

УДК 159.9+316.6

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ МОНЕТАРНЫХ УСТАНОВОК И СТРАТЕГИЙ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

А. В. Шперлинь

Новосибирский технологический институт (филиал) Российского государственного университета
им. А. Н. Косыгина
Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: abo-1969@mail.ru

С. Г. Плотников

Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государ-
ственной службы при Президенте РФ
Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: plotnikow@mail.ru

Н. В. Майбородина

Центр иностранных языков и психологии «Брайт – Лайф»
Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: nataly_may@inbox.ru

Аннотация. Представлены результаты исследования взаимосвязи монетарных установок и стратегий финансового поведения личности. Факторный анализ опросника Л. П. Танга «Шкала денежной этики» (Money Ethic Scale, MES) проведенный на российской выборке позволил выделить 5 согласованных факторов, характеризующих монетарные установки респондентов: «Благо», «Свобода», «Власть», «Зло», «Бюджет». В структуре установок представлены аффективные, когнитивные, поведенческие компоненты. Установлено, что российским респондентам свойственно противоречивое и крайне эмоциональное отношение к деньгам, вместе с преобладанием монетарных ценностей и отношением к деньгам как к высшему благу и символу свободы одновременно присутствует восприятие денег как абсолютного зла и убежденность в их вредности для человеческой жизни. Данные полученные в исследовании свидетельствуют о преобладании у респондентов потребительской, сберегательной и заемно-долговой моделей финансового поведения, что можно объяснить, в том числе особенностями монетарных установок опрошенных. Полученные в исследовании данные свидетельствуют о наличии взаимосвязи монетарных установок и стратегий финансового поведения, и о низкой эффективности данных стратегий детерминированных сверхэмоциональным и иррациональным отношением к деньгам, доминирующим в современном российском обществе. Перспективы дальнейших исследований видятся в анализе всего комплекса факторов, включая индивидуально-психологические характеристики, оказывающих влияние на отношение людей к материальным условиям собственной жизни и выбор поведенческих стратегий в экономической сфере жизнедеятельности. Кроме того перспективной и имеющей практическую значимость мы полагаем разработку обучающих и коррекционных программ способствующих повышению уровня финансовой грамотности, формированию рационального отношения к деньгам, конструктивных стратегий финансового поведения и эффективной экономико-психологической адаптации людей в современных социально-экономических условиях.

Ключевые слова: монетарные установки, стратегии финансового поведения, социально-демографические характеристики.

Для цитаты: Шперлинь А. В., Плотников С. Г., Майбородина Н. В. Психологический анализ взаимосвязи монетарных установок и стратегий финансового поведения личности // Профессиональное образование в современном мире. 2020. Т. 10, №4. С. 4369–4378. DOI: <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2020-4-20>

DOI: 10.20913/2618-7515-2020-4-20

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP OF MONETARY INSTALLATIONS AND STRATEGIES OF A PERSON FINANCIAL BEHAVIOR

Shperlin, A. V.

Novosibirsk Technological Institute (branch) of A. N. Kosygin Russian State University, Novosibirsk, Russian Federation, e-mail: abo-1969@mail.ru

Plotnikov, S. G.

Siberian Institute of Management – a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Novosibirsk, Russian Federation, e-mail: plotnikow@mail.ru

Mayborodina, N. V.

*Center for Foreign Languages and Psychology «Bright – Life»
Novosibirsk, Russian Federation, e-mail: nataly_may@inbox.ru*

Abstract. *The article presents study results of the relationship between monetary attitudes and strategies of a person's financial behavior. Factor analysis of the questionnaire by L. P. Tang «Money Ethic Scale» (MES) carried out on the Russian sample allowed identifying 5 agreed factors characterizing the respondent monetary attitudes: «Good», «Freedom», «Power», «Evil», «Budget». The structure of attitudes includes affective, cognitive, and behavioral components. The study reveals that Russian respondents are characterized by a contradictory and extremely emotional attitude towards money: along with the predominance of monetary values and attitude towards money as a supreme good and a symbol of freedom, at the same time there is a perception of money as an absolute evil, and a conviction of their harm to human life. The data obtained in the study indicate the prevalence of consumer, savings and debt models of financial behavior among the respondents, which can be explained by the peculiarities of the respondents' monetary attitudes among other things. The study results indicate the presence of a relationship between monetary attitudes and strategies of financial behavior; low efficiency of these strategies determined by the super emotional and irrational attitude towards money dominated in the modern Russian society. Prospects for further research are the analysis of the whole complex of factor, including individual-psychological characteristics influencing people's attitude to the material conditions of their own life and the choice of behavioral strategies in the economic sphere of life. In addition, the authors believe that to develop training and correctional programs contributed to raising the level of financial literacy, forming a rational attitude towards money, constructive strategies for financial behavior and effective economic and psychological adaptation of people in modern socio-economic conditions are promising and of practical importance.*

