Международный научно-исследовательский журнал
«Прогрессивная экономика»
№ 11 / 2026
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности ВАК: 5.2.3
УДК 336.74:339.138
DOI: 10.54861/27131211_2026_11_107



ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кузнецова О.А., *кандидат химических наук, доцент, доцент кафедры экономики и финансов, Краснодарский кооперативный институт, г. Краснодар, Россия*
350015, Краснодар, ул. Митрофана Седина, 168/1
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2019-3404
e-mail: Oksana.Kuznecova.1974@bk.ru

Черненко Э.М., *кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов, Краснодарский кооперативный институт, г. Краснодар, Россия*
350015, Краснодар, ул. Митрофана Седина, 168/1
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2305-0783
e-mail: 79184814276@yandex.ru

Дюков М.А., *Краснодарский кооперативный институт, г. Краснодар, Россия*
350015, Краснодар, ул. Митрофана Седина, 168/1
e-mail: max09873@yandex.ru

Аннотация. В Краснодарском крае инфляция неоднородна по компонентам: при сводном индексе 5,71% (июнь 2026 г.) услуги и жилищно-коммунальные тарифы дорожают в 2,8-3,2 раза быстрее товаров, население оценивает инфляцию в 2,5 раза выше официальной, а прирост сбережений населения по балансу Росстата отрицателен второй год подряд. В такой среде инструменты цифрового маркетинга (маркетплейсы, персональные цены, оплата частями) сокращают время между выбором товара и покупкой. Цель статьи состоит в оценке того, как финансовая грамотность опосредует влияние цифрового маркетинга на потребительский выбор населения края в 2023-2026 гг. Гипотеза:

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

грамотность действует как фильтр между маркетинговым стимулом и решением о расходах. Научная новизна состоит в рассмотрении грамотности как посредника между цифровыми каналами покупки и бюджетной нагрузкой домохозяйств конкретного региона. Методы: декомпозиция индекса потребительских цен по компонентам, структурный анализ использования доходов, межрегиональное сопоставление, сравнение групп населения по грамотности и наличию сбережений; данные Росстата и Банка России за 2023-2026 гг. Результаты: тарифы ЖКХ после индексации 2024 г. удерживают прирост 11-12% при замедлении продовольственной инфляции до 3-4%; обязательные платежи края выросли на 32% и занимают 13,4% дохода при норме сбережений −6,8%; грамотность снижает инфляционные ожидания на 1,6 п. п. между крайними группами, тогда как материальные трудности сдвигают их на 11,2 п. п.; домохозяйства без сбережений оценивают инфляцию на 2,6-2,7 п. п. выше. Гипотеза подтверждена частично: данные согласуются с тем, что фильтр действует при наличии у домохозяйства резерва. Практическая значимость состоит в модуле цифровой потребительской гигиены для региональной программы с адресатами, выделенными по отсутствию сбережений и уровню грамотности. Перспектива исследования состоит в проверке гипотезы на индивидуальных данных жителей края.

Ключевые слова: финансовая грамотность, потребительский выбор, цифровой маркетинг, оплата частями, норма сбережений, инфляционные ожидания, Краснодарский край.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Кузнецова О.А., Черненко Э.М., Дюков М.А. Финансовая грамотность как фактор потребительского выбора в условиях цифрового маркетинга: региональный опыт Краснодарского края // Прогрессивная экономика. 2026. № 11. С. 107–127. https://doi.org/10.54861/27131211_2026_11_107.

Статья поступила в редакцию: 02.10.2026 г. Одобрена после рецензирования: 05.11.2026 г. Принята к публикации: 06.11.2026 г.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

FINANCIAL LITERACY AS A CONSUMER CHOICE FACTOR IN DIGITAL MARKETING: REGIONAL EXPERIENCE OF KRASNODAR REGION

Kuznetsova O.A., *Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Economics and Finance, Krasnodar Cooperative Institute, Krasnodar, Russia*
350015, Krasnodar, st. Mitrofana Sedina, 168/1
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2019-3404
e-mail: Oksana.Kuznecova.1974@bk.ru

Chernenko E.M., *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Finance, Krasnodar Cooperative Institute, Krasnodar, Russia*
350015, Krasnodar, st. Mitrofana Sedina, 168/1
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2305-0783
e-mail: 79184814276@yandex.ru

Dyukov M.A., *Krasnodar Cooperative Institute, Krasnodar, Russia*
350015, Krasnodar, st. Mitrofana Sedina, 168/1
e-mail: max09873@yandex.ru

Abstract. Inflation in Krasnodar Krai is uneven across components: with a headline index of 5.71% (June 2026), services and housing-and-utility tariffs are rising 2.8-3.2 times faster than goods, households estimate inflation at 2.5 times the official figure, and the growth of household savings in the Rosstat balance has been negative for the second year in a row. In this environment digital marketing tools (marketplaces, personalised prices, buy-now-pay-later) shorten the time between choosing a product and paying for it. The aim of the article is to assess how financial literacy mediates the influence of digital marketing on the consumer choice of the regional population in 2023-2026. The hypothesis is that literacy acts as a filter between the marketing stimulus and the spending decision. The novelty lies in treating literacy as a mediator between digital purchase channels and the budget burden of households in a specific region. Methods: decomposition of the consumer price index by components, structural analysis of income use, interregional comparison, and comparison of population groups by literacy and by savings; data of Rosstat and the Bank of Russia for 2023-2026. Results: after the 2024 indexation, utility tariffs have kept growing at 11-12% while food inflation slowed to 3-4%; mandatory payments in the region rose by 32% and take 13.4% of income, while savings growth amounted to −6.8% of income; literacy lowers inflation expectations by 1.6 pp between the extreme groups, whereas material hardship shifts them by 11.2 pp; households without savings estimate inflation 2.6-2.7 pp higher. The hypothesis is partly confirmed: the data are consistent with the filter working where a

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

household has a financial reserve. The practical value is a digital consumer hygiene module for the regional programme, with target groups selected by the absence of savings and the level of literacy. Further research should test the hypothesis on individual data of regional residents.

Keywords: financial literacy, consumer choice, digital marketing, buy now pay later, saving rate, inflation expectations, Krasnodar Krai.

JEL classification: D12, D14, G53, M31.

Conflict of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

For citation: Kuznetsova O.A., Chernenko E.M., Dyukov M.A. (2026). Finansovaya gramotnost' kak faktor potrebitel'skogo vybora v usloviyakh tsifrovogo marketinga: regional'nyi opyt Krasnodarskogo kraya [Financial literacy as a consumer choice factor in digital marketing: regional experience of Krasnodar Region]. Progressivnaya ekonomika [Progressive Economy], 11, 107–127. https://doi.org/10.54861/27131211_2026_11_107. (In Russ., abstract in Eng.)

The article was submitted to the editorial office: 02/10/2026. Approved after review: 05/11/2026. Accepted for publication: 06/11/2026.

Введение

В июне 2026 г. годовая инфляция в Краснодарском крае составила 5,71% [1]. Сводный индекс скрывает различие между группами расходов: товары за год подорожали на 3-4%, тогда как услуги и жилищно-коммунальные тарифы, по данным [1], на 10-11%, и наибольший рост пришёлся на те расходы, которые домохозяйство не может сократить. Отношение темпов прироста услуг (и тарифов ЖКХ) к темпам прироста товаров составляет 2,8–3,2 раза; речь идёт именно об отношении темпов прироста, а не об отношении уровней цен.

