



DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-165-179
EDN: SSPACE

ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТЕЙ НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Малкина М. Ю.*¹, Рогачев Д. Ю.

¹Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского
(603140, Россия, Нижний Новгород, проспект Ленина, 27)

*E-mail: mmuri@yandex.ru

Для цитирования:

Малкина М. Ю., Рогачев Д. Ю. Влияние ценностей на финансовое поведение студенческой молодёжи // Народонаселение. – 2024. – Т. 27. – № 3. – С. 165-179. DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-165-179; EDN: SSPACE

Аннотация. Целью исследования является выявление ценностных ориентаций современной студенческой молодёжи и их связи с практиками финансового поведения. Информационную базу исследования составили данные авторского опроса, проведённого в 2020 г. на тему «Специфика экономического поведения студенческой молодёжи», в котором принял участие 1291 студент из 17 вузов России. Для установления парных связей между значимыми ценностями, рядом социально-демографических характеристик и практиками финансового поведения использовались коэффициенты корреляции Мэтьюза, анализировалась их устойчивость. В результате исследования было установлено, что наиболее значимыми для студентов ценностями являются здоровье, работа, семья, самореализация. На основе корреляционного анализа предложена группировка ценностей, включающая нравственные, коммуникативные и достигательные. Обнаружено, что, при невысокой в целом объясняющей способности гендера, девушкам в большей степени свойственно стремление к коммуникативным ценностям, а также сохранению здоровья. В то же время юноши чаще делают выбор в пользу достигательных ценностей (популярность, использование других людей в своих интересах). Для практик финансового поведения обнаружена выраженная отрицательная связь между стремлением к самореализации и предпочтением спекулятивных финансовых инструментов, а также отрицательная связь активных банковских заимствований с такой коммуникативной ценностью как общение с интересными людьми. Выявлено, что ценностные ориентации связаны со способами получения дохода, например, студенты, получающие денежные средства от создания видеоконтента в большей степени ориентированы на популярность и использование других людей в своих целях. Исследование практик потребительского поведения показало корреляцию предпочтений безналичной оплаты товаров и услуг со стремлением к путешествиям, активной и интересной жизни. Новизна исследования заключается в установлении взаимосвязи ценностей, профессиональных интересов и финансового поведения современных студентов. Полученные результаты могут быть полезны в управлении эффективным финансовым поведением разных групп студентов.

Ключевые слова: молодёжь, студенты, ценности, гендер, жизненный успех, ориентации, установки, финансовое поведение.

© Малкина М. Ю., Рогачев Д. Ю., 2024

Введение

Финансовое поведение представляет собой деятельность людей по мобилизации и распоряжению денежными средствами, сопровождающуюся принятием решений относительно расходов, сбережений и инвестирования. Оно также охватывает иные виды финансовой активности: страховой, кредитной, накопительной, пенсионной. Изучение финансового поведения носит междисциплинарный характер, что обуславливает существование множества подходов и методов его исследования. На финансовое поведение влияют внешние и внутренние факторы, к которым относятся: институциональные и инфраструктурные условия в стране, место проживания, уровень дохода, финансовые возможности людей и прочее. Комплексный подход к изучению финансового поведения предполагает исследование влияния как объективных условий, так и субъективных характеристик людей, учёт их принадлежности к определённым социальным группам, выполнения ими определённых социальных ролей и статусов. Также он предполагает определение влияния на финансовое поведение ценностей и разнообразных установок, сложившихся под воздействием привычек, обычаев и культурных особенностей общества.

В классических работах М.Вебера [1], Э.Дюркгейма [2], Г.Зиммеля [3], Т.Парсонса [4], Г.Спенсера [5], Ф.Тённиса [6] раскрыто понятие «социального действия» и рассмотрено поведение с позиции его целей, мотивов и ценностей. Например, Э.Дюркгейм отмечал, что внешние объективные факторы, такие как культура, социальная структура, социальные отношения формируют поведение индивида. Т.Парсонс утверждал, что поведение объясняется социальной ролью человека и особенностями становления личности. Он обратил внимание на зависимость социального действия от общественных норм и воли индивидов. М.Вебер раскрыл мотивационную составляющую финансового поведения, выявил связи мотивации с ожиданиями

людей, определил смыслы управления деньгами в повседневной жизни. В работах таких учёных, как Г.Риккерт [7], М.Шелер [8], М.Рокич [9], Ш.Шварц [10], Р.Инглхарт [11], концептуализируется понятие ценностей и выявляются подходы к изучению этого феномена.

Студенты, как особая социальная когорта, имеют свои особенности финансового поведения. С одной стороны, они находятся в состоянии приобретения необходимых финансовых знаний, первого трудового опыта и собственных доходов, финансовой независимости и навыков управления личными финансами. С другой, финансовая социализация студентов происходит в конкретных институциональных условиях [12]. В период студенчества многие из них получают новые социальные статусы, в частности, некоторые из них вступают в брак и трансформируют навыки управления личными финансами. Студенческая молодёжь в процессе обучения получает знания, в том числе повышающие уровень финансовой грамотности, что позволяет ожидать от них более эффективного принятия решений, чем у трудовой молодёжи. Однако студенческая молодёжь в основном занята учёбой, не обладает достаточным уровнем финансовой самостоятельности и поэтому имеет меньше возможностей в применении получаемых знаний на практике [13, с. 227].

Стремительные изменения экономической и социокультурной реальности создают перед молодыми людьми новые риски. В этих условиях «...особую роль приобретает социально-экономическая адаптация, связанная с проблемами приспособления человека к экономическим и организационным изменениям» [14, с. 54]. Согласно теории Штрауса-Хау, современная студенческая молодёжь представляет поколение Z, взросление которого происходит одновременно с формированием нового информационно-цифрового пространства [15]. Обращаясь к теории М.Мид, можно отметить, что молодые люди слабо могут рассчитывать на поддержку старших поколений [16]. Неосведомлённость родите-

лей о принципах работы современных финансовых инструментов и их установки, сформировавшиеся по причине пережитой политической и экономической нестабильности, нередко подпитывает нерациональное поведение детей. Это выражается в трансляции родителями избегания риска и препятствовании принятия самостоятельных решений детьми, что приводит к невозможности получения практического опыта последними и негативно сказывается на формировании их финансовой культуры в будущем [17]. Для преодоления этой тенденции необходимо развивать способности студентов к созданию и использованию новаций, ориентировать на образование и самообразование в течение всей жизни [18].

