

Л. Преснякова

Кредиты для россиян: “догоняющая” или “опережающая” стратегия финансового поведения?

Кредитование населения является одним из механизмов рыночной экономики, позволяющих вовлекать средства граждан в активный экономический оборот и стимулировать их потребительскую активность. Для россиян такая форма финансового поведения не нова – многим она знакома еще по советским временам.

“<Кредиты> брали, брали, все брали” (ДФГ, Самара).

“Мы вот лично постоянно пользовались” (ДФГ, Самара).

Сегодня сектор потребительского кредитования в российской экономике развивается очень активно – по некоторым данным, ежегодно объемы выданных населению кредитов удваиваются, а сам рост этого сектора за последние пять-шесть лет можно охарактеризовать как экспоненциальный¹.

По данным общероссийского опроса, больше трети наших сограждан (39%) за последние два-три года пользовались потребительскими или банковскими кредитами². Из них половина (или 19% по выборке в целом) – только один раз, половина – неоднократно (17% заимствовали средства два-три раза, еще 3% – четыре раза и больше). В то же время 60% россиян не имеют сравнительно недавнего опыта пользования кредитами – именно столько респондентов заявили, что за последние два-три года им не случалось таким образом расплачиваться за товары или услуги. Более того, большинство из них, очевидно, вообще не имеют “кредитного” опыта в постсоветскую эпоху; а если в этой группе и есть пользовавшиеся кредитами (больше трех лет назад), их доля крайне мала, поскольку в то время предлагалось на порядок меньше кредитных услуг, чем, например, в начале 2006 года³, соответственно, и доля вовлеченных в него потребителей была невелика.

Почему россияне все активней вовлекаются в потребительское кредитование; кто, какие люди сегодня берут кредиты; насколько распространена практика использования кредитов в России; как воспринимается сегодня в обществе жизнь “в долг” самими должниками и теми, кто не пользуется кредитами; как кредит

По данным ЦБ РФ на 1 января 2006 года, объем кредитов, выданных физическим лицам, составляет 1179 миллиардов рублей
<http://www.cbr.ru>

¹ Стребков Д.О. Социальные аспекты кредитного поведения населения. 2006 (Рукопись).

² Общероссийский опрос населения от 1–2 апреля 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

³ По данным ЦБ РФ, объем кредитов, выданных физическим лицам, составил на 1 января 2003 года 142 млрд рублей; по данным на 1 января 2006 года – уже 1179 млрд рублей // <http://www.cbr.ru/statistics/bank-system>.

В России задолженность населения составляет 5,6% от российского ВВП, в США — 74% ВВП, в странах Евросоюза — 52%, в развивающихся странах эта цифра колеблется от 10 до 30% ВВП
 Галухина Я. Заемный конвейер набирает обороты // Эксперт. 2003. № 34, 15 сентября

меняет стиль жизни россиян; наконец, каковы перспективы кредитной культуры в нашей стране — круг этих вопросов и стал темой нашего исследования.

Практика кредитного поведения в современной России

Согласно данным опроса, сегодня наиболее популярны кредиты, предоставляемые магазинами на покупку бытовой техники и других товаров: ими пользовались 32% наших сограждан. Еще 9% брали кредиты на неотложные нужды. Другие виды кредитования распространены гораздо меньше — так, автокредитом пользовались только 2% россиян, ипотекой, кредитом на образование и на развитие бизнеса — по 1%.

Участники фокус-групп⁴, делясь своим кредитным опытом, также в основном говорят о покупке бытовой техники, мебели, реже — автомобиля или квартиры. Ситуации, при которых респонденты обращаются к кредиту, не отличаются особым разнообразием и в целом сводятся к следующим трем типам (причем следует отметить, что преобладания какого-либо одного не наблюдается).

1. Запланированные расходы, при этом инициатива пользования кредитом исходит от потребителя.

“Ну, <собирались купить> холодильник — не хватало, была половина суммы” (ДФГ, Новосибирск).

“У меня не хватало денег на автомобиль, а автомобиль мне был нужен. У меня, например, это была запланированная покупка” (ДФГ, Самара).

2. Незапланированные расходы (ситуации, когда из строя выходит какой-либо нужный предмет обихода, на срочную замену которого нет денег), при этом инициатива взять кредит также исходит от потребителя.

“Нет, у нас <стиральная машина> сломалась, денег на тот момент не было, чтобы пойти и взять, ну, и хотелось взять хорошую машинку, а не такую какую-то там...” (ДФГ, Москва).

“Сломался диван — решила купить комплект... Экстренная ситуация” (ДФГ, Самара).

3. Запланированная или спонтанная покупка, при этом кредит предлагается покупателю, то есть инициатива исходит от банка или магазина.

“Я покупал ноутбук ... я взял <денег> на одну модель, я пришел, посмотрел... — мне понравился <другой>. Подошел, говорю: у меня такая-то сумма есть, так и так. Они говорят: давайте половину делайте, а потом через неделю вносите половину. И вот на три месяца мне как раз” (ДФГ, Самара).

Неудивительно, что респонденты, планировавшие приобретение заранее, как правило, предварительно оценивают кредитные предложения, а также свои последующие расходы.

“Однозначно, конечно, планирование было. Когда, например, я пошел, я заранее для себя сумму распланировал, в пределах какой суммы, которую нам ежемесячно выплачивают... То есть это все было распланировано и просчитано. И могли я отдавать. Эти варианты взвешивал” (ДФГ, Самара).

“Спонтанные” покупатели, напротив, особо не утруждаются выбором кредитной программы.

“В какой-то мере — нет, вообще. Условия банка были такие, что плати проценты, а основную сумму долга — в последний момент... Да, процент я могу

⁴ Дискуссионные фокус-группы в Москве, Новосибирске и Самаре 25 апреля 2006 года.

заплатить, а то, что будет дальше, уже как-то не интересовало... Я надеялся, что смогу расплатиться” (ДФГ, Самара).

“У нас через дорогу «Эльдорадо», мы пришли, просто выбрали товар, который нам нужен, подошли – там три банка, подошли к любому, без разницы, и все... А как там выберешь? Никак не выберешь... Подошли, где меньше народу стояло, и все” (ДФГ, Москва).

Кстати, такие потребители, даже осознавая, что банк, давая средства в кредит, “себя не обидит”, все равно гораздо охотней предоставляют именно банку “право” рассчитывать кредитную программу (и в том числе оценивать кредитоспособность самих потребителей), нежели сами берутся разбираться в тонкостях договора – от них нередко слышались реплики типа “они сами просчитают”. Представление же о том, что отсутствие расчета может неблагоприятно сказаться в первую очередь на самих заемщиках, среди участников групповых дискуссий распространено мало; многие уверены, что раз “мы не берем большие ссуды – что там платить <и рассчитывать>... тысяча, полторы – это, считай, незаметно” (ДФГ, Новосибирск).

Важно отметить, что практически никто из респондентов не ссылаясь на проблемы с выплатой кредитов, возникшие из-за того, что при его оформлении они не выяснили всех деталей или досконально не рассчитали условия возврата займа; крайне редко на это жаловались и участники массового опроса⁵.

Половине пользовавшихся кредитами (или 19% по выборке), по их словам, было легко выплачивать долг; чаще это люди младшей (от 26 до 35 лет) и средней (от 36 до 45 лет) возрастных групп и, естественно, граждане с высокими доходами. Почти такая же доля опрошенных (18%) утверждают, что платить по кредиту им было тяжело (об этом чаще говорили респонденты в возрасте 46–55 лет). Участники фокус-групп во всех трех городах (напомним, дискуссии проходили в Москве, Новосибирске и Самаре) единодушно уверяли, что расплачиваться по кредиту им было несложно, а переплата была не слишком большой.

“Конечно, закабалила себя. Но с другой стороны, не особо ощутило, когда все равно в месяц какая-то сумма” (ДФГ, Самара).

“Две мебели взяли в кредит. На год брали. Полгода поплатили, подкопили, раз – всю сумму сразу внесли, и все. Получается, что не сильно-то и большая переплата” (ДФГ, Новосибирск).

Более того, многие отмечают, что во время выплаты долга по кредиту их повседневная финансовая жизнь не претерпела существенных изменений; почти никому не пришлось себя в чем-либо ограничивать.