Население оценивает инфляцию не по сводному индексу, а по собственным платежам. В сентябре 2026 г. медиана таких оценок по России достигла 15,1% и в 2,5 раза превысила официальное значение [2]. Здесь и далее разграничиваются воспринимаемая (наблюдаемая) инфляция, инфляционные ожидания на 12 месяцев и ожидания на пятилетнем горизонте: это разные показатели, и их динамика может не совпадать. В крае второй год подряд отрицателен прирост сбережений населения по балансу денежных доходов и расходов Росстата: в 2024 г. он составил − 6,8% денежных доходов, тогда как по России, судя по [3, табл. 6], +9,7%. По методике Росстата прирост сбережений складывается из изменения вкладов, ценных бумаг и наличных денег, расходов на покупку недвижимости и корректируется на величину кредитов и ссуд [3], поэтому отрицательная величина прироста сбережений отражает прежде всего опережающий рост задолженности, а не изъятие вкладов: вклады населения края за год к 1 апреля 2025 г. выросли [26]. Следовательно, отрицательный прирост сбережений по балансу не следует напрямую интерпретировать как отсутствие финансового резерва у домохозяйства – это разные показатели, и их разграничение принципиально

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

для адресации мер региональной программы. Покупки при этом всё чаще совершаются через маркетплейсы [4]. Персональные скидки и оплата частями на них сокращают время между выбором товара и оплатой. Резерва на такие покупки нет. В регионе с отрицательной нормой сбережений оплата частями, по всей видимости, лишь переносит нагрузку на следующие месяцы.

Под оплатой частями в статье понимаются сервисы рассрочки платформ (BNPL – buy now, pay later), включая российские сервисы «Сплит», «Долями» и аналогичные, а также рассрочка банков. Эти продукты различаются по регуляторной природе, стоимости и последствиям для бюджета домохозяйства, и их объединение в одну категорию является упрощением, которое следует учитывать при интерпретации.

По оценкам Банка России, финансовая грамотность снижает инфляционные ожидания и повышает склонность к сбережению [5; 6]. На этом основана гипотеза статьи. Грамотность выполняет роль фильтра между цифровым маркетингом и потребительским выбором, и в регионе с отрицательной нормой сбережений её значение, вероятно, больше, чем в среднем по стране.

Цель статьи состоит в концептуальной аргументации и косвенной оценке того, как уровень финансовой грамотности опосредует влияние цифрового маркетинга на потребительский выбор населения Краснодарского края в 2023–2026 гг. Полноценная медиационная модель на индивидуальных данных в работе не оценивается; связь грамотности с выбором переносится на регион по общероссийским оценкам. Для этого проанализирована структура инфляции в крае, сопоставлены доходы, обязательные платежи и сбережения края и России, рассмотрена связь грамотности с восприятием цен и предложена адресная мера для региональной программы финансовой грамотности.

Обзор литературы

Туманянц К., Кулешов Ф., Пеникас Г. и Зуев В. на псевдопанели опросов Банка России установили, что рост грамотности снижает инфляционные ожидания, причём эффект нелинеен и сильнее всего у групп с наименьшей подготовкой [5]. Андреев с соавторами получили близкий результат, но обратили внимание на масштаб. Материальные трудности сдвигают ожидания заметно сильнее, чем грамотность: медиана ожиданий у тех, кому не хватает денег на еду, составила, по оценке [7] на данных обследования 2022 г., 23,4% против 12,2% у семей без трудностей. Зверева В., Синяков А. и Шелованова Т. нашли связь грамотности со сбережениями и диверсификацией активов, но не с долговой нагрузкой, и грамотный заёмщик берёт кредит не реже прочих [6]. Это уточнение существенно для гипотезы статьи. Если грамотность не сдерживает заимствования, её влияние на выбор следует ожидать прежде всего там, где у семьи есть возможность отложить покупку. Трегубова А., Торопова Т. и Ярасханова Э. проверяли на российских данных гипотезу перманентного

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

дохода, по которой домохозяйство сглаживает колебания дохода за счёт сбережений [8]. При отрицательном приросте сбережений по балансу этот механизм не действует.

Weber M., D'Acunto F., Gorodnichenko Y. и Coibion O. обобщили зарубежные опросы домохозяйств: люди судят о ценах по товарам, которые покупают часто, и замечают подорожание сильнее, чем удешевление, отчего их оценка инфляции превышает официальную [9]. Евстигнеева А. и Карпов Д. на массиве российских новостей выяснили, что на оценку инфляции населением сильнее всего влияют сообщения о росте цен и о кризисе, а также о курсе рубля, а у людей без сбережений вес кризисных новостей особенно велик [10]. Карпеко Ф. построил индикатор ожиданий QUIET по поисковым запросам, и он работает на уровне отдельных регионов, хотя для края отдельной оценки в докладе нет [11]. Восприятие цен при этом доступно наблюдению в той же цифровой среде, где действует реклама.

Денисова И. и Петрова Е. по опросу 355 человек установили, что маркетплейс стал первым каналом поиска товара для 83,1% респондентов, а 78% пользуются персональными скидками платформ [4]. Выборка молодая (85% участников моложе 31 года) и охватывает три области Центральной России, поэтому приведённые доли следует рассматривать как иллюстративные, а не как оценку охвата маркетплейсов в Краснодарском крае; на старшие группы и сельских жителей края эти доли переносятся лишь отчасти и, по всей видимости, завышают охват. Шаститко А. с соавторами описали, как большие данные позволяют продавцу назначать цену под готовность платить конкретного покупателя [12], а Розанова Н. связывает такие практики с изменением оптимального выбора потребителя [13]. Систематический обзор Kumar S. с соавторами по 29 исследованиям выделил внешние триггеры онлайн-импульса: промоакции, отзывы, атмосферу сайта [14]. По онлайн-опросу 308 австралийцев 18-25 лет (83% выборки составили женщины) Blue L. с соавторами нашли, что женщины использовали оплату частями вместо сбережений [15]. Духовнова видит защиту от импульсной покупки в финансовой грамотности [16]. Своих данных у неё нет. Ахмаева Л., Долгополов Д. и Еремеева А. зафиксировали разную реакцию поколений на кризис 2022 г.: молодые быстрее перешли на маркетплейсы, старшие острее ощутили рост цен [17].

Кумачева С. и Михеева А. оценили, что цифровизация региона повышает грамотность, а эффект дохода сильнее в небогатых регионах, так что рост заработков в них, по крайней мере в их модели, быстрее переходит в знания о финансах [18]. По опросу жителей Челябинской области горожане грамотнее сельчан, а грамотность, как следует из [19], снижает обращение к неформальному кредиту. Пьянкова С. и Юсупова Д. для Свердловской области нашли разрыв между самооценкой грамотности и результатом теста более 15 п. п. [20]. Самооценка, стало быть, плохо заменяет тест. Дементьева

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

И. относит к группе риска по потреблению 20% наименее обеспеченных и сельских жителей [21]. По расчётам Дохоляна С., рост номинальных доходов не повышает уровень жизни, если его поглощают цены и обязательные платежи [22]. Ни одна из этих работ не приводит данных о потреблении, хотя адресаты региональных программ грамотности определяются именно по нему.

