

ВЛАДИМИР ЛЕОНОВ,

*соискатель отдела экономической социологии
Института социологии НАН Украины*

Социологические аспекты мотивации финансового поведения населения

Abstract

The article is destined to reveal sociological characteristics of population's financial behavior motivation. Motivating forces of monetary activity are presented in the form of incentive mechanism of socially determined behavior. They are aimed at the sociogenic needs satisfaction and are formed on the basis of group values, social attitudes and norms of specific community. Three kinds of financial behavior are distinguished: pragmatic efficiency motivation, institutional one, and intense emotions motivation.

Финансовое поведение населения совсем недавно стало предметом пристального изучения для отечественных ученых. Отсутствие серьезных теоретических и методологических разработок в этой области обернулось тем, что при проведении социально-экономических реформ в 90-х годах прошлого века изначально не были учтены национальные традиции, социальные ценности и установки населения, определяющие структуру экономической и финансовой культуры украинского общества. Попытки реформаторов реализовать европоцентристскую экономическую модель в социуме, где основная масса населения была ориентирована на патернализм и коллективизм [1, с. 125–130], не только привели к снижению уровня жизни очень многих украинских граждан, но и сформировали весьма распространенную установку прежде всего на экономию своих усилий при достижении успеха (минимум затрат для максимального успеха).

Доминирование в современной структуре социально-экономического поведения жителей Украины слепого и безотчетного стремления к выгоде без должных интеллектуальных и физических усилий связано со смещением вектора экономических отношений в сторону теневого или полукриминального поведения. Во многом это обусловлено тем, что в украинском го-

сударстве произошла инволюционная конвергенция — социальное явление, в котором синтезировались в единое целое деструктивные элементы как капиталистической, так и социалистической системы хозяйствования. По мнению социолога Е.Суименко, конвергенция в инволюционном варианте трансформирует ценности и достижения в антиценности. Именно это привело к тому, что коллективизм переродился в криминальную корпоративность или теневую клановость, а индивидуальное инновационное предпринимательство — в жульничество и “возбужденное хищничество”; продуктивная конкуренция — в кровавые разборки и вражду различных по социальным масштабам группировок и слоев [2, с. 190–191]. В этих условиях перейти к цивилизованным рыночным взаимоотношениям, когда индивиды будут способны, стремясь к достижению успеха и благосостояния, действовать на основе справедливых отношений с другими, можно лишь при наличии соответствующей мотивации экономических и особенно финансовых действий.

Потребность населения в цивилизованных формах инвестиционно-сберегательного поведения в значительной мере должна способствовать вложению значительных средств в реальный сектор экономики и, таким образом, устойчивому росту экономического потенциала страны и благосостояния в обществе. Поэтому знание мотивационных механизмов финансового поведения населения актуально и с точки зрения развития и укрепления украинского государства.

К сожалению, в современной социологической литературе вопросы мотивации финансового поведения населения недостаточно раскрыты. В большей мере социологи концентрируют внимание на общесоциологической проблематике мотивации или на побудительных факторах экономического поведения в целом. Анализом собственно финансового поведения населения занимались в свое время Дж.Кейнс, Й.Шумпетер, М.Фридмен, Ф.Модильяни, Д.Катона, А.Тверски, Г.Беккер и др. Проблемам исследования человеческих взаимоотношений в денежной сфере были посвящены основные работы Г.Зиммеля (“Философия денег”), В.Зелизер (“Социальное значение денег”), А.Фернхема и М.Арджайла (“Психология денег”), К.Уорнерида (“Психология сбережений”). Все это позволило организовать в странах Запада систематическое изучение мотивационных процессов в инвестиционно-сберегательной деятельности значительных масс населения и помогло обеспечить эффективное привлечение денежных ресурсов населения в производство и стабильный экономический рост.

В постсоветском пространстве проблемами финансового поведения, в том числе и его мотивации занимаются в основном российские ученые: В.Верховин, В.Радаев, О.Кузина, М.Капитанец, Д.Стребков и др. С 1992 года исследовательская группа “Циркон”, созданная в 1989 году специалистами Института социологии АН СССР, регулярно проводит в России комплексное изучение финансового поведения населения. Исследуются установки, потребности и мотивы различных слоев населения в области инвестиционно-сберегательного и монетарного поведения.

В работах отечественных социологов (Е.Суименко, Т.Ефременко: “Номо есопомісус сучасної України: Поведенчеський аспект”; “Економічна соціологія” (под редакцією В.Вороны, В.Пилипенко); Т.Ефременко: “Финансовое поведение населения Украины” и др.) вопросы мотивации

финансового поведения рассматривались лишь побочно в общем контексте изучения экономического поведения населения. Более детальный социологический анализ, в частности применительно к населению Украины, пока не осуществлялся.

Цель данной статьи — анализ социологических аспектов мотивации финансового поведения населения Украины: с одной стороны, в плоскости теоретического определения основных видов мотивации, а с другой — для раскрытия важнейших социальных и социально-психологических механизмов участия населения в национальной финансовой системе.

Анализу социологических моделей мотивации финансового поведения населения целесообразно предпослать авторское видение социологического подхода к изучению мотивации человеческого поведения в целом.