Целью настоящего исследования является выявление ценностных ориентаций современной студенческой молодёжи и их связи с практиками финансового поведения. Задачи исследования: 1) раскрыть понимание составляющих жизненного успеха у современных студентов, 2) установить взаимосвязи между жизненными ценностями молодёжи и предложить их группировку, 3) определить интенсивность распределения ценностей с дифференциацией по гендерам, 4) выявить связь жизненных ценностей студентов с практиками их финансового поведения. Гипотеза исследования: система жизненных ценностей и установок студентов оказывает существенное влияние на направленность их финансового поведения.

Методология исследования

Проверка выдвинутой гипотезы производится на основе обработки данных авторского опроса, проведённого осенью 2020 г. на тему «Специфика экономического поведения студенческой молодёжи» [19]. Опросили 1291 студента различных курсов бакалавриата и магистратуры гуманитарной и технической направленности из 17 вузов России¹.

¹ В опросе приняли участие студенты следующих вузов: Уральский федеральный университет имени Б.Н.Ельцина – Екатеринбург, Уральский государственный экономический

В настоящем исследовании мы анализируем полученные результаты из трех блоков вопросов анкеты. Первый блок касается жизненных ценностей; второй – финансового поведения студентов; третий блок включает вопросы о возрасте, поле, семейном положении, наличии детей и прочее. Для установления связей между ценностями и финансовыми практиками проводится их корреляционный анализ. Поскольку индикаторы являются дихотомическими (присутствие/отсутствие ценности, наличие/отсутствие опыта – 1/0), для оценки связи исследуемых характеристик использовались коэффициенты корреляции Мэтьюза (который даёт результат, аналогичный линейному коэффициенту корреляции Пирсона) (1):

$$MCC = \frac{TP \times TN - FP \times FN}{\sqrt{(TP + FP)(TP + FN)(TN + FP)(TN + FN)}}, \quad (1)$$

где TP – количество вариантов типа (1, 1);
TN – количество вариантов типа (1, 0);
FP – количество вариантов типа (0, 1);
FN – количество вариантов типа (0, 0).

университет – Екатеринбург, Кемеровский государственный университет – Кемерово, Сибирский федеральный университет – Красноярск, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И.Лобачевского – Нижний Новгород, Приволжский филиал Российского государственного университета правосудия – Нижний Новгород, Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е.Алексеева – Нижний Новгород, Нижегородский государственный педагогический университет имени К.Минина – Нижний Новгород, Нижегородский филиал Российского университета транспорта – Нижний Новгород, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород, Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления – Новосибирск, Новосибирский государственный технический университет – Новосибирск, Южный федеральный университет – Ростов-на-Дону, Самарский государственный университет путей сообщения – Самара, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Санкт-Петербург, Томский государственный университет (ТГУ) – Томск, Забайкальский государственный университет – Чита. Гендерная выборка определялась фактическим соотношением юношей и девушек в группах, так что 2/3 респондентов – девушки. Средний возраст респондентов составил 19 лет.

Результаты исследования

Результаты распределения ответов студентов относительно жизненных ценностей представлены в табл. 1. Согласно полученным результатам, для студентов состояние здоровья является наиболее значимым индикатором жизненного успеха. Первостепенность данной ценности может быть следствием влияния пандемии COVID-19, во время которой проводился опрос, что обусловило повышенное внимание респондентов к состоянию своего здоровья и практикам самосохранительного поведения. Особая актуализация таких ценностей, как любимая работа и самореализация (2 место), может быть связана

с молодым возрастом респондентов, с тем этапом их жизни, когда происходит активное личностно-профессиональное становление и развитие ценностных ориентаций. Согласие респондентов с утверждением о важности социально-психологического климата в семье, её дружности и сплочённости находилось на 3 месте. Среди других значимых ценностей, отмеченных более 1/2 респондентов, выделяются такие, которые связаны с личностными качествами, позволяющими достичь успехов в карьере и благосостояния. Также выделяются некоторые ценности, относящиеся к самореализации, а именно: интересная жизнь, приключения; общение с интересными людьми.

Таблица 1
Важнейшие составляющие жизненного успеха в представлении студентов, %

Table 1

The most important components of life success as perceived by students, %

Составляющая	Вся выборка	Юноши	Девушки
Здоровье	75,0	67,4	79,3
Любимая работа	72,3	67,4	75,1
Дружная, сплоченная семья	72,0	67,4	74,6
Самореализация	69,9	60,8	75,1
Коммуникабельность, умение наладить контакт с людьми	67,9	61,4	71,7
Умственные способности	62,2	62,9	61,8
Интересная жизнь, приключения	58,3	47,3	64,6
Общение с интересными людьми	54,7	49,7	57,5
Порядочность, честность	53,0	53,9	52,4
Деньги, богатство	50,1	49,5	50,5
Оптимизм	49,0	48,8	49,1
Уважение окружающих	46,4	45,6	46,8
Быть полезным другим людям	44,5	44,6	44,4
Удачный брак	42,8	40,7	44,0
Удача, везение	36,7	39,2	35,3
Личная безопасность	34,9	28,6	38,4
Высокое социальное положение	22,2	21,3	22,6
Власть	15,7	17,9	14,5
Популярность	11,4	15,6	9,0
Способность использовать других людей в своих интересах	10,4	16,8	6,7

Источник: результаты авторского исследования.

Следующая группа менее значимых ценностей, которые отмечают от 20 до 50% студентов, связаны с разными уровнями пирамиды А. Маслоу [20]. Студенты соглашались с важностью таких ценностей, как личная безопасность и удачный брак. Также достижение жизненного успеха они связывают с проявлением оптимизма и стремлением полагаться на удачу. Кроме того, их интересует реализация своего социального потенциала. Для них важно добиться уважения со стороны окружающих, быть полез-

ным другим людям, занять высокое социальное положение. Наименее значимыми ценностями для студентов оказались такие как власть, популярность, способность использовать других людей в своих интересах, что связано, вероятно, с определёнными морально-этическими установками опрошенных.