“Ничего не менялось. Как ели то же самое, так и ели то же самое” (ДФГ, Москва).

“На мне не отразилось это пока на данный момент” (ДФГ, Самара).

Гораздо ощутимей, по мнению практически всех участников групповых дискуссий, имевших опыт пользования кредитами, было чувство психологической зависимости от долга: “висит это постоянно”, “это очень пресс такой моральный”, “с психологической стороны, конечно, да, хочется быстрее”.

⁵ “Всплывают какие-то скрытые проценты непонятно откуда – получается, что переплачиваешь в два раза”. Из ответов на открытый вопрос: “Почему Вам приходилось сожалеть, что Вы воспользовались кредитом?”

“В долг не взять — так век не едать”, “Нужда — мизгирь (паук), а заемщик — что муха”
Русские пословицы

*По некоторым оценкам,
в 2005 году в торговых сетях
и магазинах было выдано
12,3% от всех кредитов
физическим лицам*
Ведомости. 2006. №94, 26 мая



Некоторых респондентов волнует не столько факт собственной задолженности, сколько то обстоятельство, что за пользование кредитом приходится платить деньги, “переплачивать” сверх стоимости вещи, приобретаемой в кредит.

“Отягощает только единственное – та цифра, сумма денег, которую за пользование этим кредитом переплачиваешь” (ДФГ, Самара).

Еще одна “моральная издержка” в кредитном опыте (беспокоящая, впрочем, лишь редких респондентов) – слишком мимолетный момент “обретения” на фоне постоянно повторяющегося и заметного момента “расплаты”.

“Получается, что кредит взял – и довольно-таки быстро его потратил, и не заметил, как потратил. А замечаешь только, что отдаешь. Постоянно отдаешь, отдаешь, отдаешь. Не видишь тех как бы денег. Ты их не положишь и не будешь ими любоваться” (ДФГ, Самара).

Большинство респондентов, обсуждавших на групповых дискуссиях свой кредитный опыт, заявили, что им не страшно было брать на себя долговые обязательства. Такая позиция обусловлена несколькими факторами.

Одни ощущают себя твердо стоящими на ногах и уверенными в своем будущем (преимущественно это сравнительно молодые респонденты).

“Уверенность в том, что есть все-таки какой-то доход, который удовлетворяет всем потребностям и еще что-то остается. Все-таки все равно я молодой, знаю, что если тут не свяжется... все равно есть возможность найти другие доходы, короче говоря” (ДФГ, Самара).

Другие испытывают чувство уверенности по причине стабильного материального положения.

“У меня, так как я работаю в государственном учреждении, не в частной конторе, стабильность какая-то, да. Пусть немного, но все равно платят” (ДФГ, Самара).

Кому-то уверенности прибавляет то, что кредит берется на небольшие (с точки зрения респондента), “осваиваемые” суммы.

“Мы большие суммы не берем. Не страшно нам” (ДФГ, Новосибирск).

А кто-то просто не задумывается о последствиях в момент получения кредита.

“Страшно потом. Когда берешь, не думаешь о последствиях... Это все равно – «авось». Авось завтра будет лучше, авось завтра манна с неба упадет” (ДФГ, Самара).

Важно отметить, что респонденты, имеющие кредитный опыт, предпочитают брать в кредит сравнительно небольшие суммы на небольшой срок, а не крупные суммы надолго.

“Потому что вот сейчас берут ипотечный кредит на 27 лет. Это же знать, что с тобой будет, и семья у тебя сохранится через 27 лет, когда неизвестно, что будет завтра! И что ты, действительно, работу не потеряешь, и много, много, много” (ДФГ, Новосибирск).

Такое отношение к краткосрочным кредитам на фоне неприятия долгосрочных займов связано не только и не столько с существующей кредитной практикой, сколько со степенью контроля над своим будущим – для постсоветских россиян не характерно долгосрочное планирование: по данным одного из исследований ФОМа⁶, 29% наших сограждан вообще не строят никаких планов на жизнь, еще 42% строят их только на ближайшее будущее, и всего 28% задумываются над долгосрочными перспективами. Что касается участников групповых дискуссий, то большинство из них признавались, что не планируют свою жизнь более чем на год.

“От дня рождения до дня рождения” (ДФГ, Москва).

“Планируем не больше чем на год” (ДФГ, Москва).

Впрочем, год – как раз достаточная временная перспектива для освоения краткосрочных кредитов.

Судя по отзывам респондентов, имеющих современный опыт пользования кредитами, три четверти из них (или 29% по выборке в целом) не сожалеют о том, что воспользовались подобной системой расчета за товары или услуги. Между тем четверть взявших кредит (или 9% респондентов по выборке) испытывают по этому поводу определенные сожаления. Как видно из ответов на открытый вопрос, эти сожаления связаны, с одной стороны, с тем, что кредит приводил к дополнительным материальным проблемам: “денег не хватало на текущие нужды”; “денег и так не хватает на жизнь, сложно было выплачивать кредит” – об этом говорят примерно половина ответивших (или 4% по выборке), а с другой (о чем также говорят половина ответивших) – с невыгодными условиями кредита: высокими процентными ставками (3%), жесткими требованиями и неудобством при его погашении: “далеко ездить платить, в рабочее время”; “звонят из банка в воскресенье утром”; “хотел заплатить раньше срока, но банк не позволил – им это невыгодно” (1%).

Что касается бравших кредиты участников групповых дискуссий, то в целом все они остались довольны своим опытом, хотя отдельные аспекты вызвали их

Граждане, уже имеющие опыт получения кредита, мотивируют к этому и свое социальное окружение, в результате кредит распространяется по социальным сетям, как инфекция. Все большее число людей попадают в “периферию” и начинают испытывать влияние (или даже психологическое давление) со стороны своих друзей и знакомых
Стребков Д.О. Социальные аспекты кредитного поведения населения. 2006. (Рукопись)

⁶ Общероссийский опрос населения от 31 января – 15 февраля 2004 года (1972 населенных пункта, 68 субъектов РФ, 34 062 респондента).

недовольство. Во-первых, неприятие вызвали “грабительские проценты” – на это жаловались практически все участники фокус-групп, даже несмотря на то, что выплачивать их большинству было не слишком обременительно. Во-вторых – неудобства при выплатах по кредиту (очереди, неудобно расположенные места для оплаты и т. д.).

“Переплачиваешь, ходишь куда-то, там какие-то бумажки надо собирать” (ДФГ, Новосибирск).

“Это же вернуть даже – отстоять в этих очередях, представить, что туда ехать, стоять в этой очереди” (ДФГ, Москва).

“Я считаю, что отрицательная сторона... – то, что надо идти на почту и платить по квитанции. А раньше этих хлопот – ничего: ты знал, что с зарплаты перечислили автоматически” (ДФГ, Самара).

Что привносит в жизнь россиян опыт пользования кредитами? Помимо совершенно очевидных материальных преимуществ (приобретение и немедленное использование желаемой и нужной вещи, возможность планировать расходы и т. д.) опыт кредитного заимствования имеет и определенные психологические преимущества. Причем они связаны не только (и не столько) с повышением качества жизни благодаря сделанным покупкам, сколько с иным обстоятельством: успешный кредитный опыт добавляет уверенности в своих силах и в будущем (об этом говорили многие респонденты).

“Но вот чувство удовлетворения, что вот смогла, вещь появилась. Вот она сама, да. И, предположим, сажу, смотрю, думаю: вот надо бы еще и это вот сделать. И это смогу! То есть уверенность есть, безусловно” (ДФГ, Самара).

“Что хорошо в кредите – что можешь сделать все, и сам. Что запланировал, что захотел” (ДФГ, Самара).

“И появилось, знаете, такое чувство: в принципе из всего моего окружения мы единственная семья, которая сама себе покупает, пусть 15 лет покупать, но квартиру. Ни у одних наших друзей, ни у родственников – у всех по наследству... родители подарили. Ну, какая-то самооценка в этом плане повысилась... как-то оптимизма, ну, еще прибавилось” (ДФГ, Москва).

Некоторым кредит дает опыт более рационального отношения к деньгам и собственным тратам.

