

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ (социологический анализ)

Автор: П. М. КОЗЫРЕВА

КОЗЫРЕВА Полина Михайловна - доктор социологических наук, заместитель директора Института социологии РАН, директор Центра лонгитюдных исследований НИУ ВШЭ (E-mail: pkozyreva@isras.ru).

Аннотация. На материалах Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (RLMS-HSE) анализируются некоторые тенденции и особенности финансового поведения населения под углом зрения развития процессов социально-экономической адаптации в современной России. Основное внимание уделяется исследованию важнейших финансовых практик и особенностей финансового поведения различных социальных групп и слоев в условиях экономического кризиса.

Ключевые слова: финансовое поведение * социально-экономическая адаптация * финансово-экономический кризис * сберегательное поведение * потребительский кредит

Социальная адаптация - совокупность сложных, многоаспектных и многослойных процессов, каждый элемент которых соотносится с той или иной стороной общественной жизни, ориентирован на оптимизацию соответствующих взаимоотношений личности или группы с окружающей действительностью. В условиях трансформирующегося общества особую роль приобретает социально-экономическая адаптация, связанная с проблемами приспособления человека к экономическим и организационным изменениям, рожденным новыми рыночными преобразованиями в России [Беляева: 109]. Ведущая роль социально-экономической адаптации определяется тем, что она непосредственно связана со сферой трудовой деятельности, посредством которой реализуется основная функция повседневности - жизнеобеспечение. Характер включенности в трудовую деятельность, ее результаты в значительной степени определяют многие другие аспекты социальной адаптации.

В процессе социальной адаптации происходит приведение индивидуального и группового поведения в соответствие с господствующей системой норм и ценностей. По сути, речь идет о поиске наиболее адекватного для данной ситуации механизма мобилизации личностных ресурсов, приобретении новых знаний, навыков и умений.

Приспособление к меняющейся действительности осуществляется посредством различных способов, которые представляют собой конкретные социальные действия, поведенческие практики в новых, нестандартных ситуациях.

Одной из разновидностей социально-экономического поведения выступает финансовое, которое чаще всего рассматривается как деятельность домохозяйств по мобилизации и использованию денежных доходов [Средние..., 2003: 312], как различные виды финансовой активности граждан (сбережения, инвестиционная активность, страхование, заемно-кредитное поведение, денежные игры и т.п.) [Ибрагимова, 2008: 190]. Такая деятельность, направленная на достижение жизненных целей индивидов, удовлетворение их потребностей посредством использования определенных финансовых инструментов, во многом определяет результативность их адаптации к условиям динамично меняющегося общества. В постсоветский период финансовое поведение населения претерпело колоссальные изменения и продолжает интенсивно меняться: стали наблюдаться более глубокие отличия в финансовом поведении различных социальных групп, жителей разных регионов страны. Во многом это связано со сложной динамикой радикальных преобразований, их незавершенностью и трудностями вялотекущего финансово-экономического кризиса. Огромную роль играют: глубокое материальное расслоение; неравномерное развитие регионов; неконтролируемые миграционные процессы; разобщенность не только между элитами и массовыми слоями населения, но и внутри социальных групп.

Несмотря на улучшение экономической ситуации в России после 2009 г., исследование особенностей финансового поведения населения в условиях кризиса сохранило актуальность. Это связано с тем, что сегодня не только Россия, но и большинство стран вступили в опасный период неопределенности. Еще в начале 2009 г., когда финансово-экономический кризис только набирал обороты, специалисты предсказывали, что за первой волной может последовать вторая, более мощная. В последнее время масштабы и глубина кризиса в отдельно взятой стране все в более определяются не только особенностями национальной модели рыночной экономики, но и мощными факторами глобализации.

Финансовые стратегии в механизме адаптации к условиям кризиса. Центральным элементом любой социально-экономической стратегии, выступающей важнейшей предпосылкой материального благополучия и социального самочувствия, является ее финансовая составляющая, связанная с проблемами зарабатывания, накопления, сохранения и расходования денег, включая вопросы принятия решений о денежных тратах и сбережениях, накопления средств для приобретения дорогостоящих товаров, получения образования, обеспечения благополучной старости. В основе финансовой стратегии лежит определенная система знаний, ценностей, взглядов и убеждений, формирующая важнейшие жизненные принципы и цели, а сами деньги встроены в индивидуальную систему ценностей отдельной личности (см.: [Белицкая, 2003]). Известно, что для одних деньги являются главной целью или одной из таковых, тогда как для других - только средством для достижения иных целей.

По данным опроса, проведенного в рамках RLMS-HSE в 2009 г., большинство респондентов (54,3%) выразило намерение с помощью денег не только удовлетворять текущие потребности, но решать проблемы, позволяющие улучшить материальное положение и успешно адаптироваться к обновляющейся экономической ситуации. Примерно каждый шестой придает деньгам повышенную ценность. Доля респондентов, которым деньги нужны прежде всего для удовлетворения гедонических потребностей, т.е. для наслаждения, удовольствия от жизни, - 28,5%. Чаще всего выражают подобные настроения молодые люди до 20 лет (около 42%), граждане, не обремененные семейными проблемами, без детей (40%), т.е. люди, у которых ниже адаптационные барьеры и которые легче переживают трудности социально-экономической адаптации. Большинство остальных в силу различных причин не смогли более или менее четко обозначить свои приоритеты.

Для основной массы людей деньги - это вопрос не только удовлетворения личных потребностей, но и жизнеобеспечения семьи, что в период кризиса связано с большими трудностями. Независимо от достигнутого уровня социально-экономической адаптации, подавляющее большинство стараются предпринимать реальные шаги, чтобы защититься от социальных рисков и, прежде всего, от неприятностей, обусловленных нынешней непростой финансово-экономической ситуацией. Неслучайно свыше 90% взрослых респондентов, представляющих группы с разным уровнем социального самочувствия, уверены в том, что необходимо не только иметь деньги на "черный день", но и чтобы они всегда были под рукой.