Работы о грамотности [5; 6; 7] не используют данных о потреблении, работы о маркетплейсах [4; 14] не учитывают сбережений покупателя, региональные исследования [18; 19; 20] не выходят на потребительский выбор. Ни одна из них не связывает финансовую грамотность с цифровым маркетингом и выбором на данных конкретного региона. Для Краснодарского края такого сопоставления в доступных публикациях нет.

Материалы и методы

Исследование опирается на открытые данные. Помесячные ряды Банка России по компонентам потребительской корзины дают структуру инфляции в крае с января 2024 г. по июнь 2026 г. [1]. Бюллетень Росстата «Денежные доходы и расходы населения в 2023-2024 гг.» [3] даёт по каждому субъекту Федерации структуру денежных доходов по источникам (табл. 5) и их использование, в том числе обязательные платежи и прирост сбережений (табл. 6). Для 2025-2026 гг. зарплаты и сбережения даёт региональный комментарий Банка России по Южному главному управлению (ЮГУ) [23; 24]. Данные ЮГУ охватывают несколько субъектов Южного федерального округа; для края они служат приближением. По зарплатам и сбережениям направление изменений по ЮГУ, как правило, совпадает с краевым, однако по уровню показатели могут расходиться, поэтому выводы по абсолютным величинам на данных ЮГУ не строятся. Опрос инФОМ за сентябрь 2026 г. [2] даёт восприятие инфляции населением, а всероссийское обследование финансов домохозяйств 2024 г. [25, слайд 25] связь грамотности с ожиданиями.

Применены четыре метода. Ряды по компонентам цен представляют годовые темпы прироста (в % к тому же месяцу прошлого года) и за весь период полные, без пропусков. Через декомпозицию индекса потребительских цен по компонентам выделены группы расходов, которые дорожают быстрее сводного индекса; на её основе рассчитан коэффициент опережения как отношение прироста цен на услуги или тарифов ЖКХ к приросту цен на товары. При структурном анализе использования доходов прирост сбережений и доля обязательных платежей вычислены как отношение соответствующих сумм к денежным доходам по табл. 6 [3]. По методике Росстата прирост сбережений складывается из изменения вкладов, ценных бумаг и наличных денег и расходов на покупку недвижимости и корректируется на величину кредитов и ссуд [3], поэтому он может быть отрицательным и при росте банковских вкладов. В межрегиональном сопоставлении отклонение края от России выражено в процентных пунктах и в разах. По уровню грамотности и по наличию сбережений сравнены группы

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

населения, у которых разрыв между воспринимаемой и официальной инфляцией различается. Статистическая проверка значимости различий между группами не проводилась: сравниваются агрегированные оценки, а не выборочные средние, поэтому величины разрывов следует читать как описательные, а не как оценки эффекта с доверительными интервалами.

У данных есть ограничения. Регионального опроса о восприятии инфляции нет, поэтому разрыв оценок измерен по России, а для края оценён косвенно, через структуру цен. Дополнительно структура групп по грамотности в крае может отличаться от общероссийской: по доле сельского населения, возрастной структуре и доле занятых в неформальном секторе край отличается от среднероссийского профиля, и перенос общероссийских оценок на край является допущением, а не измерением. Данные ЮГУ охватывают несколько субъектов и для края служат лишь приближением, хотя направление изменений по ним, как правило, совпадает с краевым. Индивидуальных данных о грамотности жителей края в открытом доступе нет, и связь грамотности с выбором перенесена на регион по общероссийским оценкам. Опрос о маркетплейсах [4] проведён в трёх областях Центральной России на молодой выборке, поэтому его доли для края служат верхней оценкой охвата. Наконец, потребительские расходы края относятся в балансе к постоянному населению, тогда как часть покупок в курортном регионе, вероятно, совершают приезжие; это может завышать расходы на душу и долю прочих поступлений, которую Росстат частично рассчитывает как разницу статей баланса [3].

Концептуальная модель и её эмпирические импликации. Гипотеза статьи операционализируется через три навыка, которые, по предположению, составляют содержание «фильтра»: (1) проверка цены товара вне платформы – сопоставление цены на маркетплейсе с ценой у продавца и в других каналах; (2) расчёт полной стоимости оплаты частями – суммирование всех платежей, комиссий и переплат по сервису рассрочки до оформления; (3) пауза перед покупкой – отложенное решение, позволяющее отделить потребность от стимула. Ожидаемые каналы влияния: первый навык снижает чувствительность к персональным скидкам [12; 13], второй – к эффекту «низкого ежемесячного платежа», который описывают Blue с соавторами [15], третий – к импульсным покупкам, триггеры которых систематизированы Kumar с соавторами [14]. Предполагаемый знак эффекта – отрицательный (грамотность снижает вероятность незапланированной покупки), однако, как показано в [6], грамотность не сдерживает заимствования, поэтому эффект следует ожидать прежде всего там, где у семьи есть возможность отложить покупку. Эмпирически эти импликации в работе не проверяются: для этого нужны индивидуальные данные о грамотности и истории покупок, которых в открытом доступе нет. Таким образом, модель задаёт рамку интерпретации и перечень проверяемых следствий, а не оцениваемую спецификацию.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Результаты и обсуждение

Сводная инфляция в крае меньше общероссийской: 5,71% против 6,02% в июне 2026 г. [1]. Годовые приросты по восьми группам товаров и услуг, от сводного индекса до медицины, сопоставлены на рис. 1.

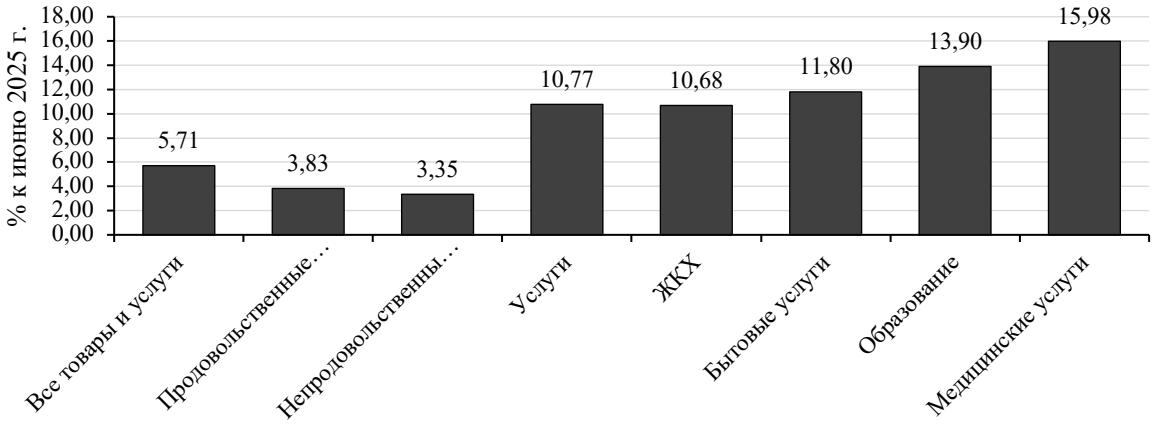


Рис. 1. Годовой прирост потребительских цен в Краснодарском крае по группам товаров и услуг, июнь 2026 г., %

Источник: составлено автором по данным [1]

Fig. 1. Annual consumer price growth in Krasnodar Krai by groups of goods and services, June 2026, %

Source: compiled by the author based on [1]

Товары подорожали на 3,35-3,83%, услуги на 10,77%. Отношение темпов составляет 2,8-3,2 раза. Внутри услуг выделяются медицина, образование, бытовые услуги и жилищно-коммунальные тарифы, то есть те позиции, которые семья не может ни отложить, ни заменить более дешёвыми. По этим платежам домохозяйство и судит об инфляции. Его оценка оказывается ближе к 11-16%, чем к официальным 5,71%. Зарубежные данные [9] согласуются с этим: восприятие цен формируют частые и неизбежные покупки.