“Начинаешь как-то более осознанно относиться к деньгам, что деньги есть деньги. Что это не просто фантики, бумажки, средства, необходимые для жизни” (ДФГ, Самара).

“Организованности, самоорганизованности больше стало” (ДФГ, Москва).

“Как бы где-то, может быть, воспитание характера, то, что уже не будешь так лишний раз как-то... ну вот на что попало их тратить” (ДФГ, Москва).

Кроме того, для людей, которые в силу особенностей характера не умеют копить, кредит становится единственной возможностью приобрести дорогостоящую вещь.

“Вот еще кредиты... чем хорошо – вот накопить я не умею, вообще в нашей семье я такая транжира...” (ДФГ, Москва).

Кого-то кредит стимулирует на активизацию усилий для улучшения своего материального положения.

“И гораздо больше я, например, очень намного больше стала подрабатывать” (ДФГ, Москва).

Синдром изобилия – болезненное, заразное, передающееся внутри общества состояние пресыщения, обремененности долгами, тревоги и опустошенности, которое является результатом упрямой погони за новыми и новыми приобретениями

Де Грааф Дж., Ванн Д.,

Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру /

Пер. с англ. Н. Макаровой.

М.: Ультра.Культура, 2003

Табл. 1

% от групп (по столбцам)

	Скажите, пожалуйста, что из перечисленного есть у Вас (Вашей семьи)?		А что из этого Вам бы хотелось приобрести прежде всего?	
	население в целом	потребители кредитов [❖]	население в целом	потребители кредитов
Мобильный телефон	45	65	8	9
Видеомагнитофон	42	64	3	2
Легковой автомобиль	26	38	23	30
Проигрыватель DVD-дисков	16	31	5	4
Домашний компьютер	15	19	20	28
Видеокамера	7	10	13	19
Посудомоечная машина	1	1	6	9
Все вышеперечисленное	1	1	7	5
Ничего из перечисленного	35	12	26	16

❖ Здесь потребители кредитов определялись по ответам на вопрос “Что из перечисленного на карточке Вам доводилось делать за последние 2–3 года?”; предложенная карточка включала 17 позиций, в том числе позиции “покупать товары в кредит” и “брать кредит в банке”. К потребителям кредитов отнесены те респонденты, которые выбрали хотя бы одну из этих двух позиций.

Участники групповых дискуссий, имеющие кредитный опыт, снова хотели бы приобретать товары или услуги в долг (“хотелось бы взять”, “после расплаты с этим кредитом я планирую, по крайней мере, взять кредит на жилье”); многие говорят, что повторный опыт будет проще и удобней (“когда берешь кредит уже второй раз... то есть нюансы тебе уже все ясны”).

Мотивация кредитного поведения

Кредит – это добровольный выбор совершенно определенного стиля потребительского поведения. Но что побуждает людей совершать покупки именно в кредит – нужда, необходимость “свести концы с концами” или желание позволить себе “немного лишнего”, поучаствовать в “гонке потребления”? Современный кредитный опыт россиян свидетельствует о том, что грань между этими полюсами мотиваций обращения к кредиту довольно зыбкая.

С одной стороны, судя по репликам участников ДФГ, большинство из них используют кредит для приобретения необходимых в быту товаров и предметов обихода (холодильник, стиральная машина, мебель, телевизор), без которых, наверное, прожить можно, но сложно назвать такой уровень жизни мало-мальски нормальным. Кредит видится и как средство обеспечения жизненно важных нужд – перечисляя ситуации, в которых кредит, по их мнению, был бы необходим, респонденты упоминают лечение, отсутствие жилья, а также “деньги, вложенные в ребенка”.

С другой стороны, обеспеченность современной бытовой, аудио- и видеотехникой, как и потребительский спрос, среди пользователей кредитами гораздо выше, чем в среднем по стране⁷ (табл. 1).

Совершенно очевидно, что приобретение такого рода товаров происходит уже после того, как, с одной стороны, удовлетворена потребность в базовых предметах быта, с другой – появляется финансовая возможность планировать покупки товаров “не первой необходимости” (даже кредитные). Впрочем, делать из

По данным Центробанка, процент невозврата по кредитам для физических лиц за 2005 год составил 2,4%
Банковское обозрение. 2006.
№4 (82)

⁷ Общероссийский опрос населения от 23–24 апреля 2005 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

приведенных данных вывод, что сегодня кредит в России, как и на Западе, становится формой проявления “потребительского гриппа”⁸, наверное, было бы преждевременно. Практика обращения к кредиту вследствие материальной нужды еще достаточно широко распространена, для многих сегодня кредит остается единственной возможностью приобрести желаемое, своего рода “безальтернативной альтернативой”, а не осознанным выбором определенного типа поведения.

Однако почему люди выбирают именно кредит, а не иные способы и формы приобретения необходимого – например, самостоятельное накопление нужной суммы или одалживание у родственников, друзей и знакомых?

Респонденты выделяют целый ряд преимуществ кредита по сравнению с накоплением. В первую очередь это возможность “опережающего” потребления (как выразилась одна из участниц самарской фокус-группы, “лучше жить в долг, чем жить никак”). Такой аргумент – кредит дает возможность получить нужную вещь сразу, до того как будет собрана вся необходимая для ее приобретения сумма, – оказался наиболее распространенным доводом в пользу кредита: его приводят 23% россиян.

“Если зарплата маленькая и сразу купить не на что”; “быстрее можно купить то, что хочешь”; “купают, что хотят, и денег очень много не надо сразу”; “деньги собирать на крупную покупку трудно” (открытый вопрос⁹).

“Копить на необходимую вещь глупо. Ее надо тут же брать, кредитом пользоваться. И что гробить жену, если можно стиральную машинку в кредит” (ДФГ, Самара).

“Ну, есть возможность удовлетворить свои запросы... Немедленно” (ДФГ, Новосибирск).

Часть респондентов (11%) считают кредиты более выгодным способом оперирования деньгами.

“Это выгодно и удобно”; “выгодно дорогостоящую вещь покупать в долг, учитывая инфляцию”; “выгодный процент возврата денег на длительный промежуток времени” (открытый вопрос).

“Вот сейчас есть еще проблема. Пока человек копит, если вещь какая-то дорогостоящая, ну, пройдет полгода, год, пока он скопит из своей зарплаты какие-то... И естественно, та сумма, на которую он рассчитывал, она возрастет в полтора раза, если, допустим, действительно бытовой товар, не бытовая техника, и не угонишься. Копить можно бессрочно вообще” (ДФГ, Самара).

Впрочем, далеко не все участники ДФГ убеждены, что сегодня выгодней переплачивать за проценты по долгу, нежели терять накопления из-за обесценивания денег. Некоторые респонденты полагают, что кредит выгодней накоплений в условиях инфляции, только если речь идет о крупном и долгосрочном займе.

“На жилье – жилье действительно, когда есть какая-то определенная сумма там и немножко не хватает, проще взять кредит, потому что не накопишь. Быстрее цены на жилье растут, чем... <накопления>” (ДФГ, Новосибирск).

В России нет банка, активно работающего на рынке потребительского кредитования и имеющего невозврат меньше 5–6%, а чаще этот показатель не ниже 10–15%

Евгений Бернштам. Интервью RBC Daily. 21 февраля 2006 года

⁸ От слова “affluenza” – термин Де Граафа, Ванна и Нэйлора. Де Грааф Дж., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру / Пер. с англ. Н. Макаровой. М.: Ульгра.Культура, 2003.

⁹ Открытый вопрос: “Почему Вы посоветовали бы Вашим близким, друзьям, знакомым воспользоваться кредитом для покупки товаров в магазине?”

А в случае краткосрочного кредита *“инфляция не сильно съедает деньги”*, поэтому кредит не так уж выгоден.

Среди сторонников идеи кредита звучит и такой аргумент в пользу заимствования: частями крупную сумму отдавать легче.

“Удобно – рассрочка”; “можно выплачивать потихоньку, частями”; “можно растянуть выплату”; “удобно рассчитывать бюджет” (открытый вопрос, 8%).

“Берете вы много, а отдаете помаленьку – оно как-то и незаметно” (ДФГ, Новосибирск).