Экономическая нестабильность и отсутствие четких представлений о будущем вызывают у одних стремление к сокращению или ограничению расходов, у других, наоборот, усиление ориентации на текущее потребление. В кризисных условиях 36,3% респондентов готовы интенсивнее тратить деньги из опасений потерять свои скромные сбережения или по иным мотивам, тогда как не согласны с такой позицией 32,6% опрошенных. Среди последних немало людей, которые, пытаясь обезопасить себя от негативных экономических последствий, стараются сохранить накопления, не прибегая к незапланированным покупкам. Как отмечает М. Д. Красильникова, в период финансово-экономического кризиса сбережения очень часто рассматриваются как некий "страховой запас", но основной их целью остается накопление ресурсов для обеспечения семейных нужд [Красильникова, 2010: 178 - 179]. Многие полагают, что даже в период кризиса неразумно тратить свободные сбережения на незапланированные покупки; чтобы застраховаться от всевозможных экономических потрясений или просто позаботиться о будущем, важно грамотно планировать расходы и доходы. Следствием нарастания волны потребительского беспокойства, неуверенности и тревоги может быть также отказ от запланированных ранее крупных покупок. Большинство остальных респондентов не особенно обеспокоены данной проблемой, поскольку относятся к бедным или малообеспеченным, т.е. живут от зарплаты до зарплаты.

Ориентация на усиление текущего потребления в неблагоприятной экономической ситуации в большей мере характерна для сельчан и жителей небольших поселков, чем горожан; молодежи, чем людей среднего и старшего возраста; наименее квалифицированных категорий работников, прежде всего разнорабочих, работников сельского хозяйства и промышленных рабочих, чем профессионалов с высшим и средним специальным образованием. Предпочтение повышению расходов чаще отдают работники, для которых особенно важны размер заработной платы, гарантированная работа и низкая вероятность потерять ее. Повышая расходы, многие из них стараются обезопасить себя от потери денег в период кризиса. Характерно, что у пенсионеров, обладающих колоссальным опытом социально-экономической адаптации, наибольшей популярностью пользуется сберегательная стратегия.

Намерение более интенсивно тратить деньги в период кризиса тем сильнее, чем выше неудовлетворенность материальным положением. Если среди респондентов, предпочитающих не тратить, а накапливать или сберегать, доля недовольных в той или иной степени материальным положением составляет 51,6%, среди занимающих неопределенную позицию, - 57,7%, то среди предпочитающих усиленно тратить деньги - 64,2%. Но, при этом оценка возможных последствий экономического кризиса для бюджета семьи у респондентов с разными уровнем материального достатка и оценками удовлетворенности своим материальным положением неодинакова. Потеря даже не особенно больших денег подрывает бюджет бедных и малообеспеченных семей и ввергает многих в уныние. Осознание уязвимости своего положения становится причиной усиления стремления к трате денег. В то же время неуверенность в завтрашнем дне, хотя и свойственна всем анализируемым категориям респондентов, выступает наиболее значимым фактором выбора сберегательной стратегии. Граждане, отдающие предпочтение сбереганию, больше других категорий респондентов удовлетворены своим нынешним материальным положением, но в то же время хуже оценивают перспективы жизни своих семей и сильнее обеспокоены невозможностью

Таблица 1. Зависимость предпочтений в отношении расходования денежных средств от принадлежности к определенному кругу людей, 2009 г. (в %)

Предпочтения		Предпочитающие тратить	Колеблющиеся	Предпочитающие сберегать
В вашем окружении принято делать сбережения	Согласны	27,7	23,3	49,0
	И да, и нет	28,5	27,6	43,9
	Не согласны	42,7	20,5	36,8
Вы всегда можете заработать, получить помощь, взять в долг	Согласны	53,3	21,7	25,0
	И да, и нет	35,5	39,0	25,5
	Не согласны	34,9	26,0	39,1
Вы все время одалживаете деньги у родных и знакомых	Согласны	54,5	19,4	26,1
	И да, и нет	38,7	36,6	24,7
	Не согласны	35,0	27,9	37,1

обеспечить себя самым необходимым в следующем году. Поэтому среди них встречается немало людей, которые отказываются от тех или иных запланированных ранее крупных покупок, таких как квартира, автомобиль, мебель, ювелирные украшения, отдых за рубежом, ремонт квартиры, компьютер, дорогая бытовая техника и. т.п.

Весомым фактором, подталкивающим людей к усилению намерения сберегать, а не тратить, являются высокие инфляционные ожидания. Около 47% респондентов считают, что в период инфляции главным является сохранение денег, тогда как не согласны с подобным утверждением только 15,5%. Примечательно, что подобные мнения довольно широко распространены среди разных категорий респондентов, многие из которых пытаются сохранить деньги с помощью банковских вкладов. Реальным основанием, помогающим реализовать такие сберегательные намерения в период кризиса, стал рост процентных ставок по вкладам, который в 2009 г. достигал в отдельных банках 20 - 22% годовых. Другим важным фактором явилось повышение в октябре 2008 г. размера страхового возмещения по вкладам граждан до 700 тыс. руб., направленное на повышение доверия вкладчиков к банковской системе.

Выбор респондентов во многом зависит от принадлежности к конкретному кругу людей. Согласно данным опроса, около 42% уверенно утверждают, что в их окружении принято делать сбережения, и еще 26% выбирают неопределенный ответ - "и да, и нет". Особенно высокими оказываются эти показатели, когда речь идет о ближайшем окружении, которое формируется, как правило, из лиц равного материального положения. В нынешнем российском обществе, где материальные аспекты довлеют над моральными, большинству людей не остается ничего другого, как только объединяться по сословному, имущественному признаку. Вместе с тем каждый седьмой респондент общается с людьми, в большинстве своем живущими лучше, чем он. И у каждого двенадцатого ближайшее окружение состоит в основном из людей, материальный достаток которых ниже. В этом тоже проявляется противоречивость современной российской действительности, когда расслоение общества по уровню доходов и материальному положению "прошло" через родственников, друзей или просто хороших знакомых.