Полученные на основе расчётов коэффициентов корреляции Мэтьюза устойчивые взаимосвязи между ценностями представлены схематично на рис. 1.

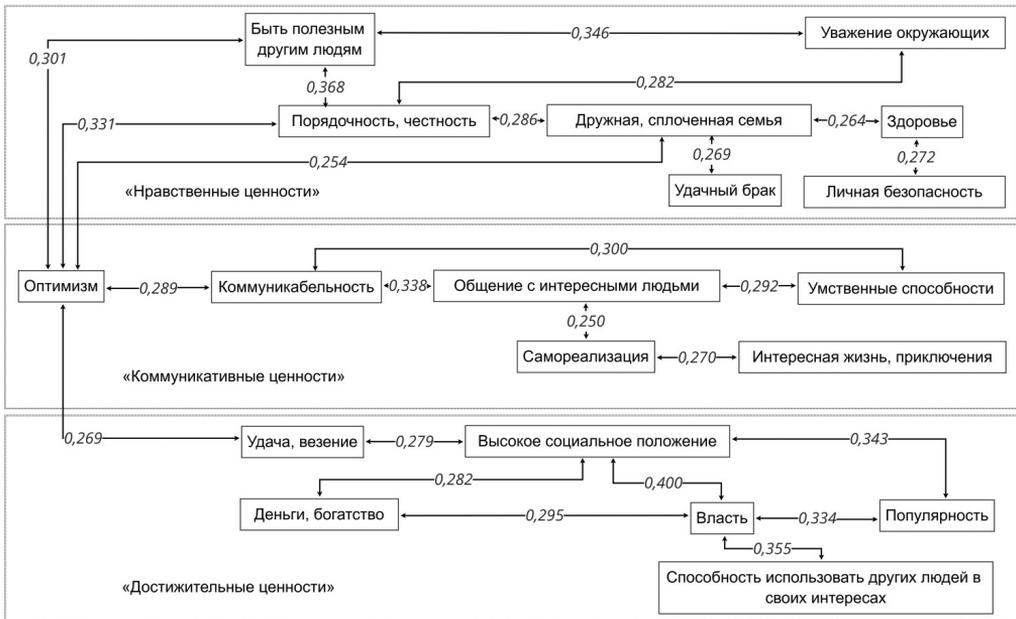


Рис. 1. Связь ценностных установок российских студентов

Fig. 1 Connection between the value systems of Russian students

Источник: результаты авторского исследования.

Корреляционный анализ взаимосвязей индикаторов жизненного успеха между собой позволяет выделить три группы ценностей: 1) нравственные — базирующиеся на отношениях к моральным и этическим принципам, к семье и образу жизни (быть полезным другим людям; уважение окружающих; порядочность, честность; дружная, сплочённая семья; удачный брак; здоровье, личная безопасность); 2) коммуникативные — ориентированные на установ-

ление социальных связей и межличностных отношений (коммуникабельность; общение с интересными людьми; умственные способности; самореализация; интересная жизнь; приключения); 3) достижительные — основанные на стремлении к материальным выгодам, статусам и привилегиям (высокое социальное положение; деньги, богатство; власть; популярность; способность использовать людей в своих интересах; удача, везение).

Далее рассмотрим различия в ценностных установках с учётом гендерного признака. Поскольку гендерный признак является экзогенным параметром, нами анализируется влияние гендера на ценностные установки, а не наоборот. Следует оговориться, что без учёта других влияющих фак-

торов полученные оценки могут оказаться смещёнными. Для снижения вероятности смещения коэффициенты корреляции дополнены оценками статистической значимости различий в ответах юношей и девушек (табл. 2).

Таблица 2
Корреляции гендерного признака студентов с их ценностными установками

Table 2

Correlations of students' gender with their value systems

Ценность	Коэффициент
Популярность	0,100***
Самореализация	-0,150***
Здоровье	-0,133***
Способность использовать других людей в своих интересах	0,160***
Интересная жизнь, приключения	-0,168***
Коммуникабельность, умение наладить контакт с людьми	-0,106***

***оценки значимы на уровне $p < 0,001$.

Источник: результаты авторского исследования.

Полученные коэффициенты корреляции свидетельствуют о выраженной связи с гендером лишь некоторых ценностей. Положительные значения коэффициентов корреляции указывают на более выраженное присутствие у юношей таких ценностей, как стремление к популярности и использованию других людей в своих интересах. В то же время отрицательные значения коэффициентов корреляции свидетельствуют о большей привлекательности для девушек таких ценностей как: самореализация, сохранение здоровья, интересная жизнь, приключения, коммуникабельность, умение наладить контакт с людьми. Анализ взаимосвязей других социально-демографических характеристик студентов показывает прямую корреляцию семейного положения (состоит в зарегистрированном или незарегистрированном браке — 1, холост/не замужем — 0) с ценностью «удачный брак» ($R = 0,104$). Также отмечается обратная корреляция между проживанием с родителями (совместно — 1, отдельно — 0) и ценностью «самореализация» ($R = -0,11$).

Далее перейдём к изучению взаимосвязей ценностей студентов с практиками их

финансового поведения. В анкете присутствовали вопросы об источниках доходов студентов, их опыта заимствований и работы с финансовыми инструментами (вклады в банках; металлические счета; долгосрочное владение ценными бумагами; краткосрочные операции с иностранной валютой, криптовалютой, ценными бумагами с целью получения спекулятивного дохода), а также предпочтений относительно наличных или безналичных форм расчётов. Ответы респондентов приводились к бинарному виду (присутствие опыта в прошлом или владение инструментами в настоящее время — 1, отсутствие опыта в прошлом или только планирование использовать инструменты в будущем — 0), после чего производился расчёт коэффициентов корреляции Мэтьюза.

