

Деньги на мечту: особенности кредитного поведения россиян

Дудина Ирада Мехтиевна

Аспирант

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

E-mail: az81081@rambler.ru

В последние годы для российского общества был характерен рост потребительского кредитования. Пик пришелся на 2014 год: совокупная кредитная задолженность физических лиц банкам по состоянию на 1 июня 2014 года составляла 10,5 трлн. рублей. В пересчете на каждого жителя РФ объем задолженности составляет 73 тысячи рублей[2]. Однако, в связи с кризисными явлениями, в 2015 году наблюдалось снижение. В январе - феврале спрос упал в два раза. После первого квартала спрос на потребительские кредиты начинает довольно быстро восстанавливаться, а банки более лояльно относятся к заемщикам. В июне 2015-го восстановление спроса было очень значительным, но еще не достигло уровня 2014 года. На рынке остаются заемщики, которых можно кредитовать, хотя и снизились реальные доходы[4].

С целью определения влияния социальных факторов на кредитное поведение нами было проведено социологическое исследование, направленное на изучение отношения населения к кредитам.

Методом анкетирования было опрошено 713 жителей города Ярославля в возрасте от 30 до 45 лет, представляющие две основные группы потребителей: основная, участники которой являются либо в недавнем прошлом являлись заемщиками (54,0%), контрольная - у представителей данной группы кредитный опыт отсутствует (46,0%). Стоит отметить, что возрастной диапазон участников исследования был выбран на основе определенного банками портрета потенциального получателя кредитов[3]. Выборка статистически репрезентативна в разрезе наличия опыта кредитования потребителей, а также социально-демографических характеристик респондентов (пол, возраст).

Одномерный анализ распределения по вопросу, «На какие цели Вы брали кредит?» свидетельствуют о наибольшей популярности среди заемщиков такого направления как «автокредит» - 39,0% ответов от числа всех позиций. У другой трети потребителей, имеющих кредитный опыт, целью обращения к кредитной практике является «приобретение жилья» (30,0%). Далее по степени снижения доли потребителей-заемщиков цели распределены следующим образом: бытовая техника и траты, связанные с ремонтом недвижимости - достигают до 14% ответов (23,9% и 18,0% соответственно); тогда как для покупки технических новинок (телефона / планшета / другой компьютерной, оргтехники) оформили кредит 16,4% респондентов.

Наименее популярными статьями расходов для кредитуемых являются: получение образования (9,3%), путешествия (6,4%), приобретение одежды (1,9%), организация свадебного торжества (1,9%) и досуг (0,5%).

При анализе отношения к кредитам со стороны потребителей-заёмщиков и тех, у кого подобный опыт отсутствует, мы получили следующие результаты. Определяют кредит как «неподъемную тяжесть и обузу» не менее двух третей опрошенных с кредитным опытом (62,5%), при этом, их финансовые затраты на погашение долга составляют менее 10,0% от уровня дохода. Вместе с тем, в других группах потребителей тезис о кредите как о «...тяжести и обузе» оказался менее распространенным - не более трети всех ответов: разделяют его практически в равном соотношении в группе заемщиков, кредитные обязательства которых не превышают четверти объемов личного дохода (25,0%) либо те, чья

нагрузка по выплатам варьируется уже в диапазоне от 25,0% до 50,0% (48,6% и 45,5% мнений соответственно). Таким образом, мы обнаруживаем, что при невысоких затратах на кредитные обязательства, лояльность по отношению к кредиту у потребителей снижается. Предполагаем, что на подобную тенденцию оказывает влияние уровень материального благосостояния потребителей-заемщиков. Так, по субъективной самооценке материального положения, наименее лояльными являются респонденты, относящие себя к низкодоходной группе.

При анализе представлений о кредите как «возможности исполнить свою мечту» наблюдается несколько иная ситуация. В этом случае обе группы в подавляющем большинстве согласны с подобным утверждением: среди заемщиков доля согласных - 81,3%, тогда как в числе респондентов без кредитного опыта - 68,8%. Результаты по таблице сопряженности, отражающей совместное влияние переменных - «В какой степени Вы согласны с суждением, что кредит - это возможность исполнить свою мечту?» и доли средств, направляемой заимодателями на погашение своих кредитных обязательств, распределились следующим образом. В числе тех, у кого расходы на кредитные выплаты не превышают 10,0% от личных доходов, 79,2% составили группу согласившихся с идеей, что кредит предоставляет шанс исполнить мечту. В группе заемщиков, обязательства которых не превышают 25,0% объемов дохода, доля согласных несколько выше и составляет 83,0% респондентов. Ещё заметнее возрастает число сторонников тезиса о кредите как «возможности исполнить свою мечту» среди потребителей, выплачивающих «долг» банковским организациям в объемах более половины собственных средств, 89,3 % респондентов. Таким образом, мы получаем следующую тенденцию: чем выше кредитная нагрузка - тем более выражена у респондентов позитивная установка на кредитование (исходя из того, что доля согласных с суждением о кредите как возможности реализовать мечту возрастает). Аналогичные данные о возрастании доли заемщиков, потребляющих на грани своих финансовых возможностей (влезая в кредиты, долги и т.д.), получены Д.Э. Кофтушкиным в ходе исследования, проведенного в банковском секторе [1].

Подводя итог, заметим, что в рамках анализа факторов, формирующих поведение потребителей-заемщиков, выявление столь неоднозначных тенденций может стать направлениями дальнейших исследований, направленных на тщательную, ещё более детальную разработку классификации типов кредитного поведения.

Источники и литература

- 1) 1. Кофтушкин Д.Э. Развитие общества потребления в России: кредитный фактор // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 99-107.
- 2) 2. Кредитная карта России 2014: россияне наращивают «пирамиду долгов» [Электронный ресурс] / Ассоциация российских банков; Аналитика – Режим доступа: http://arb.ru/banks/analytys/kreditnaya_karta_rossii_2014_rossiyane_narashchivayut_pir_9832782/?sphrase_id=116810, свободный. - Загл. с экрана
- 3) 3. Портрет идеального заемщика: у кого выше шансы на одобрение кредита [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=6300181>, свободный. – Загл. с экрана
- 4) 4. Рост цен ударил скорее по заемщикам, чем по вкладчикам. Михаил Матовников, исполнительный директор - главный аналитик Сбербанка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/interview/?id=8181404>, свободный. – Загл. с экрана