Чем старше и богаче респонденты, тем чаще в их окружении встречаются люди, предпочитающие делать сбережения - на это указали около 47% респондентов, занимающих верхние ступени на шкале материального благосостояния, и только 38% - на нижних ступенях. Среди лиц, окружение которых предпочитает делать сбережения, более чем в полтора раза ниже доля тех, кто выражает готовность тратить больше денег в кризисной ситуации, чем среди респондентов, окружение которых не стремится сберегать деньги (табл. 1). Очень высока ориентация на интенсивное расходование денег в группе респондентов, которые считают, что им вообще не нужны сбережения, поскольку они всегда могут заработать, получить материальную помощь или взять деньги в долг у родственников, друзей, хороших знакомых или других людей.

Их доля составляет около 12%. Такая же картина в отношении респондентов, которые постоянно одалживают у родных, близких и знакомых, не боятся залезать в долги и предпочитают получать от жизни удовольствие и наслаждения. Доля тех, кто не боится залезать в долги, составляет более 11%. Почти каждый десятый признает, что постоянно берет в долг деньги у своих родных и знакомых.

Несмотря на эти различия, подавляющее большинство (около 80%) вынуждено подходить к тратам в условиях экономического кризиса, соблюдая режим экономии. Возросшие трудности социально-экономической адаптации и невысокие доходы заставляют многих экономить даже на продуктах питания и предметах первой необходимости, включая лекарства. Почти две трети вынуждены экономить, чтобы откладывать некоторую часть заработков на приобретение непродовольственных товаров, и еще каждый пятый прибегает к такой практике от случая к случаю. И только 16% россиян могут позволить себе приобретать достаточно свободно.

Наиболее весомым фактором, влияющим на готовность регулярно делать сбережения и реализовывать эти намерения, выступает материальное положение респондентов. Невысокие заработки не позволяют большинству осуществлять долговременные накопления. 57,4% респондентов обычно стараются делать сбережения, как только у них появляется такая возможность, и еще 21% - лишь в отдельных случаях. Наибольшую настойчивость в осуществлении этого намерения проявляют пенсионеры и семейные люди с детьми. Пытаются делать сбережения в любом удобном случае немногим менее двух третей лиц, предпочитающих прибегать к ограничению расходов в период экономического кризиса, и только около половины отдадут приоритет повышению текущих трат. В действительности эти попытки зачастую оказываются нереализованными из-за отсутствия свободных денежных средств, остающихся от текущего потребления. Менее одной трети опрошенных заявили, что им удастся откладывать часть денег на будущее из своих текущих доходов, тогда как свыше 47% указали, что тратят все полученные деньги, но не залезая в долги, а 12% - что не только тратят все деньги, но и часто берут деньги в долг. При этом свыше трети признают, что не умеют копить деньги в течение длительного времени. И чем моложе респонденты, тем чаще они высказывают подобное мнение. Отсутствие знаний и навыков берегательного поведения выступает в качестве одного из серьезных факторов, затрудняющих адаптацию граждан к меняющейся экономической ситуации.

Значительны возрастные различия в использовании текущих расходов. Данные рис. 1 показывают, что по мере увеличения возраста количество граждан, которым удается постоянно откладывать часть денег на будущее, возрастает, тогда как число тех, кто тратит все полученные деньги и в случае необходимости берет в долг, сокращается. Чаще других откладывают часть денег, предназначенных для текущих расходов, пенсионеры, законодатели и крупные чиновники, предприниматели и работники сельского хозяйства.

Различия в уровне жизни, нестабильность настоящего и неясность жизненных перспектив, с одной стороны, различия в ценностных ориентациях, взглядах и убеждениях, поведенческих паттернах, с другой, существенно дифференцируют позиции граждан в отношении использования денежных средств. Только одного из четырех респондентов можно отнести к "надежным сберегателям", демонстрирующим твердое намерение делать сбережения при любом удобном случае, в том числе в условиях экономического кризиса, тогда как около трети следует назвать "осторожными сберегателями", которые обычно предпочитают делать сбережения, но в условиях кризиса выражают ту или иную степень готовности к более интенсивным тратам. Данные группы отличаются повышенной инвестиционной активностью, но общий уровень распространения инвестиционных стратегий здесь довольно низок. Примерно пятую часть составляют лица, которые не могут четко определить свою позицию, - назовем их "сомневающимися". Что касается граждан, "склонных к тратам", то к ним относится один из десяти опрошенных и еще каждого десятого можно отнести в категории "страхующихся", т.е. предпочитающих или вынужденных тратить все деньги, но