Анализ не выявил взаимосвязей для большинства проверяемых показателей, но есть исключения. В табл. 3 представлены варианты, для которых значение коэффициентов корреляции Мэтьюза составляет около $\pm 0,1$. Например, для вариантов инвестиционного поведения получена обратная связь между использованием спекулятив-

ных финансовых инструментов и стремлением к «самореализации». Это означает, что студенты в своих представлениях не связывают самореализацию с финансовой активностью и успехом на финансовом рынке. Для источников дохода обнаружена только слабая взаимосвязь между поступлениями от размещения видеоконтента с такими ценностями, как популярность

и способность использовать людей в своих интересах. Очевидно, эта связь опосредована профессиональными предпочтениями студентов. Также была обнаружена обратная связь кредитного поведения с ценностью «общение с интересными людьми». Вероятно, недостаток общения является обратной стороной материальных трудностей респондентов.

Таблица 3

Корреляции практик финансового поведения с некоторыми ценностными установками студентов

Table 3

Correlations of financial behavior practices with students' value systems

Практика	Популярность	Самореализация	Способность использовать других людей в своих интересах	Общение с интересными людьми	Интересная жизнь, приключения
Операции с иностранной валютой	0,053	-0,105**	0,053	-0,032	-0,043
Операции с криптовалютой	0,091**	-0,103**	0,080**	-0,023	-0,041
Операции с ценными бумагами	0,076**	-0,102**	0,073**	-0,024	-0,043
Получение дохода с видео контента	0,099**	-0,060*	0,152**	0,009	-0,049
Получение кредита за последние 12 месяцев	0,018	-0,073**	-0,006	-0,101**	0,003
Предпочитаемый вид оплаты покупок в магазине, кафе (1 – безналичная форма; 0 – наличная)	-0,028	0,103	0,009	0,065*	0,095**

Примечание: оценки значимы на уровне: *** $p < 0,001$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$.

Источник: результаты авторского исследования.

Анализ практик потребительского поведения свидетельствует о том, что студенты, предпочитающие использовать современные цифровые банковские продукты при оплате товаров и услуг, в большей степени нацелены на самореализацию, интересную жизнь и приключения. Вероятно, это наиболее активная и продвинутая часть респондентов, стремящаяся к мобильности, сокращению времени обслуживания и сохранению высокого темпа жизни (сопровождающих «интересную жизнь, приключения»), склонная к использованию передовых цифровых технологий.

Дискуссия

Проведённый анализ выявил наличие большого числа корреляций у ценности «оптимизм», а также наличие его связей с ценностями всех трех групп (нравственные, коммуникативные, достижительные). Это свидетельствует о том, что, несмотря на различия в ценностях и в представлениях об успехе, оптимизм, по мнению студентов, является важным фактором достижения целей. Здесь важно отметить необходимость критического осмысления действительности, иначе оптимизм мо-

жет стать установкой, фиксирующей лишь положительные эмоции, что приведёт к невозможности «резвой» оценки своих действий [21; 22].

В группе «достижительных» ценностей присутствует такой индикатор жизненного успеха, как «удача, везение». Часть студентов приписывает накопление богатства, занятие высокого положения в обществе воле случая. Нельзя исключать, что «удачное» стечение обстоятельств может стать одной из предпосылок жизненного успеха, однако чрезмерное упование на везение может сыграть и отрицательную роль. Заметим, что сама постановка вопроса не позволяет с уверенностью утверждать, что именно подразумевали те или иные респонденты, выбирая данный ответ. Например, они могли считать, что родиться в богатой семье — это везение, которое с высокой вероятностью приведёт к достижению финансовых успехов и привилегированности в будущем. Кроме того, несмотря на не синонимичность понятий «успех» и «удача», последнее может восприниматься как достижение поставленной цели, общественное одобрение, признание чьих-либо заслуг [23].

Популярность соединяет в себе степень известности личности с её определёнными характеристиками, позволяющими обеспечить внимание к персоне — выделить человека «...в каких-то смыслах из общего ряда людей, обладающих аналогичными профессиональными качествами» [24, с. 46]. В рыночной экономике популярность (известность) является разновидностью социального капитала, предоставляющего «...опору в виде коллективного капитала, «репутации», позволяющей получать кредиты во всех смыслах этого слова» [25, с. 66]. Данное определение отображает связь между популярностью и способностью использовать людей в своих интересах — манипулятивной направленностью в общении с целью получения разного рода выгод. В ходе исследования обнаружено, что ценности «стремление к популярности» и «использованию других людей в своих целях» в большей степени присущи юношам, нежели девушкам. Заметим, что похожие результаты

были получены в работах и других авторов [26; 27], интерпретирующих их с точки зрения сформированных полоролевых стереотипов, заключающихся в том, что мужчины чаще проявляют склонность к открытой борьбе за власть с использованием агрессивных методов для достижения собственных целей, нередко сопровождающейся пренебрежением интересами окружающих. Напротив, методы, используемые женщинами, чаще характеризуются коммуникабельностью, ориентацией на поддержание отношений и поиск компромисса. В ходе анализа мы также подтвердили, что такая ценность, как «коммуникабельность, умение наладить контакт с людьми», более свойственна девушкам, чем юношам.

Полученный нами отрицательный коэффициент корреляции гендера с ценностью здоровье свидетельствует о том, что мужское общество чаще пренебрегает здоровьем. К аналогичным выводам пришли и другие исследователи. Например, социолог И. С. Кон отмечал, что «...мужчина, последовательно отрицающий симптомы болезни или боль, может создать себе имидж смелого и мужественного человека, но одновременно рискует превратить свои недомогания в хроническую болезнь» [28, с. 8]. В работе И. В. Розмаинского и А. С. Татаркина данная проблема рассматривается в контексте проявления близорукости при «инвестировании в капитал здоровья». Авторы заключают, что мужчины пренебрегают своим здоровьем по причине пессимистических настроений и неудовлетворённости жизнью [29].

Что касается ценности «самореализация», которая оказалась более выраженной среди девушек, формулировка вопроса не уточняла содержание этого понятия. В широком смысле, самореализация — реализация потенциальных возможностей индивида, заключающаяся в достижении индивидом поставленных перед собой целей, сопоставляемых с его способностями и возможностями. В ходе проведённого анализа установлена значимая связь самореализации с группой коммуникативных ценностей, более характерная для девушек, чем юношей. Исследо-

вания, посвящённые гендерным проблемам самореализации, также отмечают более высокую значимость самореализации для женщин, по сравнению с мужчинами, — во всех сферах, за исключением общественно-политической и спортивной [30]. Другие авторы заключают, что мужчинам свойственна личностная самореализация и достижение узколичностных мотивов, а женщины в процессе самореализации во многом проявляют социальный интерес [31].