Прежде всего, под мотивацией поведения — как индивидов, так и групп населения — мы будем понимать ряд взаимосвязанных, причинно-побуждающих и детерминирующих факторов, определяющих характер и направленность той или иной человеческой деятельности. Необходимо заметить, что в настоящее время существуют разные точки зрения по поводу сути побудительных причин человеческой деятельности, к которым относят потребности, интересы, желания, стремления, мотивы. На наш взгляд, мотивационный механизм поведения человека представляет сложный комплекс побудительных сил, среди которых основными являются диспозиции, потребности и мотивы.

Социально-психологический анализ мотивационной проблематики чаще всего дает представление о структуре мотивационного процесса как логической цепи взаимосвязанных актов, направленных на устранение дискомфорта, возникшего на психофизиологической или социально-психологической почве. При переживании человеком состояния недостатка в чем-либо появляется внутреннее напряжение, формирующее у индивида особое побуждение к действию (или бездействию) и получившее определение “потребности”. Потребность инициирует активность индивида для получения того, что необходимо для нормального функционирования организма и личности в целом [3, с.8]. Но сама по себе потребность лишена смысла направленной деятельности. Эту функцию выполняет мотив, определяя конкретные действия по удовлетворению возникших потребностей. Направление этих действий обусловлено ценностными ориентациями личности. Именно благодаря им прочерчивается ведущая линия мотива, которая, в свою очередь, и определяет характер человеческого поведения. “Динамизировать” мотивационный процесс может некий стимул в виде благоприятной (неблагоприятной) ситуации, материального или морального вознаграждения.

Согласно экономической теории поведение индивида и, в частности, хозяйственные действия мотивируются интересом. При возникновении стимула (в виде натурального или денежного блага) человек просчитывает возможные последствия предполагаемого действия, оценивая, прежде всего, два фактора: во-первых, относительную полезность возможной выгоды и настоятельность своей потребности в ней; во-вторых, масштаб издержек (затрат времени и других ресурсов), необходимых для получения этого блага. Взвешивая эти двоякого рода оценки, субъект определяет эффективность своих действий.

Мы разделяем мнение В. Радаева относительно того, что экономический подход к изучению мотивационной проблематики не затрагивает глубинных мотивов поведения. Он сосредоточивается на отслеживании алгоритма внешних связей: осязаемый стимул — наблюдаемое действие — полученный результат — наличие и характер последующего действия. Проблема мотивации как таковая здесь по существу снимается [4, с. 64–76]. Во многом это объясняется тем, что экономическая наука институционально заряжена на анализ производства, изучение организации ресурсов и распределения богатства, объяснение влияния “рациональных” потребностей и мотивов на поведение экономических субъектов. Опираясь четко калькулируемыми категориями дохода и прибыли, экономисты, как правило, рассматривают вопросы мотивации с чисто прагматической стороны. Понимая, что такой утилитарный подход не отражает всей мотивационной палитры человеческого поведения, Дж. Кейнс, Ф. Модильяни, М. Фридмен и др., создавая свои экономические модели, сознательно ограничили экономическую теорию рациональными типами поведения, хотя по определению самого нобелевского лауреата Фридмена экономическая деятельность является результатом нерациональных действий, которые отражаются в статистике “временных экономических предпочтений” основной массы потребителей [5, с. 108]. В то же время в качестве базовых причин деятельности отдельного индивида или группы людей экономисты определили полезность или прибыль. Считается, что у субъекта есть некий изначально заданный, стабильный набор предпочтений, и он должен выбрать линию поведения, позволяющую ему достичь наиболее выгодного для него результата. В известной мере это обусловлено тем, что для прогнозирования хода хозяйственных процессов требуется анализ устойчивой и повторяющейся деятельности, которую можно наблюдать и, главное, измерить. Вероятно, что именно для решения данной задачи в основу экономической теории был заложен постулат о том, что абсолютное большинство людей руководствуется утилитарными стимулами, порожденными необходимостью удовлетворения материальных потребностей. Это дает возможность отобрать более-менее прогнозируемые формы хозяйственного поведения, позволяющие предсказать развитие экономической ситуации. По мнению Г. Беккера, связанные воедино предположения о максимизирующем поведении, рыночном равновесии и стабильности предпочтений, соблюдаемые твердо и непреклонно, образуют сердцевину экономического подхода к человеческой деятельности [6, с. 27].

В отличие от экономической науки, которая преимущественно объясняет влияние “чистых” экономических переменных друг на друга, социология изучает условия, ситуации, социокультурные институты и социальных субъектов, которые реализуют свои интересы, в том числе экономические. “Экономический” взгляд на вопросы мотивации достаточно конкретен и специализирован. Как правило, во внимание принимаются сугубо экономические элементы человеческой деятельности. Социологический же подход к мотивационной проблематике более комплексный, он заключается в исследовании влияния не только экономических показателей, но и множества социальных факторов и социокультурных институтов на внутриличностные, мотивационные процессы отдельных людей, определяющие различные типы поведения индивидов, групп и общностей. В этом случае предмет внимания социолога — модели социального поведения, не только связан-

ные с применением и интерпретацией принципа максимизации результата и минимизации затрат, но и раскрывающие сущность социального механизма мотивации человеческой деятельности. Подобный ракурс позволяет сосредоточиться на поиске, изучении и анализе социально-типичного и социально-обусловленного в элементах мотивации поведения населения.

