

DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.9

УДК 332.1, 303.09, ББК 65.04

© Чиждова Л.А., Тутыгин А.Г., Максимов А.М., Кошуняева Н.В.

Экономическое поведение населения региона: роль социокультурных факторов в условиях Арктики



Людмила Александровна ЧИЖОВА

Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики
имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН
Архангельск, Российская Федерация
e-mail: chijova.mila@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-0298-5248; ResearcherID: D-1867-2019



Андрей Геннадьевич ТУТЫГИН

Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики
имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН
Архангельск, Российская Федерация
e-mail: andgt64@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-9821-651X; ResearcherID: AAD-6430-2022



Антон Михайлович МАКСИМОВ

Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики
имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН
Архангельск, Российская Федерация
e-mail: amm15nov@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-0959-2949; ResearcherID: AAO-7228-2021



Надежда Владимировна КОШУНЯЕВА

Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики
имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН
Архангельск, Российская Федерация
e-mail: n.koshunyaeva@narfu.ru
ORCID: 0009-0007-0779-9141

Для цитирования: Чиждова Л.А., Тутыгин А.Г., Максимов А.М., Кошуняева Н.В. (2025). Экономическое поведение населения региона: роль социокультурных факторов в условиях Арктики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 4. С. 164–183. DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.9

For citation: Chizhova L.A., Tutugin A.G., Maksimov A.M., Koshunyaeva N.V. (2025). Economic behavior of the region's population: The role of socio-cultural factors in the conditions of the Arctic. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 18(4), 164–183. DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.9

Аннотация. Трансформации, происходящие в социокультурном пространстве России в последние три десятилетия, определяют различные аспекты человеческого поведения, включая экономическое. Цель исследования — оценка влияния базовых компонентов социокультурного пространства арктического региона на формирование населением стратегий своего экономического поведения, среди которых выделяют ценности, нормы, установки, социальное самочувствие, социальный капитал, человеческий капитал, идентичность, культурное потребление. В статье представлена краткая характеристика современных подходов к изучению экономического поведения, базирующихся на междисциплинарных связях экономики, социологии и других наук. Далее с помощью социологического исследования авторам удалось выявить и описать тенденции экономического поведения населения конкретного арктического региона — Архангельской области. С помощью решающих матриц Г.С. Поспелова выполнена оценка влияния компонентов социокультурного пространства на выбор стратегии экономического поведения и определена структурная иерархия компонентов по степени этого влияния. В частности показано, что воздействие базовых компонентов на экономическое поведение демонстрирует высокую устойчивость, при этом наиболее весомый структурный вклад вносят социальное самочувствие и ценности «материализма» / «постматериализма». Научная новизна исследования заключается как в применении междисциплинарного подхода к изучению особенностей экономического поведения населения арктического региона, так и в оценке влияния различных структурных элементов социокультурного пространства на выраженность того или иного вида экономического поведения индивидов и домохозяйств (потребительского, сберегательного и инвестиционного). Практическая значимость предложенного авторами подхода связана с возможностью его дальнейшего использования в целях разработки моделей и программ развития для различных арктических территорий и регионов, отличающихся социально-экономическими, этнокультурными и ценностными характеристиками и стратегиями экономического поведения населения.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие территории, социокультурное пространство, трансформация, экономическое поведение, метод решающих матриц, регионы российской Арктики.

Благодарность

Статья подготовлена в рамках государственного задания по теме ФНИР «Теоретико-методологические основы комплексного управления ресурсами развития территорий в современных условиях (на примере западной части Арктической зоны Российской Федерации)», № гос. регистрации 125021902597-5.

Введение

Экономическое поведение населения является предметом исследований многих отечественных и зарубежных ученых, которые подходят к этому феномену с разных точек зрения, применяя обширный инструментарий разных дисциплин. Не останавливаясь на этом подробно, лишь сошлемся на такие работы, как (Кремлев, 2024; Орлов, Луговой, 2024; Kahneman, Tversky, 1979; Thaler, 2016). При этом изучение экономического поведения может осуществляться на самых различных уровнях агрегации, начиная от индивидуальных агентов и домохозяйств и заканчивая целыми социальными сообществами различных масштабов.

В настоящей работе мы рассматриваем поведенческие процессы совокупностей отдельных агентов и домохозяйств, находящихся на территории отдельно взятого арктического региона России (Архангельской области), обладающего рядом ярко выраженных особенностей, подробно описанных в исследованиях (Подоплёкин, 2016; Лукин, 2022; Лаженцев, 2025), а также в наших монографиях (Чижова и др., 2022; Чижова Л.А и др., 2023), а именно: периферийность положения, дисперсность проживания населения, его низкая плотность и концентрация в агломерации вокруг областного центра; сравнительно низкая (для региона

европейской части РФ) транспортная доступность, неблагоприятный климат и связанные с ним издержки (в сфере энергетики, сельского хозяйства и т. д.); сочетание старожильского населения с большой долей пришлого населения из других регионов на фоне моноэтничности; соединение признаков рентного и сервисного типа в экономике области; статус региональной столицы как научно-образовательного и культурного центра Европейского Севера России и европейского сектора Арктической зоны РФ. Перечисленные особенности, часть из которых типична для арктических регионов, а часть уникальна, выступают не только факторами экономического поведения, но и задают параметры социокультурного пространства Архангельской области: выраженную региональную идентичность, «вписывание» региона в общественном сознании в историко-географический контекст Русского Севера, высокий уровень культурно-потребительских запросов, относительно высокое качество человеческого капитала, прагматическую ценностную ориентацию и низкий уровень социального доверия.

Отметим, что население региона, вовлеченное в трансформационные преобразования, переживает процесс социокультурного разделения на группы, обладающие неодинаковыми поведенческими характеристиками (Ласточкина, 2012). В настоящее время в связи с цифровизацией экономики и социума происходит смена технологий (технологических укладов), появляются новые бизнес-направления и профессии, изменяются показатели производительности труда, модифицируется образ жизни людей, возникают новые формы связи и коммуникации, используются современные методы сбора и обработки информации, что в совокупности приводит к естественным и неизбежным изменениям экономического поведения населения (Тутыгин, Чижова, 2020).

Например, руководствуясь предложенной в работе (Клейнер, Рыбачук, 2017) системной концепцией пространственно-временного подхода, мы рассматриваем экономическое поведение населения как совокупность сложных динамических процессов, протекающих в определенных рамках социокультурного пространства региона (Чижова и др., 2023). Такой взгляд на феномен экономического поведения ни в какой степени не противоречит другим трактов-

кам, приведенным ниже, а лишь дополняет его динамической составляющей.

Цель исследования состоит в оценке влияния базовых компонентов социокультурного пространства арктического региона на формирование населением стратегий своего экономического поведения, при этом мы различаем два относящихся к экономическому поведению понятия — «вид» и «стратегия». Если первое из них имеет скорее статическую природу, то второе характеризует процесс, связанный с выбором. Выбор стратегии поведения, как правило, зависит от большого количества факторов, не всегда явно выраженных и до конца осознаваемых лицом, осуществляющим этот выбор, а уже вид экономического поведения, характеризуемый набором соответствующих показателей и индикаторов, как раз соотносится с констатацией наблюдаемых практик.

Сложность достижения поставленной цели заключается в том, что прямая оценка такого влияния крайне затруднительна по целому ряду причин и поэтому практически нереализуема. Во-первых, это вызвано большим количеством факторов влияния, не поддающихся сколько-нибудь упорядоченной процедуре отбора, а также приемлемой количественной оценке, что, в свою очередь, ставит под сомнение корректность применения общепринятых математико-статистических методов анализа. Во-вторых, наличие высокая степень неопределенности социокультурного контента, неразрывно связанного с наличием динамично изменяющейся социально-экономической ситуации на территории проживания. В-третьих, первые две трудности являются серьезным препятствием при любой попытке прямой формализации причинно-следственных связей, а значит, и построения соответствующей концептуальной модели поведения. Таким образом, принятие решения о следовании той или иной стратегии экономического поведения тем или иным агентом (группой агентов, домохозяйством и т. д.) не сопровождается как явно выраженной иерархией формального выбора альтернатив, так и эффективными инструментами оценки их полезности (Тутыгин и др., 2024).

В связи с этим исследовательская проблема, на наш взгляд, заключается в преодолении противоречий между такими социокультурными сущностями, как ценности, социальное самочувствие, человеческий и социальный капи-

тал, идентичность, культурное потребление, с точки зрения выбора поведенческой стратегии. Авторы предлагают разрешить поставленную проблему путем анализа проявления этих сущностей через призму социокультурного пространства (реляционные проявления сущностей). Следует отметить, что она является составной частью более общей научной проблемы, заключающейся, на наш взгляд, в критическом рассогласовании ретроспективных характеристик и современного среза ситуации по отношению к социокультурному пространству российской Арктики.