В ходе проведённого исследования нами обнаружены связи различных видов поведения (потребительского, инвестиционного, кредитного) с ценностями и образом жизни студентов. Это развивает и дополняет анализ влияния социально-экономических факторов, таких как социальное окружение, установки и ценности семьи, а также личностных особенностей и предрасположенностей индивидов на их финансовое поведение [32–35]. Также подтверждено, что финансовая социализация студенческой молодёжи зависит от установок родительского домохозяйства, семейного положения, трудовой занятости. Это влияние проявляется в развитии навыков управления семейным бюджетом и использовании сберегательно-инвестиционных инструментов российскими студентами [12]. Подтверждён вывод о том, что финансовая грамотность в большей степени контролирует финансовое поведение юношей, чем девушек [36]. Настоящее исследование дополнило представления о гендерных особенностях финансового поведения, связав их с особым восприятием ценностей у девушек и юношей.

Исследование основано на обработке данных авторского социологического опроса 2020 г. «Специфика экономического поведения студенческой молодёжи» с использованием методов корреляционного и кластерного анализа. В результате выявлена относительно более высокая значимость для студентов таких ценностей, как здоровье, любимая работа, дружная и сплочённая семья, самореализация. На основе расчёта коэффициентов корреляции Мэтьюза и оценки их устойчивости, взаимосвязанные ценности объединены в три группы: нравственные, коммуникативные и достигательные. Показано, что девушки в большей степени руководствуются коммуникативными ценностями, а юноши — достигательными ценностями. Выявлены отрицательные корреляции ценности самореализации со спекулятивным финансовым поведением, а ценности общение с интересными людьми — с активным кредитным поведением. Обнаружено, что студенты, получающие доходы с видеоконтента в большей степени ориентированы на популярность и использование других людей в своих целях. А студенты, предпочитающие современные цифровые банковские приложения, представляют собой наиболее активную и мобильную часть молодёжи, выбирающую интересную жизнь и приключения. Проведённое исследование может быть полезно при формировании программ финансовой грамотности различных групп студенческой молодёжи, с учётом ориентации на их ценностные установки.

Литература и Интернет-источники

1. **Вебер, М.** Понимающая социология (статья из сборника «Праздник для семьи») / М. Вебер; перевод М. И. Левиной. — Москва : АСТ, 2021. — 480 с.
2. **Дюркгейм, Э.** О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм; перевод А. Б. Гофмана. — Москва : Канон, 1996. — 432 с.
3. **Зиммель, Г.** Как возможно общество? / Г. Зиммель; перевод А. Ф. Филиппова // Социологический журнал. — 1994. — № 2. — С. 102–114. EDN: TZKHRV
4. **Парсонс, Т.** О структуре социального действия / Т. Парсонс; перевод В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. — Москва : Академический Проект, 2002. — 880 с.

5. **Спенсер, Г.** Опыты научные, политические и философские / Г. Спенсер; перевод Н. А. Рубакиной. — Минск : Современный Литератор, 1999. — 1408 с.
6. **Тённис, Ф.** Общность и общество / Ф. Тённис, перевод А. Н. Малинкиной // Социологический журнал. — 1998. — № 3–4. — С. 206–229. EDN: PZQJXL
7. **Риккерт, Г.** Науки о природе и науки о культуре / Г. Риккерт; перевод А. Ф. Зотовой [и др.]. — Москва : Республика, 1998. — 413 с.
8. **Шелер, М.** Избранные произведения / М. Шелер; перевод А. В. Денежкиной, А. Н. Малинкиной и А. Ф. Филипповой. — Москва : Гнозис, 1994. — С. 259–338
9. **Rokeach, M.** The Nature of Human Values / M. Rokeach. New York : Free Press, 1973. — 438p.
10. **Шварц, Ш.** Уточнённая теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Ш. Шварц, Т. П. Бутенко, Д. С. Седова, А. С. Липатова // Психология. Журнал высшей школы экономики. — 2012. — Т. 9. — № 2. — С. 43–70. EDN: QYXAEH
11. **Инглхарт, Р.** Культурная эволюция. Как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / Р. Инглхарт; перевод С. Л. Лопатиной. — Москва, Челябинск : Социум, 2020. — 348 с.
12. **Малкина, М. Ю.** Институты финансовой социализации российских студентов / М. Ю. Малкина, Д. Ю. Рогачев // Journal of Institutional Studies. — 2021. — Т. 13 — № 4. — С. 126–139. DOI: 10.17835/2076-6297.2021.13.4.126-139; EDN: VQBNPS
13. **Резник, С. Д.** Моделирование системы повышения экономической самостоятельности студентов высших учебных заведений России / С. Д. Резник, М. В. Черниковская // Друкеровский вестник. — 2020. — № 2. — С. 220–233. DOI: 10.17213/2312-6469-2020-2-220-233; EDN: FYEDOA
14. **Козырева, П. М.** Финансовое поведение в контексте социально-экономической адаптации населения (социологический анализ) / П. М. Козырева // Социологические исследования. — 2012. — № 7. — С. 54–66. EDN: PBVOFX
15. **Strauss, W.** Millennials Rising / W. Strauss. — New York : Vintage Books, 2000. —P. 59–72.
16. **Mead, M.** Culture and commitment: The new relationships between the generations in the 1970s. / M. Mead. — Anchor Press, 1978. — 178 p.
17. **Грасс, Т. П.** Роль семьи в процессе экономической социализации подрастающих поколений в США и Канаде / Т. П. Грасс, А. Е. Крашенинникова, В. И. Петрищев // Современные исследования социальных проблем. — 2017. — Т. 8. — № 7. — С. 130–141. DOI: 10.12731/2218-7405-2017-7-130-141; EDN: ZRDYVJ
18. **Ермаков, М. А.** Высшая школа — на пути к информационному обществу / М. А. Ермаков // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. — 2020. — № 1. — С. 74–82. EDN: MSULOK
19. **Рогачев, Д. Ю.** Особенности финансового поведения студенческой молодёжи / Д. Ю. Рогачев // Народонаселение. — 2021. — Т. 24. — № 2. — С. 41–52. DOI: 10.19181/population.2021.24.2.4; EDN: LLUSAJ
20. **Maslow, A. H.** A theory of human motivation / A. H. Maslow // Psychological review. — 1943. — Vol. 50. — No. 4. — P. 370–396.
21. **Kahneman, D.** Intuitive prediction: Biases and corrective procedures / D. Kahneman, A. Tversky // Cambridge University Press. — 1982. — P. 414–421.
22. **Lovall, D.** Delusions of success / D. Lovall, D. Kahneman // Harvard business review. — 2003. — Vol. 81. — No. 7. — P. 56–63.
23. **Рассадина, Т. А.** Рационализация сознания и поведения молодёжи: целедостижения, отношения, ценности / Т. А. Рассадина // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов. — 2020. — С. 3493–3503. DOI: 10.19181/kongress.2020.417; EDN: LMJJUO
24. **Гринин, Л. Е.** «Люди известности» — новый социальный слой? / Л. Е. Гринин // Социологические исследования. — 2004. — № 12. — С. 46–54. EDN: OWWCNВ
25. **Бурдые, П.** Формы капитала / П. Бурдые; перевод М. С. Добрякова // Экономическая социология. — 2002. — Т. 3. — № 5. — С. 60–74. EDN: OYUVRD