На групповых дискуссиях также говорилось, что кредит – это в какой-то мере борьба с неуверенностью в “ненадежном” завтра.

“Просто из-за того, что неуверенность в завтрашнем дне, проще кредит взять. И лучше то, что сегодня, – тебе не надо ждать, копить год, два, три, а взять сегодня и потихонечку расплачиваться” (ДФГ, Самара).

Если такой способ собрать нужную сумму, как накопление, участники групповых дискуссий практически единодушно считают неприемлемым (и имеющие опыт кредитов, и многие не имеющие такового), то заем у родственников и знакомых встречает более благожелательное отношение, хотя такой способ также имеет ряд недостатков по сравнению с кредитом.

Респонденты выделяют два преимущества одалживания средств у близких и знакомых. Первое – более гибкие и удобные условия отдачи долга.

“Они и помогут, и не то что простят, а и отсрочат задолженность” (ДФГ, Самара).

“Мягкость погашения кредита. Всегда можно договориться, как-то раздвинуть рамки. Или сразу погасить без всяких проблем – люди будут в восторге, или где-то переплатить. В общем, всегда есть возможность лавировать” (ДФГ, Самара).

Второе преимущество – возможность взять в долг без процентов.

“Еще различие – знакомый процент не возьмет, вот это положительный момент” (ДФГ, Москва).

Впрочем, некоторые респонденты считают, что сегодня, в условиях инфляции, занимать у близких крупные суммы денег без процентов неэтично.

Однако недостатков у долга перед родными и знакомыми по сравнению с долгом перед обезличенной организацией обнаруживается заметно больше, чем достоинств. Во-первых, по мнению респондентов, не так-то просто найти сегодня родственников или друзей, у которых можно одолжить деньги, – далеко не все хотят или могут дать в долг.

“Сложно занять тем не менее. Потому что в основном-то народ не так богато живет, основная масса. А у кого деньги есть, они их в дело вкладывают, им невыгодно занимать” (ДФГ, Новосибирск).

“Я брала мебель в летнее время – никого нет знакомых (тех, которые могли бы дать), а родственники довольно бедные” (ДФГ, Самара).

“Если у меня круг общения – это мама-пенсионерка, у которой я не займу, сестра, которая зарабатывает так же, как и я, и подруги, которые



**Средняя ставка
по краткосрочным кредитам
в долларах США, выданным
для физических лиц, за 2005
год составила 10,5% годовых**
<http://www.cbr.ru>

работают в школе, как и я, мне занять не у кого просто. Поэтому хочешь – не хочешь, мне нужно обращаться к банку» (ДФГ, Самара).

Во-вторых, гибкие условия при одалживании у близких имеют и обратную сторону: родственники и знакомые могут не только отсрочить платеж, но и, наоборот, попросить вернуть долг раньше оговоренного срока, тогда как в банке такая ситуация невозможна.

“Ты взяла кредит – у тебя уже определенно расписано: в какой месяц ты должна какую сумму внести. А родственники могут тут же, вот дали тебе сумму определенную, у них планы переменились, они хотят что-то купить – они могут выставить условия: вот срочно нужно это, опять надо...” (ДФГ, Самара).

В-третьих, одалживание у родственников и знакомых, в отличие от кредита в банке, никак не оформляется официально, то есть основывается только на взаимном доверии (которого респондентам, судя по их репликам, явно недостает).

“...ведь банк – это какие-то документальные обязательства определенные, и, собственно говоря, какая-то подстраховка есть все равно. То есть я понимаю, что они прогореть могут, конечно, в зависимости от того, что и как... А когда берешь у знакомого, у родственника, никаких документов нет, не деловые отношения, а личные какие-то, человеческие” (ДФГ, Самара).

В-четвертых, заимствование у близких и знакомых людей сопряжено с целым рядом моральных издержек: могут испортиться отношения (*“Хочешь потерять друга – возьми побольше денег, подольше не отдавай”*), неловко задерживаться с расплатой (*“Если вовремя кредит не отдал, на тебя штраф какой-то наложился, ты просто больше выплатил, а перед другом...<неудобно>”*; *“У меня тоже друзья, если что, подождут, и отношения не испортятся, но мне вот самой лично будет неприятно, если я вдруг не смогу в срок отдать. А перед банком мне не будет неудобно, потому что они за это возьмут с меня штраф, что я вовремя не отдала, вот и все, этим история закончится”*).

Наконец, психологическая зависимость от родственников и знакомых, по мнению респондентов, ощущается сильнее, чем зависимость от обезличенной организации.

“Все равно, если и у знакомых... все равно остается какая-то зависимость” (ДФГ, Самара).

“Допустим, если брать в долг у кого-то, в некоторых случаях это несколько унижительная процедура. А когда работаешь с банком конкретно, допустим, или с магазином – там нормальные деловые какие-то отношения, и не чувствуешь себя ущемленной” (ДФГ, Самара).

В исследованиях кредитного поведения среди мотивов обращения людей к такой форме потребления выделяется влияние социального окружения¹⁰: с одной стороны, ориентация людей на ту часть своего окружения, которая живет состоятельней их (что побуждает использовать кредит как способ достижения схожего уровня жизни), а с другой – успешный опыт приобретения в кредит в среде знакомых и друзей (что провоцирует повторение такого опыта).

Судя по репликам людей, принимавших участие в групповых дискуссиях, большинство из них живет в более-менее однородном социальном окружении: мно-

¹⁰ Lea, S.E.G., Webley, P., Walker, C.M. Psychological factors in consume debt: Money management, economic socialization, and credit use // Journal of economic psychology. 1995. Vol. 16. P. 681–701.

гие отмечают, что их друзья и родственники в материальном отношении живут так же, как они сами.

“В принципе <друзья и родственники живут> тоже так же. Конечно, в большей мере чуть похуже. Единицы кто, наверное, получше. Так вот. Одинаково” (ДФГ, Самара).

В этом отношении из трех городов, где проходили дискуссии, выделяется только Москва, где наблюдается заметное социальное расслоение.

“У меня очень много знакомых... Судить по семьям – совсем разные социальные уровни... Есть вот материально очень обеспеченные люди, есть как бы со средним достатком” (ДФГ, Москва).

Впрочем, можно предположить, что для многих россиян фактором, мотивирующим рост материальных запросов, сегодня служит скорее не ближнее окружение, а социокультурные образцы “успешных” людей (артистов, звезд эстрады и т. д.), ретранслируемые через СМИ, а также сравнение с Западом.

Сегодня опыт использования кредитов в окружении россиян, судя по репликам участников ДФГ, распространяется все более и более широко (большинство среди знакомых респондентов уже пробовали приобретение в кредит).

“Вот в моем кругу, в смысле вот девчонки многие кредиты берут. Вот берут и как-то потихоньку все это... крутятся, расплачиваются. И причем все ну как-то по-разному живут” (ДФГ, Самара).

“У меня половина <знакомых пользуются кредитами>. Некоторые не рискуют” (ДФГ, Самара).

“У меня много таких знакомых. Педагоги тоже в кредитах” (ДФГ, Новосибирск).

“А я говорю, у нас вот вся милиция в кредитах” (ДФГ, Новосибирск).

“И у меня много знакомых, правда, брали все кредит” (ДФГ, Новосибирск).

Интересно, что в целом по выборке сегодня готовы посоветовать своим друзьям или знакомым воспользоваться кредитом 45% опрошенных, не готовы – 22%. При этом среди “советующих” большинство составляют те, кто сам пользовался кредитами за последние два-три года, а среди “не советующих” – те, кто не имеет современного опыта пользования кредитами (табл. 2).

Приведенные данные позволяют предположить, что в ближайшее время распространенность кредитных практик среди россиян будет расти; опыт окружающих будет вовлекать в этот процесс тех, кто пока еще не практиковал потребление в долг.

Выше речь шла о том, почему люди предпочитают кредит другим способам мобилизации недостающих средств. Сейчас поговорим о мотивах людей, которые отказываются от такой формы расчетов за приобретаемые товары.

Самый распространенный аргумент противников кредитов (его озвучивают половина тех, кто не стал бы советовать никому пользоваться кредитами, или 13% респондентов по выборке в целом) – такая форма расплаты за товар или услугу слишком невыгодна из-за переплаты.