Исходя из изложенного выше, объектом исследования следует считать социокультурное пространство региона как системный конструкт, состоящий из базовых компонентов (сущностей), а предметом — экономическое поведение агентов (населения), сформированное под их прямым и опосредованным влиянием. Таким образом, гипотезой исследования является предположение о том, что экономическое поведение представляет собой некую целостность, структура которой во многом определяется базовыми компонентами социокультурного пространства (сущностями). Отметим, что согласно неоклассической концепции под экономическим поведением населения принято понимать «...форму активности человека, его осознанную деятельность в воспроизводственной сфере, направленную на субъективную оптимизацию результатов (максимизацию ожидаемой полезности) вследствие соотнесения имеющихся предпочтений и ограниченных ресурсов с возможными вариантами их использования...» (Белехова, 2018), что вполне укладывается в логику нашего исследования.

В качестве основных исследовательских задач примем следующие:

- 1) получить системное представление о современной научной проблематике, связанной с вопросами экономического поведения;
- 2) с помощью проведения социологического исследования выявить тенденции экономического поведения населения конкретного арктического региона (Архангельской области) с учетом его специфики;
- 3) выбрать и верифицировать относительно цели исследования соответствующий инструментарий для оценки влияния компонентов социокультурного пространства на экономическое поведение населения.

Методы исследования

Исходя из описанной выше постановки проблемы и набора исследовательских задач, авторы приходят к выводу о том, что наряду с использованием общепринятых процедур социологического анализа необходимо выбрать дополнительный инструмент, позволяющий выстраивать формальную иерархию причинно-следственного характера. Для целей исследования влияния базовых компонентов социокультурного пространства на выбор стратегий экономического поведения (в итоге приводящих к формированию того или иного вида экономического поведения) предлагается использовать идею метода решающих матриц Г.С. Поспелова (Поспелов и др., 1981). Для ее реализации ниже будет построена трехуровневая иерархия «стратегии — реляционные проявления — сущности», с помощью которой на основе анализа собранных как количественных, так и вербальных данных будут получены оценки влияния компонентов социокультурного пространства на выбор стратегии экономического поведения, а также долей «присутствия» базовых компонентов в структуре каждого из его видов.

Результаты исследования

Подходы к исследованию проблематики экономического поведения

Современные подходы к изучению экономического поведения базируются на междисциплинарных связях экономики, социологии, философии, культурологии и психологии.

Экономическое поведение, являясь определенной формой социокультурного процесса, имеет ряд социально-философских (ценностных) и культурологических (ментальных) характеристик, подробно рассмотренных в работах (Золотухин, 2018; Золотухин и др., 2020). Анализ меняющихся практик экономического поведения на конкретных территориях позволяет органам власти регионов грамотно выбирать приоритеты стратегического управления, в перспективе не только уточнять представления о причинах актуального социально-экономического состояния региональных общностей, но и прогнозировать пути их дальнейшего развития (Яковлева, 2019).

В современных исследованиях принято выделять несколько видов экономического поведения: потребительское, кредитное, сберегательное и инвестиционное. Следует отметить,

что экономическое поведение во всех своих проявлениях крайне значимо для жизнедеятельности российской банковской системы. Например, сбережения населения выступают важным источником финансовых ресурсов, известна закономерность экономического поведения: «объемы вкладов населения растут в декабре, в январе практически всегда происходит изъятие населением своих денежных средств из банков» (Гамукин, 2020).

Структурные сдвиги потребления и трансформация экономического поведения на региональном уровне не могут быть объяснены только изменениями доходной части домохозяйств, а требуют учета демографических, расселенческих и институциональных факторов (Зубаревич, Сафронов, 2019). Население «богатых» регионов предпочитает тратить деньги на отдых и развлечения, но эти траты сжимаются в условиях кризисного спада доходов. Сберегательное поведение наиболее развито в крупнейших федеральных городах. Просроченная задолженность по кредитам выше в субъектах РФ с низкими доходами и ресурсодобывающих регионах, где население стремится поддержать достигнутый уровень потребления за счет кредитов.

Региональная специфика экономического поведения населения с учетом экономической дифференциации, потребительских установок и особенностей поведения в период текущего кризиса находит отражение в работах ученых из стран Евросоюза. На примере польских воеводств (областей) показано, что на их уровне наблюдается значительная дифференциация социально-экономического развития территорий, включая доходы домохозяйств, а текущий кризис, вызванный последствиями военных действий на Украине, не способствует сокращению различий. При этом активно идут процессы формирования пессимистических настроений потребителей, включая их экономическое поведение, ведущее к падению спроса и снижению уровня удовлетворения потребностей (Murawska, 2024).

Адаптация потребительского поведения населения к кризисным условиям обычно происходит в следующих направлениях: наблюдается увеличение доли расходов на питание в структуре потребительских расходов, происходит снижение количества (объема) потребления товаров и услуг, заметно падает качество приобре-

таемых товаров. Такие адаптационные механизмы жителей российских регионов в длительной перспективе приводят к нарушению воспроизводства человеческого потенциала (Дементьева, 2018).

С точки зрения психологии экономическое поведение во многом зависит от социально обусловленных устремлений и социальной среды индивида, что должно учитываться в изучении экономического неравенства, социального конфликта, принятия решений о деторождении, принятия риска и постановки целей (Genicot, Ray, 2020). Достаточно популярными являются исследования гендерных различий в экономическом поведении. В работе ученых из Эквадора, выполненной по опросам респондентов из 16 стран Латинской Америки, показано, что экономическое поведение женщин более связано с инновациями (мужчины более консервативны), а экономические реалии описываются лицами женского пола чаще всего посредством рефлексивной оценки и эмоционального интеллекта (Lascano Corrales, 2024).

В работе китайских ученых проанализировано, как демографические сдвиги и государственное социальное обеспечение влияют на стратегии инвестирования домохозяйств. Результаты панельных исследований демонстрируют существенную негативную связь между бременем ухода за пожилыми людьми и инвестиционным поведением домохозяйств. Наблюдаемая тенденция к более консервативному инвестиционному поведению среди домохозяйств с более высокой нагрузкой по уходу за пожилыми людьми согласуется с теориями жизненного цикла и осторожных сбережений (Wang et al., 2025).

Достаточно интересными являются результаты многочисленных зарубежных исследований, посвященных различным аспектам экономического поведения в контексте влияния факторов социокультурного пространства.

Так, например, в совместной работе ученых из Великобритании и Франции показано, что не только социальные, но и личные нормы формируют экономическое поведение человека. Авторы с помощью эксперимента доказывают, что личные нормы наряду с социальными нормами и денежным вознаграждением в высокой степени предсказывают поведение индивидов, являясь одним из ключевых факторов экономического поведения (Bašić, Verrina, 2024).

Роль религии как компоненты социокультурного пространства и её влияние на поведение экономических агентов и динамика экономических систем в целом рассмотрены в работе (Al Fozaie, 2023), в которой предлагается подход, позволяющий операционализировать и анализировать саму религию, проверять, воплощает ли она какие-либо принципы, которые могут препятствовать социально-экономическому развитию, облегчая построение количественной метрики, стремящейся различать религию и экономическое поведение ее представителей.

Исследованию взаимосвязи между экономическим и религиозным поведением в условиях социальных изменений в обществе посвящена коллективная работа индонезийских ученых (Syauta et al., 2022). На примере анализа текстов Библии и Христианского учения показаны ценности (честность, доброта, искренность и т. д.) и установки (к труду, к обмену, к организации быта и пр.), оказывающие влияние на экономическое поведение верующего человека.