26. **Слотина, Т. В.**, Гендерные особенности тенденции к макиавеллизму и психической ригидности студентов / Т. В. Слотина, Ю. С. Недошивина // Вестник Марийского государственного университета. — 2018. — Т. 12. — № 2(30). — С. 100–108. DOI: 10.30914/2072-6783-2018-12-2-100-108; EDN: UQZROZ
27. **Трифонова, С. А.** Гендерная специфика направленности личности в общении // С. А. Трифонова / Человеческий фактор: Социальный психолог. — 2019 — № 1(37). — С. 403–411. EDN: LTYVQE
28. **Кон, И. С.** Гегемонная маскулинность как фактор мужского (не) здоровья / И. С. Кон // Андрология и генитальная хирургия. — 2008. — № 4. — С. 5–11. EDN: KDNBWF
29. **Розмаинский, И. В.** Неверие в будущее и «негативные инвестиции» в капитал здоровья в современной России / И. В. Розмаинский, А. С. Татаркин // Вопросы экономики. — 2018. — № 1 — С. 128–150. DOI: 10.32609/0042-8736-2018-1-128-150; EDN: YKXCWL
30. **Столярская, Е. В.** Самореализация студентов в вузе: гендерные различия / Е. В. Столярская // Женщины-учёные Беларуси и Казахстана: Сборник материалов Международной научно-практической конференции (Минск, 1–2 марта 2018 г.). — Минск, 2018. — С. 210–212. EDN: JIZWJ
31. **Плотникова, Е. С.** Гендерные различия самореализации и самоактуализации / Е. С. Плотникова, В. В. Гордеева // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2020. — Т. 9. — № 2(31). — С. 358–362. DOI: 10.26140/anip-2020-0902-0087; EDN: KQKHCS
32. **Andreou, P. C.** Financial knowledge among university students and implications for personal debt and fraudulent investments / P. C. Andreou, D. Philip // Cyprus Economic Policy Review, Forthcoming. — 2018. — Vol. 12. — No. 2. — P. 3–23. DOI: 10.2139/ssrn.3250850
33. **Brown, M.** Culture and financial literacy: Evidence from a within-country language border / M. Brown, C. Henchoz, T. Spycher // Journal of Economic Behavior & Organization. — 2018. — Vol. 150. — P. 62–85. DOI: 10.1016/j.jebo.2018.03.011
34. **Медведева, Е. И.** Финансовые стратегии жителей российских городов / Е. И. Медведева, А. В. Ярашева, В. Б. Тореев, С. В. Крошили // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2016. — Т. 12 — № 3(336). — С. 4–14. EDN: VQGBPF
35. **Ярашева, А. В.** Поведенческая экономика: население на рынке кредитных услуг / А. В. Ярашева, С. В. Макар, Ю. А. Симагин // Народонаселение. — 2020. — Т. 23. — № 3. — С. 48–58. DOI: 10.19181/population.2020.23.3.5; EDN: HRYZTW
36. **Малкина, М. Ю.** Взаимосвязь финансовой грамотности в сфере цифровых технологий и личностных характеристик российских студентов: гендерный аспект / М. Ю. Малкина, Д. Ю. Рогачев // Женщина в российском обществе. — 2018. — № 3(88). — С. 104–115. DOI: 10.21064/WinRS.2018.3.10; EDN: YABJDV

Сведения об авторах:

Малкина Марина Юрьевна, д.э.н., проф., главный научный сотрудник, Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия.

Контактная информация: e-mail: mmuri@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-3152-3934; РИНЦ SPIN-код: 5055-0218.

Рогачев Дмитрий Юрьевич, к.соц.н., научный сотрудник, Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия.

Контактная информация: e-mail: rogistyle@mail.ru; ORCID: 000-0002-0683-3340; РИНЦ SPIN-код: 3078-0177.

DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-165-179

IMPACT OF VALUES ON FINANCIAL BEHAVIOR OF STUDENT YOUTH

Marina Yu. Malkina*, Dmitry Yu. Rogachev.

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod
(27, Lenin Avenue, Nizhny Novgorod, Russian Federation, 603140)

*E-mail: mmuri@yandex.ru

For citation:

Malkina M. Yu., Rogachev D. Yu. Impact of values on financial behavior of student youth. *Narodonaselenie [Population]*. 2024. Vol. 27. No. 3. P. 165-179. DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-165-179 (in Russ.)