Табл. 2

% от групп (по столбцам)

Кредитом за последние 2-3 года	Воспользоваться кредитом	
	советуют	не советуют
Пользовались	61	23
Не пользовались	39	77

Средние ставки по рублевым потребительским кредитам сейчас составляют 18–22% годовых

Ведомости. 2006. №94, 26 мая

Кредитная история сегодня состоит из трех частей: в первой указываются имя заемщика, паспортные данные, ИНН и номер социального страхования; во второй — непосредственно кредитные данные: взятая в кредит сумма, как кредит погашался, не допускались ли просрочки; в третьей части, открытой только для самого потребителя и банка, указывается, в каком банке были выданы кредиты

“Процент за кредит высок”; “большие проценты придется выплачивать — это невыгодно”; “это на 20–30% дороже” (ответы на открытый вопрос¹¹).

Что касается участников ДФГ, то среди имеющих опыт использования кредитов, как мы уже отмечали, беспокойства по поводу слишком большой переплаты за купленный в кредит товар нет — эти люди, как правило, считают для себя приемлемыми выплаты по процентам (хотя некоторые и жалуются, что они высоки); опасения, что переплата будет слишком большой, чаще выражают те, кто не имел дело с кредитами.

Другие аргументы против “жизни в кредит” распространены куда меньше: в частности, небольшой доле опрошенных (3%) кажется неприятной ситуация “жизни в долг” и зависимость от кредитора (*“попадаешь в зависимость”; “нет желания влезать в долги”*), кто-то (2%) опасается, что не удастся расплатиться по кредиту (*“а если будет нечем отдавать, что тогда?”*), а кто-то (1%) не доверяет кредитам как таковым (*“обязательно обманут”; “это жульничество”*).

ДФГ выявили еще несколько мотивов отказа от кредита, которые не были упомянуты в массовом опросе. Так, некоторых кредит отпугивает необходимостью разбираться в нюансах договора, просчитывать потенциальные проценты и траты и проч.

“Очень много нюансов в этих кредитах, потому что, не зная юридических аспектов, кредит выходит <дорого>” (ДФГ, Самара).

“Они не все говорят при кредите, а потом с человека удерживают. Например, один банк дает как бы меньше процент, а на самом деле он такой же процент удерживает, только в другом виде, и скажет человеку: «А вы за это заплатите и за это заплатите»” (ДФГ, Новосибирск).

Наконец, выделяется группа респондентов, которые не столько не одобряют кредит как форму расплаты за приобретение, сколько просто не могут его себе позволить (или полагают, что не могут).

“Да, просчитывай — не просчитывай, просчитаешь — а заработок маленький, не получается взять сумму” (ДФГ, Новосибирск).

“Ну, у меня нет постоянного источника дохода, потому я и не мечтаю о кредите” (ДФГ, Новосибирск).

Люди, которые не приемлют кредит как форму расчета за приобретаемые товары, как правило, используют только три стратегии. Во-первых, они просто сокращают свои потребности.

“Я купила себе <мобильный телефон> попроще просто, да и все, проблема решилась” (ДФГ Самара).

“Мы пытались оформить кредит, но благополучно обошлись. То есть в меньшую сумму уложились при покупке жилья. И не пришлось оформлять... мы просто нашли более дешевую жилплощадь” (ДФГ, Новосибирск).

Во-вторых — откладывают приобретение до момента, пока не накопится или не найдется нужная сумма.

“Стиральную машинку мне хотелось автомат — возможности такой не было. Пришлось отказаться на какое-то время, пока возможность появилась” (ДФГ Самара).

¹¹ Вопрос: “Почему Вы посоветовали бы Вашим близким, друзьям, знакомым не пользоваться кредитом для покупки товаров в магазине?”

Наконец, респонденты обращаются к родственникам и друзьям.

“Звоним родственникам, друзьям. Все равно выходим из положения” (ДФГ, Новосибирск).

Однако следует отметить, что даже противники кредитов допускают для себя возможность обратиться к этому способу оплаты желаемых покупок, если им потребуется произвести траты, которые они определяют как жизненно необходимые.

“Мне кажется, это немножко еще от ситуации зависит. Если вещь, то можно и перетерпеть, подождать, не купить, а вот как бы если, например, на то же лечение или что-то, а денег нет, необходимо, то я думаю, кредит можно взять” (ДФГ, Москва).

“И я считаю, что если эта покупка жизненно необходима, то да, тогда следует взять кредит. Если это может подождать, то, наверное, к родственникам лучше всего обратиться. А если уж так оценить, что без этой вещи прожить-то можно, то, наверное, лучше всего отказаться” (ДФГ, Самара).

Сегодняшние потребители кредитов в России

Результаты нашего исследования свидетельствуют о том, что кредитное поведение тесно увязано с социальными и психологическими особенностями людей.

Наиболее активные потребители кредитов в России сегодня – это респонденты в возрасте от 26 до 45 лет: среди них от половины до двух третей имели современный опыт пользования кредитами. Женщины пользуются кредитами чаще, чем мужчины, респонденты со средним специальным образованием – чаще, чем люди с иным образовательным уровнем (а реже всех – необразованные россияне), граждане с доходами, превышающими 3000 рублей в месяц, чаще, чем те, у кого уровень доходов ниже этой границы (табл. 3).

Из этих данных видно, что опыт пользования кредитами, с одной стороны, объединяет слои, обладающие определенными социальными ресурсами (в частности, работоспособных граждан, людей с относительно высоким уровнем дохода), а с другой – свойствен и тем, кто не столь далеко продвинулся по шкале ресурсности (например, женщинам, которые в плане доступа к социальным возможностям уступают мужчинам, или людям со средним специальным образованием, которые уступают по уровню “ресурсности” высокообразованным согражданам). Таким образом, прямой зависимости между ресурсностью

**“Взял лычко, а отдай ремешок”,
“На рубль долгу – три полтины
росту”**

Русские пословицы

Табл. 3

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Пол		Возраст, лет						Образование				Доход, руб.			
		мужчины	женщины	18-25	26-35	36-45	46-55	56-60	старше 60	ниже среднего	среднее общее	среднее специальное	высшее	до 2000	2000-3000	более 3000	нет ответа о доходе
Пользоваться кредитом																	
Случалось	39	35	43	36	60	57	41	34	8	9	42	47	42	36	37	48	33
Не случилось	60	64	56	63	40	43	58	65	90	91	57	51	57	64	61	52	66
Затрудняюсь ответить	1	1	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	0	2

Табл. 4

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Потребители кредитов
Как Вы полагаете, от чего в большей мере зависит Ваше материальное положение: лично от Вас (от Ваших усилий, характера, трудолюбия, расчетливости) или от не зависящих от Вас обстоятельств (от ситуации в стране, в Вашем городе, селе, от случайностей, удачи, начальства и пр.)?		
От меня самого(-мой)	32	40
От не зависящих от меня обстоятельств	64	56
Затрудняюсь ответить	4	3
Одни считают, что сегодня у людей, которые могут и хотят работать, достаточно возможностей прилично зарабатывать. Другие полагают, что у людей, которые могут и хотят работать, нет возможности прилично зарабатывать. С какой точкой зрения – первой или второй – Вы согласны?		
С первой	38	45
Со второй	54	50
Затрудняюсь ответить	9	5
Ваше материальное положение за последний год улучшилось, ухудшилось или практически не изменилось?		
Улучшилось	21	28
Практически не изменилось	52	52
Ухудшилось	25	19
Затрудняюсь ответить	2	1
Как Вы думаете, в ближайший год Ваше материальное положение вероятнее всего улучшится, ухудшится или практически не изменится?		
Улучшится	22	30
Практически не изменится	40	38
Ухудшится	16	12
Затрудняюсь ответить	21	21
Как Вам кажется, у Вас есть шансы стать человеком, имеющим много денег, или таких шансов нет?		
Есть	27	36
Нет	65	55
Затрудняюсь ответить	8	9

и практикой использования кредитов не обнаруживается, а приведенные результаты косвенно подтверждают высказанное ранее предположение о сосуществовании двух типов кредитных практик: мотивированной нуждой и мотивированной потребностью в достижении более высокого уровня жизни.