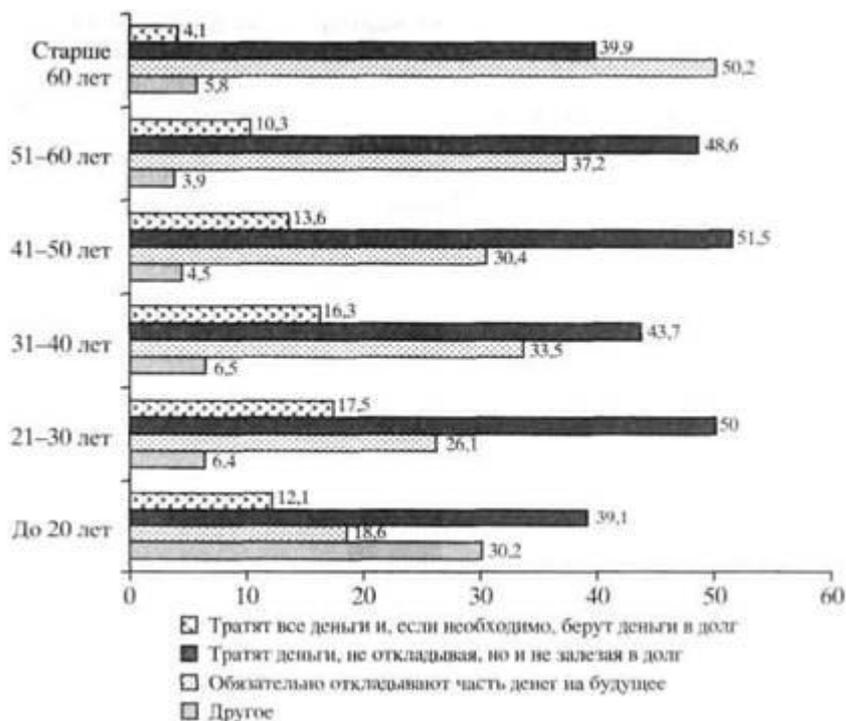


Рис. 1. Зависимость использования текущих денежных доходов от возраста респондентов, 2009 г. (в %)

в период кризиса выражающих намерение придержать часть финансовых средств в качестве определенного страхового резерва.

Большинство богатых и обеспеченных граждан с беспокойством оценивают свои ближайшие перспективы. Немало среди них и тех, кто без особой тревоги смотрит в будущее и не боится тратить деньги даже в период резко возросших адаптационных трудностей. Среди респондентов, занимающих, по собственным оценкам, верхние ступени на шкале материального благосостояния, более чем в полтора раза чаще, чем среди менее обеспеченных граждан, встречаются те, что предпочитает в первую очередь получать наслаждение, удовольствие от жизни (соответственно 43% против 28%). Россия, как и большинство стран мира, попала в сферу распространения глобальной массовой культуры, которая характеризуется поверхностностью, ориентацией на потребление и гедонизм [Многоликая..., 2004: 6; Inglehart, 1997]. Исследования современной массовой культуры свидетельствуют, что она продуцирует распространение определенного набора ценностей, среди которых культура наслаждения, свободное время, комфорт, достаток, эгоизм, потребление [Хагуров, 2006: 110]. Эти ценности все в большей степени определяют поведение широких социальных слоев современного российского общества, но особенно наиболее обеспеченной его части, легче адаптирующейся к новой обстановке.

Укрепление подобных тенденций приводят к росту спроса как на качественные продовольственные товары, так и на дорогостоящую бытовую технику, автомобили, недвижимость, мебель, ювелирные изделия, дорогие услуги, комфортный отдых. Среди наиболее обеспеченных людей больше всего тех, кто старается накапливать деньги, чтобы покупать необходимые вещи (соответственно, 68,3% против 60%), что во многом объясняется предпочтением покупать высококачественные и, следовательно, дорогостоящие товары. Здесь также особенно велики возможности инвестировать в человеческий капитал. Большие доходы значительно повышают доступность обра-

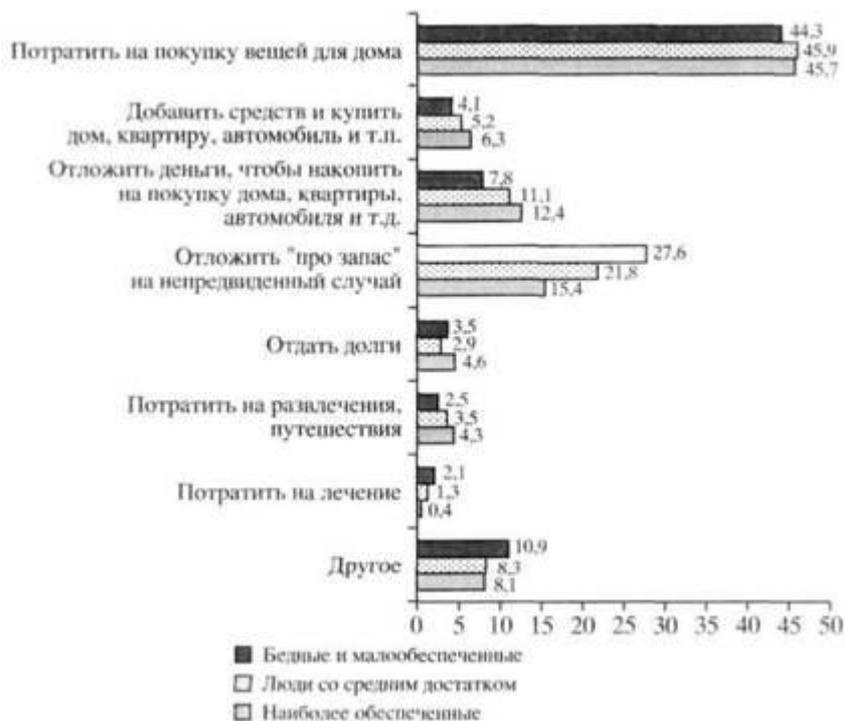


Рис. 2. Предпочтения респондентов с разным материальным достатком в отношении расходования большой суммы денег, равной трехмесячному доходу, 2009 г. (в %)

зования для детей наиболее обеспеченных родителей, что особенно существенно сказывается на качестве получаемого образования [Доступность..., 2004: 14 - 15].

Отвечая на вопрос о том, как бы они потратили крупную, неожиданно появившуюся денежную сумму (равную доходам за три месяца), наиболее обеспеченные респонденты указали, в первую очередь, покупку довольно дорогих вещей для дома - мебели, одежды, электроинструментов, бытовой техники и т.д. (рис. 2). Это близко по значениям, зафиксированным в группах менее обеспеченных респондентов. Далее в порядке убывания предпочтений наиболее обеспеченных - накопить на покупку загородного дома, дачи, квартиры, автомобиля; добавить еще денег (например, взять кредит или в долг у родственников, друзей, знакомых) и купить участок земли, дом (часть дома), квартиру, автомобиль и т.п. Эти показатели оказались немного выше, чем в когорте респондентов со средним достатком, и существенно выше, чем в группе бедных и малообеспеченных граждан. В то же время в когорте наиболее обеспеченных респондентов была выявлена самая низкая доля лиц, желающих в первую очередь отложить внезапно свалившиеся на них деньги "про запас" на непредвиденный случай, чрезвычайные обстоятельства.