Рассматривая деятельность конкретных индивидов и групп людей как действия, направленные на достижение каких-то результатов, мы можем произвести классификацию человеческого поведения по целевому признаку. Это позволяет не только охарактеризовать то или иное поведение населения, но и создает определенные условия для типологизации побудительных сил, определяющих характер деятельности. Другими словами, знание целей субъекта дает нам возможность определить тип мотивации его деятельности.

В свое время Макс Вебер определил четыре идеальных типа социальной деятельности: целерациональная, ценностно-рациональная, аффективная и традиционная. Если целерациональное и аффективное поведение по своей сути принципиально отличается от иных типов социального поведения, то ценностно-рациональный и традиционный типы по своему характеру во многом схожи. Отличие состоит лишь в том, что в ценностно-рациональном поведении присутствует осознанное постоянство, порядок и планомерность действий субъекта в достижении поставленной цели. А традиционные действия часто выполняются автоматически, без особого осмысления и носят спонтанный, реактивный характер: просто потому, что так принято, потому, что так делают другие. Но и в традиционном, и в ценностно-рациональном поведении целевую направленность определяют доминирующие в конкретном обществе социальные ценности и принятые нормы. Таким образом, если цель выступает основным критерием типологизации деятельности, то можно говорить о трех ведущих типах поведения: целерациональном, эмоциональном и институциональном. Соответственно, это дает автору основания говорить о наличии трех типов мотивации: мотивация прагматической эффективности (целерациональная или утилитарная); мотивация институциональная (ценностно-рациональная или традиционная); мотивация интенсивных эмоций (аффективная). Конечно, нельзя забывать о том, что одно и то же действие может быть ориентировано на достижение как эмоциональной, так и чисто утилитарной цели. Все указанные мотивационные типы можно объединить в один поведенческий конструкт. Но в любом случае один из побудительных признаков будет доминировать над другими. А даже небольшое преобладание в действиях отдельного человека или социальной группы того или иного мотивационного элемента дает нам возможность определить конкретный тип побудительных сил. Попробуем более детально разобраться с перечисленными выше социологическими типами мотивации поведения.

С.Москвичев называет социальной мотивацией детерминацию поведения со стороны непосредственного социального окружения [7, с. 71]. То есть социальная среда индивида в значительной степени определяет характер его деятельности. Особенно если человек не только постоянно включен в это социальное пространство, но и идентифицирует себя с ним. Финансовое поведение не осуществляется само по себе. Это реакция на социально-экономическую действительность, формируемую групповой хозяйственной

деятельностью. Робинзон Крузо на необитаемом острове не осуществлял финансовых операций, потому что его индивидуальный образ жизни не требовал подобных действий. И только по возвращении в привычное для него общество деньги приобрели для этого героя прежнюю ценность. Таким образом, социальное, и в том числе финансовое, поведение формируется как взаимодействие индивидов, основывающихся на групповых ценностях. Другими словами, социальное содержание мотивации построено на соблюдении норм общественной жизни.

Как правило, под нормой понимают: 1) общепризнанное правило, имеющее обязательную силу; 2) привычное, отвечающее ожиданиям состояние; требуемое действие или бездействие. Благодаря нормам определенные действия из множества возможных становятся обязательными для исполнения или неисполнения всеми членами общества, тем самым нормируя и стандартизируя общественные отношения. Это гарантирует порядок. Во-первых, каждый знает, на что имеют право он сам и другие люди. Во-вторых, каждый знает, чего будет стоить нарушение нормы для него и для других. Формируется уверенная ориентация в социальной среде. Зная нормы, каждый член общества может судить о возможном поведении других членов общества в определенной ситуации и благодаря этому планировать свои действия с учетом стабильно ожидаемой реакции других, чувствуя себя уверенно на сей счет. Нормы задают параметры поведения людей; знание норм координирует это поведение.

Человеческое поведение, обусловленное социальной нормой, может быть мотивировано ожидаемой индивидом реакцией других людей на эти действия. Ожидаемые последствия этих реакций побуждают индивида либо соблюдать норму, либо не соблюдать. И наконец, существует мотив интернализации: ценность одобряемых всеми действий повышается, и они становятся внутрличностными в качестве морали; теперь человек не только считается с ожидаемыми последствиями нарушения нормы (мотив реакции), но и испытывает чувство стыда при неправильном собственном поведении, даже если нет никакой реакции со стороны кого-либо другого [8, с. 116–119]. Таким образом, мотивация поведения человека может основываться на какой-то традиции, чувстве долга. В подобном случае мы можем говорить о мотивации морального и этического характера.