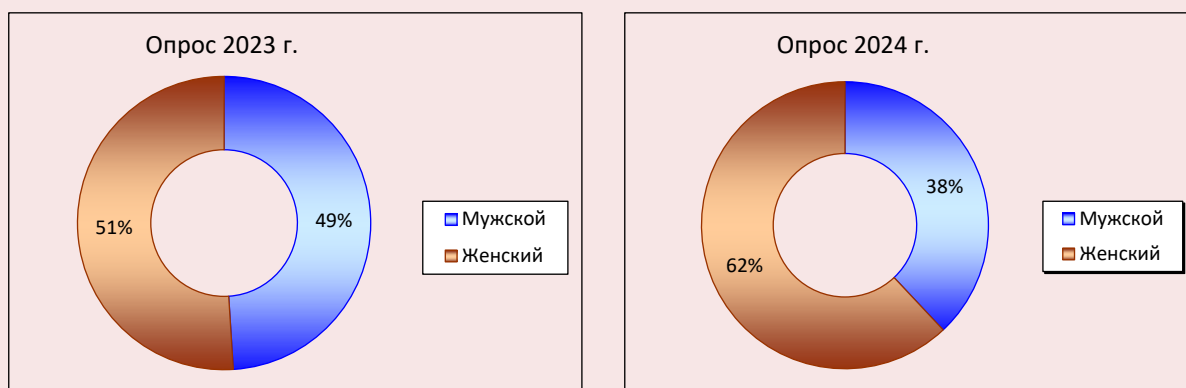
Особенности экономического поведения населения арктического региона (на материалах опросов в Архангельской области)

Арктические регионы России характеризуются историко-культурными особенностями и

окраинным экономико-географическим положением, что способствует более явному проявлению трансформаций социокультурной сферы. Жизнедеятельность в российской Арктике в современных условиях обусловлена целым спектром экономических, экологических и социокультурных факторов и условий, которые в свою очередь приводят к изменениям ожиданий населения, социального самочувствия и поведенческих паттернов. Все это в полной мере относится к Архангельской области, население арктических муниципалитетов которой составляет почти четверть всего населения Арктической зоны Российской Федерации (АЗРФ)¹. Эмпирической базой исследования стали данные двух массовых выборочных опросов, проведенных нами в Архангельской области в мае 2023 года (378 респондентов) и мае 2024 года (505 респондентов). Тип выборки — потоковая, квотная (по полу, возрасту и типу поселения — город либо сельская местность), ее подробное описание содержится в базе данных, разработанной коллективом лаборатории проблем развития территорий ФИЦКИА УрО РАН².

На рисунке 1 представлена структура выборок обоих опросов по полу. В 2023 году соотношение полов в выборке примерно соответствовало ему в генеральной совокупности, в 2024

Рис. 1. Распределение респондентов по полу, %



Источник: составлено авторами.

¹ Официальная статистическая информация о социально-экономическом развитии Арктической зоны Российской Федерации в 2025 году. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/calendar1_2025.htm (дата обращения 10.05.2025).

² Система показателей социального самочувствия, экономического поведения, идентичности и ценностей населения Архангельской области: база данных за 2023–2024 гг. Свидетельство о регистрации базы данных RU 2024625362, 20.11.2024. Заявка № 2024624884 от 01.11.2024.

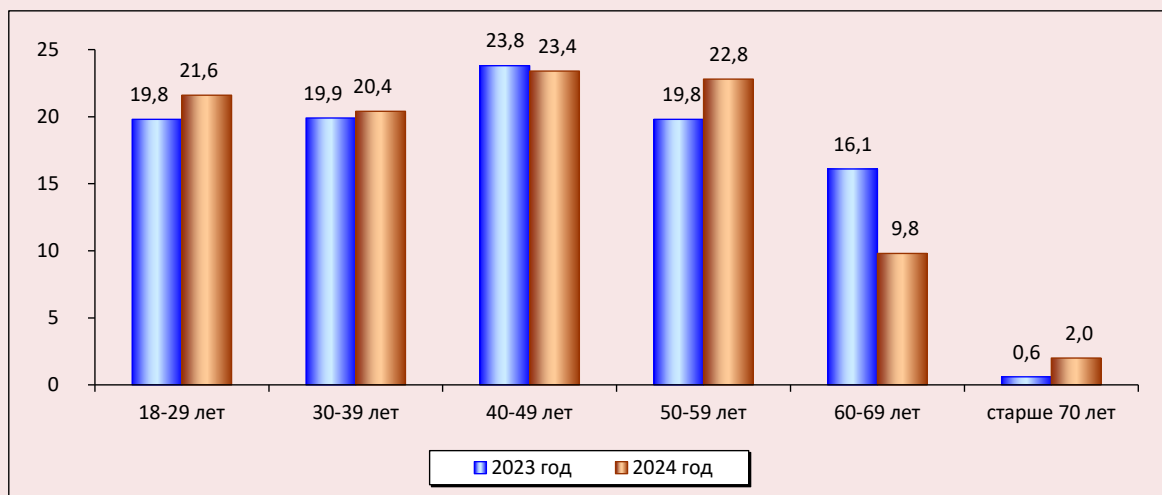
году в нашей выборке имело место смещение в пользу женщин. Для устранения этой диспропорции между полами было осуществлено перевзвешивание данных с целью привести доли мужчин и женщин в выборке к целевым показателям.

Диаграмма на *рисунке 2* отражает распределение респондентов по возрастным когортам. По всем когортам трудоспособного населения доли в выборках соответствуют долям в генеральной совокупности (отклонения в ту или иную стороны – в пределах случайной ошибки). Существенное отклонение наблюдается для лиц старших возрастов (60+), что обусловлено стабильно низкой доступностью респон-

дентов такого возраста при использовании выбранного способа сбора данных (в нашем случае – онлайн-анкетирование). Перевзвешивание данных по этим группам не осуществлялось из-за риска усиления влияния статистических выбросов на итоговые распределения ответов. В то же время авторы считают оправданным наведение фокуса на трудоспособные возрастные группы как наиболее экономически активные, отличающиеся более разнообразным экономическим поведением.

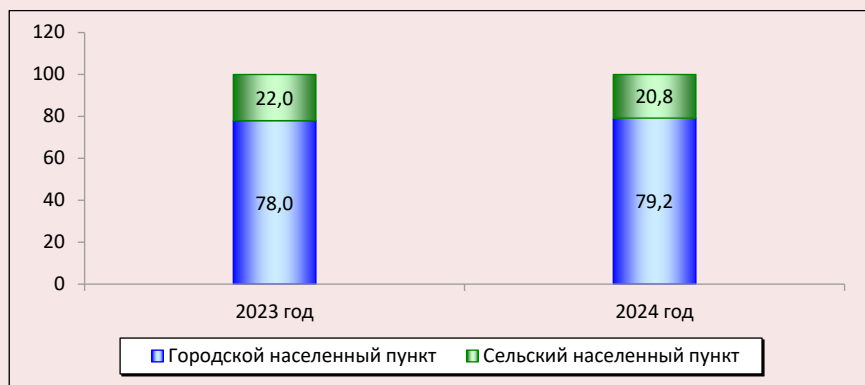
Представленное на *рисунке 3* распределение между сельским и городским населением устойчиво год к году и отражает реальную структуру расселения в Архангельской области.

Рис. 2. Распределение респондентов по возрасту, %



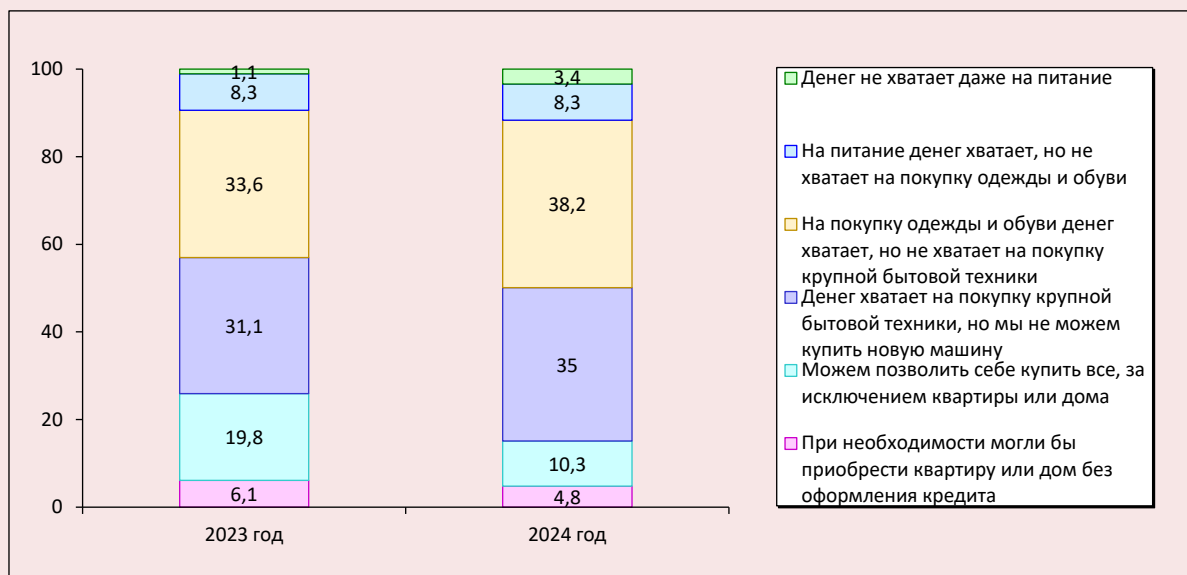
Источник: составлено авторами.

Рис. 3. Распределение респондентов по типу населенного пункта, %



Источник: составлено авторами.

Рис. 4. Оценка респондентами покупательной способности своих доходов, %



Источник: составлено авторами.