Keywords: *monetary attitudes, financial behavior strategies, socio-demographic characteristics.*

For quote: *Shperlin, A. V., Plotnikov, S. G., Mayborodina, N. V. [Psychological analysis of the relationship of monetary installations and strategies of a person financial behavior]. Professional education in the modern world, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 4369–4378. DOI: <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2020-4-20>*

Введение. Проблема отношения личности к финансовой сфере жизнедеятельности сравнительно недавно стала предметом изучения для отечественной психологической науки. Актуальность обращения к данной теме обусловлена высокой степенью экономизированности современного мира, характеризующегося проникновением монетарных отношений во все сферы человеческой жизни, что оказывает свое влияние на формы социального и хозяйственного уклада, систему межличностных отношений и психику современного человека [1–8; 10–12].

Следует отметить, что особенности восприятия и способы освоения человеком монетарной сферы своей жизнедеятельности, не только определяют стилистику индивидуального экономического поведения, но и оказывают воздействие на социально-экономическую жизнь общества, в целом определяя тем самым направленность общественного развития. В связи с этим анализ доминирующих в обществе монетарных установок и их влияния на особенности экономического поведения людей в современном российском обществе представляет, по нашему мнению, несомненный практический интерес.

Финансовое или монетарное поведение является составной частью экономического поведения, одним из его основных видов наряду с трудовым, предпринимательским, потребительским и т. д. [9]. Решающая роль в принятии и осуществлении определенной поведенческой стратегии в экономической сфере принадлежит, по нашему мнению, отношению личности к деньгам.

При этом завышенная значимость денег, сверхэмоциональное отношение к ним, доминирование монетарных ценностей и восприятие денег в качестве панацеи от всех бед и средства решения любых вопросов вовсе не ведут по умолчанию к улучшению жизни и повышению эффективности экономической деятельности. Напротив подобные монетарные установки способствуют усилению зависимости от денег, росту обеспокоенности своим финансовым положением и выбору деструктивных и неэффективных стратегий финансового поведения. Общая проблема данного исследования связана с необходимостью изучения доминирующих в обществе монетарных установок в их взаимосвязи со стратегиями финансового поведения.

Постановка задачи. Основная масса исследований, посвященных вопросу отношения личности к деньгам, как и первенство в разработке методов измерения монетарных установок принадлежит зарубежным авторам [13–20]. В последние годы и в отечественной науке появился ряд работ посвященных психологической сущности, функциям и особенностям монетарных отношений [1; 2; 10; 21]. При этом слабо изученным, по нашему мнению, остается анализ российской специфики взаимосвязи монетарных установок со стратегиями финансового поведения личности.

Цель исследования: анализ взаимосвязи монетарных установок со стратегиями финансового поведения личности.

В соответствии с целью исследования основными задачами являлись: изучение монетарных установок представителей современного российского общества, взаимосвязь монетарных установок с социально-демографическими характеристиками и стратегиями финансового поведения респондентов.

Методология и методика исследования. Основными методами исследования являлись: теоретический метод (анализ научной литературы посвященной психологическим аспектам монетарных установок и финансового поведения личности), эмпирические методы исследования (анкетирование, тестирование), статистический анализ и интерпретация полученных данных.

В качестве гипотез исследования выступали предположения о том, что:

1. В структуре монетарных установок представителей современного российского общества доминирует высокая значимость денег, позитивное и эмоциональное отношение к ним и признание денег в качестве ведущей жизненной цели.

2. Монетарные установки имеют специфические особенности, обусловленные социально-демографическими характеристиками респондентов и тесно взаимосвязаны со стратегиями финансового поведения.

В исследовании приняли участие 105 человек, жителей Западно-Сибирского региона в возрасте от 20 лет до 61 года. Средний возраст респондентов составил от 32 до 37 лет. Среди опрошенных 23 мужчины (22%) и 82 женщины (78%).

По своим социально-демографическим характеристикам опрошенные различались, по полу, возрасту, месту проживания, уровню образования и ежемесячного дохода.

В исследовании были использованы следующие методики:

1. Опросник «Шкала денежной этики» («Money Ethic Scale, MES») [13; 14].

2. Анкета «Стратегии финансового поведения» направленная на изучение того, как люди могут распорядиться имеющимися у них деньгами в соответствии со своими личными предпочтениями.