Согласно теории референтных групп, свое поведение личность соотнобразует не со всей совокупностью существующих норм и правил, а с неким социальным образцом. Обычно у каждого индивида имеется несколько подобных эталонов. Их количество и содержание зависит от принадлежности, а еще больше от желания человека принадлежать к той или иной социальной общности. Проецируя на индивидов свои ценности, референтная группа (как социальный эталон) формирует у них систему ценностных ориентаций, которая является базовой матрицей для определенных диспозиций их социального поведения. В свою очередь, диспозиции как предрасположенность субъекта к некоторому поведенческому акту задают базовый тон в формировании мотивационной сферы. Они (диспозиции), выполняя роль указателя направления для удовлетворения потребностей, являются основой возникновения того или иного мотива. Другими словами, можно сказать, что социум и его институты оказывают значительное влияние на формирование человеческой мотивации. Вероятно, что подобный мотивацион-

ный механизм присутствует у всех субъектов общественной жизни, но у одних он носит ярко выраженный характер, а у других выполняет сугубо второстепенные, ситуативные роли. В том случае, когда доминантой человеческого поведения выступают групповые ценности — а к ним можно отнести нормы, правила, традиции и другие социокультурные и социоиноституциональные факторы, — мы можем говорить о реальном присутствии в индивидуальных и групповых действиях мотивации институционального типа.

Примером того, как социальные нормы принимают участие в формировании мотивации, может служить культивирование традиций “сбережения” в западных областях нашей страны вплоть до 40-х годов прошлого века. Считалось обязательной нормой иметь денежные сбережения в банке. Это приветствовалось как властью, так и обществом. Ведь банковские сбережения населения способствовали экономическому росту государства и благосостоянию населения. Обнадёживает тот факт, что подобные традиции постепенно возрождаются не только в западных регионах, но и во всех областях Украины.

Когда же социальные нормы не занимают определяющих позиций в поведении, ядро мотивации формируют другие установочные элементы. В частности, одной из движущих сил может выступать отношение субъекта поведения к имеющимся средствам, конкретной ситуации и ожидаемым последствиям. Как правило, в этой ситуации деятельность человека направлена на решение сугубо прагматических задач, что говорит об утилитарном характере его мотивов. При этом в поведенческой стратегии могут использоваться различные мотивационные конструкты. Как правило, индивид, в деятельности которого доминирует рациональное начало, выстраивает свое поведение, выбирая одну из двух альтернативных стратегий действий. Одна определяется стремлением индивида или группы людей достичь максимально выгодного результата, оптимально используя имеющиеся ресурсы; другая — желанием максимально сохранить имеющиеся ресурсы при достижении поставленной цели. В первом случае основным побудительным фактором выступает сам результат. Здесь главенствует принцип максимизации (максимум достижений при минимуме затрат). Когда же господствует принцип минимизации (минимум затрат при максимуме достижений), мы можем говорить о доминировании в человеческом поведении ресурсосберегающих потребностей и мотивов. Все зависит от того, что в данных условиях или в данной ситуации важнее для индивида или общности людей — сохранить ресурсы или достичь поставленной цели. Особенно ярко проявляются данные принципы при выборе стратегии финансового поведения. То есть человек, желающий рационально распорядиться деньгами, должен или выгодно их вложить, чтобы добиться наибольшей прибыли, или предпринять такие действия, которые в первую очередь обеспечивают их сбережения.

В отличие от рассмотренной нами прагматической мотивации строго подчиненной принципам рациональности, аффективная мотивация, в принципе, иррациональна. Заметим, что и институциональная мотивация также тяготеет к рациональности. Особенно если под объективно рациональным, разумным поведением понимать только действия, ориентированные на подлинное и предельное благо (Н.Кондратьев). Безусловно, эмоциональная составляющая имеет заметное влияние на формирование как целерациональной, так и институциональной мотивации. Но в этих случаях она

выступает своеобразным ориентиром правильности поступков отдельного человека или социальной группы. Мы же хотим сосредоточить внимание на анализе состояний, которые сродни эмоциям, но в то же время отличны от них, — на аффектах и страстях.

Еще С.Рубинштейн отмечал, что в состоянии аффекта, этого стремительно и бурно протекающего психического процесса, возникает определенная заторможенность сознательной деятельности. В этой ситуации человек “теряет голову”, часто не в состоянии адекватно оценивать окружающую обстановку и соответственно регулировать свои действия [9, с. 169]. Люди, склонные к эмоциональному поведению в финансовой сфере, часто руководствуются принципом обратной минимизации — “минимум достижений при максимуме затрат”. Поддавшись искушению заработать “легкие” деньги, они доверяют свои средства финансовым пирамидам, активно участвуют в разного рода лотереях, играют в рулетку и другие азартные игры. На первый план выходит мотив “иметь, чтобы быть”. Иметь деньги, чтобы быть счастливым.

Обычно аффект развивается в критических условиях, в случае внезапного и резкого раздражения, с которым сразу трудно совладать. В состоянии аффекта у человека могут проявиться две линии поведения. Одна из них имеет агрессивную направленность. Она проявляется в стремлении отразить удар ударом, “защититься нападением”. Другая линия поведения проявляется в панике, когда доминирует желание убежать или спрятаться. По своей природе паника и агрессия очень близки. Базой для этих аффективных проявлений служит страх: страх показаться слабым, страх потерять власть, страх перед угрозой жизни или страх лишиться материальных средств. Именно страх потерять денежные накопления был основной причиной панических настроений среди вкладчиков украинских банков в ноябре–декабре 2004 года в период известного политического кризиса.