Расхождение возникло недавно. До середины 2024 г. тарифы ЖКХ росли медленнее товаров. Сводный индекс в тот период отражал в основном продовольственную инфляцию, которая превышала 9% в год и, по всей видимости, определяла оценку цен населением сильнее любого другого компонента. Помесячные ряды за два с половиной года показывают, когда соотношение изменилось (рис. 2).

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

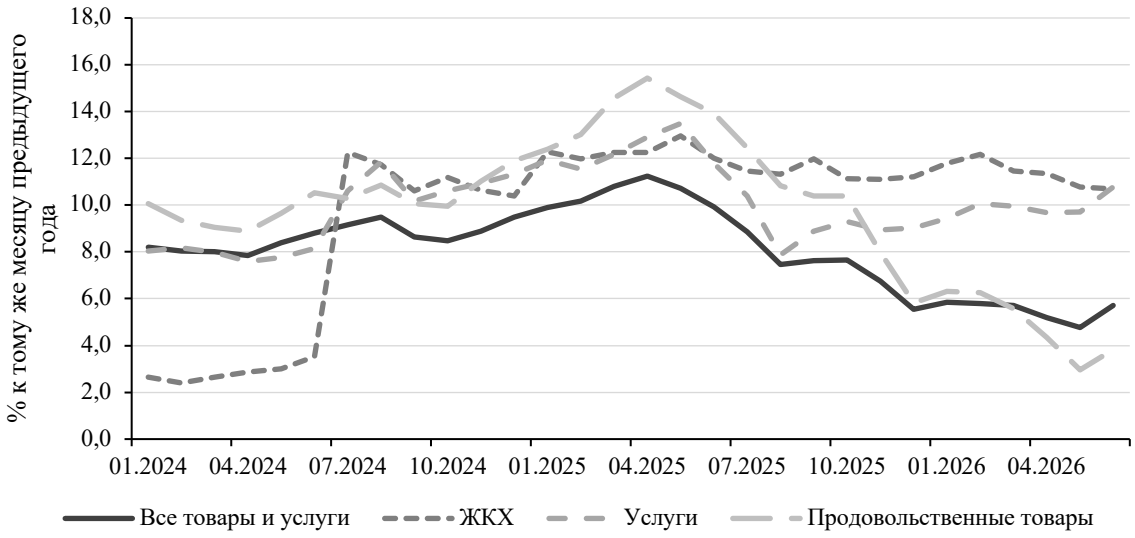


Рис. 2. Годовая инфляция в Краснодарском крае по компонентам с января 2024 г. по июнь 2026 г., %

Источник: составлено автором по данным [1]

Fig. 2. Annual inflation in Krasnodar Krai by components from January 2024 to June 2026, %

Source: compiled by the author based on [1]

В первом полугодии 2024 г. тарифы ЖКХ росли на 2,4-3,5% в год, медленнее всех остальных компонентов. После индексации июля 2024 г. их прирост вышел на 11-12% и держится там второй год. Дольше любого другого всплеска. Продовольствие за то же время прошло пик 15,4% в апреле 2025 г. и замедлилось до 3-4%, непродовольственные товары замедлились с 6,0% в начале 2024 г. до 3,35%, а сводный индекс снизился с 8,2 до 5,7%. Товарная часть корзины растёт теперь умеренно. Для домохозяйства рост цен переместился из продовольственных расходов в коммунальные платежи, и по ним замедления нет.

По номинальным показателям край не уступает стране. Среднедушевой доход в 2024 г. составил 64985 руб. в месяц и немного превысил общероссийский, а потребительские расходы на душу оказались больше общероссийских на 27%. Девять показателей края и России за 2023-2026 гг. сведены в табл. 1.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Таблица 1

Ключевые показатели Краснодарского края и России, 2023-2026 гг.

Table 1

Key indicators of Krasnodar Krai and Russia, 2023-2026

Показатель	Краснодарский край	Россия
Годовая инфляция, июнь 2026 г., %	5,71	6,02
Рост цен на услуги, июнь 2026 г., %	10,77	–
Рост тарифов ЖКХ, июнь 2026 г., %	10,68	–
Реальные располагаемые доходы, 2024 г., % к предыдущему году	107,9	108,2
Среднедушевой денежный доход, 2024 г., руб./мес.	64 985	63 959
Доля оплаты труда в доходах, 2024 г., %	46,7	60,0
Обязательные платежи, 2023 / 2024 гг., % доходов	12,0 / 13,4	14,8 / 15,8
Норма сбережений, 2024 г., % доходов	−6,8	+9,7
Потребительские расходы на душу, 2024 г., руб./мес.	60 673	47 637

Источник: составлено автором по данным [1; 3]
Source: compiled by the author based on [1; 3]

Структура дохода при этом менее устойчива, чем по стране. По табл. 5 бюллетеня [3] на оплату труда приходится 46,7% денежных доходов (по России 60,0%), на предпринимательский доход 13,7% (6,7%), на прочие поступления 20,5% (7,1%). Прочие поступления Росстат отчасти рассчитывает как разницу статей баланса [3], так что их доля отражает доходы вне отчётности. Реальные располагаемые доходы растут медленнее общероссийских, и в 2026 г. отставание зарплат сохранилось: +6,2% при +7,3% по стране в апреле [23].