Диаграмма на *рисунке 4* отражает распределение респондентов по самооценке покупательной способности их домохозяйств. Видно, что структура выборок по этому показателю год к году не претерпела существенных изменений. При этом полярные группы (с наименьшими и наибольшими доходами) составляют меньшую часть выборок, а основная масса респондентов относит себя к тем группам, которые закрывают свои потребности в товарах повседневного спроса и имеют возможность как формировать накопления, так и (гипотетически) осуществлять инвестиции.

В ходе анализа мы исходили из идеи о том, что можно выделить три содержательно разных

вида экономического поведения — потребительское, сберегательное и инвестиционное (Тutyгин, Чижова, 2020). Для измерения каждого вида поведения в ходе операционализации были сконструированы по два основных индикатора и один дополнительный (толерантность к риску), который был сконструирован для инвестиционного поведения (*табл. 1*). Индикаторы были получены в результате логического анализа концептов, описывающих виды экономического поведения: для каждого вида поведения один индикатор фиксировал относительную склонность к тому или иному поведению через соотношение потребительских расходов, потенциальных сбережений и потенциальных

Таблица 1. Индикаторы видов экономического поведения

Вид экономического поведения	Операционализация (индикаторы)
Потребительское	– доля ежемесячных потребительских расходов в общем объеме доходов, %; – наличие/отсутствие ипотечного или потребительского кредита*
Сберегательное	– склонность к сбережениям**; – наличие сберегательного инструмента (вклада, депозита и т. д.)*
Инвестиционное	– склонность к инвестициям**; – толерантность к инвестиционному риску**; – наличие инвестиционного инструмента (акций, облигаций, долей в ПИФ и т. д.)*
* Оценка по дихотомической шкале. ** Оценка по пятибалльной порядковой шкале. Источник: составлено авторами.	

инвестиций, другой индикатор — наличие у респондента инструмента для реализации определенного вида поведения (кредит, депозит, ценные бумаги).

В качестве социальных и социокультурных характеристик респондентов, которые тестировались на предмет того, являются ли они сколь угодно значимыми факторами различных видов экономического поведения, рассматривались пол и возраст, тип поселения (места проживания), количество несовершеннолетних детей и членов домохозяйства, среднедушевой доход, оценка респондентом покупательной способности домохозяйства, уровень генерализованного доверия, религиозность, образование и индекс постматериалистических ценностей (Инглхарт, 1997), индекс социального самочувствия (рассчитан на основе семи переменных — от самооценки физического здоровья до субъективного благополучия), этническая идентичность³.

Приведем краткие характеристики экономического поведения респондентов, участвовавших в опросе.

Потребительское поведение в целом остается стабильным на протяжении двух последних лет. Примерно половина домохозяйств тратит на текущее потребление 60% и более своего ежемесячного дохода, из них около четверти — более 80% дохода. Среднее значение доли месячных доходов, направляемых на приобретение товаров и услуг повседневного спроса, в 2023 году составило 50,8%, в 2024 году — 49,8%. Доля лиц, имеющих кредитные обязательства перед банками, за указанный период фактически не изменилась (49,8 и 47,1% соответственно). При этом доля лиц, которые все располагаемые доходы направляют на текущее потребление, снизилась с 50,8% в 2023 году до 35,4% в 2024 году. Это может свидетельствовать об адаптации населения региона к изменениям экономической ситуации, вызванной внешними шоками 2022 года.

В 2023 году доля опрошенных, готовых направлять на сбережения 60% и более свободных денежных средств, составила 68,5%. Из них около половины (49,2%) указали, что готовы направить на сбережения все свободные денеж-

ные средства. В 2024 году эти показатели составили 80,4 и 39,0% соответственно. Вместе с тем индексное значение склонности к сбережениям незначительно снизилось (с 3,9 до 3,7), но осталось выше среднего, что связано с существенным снижением среди индивидов, демонстрирующих сберегательное поведение.

Доля тех, кто реально инвестирует через рыночные инструменты, выросла за рассматриваемый период более чем в 1,5 раза (с 4,5 до 7,9%). При этом доля лиц, имеющих свободные денежные средства и готовых их инвестировать, выросла с 50,8% (26,4% от выборки) до 61% (39,4% от выборки). Одновременно доля тех, кто планирует направлять на инвестиции более половины своих денежных средств выросла с 13,3% (8,5% от выборки в целом) до 19,6% (12,6% от выборки) от числа имеющих такую возможность. Индексное значение уровня потенциальных инвестиций выросло незначительно (с 1,1 до 1,3) и осталось в пределах минимальных значений. По показателю субъективной готовности инвестировать (толерантности к инвестиционному риску) наблюдается незначительный рост (с 2,8 до 3,1).

Результаты корреляционного анализа (р Спирмена) между социальными характеристиками респондентов и некоторыми индикаторами экономического поведения приведены в *таблице 2*.

Отметим, что большая часть статистически значимых корреляций из приведенных в таблице 2 — слабые. Исключение представляет в опросе 2023 года связь между оценкой покупательной способности доходов и долей ежемесячного дохода, которая идет на потребление, а также связь возраста со склонностью к сбережениям, инвестициям и готовностью к инвестированию. По данным опроса 2024 года была выявлена только одна умеренная (отрицательная) корреляция — между возрастом и субъективной готовностью к инвестированию.

Выявлены следующие общие закономерности опросов: значимые корреляции с индикаторами всех видов экономического поведения обнаруживаются для пола, среднемесячного дохода домохозяйства и оценки респондентом покупательной способности своих доходов, в частности женщины более склонны к сбережениям, а мужчины — к инвестициям; чем выше доход респондента, тем более выражено его

³ Соответствующий вопрос задавался только в ходе опроса 2024 года.

Таблица 2. Коэффициенты ранговой корреляции ρ Спирмена

Социальные и социокультурные характеристики респондентов	Год	Доля ежемесячного дохода, направляемая на потребление	Склонность к сбережениям	Склонность к инвестициям	Толерантность к инвестиционному риску
Пол	2023	0,128*	0,172*	-0,172*	-0,086
	2024	0,113*	0,153**	-0,153**	-0,182**
Возраст	2023	0,012	0,322**	-0,322**	-0,441**
	2024	0,096*	0,163**	-0,163**	-0,365**
Тип населённого пункта	2023	0,095	0,000	0,000	-0,034
	2024	0,042	0,127*	-0,127*	-0,100*
Количество несовершеннолетних детей	2023	0,125*	0,258**	-0,258**	-0,290**
	2024	0,029	-0,020	0,020	-0,037
Количество членов домохозяйства	2023	0,084	0,100	-0,100	0,053
	2024	0,036	-0,023	0,023	0,025
Среднедушевой ежемесячный доход семьи	2023	-0,199**	-0,175*	0,175*	0,011
	2024	-0,190**	-0,273**	0,273**	0,210**
Оценка покупательной способности доходов	2023	-0,315**	-0,185*	0,185*	-0,097
	2024	-0,231**	-0,195**	0,195**	0,202**
Уровень генерализованного доверия	2023	-0,015	0,113	-0,113	0,051
	2024	0,023	0,021	-0,021	0,134**
Уровень религиозности	2023	0,088	0,151*	-0,151*	-0,142**
	2024	0,072	0,072	-0,072	-0,147**
Уровень образования	2023	-0,070	-0,176*	0,176*	0,145**
	2024	0,045	-0,037	0,037	0,084
Индекс постматериалистических ценностей	2023	-0,159**	-0,289**	0,289**	0,162**
	2024	-0,146**	-0,181**	0,181**	0,160**
Индекс социального самочувствия	2023	-0,265**	-0,056	0,056	0,047
	2024	-0,174**	-0,124*	0,124*	0,216**
Этническая идентичность	2024	0,022	0,073	-0,073	0,044
* Уровень статистической значимости $\leq 0,05$.					
** Уровень статистической значимости $\leq 0,01$.					
Источник: составлено авторами.					

инвестиционное поведение и менее остальные виды экономического поведения; чем выше возраст, тем меньше готовность к инвестированию и немного выше склонность к сбережениям.

Результаты корреляционного анализа по двум волнам опросов показывают устойчивость связи между индексом постматериалистических ценностей и индикаторами потребительского, сберегательного и инвестиционного поведения. Хотя все выявленные связи слабые, четко прослеживается эффект приверженности ценностям «постматериализма»: более либеральные (в широком смысле этого понятия) и ощущающие себя в относительной экономической и физической безопасности индивиды меньшую долю доходов тратят на текущее потребление, а свободные денежные средства в большей

мере склонны не сберегать, а инвестировать; соответственно, более консервативные, осторожные и прагматичные («материалисты» по Р. Инглхарту) граждане демонстрируют предпочтения в пользу потребления и сбережений, меньшую склонность к инвестициям, низкую толерантность к связанным с ними рискам.