Что касается страсти, то она по своему накалу и интенсивности возбуждения очень близка к аффекту. Но в отличие от аффекта, страсть всегда выражается в сосредоточенности, собранности помыслов и сил, их направленности на единую цель. По своей сущности страсть представляет собой своеобразный симбиоз эмоциональных и волевых моментов. Человек, захваченный страстью, стремится любой ценой достичь цели. Побуждающим фактором страстного поведения может быть потребность в самоутверждении, которая реализуется через сильное желание обладать предметом страсти. Нередко это желание становится смыслом жизни.

Чтобы картина иррациональной мотивации поведения была завершённой, мы считаем, что аффективные побуждения необходимо дополнить гедонистическими мотивами. Для гедониста очень важно не просто удовлетворить свои потребности, а получить от этого максимальное удовольствие. Направленная таким образом активность будет формироваться под влиянием установки на наслаждение.

Рассмотренные нами типы мотивации социального поведения дают достаточно полное представление о детерминантах социального поведения как конкретного человека, так и группы людей. Особенно наглядно проявление подобного ряда мотивационных факторов при осуществлении финансовых действий. Финансовое поведение представляет собой форму деятельности индивидов и социальных групп на финансовом рынке, связан-

ную с перераспределением денежных ресурсов [10, с. 60–64]. Учитывая, что деньги по своему социально-предметному значению обладают уникальными экономическими качествами и особым социальным смыслом, можно утверждать, что операции с ними являются не только одним из основных элементов экономического поведения населения, но и ведущей характеристикой социальных отношений как между отдельными индивидами, так и между социальными группами. Деньги не свободны от социальных ограничений, в обыденной жизни люди наделяют деньги особым значением и используют их социально обусловленным образом. Характер использования денежных средств зависит от характера отношений между агентами монетарного поведения. Одно дело, когда мы берем ссуду в банке, и совершенно другое, когда мы одалживаем деньги у родственника. Отношения между банком и его клиентами построены на принципах рациональности, и мы должны заплатить определенный процент за пользование кредитом. Совершенно другие отношения существуют между родственниками. Здесь обычно речь не идет о процентах. Просто потому, что так не принято. В этом случае мы сталкиваемся с тем, что принадлежит к разряду социальных норм. Именно они регулируют мотивационные решения подобного поведения.

Объяснения, предлагаемые социологией, можно дифференцировать в зависимости от того, считаются ли в них базовым конструктом сами действующие субъекты или ситуации, в которых эти субъекты находятся. В рациональных моделях мотивации финансового поведения люди действуют так или иначе исходя из конкретной ситуации, и их поведение меняется, когда ситуация изменяется. В рассмотренной нами классификации этот тип мотивации соответствует целерациональному действию. В его основе лежит ожидание определенного поведения неких объектов внешнего мира и других людей и использование этого ожидаемого поведения в качестве “условий” или “средств” для достижения своей рационально поставленной и продуманной цели.

В моделях институциональной мотивации ведущую роль в формировании стратегии финансового поведения могут играть: принадлежность индивидов к определенной культуре, их общественное положение и желание соответствовать некоторому социальному эталону. Человек действует исходя из этих обстоятельств, пытаясь соответствовать требованиям референтной для него группы и с учетом имеющихся у него ресурсов.

Институциональная мотивация определяется ценностными диспозициями и стереотипами социального поведения, типичными для определенной социальной, этнической и семейной среды. В зависимости от доминирования тех или иных шаблонов социальных действий возникают и воспроизводятся те или другие варианты финансового поведения. В основе мотивов финансового поведения этого типа лежит отношение к деньгам как к средствам социального воспроизводства, социального влияния и компенсации. В массовом сознании деньги выступают как цель или средство, самодостаточная ценность или транзитное условие самообеспечения. Все зависит от места, которое они занимают в структуре представлений и стереотипов социального поведения [11, с. 69]. Индивид склонен руководствоваться теми мотивами, которые позволят ему реализовать наиболее типичную для его социальной группы модель финансового поведения.

Таким образом, финансовое поведение, базирующееся на социальных нормах, детерминировано рядом факторов: культурно-информационными стереотипами; социальным положением индивида; индивидуальными потребительскими и сберегательными привычками, сформированными в семье; характером источников дохода и назначением этих денег; спецификой отношений между субъектами финансового поведения. Рассмотрим их подробнее.

Культурно-информационные стереотипы¹ обуславливают не только финансовое поведение, но и всю экономическую деятельность почти во всех странах мира. Это породило новую схему финансовых отношений: информация — деньги — товары и услуги — деньги — информация. Культурные стереотипы финансового поведения после их глобальной информатизации становятся акселератором инвестиционно-сберегательных или кредитных действий. Растиражированные культурные стереотипы формируют установки и ценностные ориентации, под воздействием которых возникают те или иные потребности и мотивы населения в финансовой сфере. Ярчайшим воплощением этого феномена является реклама и создаваемые ею типы социального поведения.