Сильнее остальных показателей край отличают от России норма сбережений и обязательные платежи. В 2024 г. население края направило на обязательные платежи 608 млрд руб., а прирост его сбережений, по данным [3, табл. 6], второй год подряд был отрицательным, тогда как по стране сбережения росли. Подчеркнём: отрицательный прирост сбережений по балансу означает, что прирост задолженности по кредитам и сокращение наличных превысили прирост вкладов, ценных бумаг и вложений в недвижимость [3]. Вклады при этом могут расти, и в крае они увеличились [26]. Поэтому отрицательная величина прироста сбережений характеризует баланс доходов и расходов населения территории, а не отсутствие резерва у каждой отдельной семьи; для адресации региональной программы это различие принципиально. Обе статьи использования дохода за 2023-2024 гг. сопоставлены с общероссийскими на рис. 3.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

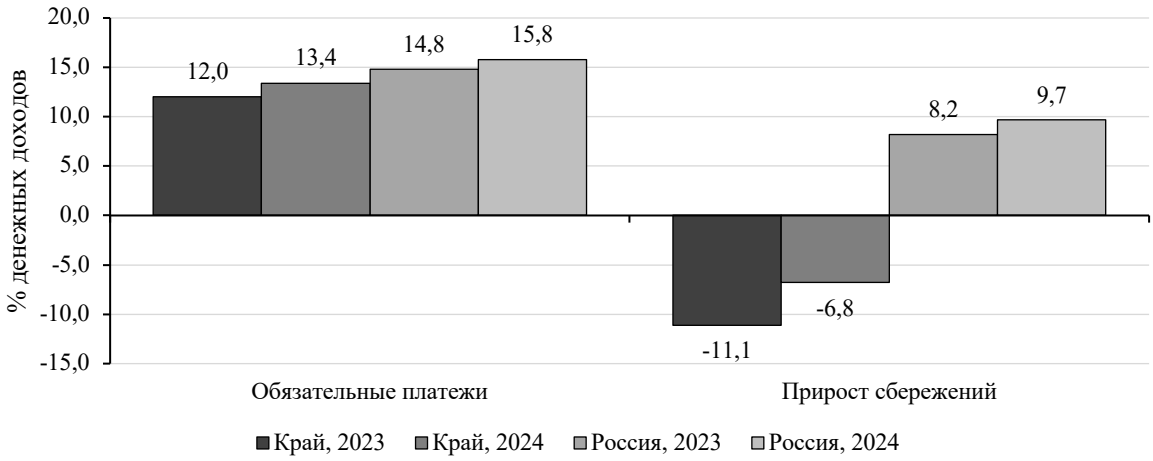


Рис. 3. Обязательные платежи и прирост сбережений населения Краснодарского края и России в 2023-2024 гг., % денежных доходов

Источник: составлено автором по данным [3]

Fig. 3. Mandatory payments and savings growth of the population of Krasnodar Krai and Russia in 2023-2024, % of monetary income

Source: compiled by the author based on [3]

Доля обязательных платежей в крае меньше общероссийской, но растёт быстрее: с 12,0 до 13,4% дохода за год, а в рублях с 460 до 608 млрд, на 32% [3]. Прирост сбережений в процентах к доходам отрицателен два года подряд: -11,1% в 2023 г. и -6,8% в 2024 г. при +8,2 и +9,7% по России [3, табл. 6]. По методике Росстата это означает, что прирост задолженности по кредитам и сокращение наличных превысили прирост вкладов, ценных бумаг и вложений в недвижимость. Вклады при этом могут расти. В крае за год к 1 апреля 2025 г. они увеличились на 22,8% [26], так что отрицательный прирост сбережений связан прежде всего с ростом задолженности, а не с изъятием вкладов. Расхождение между заголовком источника [26] («выросли на 13,7%») и приведённой в тексте величиной 22,8% объясняется разными периодами и базами расчёта: в тексте использован годовой прирост к 1 апреля 2025 г., в заголовке публикации – иной период; при окончательной редакции следует привести обе величины с указанием периодов. Высокие душевые расходы из таблицы 1 поэтому не следует считать признаком благосостояния, тем более что часть их, вероятно, приходится на приезжих. В мае 2026 г. сбережения населения ЮГУ в банках, по данным [23], продолжали сокращаться, так что тенденция, скорее всего, сохранилась.

Как грамотность меняет оценку инфляции, показывает обследование финансов домохозяйств. В нём более 12 тысяч респондентов ответили на 17 вопросов теста, и по сумме баллов их делят на пять групп [25, слайды 4, 33]. Инфляционные ожидания каждой группы даёт рис. 4.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

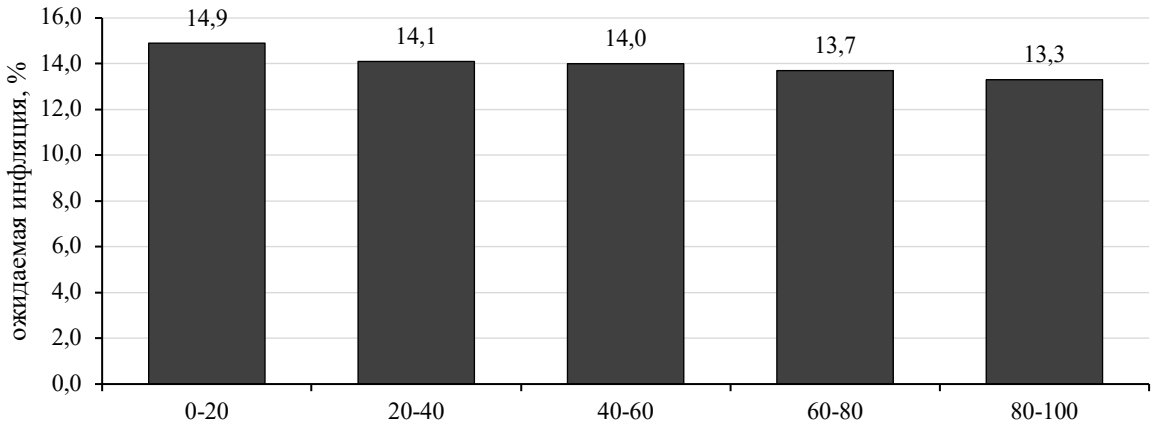


Рис. 4. Ожидаемая инфляция по группам населения с разным баллом финансовой грамотности, Россия, 2024 г., %

Источник: составлено автором по данным [25, слайд 25]

Fig. 4. Expected inflation by population groups with different financial literacy scores, Russia, 2024, %

Source: compiled by the author based on [25, slide 25]

Ожидания снижаются с ростом грамотности монотонно, но разрыв между крайними группами составляет лишь 1,6 п. п., тогда как материальные трудности, по волне того же обследования 2022 г., сдвигают ожидания на 11,2 п. п. [7]. Эффект грамотности нелинеен и сильнее всего у наименее подготовленных [5], поэтому обучение даёт наибольшую отдачу в самых уязвимых группах. Состав этих групп виден по наличию сбережений: опрос инФОМ делит респондентов на тех, у кого резерв есть, и тех, у кого его нет, а оценки обеих групп за сентябрь 2026 г. приведены на рис. 5.