Остальные социокультурные индикаторы: этнокультурная идентичность (переменные уровня религиозности и этнической идентичности), образование (индикатор человеческого капитала), генерализованное доверие (индикатор социального капитала), социальное самочувствие — либо не показывают корреляции с индикаторами экономического поведения, либо, если статистически значимые связи и выявляются, не носят устойчивого характера год к году и их выявление в рамках опроса за один

год правильнее было бы объяснить эффектами смещения в выборке. Отметим, однако, что устойчивая связь между параметрами социокультурных компонент и экономического поведения обнаруживается в отдельных случаях: уровень религиозности отрицательно коррелирует с готовностью к инвестированию, а социальное самочувствие отрицательно коррелирует с уровнем потребительских расходов.

Таким образом, за вычетом социально-демографических и социально-экономических (уровень дохода домохозяйства и его покупательная способность) характеристик респондентов их экономическое поведение значимо связано прежде всего с ценностными ориентациями.

Влияние параметров социокультурного пространства на экономическое поведение

Как уже отмечалось выше, одним из «каменных преткновения» в нашем исследовании является необходимость адекватной опосредованной оценки влияния базовых компонентов социокультурного пространства на выбор соответствующей поведенческой альтернативы. Такая постановка вопроса в принципе подразумевает построение некоторой многоступенчатой структуры иерархического типа. Первоначально авторы предприняли попытку воспользоваться уже достаточно хорошо зарекомендовавшим себя в самых различных прикладных задачах методом анализа иерархий Т. Саати (Саати, 1989). Однако в силу проявления целого ряда принципиальных моментов, подробно описанных, например, в работе (Коробов, 2010), мы вынуждены были в данном конкретном случае от него отказаться. Вместе с тем в качестве другого претендента на роль такого инструментария по концептуальным соображениям вполне подходит несколько модифицированный под нашу задачу метод решающих матриц, предложенный в свое время Г.С. Поспеловым для оценки НИОКР.

Используя идею этого метода для целей исследования влияния базовых компонентов социокультурного пространства (сущностей) на выбор стратегий экономического поведения, построим трехуровневую иерархию «стратегии – реляционные проявления – сущности». Процедура построения иерархии будет следующей.

1) Пусть $A_1, A_2, \dots, A_n$ – возможные стратегии экономического поведения (альтернативы), $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$, где $\sum_{j=1}^n \alpha_j = 1$ и все $\alpha_j > 0$ – определенные экспертами их весовые коэффициенты.

2) Определим перечень $B_1, B_2, \dots, B_m$ реляционных проявлений сущностей и составим матрицу $P = (p_{ij})_{m \times n}$ оценок p_{ij} вкладов ($i = \overline{1, m}$) в формирование альтернатив A_j ($j = \overline{1, n}$), рассчитаем (с учетом нормирования) соответствующие весовые коэффициенты $\hat{\beta}_i$:

$$\beta_i = \sum_{j=1}^n p_{ij} \cdot \alpha_j; \hat{\beta}_i = \frac{\beta_i}{\sum_{i=1}^m \beta_i}; i = \overline{1, m} \quad (1)$$

или в матричном виде:

$$B = \frac{1}{\sum_{i=1}^m \beta_i} \cdot P \cdot A, \text{ где } A = (\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n)^T.$$

3) Для сущностей $C_1, C_2, \dots, C_l$ составим матрицу оценок $Q = (q_{ki})_{l \times m}$ и рассчитаем весовые коэффициенты $\hat{\gamma}_k$:

$$\gamma_k = \sum_{i=1}^m q_{ki} \cdot \beta_i; \hat{\gamma}_k = \frac{\gamma_k}{\sum_{k=1}^l \gamma_k}; k = \overline{1, l} \quad (2)$$

или в матричном виде:

$$\Gamma = \frac{1}{\sum_{k=1}^l \gamma_k} \cdot Q \cdot B = \frac{1}{\sum_{i=1}^m \beta_i} \cdot \frac{1}{\sum_{k=1}^l \gamma_k} \cdot Q \cdot P \cdot A, \\ \text{где } \Gamma = (\hat{\gamma}_1, \hat{\gamma}_2, \dots, \hat{\gamma}_l)^T.$$

Таким образом, весовые коэффициенты $\hat{\gamma}_k$ ($k = \overline{1, l}$) являются оценками влияния каждого из базовых компонентов на выбор агентом своей экономической стратегии. Более того, данный метод позволяет определить структуру влияния базовых компонентов в разрезе каждого из видов экономического поведения v_{kj} :

$$v_{kj} = \frac{\sum_{i=1}^m (q_{ki} \cdot p_{ij})}{\sum_{k=1}^l \sum_{i=1}^m (q_{ki} \cdot p_{ij})}, \text{ где } k = \overline{1, l}; j = \overline{1, n}. \quad (3)$$

Используя подход, основанный на применении решающих матриц, оценим вклад (влияние) базовых компонентов социокультурного пространства на экономическое поведение.

Соответствующая иерархия, представленная в *таблице 3*, будет, в отличие от классической иерархии Г.С. Поспелова, содержать три уровня (сверху вниз): «стратегии — реляции — сущности».

Базовые компоненты социокультурного пространства (в нашей модели — «сущности») были определены в эксплицитном виде в работах академика Н.И. Лапина в рамках исследовательского проекта «Социокультурный портрет региона» прежде всего как составные части структуры того, что он именует антропно-культурной сферой⁴. Некоторая концептуальная модификация описания этой сферы (в направлении большей детализации и конкретизации) позволила выделить шесть таких компонентов.

Реляционные проявления каждого такого компонента представляют собой его связь (отношение — наблюдается / не наблюдается и если наблюдается, то в какой степени) к определенному его атрибуту, который, в свою очередь, опосредует влияние этого компонента на определенный вид экономического поведения. Эти реляционные проявления были логически выведены из содержания концептов, описывающих компоненты социокультурного пространства. Ценности (в терминах концепции постматериалистических ценностей Р. Инглхарта) означают больший или меньший приоритет обеспечения базовых потребностей в безопасности и материальном благополучии:

высокий уровень приверженности ценностям постматериализма указывает на удовлетворение этих потребностей, большую уверенность в институтах, доверие в межличностных отношениях, а значит, и высокую толерантность к риску, что создает предпосылки для более активного инвестиционного поведения. В свою очередь высокие показатели, например по компоненту культурного потребления, проявляются в высокой приоритетности культурного досуга в широком смысле по сравнению с карьерой, ведением домашнего хозяйства, утилитарными видами потребления. Это уже само по себе влияет на масштабы потребительского поведения, но, кроме того, существенно модифицирует структуру потребления. Остальные логические связи между компонентами (сущностями) и их реляционными проявлениями выстроены по схожей схеме. При этом на реляционные проявления одних сущностей могут оказывать влияние параметры других сущностей — в большей или меньшей степени.

Отметим, что по результатам социологических опросов, проведенных нами в 2023–2024 гг., были рассчитаны весовые коэффициенты альтернатив для видов экономического поведения (*табл. 4*).

Экспертами последовательно оценивалось влияние уровней иерархии «снизу вверх». Им было предложено оценить степень влияния сущностей на выраженность реляционных про-

Таблица 3. Уровни иерархии

№	Уровень иерархии	Элементы уровня
1	Виды (стратегии) экономического поведения (альтернативы)	A_1 – потребительское A_2 – сберегательное A_3 – инвестиционное
2	Реляционные проявления сущностей	B_1 – отношение к риску B_2 – отношение к публичным институтам B_3 – отношение к карьерному росту B_4 – отношение к институту семьи B_5 – отношение к будущему (к долгосрочному планированию) B_6 – отношение к досугу
3	Базовые компоненты социокультурного пространства (сущности)	C_1 – ценности C_2 – социальное самочувствие C_3 – человеческий капитал C_4 – социальный капитал C_5 – идентичности C_6 – культурное потребление
Источник: составлено авторами.		

⁴ Лапин Н.И., Беляева Л.А. (2010). Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация – 2010). Москва: МФРАН. С. 15–16.

явлений, а последних — на экономическое поведение каждого из трех видов. Для оценивания использовалась пятибалльная шкала: 5 — «очень сильное», 4 — «сильное», 3 — «умеренное», 2 — «слабое», 1 — «очень слабое».

В проведении оценки приняли участие семь экспертов (Э1 — Э7), что мы считаем оптимальным. Это уже было ранее обосновано авторами в ряде работ (Коробов, 2010; Тutyгин и др., 2024). В качестве экспертов привлечены представители академических и университетских учреждений Архангельской области, специализирующиеся на изучении социокультурных феноменов, а также представители региональных

культурных институций. Экспертный опрос был проведен осенью 2024 года. Полученные оценки использовались для расчета весовых коэффициентов влияния индикаторов социокультурного пространства на индикаторы экономического поведения, которые применялись к данным опросов за оба года.