3. Стандартизованная анкета, включающая в себя вопросы, характеризующие респондентов в социально-демографическом плане.

Обработка и анализ данных проводились с помощью пакета статистических программ SPSS 7.5. Использовались: факторный и корреляционный анализ, метод сравнения средних показателей по t-критерию Стьюдента, однофакторный дисперсионный анализ – ANOVA.

Результаты. Для выделения факторной структуры отношения личности к деньгам нами был проведен факторный анализ опросника «MES» Л. П. Танга на общей выборке респондентов. В оригинальном варианте данная методика включает в себя 30 утверждений связанных с отношением к деньгам, распределяющимся по шести факторам: 1) Добро; 2) Зло; 3) Достижение; 4) Уважение или Самооценка; 5) Бюджет; 6) Свобода или Власть [13;14].

Поскольку данные факторы были получены на британской и китайской выборках, проведенный нами анализ был необходим для выделения факторной структуры монетарных установок среди российских респондентов, так как предполагалось, что данная структура для отечественной выборки будет иметь несколько иной характер.

Для выполнения факторного анализа использовался метод главных компонент с варимакс-вращением. Полученные после анализа матрицы факторных нагрузок данные позволили выделить основные факторы отношения опрашиваемых респондентов к деньгам.

В результате процент объясняемой дисперсии составил 55,91%, проверка надежности образованных факторов осуществлялась при помощи коэффициента согласованности Alpha Кронбаха.

В ходе проведенного факторного анализа и обработки данных опросника «MES» Л. П. Танга было получено 5 согласованных факторов.

Наиболее мощным, объясняющим 21,17% дисперсии ($\alpha = 0,83$), оказался фактор получивший название «Благо» (F1). Данный фактор характеризует тенденцию рассматривать деньги в качестве высшего блага, основной жизненной цели и ценности, отражает завышенную значимость денег и преобладание монетарных ценностей. Наибольшую факторную нагрузку имеют следующие пункты: Деньги – важный фактор в жизни каждого из нас (факторная нагрузка 0,80). Деньги – это хорошо (0,77). Деньги – это важно (0,82). Я очень высоко ценю деньги (0,62).

Второй фактор (F2) «Свобода» объясняет 14,27% дисперсии ($\alpha = 0,78$) и включает в себя представления о деньгах, согласно которым они ассоциируются со свободой и независимостью, возможностью самореализации, отсутствием материальных ограничений и личной защищенностью. Наиболее высокое значение по данному фактору имеют следующие утверждения: Деньги помогают вам проявить ваши знания и способности (0,65). Деньги дают независимость и свободу (0,74). Деньги в банке – это символ обеспеченности и защищенности (0,55). Деньги дают возможность стать тем, кем вы хотите быть (0,72).

Третий фактор (F3) «Власть» объясняет 8,75% дисперсии ($\alpha = 0,74$) и раскрывает восприятие денег как символа власти и влияния, основы успеха и уважения, средства самоутверждения и достижения высокого статуса, источника получения любви и дружбы окружающих. Максимальные нагрузки по нему имеют следующие утверждения: Благодаря деньгам люди вас уважают (0,83). Деньги – это почетно (0,73). Деньги помогают приобрести много друзей (0,68).

Четвертый фактор (F4) «Зло» объясняет 6,53% дисперсии ($\alpha = 0,79$) и отражает негативное отношение к деньгам, восприятие денег как абсолютного зла, символа аморальности и бесчестности, убежденность в их, бесполезности и даже вредности для человеческой жизни. Наибольшие нагрузки по данному фактору имеют утверждения: Деньги – корень зла (0,85). Деньги – зло (0,83). Деньги – это бесчестье (0,74).

Пятый фактор (F5) «Бюджет» объясняет 5,18% дисперсии ($\alpha = 0,78$) и содержит утверждения характеризующие склонность к экономии и контролю денежных средств. Восприятие денег как гарантии безопасности. Стремление к сохранению денег, повышенное внимание к контролю своих расходов, беспокойство по поводу трат. Наибольшую нагрузку в данном случае имеют следующие пункты: Я думаю, что очень важно экономить деньги (0,78). Я очень осторожно трачу деньги (0,85). Я тщательно планирую бюджет (0,82).

При анализе результатов были получены данные о взаимосвязи между выделенными факторами и социально-демографическими характеристиками респондентов. Корреляция между выделенными факторами и полом респондентов установлена по факторам «Власть» и «Зло». Фактор F4 «Зло» наиболее сильно коррелирует с полом респондентов ($r = 0,22$, $p < 0,05$). Высокие оценки по данному фактору получили 13,05% мужчин и 32,93% женщин. К типично женским относятся утверждения: Деньги – корень зла, Деньги – зло, Деньги бесполезны.