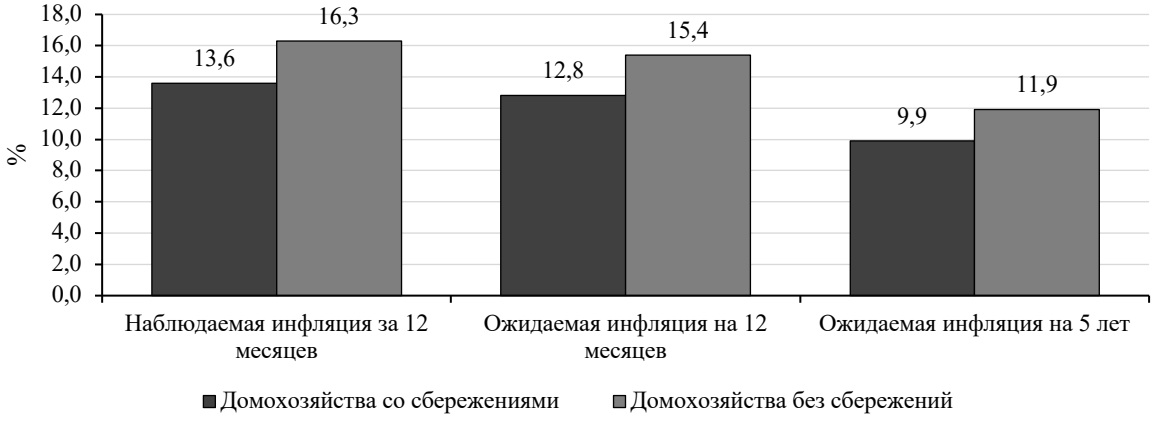


Рис. 5. Оценки инфляции населением России в зависимости от наличия сбережений, сентябрь 2026 г., %

Источник: составлено автором по данным [2]

Fig. 5. Inflation estimates by the Russian population depending on the presence of savings, September 2026, %

Source: compiled by the author based on [2]

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

У домохозяйств без сбережений оценка инфляции за последние 12 месяцев на 2,7 п. п., а на год вперёд на 2,6 п. п. больше, чем у домохозяйств с резервом [2]. На пятилетнем горизонте разрыв сохраняется: 11,9% и 9,9% соответственно [2]. Он не исчезает ни на одном горизонте. В крае, где норма сбережений отрицательна, таких домохозяйств, вероятно, больше, чем в среднем по стране, и их оценка цен определяет региональную картину.

Оплата частями позволяет домохозяйству без резерва покрыть разрыв между доходом и расходом. Для семьи, у которой обязательные платежи уже занимают 13,4% дохода, это переносит нагрузку на следующие месяцы, а при отрицательном приросте сбережений по балансу погашать её нечем. В молодёжной австралийской выборке женщины использовали оплату частями вместо сбережений [15]. Российских данных нет. Результат получен в одном опросе и в другой институциональной среде, поэтому для домохозяйств края он указывает лишь на возможное направление эффекта. Персональные цены [12; 13] и акции с коротким сроком [14] усиливают давление.

Грамотность действует до оплаты. Грамотный покупатель отличает персональную скидку от действительной выгоды, рассрочку от безвозмездных средств, срочность от необходимости. Навык узок и конкретен: сверить цену вне выдачи платформы и посчитать полную сумму рассрочки до оформления. Эти три навыка – проверка цены вне платформы, расчёт полной стоимости оплаты частями и пауза перед покупкой – введены выше как операционализация гипотезы (раздел «Материалы и методы»); они соотносятся с литературой об импульсных покупках [14], персональном ценообразовании [12; 13] и защите от импульсивных решений средствами грамотности [16]. Можно предположить, что фильтр действует прежде всего там, где у семьи есть возможность отложить покупку. С этим согласуются отсутствие связи грамотности с избыточным долгом [6] и сильное влияние материальных трудностей на ожидания [7]. Подчеркнём: в статье такая трактовка не проверялась статистически; она согласуется с данными, но не установлена. При доходе, который не покрывает обязательных платежей, грамотность дохода не создаёт; разделить эффект резерва и эффект грамотности на агрегированных данных невозможно, поскольку эти признаки коррелированы.

Согласно Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 г., собственные программы повышения финансовой грамотности утверждены в 85 регионах, а к целевым навыкам отнесена защита прав потребителя, в том числе в цифровой среде [27]. Тем же распоряжением органам власти субъектов рекомендовано руководствоваться Стратегией при разработке региональных программ [27]. Программу Краснодарского края в этой рамке стоит дополнить модулем цифровой потребительской гигиены для двух групп: домохозяйств без сбережений, чьи ожидания больше на 2,6 п. п. (рис. 5), и сельских жителей,

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

грамотность которых уступает городской [19]. Модуль включает три навыка: проверка цены вне платформы, расчёт полной стоимости оплаты частями и пауза перед покупкой в одно действие. Результат проверяется тестом, а не самооценкой, которая, по данным [20], завышает уровень знаний. Модуль встраивается в региональную программу как отдельный блок продолжительностью 4–6 академических часов на площадках библиотек, отделений банков и МФЦ; критерии эффективности – прирост баллов по тесту до и после обучения и доля участников, продемонстрировавших все три навыка в смоделированной ситуации покупки. Для части адресатов удобнее очные занятия, например в библиотеках и отделениях банков. Отслеживать настроения этих групп позволяет индикатор QUIET [11], построенный по поисковым запросам в той же среде, где действует реклама.

Заключение

Статья отвечает на вопрос, как финансовая грамотность опосредует влияние цифрового маркетинга на потребительский выбор в регионе с напряжённым бюджетом домохозяйств. Получены следующие результаты.

По компонентам инфляция в Краснодарском крае неоднородна: при сводном индексе 5,71% услуги и тарифы ЖКХ дорожают в 2,8–3,2 раза быстрее товаров (по темпам прироста), а оценка инфляции населением в 2,5 раза превышает официальную, поскольку домохозяйство судит о ценах по обязательным платежам. По использованию доходов край отличается от страны сильнее всего. Прирост сбережений по балансу Росстата отрицателен два года подряд, обязательные платежи выросли на 32% и занимают 13,4% дохода, а оплата труда даёт лишь 46,7% поступлений при 60,0% по России. Отрицательный прирост сбережений по балансу отражает опережающий рост задолженности и не равнозначен отсутствию резерва у домохозяйства: вклады населения края растут. Грамотность снижает инфляционные ожидания, но эффект невелик: 1,6 п. п. между крайними группами против 11,2 п. п. от материальных трудностей. Гипотеза подтверждается отчасти. Статистическая проверка значимости различий не проводилась, поэтому данные следует читать как согласующиеся с гипотезой, а не как устанавливающие эффект. Данные согласуются с тем, что фильтр действует при наличии у домохозяйства резерва и слабеет, когда обязательные платежи поглощают доход. Разделить эффекты резерва и грамотности на агрегированных данных невозможно из-за их коррелированности; это ключевое ограничение и одновременно направление дальнейшей проверки. Адресаты меры определены по пересечению двух признаков (нет сбережений и ниже грамотность), а её содержание сведено к трём навыкам цифровой потребительской гигиены, каждый из которых проверяется тестом.

Для региональной программы подготовлены модуль и способ отбора его адресатов, в этом практический результат работы. Модуль встраивается в региональную программу как блок 4–6 академических часов с оценкой

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

эффективности по приросту баллов теста и доле участников, освоивших все три навыка. Из-за отсутствия региональных данных о грамотности и восприятии цен связь грамотности с выбором перенесена на край по общероссийским оценкам, и в этом ограничение работы. Дополнительное ограничение – возможное различие структуры групп по грамотности в крае и по России (доля сельского населения, возрастная структура, неформальная занятость). Следующий шаг исследования состоит в проверке гипотезы на индивидуальных данных жителей края с соединением теста грамотности и истории покупок за год; наличие выбора при этом можно операционализировать через долю обязательных платежей в доходе домохозяйства. Пилотный опрос 150–200 жителей края с тестом грамотности и вопросами о поведении на маркетплейсах позволил бы оценить медиационную модель и разделить эффекты резерва и грамотности.