По результатам экспертных оценок влияний реляционных отношений на выбор альтернатив была составлена матрица Р (табл. 5).

Результаты корреляционного анализа массива экспертных оценок влияния реляционных отношений на выбор альтернатив приведены в таблицах 6, 7.

Таблица 4. Веса альтернатив экономического поведения

Альтернативы	A_1	A_2	A_3
Веса альтернатив (опрос 2023 г.)	0,77	0,18	0,05
Веса альтернатив (опрос 2024 г.)	0,75	0,19	0,06
Источник: составлено авторами.			

Таблица 5. Матрица Р средних оценок

Реляционные проявления сущностей	Вид экономического поведения		
	A_1	A_2	A_3
B_1	3,71	4,14	4,86
B_2	3,29	4,43	4,43
B_3	3,29	3,43	4,00
B_4	4,14	3,86	3,71
B_5	4,86	3,71	2,71
B_6	4,14	4,57	4,57
Источник: составлено авторами.			

Таблица 6. Коэффициенты корреляции r_{ab} экспертных оценок p_{ij}

r_{ab}	Э1	Э2	Э3	Э4	Э5	Э6	Э7
Э1	1,0000						
Э2	0,5840	1,0000					
Э3	-0,1181	0,2971	1,0000				
Э4	-0,3154	0,1543	0,8024	1,0000			
Э5	0,4347	0,2831	-0,1407	-0,1835	1,0000		
Э6	0,0489	0,0673	0,3576	0,2907	0,2015	1,0000	
Э7	0,6469	0,7576	0,0700	0,0000	0,1735	0,0159	1,0000
Источник: составлено авторами.							

Таблица 7. Значения t -статистики Стьюдента для r_{ab}

t -расч.	Э1	Э2	Э3	Э4	Э5	Э6	Э7
Э1							
Э2	2,8776						
Э3	-0,4757	1,2448					
Э4	-1,3294	0,6247	5,3773				
Э5	1,9305	1,1808	-0,5684	-0,7466			
Э6	0,1958	0,2697	1,5319	1,2153	0,8229		
Э7	3,3936	4,6429	0,2808	0,0000	0,7047	0,0634	
Источник: составлено авторами.							

Статистически значимыми ($\alpha=0,05$; $t_{кр}=2,12$) являются парные коэффициенты корреляции $r_{12}=0,584$, $r_{17}=0,647$, $r_{27}=0,758$ и $r_{34}=0,802$, при этом значимых отрицательных связей нет.

Коэффициенты вариации для распределения экспертных оценок элементов матрицы Р находятся в интервале $7,78\% \leq R_p \leq 40,99\%$. Весовые коэффициенты для 2023–2024 гг.,

рассчитанные по формуле (1) на основании данных таблиц 4 и 5, представлены в *таблице 8*.

По результатам экспертных оценок влияния сущностей на реляционные отношения была составлена матрица Q (*табл. 9*).

Результаты корреляционного анализа массива экспертных оценок влияния сущностей на реляционные отношения приведены в *таблицах 10, 11*.

Таблица 8. Весовые коэффициенты $\widehat{\beta}_i$

B_i	B_1	B_2	B_3	B_4	B_5	B_6
$\widehat{\beta}_i$ (2023 г.)	0,1631	0,1504	0,1418	0,1725	0,1926	0,1797
$\widehat{\beta}_i$ (2024 г.)	0,1636	0,1512	0,1421	0,1720	0,1910	0,1800

Источник: составлено авторами.

Таблица 9. Матрица Q средних оценок

Базовый компонент социокультурного пространства	Реляционные проявления сущностей					
	B_1	B_2	B_3	B_4	B_5	B_6
C_1	3,71	3,43	3,71	5,00	4,29	3,86
C_2	3,71	4,14	4,14	3,86	4,00	4,43
C_3	2,86	3,71	4,14	4,00	3,71	4,29
C_4	3,43	3,86	4,14	3,57	3,29	3,71
C_5	2,57	3,71	2,57	3,57	2,43	2,86
C_6	1,86	2,71	2,71	3,29	4,71	3,14

Источник: составлено авторами.

Таблица 10. Коэффициенты корреляции r_{cd} экспертных оценок q_{ki}

r_{cd}	31	32	33	34	35	36	37
31	1,0000						
32	0,5480	1,0000					
33	0,2368	0,5039	1,0000				
34	0,2567	0,4994	0,8974	1,0000			
35	0,3361	0,3307	0,1824	0,1367	1,0000		
36	0,3740	0,2415	0,2707	0,3302	0,3881	1,0000	
37	0,4432	0,3999	0,2270	0,2972	0,3650	0,5892	1,0000

Источник: составлено авторами.

Таблица 11. Значения t -статистики Стьюдента для r_{cd}

t -расч.	31	32	33	34	35	36	37
31							
32	3,8198						
33	1,4213	3,4017					
34	1,5487	3,3609	11,8579				
35	2,0812	2,0429	1,0817	0,8046			
36	2,3517	1,4512	1,6397	2,0399	2,4556		
37	2,8828	2,5438	1,3593	1,8149	2,2859	4,2523	

Источник: составлено авторами.

Статистически значимыми ($\alpha=0,05$; $t_{кр}=2,03$) являются парные коэффициенты корреляции $r_{12}=0,584$, $r_{15}=0,336$, $r_{16}=0,374$, $r_{17}=0,443$, $r_{23}=0,504$, $r_{24}=0,897$, $r_{25}=0,331$, $r_{27}=0,400$, $r_{34}=0,897$, $r_{46}=0,330$, $r_{56}=0,388$, $r_{57}=0,365$ и $r_{67}=0,589$, при этом отрицательные связи отсутствуют.

Коэффициенты вариации для распределения экспертных оценок элементов матрицы Q находятся в интервале $0\% \leq R_Q \leq 57,56\%$.

Весовые коэффициенты для 2023–2024 гг., рассчитанные по формуле (2), представлены в таблице 12.

Оценка влияния компонентов социокультурного пространства на выбор стратегии экономического поведения по результатам опросов 2023–2024 гг. приведена на рисунке 5.

Коэффициенты оценки вклада (влияния) базовых компонентов социокультурного пространства на выбор стратегии экономического поведения демонстрируют высокую устойчивость во времени. При этом влияние различных компонентов неодинаково. Наиболее ве-

сомый вклад вносят социальное самочувствие и ценности «материализма»/«постматериализма». Высокая роль первого из этих компонентов легко объяснима: высокий уровень социального самочувствия органически связан с более высокой оценкой своего материального благополучия, здоровья и правовой защищенности, что, в свою очередь, создает предпосылки к выбору в пользу инвестиционной стратегии экономического поведения. Что касается ценностей того специфического типа, которые мы вслед за Р. Инглхартом выделяем как фактор экономического поведения, то они предполагают выбор из двух альтернатив:

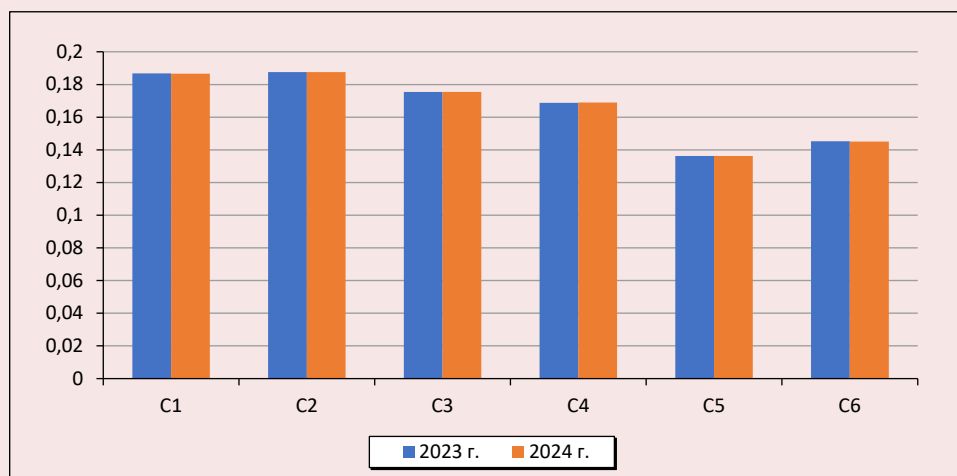
- 1) материалистические ценности – обеспечение экономической безопасности в среднесрочном периоде; отсюда выбор в пользу расширения текущего потребления в условиях высокой инфляции в сочетании с созданием некоторой «подушки безопасности»;
- 2) постматериалистические ценности – забота о благополучии в будущем (как следствие, предпочтение стратегии долгосрочного инве-

Таблица 12. Весовые коэффициенты $\widehat{Y_k}$

C_k	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6
$\widehat{Y_k}$ (2023 г.)	0,1867	0,1875	0,1755	0,1688	0,1362	0,1453
$\widehat{Y_k}$ (2024 г.)	0,1866	0,1876	0,1755	0,1689	0,1363	0,1451

Источник: составлено авторами.