Фактор F3 «Власть» также взаимосвязан с полом респондентов, но корреляция имеет в данном случае прямо противоположный характер ($r = -0,21$, $p < 0,05$). В большей степени отношение к деньгам как символа власти и влияния свойственно мужчинам. Высокие оценки по данному фактору получили 47,82% мужчин и 24,39% женщин. Типично мужскими проявлениями данного отношения к деньгам относятся утверждения: Благодаря деньгам люди вас уважают, Деньги – это почетно, Деньги помогают приобрести много друзей. К женским в большей степени относятся утверждения: На деньги можно купить все.

Для того чтобы определить степень значимости гендерных различий по рассматриваемым факторам, был проведен статистический анализ различий с использованием t – критерия Стьюдента (результаты анализа в табл. 1).

Таблица 1

Средние значения и уровни значимости по шкале денежной этики у респондентов разного пола
Table 1. Average values and significance levels according to the scale of monetary ethics among respondents of different sex

Факторы отношения к деньгам	Мужчины N = 23	Женщины N = 82	Значение t-критерия Стьюдента	Уровень значимости
	М	М		
Власть*	18,65	16,62	1,62	0,054
Зло*	12,30	14,96	-1,99	0,024

* Указаны только шкалы со статистически значимыми различиями.

Различия значений по факторам «Власть» и «Зло» являются дополнительным свидетельством существования гендерных особенностей отношения к деньгам, определяющих в свою очередь специфику монетарного поведения личности, что вполне согласуется как с данными полученными нами ранее, так и с выводами других исследователей [2; 7; 11; 12; 21].

Отношение к деньгам как символу власти и влияния снижается с возрастом респондентов ($r = -0,23$, $p < 0,05$). Наибольший процент 41,17% высоких оценок по данному фактору зафиксирован в возрастной подгруппе 36–45 лет, при этом в подгруппах респондентов более старшего возраста высоких оценок по фактору «Власть» выявлено не было.

Как и следовало ожидать, уровень дохода отрицательно взаимосвязан с фактором F5 «Бюджет» ($r = -0,23$, $p < 0,05$). С повышением уровня дохода снижается беспокойство по поводу трат и склонность к экономии и контролю денежных средств. Оценка различий, осуществленная с помощью однофакторного дисперсионного анализа, показала, что значения по фактору «Бюджет» существенно ниже в подгруппе респондентов с уровнем дохода 1000 долларов и выше ($F = 4,82$, $p = 0,01$).

Образование положительно взаимосвязано с фактором F2 «Свобода» ($r = 0,28$, $p < 0,01$) и отрицательно с фактором F4 «Зло» ($r = -0,26$, $p < 0,05$). В результате проведенного однофакторного дисперсионного анализа были установлены различия показателей по указанным факторам у респондентов с различным образовательным статусом (табл. 2).

Таблица 2

Различия отношения к деньгам в зависимости от уровня образования (общая выборка. N = 105)

Table 2. Differences in attitudes towards money depending on the education level (total sample. N = 105)

Уровень образования	N	Факторы отношения к деньгам			
		Свобода*		Зло*	
		М	SD	М	SD
Среднее	19	16,26	5,84	17,21	4,75
Незаконченное высшее	25	18,96	6,35	13,20	5,62
Высшее	61	20,98	6,45	13,98	5,88

* Указаны шкалы со статистически значимыми различиями.

Установлено, что повышение уровня образования сопровождается ростом значений по фактору «Свобода» ($F = 4,23$, $p = 0,01$) и снижением показателей по фактору «Зло» ($F = 3,09$, $p = 0,04$). Причем в первом случае указанные изменения показателей носят линейный характер.

Отрицательная взаимосвязь установлена между фактором «Зло» и местом жительства респондентов ($r = -0,26$, $p < 0,01$). Согласно данным полученным в результате проведения статистического анализа различий с использованием t-критерия Стьюдента, склонность к восприятию денег в качестве символа зла статистически ниже у жителей больших городов: $M = 13,32$, чем у респондентов проживающих в малых городах и поселках: $M = 16,42$, ($t_{st} = -2,7$; $p = 0,004$).

Данные приведенные в таблице 3 дают представление о наиболее предпочитаемых стратегиях финансового поведения респондентов (табл. 3).