Представляет интерес распределение ответов респондентов на вопрос о том, как они поступят в ситуации, если у них имеется только половина необходимой суммы для покупки понравившейся дорогой вещи. Как следует из данных табл. 2, респонденты, занимающие верхние ступени на шкале материального благосостояния, особенно решительно нацелены на приобретение приглянувшихся им дорогостоящих товаров. Среди них чаще встречается намерение накопить деньги и купить необходимую вещь. В этой группе также больше доля тех, кто готов взять для этого кредит, меньше предпочитающих отказаться от дорогой покупки. Отмеченные различия во многом объясняются значительной дифференциацией наиболее благополучных слоев населения в области потребительского поведения, это подтверждают другие исследования [Леж-

Таблица 2. Потребительские установки в зависимости от оценок уровня материального благосостояния, 2009 г. (в %)*

Варианты ответа на вопрос: "Предположим, что вы хотите купить дорогую вещь, а у вас есть только половина необходимой суммы. Как вы скорее всего поступите?"	Ступени шкалы материального благосостояния							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Откажутся от покупки	40,0	35,7	29,1	23,2	20,4	16,7	16,6	21,9
Купят вещь подешевле	18,7	18,8	18,9	15,9	12,9	10,4	9,8	9,4
Накопят деньги и купят понравившуюся вещь	16,8	22,6	25,1	32,2	34,6	38,2	38,0	39,1
Займут у родственников, друзей или знакомых	10,6	11,4	13,7	14,0	16,4	18,0	17,7	14,1
Купят в кредит	4,6	6,6	9,2	10,3	11,8	12,6	15,6	14,1
Затруднились ответить	9,3	4,9	4,0	4,4	3,9	4,1	2,3	1,4

* В ходе анализа респонденты распределялись по 9-ступенчатой шкале благосостояния. Данные по девятой ступени исключены из анализа в силу малочисленности данной группы.

нина, 2006]. Поскольку этим людям есть что терять, они больше других обеспокоены проблемой сохранения денег в период инфляции.

Многие люди среднего достатка также не придерживаются четко выраженной сберегательной стратегии. Около трети из них убеждены, что сегодня лучше тратить деньги, и примерно столько же придерживаются противоположного мнения. Некоторые в этой категории, предпочитающие во время экономического кризиса не копить, а тратить деньги, пытаются таким путем избежать денежных потерь, другие - не допустить снижения уровня потребления или даже повысить уровень жизни своих семей. Неслучайно в этой группе часто отмечается снижение уровня восприятия социальных рисков, притупление чувства опасности увольнения или снижения уровня личных и семейных доходов. Многие из них без особого сожаления тратят деньги на питание и одежду, а также другие товары первой необходимости. Отложенные ранее средства довольно часто расходуются на отдых и путешествия. Некоторые, чтобы удовлетворить потребности, сформировавшиеся в период экономического роста, берут кредиты.

Важным фактором, определяющим особенности финансового поведения людей со средним достатком, является возраст. Об этом позволяют судить ответы респондентов на вопрос о предпочтениях в расходовании неожиданно появившейся крупной денежной суммы (равной доходам за три месяца). Так, намерение потратить эти деньги на покупку одежды, мебели, бытовой техники и других вещей для дома в наибольшей степени характерно для респондентов со средним достатком в возрасте от 20 до 30 лет (около 55%), многие из которых имеют малолетних детей. В то же время в более широком возрастном диапазоне (20 - 40 лет) люди чаще предпочитают отложить крупную сумму денег или добавить к ней средств, для того чтобы купить земельный участок, дом, квартиру, автомобиль и т.п. Стремление отложить большие деньги "про запас" на непредвиденный случай последовательно возрастает по мере увеличения возраста (с 10% - в возрасте до 20 лет до 53% - старше 60 лет). Обратная тенденция - в отношении намерения потратить крупную сумму на развлечения, комфортный отдых, туристические поездки внутри России и в зарубежные страны, которое с возрастом постепенно ослабевает (соответственно с 11 до 1%).

Большинство людей со средним материальным достатком с подозрением относятся к банкам, но при этом очень многие обращаются к их услугам для того, чтобы накопить деньги на приобретение квартиры, земельного участка, дачи, автомобиля и других дорогостоящих товаров, образование детей, проведение отпуска в другом регионе России или за ее пределами. Значительная часть из них относится к среднему классу, который, в сравнении с другими массовыми слоями населения, характеризуется более активным финансовым поведением. Во многом это связано как с его большими финансовыми возможностями, так и с особенностями установок (инвести-

ционно-сберегательных, уменьшения возможных рисков) [Тихонова, Мареева, 2009: 165 - 171].

Примечательно, что стратегия, предполагающая повышенные траты денежных средств в период экономического кризиса, большей степени распространена среди бедных и малообеспеченных. Для большинства из них это вынужденный выбор. Почти 40% респондентов, занимающих нижние позиции на шкале материального благосостояния, согласились с тем, что лучше тратить деньги сегодня, поскольку неизвестно, что будет завтра. Они меньше, чем более обеспеченные граждане, обеспокоены проблемой сохранения денег в период инфляции. Заслуживает внимания тот факт, что в анализируемой группе - наименьшие доли лиц, предпочитающих получать удовольствие от жизни (26,2%) и старающихся накапливать деньги для покупки необходимых вещей (55,2%). При этом каждый пятый даже не пытается делать накопления. Но хотя среди бедных и малообеспеченных зафиксирована самая большая доля предпочитающих больше тратить, чем сберегать, общая величина их расходов из-за небольших заработков оказывается сравнительно небольшой. Очень тяжело приходится бедным семьям в решении проблем с обеспечением качественного питания, покупкой одежды, неизбежностью долгов, недоступностью медицинского обслуживания, т.е. тех, которые традиционно лидируют в списке признаков бедности [Тихонова, 2003: 35 - 42]. Представители этой группы отличаются особенно низким уровнем социального самочувствия и с трудом адаптируются.