Рис. 5. Оценка влияния компонентов социокультурного пространства на выбор стратегии экономического поведения



Источник: составлено авторами.

стора, причем не только в инструменты фондового рынка, но и в собственный человеческий капитал, окружающую среду, свое сообщество (community) и т. д.).

В свою очередь, сниженное влияние на выбор определенной стратегии экономического поведения, которое характерно для таких компонентов, как иерархия идентичностей и культурное потребление, обусловлено следующим:

1) ни одна из ключевых идентичностей, имеющих сколько-нибудь широкое распространение в социокультурном пространстве Архангельской области (равно как и в Арктической зоне РФ в целом), не предписывает его носителям какую-либо нормативную модель экономического поведения;

2) культурное потребление оказывает влияние на структуру потребительских расходов, дополняя ее специфическими статьями и через

это воздействуя на норму сбережения и инвестиционные возможности домохозяйства; однако для подавляющего большинства людей такое влияние имеет весьма ограниченный характер, поскольку в их случае акты культурного потребления носят эпизодический характер.

Как уже отмечалось выше, влияние базовых компонентов социокультурного пространства в структуре каждого из видов экономического поведения описывается матрицей V , элементы которой рассчитаны по формуле (3) (табл. 13).

Оценка структуры экономического поведения в разрезе базовых компонентов социокультурного пространства представлена на рисунке 6.

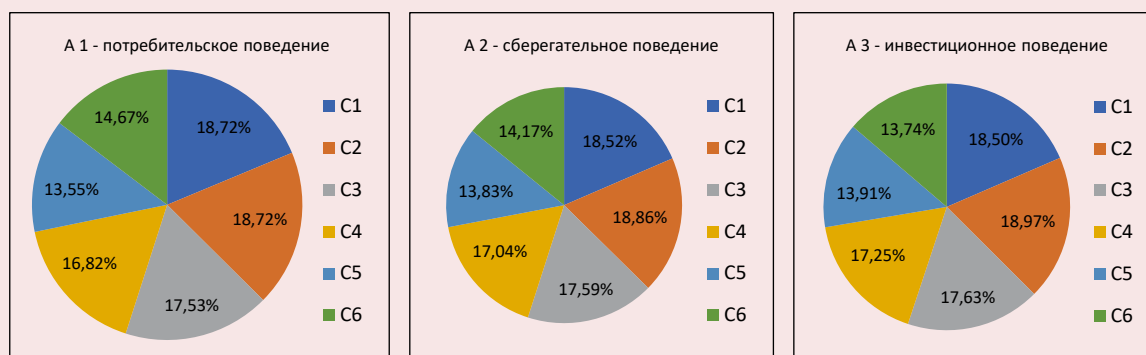
Приведенные на рисунке 6 структуры в разрезе влияния компонентов социокультурного пространства, по сути, являются тождественными, о чем свидетельствуют значения индекса

Таблица 13. Матрица V влияния базовых компонентов в структуре каждого из видов экономического поведения

Базовый компонент социокультурного пространства	Вид экономического поведения		
	A_1	A_2	A_3
C_1	0,1872	0,1852	0,1850
C_2	0,1872	0,1886	0,1897
C_3	0,1753	0,1759	0,1763
C_4	0,1682	0,1704	0,1725
C_5	0,1355	0,1383	0,1391
C_6	0,1467	0,1417	0,1374

Источник: составлено авторами.

Рис. 6. Структура экономического поведения в разрезе влияния компонентов социокультурного пространства



Источник: составлено авторами.

структурных различий В.М. Рябцева, не превышающие порогового значения 0,03, что означает тождественность структур⁵:

$$I_{12} = 0,008; I_{13} = 0,014; I_{23} = 0,006.$$

В качестве комментария к полученным на основе эмпирического материала оценкам отметим следующее. Экономическое поведение представляет собой некую целостность, структура которой во многом определяется базовыми компонентами социокультурного пространства (сущностями). Вместе с тем стоит отметить, что наибольший вклад в формирование всех трех видов экономического поведения принадлежит компонентам C_2 (социальное самочувствие) и C_1 (ценности). Группу сущностей с наименьшим влиянием составляют сущности C_5 (идентичности) и C_6 (культурное потребление). Сущности C_3 (человеческий капитал) и C_4 (социальный капитал) занимают промежуточное положение.

Логическое основание для объединения C_1 с C_2 состоит в следующем. Склонность индивидов к материалистическим или, наоборот, постматериалистическим ценностям в значительной мере обусловлена параметрами социального самочувствия. Люди, имеющие «богатый» опыт экономической депривации, нарушения гражданских прав, не обладающие доступом к качественной медицине и не уделяющие должного внимания рекреации, теоретически чаще являются приверженцами материалистических ценностей. Те же, кто высоко оценивает свое социальное самочувствие по большинству параметров, более привержены постматериалистическим ценностям.

Подобная же тесная связь имеется и между C_3 и C_6 . Идентичность во многом определяет предпочтения как форматов культурного потребления, так и самого контента, производимого индустрией духовной культуры: кто идентифицирует себя с молодежными субкультурами, предпочитает соответствующую культурную продукцию; люди с выраженной религиозностью в своих культурно-потребительских предпочтениях будут следовать за предписаниями религиозной традиции; люди, осознающие свою принадлежность к этническому меньшин-

ству, с большей вероятностью заинтересуются произведениями литературы или поп-музыки на родном для себя языке и т. п.

Выводы

В ходе проведенного исследования нами достаточно подробно рассмотрена современная проблематика, связанная с различными аспектами экономического поведения населения. Особое внимание уделено вопросам структурной динамики социокультурного пространства, формирующего в современных условиях систему факторов как прямого, так и опосредованного влияния на осуществляемый агентами (группами агентов, домохозяйствами и т. д.) выбор преобладающего вида экономического поведения.

С помощью выбранного и верифицированного относительно цели исследования инструментария (решающих матриц Г.С. Поспелова) выполнены оценки влияния компонентов социокультурного пространства на формирование экономического поведения и их соотношение. В частности, показано, что влияние базовых компонентов социокультурного пространства на экономическое поведение жителей обследованного региона иерархически структурировано: наиболее весомый вклад вносят социальное самочувствие и ценности «материализма» / «постматериализма», наименьший — идентичность и культурное потребление.

Апробированный на материалах Архангельской области методологический подход к оценке косвенного влияния социокультурных факторов на экономическое поведение является авторской адаптацией известных методических решений для анализа взаимосвязи социокультурных и экономических процессов. В этом заключается новизна результатов проведенного исследования. Авторы не видят принципиальных ограничений для применения их методологии к данным, полученным для субъектов РФ с качественно иным социокультурным «профилем». Таким образом, в методологическом арсенале исследователей, занимающихся изучением воздействия культуры на поведение экономических агентов, появился ещё один рабочий инструмент. В этом заключается научная значимость статьи.

Предложенный авторами подход может быть в дальнейшем использован для выявления и систематизации вербально-численных

⁵ Региональная статистика (2001): учебник / под ред. В.М. Рябцева, Г.И. Чудилина. Москва: ООО «Московский издательский дом». 380 с.

характеристик трансформационных процессов социокультурного пространства других регионов России, а также разработки моделей и программ развития для различных территорий и регионов, отличающихся своими социально-экономическими и этнокультурными характеристиками, доминирующими ценностями населения, уровнями человеческого и социального капитала, пулом коллективных агентов со специфическими идентичностями.