Литература

1. Инфляция в Краснодарском крае // Банк России. URL: https://www.cbr.ru/press/reginfl/?id=69176.
2. Инфляционные ожидания и потребительские настроения. Информационно-аналитический комментарий // Банк России. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/62394/Infl_exp_26-09.pdf.
3. Денежные доходы и расходы населения в 2023–2024 гг.: статистический бюллетень. М.: Росстат, 2025. URL: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13270.
4. Денисова Е.В., Петрова Г.В. Онлайн-ритейл и потребительское поведение: взаимное влияние // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 12. С. 395–401.
5. Туманянц К., Кулешов Ф., Пеникас Г., Зуев В. Влияние уровня финансовой грамотности на инфляционные ожидания: оценка на данных псевдопанели по России. Серия докладов об экономических исследованиях. № 146. М.: Банк России, 2025.
6. Зверева В., Синяков А., Шелованова Т. Финансовая грамотность и ответственное финансовое поведение российских домохозяйств. Серия докладов об экономических исследованиях. № 132. М.: Банк России, 2024.
7. Андреев А.В., Грищенко В.О., Лымарь М.С., Орлов Д.А., Шубин И.А. Факторы формирования инфляционных ожиданий населения (по данным обследования финансов домохозяйств) // Экономическая политика. 2024. Т. 19, № 5. С. 54–83.
8. Трегубова А.А., Торопова Т.В., Ярасханова Э.У. Сберегательное поведение российских домохозяйств: соответствует ли реальная жизнь теории? // Финансы и кредит. 2013. № 41 (569). С. 59–67.
9. Weber M., D'Acunto F., Gorodnichenko Y., Coibion O. The Subjective Inflation Expectations of Households and Firms: Measurement, Determinants, and

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Implications. NBER Working Paper No. 30046. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2022.

10. Евстигнеева А., Карпов Д. Влияние негативных новостей на восприятие инфляции населением. Серия докладов об экономических исследованиях. № 111. М.: Банк России, 2023.

11. Карпеко Ф. QUIET: индикатор инфляционных ожиданий домохозяйств России и её регионов на основе данных поисковых систем. Серия докладов об экономических исследованиях. № 174. М.: Банк России, 2026.

12. Шаститко А.Е., Маркова О.А., Мелешкина А.И., Морозов А.Н. Ценообразование на основе больших данных: предметное поле проблемы // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2020. № 6. С. 3–22.

13. Розанова Н.М. Ценовые взаимодействия в цифровой экономике: новые возможности и риски // ЭКО. 2026. Т. 56, № 1. С. 27–40.

14. Kumar S., Poudyal A., Chaurasia A. Online Impulsive Buying Behaviour: A Systematic Review // Colombo Business Journal. 2024. Vol. 15. № 2. P. 115–141.

15. Blue L., Coglan L., Pham T., Lammer I., Menner R., Lee C. Spend and Repeat! Young Adult's Experiences with Buy Now Pay Later Services // Financial Planning Research Journal. 2023. Vol. 9, № 1. P. 1–19. URL: https://www.griffith.edu.au/__data/assets/pdf_file/0024/1900365/FPRJ-V9-Iss1-2023-spend-and-repeat.pdf.

16. Духовнова Д.А. Импульсивные покупки и их влияние на экономику // Научный аспект. 2024. № 5.

17. Ахмаева Л.Г., Долгополов Д.В., Еремеева А.И. Анализ изменений в потребительском поведении российских представителей поколений X и Z в связи с социально-экономическими изменениями в 2022 г. // Вестник университета. 2023. № 10. С. 220–226.

18. Кумачева С.Ш., Михеева А.С. Региональные особенности финансового поведения: выявление ключевых факторов и разработка адаптивных стратегий // Экономика и управление. 2025. Т. 31, № 7. С. 914–922.

19. Урядова О.А., Жданова Н.В. Факторы финансовой грамотности: региональный аспект // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2021. Т. 15, № 3. С. 45–55.

20. Пьянкова С.Г., Юсупова Д.А. Повышение финансовой грамотности населения: региональный аспект // Региональная экономика. Юг России. 2023. Т. 11, № 3. С. 59–68.

21. Дементьева И.Н. Потребление материальных благ и услуг: региональные особенности и тенденции // Мир экономики и управления. 2024. Т. 24, № 1. С. 44–70.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

22. Дохолян С.В. Денежные доходы и расходы населения на современном этапе развития страны // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2024. Т. 26, № 4. С. 83–93.

23. Банк России. Региональная экономика: комментарии ГУ. 2026. № 45. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/62157/0726.pdf.

24. Региональная экономика: комментарии ГУ. 2025. № 39. М.: Банк России, 2025.

25. Банк России. Всероссийское обследование домохозяйств по потребительским финансам – 2024: презентация А. Заботкина, 27.03.2025. URL: https://www.cbr.ru/content/document/file/177367/presentation_27-03-2025.pdf.

26. Вклады жителей Кубани выросли на 13,7% – темп роста замедлился вдвое // Новости Краснодара. 10.05.2026. URL: https://newskrasnodar.ru/dengi/9397.

27. Распоряжение Правительства РФ от 24.10.2023 № 2958-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года». URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/155985/strategy_2030.pdf.

References

1. Inflyatsiya v Krasnodarskom krae [Inflation in Krasnodar Krai]. Bank Rossii [Bank of Russia]. Retrieved from: https://www.cbr.ru/press/reginfl/?id=69176. (In Russ.)

2. Inflyatsionnye ozhidaniya i potrebitel'skie nastroeniya. Informatsionno-analiticheskii kommentarii [Inflation Expectations and Consumer Sentiment. Information and Analytical Commentary]. Bank Rossii [Bank of Russia]. Retrieved from: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/62394/Infl_exp_26-09.pdf. (In Russ.)

3. Denezhnye dokhody i raskhody naseleniya v 2023–2024 gg.: statisticheskii byulleten' [Monetary Income and Expenditure of the Population in 2023–2024: Statistical Bulletin]. (2025). Moscow: Rosstat. Retrieved from: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13270. (In Russ.)

4. Denisova E.V., Petrova G.V. (2024). Onlain-riteil i potrebitel'skoe povedenie: vzaimnoe vliyanie [Online retail and consumer behavior: Mutual influence]. Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava [Journal of Altai Academy of Economics and Law], 12, 395–401. (In Russ., abstract in Eng.)

5. Tumanyants K., Kuleshov F., Penikas G., Zuev V. (2025). Vliyanie urovnya finansovoi gramotnosti na inflyatsionnye ozhidaniya: otsenka na dannykh psevdopaneli po Rossii [The impact of financial literacy on inflation expectations: Evidence from Russian pseudo-panel data]. Seriya dokladov ob ekonomicheskikh issledovaniyakh [Working Paper Series], 146. Moscow: Bank of Russia. (In Russ.)

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

6. Zvereva V., Sinyakov A., Shelovanova T. (2024). Finansovaya gramotnost' i otvetstvennoe finansovoe povedenie rossiiskikh domokhozyaistv [Financial literacy and responsible financial behavior of Russian households]. Seriya dokladov ob ekonomicheskikh issledovaniyakh [Working Paper Series], 132. Moscow: Bank of Russia. (In Russ.)