Некоторые особенности финансовой активности. К факторам, затрудняющим процессы социально-экономической адаптации в нынешней России, относится огромный дефицит грамотности в сфере управления финансами и навыков активного финансового поведения, умения распоряжаться денежными средствами. Этот недостаток - часть более общей и широкой проблемы дефицита у всех социальных групп современной экономической культуры, под которой, по мнению Р. В. Рыбкиной, понимаются те традиции, привычки и сложившиеся нормы поведения, которые реализуются в сфере экономики и связаны с экономической деятельностью людей [Рывкина, 2001: 225]. Складываясь в процессе длительного экономического развития, на основе экономического опыта, экономическая культура фиксирует наиболее устойчивые убеждения и модели поведения участников этого процесса. Наличие высокоразвитой экономической культуры - обязательное условие формирования цивилизованного рынка.

Одна из важнейших тенденций формирования новой экономической культуры в России - постепенное формирование нового типа работника и специалиста с развитым экономическим сознанием, с отношением к труду, адекватным рыночной ситуации, - ориентированного на либеральную модель трудовых отношений, отказывающегося от патернализма, инициативного и предприимчивого, инновационно ориентированного и ответственного. Такого работника отличает опора на собственные силы, способность к быстрому принятию решений и готовность к разумному риску. Но говорить сегодня о переломе в этом звене оздоровления экономики и возрождения общества еще рано. Россияне гораздо больше ценят в работе заработок, стабильность, гарантированность занятости и психологический климат в коллективе, чем карьерный рост. Профессиональная карьера в реальности не позволяет в полной мере реализовать возможности работника, а связь между карьерой и благополучием зачастую оказывается слабой. Даже удачная служебная карьера далеко не всегда обеспечивает человеку материальное благополучие.

Почти 70% нынешних работников вполне удовлетворены тем количеством времени, которое они тратят на зарабатывание денег. Остальные в большинстве своем считают, что зарабатывание денег занимает слишком много времени. Несмотря на эти различия, почти половина респондентов готова работать еще больше, чтобы увеличить доход, собственный или семьи, даже если для этого потребуется сменить место работы, профессию, специальность или устроиться на дополнительную работу. И чем моложе респонденты, тем чаще высказывается подобное мнение. Примеча-

Таблица 3. Зависимость намерений больше работать, чтобы увеличить свой доход, от оценок уровня материального благосостояния и профессионального мастерства, 2009 г. (в %)

Установки в отношении интенсивности работы	Ступени шкалы								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Шкала материального благосостояния</i>									
Готовы работать больше	2,5	9,0	22,8	27,3	25,9	8,5	3,5	0,4	0,1
Не готовы работать больше	2,6	7,5	21,6	27,7	25,7	9,8	4,4	0,6	0,1
<i>Шкала профессионального мастерства</i>									
Готовы работать больше	2,1	4,3	7,5	11,5	16,2	13,1	21,2	14,8	9,3
Не готовы работать больше	1,5	2,3	6,9	9,0	13,8	13,0	19,5	21,0	13,0

тельно, что среди таких работников существенно больше лиц, которые в прошлом году уже сменили профессию и/или место работы (19,8% против 13,8% среди тех, кто не желает работать еще больше); пытались организовать собственное предприятие или открыть свое дело, но у них ничего из этого не вышло (соответственно, 8% против 4,5%). Очень многих желающих работать больше и интенсивнее подталкивает к такому решению неудовлетворенность нынешней работой в целом и отдельными ее сторонами, особенно оплатой труда, а также невысокий уровень материального благосостояния семьи или нехватка денег, чтобы "красиво жить", получать удовольствие от жизни. Здесь следует учитывать, что в России, по информации Российского союза промышленников и предпринимателей, около 10 млн. "плохих" рабочих мест [Московский..., 2011: 8], которые не позволяют получать нормальный заработок и не способствуют развитию у работников трудовой мотивации, необходимой для эффективного труда. Немало в анализируемой когорте и тех, кто настроен на карьерный рост и успешно продвигается по служебной лестнице. Однако в целом респонденты, намеревающиеся работать больше прежнего, располагаются на высоких ступенях шкалы профессионального мастерства намного реже, чем те, кто не выражают такого желания (табл. 3).

Те, кто не готов работать больше, чаще всего объясняют это тем, что и так работают слишком много (48,8%). К другим часто упоминаемым объяснениям можно отнести: плохое здоровье; наличие серьезных семейных проблем (29%); нехватку времени для других занятий и отдыха (15,5%); отсутствие необходимости зарабатывать больше (5,7%). Некоторые ссылаются на отсутствие другой работы, позволяющей увеличить заработки, или какой-либо дополнительной работы; очень слабой связью между количеством, качеством и интенсивностью труда и заработной платой ("сколько ни работай, больше не заплатят").

В целом стремление работать больше, интенсивнее на нынешнем рабочем месте составляет содержание одной из основных стратегий, позволяющих поправить финансовое положение семьи. Помимо этого, исследователи выделяют три базовые стратегии мобильности, предусматривающие разные варианты преодоления финансовых проблем: 1) стратегия получения более высокой квалификации, нового или дополнительного образования, позволяющего претендовать на высокооплачиваемую работу в наиболее благополучных отраслях экономики; 2) поиск нового, более выгодного рабочего места при той же квалификации (горизонтальные перемещения); 3) миграционная стратегия, предполагающая перемещения в более благополучный регион [Социальная..., 2008: 16 - 18].