Таблица 3

Распределение рангов стратегий финансового поведения по общей выборке респондентов (ранговые места и статистика, n=105)

Table 3. Distributing ranks of financial behavior strategies in the total sample of respondents (rankings and statistics, n = 105)

Модели финансового поведения	Стратегии финансового поведения	Ранг	М
Потребление	Приобрету вещи для дома	5	6,08
	Добавлю средств и куплю участок, автомобиль	2	5,63
	Потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	11	8,68
	Потрачу на образование детей	3	5,81

Сбережение	Отложу надолго	6	6,24
	Куплю золото	14	11,59
	Куплю антиквариат	15	12,66
Страхование	Отложу «про запас»	9	7,96
	Потрачу на лечение	1	5,44
	Приобрету страховку	13	10,95
Заемно-долговое поведение	Верну долги	4	5,93
Инвестирование	Вложу в дело	8	7,42
	Приобрету специальность	10	8,17
	Куплю акции	12	10,51
	Положу в банк	7	6,77

Примечание: * – указаны статистически значимые различия.

К числу наиболее предпочитаемых и высоко ранжируемых стратегий респонденты относят затраты на лечение себя и своих близких, приобретение земельных участков и автотранспорта, образование детей, откладывание про запас и возврат долгов. По нашему мнению, это свидетельствует о преобладании потребительской, сберегательной и заемно-долговой моделей финансового поведения. Обращает на себя внимание низкая степень значимости инвестиционной модели. Так, в частности вложение денег в предпринимательскую деятельность и приобретение новой специальности занимают всего лишь 8-е и 10-е место среди рассматриваемых стратегий, приобретение акций и страхование и вовсе 12-е и 13-е места фактически замыкая общий список и уступая лишь покупке золота и антиквариата.

По нашему мнению, указанные данные свидетельствуют о низком уровне финансовой грамотности, недоверии к финансовым институтам и инструментам, ориентации поведения на текущее потребление и пассивные стратегии сберегательного поведения респондентов. Склонность к потребительской и заемно-долговой моделям финансового поведения можно объяснить, как общим невысоким уровнем дохода (средний доход по выборке 535,24 доллара США), так и особенностями монетарных установок респондентов.

Проведенный анализ взаимосвязи монетарных установок и стратегий финансового поведения респондентов показал следующее.

Ведущая монетарная установка фактор «Благо» положительно взаимосвязана со стремлением использовать денежные средства на развлечения, удовольствия и путешествия ($r = 0,23$, $p < 0,05$) и отрицательно с инвестированием посредством самообразования и покупки акций. Корреляции составляют соответственно: 0,22; – 0,21 ($p < 0,05$).

Сходный характер взаимосвязи установлен между отношением к деньгам как символу свободы и стратегиями финансового поведения. Фактор «Свобода» положительно коррелирует с желанием использовать деньги для приобретения вещей для дома, а также для развлечений и удовольствия. Корреляции составляют $r = 0,24$; $r = 21$ ($p < 0,05$). При этом фактор «Свобода» отрицательно взаимосвязан со стремлением вложить деньги в дело ($r = -0,25$, $p < 0,05$). Мы предполагаем, что отношение к деньгам как основному жизненному благу и символу свободы и независимости способствует росту склонности к потребительским моделям поведения и снижением интереса к инвестициям подразумевающим получение индивидуальной выгоды в долгосрочной перспективе.

Отношение к деньгам как к символу власти и влияния фактор «Власть» положительно взаимосвязано со сберегательными стратегиями финансового поведения: откладыванием в целях накопления, покупкой золота и антиквариата. Корреляции составляют: 0,21; 0,20 и 0,23 ($p < 0,05$).

Негативное отношение к деньгам отрицательно взаимосвязано с инвестиционными стратегиями финансового поведения. Фактор «Зло» отрицательно коррелирует со стратегией вложения денег в банк для получения процентов по вкладам ($r = -0,24$, $p < 0,05$), еще сильнее отрицательный характер взаимосвязи выражен с приобретением специальности и инвестированием в собственное образование ($r = -0,30$, $p < 0,01$).

Стремление к экономии и контролю денежных средств фактор «Бюджет» положительно взаимосвязано со сберегательной стратегией финансового поведения, откладыванием в целях накопления ($r = 0,28$, $p < 0,01$). При этом со стратегиями потребления установка на экономное расходование денежных средств связана весьма неоднозначно. Если в случае траты денег на развлечения, удовольствия и путешествия взаимосвязь носит отрицательный характер ($r = -0,23$, $p < 0,05$), то приобретение автомобиля или участка напротив положительно коррелирует с фактором «Бюджет» ($r = 0,21$, $p < 0,05$).