В то же время можно выделить психологические особенности, ценности и установки, которые отличают сегодняшних потребителей кредитов от остальных россиян.

Во-первых, это люди, уверенные в себе, в своих силах и в своем будущем; они чаще других выражают уверенность в том, что сегодня у желающих прилично зарабатывать есть достаточно возможностей для этого, и оптимистичней остальных россиян оценивают собственные материальные перспективы (табл. 4)¹².

¹² Общероссийский опрос населения 26 августа – 13 сентября 2005 года (1954 населенных пункта, 69 субъектов РФ, 34 500 респондентов).

Табл. 5

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Потребители кредитов
Одни люди стремятся иметь как можно больше денег. Другие не стремятся к этому. А лично Вы стремитесь или не стремитесь иметь как можно больше денег?		
Стремлюсь	67	82
Не стремлюсь	27	15
Затрудняюсь ответить	6	3
Люди, которые стараются иметь как можно больше денег, обычно вызывают или не вызывают у Вас уважение?		
Вызывают	56	66
Не вызывают	24	17
Затрудняюсь ответить	19	17
Если число богатых людей в России будет увеличиваться, то, по Вашему мнению, каких последствий для страны будет больше: положительных или отрицательных?		
Положительных	43	50
Отрицательных	37	32
Затрудняюсь ответить	20	19

Во-вторых, их отличает особое отношение к деньгам: они чаще выражают стремление иметь много денег, проявляют уважение к богатым людям и разделяют установку, что чем больше богатых людей, тем лучше для страны (табл. 5)¹³.

Люди, имеющие недавний опыт использования кредитов, отличаются и по своему эмоциональному настрою: отвечая на вопрос, какие чувства и эмоции они испытывали на прошлой неделе, они заметно чаще, чем прочие россияне, называли позитивно окрашенные эмоции: например, радость (30% против 23% по России в среднем¹⁴), надежду (27% против 23%), любовь (23% против 17%).

Потребителям кредитов свойствен и определенный стиль финансового и потребительского поведения: в частности, они чаще прочих пользуются различными атрибутами современного стиля жизни (табл. 6)¹⁵.

Кроме того, для людей, имеющих кредитный опыт, характерно более активное потребительское поведение: так, отвечая на вопрос, как бы они распорядились 30–35 тыс. рублей, если бы неожиданно получили такую сумму, 34% среди потребителей кредита потратили бы их на приобретение бытовой техники и мебели (против 24% по России в среднем), 18% отложили бы “про запас” (среди россиян в целом – 22%), еще 19% отложили бы для накоплений на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру, автомобиль) (против 14% по стране)¹⁶.

Наконец, потребители кредитов оптимистичней оценивают и динамику положения в стране: среди них 34% полагают, что ситуация в России улучшается (против 28% по выборке в целом), и только 17% – что она ухудшается (против 23% по выборке); еще 44% считают, что она не меняется (по стране – 43%)¹⁷.

¹³ Общероссийский опрос населения 26 августа – 13 сентября 2005 года (1954 населенных пункта, 69 субъектов РФ, 34 500 респондентов).

¹⁴ Тот же опрос.

¹⁵ Общероссийский опрос населения от 23–24 апреля 2005 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

¹⁶ Тот же опрос.

¹⁷ Общероссийский опрос населения 26 августа – 13 сентября 2005 года.

Табл. 6

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Потребители кредита
Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние 2–3 года? (Карточка. Любое число ответов)❖		
Пользоваться мобильным телефоном	48	69
Работать за компьютером	22	33
Водить автомобиль	22	31
Пользоваться интернетом, электронной почтой	15	23
Иметь дело с иностранной валютой	11	16
Приобретать спортивные товары и/или туристическое снаряжение	10	15
Получать дополнительное образование, повышать квалификацию	10	16
Пользоваться услугой доставки товаров на дом	8	13
Расплачиваться за товары и/или услуги при помощи пластиковой карточки	7	14
Пользоваться услугами косметических салонов	7	11
❖ Приведены не все ответы.		

География кредитного поведения

Сегодня чаще прочих имеют опыт использования кредитов жители мегаполисов, крупных и малых городов (табл. 7).

Интересно, что и среди сельских жителей каждый третий пользовался кредитами. А вот в столице доля респондентов, пользовавшихся кредитами, – наименьшая. Одним из объяснений этого может послужить то обстоятельство, что в Москве уровень доходов граждан заметно выше среднероссийского (половина столичных жителей имеют доход более 3000 руб. в месяц, тогда как в среднем по стране эта доля составляет 26%) – возможно, у москвичей хватает средств на то, чтобы покупать товары и без обращения к различным схемам рассрочки. Кроме того, благодаря более благополучному материальному положению жители столицы заметно лучше, чем остальные россияне, обеспечены различными товарами и бытовой техникой (так, среди москвичей мобильный телефон есть у 79%, видеомаягнитофон – у 64%, компьютер – у 49%, легкой автомобиль – у 42%, DVD-проигрыватель – у 39%)¹⁸, то есть у москвичей просто ниже потребность в кредитах краткосрочного типа (на приобретение техники и товаров).

Наконец, весьма любопытно распределяется практика использования кредитов по российским регионам¹⁹. Высокая доля пользовавшихся кредитами за последние два-три года зафиксирована во многих областях Сибирского федерального округа (Кемеровской, Новосибирской, Иркутской, Омской и Томской областях, Алтайском крае), Поволжья (Татарстане и Удмуртии, Нижегородской и Пермской областях) и в ряде регионов Урала (ХМАО, Челябинской и Уральской областях). Реже остальных пользуются кредитами жители многих регионов Центрального (Тульской, Костромской, Воронежской, Ярославской, Курской, Смоленской, Белгородской, Тамбовской областей) и Дальневосточного округов (на Кам-

¹⁸ Общероссийский опрос населения от 23–24 апреля 2005 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

¹⁹ Общероссийский опрос населения 26 августа – 13 сентября 2005 года (1954 населенных пункта, 69 субъектов РФ, 34 500 респондентов).

Табл. 7

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Тип населенного пункта				
		Москва	мегаполис	большой город	малый город	село
Пользоваться кредитами за последние два-три года						
Случалось	39	31	43	42	43	32
Не случилось	60	69	57	54	57	68
Затрудняюсь ответить	1	0	0	3	0	1

чатке, Сахалине, в Магаданской области и Приморском крае), а также ряда регионов ЮФО (на Ставрополье, в Краснодарском крае и Северной Осетии)²⁰.

Отношение к кредиту в обществе и социальные перспективы кредитной культуры

Ранее мы говорили преимущественно о потребителях кредитов, однако вспомним, что 60% россиян за последние два-три года подобной услугой не пользовались. Как они относятся к кредитам? Есть ли у кредита перспектива стать социальной нормой?

Если действительными потребителями кредитов сегодня являются свыше трети россиян, то потенциальными пользователями этой услуги могут стать около половины опрошенных: допускают для себя возможность приобрести товары в кредит 54% респондентов; исключают ее – 42% россиян. Две трети тех, кто допускает для себя эту вероятность (68%), уже имеют опыт кредитного заимствования, треть (32%) – это те, кто еще не пробовал брать кредиты; в целом по выборке доля еще не пользовавшихся товарными кредитами, но готовых это сделать, составляет 18%.

Потенциальные потребители кредитов весьма заметно отличаются по своему социально-демографическому портрету от потребителей настоящих: допускают для себя возможность воспользоваться кредитом респонденты самой молодой (от 18 до 25 лет) и самой старшей (от 60 лет) возрастных когорт, малообразованные люди, лица со “средними” (от 2000 до 3000 рублей в месяц) доходами, а также сельские жители (табл. 8).

Исключают для себя вероятность пользования кредитами чаще прочих люди, обладающие наименьшими социальными ресурсами: малообразованные респонденты и люди старшего возраста.

Если купить товары в кредит сегодня готовы более половины россиян, то принципиальную возможность взять банковский кредит допускают уже куда меньше опрошенных – 39% (среди имевших дело с кредитами – 69%, среди не имевших – только 20%). В принципе невозможным считают для себя обращение к банковскому кредиту 55% россиян.