Одним из свидетельств дефицита финансовой грамотности и навыков активного финансового поведения населения является то, что только 28,4% респондентов прилагают более или менее серьезные усилия для того, чтобы их накопления приносили доход. Довольно много таких людей в возрастной группе от 20 до 30 лет; среди пользующихся Интернетом для работы; респондентов, которые только пытались организовать собственное предприятие, начать собственное дело (33%), и особенно

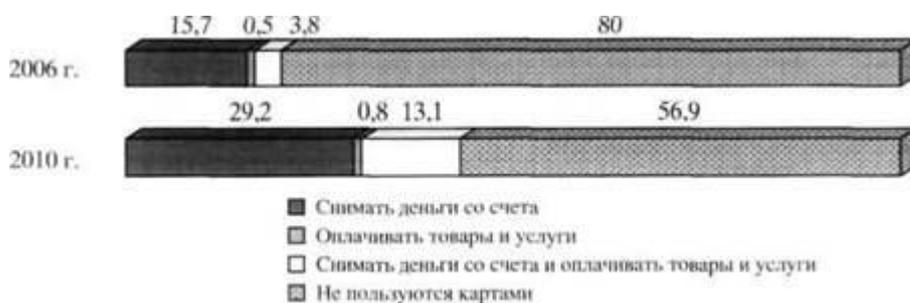


Рис. 3. Динамика владения и пользования банковскими пластиковыми картами, 2006 - 2010 гг. (%)

среди тех, кто добился на данном поприще успеха (49%). Это же относится к тем, кто положительно оценил соответствие своих качеств нынешней экономической ситуации, перспективы своей семьи и удовлетворены жизнью в целом. У многих, особенно в старшем возрасте, отсутствует ясное понимание основных финансовых терминов и процессов в финансово-экономической сфере, помогающее принимать взвешенные решения и грамотно выстраивать адаптационные стратегии. Лишь немногие проявляют интерес к событиям, происходящим на финансовом рынке, в частности, следят за котировками акций и положением дел на биржах. Надо заметить, что в период кризиса, когда цена на акции существенно падает, падает и интерес граждан к их покупке.

Обращает на себя внимание и невысокая активность российских граждан в использовании банковских пластиковых карт - "инструмента активизации потребительских расходов", стимулирующего стремление к повышению доходов [Средние..., 2003: 323 - 324]. В 2010 г. банковскими картами пользовались 43,1% взрослых граждан (рис. 3). Хотя нельзя не заметить, что количество владельцев пластиковых банковских карт с каждым годом быстро увеличивается, особенно среди ориентированных на использование активных форм социально-экономической адаптации и в наибольшей степени воспользовавшихся результатами экономических реформ. Достаточно отметить, что всего лишь пять лет назад банковскими картами владели лишь 20% граждан.

В группах респондентов, занимающих, по самооценкам, средние и верхние позиции на шкале материального благосостояния, банковскими картами пользовались свыше 50%, тогда как из тех, кто расположился на нижних ступенях шкалы - не более 30%. Среди работников предприятий, которыми владеют иностранные фирмы или иностранные частные лица, доля пользователей карт достигала 87,1%, тогда как среди работников государственных предприятий - 74,2%, а среди работников предприятий, которыми владеют российские частные лица или российские частные фирмы - только 64%. В то же время среди пенсионеров пользователи банковских карт составили всего 18,1%. Больше всего владельцев банковских карт в областных, краевых и республиканских центрах.

Подавляющее большинство используемых населением пластиковых банковских карт - дебетовые, т.е. предназначенные главным образом для получения заработной платы и оплаты товаров и услуг. Так, 93,8% обладателей карт получили их для перечисления заработной платы, пенсии или стипендии; 13,6% - для того, чтобы пользоваться деньгами с вкладов в банках и 8,4% - чтобы получить кредит в банке. Зачастую пользование данным финансовым инструментом является вынужденным, навязанным работодателем для облегчения расчетов по заработной плате. Однако из-за недостатка банкоматов в регионах и по некоторым другим причинам принудительный перевод работников на зарплатные проекты нередко только усложняет получение работниками зарплаты. Данная проблема особенно остра для военных, счета которых Министерство обороны РФ "в приказном порядке" перевело в ВТБ. В результате многим военнослужащим, проходящим службу в местах, удаленных от крупных

населенных пунктов, приходится тратить на поездки за зарплатой массу свободного или служебного времени. В целом 67,6% обладателей банковских пластиковых карт пользуются ими для того, чтобы только снимать деньги со счета; 2% - чтобы только оплачивать товары и услуги и 30,4% - и для того, и для другого.

По мере становления и развития рыночных отношений существенно возросла роль кредита в формировании финансовых стратегий населения. Несмотря на то, что подавляющее большинство считают кредитование довольно удобной формой семейного финансирования, позволяющей приобретать необходимые товары, брать кредиты в условиях экономического кризиса решаются немногие. Повышенный интерес к кредитам проявляют те, кто столкнулся с падением доходов и задержками заработной платы. Для поддержания привычного уровня жизни они обращаются как к своим сбережениям, так и к банковским кредитам. Следует отметить, что рост потребительских кредитов часто отмечается в кризисные периоды среди малообеспеченных. Однако в нынешних условиях для основной массы населения кредиты - тяжелый или неподъемный груз. 72,4% опрошенных убеждены, что кредит - слишком тяжелое бремя для семейного бюджета, а 59% считают условия кредита совершенно неприемлемыми для себя. И только 17,4% уверены, что способны в случае необходимости брать банковские кредиты. В нынешней сложной финансово-экономической ситуации обращение к кредитам становится довольно рискованной операцией. Около 61% респондентов стараются не брать кредит, поскольку не уверены в том, что смогут потом выплатить. Но многих сдерживают трудности его получения. Только один из четырех опрошенных считает, что может достаточно легко получить банковский кредит.