Полученные в исследовании данные свидетельствуют о доминировании отношения к деньгам как к высшему благу и символу свободы и явной выраженности монетарных ценностей. В данной связи мы согласны с утверждениями В. А. Хащенко отмечающего в своем исследовании «центрированность» и «подчинение» деньгам представителей современной российской молодежи [2]. Необходимо отметить, что и лица старшего возраста также не свободны от подобных установок.

При этом монетарные установки российских респондентов отличаются весьма эмоциональным и противоречивым характером. Высокая степень значимости денег, преобладание монетарных ценностей, отношение к деньгам как к основному жизненному благу, символу свободы и счастья сочетается у респондентов с отношением к деньгам как к абсолютному злу, основной причине бед и страданий и символу аморальности и бесчестности.

По нашему мнению, данная сверхэмоциональная противоречивость отношения к деньгам не только отражает завышенную степень их значимости в сознании современного среднестатистического представителя российского общества, что отмечалось ранее как нами, так и другими авторами [1; 2; 11], но и таит в себе определенную опасность в плане осуществления практической деятельности в экономической сфере. В частности, мы предполагаем, что данные особенности монетарных установок зачастую способствуют выбору низкоэффективных и иррациональных стратегий финансового поведения, ведущих в итоге человека к еще более сильной степени финансовой зависимости, как в психологическом, так и в материальном смысле.

Выводы.

1. Первым результатом исследования, представляющим научный интерес, выступает выявленная нами пятифакторная структура монетарных установок, отличающаяся от модели представленной Л. П. Тангом. В данной структуре представлены аффективные (добро, зло), когнитивные (отражающие соотношение денег с влиянием, свободой, уважением), поведенческие (контроль, самоутверждение и самореализация) компоненты.

В монетарных установках респондентов ярко выражена высокая степень значимости и привлекательности денег. При этом наблюдается противоречивое и крайне эмоциональное отношение к деньгам. Установлено, что при высокой степени значимости денег, преобладании монетарных ценностей и отношении к деньгам как к высшему благу, одновременно присутствует восприятие денег как абсолютного зла и убежденность в их вредности для человеческой жизни.

2. Вторым результатом, имеющим научную значимость, является мощность выявленных ведущих факторов – «Благо» (F1) и «Свобода» (F2), отражающих, как уже было сказано выше, доминирующие в обществе монетарные установки. Позитивное отношение к деньгам и признание их важности для удовлетворения человеческих потребностей, сопровождается, по нашему мнению, иррациональной абсолютизацией монетарных ценностей и значимости денег как явления человеческой жизни.

Кроме того следует отметить что в рамках нашего исследования крайне низкую представленность и степень значимости получили вопросы связанные с имевшимся у Л. П. Танга фактором «Достижения», что позволяет сделать предположение о слабой взаимосвязи в монетарных представлениях сегодняшних россиян денег с индивидуальными достижениями человека. Подобные представления косвенно свидетельствует об определенном инфантилизме монетарных установок российских респондентов, так как высокая значимость денег и потребность в их получении, связаны в данном случае скорее не с личными усилиями по обретению денежных средств, а с некой долей везения сопровождающей финансовую успешность человека.

3. Выделенные в исследовании монетарные установки, имеют отчетливо выраженные социально-демографические особенности. В частности отношение к деньгам как символу власти и влияния наиболее выражено у мужчин и у лиц, относящихся к возрастной подгруппе 36–45 лет. Для женщин в малой степени свойственно ассоциировать деньги с властью, при этом женщины, а также жители малых городов и поселков более склонны демонстрировать негативное отношение к деньгам и воспринимать деньги в качестве символа зла. Негативное отношение к деньгам как символу зла и аморальности более выражено также у лиц со средним образованием в отличие от респондентов с высшим образованием. С повышением уровня образования возрастает восприятие денег как символа свободы и независимости и средства самореализации. С повышением уровня дохода снижается беспокойство по поводу трат и склонность к экономии и контролю денежных средств.

4. Данные полученные в исследовании свидетельствуют о преобладании у респондентов потребительской, сберегательной и заемно-долговой моделей финансового поведения, что можно объяснить низким уровнем финансовой грамотности, недоверием к финансовым институтам и инструментам, общим невысоким уровнем дохода, а также особенностями монетарных установок опрошенных. В частности, отношение к деньгам как к основному жизненному благу способствует склонности человека

к потребительским моделям поведения. Ассоциация денег с властью и влиянием, также как и стремление к экономии и контролю денежных средств, ведет к выбору пассивных сберегательных стратегий финансового поведения. Негативное отношение к деньгам отрицательно взаимосвязано с инвестиционными и положительно с заемно-долговыми моделями финансового поведения. Полученные данные свидетельствуют не только о наличии взаимосвязи монетарных установок и стратегий финансового поведения, но и о низкой эффективности данных стратегий детерминированных сверхэмоциональным и иррациональным отношением к деньгам, доминирующим в современном российском обществе.