Судя по всему, более благожелательное отношение россиян к кредитам в магазине по сравнению с банковскими связано и с весьма широкой рекламой беспроцентных кредитов на покупки, и с воспоминаниями о рассрочке (весьма распространенной в советские времена), и с более упрощенной процедурой получения такого кредита (*“нам на тот момент так было проще сделать – зачем мне*

²⁰ Детальную картину кредитного поведения см. в разделе “Цифры”. Опыт пользования кредитами.

Табл. 8

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Потребители кредитов	Потенциальные потребители кредитов
Пол			
Мужской	48	44	51
Женский	52	56	49
Возраст, лет			
18–25	19	18	26
26–35	18	27	12
36–45	16	24	11
46–55	22	23	19
56–60	5	4	7
Старше 60	21	4	25
Образование			
Ниже среднего	14	3	15
Среднее общее	36	38	40
Среднее специальное	33	40	27
Высшее	18	19	18
Доход, руб.			
До 2000	23	21	22
2000–3000	36	35	42
Более 3000	26	32	23
Тип населенного пункта			
Москва	7	6	6
Мегаполис	13	14	10
Большой город	17	18	12
Малый город	38	42	43
Село	25	20	30

ехать в банк? Я пришла, машинку эту увидела, пошла, оформила, и мне ее – все, доставили”), и, наконец, с тем, что в магазине “объект кредита” – необходимый товар – находится непосредственно перед покупателем.

“Ну, в магазине больше доверия, потому что психологически проще, ты как бы берешь товар, ты вроде денег еще не отдал, но ты уже чувствуешь, что это твое” (ДФГ, Самара).

Банковский кредит вызывает больше недоверия из-за отношения к банковской системе в целом. Для кого-то репутация этой системы испорчена историями с банковскими кризисами и потерями банковских вкладов. Кого-то банки пугают своей внутренней бюрократией, системой проверок и т. д.

“Ты как бы становишься один на один с банком, социально ты не защищен, у тебя нет никаких вариантов вообще, ты одинок в своих проблемах” (ДФГ, Москва).

“На банк работает штат юристов, банк в любом случае будет всегда прав и всегда выиграет” (ДФГ, Москва).

Кто-то убежден, что в банке проценты будут более высокими, чем при кредите в магазине (который также, как известно, предлагают банки, о чем далеко не все респонденты осведомлены).

“В банке в кредит я пока еще... страшиновато мне. Там и проценты очень большие” (ДФГ, Самара).

Кто-то недоволен обслуживанием в банке.

“И еще такое к нам отношение, вот к клиентам, которые им такой процент выплачивают, – вообще унижительно” (ДФГ, Москва).

Стоит отметить, что среди участников фокус-групп, имевших опыт пользования кредитами, особой разницы между кредитами в банке и в магазине практически никто не делает.

“Доверие одинаковое: и в том, и в другом случае все равно эта система идет через банки. Просто тебе не надо никуда идти – здесь представитель банка, а разницы-то от этого никакой нет, где оформить этот кредит: в банке или здесь” (ДФГ, Самара).

А некоторые даже предпочитают банковский кредит предоставляемому в магазине из-за того, что в этом случае имеешь дело с живыми деньгами, которыми можно распоряжаться по своему усмотрению (*“Вариантов с карточкой больше. Я могу обналичить какую-то часть... Могу и не обналичивать. Могу купить”*), и потому, что *“магазины – они как бы навязывают свои условия”*; а кому-то просто удобней именно денежный кредит (*“Вот мне тоже деньги надо... Мне вот надо деньгами кредит брать”*). Тем не менее кредит в магазине, как уже отмечалось, пока выглядит среди населения более заманчивым, чем заимствование в банке.

Итак, как видно из приводимых данных, сегодня сторонников кредитов в обществе больше, чем принципиальных противников такого вида расчетов за товары и услуги. Одна из причин этого – то обстоятельство, что люди в первую очередь воспринимают кредит как возможность выбора, дополнительную степень свободы в своем финансовом поведении.

“Самое главное, что возможность появилась пользоваться. Когда ее не было, возможности – ее не было, а сейчас есть возможность... Человек выбирает, да” (ДФГ, Самара).

“Нет, кредит – это хорошо все равно. Возможность выбора” (ДФГ, Новосибирск).

“...а так бы люди вообще ничего не купили” (ДФГ, Новосибирск).

“Ну, при нашей жизни, нам, наверное, стоит с этим согласиться, что это уже для многих становится... возможность, опять же возможность” (ДФГ, Самара).

Судя по дискуссиям на фокус-группах, в обществе происходит нормативизация “жизни в долг” – этот аспект кредита практически не встречает морального осуждения респондентов. Участники дискуссий не считают такой стиль жизни “неправильным” и даже ссылаются на образ жизни в западных странах, очевидно, считая эту норму приемлемой и для нашего общества.

“...на Западе это считается нормальным” (ДФГ, Москва).

“...развитые страны, те же самые американцы – у них все в кредит. У них квартира, они в ней живут, но она не ихняя. У них вся мебель в кредит, машина – все. То есть они выплачивают со своей зарплаты” (ДФГ, Новосибирск).

В то же время некоторые противопоставляют кредит достатку; осуждение вызывает не стиль жизни займы, а вынужденность обращения к такому стилю из-за слишком низкого уровня доходов.

***“Поклоны за поклоны отдавай:
кланялись тебе занимаячи,
накланяешься собираючи”,
“Старый долг собрать – что
клад найти”***

Русские пословицы

“Мы должны жить в достатке и «кредит» – забыть это слово, что он существует” (ДФГ, Новосибирск).

“Жизнь в долг” получает моральное оправдание именно в условиях этой вынужденности.

“Я считаю, что если есть возможность не жить в кредит, лучше не жить в кредит. А если нет возможности, выбора, как говорится, не остается” (ДФГ, Самара).

Впрочем, практически никакого морального порицания не вызывают у респондентов и те, кто обращается к кредиту не вследствие нужды, а для покупки не самых необходимых вещей.

“Если человек может, если он в состоянии выплачивать, пусть он берет что угодно” (ДФГ, Москва).

Принципиальные противники долгов встречаются довольно редко – лишь единичные респонденты считают, что жить в долг “во веки веков было плохо”. Редко выражается осуждение берущих кредит за то, что они живут не по средствам.

“Негативно я к ним отношусь. Негатив у меня к таким людям. У меня знакомая, не близкая, она в фирме в какой-то – у нее долг, постоянный долг... У нее двое детей находятся чуть ли не на содержании ее мамы. Я говорю: ну будь попоже, что тебе эти долги? Она говорит: зато у меня то, то, а у тебя нет” (ДФГ, Самара).

А некоторые участники дискуссий отмечают, что кредит сегодня – это своего рода “соблазн”.

“Это плохо тем, что вот это... как бы выразиться... это... ну, простым словом... Да, таким – замануха, да. Вот это очень плохо. Мне, может быть, и не надо было бы его брать, но я его возьму, потому что он легко... Мне предложат, мне эту карточку прислали... По почте прямо, понимаете? Вот она у меня лежит, лежит – я все равно пойду, ее где-то обналичу. Хотя он мне, в принципе, может быть, и не нужен был” (ДФГ, Москва).

Сегодняшний образ “типичного заемщика”, сложившийся в массовом сознании, также свидетельствует о том, что в представлениях граждан кредит – это вариант экономического поведения для людей небогатых, вынужденных прибегать к такому способу оплаты своих расходов, а то и вовсе оказавшихся в безвыходном положении.

“Зарплаты маленькие, поэтому люди берут товар в рассрочку”; “люди с низкими доходами”; “малоимущие”; “несостоятельные люди”; “кто не способен сразу расплатиться за товар”; “кому необходимы срочно деньги”; “нужно быстро решить какую-то проблему, а денег не хватает”; “остронуждающиеся” (открытый вопрос²¹, более четверти россиян).

“Берут те люди, у которых немножко не хватает, допустим, для приобретения опять той или иной вещи” (ДФГ, Самара).

“Бедный человек, допустим, получающий от трех до шести, вот примерно такую сумму... На эту сумму он вещь какую-то, вот телевизор, стиральную машину приобрести не может. Поэтому от кредита он никуда не денется, не убежит абсолютно... Хочешь – не хочешь, а приходится брать” (ДФГ, Самара).