Литература

- Белехова Г.В. (2018). Экономическое поведение населения: осмысление категории // Проблемы развития территории. № 5 (97). С. 68–83. DOI: 10.15838/ptd.2018.5.97.5
- Гамукин В.В. (2020). Выявление особенностей сберегательного и кредитного поведения населения в регионах России // Экономика региона. Т. 16. № 3. С. 1003–1017. DOI: 10.17059/ekon.reg.2020-3-25
- Дементьева И.Н. (2018). Потребительское поведение населения региона и особенности его адаптации к экономическим условиям кризиса 2014–2015 гг. // Вопросы территориального развития. № 3 (43). С. 1–21. DOI: 10.15838/tdi.2018.3.43.3
- Золотухин В.М. (2018). Социально-философский и культурологический аспекты экономического поведения в российской ментальности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. № 43. С. 36–42.
- Золотухин В.М., Семина Д.И., Семина М.И. (2020). Социокультурный и аксиологический аспекты экономического поведения человека и реализация его потребностей // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. Т. 4. № 1. С. 47–52. DOI: 10.21603/2542-1840-2020-4-1-47-52
- Зубаревич Н.В., Сафронов С.Г. (2019). Люди и деньги: доходы, потребление и финансовое поведение населения российских регионов в 2000–2017 гг. // Известия Российской академии наук. Серия географическая. № 5. С. 3–17. DOI: 10.31857/S2587-5566201953-17
- Инглхарт Р. (1997). Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // ПОЛИС. Политические исследования. № 4. С. 6–32.
- Клейнер Г.Б., Рыбачук М.А. (2017). Системная сбалансированность экономики: монография. Москва: Научная библиотека. 320 с.
- Коробов В.Б. (2010). Преимущества и недостатки метода анализа иерархий // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. № 122. С. 108–115.
- Кремлев Н.Д. (2024). Оценка социально-экономического поведения населения в условиях современных вызовов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. Т. 4. № 1. С. 13–23. DOI: 10.34130/2070-4992-2024-4-1-13
- Лаженцев В.Н. (2025). Социально-экономические проблемы Европейского Севера России и географический аспект их решения в современных условиях // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 1. С. 80–88. DOI: 10.15838/esc.2025.1.97.4
- Ласточкина М.А. (2012). Социокультурные типы населения региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. № 4 (22). С. 116–124.
- Лукин Ю. Ф. (2022). О концепте «Русский Север» замолвить слово // Арктика и Север. № 48. С. 275–302. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.48.275
- Орлов С.Н., Луговой И.Н. (2024). Особенности экономического поведения населения в условиях динамичных изменений // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. Т. 4. № 3. С. 318–327. DOI: 10.34130/2070-4992-2024-4-3-318
- Подоплёкин А.О. (2016). Сельские жители прибрежных территорий Архангельской области: «доживающее население» или ресурс развития российской Арктики? // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. № 2 (83). С. 213–222.
- Поспелов Г.С., Вен В.Л., Солодов В.М. [и др.] (1981). Проблемы программно-целевого планирования и управления / под ред. Г.С. Поспелова. Москва: Наука. 460 с.

- Саати Т.Л. (1989). Принятие решений. Метод анализа иерархий. Москва: Радио и связь. 316 с.
- Чижова Л.А., Тutyгин А.Г., Подоплёкин А.О. [и др.] (2022). Социально-экономическое развитие арктического макрорегиона: комплексный подход: монография. Архангельск: КИРА. 291 с
- Чижова Л.А., Тutyгин А.Г., Подоплёкин А.О. [и др.] (2023). Социокультурное пространство арктического макрорегиона России в современных экономических условиях: монография. Архангельск: КИРА. 309 с.
- Тutyгин А. Г., Чижова Л. А. (2020). Индикаторы экономического поведения и ценностные ориентации населения // *Фундаментальные исследования*. № 7. С. 125.
- Тutyгин А.Г., Коробов В.Б., Лохов А.С., Чижова Л.А. (2024). Экспертно-аналитические технологии в исследованиях социо-эколого-экономических объектов. Архангельск: КИРА. 232 с.
- Яковлева О. К. (2019). Территориальное социально-экономическое поведение в русле проблемы взаимодействия общества и физического пространства // *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*. Вып. 3 (3). С. 421–428. DOI: 10.17072/2078-7898/2019-3-421-428
- Al Fozaie M.T. (2023). Behavior, religion, and socio-economic development: A synthesized theoretical framework. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10. DOI: 10.1057/s41599-023-01702-1
- Bašić Z., Verrina E. (2024). Personal norms – and not only social norms – shape economic behavior. *Journal of Public Economics*, 239, article 105255. DOI 10.1016/j.jpubeco.2024.105255
- Genicot G., Ray D. (2020). Aspirations and economic behavior. *Annual Review of Economics*, 12, 715–746. DOI: 10.1146/ANNUREV-ECONOMICS-080217-053245
- Kahneman D., Tversky A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263–294.
- Lascano Corrales E. (2024). Gender differences in economic behavior: A profiles study of 16 Latin American countries. *Behavior & Law Journal*, 10(1), 126–136. DOI 10.47442/blj.2024.115
- Murawska A. (2024) The impact of regional variation in economic conditions on consumer attitudes and behavior during the crisis. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 193, 223–248. DOI 10.29119/1641-3466.2024.193.14
- Syauta J., Nugraha W., Sudarman J., Koswanto A., Sitorus J. (2022). The role of religious behavior and christian religious education on economic behavior. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 669, 197–201.
- Thaler R.H. (2016). *Behavioral Economics: Past, Present, and Future*. Chicago.
- Wang Z., Huang Y., Chen M., Li Ch. (2025). Elderly care burden and household investment behavior: The roles of family income, social security, and long-term care insurance. *International Review of Economics & Finance*, 97, article 103816. DOI: 10.1016/j.iref.2024.103816

Сведения об авторах

Людмила Александровна Чижова — кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН (Российская Федерация, 163020, г. Архангельск, пр-т Никольский, д. 20; e-mail: chijova.mila@yandex.ru)

Андрей Геннадьевич Тutyгин — кандидат физико-математических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН (Российская Федерация, 163020, г. Архангельск, пр-т Никольский, д. 20; e-mail: andgt64@yandex.ru)

Антон Михайлович Максимов — кандидат политических наук, доцент, старший научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН (Российская Федерация, 163020, г. Архангельск, пр-т Никольский, д. 20; e-mail: amm15nov@yandex.ru)

Надежда Владимировна Кошуняева — научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова УрО РАН (Российская Федерация, 163020, г. Архангельск, пр-т Никольский, д. 20; e-mail: n.koshunyaeva@narfu.ru)

Chizhova L.A., Tutygin A.G., Maksimov A.M., Koshunyaeva N.V.

Economic Behavior of the Region's Population: The Role of Socio-Cultural Factors in the Conditions of the Arctic

Abstract. The transformations taking place in the socio-cultural space of Russia in the last three decades determine various aspects of human behavior, including economic behavior. The aim of the study is to assess the influence of the basic components of the socio-cultural space of the Arctic region on how the population develops economic behavior strategies, among which are values, norms, attitudes, social well-being, social capital, human capital, identity, and cultural consumption. The article provides a brief description of modern approaches to the study of economic behavior based on interdisciplinary links between economics, sociology and other sciences. Further, with the help of sociological research, we identify and describe trends in the economic behavior of the population of an Arctic region – the Arkhangelsk Region. With the help of G.S. Pospelov's decision matrices we assess the influence of the components of the socio-cultural space on the choice of an economic behavior strategy and determine the structural hierarchy of the components according to the degree of this influence. In particular, we show that the impact of the basic components on economic behavior demonstrates high stability, while the most significant structural contribution is made by social well-being and the values of “materialism” / “post-materialism”. Scientific novelty of the research lies both in the application of an interdisciplinary approach to the study of the economic behavior of the population of the Arctic region, and in assessing the impact of various structural elements of the socio-cultural space on the manifestation of a particular type of economic behavior of individuals and households (consumer, savings, and investment). Practical significance of the approach we propose is related to the possibility of its further use in order to design models and development programs for various Arctic territories and regions that differ in socio-economic, ethno-cultural and value characteristics and strategies of economic behavior of the population.

Key words: socio-economic development of the territory, socio-cultural space, transformation, economic behavior, method of decision matrices, regions of the Russian Arctic.

Information about the Authors

Lyudmila A. Chizhova – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Leading Researcher, N. Laverov Federal Center for Integrated Arctic Research of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (20, Nikolsky Avenue, Arkhangelsk, 163020, Russian Federation; e-mail: chijova.mila@yandex.ru)

Andrey G. Tutygin – Candidate of Sciences (Physics and Mathematics), Associate Professor, Leading Researcher, N. Laverov Federal Center for Integrated Arctic Research of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (20, Nikolsky Avenue, Arkhangelsk, 163020, Russian Federation; e-mail: andgt64@yandex.ru)

Anton M. Maksimov – Candidate of Sciences (Politics), Associate Professor, Senior Researcher, N. Laverov Federal Center for Integrated Arctic Research of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (20, Nikolsky Avenue, Arkhangelsk, 163020, Russian Federation; e-mail: amml5nov@yandex.ru)

Nadezhda V. Koshunyaeva – Researcher, N. Laverov Federal Center for Integrated Arctic Research of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (20, Nikolsky Avenue, Arkhangelsk, 163020, Russian Federation; e-mail: n.koshunyaeva@narfu.ru)

Статья поступила 12.05.2025.