родителей студентов или об уменьшении заработка работающих.

Интересны ответы респондентов на вопрос: «Если Вам сейчас были бы нужны средства, то Вы обратились бы: в банки, в микрокредитную организацию или к друзьям?» Из всех опрошенных студентов 64,9% обратились бы в первую очередь к друзьям, а также к родителям (19,6%), что вполне естественно. Доля учащихся, которые гипотетически обратились бы в банк, составляет только 15,2%. Среди работающей молодежи к друзьям обратились бы 50% и в банки — 25%. В принципе, эти результаты говорят, с одной стороны, о проблемах в банковской сфере (высокие кредитные ставки, невысокий уровень доверия), а с другой стороны —



**А — учащая молодежь**



**Б — работающая молодежь**

**Рис. 1. Распределение ответов респондентов — на чем они сейчас стараются экономить**

о специфическом российском менталитете: брать займы деньги у друзей и знакомых можно на беспроцентных условиях, при этом можно задержать возврат займа, а то и просто не возвращать без особых юридических последствий, поскольку деньги одалживаются часто без оформления расписки или договора займа. Опросы молодежи показали, что уровень доверия к банкам составляет всего лишь около 36%, в то время как по населению в целом он составляет 67%<sup>1</sup>. Доверяют больше всего государственным банкам (Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, Газпромбанк). Данное обстоятельство подтверждается тем, что большинство кредитов (69,7%) взяты в банках с государственным участием, а доля взятых населением кредитов в коммерческих банках составляет 45,7%, в других кредитных организациях — только 4,2%<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Опрос проведен в июле 2016 г. (<http://nacfin.ru/banki-lidery-doveriya-sredi-finansovykh-institutov/>).

<sup>2</sup> Результаты обследования «Изучение финансового поведения населения и привычки к накоплению сбережений» (<http://mediatron.ru/news-2016-apr-035425.html>).

Что касается кредитных банковских ставок, то большинство респондентов считают их оптимальными в пределах 10–15% (85,7% опрошенных). При существующих реальных ставках велик объем невозврата кредитов, который год от года растет. Так, в 2015 г. непогашенная задолженность по одному или нескольким видам кредитов (потребительские, образовательные, на покупку или строительство недвижимости, займы в ломбардах и у частных лиц) была у 35,7% домохозяйств. По объемам текущей задолженности почти половину (48%) составляли кредиты, взятые с целью покупки или строительства недвижимости, 25,2% — кредиты на потребительские нужды<sup>1</sup>.

Прежде чем обратиться в кредитную организацию, опрошенные респонденты используют различные каналы получения информации (рис. 2).