Abstract. *The purpose of the study was to identify the value orientations of contemporary university students and their connection with financial behavior practices. The study is based on data from an author-conducted survey in 2020 «Specifics of Economic Behavior of University Students», which involved 1291 students from 17 universities across Russia. Matthew's correlation coefficients were used to establish pairwise relationships between significant values, socio-demographic characteristics, and financial behavior practices; stability of these relationships was also analyzed. The research results showed that the most significant values for students are health, a desired job, a friendly, cohesive family, and self-realization. Based on the correlation analysis, there was proposed a grouping of values including moral, communicative, and achievement-related values. The explanatory power of gender was found to be generally low. However, females tend to show a greater inclination towards communicative values and preservation of health. At the same time, males more frequently opt for a range of achievement-related values (popularity, using others for their own benefit). A negative correlation was observed in financial behavior practices between the pursuit of self-realization and preference for speculative financial instruments, as well as a negative correlation between active bank borrowing and communicative value of interacting with interesting people. The study revealed a correlation between value orientations and income-generating activities. For instance, students who earn money from creating video content tend to prioritize popularity and using others for their own purposes. Furthermore, studying consumer behavior practices showed a correlation between preferences for non-cash payments for goods and services and desire for travel, active and interesting lifestyle. The novelty of the research lies in establishing the relationship between values, professional interests, and financial behavior of contemporary students. The obtained results can be useful in managing effective financial behavior among different groups of students.*

Keywords: youth, students, values, gender, life success, orientations, attitudes, financial behavior.

References and Internet sources

1. Weber M. *Ponimayushchaya sotsiologiya [Understanding Sociology]* (Selected articles from Weber M. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen, 1951). Transl. by I. Levina. Moscow. AST. 2021. 480 p. (in Russ.)
2. Durkheim E. *O razdelenii obshchestvennogo truda [The Division of Labor in Society]*. Transl. by A. B. Gofman. Moscow. Kanon. 1996. 432 p. (in Russ.)
3. Simmel G. *Kak vozmozhno obshchestvo? [How is society possible?]*. *Sotsiologicheskii zhurnal [Sociological Journal]*. 1994. No. 2. P. 102–114. (in Russ.)

4. Parsons T. O structure sotsial'ngo deistviya. [*The Structure of Social Action*]. Transl. by V. F. Chesnokova and S. A. Belanovsky. Moscow. Akademicheskiiy Proyekt [Academic Project Publ.]. 2002. 880 p. (in Russ.)
5. Spencer H. Opyty nauchnyye, politicheskiye i filosofskiy [Essays: Scientific, Political and Speculative]. Transl. by N. A. Rubakina. Minsk. Sovremenniy literator [Modern Writer]. 1999. 1408 p. (in Russ.)
6. Toennis F. Obshchnost' i obshchestvo [Community and Society]. Transl. by A. N. Malinkina. Sotsiologicheskiiy zhurnal [Sociological Journal]. 1998. № 3–4. P. 206–229. (in Russ.)
7. Rickert G. Nauki o prirode i nauki o kul'ture [Natural Science and Cultural Science]. Transl. from German. Respublika. [Republic]. 1998. 413 p. (in Russ.)
8. Scheler M. Izbrannyye proizvedeniya [Selected Essays]. Moscow. Gnozis. 1994. P. 259–338. (in Russ.)
9. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York. Free Press. 1973. 438p.
10. Schwartz S., Butenko T. P., Sedova D. S., Lipatova A. S. Utochnonnaya teoriya bazovykh individual'nykh tsennostey: primeneniye v Rossii [Theory of basic personal values: validation in Russia]. Psihologiya. Zhurnal vysshey shkoly ekonomiki. [Psychology. Journal of the Higher School of Economics]. 2012. Vol. 9. No. 2. P. 43–70. (in Russ.)
11. Inglehart R. F. Kul'turnaya evolyutsiya. Kak izmenyayutsya chelovecheskiye motivatsii i kak eto menyayet mir [Cultural Evolution. How People's Motivations Are Changing and How This Is Changing the World]. Transl. by S. L. Lopatina. Moscow. Chelyabinsk. Sotsium [Socium]. 2020. 348p. DOI: 10.1093/sf/soz119 (in Russ.)
12. Malkina M. Yu., Rogachev D. Yu. Instituty finansovoy sotsializatsii rossijskikh studentov [Institutes of financial socialization of Russian students]. Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy [Journal of Institutional Studies]. 2021. Vol. 13. No. 4. P. 126–139. DOI: 10.17835/2076-6297.2021.13.4.126-139 (in Russ.)
13. Reznik S. D., Chernikovskaya M. V. Modelirovaniye sistemy povysheniya ekonomicheskoy samostoyatel'nosti studentov vysshih uchebnykh zavedeniy Rossii [Modeling the system of increasing economic independence of Russia higher educational institutions' students]. Drukerovskiy vestnik [Drukerovskiy Vestnik]. 2020. No. 2. P. 220–233. DOI: 10.17213/2312-6469-2020-2-220-233 (in Russ.)
14. Kozyreva P. M. Finansovoe povedeniye v kontekste sotsial'no-ekonomicheskoy adaptatsii naseleniya (sotsiologicheskij analiz) [Financial behavior in the context of socio-economic adaptation of the population (sociological analysis)]. Sotsiologicheskije issledovaniya [Sociological Studies]. 2012. No. 7. P. 54–66. (in Russ.)
15. Strauss W. *Millennials Rising*. New York. Vintage Books. 2000. P. 59–72.
16. Mead M. *Culture and Commitment: The New Relationships between the Generations in the 1970s*. Rev. ed. Anchor Press. 1978. 178p.
17. Grass T. P., Krashennnikova A. E., Petrishchev V. I. Rol' sem'i v protsesse ekonomicheskoy sotsializatsii podrastayushchikh pokoleniy v SSHA i Kanade [The role of the family in the process of economic socialisation of younger generations in the USA and Canada]. Sovremennyye issledovaniya sotsial'nykh problem. [Modern Studies of Social Issues.] 2017. Vol. 8 No. 7. P. 130–141. DOI: 10.12731/2218-7405-2017-7-130-141 (in Russ.)
18. Ermakov M. A. Vysshaya shkola — na puti k informatsionnomu obshchestvu [Higher school — on the way to the information society]. Sovremennoye obshchestvo: voprosy teorii, metodologii, metody sotsial'nykh issledovaniy. [Modern Society: Issues of Theory, Methodology, Methods of Social Research]. 2020. No. 1. P. 74–82. (in Russ.)
19. Rogachev D. Yu. Osobennosti finansovogo povedeniya studencheskoj molodezhi [Features of the financial behavior of student youth]. Narodonaselenie [Population]. 2021. Vol. 24. No. 2. P. 41–52. DOI: 10.19181/population.2021.24.2.4 (in Russ.)