Во многом финансовое поведение индивида определяется его положением в социуме, желанием быть похожим на некую социальную группу, в которую он входит либо стремится войти. Нередко ведущим мотивом финансового действия является потребность соответствовать нормам своего круга. Так, представитель деловой элиты институционально не может позволить себе того, что дозволено мелкому предпринимателю. В социальных группах, различающихся по образу жизни, уровню доходов и системам ценностей, формируются фиксированные доли и пропорции использования денежных ресурсов. Как справедливо утверждал Дж.Дьюзенбери, индивид в своем потребительском и сберегательном поведении ориентируется на группы, к которым он хочет принадлежать. Поэтому и потребительское, и сберегательное поведение может определяться культурными и социальными нормами соответствующей социальной страты. В дополнение к сказанному необходимо заметить, что финансовое поведение является специфической формой деятельности, в которой экономический расчет может быть переплетен с ритуальной игрой и борьбой за социальный статус. Особенно это заметно в предпринимательской среде, когда движущим мотивом финансового поведения выступает стремление доказать окружающим свои способности “делать” большие деньги.

Достаточно часто мотивация финансового поведения детерминирована привычками, сформированными в семье. Умение распоряжаться ресурсами и вести хозяйство порой закладывается еще в детстве, на основе наблюдения за поведением родителей, когда формируются индивидуальные сберегательные и потребительские привычки [12, с. 87].

Анализируя влияние социальной среды, В.Зелизер утверждает, что деньги персонализированы и имеют для индивида различное значение в зависимости от их источника и назначения. Например, даже при абсолютной

¹ Культурно-информационный стереотип — восприятие, классификация и оценка социальных объектов (событий) на основе определенных культурных и информационных представлений.

идентичности полученных сумм люди по-разному воспримут неожиданный доход, если в одном случае речь идет о премии, а в другом — о наследстве [13, с. 167]. Можно предположить, что на мотивации финансового поведения также сказывается характер источника пополнения финансовых ресурсов. Так, функциональное использование денег, полученных в подарок, обусловлено иными мотивами, чем в ситуации заработка. Часто деньги в виде подарка мы тратим на вещи, которые не можем по каким-то соображениям приобрести за зарплату.

Финансовые действия индивидов зависят не только от действий других индивидов, но и от характера отношений с ними. Близким друзьям не дают деньги под проценты и не платят за услуги. Хорошие, дружеские отношения между банкиром и его клиентом могут предотвратить обращение клиента к другому банку, где условия предоставления финансовых услуг более выгодные. Взаимоотношения между субъектами инвестиционно-сберегательного действия накладывают заметный отпечаток на финансовое взаимодействие, а значит на мотивацию финансового поведения.

На мотивацию финансового поведения населения существенное влияние оказывает уровень доверия к органам власти. Подтверждением этому может послужить упомянутая выше ситуация в банковском секторе Украины в ноябре–декабре 2004 года, когда политический кризис, подорвав доверие населения к бывшей власти, стал мощным катализатором паники среди украинских граждан, негативно сказавшейся на отечественном финансовом рынке. Кроме того, подчас уклонение от уплаты налогов, характерное как для отдельных индивидов, так и для определенных социальных групп, основывается на опасениях, что эти денежные средства будут использованы исключительно в интересах государственных чиновников, а не на пользу общества. Масштабы уклонения от налогов также зависят от отношения в том или ином социуме к самому институту налогообложения. Если в обществе неплательщики налогов не встречают должного осуждения, то вряд ли можно рассчитывать на честную уплату налогов большинством граждан. Нередко подобное молчаливое одобрение закрепляется в виде некоей неформальной социальной нормы.

В процессе социализации традиции, нормы и правила усваиваются личностью и становятся элементами ее ценностных диспозиций. Другими словами, из внешних ограничителей они трансформируются во внутренние регуляторы человеческого поведения. Индивид соблюдает нормы, ибо, нарушив их, он будет испытывать чувства смятения, беспокойства, вины и стыда. При этом “полезность” этих регулятивов не всегда соотносится с эффективным использованием денежных ресурсов и, как правило, не определяет ориентированность на будущее.

В отличие от институциональной мотивации, мотивы прагматической эффективности финансового поведения основываются на жесткой калькуляции денежных ресурсов и учете баланса накоплений и затрат. Следует отметить, что величина затрачиваемых ликвидных средств, как правило, соизмеряется с пользой этих затрат, суммой и величиной усилий, которые необходимо приложить, чтобы получить соответствующий доход [11, с. 68–69]. Данный тип мотивации может иметь два вида, отличающихся своей направленностью: а) на улучшение финансового состояния конкретного субъекта поведения; б) на достижение социально значимых целей.

Мотивы, предполагающие достижение той или иной цели финансового поведения, как отмечалось, подчинены сохранению имеющихся средств или получению максимально возможного приращения ресурсов. Как правило, они актуализируются через следующие группы потребностей:

- 1) потребности в инвестировании, выражающиеся в необходимости вложения имеющихся временно свободных денежных средств, с целью их приумножения в будущем и реализующиеся через приобретение акций высокодоходных предприятий, вложение денег в собственное дело, депозитный вклад в банк под выгодный процент, получение образования и т.д.;
- 2) потребности в финансировании, выражающиеся в необходимости привлечения дополнительных денежных средств для финансирования текущего производственного и личного потребления и активизирующие намерения оформить кредит в соответствующем учреждении или реализовать тот или иной предмет, обладающий высоколиквидным свойством;
- 3) потребности в рационализации оборота финансовых активов, выражающиеся в необходимости обеспечить сохранность имеющихся денежных средств, в оптимизации их движения и использования и, как правило, удовлетворяемые за счет вложения денег в недвижимость, ценные бумаги, свободно конвертируемую валюту, драгоценности, предметы искусства и т.п. [подр. см.: 14, с. 9–10].