5. Монетарные установки, являясь важной характеристикой экономического сознания личности, оказывают значимое влияние на выбор стратегии жизнеобеспечения, что обуславливает новизну и теоретическую значимость настоящего исследования. Полученные в исследовании данные позволяют лучше понимать и прогнозировать психологическую природу поведения людей в финансовой сфере.

Перспективы дальнейших исследований видятся в анализе всего комплекса факторов, включая индивидуально-психологические характеристики, оказывающих влияние на отношение людей к материальным условиям собственной жизни и выбор поведенческих стратегий в экономической сфере жизнедеятельности. Кроме того, перспективной и имеющей практическую значимость мы полагаем разработку обучающих и коррекционных программ, способствующих повышению уровня финансовой грамотности, формированию рационального отношения к деньгам, конструктивных стратегий финансового поведения и эффективной экономико-психологической адаптации людей в современных социально-экономических условиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенов М. Ю. Деньги и люди: психология денег в России. Киев: Простобук, 2011. 149 с.
2. Хащенко В. А. Личность и группа в экономических и управленческих отношениях. Москва: Ин-т психологии РАН, 2016. 535 с.
3. Diener E., Oishi S. Money and happiness: income and subjective wellbeing across nations // Subjective well-being across cultures. Cambridge: MIT Press, 2000. P. 185–218.
4. Dood N. The sociology of money: economics, reason and contemporary society. Cambridge: Polity Press, 1994. 240 p.
5. Hanley A., Wilhelm M. Compulsive buying: an exploration into self-esteem and money attitudes // Journal of Economic Psychology. 1992. № 13. P. 5–18.
6. Mitchell T. R., Mickel A. E. The meaning of money: an individual difference perspective // Academy of Management Review. 1999. Vol. 24, №3. P. 568–578.
7. Фернам А., Аргайл М. Деньги. Секреты психологии денег и финансового поведения. Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2006. 478 с.
8. Furnham A., Lewis A. The economic mind: the social psychology of economic behavior. London: Wheatsheaf, 1986. 292 p.
9. Верховин В. И., Зубков В. И. Экономическая социология. Изд. 2-е. Москва: Изд-во РУДН, 2005. 457 с.
10. Татарко А. Н. Социальный капитал как фактор отношения к деньгам // Психологический журнал. 2012. Т. 33, №3. С. 88–97.
11. Шперлинь А. В. Роль субъективного экономического благополучия в детерминации экономического поведения личности. Новосибирск: СГУВТ, 2016. 311 с.
12. Майбородина Н. В., Шперлинь А. В. Влияние социально-демографических факторов на стратегии финансового поведения населения Западно-Сибирского региона // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации, 2017. №1. С 93–101.
13. Tang T. L. P. The meaning of money revisited // Journal of Organizational Behavior. 1992. Vol. 13. P. 197–202.
14. Tang T. L. P. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale in a sample of university students in Taiwan // Journal of Organizational Behavior. 1993. Vol. 14. P. 93–99.
15. Tang T. L. P., Gilbert P. R. Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress, and work-related attitudes // Personality and Individual Differences. 1995. Vol. 19, №3. P. 327–332.
16. Tang T. L. P. The development of short money ethic scale // Personality and Individual Differences. 1997. № 19. P. 809–816.
17. Lea S., Webley P., Walker C. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use // Journal of Economic Psychology. 1995. Vol. 16. P. 681–701.
18. Lee S., Lim V. K. G. Attitudes towards money and work // Journal of Managerial Psychology. 2001. Vol. 16, №2. P. 159–172.
19. Lea S., Webley P. Money as tool, money as drug: the biological psychology of a strong incentive // Behavioral and Brain Sciences, 2006. № 29. P. 161–209.

20. Furnham A. Many sides of the coin: the psychology of money usage // *Personality and Individual Differences*. 1984. Vol. 5. P. 95–103.
21. Фенько А. Б. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам // *Психологический журнал*. 2004. Т. 25, №2. С. 34–42.