20. Maslow A. H. A theory of human motivation. *Psychological Review*. 1943. Vol. 50. No. 4. P. 370–396.
21. Kahneman D., Tversky A. *Intuitive Prediction: biases and corrective procedures*. Cambridge University Press. 1982. P. 414–421.
22. Lovallo D., Kahneman D. Delusions of success. *Harvard Business Review*. 2003. Vol. 81 No. 7. P. 56–63.
23. Rassadina T. A. Ratsionalizatsiya soznaniya i povedeniya molodezhi: tseledostizheniya, otnosheniya, tsennosti [Rationalization of consciousness and behaviour of youth: achievement of the goal, relations, values]. *Sotsiologiya i obshchestvo: traditsii i innovatsii v sotsial'nom razvitii regionov. [Sociology and Society: Traditions and Innovations in the Social Development of Regions]*. 2020. P. 3493–3503. DOI:10.19181/kongress.2020.417 (in Russ.)
24. Grinin L. E. «Lyudi izvestnosti» – novyy sotsial'nyj sloj? [«People of publicity» – a new social stratum?] *Sotsiologicheskije issledovaniya. [Sociological Studies]* 2004. No.12. P. 46–54. (in Russ.)
25. Bourdieu P. Formy kapitala [Forms of capital]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic Sociology]*. Transl. by M. S. Dobryakova. 2002. Vol. 3. No. 5. P. 60–74. (in Russ.)
26. Slotina T. V., Nedoshivina Yu. S. Gendernyye osobennosti tendentsii k makiavellizmu i psicheskoy rigidnosti studentov [Student's gender features of tendency to machiavellianism and rigidity]. *Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta. [Vestnik of Mari State University]*. 2018. Vol. 12. No. 2(30). P. 100–108. DOI: 10.30914/2072-6783-2018-12-2-100-108 (in Russ.)
27. Trifonova S. A. Gendernaya spetsifika napravlenosti lichnosti v obshchenii [Gender specifics of personality orientation in communication]. *Chelovecheskiy faktor: Sotsial'nyj psikholog [Human Factor: Social Psychologist]*. 2019. No. 1(37). P. 403–411. (in Russ.)
28. Kon I. S. Gegemonnaya maskulinnost' kak faktor muzhskogo (ne) zdorov'ya [Hegemonic masculinity as a factor in men's (un)health]. *Andrologiya i genital'naya khirurgiya [Andrology and Genital Surgery]*. 2008. No. 4. P. 5–11. (in Russ.)
29. Rozmainsky I. V., Tatarkin A. S. Neverije v budushcheje i «negativnyje investitsii» v kapital zdorov'ya v sovremennoj Rossii. [Disbelief in the future and «negative investment» in health capital in contemporary Russia]. *Voprosy ekonomiki. [Economic Issues]* 2018. No. 1 P. 128–150. DOI: 10.32609/0042-8736-2018-1-128-150 (in Russ.)
30. Stolyarskaya E. V. Samorealizatsiya studentov v vuze: gendernyye razlichiya [Students' self-realization in high school: gender differences]. *Zhenshchiny-uchenye Belarusi i Kazakhstana: sb. materialov Mezhdunarod. nauch.-prakt. konf. [Women Scientists of Belarus and Kazakhstan. Proceedings of the scientific and practical conference. (Minsk, 1–2 March 2018)]. Minsk. 2018. P. 210–212. (in Russ.)*
31. Plotnikova E. S., Gordeeva V. V. Gendernyye razlichiya samorealizatsii i samoaktualizatsii [Gender differences of self-realization and self-actualization]. *Azimuth nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psichologiya. [Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology]*. 2020. Vol. 9. No. 2(31). P. 358–362. DOI: 10.26140/anip-2020-0902-0087 (in Russ.)
32. Andreou P. C., Philip D. Financial knowledge among university students and implications for personal debt and fraudulent investments. *Cyprus Economic Policy Review*. 2018. Vol. 12 No. 2. P. 3–23. DOI: 10.2139/ssrn.3250850
33. Brown M., Henchoz C., Spycher T. Culture and financial literacy: Evidence from a within-country language border. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2018. No. P. 62–85. DOI: 10.1016/j.jebo.2018.03.011
34. Medvedeva E. I., Yarasheva A. V., Toreev V. B., Kroshilin S. V. Finansovyje strategii zhitelej rossijskikh gorodov [Financial strategies of urbanites in Russia]. *Natsional'nyje interesy: priority i bezopasnost'. [National Interests: Priorities and Security]*. 2016. Vol. 12. No. 3(336). P. 4–14. (in Russ.)
35. Yarasheva A. V., Makar S. V., Simagin Yu. A. Povedencheskaya ekonomika: naselenije na rynke kreditnykh uslug [Behavioral economy: population in the credit services market]. *Narodonaselenie. [Population]* 2020. Vol. 23. No. 3. P. 48–58. DOI: 10.19181/population.2020.23.3.5 (in Russ.)

36. Malkina M. Yu., Rogachev D. Yu. Vzaimosvyaz' finansovoj gramotnosti v sfere tsifrovyykh tekhnologiy i lichnostnykh harakteristik rossijskih studentov: gendernyj aspekt [Interrelation of financial literacy in the sphere of digital technologies with personal characteristics of Russian students: the gender aspect]. *Zhenshchina v rossijskom obshchestve. [Woman in Russian Society]*. 2018. No. 3(88). P. 104–115. DOI: 10.21064/WinRS.2018.3.10 (in Russ.)

Information about the authors:

Malkina Marina Yurievna, Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.

Contact information: e-mail: mmuri@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-3152-3934; Elibrary SPIN-code: 5055–0218.

Rogachev Dmitry Yurievich, Candidate of Sociology, Researcher, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.

Contact information: e-mail: rogistyle@mail.ru; ORCID: 000-0002-0683-3340; Elibrary SPIN-code: 3078–0177.

Статья поступила в редакцию 21.02.2024, утверждена 12.08.2024, опубликована 30.09.2024.