В основе мотивации инвестиционно-сберегательного поведения могут лежать не только сугубо финансовые интересы, но и социально значимые цели, не предполагающие прямой материальной выгоды, но не менее прагматические. К ним можно отнести: накопление денег для удовлетворения социальных потребностей в будущем; обеспечение нормального потребления в соответствии со сложившимися стандартами жизни; вынужденное ограничение потребления и соответствующих финансовых затрат в связи с падением уровня дохода; инвестирование денег в социально-политический проект, обеспечивающий повышение социального статуса индивида, и пр.

В дополнение к представленным выше типам мотивации (обусловленной социальными нормами и рациональными основаниями) необходимо рассмотреть мотивацию, имеющую эмоциональную окраску, то, что Вебер объяснял аффективным или эмоциональным состоянием индивида, а мы отнесли к иррациональной мотивации.

Мотивацию эмоционального характера в целом можно разделить на три группы, объединяющие определенные мотивы: страха, удовольствия и самоутверждения. Особые внутренние побуждения, часто скрывающиеся от посторонних глаз, вызывают у человека такое сильное эмоциональное состояние, как страх. Это достаточно сложная система мобилизации человеческих способностей и ресурсов, направленной на достижение цели. При этом характер цели финансового действия подчинен купированию или устранению причин, которые, по мнению индивида, являются источником этого чувства. Выражается подобная мотивация в формулировках типа: “достойно содержать свою семью”; “быть не хуже чем у других”; “на черный день”; “на всякий случай”; “пока не поздно” и т. п. Гипертрофированным проявлением страха в финансовом поведении можно считать мотив скупости. В этом случае происходит абсолютизация функции денег как средства накоп-

ления. Это приводит к тому, что у субъекта, даже в ущерб собственному уровню жизни, смыслом существования, чуть ли не единственной целью становится накопление денег. При этом ни о каком рациональном использовании имеющихся денежных средств не может быть и речи.

Мотиву скупости противостоит мотив расточительства. Основанием этого мотива служат потребности в удовольствии. Существует мнение, что подобные установки зависят от величины денежных средств. То есть чем больше денег находится в распоряжении человека, тем сильнее соблазн пойти на поводу эмоциональных (иррациональных) мотивов. Ограничители, которые держат человека в рамках возможного и должного, порою теряют силу, и открывается иллюзорная перспектива беззаботного существования. Тогда гедонистическая функция денег абсолютизируется и противопоставляется их экономическим функциям: удовольствие от неограниченного потребления “заслоняет” рациональные мотивы, побуждающие человека лимитировать затраты денежных средств в соответствии с мерой и интенсивностью их накопления.

Разумеется, в большинстве случаев гедонистические мотивы расходования денежных средств играют отнюдь не ведущую роль. Как правило, люди, особенно активно действующие в сфере экономики, — существа рациональные, мыслящие преимущественно категориями должного и возможного. Они сознательно ограничивают себя, исходя из величины доходов, разумных целей, норм и соглашений, которые считают для себя обязательными. И самое главное: деньги, имеющиеся в их распоряжении, по большей части являются следствием затраты собственных ресурсов, платой за усилия, предпринятые в прошлом. Удовольствие от траты ликвидных средств не компенсирует расходы, в том числе затраты собственных сил, направленные на получение определенного дохода. То есть в типичных ситуациях использование денежных средств дозируется в соответствии с калькуляцией затрат, связанных с их накоплением.

Безусловно, гедонистическая мотивация финансового поведения не ограничивается мотивами расточительства. Своеобразным проявлением гедонистического поведения можно считать азартные игры на деньги. Когда субъектом управляет мотив выигрыша, основой его ценностной диспозиции может быть желание легко и быстро получить некоторую сумму денег. При этом действия человека иррациональны. Лотерея, рулетка, игровые автоматы не требуют от индивида больших знаний, делового расчета и значительных усилий. Но возможность быстрого и легкого обогащения порождает азарт — чувство, толкающее человека на нерациональные действия и в то же время обеспечивающее мощный эмоциональный прилив.

Еще одним элементом гедонистической мотивации финансового поведения можно считать потребность в общении. Этот мотивационный фактор чаще всего не выдвигается субъектом на первые роли при осуществлении того или иного инвестиционно-сберегательного поведения. Человек при актуализации конкретного финансового поведения руководствуется более рациональными соображениями. Потребность в общении становится для него важным мотивационным фактором благодаря определенным контактам в процессе осуществления финансовой операции либо непосредственно вытекающим из этого. Было замечено, что для некоторых людей, особенно старшего возраста, получение денег по процентам депозитного вклада при-

обретает характер некоего ритуала общения с банковскими работниками. Для них определенное удовольствие доставляет не только получение денег, но и возможность получить при этом положительные эмоции — то, что Дж. Тернер называл “эмоциональным капиталом”. По его мнению, люди часто “тратятся” на разговор или беседу, надеясь получить не только власть (уступку), престиж или одобрение, но и вознаграждение в виде эмоций [15, с. 126].