7. Andreev A.V., Grishchenko V.O., Lymar' M.S., Orlov D.A., Shubin I.A. (2024). Faktory formirovaniya inflyatsionnykh ozhidanii naseleniya (po dannym obsledovaniya finansov domokhozyaistv) [Factors shaping household inflation expectations (based on household finance survey data)]. Ekonomicheskaya politika [Economic Policy], 19(5), 54–83. (In Russ., abstract in Eng.)

8. Tregubova A.A., Toropova T.V., Yaraskhanova E.U. (2013). Sberegatel'noe povedenie rossiiskikh domokhozyaistv: sootvetstvuet li real'naya zhizn' teorii? [Savings behavior of Russian households: Does real life correspond to theory?]. Finansy i kredit [Finance and Credit], 41(569), 59–67. (In Russ., abstract in Eng.)

9. Weber M., D'Acunto F., Gorodnichenko Y., Coibion O. (2022). The Subjective Inflation Expectations of Households and Firms: Measurement, Determinants, and Implications. NBER Working Paper, 30046. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. (In Eng.)

10. Evstigneeva A., Karpov D. (2023). Vliyanie negativnykh novostei na vospriyatie inflyatsii naseleniem [The impact of negative news on public perceptions of inflation]. Seriya dokladov ob ekonomicheskikh issledovaniyakh [Working Paper Series], 111. Moscow: Bank of Russia. (In Russ.)

11. Karpeko F. (2026). QUIET: indikator inflyatsionnykh ozhidanii domokhozyaistv Rossii i ee regionov na osnove dannykh poiskovykh sistem [QUIET: An indicator of household inflation expectations in Russia and its regions based on search engine data]. Seriya dokladov ob ekonomicheskikh issledovaniyakh [Working Paper Series], 174. Moscow: Bank of Russia. (In Russ.)

12. Shastitko A.E., Markova O.A., Meleshkina A.I., Morozov A.N. (2020). Tsenoobrazovanie na osnove bol'shikh dannykh: predmetnoe pole problemy [Big data-based pricing: Defining the scope of the problem]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika [Moscow University Economics Bulletin], 6, 3–22. (In Russ., abstract in Eng.)

13. Rozanova N.M. (2026). Tsenovye vzaimodeistviya v tsifrovoi ekonomike: novye vozmozhnosti i riski [Price interactions in the digital economy: New opportunities and risks]. EKO [ECO Journal], 56(1), 27–40. (In Russ., abstract in Eng.)

14. Kumar S., Poudyal A., Chaurasia A. (2024). Online Impulsive Buying Behaviour: A Systematic Review. Colombo Business Journal, 15(2), 115–141. (In Eng.)

15. Blue L., Coglan L., Pham T., Lammer I., Menner R., Lee C. (2023). Spend and Repeat! Young Adult's Experiences with Buy Now Pay Later Services.

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Financial Planning Research Journal, 9(1), 1–19. Retrieved from: https://www.griffith.edu.au/__data/assets/pdf_file/0024/1900365/FPRJ-V9-Iss1-2023-spend-and-repeat.pdf. (In Eng.)

16. Dukhovnova D.A. (2024). Impul'sivnye pokupki i ikh vliyanie na ekonomiku [Impulse purchases and their impact on the economy]. Nauchnyi aspekt [Scientific Aspect], 5. (In Russ.)

17. Akhmaeva L.G., Dolgopolov D.V., Eremeeva A.I. (2023). Analiz izmenenii v potrebitel'skom povedenii rossiiskikh predstavitelei pokolenii X i Z v svyazi s sotsial'no-ekonomicheskimi izmeneniyami v 2022 g. [Analysis of changes in consumer behavior among Russian representatives of generations X and Z due to socioeconomic changes in 2022]. Vestnik universiteta [Vestnik Universiteta], 10, 220–226. (In Russ., abstract in Eng.)

18. Kumacheva S.Sh., Mikheeva A.S. (2025). Regional'nye osobennosti finansovogo povedeniya: vyyavlenie klyuchevykh faktorov i razrabotka adaptivnykh strategii [Regional features of financial behavior: Identifying key factors and developing adaptive strategies]. Ekonomika i upravlenie [Economics and Management], 31(7), 914–922. (In Russ., abstract in Eng.)

19. Uryadova O.A., Zhdanova N.V. (2021). Faktory finansovoi gramotnosti: regional'nyi aspekt [Factors of financial literacy: A regional perspective]. Vestnik YuUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment» [Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management], 15(3), 45–55. (In Russ., abstract in Eng.)

20. P'yankova S.G., Yusupova D.A. (2023). Povyshenie finansovoi gramotnosti naseleniya: regional'nyi aspekt [Improving financial literacy of the population: A regional perspective]. Regional'naya ekonomika. Yug Rossii [Regional Economy. South of Russia], 11(3), 59–68. (In Russ., abstract in Eng.)

21. Dement'eva I.N. (2024). Potreblenie material'nykh blag i uslug: regional'nye osobennosti i tendentsii [Consumption of goods and services: Regional characteristics and trends]. Mir ekonomiki i upravleniya [World of Economics and Management], 24(1), 44–70. (In Russ., abstract in Eng.)

22. Dokholyan S.V. (2024). Denezhnye dokhody i raskhody naseleniya na sovremennom etape razvitiya strany [Household monetary income and expenditure at the current stage of national development]. Izvestiya Kabardino-Balkarskogo nauchnogo tsentra RAN [News of the Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences], 26(4), 83–93. (In Russ., abstract in Eng.)

23. Regional'naya ekonomika: kommentarii GU [Regional Economy: Comments by Main Branches]. (2026). Bank Rossii [Bank of Russia], 45. Retrieved from: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/62157/0726.pdf. (In Russ.)

24. Regional'naya ekonomika: kommentarii GU [Regional Economy: Comments by Main Branches]. (2025). Moscow: Bank Rossii [Bank of Russia], 39. (In Russ.)

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

25. Vserossiiskoe obsledovanie domokhozyaistv po potrebitel'skim finansam – 2024: prezentatsiya A. Zabotkina, 27.03.2025 [All-Russian Survey of Household Consumer Finances – 2024: Presentation by A. Zabotkin, March 27, 2025]. Bank Rossii [Bank of Russia]. Retrieved from: https://www.cbr.ru/content/document/file/177367/presentation_27-03-2025.pdf. (In Russ.)

26. Vklady zhitelei Kubani vyrosli na 13,7% – temp rosta zamedlilsya vdvoe [Deposits of Kuban residents increased by 13.7% – the growth rate halved]. (2026, May 10). Novosti Krasnodara [Krasnodar News]. Retrieved from: https://newskrasnodar.ru/dengi/9397. (In Russ.)

27. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 24.10.2023 № 2958-r «Ob utverzhdenii Strategii povysheniya finansovoi gramotnosti i formirovaniya finansovoi kul'tury do 2030 goda» [Order of the Government of the Russian Federation No. 2958-r of October 24, 2023, on approval of the Strategy for Improving Financial Literacy and Developing Financial Culture until 2030]. Retrieved from: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/155985/strategy_2030.pdf. (In Russ.)

© Кузнецова О.А., Черненко Э.М., 2026

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.