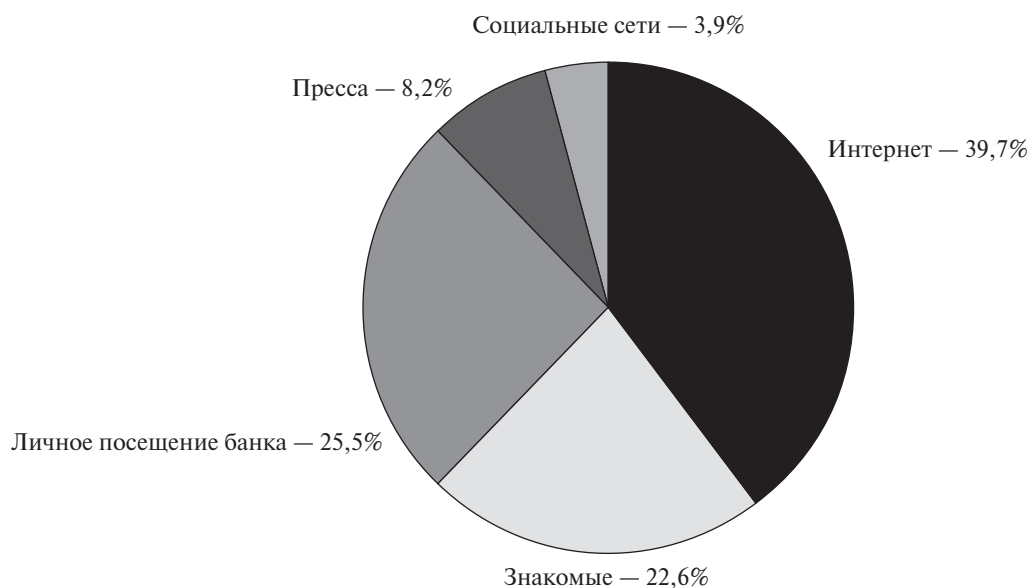


Рис. 2. Каналы получения информации перед посещением кредитной организации

Из рис. 2 видно, что наиболее популярным каналом получения информации о банке или о другой кредитной организации является Интернет (39,7%). В то же время многие респонденты предпочитают лично посетить кредитную организацию (25,5%) и воспользоваться мнением своих знакомых (22,6%). Социальные сети как надежные источники информации о финансовых организациях пока популярностью не пользуются. Существенной разницы во мнении обеих групп респондентов в данном случае обнаружено не было. То, что Интернет стал мощным инструментом получения разнообразной информации, нужно учитывать финансовым организациям, в первую очередь банкам.

Что касается самооценки своей финансовой грамотности и готовности воспользоваться услугами финансового консультанта при принятии ответственных решений, то большинство респондентов оценивают свою финансовую грамотность на «отлично» и «хорошо» (65,4% опрошенных). Только 5,1% респондентов признали свою финансовую грамотность неудовлетворительной. Несмотря на высокую самооценку опрошенных, 35,8% ответили, что испытывают потребность в консультациях специалиста при принятии финансовых решений (табл. 3).

<sup>1</sup> Результаты обследования «Изучение финансового поведения населения и привычки к накоплению сбережений» (<http://mediatron.ru/news-2016-apr-035425.html>)

Таблица 3

**Распределение ответов по потребности в консультациях специалиста  
при принятии финансового решения**

Вариант ответа	Декабрь 2014 г.	Июнь 2015 г.	Декабрь 2015 г.	Май 2016 г.	В среднем за период
да	28	37,5	38,2	39,3	35,8
нет	72	62,5	61,8	60,7	64,2
Итого	100	100	100	100	100,0

Из табл. 3 видно, что потребность в финансовом консультировании со временем возрастает. Например, в мае 2016 г. почти 40% респондентов заявили о потребности в консультациях специалиста по финансам, в то время как в декабре 2014 г. об этом заявляли только 28%. Учитывая, что в данном исследовании опрашивались достаточно образованные молодые люди, можно предположить, что в целом население страны не обладает необходимой финансовой грамотностью, и сфера консалтинга на потребительском финансовом рынке должна развиваться. Неслучайно в 2016 г. в Государственную Думу внесен законопроект, регулирующий деятельность финансовых консультантов (советников)<sup>1</sup>. Документом определяется понятие о деятельности финансовых советников — это «возмездное оказание индивидуальных консультационных услуг клиенту в сфере личных финансов путем предоставления финансовых или инвестиционных рекомендаций или персонального финансового плана, а также рекомендаций по управлению личными финансами». Заметим, что в западных странах институт финансовых консультантов чрезвычайно развит и консалтинговые услуги в этой сфере доступны практически любому жителю страны. Например, в Великобритании, где в 1916 г. впервые в мире появились независимые финансовые советники, в сфере финансового консалтинга сегодня работает более 8 тыс. профессионалов<sup>2</sup>. Отечественными учеными (Земцов, Осипова, 2015) предложены программы повышения финансовой грамотности населения, поскольку это является приоритетным государственным проектом, направленным в конечном итоге на использование финансового потенциала населения в национальной экономике в долгосрочном периоде.

Основная цель подготовки финансовых консультантов состоит в формировании таких компетенций, которые позволят им соблюдать высокие этические нормы взаимодействия с клиентами и эффективно осуществлять консультации по принятию клиентом сберегательных, инвестиционных и других решений в сфере управления своими активами. Реализация подобной цели возможна лишь в том случае, когда финансовый консультант будет обладать соответствующим образованием, получение которого возможно только на базе учебного заведения экономического профиля.