Около 40% респондентов - принципиальные противники кредитов и не намерены обращаться к ним ни при каких обстоятельствах. Если стоит выбор, взять кредит в банке или обратиться за помощью к друзьям и знакомым, то только каждый пятый отдаст предпочтение кредиту, тогда как 47% обратятся к близким. Еще меньше респондентов (около 10%) готовы взять кредит при условии, что для приобретения необходимой дорогой вещи им не хватит половины суммы. 29,8% граждан предпочтут в данном случае накопить недостающие деньги; 25,1% - откажутся от покупки; 15,6% - купят вещь подешевле и 14,5% - постараются занять у родственников, друзей или надежных знакомых.

Доля граждан, собирающихся взять кредит в следующем году, сократилась с 4,4% в 2007 г. до 2,9% в 2008 г. и до 2,4% в 2009 г., но в 2010 г. она вновь выросла до 3,3%. Каждый третий из этих респондентов намеревался взять кредит на покупку бытовой техники, мебели и других подобных товаров, каждый пятый - на приобретение автомобиля, каждый шестой - на покупку жилья. В то же время сохранился невысокий интерес к образовательным кредитам - самому молодому сегменту потребительского кредитования, доля которого сегодня невелика. Значительные изменения в отношении к кредитам в период кризиса демонстрируют и другие исследования. По данным лонгитюдного обследования "Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе", объемы активно развивавшегося в предкризисный период ипотечного кредитования в 2009 г. сократились более чем в 6 раз по сравнению с предыдущим годом, а доля неплатежеспособных заемщиков достигла одной четверти [Бурдяк, 2009].

В основе многих рассмотренных выше проблем лежит недоверие россиян к банкам. По данным RLMS-HSE, до кризиса полностью или частично доверяли российским банкам только около 30% россиян (не доверяют - 31%); страховым компаниям - не более 16% (не доверяют - 41%). Нет большого доверия у россиян и к иностранным банкам (доверяют - 14%; не доверяют - 35%). Обращает на себя внимание большое количество колеблющихся или сомневающихся - их доля составляет от четверти до трети опрошенных. Позиции этих людей не особенно надежны и могут существенно корректироваться как в одну, так и в другую сторону. Стоит обратить внимание и на значительное количество респондентов (около трети), не знающих, как реагировать на поставленный вопрос, особенно когда речь идет о доверии к иностранным банкам.

Молодежь, лица с высшим и незаконченным высшим образованием, горожане, особенно жители региональных центров и других крупных городов, доверяют российским и иностранным банкам и другим структурам бизнеса гораздо больше, чем старшее поколение, люди с незаконченным и общим средним образованием, сельчане. Среди тех, кто доверяет банкам и другим финансовым структурам, очень много людей социально активных, инновационно ориентированных, позитивно воспринимающих рыночные и демократические ценности. Это - бизнесмены, предприниматели, менеджеры, руководители высшего и среднего уровня, высококвалифицированные специалисты, занятые в сферах современных технологий, и представители других социально-профессиональных групп, обладающие солидной экономической и политической властью. Но большинство обычных граждан, наблюдая за тем, как финансисты и бизнес строят и совершенствуют свой специфический корпоративный мир, относятся к нему с большим подозрением и недоверием.

Таким образом, выявлены существенные различия между отдельными группами населения по содержанию и специфике формирования финансовых стратегий, особенностям использования конкретных финансовых практик. В условиях хронического экономического кризиса они претерпели существенные изменения, способствующие адаптации граждан к динамично меняющимся условиям жизни. Наиболее характерными особенностями финансового поведения населения, затрудняющими процессы социально-экономической адаптации в нынешней России, являются высокий уровень финансовой пассивности и ориентация граждан на государство, дефицит финансовой грамотности и навыков использования активных практик в этой сфере, низкий уровень доверия к основным финансовым институтам. Недоверие к банкам и другим финансовым структурам не только негативно сказывается на социально-экономическом поведении населения, но и сковывает действия властей и бизнес-сообщества по углублению рыночных преобразований, приданию им более цивилизованных форм, тормозит социально-экономическое развитие страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Белицкая Г. Э.* Особенности отношения к деньгам: деньги как предмет личностного осмысления // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы 3-го Всероссийского съезда психологов 25 - 28 июня 2003 г. В 8 т. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. Т. 1.
2. *Беляева Л. А.* Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М.: Academia, 2001.
3. *Бурдяк А. Я.* Ипотечное кредитование в России: портрет заемщика // Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. 2009. N 11.
4. Доступность высшего образования в России. М.: Независимый институт социальной политики, 2004.
5. *Ибрагимова Д. Х.* Финансовые практики российского населения // Российские домохозяйства накануне финансового кризиса: доходы и финансовое поведение / Отв. ред. *Л. Н. Овчарова*. М.: Независимый институт социальной политики, 2008.
6. *Красильникова М. Д.* Как российское население переживает очередной экономический кризис // Мир России. 2010. N 4.
7. *Лежнина Ю. П.* Особенности потребительского поведения состоятельных россиян // Мир России. 2006. N 1.
8. Многоликая глобализация / Под ред. *П. Бергера, С. Хантингтона*. М.: Аспект-Пресс, 2004;
9. Московский Бизнес-журнал. 2011. N 3.
10. *Рывкина Р. В.* Драма перемен. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2001.
11. Социальная сфера общества сегодня, завтра, послезавтра. Взгляд из Центра и регионов России. М.: Институт социологии РАН, 2008.
12. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. *Т. Малевой*; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2003.
13. *Тихонова Н. Е., Мареева С. В.* Средний класс: теория и реальность. М.: Альфа-М., 2009.
14. *Тихонова Н. Е.* Феномен городской бедности в современной России. М.: Летний сад, 2003.
15. *Хагуров Т. А.* Человек потребляющий: проблемы девиантологического анализа. М.: Институт социологии РАН, 2006.
16. *Inglehart R.* Modernization and Postmodernization: Cultural, Economical, and Political Change in 43 Societies. Princeton: Princeton University Press, 1997.