Следует всегда помнить, что вещи — это не самая лучшая в жизни вещь

Де Грааф Дж., Ванн Д.,

Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру /

Пер. с англ. Н. Макаровой.

М.: Ультра.Культура, 2003

²¹ Вопрос: “По Вашему мнению, кто, какие люди сегодня в России чаще пользуются кредитами?”



“Поэтому они [богатые] и не будут переплачивать за кредит. Поэтому им проще, они придут и сразу заплатят. Поэтому кредит берут малообеспеченные все-таки” (ДФГ, Новосибирск).

Одновременно распространены представления, согласно которым для обращения к кредиту необходима или платежеспособность и определенная состоятельность (“богатые и состоятельные”; “платежеспособные”; “с хорошим доходом”) – 17% россиян, или “средний доход” (“люди со средним достатком”; “средний класс в нашем российском понимании, но не в европейском”) – 16%.

“Ну, это люди среднего достатка... С большим достатком – так они и сами приобретут, за собственные деньги. У кого вообще достатка нет, кредит тоже не будут брать” (ДФГ, Самара).

И по меньшей мере для пользования кредитом необходим стабильный (неважно, большой или маленький) доход и уверенность в своем будущем – по мнению опрошенных, кредитом сегодня пользуются “люди, работающие и имеющие стабильный заработок”; “которые уверенно стоят на ногах и могут прогнозировать свои доходы”; “кредит берут люди, уверенные в завтрашнем дне” (открытый вопрос, 8%).

Часть опрошенных (8%) воспринимают кредит как стратегию потребления, универсальную для большинства россиян (“все категории граждан”; “все слои населения”; “обыкновенные люди”). Кто-то считает, что кредитное поведение характерно для конкретных социальных групп: молодежи (5%), людей среднего возраста (1%), бюджетников, пенсионеров, военных и др. (2%). Интересно, что предпринимателей, бизнесменов называют в этой связи только 3% опрошенных.

Часть респондентов описывают типичного “заемщика” через личностные характеристики – предприимчивые и готовые рисковать (1%), или нерасчетливые люди (2%), не умеющие откладывать деньги (1%), или даже аферисты и мошенники (1%). Участники ДФГ также добавляют ряд характеристик к образу сегодняшнего потребителя кредитов.

“Люди, которые не хотят ждать. Нужно все и сразу. Ну, не сразу, быстрее” (ДФГ, Самара).

“Люди, которые уверены в себе. Не всегда обоснованно, но они уверены в себе” (ДФГ, Самара).

“Ну вот, отчаянные. И, по-моему, даже не все взвешивают свои, так сказать... потом состояние свое моральное и материальное. В этот момент надо! Удалось – и кайф прям, все!” (ДФГ, Москва).

“Живут одним днем” (ДФГ, Москва).

“И люди, попавшиеся на рекламу, но плохо умеющие считать” (ДФГ, Самара).

В то же время кредитное поведение чаще воспринимается как прагматичное: так, 42% россиян убеждены, что товары в кредит приобретают люди расчетливые, в полтора раза меньше доля уверенных в обратном (27%).

Пользование кредитами, оцениваемое в обществе, повторим, в первую очередь как вынужденная стратегия достижения желаемого образа жизни, по мнению респондентов, в последнее время распространяется все шире.

Респонденты ощущают заинтересованность кредитных организаций в продвижении своего продукта: многие говорят об увеличении количества различных кредитных программ, упрощении правил займа и стимуляции потенциальных потребителей кредитов.

“Просто увеличилось количество кредитов, то есть развивается эта кредитная сеть” (ДФГ, Самара).

“...просто больше возможностей взять кредит. Если раньше не было, сейчас появляются различного рода возможности” (ДФГ, Самара)

“Упростилась процедура. Раньше надо было справки, действительно, о зарплате...” (ДФГ, Новосибирск).

“То есть упрощенное оформление, снижение ставок” (ДФГ, Самара).

“Многих начинают приучать к кредиту. Нас, например, приучают, зарплату получаем через банк «Солидарность» – 40% кредита уже у тебя там висит. Хочешь – пользуйся, хочешь – нет, но он у тебя есть” (ДФГ, Самара).

Распространению кредитных практик способствует и насыщение товарного рынка.

“Ну еще, если посмотреть на прилавках, вот бытовая техника – там ведь большое количество разнообразной техники, и ее надо реализовать как-то. А покупательная способность, увы, у нас не очень большая. Поэтому, мне кажется, вот стал развиваться кредит” (ДФГ, Самара).

Кто-то из участников обсуждения уверен, что своей экспансией в последние годы кредиты обязаны “росту заработков” населения. Кстати, оценивая динамику собственного материального положения за последний год, участники дискуссий говорили либо о том, что оно не изменилось, либо отмечали улучшения; лишь единицы говорили, что стали получать меньше.

Наконец, некоторые считают, что распространение кредитов связано с изменением системы ценностей россиян, в том числе в результате “занесения” в нее в последние годы западных потребительских стандартов.

“Дух меркантильный очень сильный... вообще в стране. Поэтому все хочется – и это, и там... Да, хочется все красиво, американская мечта” (ДФГ, Москва).

“Наверное, образ жизни поменялся... копируем Запад – они там все живут на кредитах, и я так хочу” (ДФГ, Москва).

“Американский стиль жизни – жить в кредит” (ДФГ, Самара).

Эффективная ставка по кредитным картам сегодня, по некоторым оценкам, составляет около 23% в рублях и 17% в валюте. Многие эксперты ожидают, что через 3–5 лет кредиты, выдаваемые банками в точках продаж, отчасти будут вытеснены кредитными картами, как на Западе
Ведомости. 2006. №95, 27 мая

Впрочем, часть респондентов утверждают, что потребительские желания за последнее время ничуть не изменились.

“Желания все те же – что раньше были, что сейчас: все хочется купить” (ДФГ, Москва).

“Так же и раньше хотелось и телевизор там цветной, и все это раньше, как и машину хотелось иметь” (ДФГ, Москва).

Итак, подводя итоги, можно сказать, что, судя по данным нашего исследования, сегодня кредит выглядит в глазах россиян вполне легитимным способом приобретения товаров и услуг; этических преград по отношению к такому стилю потребления в ценностной системе респондентов практически нет.

Сегодня существуют две схемы кредитного поведения: одна более современная – то есть “опережающее потребление”, а другая – вынужденная “жизнь в долг”; причем первая имеет все шансы на дальнейшее распространение, так как ключевой мотив обращения к кредиту среди сегодняшних россиян – желание жить и потреблять “здесь и сейчас”.

В то же время пока легитимация “жизни в долг” происходит на основе восприятия кредита как “безальтернативной альтернативы” бедности и отсутствию потребления вообще, как вынужденной потребительской стратегии; а образ кредита как “прогрессивного” стиля поведения практически отсутствует в массовом сознании.

Свой кредитный опыт россияне преимущественно оценивают позитивно; большинство готовы его повторить; степень обременительности выплат по кредиту респонденты оценивают как умеренную. Две основные претензии к существующим кредитным услугам – слишком высокий процент и неудобства организации (от оформления документов до способов выплаты); при этом по степени популярности и доверия банковский кредит заметно проигрывает кредиту, который предоставляют в магазине.

Опыт использования кредитов сегодня имеют представители относительно ресурсных слоев населения (работоспособные граждане, люди с относительно высоким уровнем доходов); однако принципиальную готовность обратиться к кредитам демонстрируют и чуть менее ресурсные группы. Кроме того, существует выраженная географическая специфика кредитного поведения, также содержащая в себе потенциал для экспансии кредитных практик в России.

В целом же можно ожидать, что в ближайшее время и эффект социального окружения, все активнее приобретающего кредитный опыт, и усилия кредитных организаций по вовлечению россиян в долговое потребление, вероятнее всего, будут приносить результаты.

Распространение в обществе практики жизни в кредит, разумеется, чревато различными соблазнами, ростом “гонки потребления” и проч. Но вместе с тем оно может позитивно сказаться на самоощущении граждан, их уверенности в будущем и способствовать постепенному освоению россиянами долгосрочной временной перспективы.