### Выводы

Экономика России, несмотря на относительную стабилизацию, продолжает находиться в сложном положении, что накладывает заметный негативный отпечаток на благосостоянии многих людей, в том числе молодежи. В результате

<sup>1</sup> Подробнее: <http://www.kommersant.ru/doc/2928597>

<sup>2</sup> <http://beintrend.ru/baza-znaniy/finansovyi-konsultant-novaia-professii-na-rossiiskom-rynke-finansovykh-uslug>



экономическое поведение изменилось в сторону отказа от многих продуктов и услуг, в первую очередь касающихся развлечений (31,4–36,4% опрошенных) и путешествий (25,3–34,0% опрошенных). Подобная тенденция сохраняется и по сегодняшний день, снижая потребительский спрос и создавая предпосылки для ухода с рынков многих предприятий, становящихся убыточными. У значительной части молодежи экономическое положение продолжает ухудшаться, что говорит о продолжающихся неблагоприятных процессах в стране. Интересно, что в случае потребности в займе большинство опрошенных планируют обратиться не в банки, а к друзьям и знакомым (64,9% опрошенных).

Обычно молодежь еще не имеет большого опыта поведения в условиях экономического кризиса, поэтому обращается за необходимой информацией к разным источникам, в первую очередь к Интернету (39,7% опрошенных). Многие предпочитают получать информацию лично при посещении банка (25,5% опрошенных). Характерно, что социальные сети, несмотря на их популярность как места общения, пока не стали каналом получения экономической информации (3,9% опрошенных).

Появление новых финансовых продуктов, широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий в банковской сфере требуют от населения соответствующих знаний по принятию решений при управлении своими активами и прежде всего финансами. В этом плане обучение финансовой грамотности населения и развитие института финансового консалтинга для населения имеют важное государственное значение.

Таким образом, эмпирическое изучение экономического поведения населения в условиях снижения доходов позволит государственным институтам и коммерческим структурам разрабатывать адекватные стратегии развития, направленные на восстановление экономики страны.

### Источники

*Блэкуэлл Р., Минард П., Энджел Д.* Поведение потребителей. СПб., 2007.

*Володин В. М., Михнева С. Г.* Экономическое поведение молодежи в условиях модернизации российского общества // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2012. Вып. № 3 (23). С. 121–126.

*Земцов А. А., Осипова Т. Ю.* Подготовка финансовых консультантов в вузе как перспективное направление многоуровневого профессионального образования финансистов // Проблемы учета и финансов. 2015. № 1 (17). С. 9–22.

*Калмыкова И. Ю., Юдкевич М. М.* Экономика и эмоции // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2006. Т. 3. № 3. С. 61–87. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/71639066>.

*Князев П. А.* Экономическое поведение российской молодежи в период мирового финансового кризиса // Теория и практика общественного развития. 2010. № 2. С. 165–170.

На черный день: как изменилось потребление россиян за год. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/economics/10/02/2016/56bb1b989a79477d663a1439>

*Наумов В. Н.* Поведение потребителей: учебное пособие. М., 2014.

Патерналистские настроения россиян. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/2011/01/17/paternalistskie-nastroeniya-rossiyan/>

*Терехова Т. А., Евдокимова А. С.* Динамика составляющих экономической социализации студентов в процессе профессионализации в вузе // Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития: материалы десятой юбилейной международной научно-практической конференции 24–26 ноября 2010 г. / под науч. ред. А. Е. Карлика, Э. Х. Локшиной. СПб., 2010. Ч. 2. С. 230–235.

*Шаститко А. Е.* Модели человека в экономической теории: учебное пособие. М., 2006.

*Шубаева В. Г., Наумов В. Н.* Модель экономического поведения потребителей финансовых услуг в современных условиях // Известия СПбГЭУ. 2015. № 5. С. 78–84.

*Pine B. J., Gilmore J. H.* The Experience Economy / Harvard Business school press. Boston (Mass.), 2007. P. 20–34.

*Swee-Hoon Chuah, Devlin J.* Research note: Behavioral Economics and the Financial Services Consumer: A Review, Financial Services Research Forum / University of Nottingham. June 2010.