Иной раз человек получает удовольствие от самого содержания финансового процесса. Мотивация в подобных случаях основывается на получении прибыли. При актуализации мотива прибыли индивид стремится рационально использовать имеющиеся денежные ресурсы для увеличения своего финансового состояния. В этом случае его интерес состоит в том, чтобы выгодно вложить средства и вложить их именно так, чтобы они были в обороте, чтобы “деньги делали деньги”. Человек совершает подобные действия не только ради достижения внешней цели-прибыли, но и с тем, чтобы ощутить свои силы и самоутвердиться. Часто у людей такого типа наблюдается страсть к самому процессу приумножения денег. Это дает им возможность ощутить собственную компетентность, утвердиться в своих возможностях, что, в свою очередь, обеспечивает мощный прилив эмоций и является важным побуждением (причиной) финансовой активности. Подобные ощущения сигнализируют о наличии процессуально-содержательной мотивации в поведении индивида.

Мотивационный механизм финансового поведения, как и всякого другого социально детерминированного поведения, направлен на удовлетворение социогенных потребностей и потребностей индивидуального роста. Если социогенные потребности характеризуются стремлением к межличностному или межгрупповому взаимодействию, то побуждения индивидуального роста обусловлены уровнем притязаний отдельного человека или конкретной группы людей. Сталкиваясь с ценностными диспозициями, социальными установками и нормами, преобладающими у индивидов конкретной социальной общности, подобные побуждения трансформируются в детерминанту-мотив финансового поведения. В зависимости от обстоятельств окружающей действительности и (или) наличия социально-психологического подкрепления данный мотив преобразуется (или не преобразуется) в конкретную финансовую операцию.

Учитывая сущность денег, их функции как универсального платежного средства и в то же время социально обусловленного продукта, в мотивации финансового поведения населения можно выделить три основных типа: мотивация прагматической эффективности; институциональная мотивация; мотивация эмоциональной направленности.

Перечисленные мотивационные классы не являются обособленными друг от друга структурами. Они могут одновременно участвовать в реализации одной финансовой стратегии. Возможна также ситуация, когда финансовое поведение будет детерминироваться только одним из указанных мотивов.

В любом случае мотивация финансового поведения носит социальный характер. Природа финансового поведения глубоко социальна, что касается и самого характера инвестиционного, сберегательного, фискального или кредитного действия. Вне межличностного и межгруппового взаимодейст-

вия теряется смысл осуществления любых финансовых операций. Это обусловлено социальным характером денег. Вне общества и общественных отношений они не обладают какой-либо ценностью. Таким образом, потребности и мотивы финансового поведения имеют глубокие социальные корни.

Социологический анализ мотивации финансового поведения дает возможность не только понять процессы, происходящие в области инвестиционной, сберегательной, фискальной и кредитной активности населения, но и позволяет разработать методы оптимизации мотивационной и социокультурной матрицы финансового поведения на индивидуальном и групповом уровне. Знание и учет социологических аспектов потребностей и мотивов в данной сфере человеческого взаимодействия поможет активизировать приток денежных средств в реальное производство, обеспечить стабильность экономической ситуации и избежать таких неблагоприятных феноменов современной общественно-экономической жизни, как массовое уклонение от уплаты налогов, валютная паника и нерациональное хранение или использование денежных средств.

Литература

1. Головаха Е.И., Панина Н.В. Социальное безумие: История, теория и современная практика. — К., 1994.
2. Суйменко Є.І. В якій Україні ми живемо? Ще одна версія сутності “трансформації” ... // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 1998. — № 6. — С. 176–194.
3. Занюк С. Психология мотивации. — К., 2002.
4. Радаев В.В. Экономическая социология : Курс лекций. — М., 1998.
5. Саломон К. Культурная экспансия и экономическая глобализация // Мировая экономика и международные отношения. — 2000. — № 1. — С. 1085–1111.
6. Беккер Г.С. Экономический анализ и человеческое поведение // THESIS. — Вып.1. — С. 24–40.
7. Москвичев С.Г. Мотивация, деятельность и управление. — К., 2003.
8. Вайзе П. Homo eonomicus и homo sociologicus: монстры социальных наук // THESIS. — 1993. — Вып.3. — С. 115–130.
9. Рубинштейн С.Л. Эмоции // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В.К.Виллюна, Ю.Б.Гиппенрейтер. — М., 1993. — С. 160–170.
10. Зелизер В. Создание множественных денег // Экономическая социология. — 2002. — Т. 3. — № 4 (Сентябрь). — www.ecsoc.msses.ru. — С. 58–72.
11. Верховин В.И. Структура и функции монетарного поведения // Социологическое исследование. — 1993. — № 10. — С. 67–73.
12. Скурятин Е. Сберегательные стратегии населения: основные понятия и операционализация. Экономическая социология. — 2002. — Т. 3. — № 4 (Сентябрь). — www.ecsoc.msses.ru. — С. 82–91.
13. Ефременко Т. Финансовое поведение населения Украины // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2002. — № 2. — С. 165–175.
14. Капитанец М.Э. Экономическое поведение субъектов банковского рынка. — Саратов, 2000.
15. Тернер Дж. Аналитическое теоретизирование // Теория общества. — М., 1999. — С. 121–136.