REFERENCES

1. Semenov M. Y. *Money and people: the psychology of money in Russia*. Kiev, Prostobuk, 2011, 149 p. (In Russ.)
2. Khashchenko V. A. *Personality and group in economic and managerial relations*. Moscow, Inst. of Psychology RAS, 2016, 535 p. (In Russ.)
3. Diener E., Oishi S. Money and happiness: income and subjective wellbeing across nations. *Subjective well-being across cultures*. Cambridge, MIT Press, 2000, pp. 185–218.
4. Dood N. *The sociology of money: economics, reason and contemporary society*. Cambridge, Polity Press, 1994, 240 p.
5. Hanley A., Wilhelm M. Compulsive buying: an exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 1992, no. 13, pp. 5–18.
6. Mitchell T. R., Mickel A. E. The meaning of money: an individual difference perspective. *Academy of Management Review*, 1999, no. 24, pp. 568–578.
7. Fernam A., Argyll M. Money. *Secrets of the psychology of money and financial behavior*. Saint Petersburg, Prime-Eurosign, 2006, 478 p. (In Russ.)
8. Furnham A., Lewis A. *The economic mind: the social psychology of economic behavior*. London, Wheatsheaf, 1986, 292 p.
9. Verkhovyn V. I., Zubkov V. I. *Economic sociology*. 2nd ed. Moscow, RUDN Publ. House, 2005, 457 p. (In Russ.)
10. Tatarko A. N. Social capital as a factor in relation to money. *Psychological Journal*, 2012, vol. 33, no. 3, pp. 88–97. (In Russ.)
11. Shperlin A. V. *The role of subjective economic well-being in determining a person economic behavior*. Novosibirsk, SSUVT, 2016, 311 p. (In Russ.)
12. Mayborodina N. V., Shperlin A. V. Effect of socio-demographic factors on the financial behavior strategies of the population in West Siberian region. *Bulletin of the Siberian University of Consumer Cooperation*, 2017, no. 1, pp. 93–101. (In Russ.)
13. Tang T. L. P. The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 1992, vol. 13, pp. 197–202.
14. Tang T. L. P. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale in a sample of university students in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 1993, vol. 14, pp. 93–99.
15. Tang T. L. P., Gilbert P. R. Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress, and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 1995, vol. 19, no. 3, pp. 327–332.
16. Tang T. L. P. The development of short money ethic scale. *Personality and Individual Differences*, 1997, no. 19, pp. 809–816.
17. Lea S., Webley P., Walker C. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use. *Journal of Economic Psychology*, 1995, vol. 16, pp. 681–701.
18. Lee S. H., Lim V. K. G. Attitudes towards money and work. *Journal of Managerial Psychology*, 2001, vol. 16, no. 2, pp. 159–172.
19. Lea S., Webley P. Money as tool, money as drug: the biological psychology of a strong incentive. *Behavioral and Brain Sciences*, 2006, no. 29, pp. 161–209.
20. Furnham A. Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 1984, vol. 5, pp. 95–103.
21. Fenko A. B. Psychological analysis of the attitude of Muscovites to money. *Psychological Journal*, 2004, vol. 25, no. 2, pp. 34–42. (In Russ.)

Информация об авторах

Шперлинь Або Вольфович – старший преподаватель кафедры экономики и управления, Новосибирский технологический институт (филиал) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, (Российская Федерация, Новосибирск, 630 099, ул. Красный проспект 35, e-mail: abo-1969@mail.ru).

Плотников Сергей Геннадьевич – старший преподаватель кафедры психологии, Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Российская Федерация, Новосибирск, 630 102, ул. Нижегородская, 6, e-mail: plotnikow@mail.ru).

Майбородина Наталья Владимировна – психолог-консультант Центра иностранных языков и психологии «Брайт – Лайф» (Российская Федерация, Новосибирск, 630 099, ул. Вокзальная магистраль, 16, e-mail: nataly_may@inbox.ru).

Статья поступила в редакцию 31.08.20

После доработки 08.11.20

Принята к публикации 09.11.20

Information about the authors

Abo V. Shperlin – Senior Lecturer, Department of Economics and Management, Novosibirsk Technological Institute (branch), A.N. Kosygin Russian State University (35 Krasny Ave, Novosibirsk, 630 099, Russian Federation, e-mail: abo-1969@mail.ru).

Sergei G. Plotnikov – Senior Lecturer, Department of Psychology, Siberian Institute of Management – a branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (6 Nizhegorodskaya Str., Novosibirsk, 630 102, Russian Federation, e-mail: plotnikow@mail.ru).

Natalya V. Mayborodina – Psychologist-Consultant, Center for Foreign Languages and Psychology «Bright – Life» (16 Vokzalnaya Mainline, Novosibirsk, 630 099, Russian Federation e-mail: nataly_may@inbox.ru).

The paper was submitted 31.08.20

Received after reworking 08.11.20

Accepted for publication 09.11.20